

Bilag 1. De fire emner i Mediestatistikbanken

Den fremtidige mediestatistik er struktureret i fire emneområder: Brugsadfærd (inklusive købsadfærd), virksomheder, distribution og apparater. Det er en opdeling, der går på tværs af en traditionel mediefaglig opdeling med fokus på de enkelte medier såsom tv, radio, internet, computerspil mv. I den nye mediestatistik optræder de enkelte medier inden for alle fire emneområder, hvilket gør statistikken mere robust over for den hastige teknologiske udvikling på medieområdet – den nok så omtalte *konvergens*, hvor apparater og anvendelsesformer konstant udvikler nye kombinationer, der på nogle områder er uforudsigelige stort set fra år til år.

Brugsadfærd (inkl. købsadfærd)

Mediestatistikemnet *brugsadfærd* indeholder bl.a. tal for salg af apparater, belyst ved Brancheorganisationen Forbrugerelektroniks (BFE) salgstal, er den centrale kilde til belysning af købsadfærden på medieområdet. Der stiles efter at bringe tal for styksalg, gennemsnitspris og detailomsætning pr. apparatkategori.

Hvor meget befolkningen bruger på køb af broadcasted medieindhold vil kunne belyses, hvis den samlede indtjening for broadcasting medierne kunne splittes op i de tre komponenter de er sammensat af: licens, reklameindtægter og betalingstv (abonnementer, STB m.m.). Der er informationer om de to første komponenter, mens den tredje er ukendt. Her ligger der en større udfordring og venter på at blive taget op.

Den kontinuerede belysning af danskernes brugsadfærd er hovedsageligt dækket ved oplysninger fra Gallups TV-Meter, Radio Index og NetBehaviour. Kulturvaneundersøgelsen 2004 bidrager også til belysning af befolkningens medieforbrugsvaner og -mønstre. Børnekultur på medieområdet vil ligeledes blive dækket af kulturvaneundersøgelsen.

De traditionelle medier, radio og tv er godt dækket ind af Gallups surveys hvad angår brugsadfærd. Tv er dækket godt ind af TV-Meter undersøgelsen og radio af Radio-Index undersøgelsen. I fase 2 af projektet bliver en af opgaverne at "plukke" fra resultaterne af disse undersøgelser til statistikbanken.

Internettet skal betragtes som medie på linje med radio og tv. Internettet er ikke længere noget "kantmedie". Gallup foretager i dag, sammen med FDIM og DRRB systematiske opgørelser over brugen af internettet i NetBehaviour systemet. Her opgøres trafikken på de ca. 30 hjemmesider, der er med i FDIM. Trafikken på disse sider skønnes at udgøre ca. 95 pct. af den samlede internettrafik på danske sites. Statistiske opgørelser, der bygger på data fra NetBehaviour, vil derfor dække en meget stor del af trafikvolumenen, mens den ikke vil sige noget om nettets mangfoldighed.

De oplysninger, som Gallup/FDIM indsamler, om unikke besøgere, antal besøg og i en vis udstrækning den tid, der bruges på siderne, knyttes til

udbydereenheder, der er defineret på basis af, at de udbyder en "udgivelse" analogt med de traditionelle trykte medier (fx et tidsskrift).

I NetBehaviour kombineres data om nettrafik på de omfattede sider med data for et Gallup panel bestående af 5.000 repræsentativt udvalgte personer. Panelet er en delmængde af GallupForum. Herved er det muligt at fordele internettrafik på en demografisk profil for internetbrugere. NetBehaviour er et slags internettets TV-Meter og kan accesses via InfoSys. Det er aftalt, at Mediesekretariatet får adgang til NetBehaviour via InfoSys.

Det er planen at afgrænse Nyhedshjemmesider som delmængde af internetaktiviteten (og dermed internetbrugen). Der er her tale om et område, der uproblematisk falder inden for medieområdet. I NetBehaviour er det muligt at afgrænse rene nyhedshjemmesider og de sider på DR og TV2s hjemmesider, der er nyhedssider.

Kulturvaneundersøgelsen afdækker danskernes forbrug af medier i sammenhæng med det øvrige kulturforbrug. Derfor hører resultater herfra også med i mediestatistikken. Kulturvaneundersøgelsens styrke ligger i muligheden for at analysere medieforbruget sammen med andre parametre, mens der er andre og bedre kilder til at belyse medieforbruget løbende.

