

# Kommenteret høringsnotat

22. januar 2024

## Høring over udkast til bekendtgørelse om udbud af public-service lydunivers med indhold til børn og unge

Kulturministeriet sendte den 7. december 2023 udkast til bekendtgørelse om udbud af public service-lydunivers med indhold til børn og unge i offentlig høring med frist for høringssvar den 9. januar 2024.

Ved fristens udløb er der indkommet 19 høringssvar fra Forbrugerrådet Tænk, Medierådet for børn og unge, Radio- og tv-nævnet, Pressenævnet, Story House Egmont, Zetland, Aller Media A/S, Heliko (Julie Bang, CEO, Heliko og Rebecca Bach-Lauridsen, uddannelsesleder på Manuskriptskolen for Børnefiktion), Rakkerpak Productions, Center For Podcasting, Dansk Skuespillerforbund, Danske Dramatikere, Danske Filminstruktører, Forfatterselskabet, Danske Døves Landsforbund, Høreforeningen, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Erhvervsstyrelsen. Forbrugerombudsmanden har ikke haft bemærkninger.

I det følgende redegøres for hovedsynspunkterne i de modtagne høringssvar samt Kulturministeriets bemærkninger hertil. Der er modtaget bemærkninger til følgende emner:

- Krav til nyproduktion
- Krav til målgruppe og segmentering
- Krav til programindhold
- Supplement til lydprogrammer
- Krav om målgruppeinddragelse
- Krav til organisation
- Distribution og tilrådighedsstillelse på tredjepartsplatforme
- Reklamer, sponsorering og produktplacering
- Radio- og tv-nævnets vurdering af ansøgninger
- Tilladelsens varighed og mulighed for forlængelse
- Lancering af lyduniverset
- Kendskabsmåling
- Rettigheder til programudbud
- Rimelig fortjeneste
- Øvrige bemærkninger

### Krav til nyproduktion

Story House Egmont, Aller Media A/S, Zetland, Heliko, Center for Podcasting og Rakkerpak Productions bemærker, at kravet om 30 timers nyproduceret indhold om ugen til så bred en målgruppe ikke er realistisk inden for den afsatte økonomiske ramme. Aktørerne opfordrer til, at de kvantitative krav sænkes, så der kan fokuseres mere på kvalitet i de enkelte programmer.

Center for Podcasting og Aller Media A/S anbefaler, at kravet til nyproduktion nedjusteres til højst 20 timer ugentligt henset til tilskuddets størrelse og krav til bredden i programudbuddet. Center for Podcasting fremhæver, at podcast kendetegnes ved korte formater af varierende længde, som kræver forberedelse, tilrettelæggelse, produktion mv. og fremhæver desuden, at produktionspriserne er steget.

Story House Egmont vurderer, at 7-10 programepisoder om ugen af varierende længde, der er af høj kvalitet og testet af målgruppen, er realistisk inden for den afsatte økonomiske ramme.

Rakkerpak Productions, Heliko og Center for Podcasting fremhæver, at kravet til nyproduktion minder om krav til traditionelle radiostationer i tidligere udbud. De argumenterer for, at der i et udbud af en netbaseret tjeneste, hvor der ikke er krav om flowradio, bør skabes større rum til gennemarbejdede koncepter, der kan høres gentagne gange, som særligt børn efterspørger.

Heliko bemærker, at en nedjustering af kravet til nyproduktion også vil øge muligheden for at skabe synergi med film-, bog- og spilbranchen og udvikle koncepter, der kan versioneres og sælges til udlandet.

Zetland bemærker, at det ikke fremgår klart, hvornår kravet om de 30 timers nyproduktion gælder fra, og om timerne kan fordeles ud over året. Derudover finder Zetland det ikke klart i hvilken grad musik og lydbøger, som tidligere er udgivet, kan medregnes som nyproduktion, herunder i hvilken grad musik kan behandles redaktionelt.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet noterer bemærkningerne om, at et udbud af en netbaseret tjeneste med en demand lydindhold adskiller sig fra tidligere udbud af radio- og DAB-kanaler, hvor der skal udfyldes en sendeflade samt, at udvikling og produktion af kvalitetslydprogrammer til børn generelt kræver flere ressourcer end produktion af flowradio til voksne.*

*Kulturministeriet har i forbindelse med udarbejdelsen af bekendtgørelsen vurderet, at det på trods af dette er hensigtsmæssigt at stille et kvantitativt krav til hvor meget nyproduceret programindhold, der skal tilbydes i lyduniverset. Det foreslåede krav til nyproduktion er udarbejdet med udgangspunkt i de kvantitative krav i tidligere lignende udbud.*

*Kulturministeriet finder på baggrund af høringssvarene anledning til at nedjustere kravet til nyproduktion til minimum 20 timer om ugen. Derudover finder Kulturministeriet, at der er hensigtsmæssigt at justere bestemmelsen, så der gives mulighed for, at mængden af nyproduceret indhold pr. uge kan variere, så der i gennemsnit skal stilles minimum 20 timers nyproduktion til rådighed om ugen opgjort over tre fortløbende måneder.*

*Kulturministeriet bemærker, at det fremgår af bekendtgørelsens § 40 stk. 3, at minimumskrav til nyproduktion skal være opfyldt senest to måneder efter public service-virksomhedens start. I denne bestemmelse ligger en mulighed for at afvige kravene i de første 2 måneder efter lyduniversets lancering. Dette er foreslået ud fra et hensyn til, at der ikke nødvendigvis kan forventes fuld produktion fra første dag efter lanceringen. Kulturministeriet ser ikke grund til at regulere dette yderligere.*

*Det fremgår af bekendtgørelsens § 2, 5. punkt, at nyproduktion defineres, som lydprogrammer, der ikke tidligere har været gjort tilgængelige. Det betyder at indhold, der tidligere har været gjort tilgængelig eller udgivet i lyduniverset eller andre steder, ikke medregnes som nyproduktion. Kulturministeriet ser ikke grund til at præcisere definitionen nærmere.*

### **Krav til målgruppe og segmentering**

Radio- og tv-nævnet, Story House Egmont og Zetland bemærker, at den foreslåede målgruppe på 3-13 år er meget bred og divers. Radio- og tv-nævnet og Center for Podcasting tilføjer, at målgruppen bør betragtes som en børnemålgruppe frem for en børn og unge-målgruppe.

