



Sammen om det vigtige

DR'S STRATEGI FREM MOD 2025
&
PRIORITETER I FORHOLD TIL
EN NY MEDIAEFTALE



DR



Forord

Regeringen og dens støttepartier har gjort klart, at der ikke længere er flertal bag medieaftalen for 2019-2023, og at regeringen vil indbyde til politiske drøftelser med det mål at styrke dansk public service. Det forventes derfor, at der skal indgås en ny medieaftale og en ny public service-kontrakt for DR.

På baggrund af den tidligere regerings medieaftale udarbejdede DR i 2018 en spare- og udviklingsplan med besparelser på 420 mio. kr. årligt. Med spare- og udviklingsplanen er der truffet beslutning om kanallukninger og besparelser på dansk og udenlandsk indhold, samtidig med at støttefunktioner og administration er reduceret væsentligt.

Med udgangspunkt i spare- og udviklingsplanen og de allerede besluttede besparelser fremlægger DR nu en strategi for, hvordan DR vil løfte public service-opgaven over for danskerne frem mod 2025.

» **Den væsentligste prioritet er, at DR ikke skal gennemføre yderligere besparelser ud over de 420 mio. kr., der allerede er truffet beslutning om.**

Med strategien fastsættes konkrete mål og tydelige ambitioner for udviklingen af DR's tilbud på bl.a. nyheds-, kultur- samt børne- og ungeområdet.

Strategien tager afsæt i DR's nuværende økonomiske situation, dvs. at besparelserne i spare- og udviklingsplanen på 420 mio. kr. årligt gennemføres uændret, men at der derudover ikke gennemføres yderligere besparelser i DR.

Derfor danner strategien også udgangspunkt for DR's centrale prioriteter i forhold til en ny medieaftale. DR har allerede meldt ud, at den væsentligste prioritet er, at DR ikke skal gennemføre yderligere besparelser ud over de 420 mio. kr. årligt, der allerede er truffet beslutning om. Hvis det besluttes, at DR skal gennemføre yderligere besparelser, vil den nye strategi samt de igangsatte udviklingselementer i DR's spare- og udviklingsplan ikke kunne realiseres fuldt ud.

På de følgende sider kan du læse om DR's strategi frem mod 2025, som vi har kaldt 'Sammen om det vigtige', samt om vores prioriteter i forhold til en ny medieaftale, der tilsammen skaber grundlaget for, at DR kan løfte public service-opgaven med udgangspunkt i dansk kvalitetsindhold, der har noget på hjerte.