Virksomheder

Statistikken over medievirksomheder er hovedsageligt baseret på registerdata i Danmarks Statistik. Den statistiske belysning af medieaktiviteten hvad angår økonomi og beskæftigelse i medievirksomheder vanskeliggøres af at branchenomenklaturen er ganske grovmasket på medieområdet, at den økonomiske aktivitet er registreret på CVR-nummer, og at indplaceringen i branche ofte er ganske upræcis.

For at kompensere for dette er der i Mediestatistikprojektet (hvilket har dannet grundlag for en generel metode i Kulturministeriets projekt om den fremtidige kulturstatistik) igangsat et arbejde med at viderebearbejde registerdata, så de kan bruges til en retvisende mediestatistik (kulturstatistik). Der er her tale om en operation, der ikke er lavet før.

Princippet er at matche registerdata i Danmarks Statistik med data fra Mediesekretariatets database over radio- og tv-virksomheder og derpå rense/finkæmme populationen for fejkilder. Data for en virksomhed (et firma) er registreret under den branche hvor virksomheden har sin hovedaktivitet. Et firma er defineret ved den juridiske enhed, hvorved f.eks. DR i den registerbaserede økonomiske statistik kommer til at optræde som én enhed under tv-virksomhed, hvilket er misvisende, da DR også omfatter bl.a. radio og internet. Et andet problem kan være vanskelighed ved at identificere de medierelevante dele af en større ikke-mediekoncern som f.eks. TDC, der bl.a. distribuerer kabel-tv. Samlet betyder disse to forhold, at det har været nødvendigt at foretage dels underopdelinger af branchegrupper, dels at gå i dialog med de større

medievirksomheder og koncerner med henblik på at få oplyst, hvorledes deres aktiviteter fordeler sig på de forskellige medier. F.eks. at få DR til at opdele sin omsætning på hhv. radio- og tv-aktiviteter. Dette er nu lykkedes, og DR vil levere tallene inden udgangen af 2005.

Som illustration af, hvad det på sigt er målsætningen, at virksomhedsstatistikken skal indeholde, er i bilag 2 vist en oversigt over kategorier af medievirksomheder med mulige underopdelinger, oplysninger, der bør fremgå af statistikken, kilder og status for den enkelte kategoris indarbejdelse i mediestatistikken. Som eksempel på en underopdeling af virksomheder kan nævnes:

Medievirksomheder	Underopdeling
Programproducenter	Film /tv
Tv-stationer	Landsdækkende/lokale Kommercielle/ikke-kommercielle Satellit/Kabel/Terrestrisk Betalingstv/free tv
Radiostationer	Landsdækkende/lokale Digitale/analoge Satellit/Kabel/Terrestrisk. Kommercielle/ikke-kommerciel Netradiostation
Platform-operatører/distributører	Terrestrisk Satellit Kabel

Disse opdelinger er foretaget på detailniveau (virksomhedslistes fra CVR-registret) dels på basis af data i Mediesekretariatets database over Radio- og tv-stationer, dels på basis af viden i Mediesekretariatet og assistance fra branchen.

På sigt er det tanken at forsøge at gå et trin dybere og belyse medievirksomhed, forstået som medieaktiviteter. En forudsætning for at gøre dette er at det er muligt at få alle virksomheder, der beskæftiger sig med forskellige typer medieaktiviteter til at fordele deres økonomiske resultater på de enkelte aktiviteter.

Ud over Danmarks Statistik og Mediesekretariatets egne data er Dansk Oplagskontrol (reklamevirksomhed) og platformsoperatører kilder til belysning af medievirksomhederne.

CVR-nummeret

CVR-nummeret er en administrativ enhed - knyttet til firmaet som juridisk enhed. Det benyttes forskelligt i virksomhederne. Nogle store

virksomheder er splittet op i selvstændige enheder med hver deres CVR-nummer (fx TDC og Egmont) mens andre (fx DR) er samlet under et CVR-nummer med en lang række produktionsenheder (DSt: arbejdssteder). Hver produktionsenhed er registreret med en branche, der kan være forskellig fra den branche firmaet (den juridiske enhed) er registreret med.