Story House Egmont finder det hensigtsmæssigt, at den primære målgruppe er 6-13 år, så den omfatter børn i indskoling og mellemtrinnet, der er gamle nok til at fastholde koncentrationen, men dog ikke kan anvende voksenindhold. Målgruppen foreslås med vished om, at både yngre og ældre børn også vil benytte tilbuddet.

Rakkerpak Productions foreslår at udvide målgruppen til 15 år, så udskoling og ungdomsfaget omfattes og bemærker, at 3-årige kun vil kunne lytte til meget simple udsendelser.

Center for Podcasting ser fornuft i at målrette lyduniverset til enten børn eller unge og opfordrer til, at der arbejdes for at tilbyde lydindhold til unge i aldersgruppen 14-25 år på anden vis.

Zetland foreslår, at målgruppen justeres til 10-20 år, da denne gruppe i dag særligt henvises til internationale reklamefinansierede platforme, ligesom en ældre målgruppe kan give bedre mulighed for at eksperimentere med indhold, medietyper og formater.

Radio- og tv-nævnet noterer sig, at det er op til tilladelseshaver at fastsætte segmenteringen af målgruppen, ligesom der med tilskuddet ikke er allokeret et nærmere fastsat beløb til produktion af indhold til de forskellige segmenter.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*I medieaftalen fremgår, at lyduniverset skal udformes som "et lydunivers med indhold til børn og unge" samt at "universerne skal have differentierede tilbud til de forskellige alderstrin". I udbudsbekendtgørelsen foreslås, at lyduniverset målrettes aldersgruppen 3-13 år, og at programudbuddet segmenteres inden for målgruppen.*

*Kulturministeriet noterer bemærkninger om, at målgruppen primært er centreret om børn, og at der også bør udbydes for lydtilbud til unge fra 14 år op.*

*Kulturministeriet finder, at det henset til den afsatte økonomiske ramme er hensigtsmæssigt, at lyduniversets målgruppe ikke er for bred. Den foreslåede målgruppe afspejler en prioritering af at udbyde et lydtilbud, der kan skabe nye og sunde lyttevaner blandt børn i både børnehave, indskoling og mellemtrin. I fastlæggelsen af den foreslåede målgruppe har Kulturministeriet desuden skelet til Sveriges Radios tilbud til børn, der er målrettet 3-13 årige.*

*Kulturministeriet ser ikke anledning til at justere målgruppen på baggrund af høringen, idet det vurderes, at der med et justeret krav til nyproduktion på 20 timer om ugen kan tilbydes et varieret programudbud til den foreslåede målgruppe.*

*Kulturministeriet bemærker at, det er op til ansøgerne at definere segmenteringen, ligesom der ikke stilles krav til, hvordan produktionen fordeles på tværs af de valgte segmenter. I vurderingen af ansøgningerne skal Radio- og tv-nævnet lægge vægt på, i hvor høj grad segmenteringen vurderes at indeholde relevante og originale lydprogrammer for alle alderstrin inden for målgruppen.*

*Formålet med den foreslåede model er at give ansøgere frihed til at definere, hvordan de mener, at der bedst skabes et differentieret tilbud, samtidig med at det sikres, at lyduniverset omfatter relevante tilbud til hele målgruppen. På denne baggrund ser Kulturministeriet ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

### **Krav til programindhold**

Center for Podcasting udtrykker begejstring for de foreslåede indholdskategorier men bemærker, at særlig drama er dyrt at producere. Center for Podcasting betragter drama som en væsentlig del af lyduniversets programkatalog og foreslår en multiplikationsfaktor, som er anvendt i tidligere udbud, således at eksempelvis 1 times nyproduceret drama tæller for 2 timers nyproduceret indhold.

Story House Egmont bemærker, at en ugentlig aktualitetsudsendelse på 30 minutter er passende, og at der skal lægges op til brede formater, der kan ramme målgruppen. Story House Egmont mener, at det i videst muligt omfang bør være op til de private aktører med erfaring med indholdsproduktion til børn at definere det konkrete indhold ud fra en overordnet ramme.

Heliko bemærker, at indholdskategorierne vidner om en forestilling om indhold, der minder om radioprogrammer. De bemærker, at børn får information, fakta og indtryk i dag og i højere grad mangler fortællinger, der giver viden form. Heliko fremhæver, at børn lytter anderledes end voksne, og at der er behov for at skabe fortællinger, der udnytter lydmediets potentiale, hvad end der er tale om samfunds-, fakta-, kultur eller musikstof.

Rakkerpak Productions bemærker at, kravene til programudbuddet er løst formuleret og anerkender, at det kan være en fordel, da vinderen af udbuddet dermed selv

kan definere indholdet. Rakkerpak Productions opfordrer dog til at stille mere ambitiøse krav til indholdet og foreslår, at kategorien samfund gøres obligatorisk med krav om klassiske journalistiske programmer, og at der tilføjes kategorier som videnskab, historie og religion. Rakkerpak Productions mener også, at det skal være et krav, at der benyttes formater og genrer som reportage, dokumentar, feature, montage og dramadokumentar, der giver mulighed for at skabe velkomponerede historier i høj kvalitet. Rakkerpak Productions er bekymret for, at disse formater nedprioriteres, da produktionen kræver særlige teknikker og mange ressourcer.