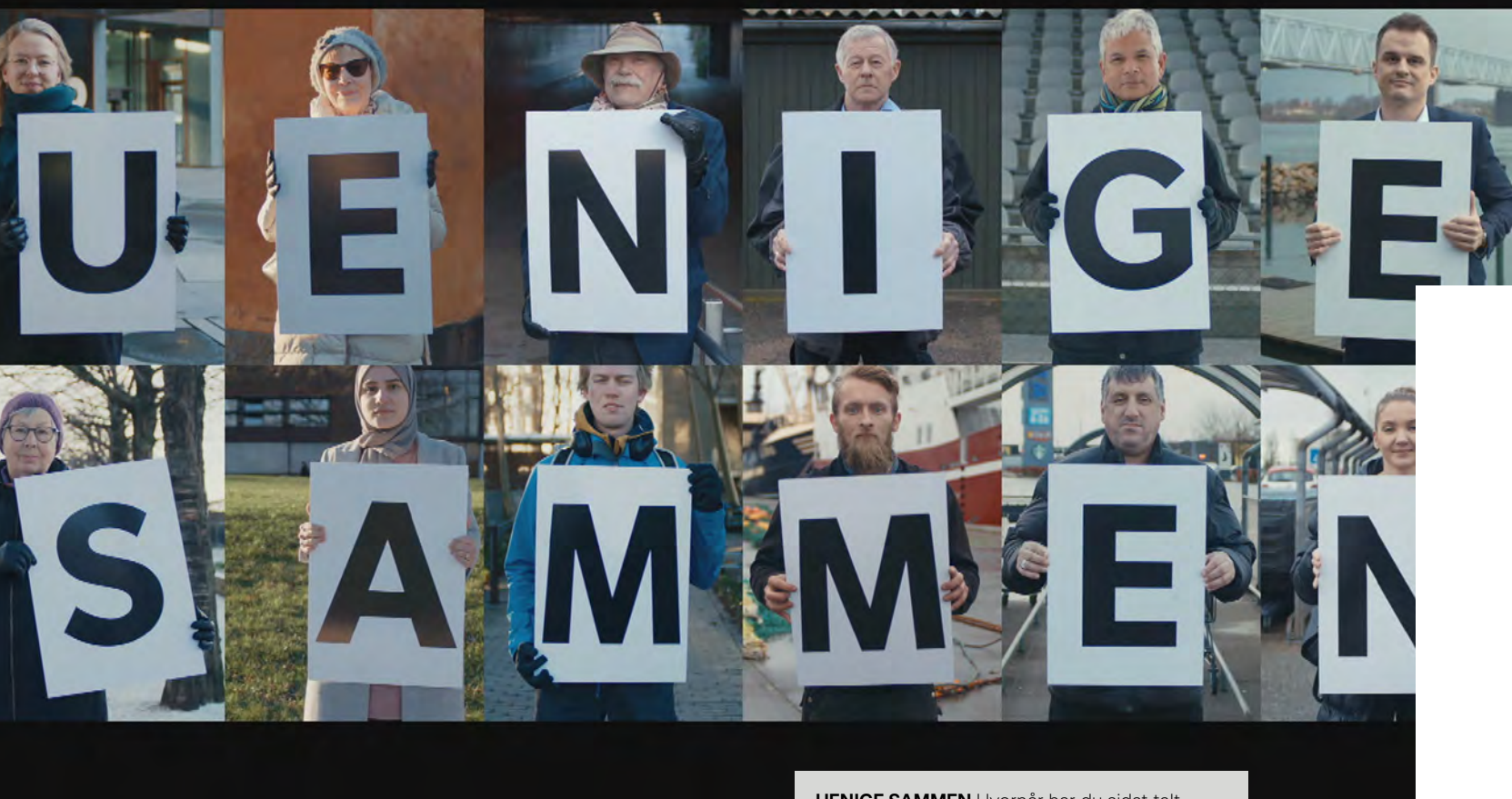
God læselyst



Marianne Bedsted,
bestyrelsesformand



Maria Rørbye Rønn,
generaldirektør



UENIGE SAMMEN Hvornår har du sidst talt med en, du ikke er enig med? I forbindelse med folketingsvalget samlede DR danskerne til dialog under overskriften 'Uenige Sammen'.



DRAMA DR's dramaserier tager udgangspunkt i en dansk virkelighed og i dansk kultur og har samlet danskerne. I 'Herrens veje' lægges vægt på tro, tab og kærlighed.
Foto: Tine Harden

Indledning

Siden der kom lyd fra DR ud af danskernes højtalere for første gang, er Danmark og verden forandret. Teknologi, brugervaner og mediebilledet er ikke til at kende, og det er DR's indhold heller ikke. Vi taler anderledes, fortæller historier på en anden måde, og kan vælge mellem uendeligt mange medietilbud. Digitaliseringen er rullet ind over os med stadig tiltagende styrke og hastighed, og den har vendt op og ned på hvilke medier, vi forbruger, og hvordan vi bruger dem.

» **Vi tager ordene demokrati, kultur og fællesskab alvorligt og er stolte over den indsats og forskel, vi kan gøre.**

Men DR's kerneopgave er uændret. Det er stadig vores opgave at understøtte demokratiet, bidrage til dansk kultur og styrke fællesskaber i Danmark.

Vi tager ordene demokrati, kultur og fællesskab alvorligt og er stolte over den indsats og forskel, vi kan gøre. Nogle gange går vi i dybden som ingen andre. Andre gange skal det være lynhurtigt og kortfattet. Nogle gange siger vi præcis det, du går og tænker, og andre gange er det din ømme tå, vi træder på. Det må gerne være så sjovt, at tårerne triller – eller alvorligt og have samme effekt. Men det må aldrig være ligegyldigt.