På medieområdet betyder det fx at al økonomisk aktivitet i DR (fx omsætning) er registreret under ét CVR-nummer, fordi DR er organiseret administrativt under ét – som forening. DR er registreret med branchen TV-virksomhed. Det indebærer, at tal for DR kun opgøres under TV-virksomhed, mens radioaktiviteten ikke er "synlig" på firmaniveauet. Under dette niveau er der 21 produktionsenheder, hvor fx Radiohuset, og de enkelte regionale radioer optræder som selvstændige enheder med hver deres branche.

Statistisk indebærer denne konstruktion, at belysningen af ATP-beskæftigelsen for DR opgøres under branchen Tv-virksomhed, fordi ATP-beskæftigelsen kun er registreret på CVR-nummer niveau, mens den årlige beskæftigelse (herunder novemberbeskæftigelsen) er registreret på produktionsenhedsniveau (arbejdsstedsniveau). Beskæftigelsen opgøres derfor mere præcist på brancheniveau hvad angår novemberbeskæftigelsen.

DR har som tidligere nævnt indvilliget i at foretage en skønsmæssig opdeling af, hvor stor en del af deres aktivitet, der kan henføres til hhv. Tv- og Radiovirksomhed. Da DR er det eneste firma, hvor denne problemstilling gør sig gældende, er der hermed tale om et stort skridt fremad mod en retvisende registerbaseret mediestatistik over Tv-branchen og Radiobranschen.

Populationsinddeling

Behovene for den statistiske belysning af medieområdet knytter sig imidlertid typisk mere til forskellige typer aktiviteter end til branchekoden og CVR-nummeret for at kunne give en relevant statistisk belysning af mediebranchen. Derfor vil der blive lavet underopdelinger af registerstatistikens brancheenheder. I første omgang indskrænkes underopdelingerne til at opdele Tv- og radiobranschen på virksomheder, der som hovedaktivitet er landsdækkende, regionale eller lokale stationer eller programproducenter. Brancheenheder underopdeles på basis af viden i Mediesekretariatet og i brancheorganisationer på en måde, der sikrer diskretionen omkring virksomhedsoplysningerne.

Arbejdet med underopdeling af brancheenheder er ganske omfattende. Forarbejdet er gjort i februar 2005. Resten af arbejdet videreføres i fase 2.

Der laves en underopdeling af Radio- og tv-virksomheder i:

- Virksomhedstype: National, Regional, Lokal, Programproducent
- Platform: Mast, Satellit, Kabel (fællesantenneanlæg/internet).
- Funktionstype: Kommerciel, Ikke-kommerciel

Der sigtes i første omgang efter en opdeling efter virksomhedernes hovedaktivitet. Senere vil det forsøges at indhente oplysninger, der kan bruges som fordelingsnøgler for virksomheder, der har et mix af forskellige aktiviteter.

Hvis det lykkes at gennemføre disse opdelinger, vil materialet blive særdeles detaljeret. Det indebærer imidlertid ikke at alle typer registrerede data kan omsættes i detaljeret statistik. Der skal sikres diskretion om det enkelte firma. Det betyder fx at det ikke må være muligt at identificere præcise tal for et enkelt firmas omsætning og/eller beskæftigelse.

På det længere sigt sker der løbende en justering af nomenklaturen, så den tilpasses udviklingen i samfundet og så den kan imødekomme samfundets behov for statistisk information. Næste gang branchenomenklaturen revideres er med virkning fra 2007. Kulturministeriet er med i arbejdet med at definere de nationale enheder på kulturområdet. Dette arbejde bliver af central betydning for muligheden for at lave relevant registerbaseret mediestatistik i fremtiden.

Populationsafgrænsning

Underopdelinger bliver imidlertid ikke bedre end det registrerede. Erfaringerne viser, at hvis man tager en liste med CVR-numre over kultur"firmaer" og kører dem op mod et register med branchekoder, så vil man finde brancher, man ikke umiddelbart ville forvente. Tilsvarende – hvis man lavede en liste over firmaer i et register med en bestemt kulturbranchekode, så ville der være firmaer, man ville savne. Ofte vil det dreje sig om små eller relativt små firmaer, men der er ingen garanti for at der ikke også vil optræde større firmaer med anden branchekode end forventet.

For at rette op på dette problem er der mellem Kulturministeriet og Danmarks Statistik indgået en aftale om udveksling af informationer på mikroniveau med henblik på at få en mere præcis afgrænsning af populationer. Denne procedure er allerede taget i brug for områderne Museer, Teatre og Medier.