Radio- og tv-nævnet finder definitionen af programkategorierne hensigtsmæssige, idet de i det store hele følger sædvanlige definitioner som følge af ESCORT 2007 samt den begrebsterminologi, som anvendes i øvrige udbudsbekendtgørelser udstedt i medfør af radio- og fjernsynsloven.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*I mediaaftalen fremgår, at "lyduniverset skal have differentierede tilbud til de forskellige alderstrin inden for lyd, herunder nyheder, reportage, debat, satire, lydbøger, musikprogrammer m.v."*

*I forbindelse med udarbejdelsen af bekendtgørelsen har Kulturministeriet modtaget input fra branchen på et teknisk lyttemøde i september 2023. Her fremhævede flere deltagere væsentligheden af, at der er frihedsgrader i krav til programindhold, og at kravene afspejler, hvilke brugeroplevelser indholdet skal skabe.*

*Formålet med de foreslåede programkategorier er dels at give tilladelseshaver mulighed for at definere programmernes format og indhold og samtidig skabe så klare og præcise krav, at de kan benyttes i Radio- og tv-nævnets gennemførelse af udbuddet. Kulturministeriet noterer, at Radio- og tv-nævnet vurderer, at de foreslåede definitioner af programkategorierne er hensigtsmæssige.*

*Kulturministeriet noterer branchens ønsker om, at der på den ene side gives mere frihed til at skabe indhold, der adskiller sig fra traditionelle radioprogrammer, og at det på den anden side sikres, at dramaproduktioner, reportage, dokumentar m.v. prioriteres på trods af høje produktionsomkostninger.*

*Kulturministeriet finder, at der med de foreslåede rammer opfordres og gives plads til, at ansøgere demonstrerer deres erfaring med produktion af lydindhold til børn og unge, ligesom det vægter i Radio- og tv-nævnets vurdering.*

*Kulturministeriet forventer, at den foreslåede justering af krav til nyproduktion kan skabe større rum for at løfte kvaliteten af programudbuddet bl.a. gennem prioritering af mere ressourcekrævende produktioner. På denne baggrund ser Kulturministeriet ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

## **Supplement til lydprogrammer**

Zetland bemærker, at lydprogrammer er det eneste medie, der kan opfylde minimumskravene for tilskud i bekendtgørelsen. Zetland mener, at både video, tekst, billeder og events bør udnyttes for at give universet gennemslagskraft.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Det fremgår af medieaftalen, at ”der skal udbydes et lydunivers med indhold til børn og unge”. På den baggrund er udbuddets genstand defineret som en tjeneste, der har til formål at udbyde et bredt katalog af public service-lydprogrammer. Krav til programudbuddet vedrører derfor kun lydprogrammer.*

*Kulturministeriet fastholder, at udbuddets formål er at skabe kvalitetsindhold til målgruppen, og at dette ikke kan erstattes med andre former for medieindhold.*

*Kulturministeriet ser dog anledning til at præcisere under øvrige tilladelsesvilkår, at tilladelseshaver kan vælge at supplere lydprogrammerne med video-, tekst- og billedmateriale m.v., så længe minimumskravene til programudbuddet er opfyldt.*

## **Krav til målgruppeinddragelse**

Rakkerpak Productions har erfaret, at det er mere udfordrende at få børn fra provinsen til at engagere sig i lydproduktioner sammenlignet med børn i hovedstaden og opfordrer til, at der lægges vægt på at inkludere børn fra hele landet.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet bemærker, at der ikke er krav om målgruppeinddragelse i medieaftalen. Kulturministeriet har på baggrund af input fra branchen på et teknisk lyttemøde i september 2023 foreslået et krav om målgruppeinddragelse, der har til formål at øge kvaliteten af indholdet, så det bliver mere relevant og aktuelt for målgruppen.*

*Kulturministeriet finder, at det foreslåede krav opfylder formålet og ser ikke grund til at pålægge tilladelseshaver yderligere krav om geografiske hensyn i forbindelse med målgruppeinddragelse. På denne baggrund ser Kulturministeriet ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

## **Krav til organisation**

Story House Egmont bemærker, at begrebet privat aktør i § 4 må forstås som et selvstændigt selskab, som evt. kan være et datterselskab i en større koncern.

Story House Egmont påpeger, at alle selskabets omkostninger til markedsføring og udvikling af og/eller køb af teknologisk platform samt indkøb af programarkiv/lydbøger skal kunne indregnes for at give et retvisende billede af de faktiske omkostninger ved udbredelse, produktion og drift af lyduniverset.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Det fremgår af bekendtgørelsens § 4, at tilladelseshaver skal være en selvstændig juridisk enhed, hvis eneste formål er at drive det digitale public service-lydunivers med indhold til børn og unge med tilskud. Tilladelseshaver må desuden drive anden virk-*

somhed i tilknytning til public service-programvirksomheden med henblik på udnyttelse af tilladelseshaverens tekniske udstyr, særlige sagkundskab m.v., jf. bekendtgørelsens § 18.

Kulturministeriet bekræfter, at den selvstændige juridiske enhed kan være et datterselskab og bemærker, at der i ansøgningen skal redegøres for, hvordan adskillelse fra andre selskaber sikres jf. § 30, ligesom der stilles krav om regnskabsmæssig adskillelse mellem public service-virksomheden og anden virksomhed, jf. § 49.

Kulturministeriet bemærker, at det fremgår af bekendtgørelsens § 48 at aktiviteter, der er omfattet af bekendtgørelsen og tilladelsen til at drive public service-programvirksomheden henregnes til public-service-virksomheden. Hertil er der krav om, at ansøgningen skal indeholde en plan for driften med budgetoverslag og en realistisk omkostningsfastsættelse af den planlagte public service-virksomhed, distribution og tilrådighedsstillelse. jf. § 38. Kulturministeriet vurderer, at dette omfatter omkostninger til udviklingsomkostninger til og/eller køb af teknologisk platform samt indkøb af programarkiv/lydbøger.

Kulturministeriet ser på baggrund af høringssvaret anledning til at præcisere, at der i planen for driften også skal indgå forventede markedsføringsomkostninger. Det præciseres desuden, at Radio- og tv-nævnet tager højde for disse i vurdering af ansøgers plan for driften.

### **Distribution og tilrådighedsstillelse på tredjepartsplatforme**

Center for Podcasting advarer mod at distribuere statsfinansieret indhold på kommercielle platforme som Spotify, Apple og Google uden betaling. De mener, at det vil styrke techgiganternes magt over dansk indhold, da disse virksomheder udnytter deres position til at generere indtægter fra podcasts og fremme eget indhold.

Center for Podcasting påpeger, at virksomheder som Spotify forbeholder sig ret til at anvende uploadet indhold til maskinlæring og indholdsudvikling, hvilket ifølge Center for Podcasting kan skabe usikkerhed omkring, hvordan Spotifys AI udnyttes og potentielt skævvride konkurrencen for danske medier og dansk indhold.

Story House Egmont vurderer, at op mod halvdelen af tilskudsrammen vil skulle anvendes til markedsføring og annoncering for at sikre tilstrækkelige lyttortal.

Story House Egmont foreslår derfor et forpligtende samarbejde med DR og/eller TV 2, så lyduniverset også udbredes og markedsføres via deres platforme. På denne måde reserveres flere ressourcer til indholdsproduktion, ligesom det undgås, at pengene ender hos techgiganterne.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

Kulturministeriet bemærker, at der fremgår af medieaftalen, at "det skal undersøges, om indholdet kan stilles gratis til rådighed på andre platforme for at øge lyttertallene."

*Kulturministeriet noterer bemærkninger om, at der ligger et iboende dilemma mellem at overdrage kontrol til udbydere af andre platforme og øge lyduniversets potentielle rækkevidde ved at stille programindholdet til rådighed her.*

*Kulturministeriet finder, at det er hensigtsmæssigt at tilladelseshaver har mulighed for at distribuere indholdet på tredjepartsplatforme, men at det ikke er et krav.*

*Kulturministeriet noterer forslaget om at forpligte DR og/eller TV 2 til at tilgængeliggøre lyduniversets indhold. I medieaftalen fremgår, at "lyduniverset skal udbydes til en privat aktør", og på den baggrund kan tilladelsen ikke meddeles DR. Kulturministeriet vurderer desuden, at DR og TV 2 ikke kan forpligtes til at tilgængeliggøre materiale, som de ikke har redaktionelt ansvar for.*

*Kulturministeriet noterer bemærkningen om, at der vil skulle anvendes en betydelig andel af tilskudsmidlerne til markedsføring for at udbrede lyduniverset, men fremhæver også, at der ikke stilles specifikke krav til opnåede lytter- eller brugertal.*

*På denne baggrund ser Kulturministeriet ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

## **Reklamer, sponsorering og produktplacering**

Forbrugerrådet Tænk og Medierådet for børn og unge ser positivt på, at der ikke kan indgå reklamer på lyduniversets app og hjemmeside eller i forbindelse med de enkelte programmer.

Forbrugerrådet Tænk, Radio- og tv-nævnet, Medierådet for børn og unge og Zetland udtrykker bekymring for, at sponsorering og produktplacering kan indgå i public service-virksomheden på trods af de foreslåede begrænsninger i bekendtgørelsen.

Forbrugerrådet Tænk bemærker, at lyduniverset målrettes børn, der er en letpåvirkelig forbrugergruppe, som har svært ved at afkode kommercielle budskaber.

Forbrugerrådet Tænk påpeger, at produktplacering i audiovisuelle børneprogrammer er forbudt ifølge AVMS-direktivet og argumenterer for, at de samme hensyn bør gælde lydprogrammer.

Medierådet for børn og unge mener, at bekendtgørelsens § 21, nr. 1 om identificering af sponsorering og produktplacering er uklar, og at ordlyden i reklamebekendtgørelsens § 26 er mere præcis. Rådet spørger om reklamebekendtgørelsens bestemmelser kan anvendes i fortolkningen af bekendtgørelsen.

Medierådet for børn og unge finder ligeledes, at § 21, nr. 12 om, at sponsorering og produktplacering ikke må skade mindreårige på fysisk, psykisk eller moralsk vis, er uklar, herunder i forhold til, om der f. eks navnlig er tale om pornografisk indhold eller umotiveret vold.

Medierådet for børn og unge bemærker, at der bør være særlig fokus på håndhævelse af bestemmelser om sponsorering og produktplacering, da børn nyder særlig beskyttelse i forhold til samarbejder og sponsorater.