Sumdatasæt

Det følgende vedrørende detaljerede sumdatasæt er et forslag, der er forelagt Danmarks Statistik med henblik på at smidiggøre produktionen af registerbaseret statistik. Fremgangsmåden er også foreslået benyttet i Kulturministeriets projekt om den fremtidige kulturstatistik.

Danmarks Statistik laver detaljerede sumdatasæt (Excel eller PC-AXIS), med enhederne "Antal medievirksomheder", Omsætning og Beskæftigede og fordelinger på variablerne Medievirksomheder, Branche, Ejerforhold, Virksomhedstype, Kommerciel/ikke-kommerciel, Størrelsesgruppe (ATP-beskæftigelse), Omsætningsgruppe.

På basis af de detaljerede sumdatasæt laver Mediesekretariatet de endelige grundtabeller til indlæsning i Medie-Statistikbanken. Dvs.

udvælgelse af hvilke variabler, der skal kombineres i grundtabeller, og den endelige inddeling af værdier i variabelers værdisæt i kategorier der giver en meningsfuld præsentation af materialet, og som samtidig sikrer at Danmarks Statistiks diskretionskrav overholdes. Grundtabellerne skal godkendes af Danmarks Statistik mhp. overholdelse af diskretionskravene.

Diskretionshensyn

I de detaljerede sumdatasæt vil der være mulighed for bagvejsidentifikationer, der ikke ligger inden for rammerne af Danmarks Statistiks diskretionshensyn. Diskretionshensynet indfris ved kontraktlig forpligtelse af Mediesekretariatet til ikke at offentliggøre statistik, der strider mod Danmarks Statistiks diskretionsregler. Mediesekretariatet forpligter sig endvidere kontraktligt til at slette det detaljerede materiale, når de afledte grundtabeller er dannet.

Arkivering

De detaljerede sumdatafiler gemmes i Danmarks Statistik, så det senere er muligt for Mediesekretariatet at danne nye grundtabeller efter behov.

MS database

Mediesekretariatet indhenter for tiden oplysninger om alle stationer, der har tilladelse til at sende. Disse oplysninger er ikke p.t. tilgængelige for statistisk bearbejdning. Oplysningerne skal nyttiggøres til statistisk brug gennem en registrering i Mediesekretariatets database. Målsætningen for denne database er at den skal udvikles til at dække samtlige radio- og tv-stationer i Danmark og foruden de data, der knytter sig til administration af tilskud, indeholde CVR-numre og de ovenfor nævnte underopdelinger. De kunne yderligere suppleres med oplysninger om hvilke aktiviteter den enkelte virksomhed omfattede.

Medie Flash-statistik

Der vil være et betydeligt tidsmæssigt efterslæb på den registerbaserede statistik. Fx vil en statistik, der belyser økonomisiden af mediebranchen for 2003, først være mulig at lave i efteråret 2005. En statistik, der belyser beskæftigelsen i mediebranchen i 2003 vil normalt kunne laves foråret 2005.

En måde at lave en væsentligt hurtigere indikation af udviklingen på medieområdet kunne være en gang om året at købe et udtræk fra CVR-registret for brancherne Tv- og radiovirksomhed og lave en grov statistik over antal virksomheder fordelt på størrelsesgrupper (efter ATP-beskæftigelsen).

Reklameforbrug

Reklameforbruget belyses i form af gengivelse af resultater fra Reklameforbrugsundersøgelsen, der gennemføres af Dansk Oplagskontrol.

Fremstilling af medieprodukter

Fremstilling af medieprodukter – såvel materielle som immaterielle (apparater resp. Software) tages ikke med i statistikdækningen i første omgang, selv om det vil være en aktivitet, der må med, hvis der skal tegnes et samlet billede af den nationale medieøkonomi (som del af oplevelsesøkonomien). Til det samlede billede af den nationale medieøkonomi vil statistik om produktion og im- og eksport af medieindhold også være relevant – på sigt. Her er produktion og eksport af computerspil et interessant eksempel på udfordringen af mediebegrebet. I rapporten "Den danske spilbranches økonomiske og kreative vækstmuligheder", som Mediesekretariatet i september udgav sammen med Det Danske Filminstitut, argumenteres der f.eks. for at computerspil er en aktivitet indenfor medieområdet, der i de kommende år vil få stigende kulturel og økonomisk betydning.