Zetland ser en risiko for, at ende med et reklamefyldt univers, der ellers bør være helt frit for kommercielle interesser. Såfremt muligheden for sponsorer fastholdes, bør de ifølge Zetland defineres klarere og indeholde et forbud mod at modtage betaling for omtale af produkter, brandnavne m.v.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet bemærker, at det følger af udkastet til bekendtgørelsen, at det er valgfrit at benytte sponsoreret indhold og produktplacering i programvirksomheden.*

*På et teknisk lyttemøde afholdt i september 2023 fremhævede aktører fra branchen, at sponsorer er et godt grundlag for at skabe relevante samarbejder. I bekendtgørelsen er det foreslået, at tilladelseshaver kan benytte sponsorer og produktplacering, der kan medvirke til, at skabe så meget relevant kvalitetsindhold som muligt, ligesom der er opstillet retningslinjer for brug af sponsoreret indhold og produktplacering efter bestemmelserne i radio- og fjernsynsloven.*

*Kulturministeriet noterer branchens bemærkninger og ser på den baggrund anledning til at justere bekendtgørelsen, så sponsoreret indhold og produktplacering ikke kan indgå i programvirksomheden. Der åbnes dog for, at programmer sponsoreret af offentlige institutioner og stiftelser, fonde og foreninger m.v. med almennyttige formål kan indgå i public service-programvirksomheden. Dette svarer til de vilkår for sponsorer, der gælder for DR, jf. radio- og fjernsynsloven.*

*Kulturministeriet har på baggrund af høringssvarene desuden præciseret bestemmelsen om identificering af sponsoreret indhold i § 21, nr. 1.*

## **Tildelingskriterier og Radio- og tv-nævnets vurdering af ansøgninger**

Radio- og tv-nævnet noterer, at ansøgere ikke skal konkurrere på pris, og Center for Podcasting glæder sig over, at pris ikke er et konkurrenceparameter.

Radio- og tv-nævnet velkommer muligheden for at indhente sagkyndig bistand ved vurderingen af de indkomne ansøgninger for dermed at kunne inddrage alle relevante forhold i den samlede vurdering af ansøgningerne.

Center for Podcasting mener, at det er væsentligt, at der foregår en kvalificeret og redelig bedømmelsesproces og opfordrer til, at Radio- og tv-nævnet forpligtes til at indhente børnesagkyndig bistand, ligesom de bør tilskyndes til at indhente bistand på anden vis, herunder især podcastfaglighed og viden om digitale medier.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet bekræfter, at der ikke indgår et priselement i skønhedskonkurrencen, og at ansøgere ikke skal konkurrere på pris.*

*Kulturministeriet noterer desuden bemærkninger vedr. indhentelse af sagkyndig bistand i forbindelse med vurderingen af ansøgninger. Kulturministeriet understreger,*

*at det er op til Radio- og tv-nævnet at vurdere om og i hvilken grad, nævnet vil tilknytte sagkyndig bistand i forbindelse med gennemførelsen af udbuddet. På denne baggrund ser Kulturministeriet ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

### **Tilladelsens varighed og mulighed for forlængelse**

Radio- og tv-nævnet, Zetland og Center for Podcasting bemærker, at tilladelsesperioden på knap 2,5 år er kort tid til at opnå succes med et nyt public service-tilbud og sikre kvalitet i både indhold, distribution og udbredelse.

Zetland fremhæver, at etableringsfasen vil udgøre en uforholdsmæssig stor del af tilladelsesperioden og mener, at tilladelsen som minimum bør løbe fire år, idet de anerkender, at tidsrammen for udbuddet er fastlagt i medieaftalen.

Center for Podcasting håber, at der udvises forståelse for, at det er vanskeligt at vise sit værd over så kort en periode, og at der allerede nu planlægges et genudbud.

Radio- og tv-nævnet noterer muligheden for at forlænge tilladelsen på det væsentlige uændrede vilkår i op til 4 år på baggrund af fornyet politisk aftale.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet noterer branchens bemærkninger om tilladelsens varighed og forbehold for, at der kan etableres et succesfuldt public service-tilbud inden for den angivne tidsramme.*

*Kulturministeriet bemærker, at det er vedtaget i medieaftalen, at tilladelsesperioden udløber ved udgangen af 2026. Det fremgår desuden af medieaftalen, at ”forligskredsen vil evaluere initiativet”.*

*Henset til den korte tilladelsesperiode finder Kulturministeriet, at det er hensigtsmæssigt, at tilladelsen kan forlænges på det væsentligt uændrede vilkår i op til fire år på baggrund af fornyet politisk aftale. På denne baggrund ser Kulturministeriet ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

### **Lancering af lyduniverset**

Story House Egmont bemærker, at det vil kræve 3-6 måneder for en privat aktør at forberede lyduniverset, herunder at producere tilstrækkeligt indhold, så der kan tilbydes en række færdige programserier ved lanceringen. Story House Egmont mener ikke, at det er realistisk, at lancere lyduniverset i løbet af 2024 inden for den afsatte økonomiske ramme i 2024, som dækker et halvt års udvikling, drift og programproduktion. Lyduniverset bør ifølge Story House Egmont først skulle lanceres den 1. januar 2025.

Zetland mener, at der bør være en etableringsperiode på minimum seks måneder mellem endeligt tilsagn og forventet drift.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet bemærker, at udbudsbekendtgørelsen er udarbejdet med en forventning om, at Radio- og tv-nævnet kan gennemføre udbuddet og udpege en vinder i juni måned 2024. Der er dermed indbygget en etableringsperiode på ca. 4 måneder, jf. bekendtgørelsens § 12 om, at lyduniverset stilles til rådighed fra den 1. november 2024. Hertil kommer, at minimumskrav til nyproduktion først skal opfyldes to måneder efter public service-virksomhedens start, jf. § 40, stk. 3.*

*De foreslåede datoer for lancering af lyduniverset skal ses i lyset af, at det henset til den korte tilladelsesperiode er hensigtsmæssigt, at lyduniverset lanceres hurtigst muligt.*

*Kulturministeriet noterer bemærkninger om behovet for op til 6 måneders etableringsperiode og ser på den baggrund anledning til at justere bekendtgørelsen, så lyduniverset senest skal stilles til rådighed fra den 1. december 2024. Med justeringen samt bestemmelsen om, at kravene til nyproduktion først skal opfyldes to måneder efter public service-virksomhedens start, finder Kulturministeriet, at der garanteres en tilstrækkelig etableringsperiode.*

### **Kendskabsmåling og opgørelse af brugere**

Radio- og tv-nævnet bemærker, at det efter nævnets opfattelse vil være vanskeligt at vurdere, om lyduniverset for børn og unge er en succes henset til den korte tilladelsesperiode. Radio- og tv-nævnet noterer sig desuden, at der ikke er krav til lyttartal i bekendtgørelsen og lægger til grund, at nævnet ikke skal vurdere lyttartal.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet noterer Radio- og tv-nævnets forbehold for, at der kan skabes et billede af, om lyduniverset er en succes.*

*Kulturministeriet bekræfter, at der ikke stilles specifikke krav til lyttartal i udbudsbekendtgørelsen, hvorfor nævnet ikke skal føre kontrol med lytter- eller brugertal.*

*Kulturministeriet understreger, at der i bekendtgørelsens § 44, stk. 4-5 stilles krav om, at tilladelseshaver skal tilmelde sig og anvende brancheanerkendte målinger af brugen af on demand lydprogrammer, ligesom public service-redegørelsen skal indeholde oplysninger om og dokumentation for fordelingen af lydprogrammer på programkategorier, og hvordan de er anvendt af lytterne.*

*Det fremgår af medieaftalen, at ”forligskredsen vil evaluere initiativet”, hvorfor der stilles krav om, at der gennemføres en kendskabsmåling til dokumentation af lytternes og befolkningens kendskab til og vurdering af lyduniverset. De nærmere rammer for kendskabsmålingen aftales mellem Kulturministeriet og tilladelseshaver. Kulturministeriet ser på denne baggrund ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

### **Rettigheder til programarkiv**

Dansk Skuespillerforbund, Danske Dramatikere og Forfatterselskabet bemærker, at det bør fremgå af bekendtgørelsen og udbudsmaterialet, at brug af ophavsretligt

beskyttet indhold i lyduniverset skal overholde ophavsretsloven, så ophavsretspersoner, der står bag indhold på tjenesten, kan opnå rettighedsbetaling i henhold til bestemmelser om kollektive aftale- og aftalelicensordninger.

Dansk Skuespillerforbund og Danske Filminstruktører mener, at det bør præciseres i § 60, stk. 4, at rettigheder til indhold i programarkivet også kan indehaves af ophavs personer, producenter, udøvende kunstnere m.v.

Zetland mener, at indhold produceret for tilskud bør udbydes efter tilladelsesperiodens udløb, og at branchens øvrige aktører bør ligestilles med udbudsvinderen i køb og videreførelse af immaterielle rettigheder.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet bemærker, at tilladelseshaver vil være omfattet af ophavsretsloven, og ser ikke anledning til at anføre dette i bekendtgørelsen.*

*I overensstemmelse med praksis i de seneste lignende udbud fremgår det af bekendtgørelsen, at alle rettigheder til det programarkiv, der frembringes af tilladelseshaveren i tilladelsesperioden, tilhører tilladelseshaveren. Kulturministeriet bemærker desuden, at det frembragte programarkiv indgår som et aktiv i public service-virksomheden og er omfattet af bestemmelser om claw back-opgørelser. Kulturministeriet finder det hensigtsmæssigt, at udbuddet er attraktivt for de mest kompetente aktører og ser på den baggrund ikke anledning til at ændre i bestemmelser om rettigheder til programarkivet.*

### **Rimelig fortjeneste**

Story House Egmont bemærker, at en privat aktør bør have mulighed for et afkast på investeret kapital på minimum ti procent. Det er Story House Egmonts erfaring, at private virksomheder som minimum kalkulerer med et afkast på ti procent ved igangsættelse af nye medievirksomheder for at sikre en bæredygtig forretning. Story House Egmont påpeger, at et afkast på ti procent er i tråd med tidligere radio- og DAB-udbud. Story House Egmont vurderer, at rammerne i bekendtgørelsen ikke er forholdsmæssige attraktive eller rentable for kommercielle virksomheder, da de er forbundet med stor risiko og et potentielt lavt afkast.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet finder, at en rimelig fortjeneste for tilladelseshaver skal fastsættes på grundlag af de økonomiske risici, som tilladelseshaver vil skulle påtage sig. Dette kan bl.a. være risici forbundet med opstartsudgifter inden produktion. Risikofaktorerne kan siges primært at knytte sig til, at det samlede tilskud for tilladelsesperioden muligvis ikke vil kunne dække udgifterne, fordi det er fast. Samtidig mindskes risiciene for tilladelseshaver dog betydeligt på grund af en konstant og forud fastlagt offentligt finansieret finansieringsstrøm.*

*Kulturministeriet bemærker, at der ved fastsættelsen af en rimelig fortjeneste også bør tages højde for, at udbuddet skal være attraktivt for de mest kompetente aktører, så disse har et økonomisk incitament til at deltage i udbuddet.*

*Kulturministeriet finder, at et rimeligt afkast af den af ejerne investerede kapital udgør en rimelig fortjeneste for en public service-udbyder uden adgang til reklame, sponsering og brugerbetaling, samtidig med at der tages højde for de relativt lave risici forbundet med at levere de specifikke offentlige tjenesteydelser.*

*Kulturministeriet bemærker, at den rimelige fortjeneste i tidligere lignende udbud ligeledes har udgjort et afkast af den af ejerne investerede kapital på 5 pct. Hertil kom en mulighed for at øge forrentningen af den investerede kapital med yderligere 5 % på baggrund af opfyldelse af KPI'er vedr. kendskabsniveau og programkvalitet. Opfyldelsen blev opgjort kvantitativt på baggrund af en årlig kendskabs- og kvalitetsmåling. Muligheden for at øge forrentningen har været betragtet som en bonus for opfyldelse af kvalitetsmål og ikke som en del af den rimelige fortjeneste.*