Distribution

Området *distribution* samler statistik om fællesantenneanlæg samt fiber- og bredbåndsnet. Formålet er at følge udviklingen inden for kabel-tv og udbredelsen af nye distributionsformer for radio og tv. Kilderne til disse oplysninger er dels Copy Dan, dels It- og Telestyrelsen. På distributionsområdet spiller konvergensspørgsmålet – hvad der er medieindhold i dag – og dermed hvad der er distribution af medieindhold en central rolle. Skal distribution af nyhedsstof via mobiltelefoner fx regnes med. I så fald falder en del af telefonidistributionen ind under mediebegrebet; noget der ikke var aktuelt da teleområdet udelukkende var formidling af telefonsamtale og telegrafi.

Dele af It- og Telestyrelsens telestatistik vil blive gengivet i Medie-Statistikbanken. Samtidig vil der være overlappende områder, fx internetområdet, der vil blive belyst af andre kilder. På visse områder vil der derved forekomme forskellige tal for noget, der tilsyneladende er det samme. Dette vil skyldes brug af forskellige opgørelsesmetoder. Med risiko for at skabe forvirring vil noget sådant typisk være sund formidlingsmæssig praksis. Det stiller store krav til dokumentation af metode, men generelt vil det være bedre at stille en bred vifte af opgørelser til rådighed end at foretage en selektion af hensyn til forenkling.

Principielt skal en tidssvarende mediestatistik omfatte alle distributionsformer, der er kanaler for spredning af medieindhold – forstået som film/video og lyd (eksklusive telefoni).

Distribution af spil bliver et område, der skal opdyrkes. Traditionelt ligger belysningen af musik og (biograf)film et andet sted i det kulturstatistiske landskab, men givet at målet er at etablere en sammenhængende statistisk belysning af medieområdet må alle medieelementer, dvs. alle de måder medieindhold/-oplevelser der stilles til rådighed for slutbrugerne, på sigt bringes sammen i en sammenhængende præsentation.

COPY-DAN er nøgleaktør hvad angår data om fællesantenneanlæg. Der har været kontakter med COPY-DAN om leverance af data til projektet, og i starten af juni 2005 modtog Mediesekretariatet den første leverance, som var data om antal anlæg. Der skal i den kommende tid arbejdes med også at få tal for antal tilslutninger fra COPY-DAN.

Der er stor efterspørgsel efter statistisk information om den fremadskridende digitalisering af alle typer distributionskanaler (jordbaserede sendere, satellitter og kabelanlæg). Der skal findes måder at belyse denne proces. Her kommer Forenede Danske Antenneanlæg ind i billedet som en central aktør.

Bestand af apparater

Emneområdet apparater omfatter en belysning af bestanden af modtageapparater som f.eks. tv—og radio apparater samt nyere typer af apparater som f.eks. digitale radiomodtagere eller set-top-bokse til modtagning af digitalt tv. Her medtages alle typer apparater, der videreformidler medieindhold. Formålet er at følge udbredelsen af medieapparater i hjemmene, digital tv, alternativer til tv, DAB m.m. Den centrale kilde til disse oplysninger er Gallups TV-Meter undersøgelse. For visse apparattyper går udviklingen meget langsom, hvorfor det ikke vil være interessant at følge udviklingen tæt. For andre sker udviklingen så hurtigt, at der vil være stor interesse i at følge udviklingen i bestanden så tæt som muligt for at fange forandringer ind så hurtigt som muligt.

Det er vigtigt at brugere af statistikken oplever statistikbanken som dynamisk og vital. Der er stærk efterspørgsel på informationer om hvordan udbredelsen af apparater, der er på vej ind på markedet, skrider frem. Her er DAB-radioen et godt eksempel. Derfor er det væsentligt at have et apparat med så snart det kan registreres i opgørelserne. En så hyppig frekvens som mulig, så der er adgang til de friskeste tal, vil være relevant. I praksis vil det sige Gallups kvartalsopgørelser i Annual Survey, som fra starten er den primære kilde til belysning af bestanden af apparater, evt. suppleret med salgstal fra fx BFE og Nordini for nye typer apparater, der er på vej ind på markedet.