*I bekendtgørelsen er der ikke foreslået kvalitetsmål for kendskab og programkvalitet i udbuddet af lyduniverset. Det skyldes dels, at der er tale om et helt nyt public service-tilbud med en kort tilladelsesperiode, hvilket gør det vanskeligt at formulere realistiske og rimelige kvalitetsmål. Ydermere er lyduniversets målgruppe relativt lille, ligesom der er særlige omstændigheder forbundet med undersøgelser, der omfatter børn. Det vurderes, at der vil være usikkerheder forbundet med at fastslå det faktiske kendskabsniveau og udviklingen af dette. På denne baggrund finder Kulturministeriet, at der er hensigtsmæssigt, at der ikke opstilles KPI'er.*

*På denne baggrund ser Kulturministeriet ikke anledning til at ændre modellen for rimelig fortjeneste. Kulturministeriet vurderer fortsat, at et afkast af den af ejerne investerede kapital på 5 pct., er rimelig.*

## **Øvrige bemærkninger**

### Medieansvar

Pressenævnet oplyser, at nævnets kompetence følger af medieansvarslovens § 1, der omfatter både trykte medier, radio og TV samt elektroniske medier, der har indgivet anmeldelse til Pressenævnet. Pressenævnet har noteret sig, at det ikke er en betingelse for meddelelse af tilladelse til at udbyde et public service-lydunivers, at public service-programvirksomheden er omfattet af Pressenævnets kompetence eller på ansøgningstidspunktet er anmeldt hos Pressenævnet. Pressenævnet bemærker, at den platform, hvor programudbuddet udbydes on demand, vil kunne være omfattet af nævnets kompetence, såfremt denne platform er omfattet efter medieansvarslovens § 1, nr. 1-3.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet ser på baggrund af Pressenævnets høringssvar anledning til at præcisere, at det er en forudsætning for opretholdelse af tilladelsen, at tilladelseshaver er anmeldt hos Pressenævnet i hele tilladelsesperioden og dermed omfattes af nævnets kompetencer som andre public service-udbydere. Det præciseres desuden, at Radio- og tv-nævnet fører tilsyn med dette og kan inddrage tilladelsen, hvis kravet ikke er opfyldt.*

### Udbuddets genstand

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen bemærker, at hele eller dele af det påtænkte programudbud kan svare til eller minde om udbud, der findes hos kommercielle aktører. Styrelsen bemærker, at det er vigtigt at være opmærksom på, at en ny offentlig støttet aktør ikke bliver en direkte eller indirekte konkurrent til kommercielle aktører.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen bemærker desuden i forhold til bekendtgørelsesudkastets § 56 om rimelig fortjeneste, at det i nogle tilfælde kan være vanskeligt at fastsætte en markedspris for produkter, der ikke allerede udbydes i kommercielle sammenhænge.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen forudsætter, at Kulturministeriet har foretaget vurdering af, at der med tildelingen af tilladelsen ikke er tale om en udbudspligtig offentlig kontrakt, som er omfattet af udbudsreglerne.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet bemærker, at udbuddet af lyduniverset gennemføres som udbud af en tilladelse til at udøve public service-programvirksomhed med hjemmel i radio- og fjernsynsloven i lighed med tidligere lignende udbud.*

*Udbuddet gennemføres da der ikke eksisterer et dansk public service-tilbud, der omfatter lydtilbud til børn, og tilladelsen forpligter tilladelseshaver til at udøve public service-programvirksomhed efter de gældende principper i radio- og fjernsynsloven samt opfylde kravene om at stille et bredt udbud af public-service lydprogrammer til rådighed for målgruppen.*

*Kulturministeriet bemærker, at den påtænkte public service-kompensation gives inden for rammerne af Kommissionens public service-redegørelse, samt at der i bekendtgørelsen er indbygget mekanismer, der skal sikre, at tilladelseshaver ikke overkompenseres eller oppebærer en urimelig fortjeneste.*

Indsamling af persondata

Forbrugerrådet Tænk bemærker, at indsamling af persondata ikke bør fremkomme på platformen, da den retter sig mod et publikum, som ikke lovligt kan samtykke til at afgive data.

Medierådet for børn og unge bemærker, at bestræbelserne på at skabe et lydunivers, der er relevant og brugervenligt skal vejes op imod den særlige beskyttelse børn og unge nyder i relation til databeskyttelse, herunder i forhold til brug af personoplysninger til at oprette brugerprofiler og indsamling af personoplysninger vedr. børn, når de anvender tjenester, der tilbydes direkte til børn.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

---

<sup>1</sup> Kommissionens afgørelse af 20. december 2011 m anvendelse af artikel 106, stk. 2, i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsområde på statsstøtte i form af kompensation for offentlig tjeneste ydet til visse virksomheder, der har fået over-draget at udføre tjenesteydelser af almindelig økonomisk interesse.

*Kulturministeriet er opmærksom på, at børn nyder særlig beskyttelse af deres personoplysninger, da de ofte er mindre bevidste om de tilhørende risici, konsekvenser, garantier og deres rettigheder vedrørende behandling af personoplysninger. Dette gælder også ved oprettelse af brugerprofiler og tilhørende dataindsamling.*

*Databeskyttelsesloven sikrer, at behandling af data for børn under 15 år kun er lovligt hvis og i det omfang samtykke gives eller godkendes af indehaveren af forældremyndigheden over barnet.*

*Kulturministeriet understreger, at tilladelseshaveren vil være underlagt gældende regler for samtykke og databeskyttelse, herunder de skærpede samtykkeregler, der gælder for børn og unge og ser ikke anledning til at anføre dette i bekendtgørelsen.*

#### Tilgængelighed

Danske Døves Landsforbund og Høreforeningen bemærker, at public service-tilbud bør være tilgængelige for alle børn og unge uanset kommunikationsbehov. Danske Døves Landsforbund fremhæver, at det foreslåede lydunivers vil ekskludere døve børn og unge og børn med dansk tegnsprog som modersmål.

Høreforeningen opfordrer til at give børn og unge med nedsat hørelse samme adgang til tilbuddet ved at forpligte producenten til at tilgængeliggøre indholdet, f.eks. gennem tekstning af al tale på lyduniversets app.

Danske Døves Landsforbund opfordrer til at afsætte yderligere midler til at producere 30 minutters tegnsprogligt visuelt indhold pr. uge med samme formål, kategorier og aldersgruppe som tiltænkt i lyduniverset, så særligt tegnsprogstalende børn også omfattes af tilbuddet.

Rakkerpak Productions foreslår, at lyduniverset bør skabe formater, der særligt giver stemme til udsatte grupper af børn og unge i samarbejde med eksisterende foreninger og organisationer.

#### *Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet noterer forslaget om, at lyduniverset skal være tilgængeligt for et bredt udsnit af danske børn og unge.*

*Henset til tekniske barrierer, den relativt korte tilladelsesperiode og den økonomiske ramme, vurderes det imidlertid, at en øget indsats for tilgængelighed på lyduniverset ligger uden for de rammevilkår, der for nuværende er fastsat for lyduniverset. Kulturministeriet ser på denne baggrund ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

#### Udlægning og talentudvikling

Center for Podcasting bemærker, at der ikke er foreslået krav om at afsætte midler til udlægning af produktioner eller talentudvikling, som har været tilfældet i tidligere lignende udbud. Center for Podcasting anerkender, at der inden for den afsatte økonomiske ramme ikke vil kunne stilles krav om, at lyduniverset investerer store summer i ekstern produktion eller talentudvikling.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet noterer bemærkninger vedr. udlægning og talentudvikling og understreger, at den afsatte økonomiske ramme følger af medieaftalen.*

*Henset til den afsatte økonomiske ramme er der ikke foreslået specifikke krav om, at tilladelseshaver skal afsætte midler til udlægning af produktioner og talentudvikling, som det ellers har været tilfældet i tidligere lignende udbud. Det bemærkes, at tilladelseshaver kan benytte programbudgettet til indkøb fra eksterne producenter, jf. bekendtgørelsens § 17. Kulturministeriet ser på denne baggrund ikke grund til at justere bekendtgørelsen.*

#### Finansiering af podcastmarkedet

Center for Podcasting mener, at der med udløbet af tilladelsen til den landsdækkende public service-radio i DAB-nettet (24syv tidl. Loud) i 2024 investeres færre midler i dansk lydindhold, og at dette ikke opvejes af den afsatte økonomiske ramme til udbud af et lydunivers. Center for Podcasting mener, at det vil forårsage et økonomisk tab i podcastsektoren, og at den tabte finansiering vil medføre færre eksterne produktioner, beskære økonomien for podcastproducenter og reducere ressourcer til talentudvikling. Center for Podcasting opfordrer Kulturministeriet til at afsætte flere midler til produktion af podcast.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet bemærker, at beslutningen om ikke at genudbyde den landsdækkende public service-radio i DAB-nettet og fastlæggelsen af den økonomiske ramme til udbud af et lydunivers med indhold til børn og unge følger af medieaftalen.*

*Kulturministeriet bemærker, at justeringer i medielovgivning og andre finansieringsinitiativer ligger uden for udbudsbekendtgørelsens virkeområde og ser på den baggrund ikke grund til at justere i bekendtgørelsen.*

#### Medielovgivning

Forbrugerrådet Tænk noterer, at udbuddet vedrører lydprogrammer, der kan betegnes som en form for podcast, og at podcasts som udgangspunkt ikke er reguleret i medielovgivningen. Rådet opfordrer til at justere lovgivningen, så podcasts reguleres på lige fod med øvrige medier og i øvrigt at gennemse den danske medieregulering, så den bliver mere tidssvarende og fremtidssikres til gavn for virksomheder og medieforbrugere.

Forbrugerrådet Tænk fremhæver desuden, at mange lande også har forbudt sponsoring af programmer rettet mod børn og unge, som en del af implementeringen af AVMS-direktivet.

Medierådet for børn og unge oplever, at regler for sponsoring og produktplacering i medier reguleres tiltagende eklektisk samtidig med, at der er en større sammensmeltning af de brugergrænseflader, som børn og unge møder. Ifølge rådet kan det i værste fald resultere i, at virksomheder ikke er i stand til at efterleve lovgivningen,



og at børn og unge eksponeres for sponsorering og produktplacering, der ikke tilgodeser deres særlige beskyttelsesbehov.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet noterer de generelle bemærkninger vedr. medielovgivning regulering af podcast og sponsorering og produktplacering i medier. Kulturministeriet bemærker, at justeringer i medielovgivning ligger uden for udbudsbekendtgørelsens virkeområde og ser på denne baggrund ikke grund til at justere i bekendtgørelsen.*

#### Rettighedsforvaltningsorganisation

Center for Podcasting ser et behov for at oprette en rettighedsforvaltningsorganisation til at håndtere rettigheder for lydindhold. De mener, at manglende vederlag for visse brugsrettigheder koster dansk podcasting mange penge.

*Kulturministeriets bemærkninger:*

*Kulturministeriet noterer de generelle bemærkninger vedr. etablering af en rettighedsforvaltningsorganisation til at håndtere rettigheder for lydindhold. Det bemærkes, at etableringen af en rettighedsforvaltningsorganisation ligger uden for udbudsbekendtgørelsens virkeområde. Kulturministeriet ser på denne baggrund ikke grund til at justere i bekendtgørelsen.*