Et stærkt demokrati kræver engagerede, nysgerrige, kritiske og oplyste borgere, der både kan begejstres og være uenige sammen. Det sker kun, hvis vi kender hinanden. På tværs af landet og på tværs af forskellene i de liv, vi lever, skal vi derfor kende den kultur, Danmark er rundet af, og forstå den verden, vi møder i morgen.

DR har på den baggrund udarbejdet en strategi for, hvordan DR vil løfte public service-opgaven over for danskerne frem mod 2025. Med strategien sætter DR en række ambitiøse mål for fremtiden og skruer op for ambitionerne inden for bl.a. nyheder, kultur samt børn og unge.

Strategien giver samtidig et grundlag for at pege på DR's centrale prioriteter i forhold til en ny medieaftale. Hvis DR skal lykkes fuldt ud med strategien og med fortsat at kunne løfte public service-opgaven for nye generationer i et globalt medielandskab, er der brug for investeringer i nyt indhold og nye, attraktive og konkurrencedygtige tilbud og platforme. Derfor er den væsentligste prioritet i forhold til en ny medieaftale, at DR

ikke skal gennemføre yderligere besparelser ud over de 420 mio. kr. årligt, der allerede er truffet beslutning om.

» **Det må gerne være så sjovt, at tårerne triller – eller alvorligt og have samme effekt. Men det må aldrig være ligegyldigt.**

MADS OG MONOPOLET samler danskerne på P4 og på podcast. Det handler om livets små og store spørgsmål, når Mads Steffensen og hans monopol er i nærkontakt med lytterne.
Foto: Anders Beier



DR's kerneopgave og public service-ambitioner

DR's opgave er at bringe danskerne sammen om det vigtige. For at løfte den opgave, har DR tre public service-ambitioner.

MISSION

Vi giver danskerne lyst til at vide mere om det vigtige. Demokrati, kultur og fællesskab.

VISION

Vi vil gøre en forskel med originalt indhold, der begejstrer, og gør dig nysgerrig og klogere på dit liv og din omverden.

DR har som den største public service-institution i Danmark en forpligtelse til at bidrage til, at alle borgere har fri adgang til indhold, der understøtter borgernes handleevne i det danske folkestyre og styrker dansk kultur og sprog.

I DR udtrykker vi det på den måde, at kernen i vores opgave er at bringe danskerne "sammen om det vigtige". Vores mission er, at "vi giver danskerne lyst til at vide mere om det vigtige. Demokrati, kultur og fællesskab".

Lyd, billeder og ord fra DR har været en del af danskernes liv og fælles historie i over 90 år. Det er vi stolte af, og vi har store ambitioner for, hvad vi kan opnå, hvilken rolle vi vil spille, og hvad brugerne kan forvente fra os. Derfor er vores vision, at "vi vil gøre en forskel med originalt indhold, der begejstrer, og gør dig nysgerrig og klogere på dit liv og din omverden".

På baggrund af vores mission og vision har vi tre centrale public service-ambitioner, som er det grundlag, vi vil stå på i de kommende år. Public service-ambitionerne fremgår af boksen på den modsatte side.

KORRESPONDENTER Puk Damsgaard bringer sammen med DR's øvrige korrespondenter de vigtigste begivenheder tættere på vores hverdag og giver os internationalt udsyn. Foto: Mads Køngerskov



DR MUSIKARIET gør børn og unge nysgerrige på musik og har siden 2015 været et permanent public service-tilbud til børn og unge. I 2018 havde 'Musikariet' knap 78.000 besøgene børn og unge fra hele landet. Foto: Bjarne Bergius Hermansen

DR'S TRE CENTRALE PUBLIC SERVICE-AMBITIONER



DR UNDERSTØTTER DEMOKRATIET

- Vi vil nå hele befolkningen i Danmark med viden og perspektiver og troværdige, upartiske, væsentlige og relevante nyheder fra ind- og udland.
- Vi vil være et kritisk, uafhængigt og fair medie, som faciliterer en national samtale på tværs af befolkningen.
- Vi vil lave undersøgende og oplysende journalistik, som bidrager til vores fælles grundlag for at agere som borgere i et demokratisk samfund.



DR BIDRAGER TIL DANSK KULTUR

- Vi vil være samlingspunkt for dansk kultur, kunst og kulturelle fællesskaber for hele befolkningen.
- Vi vil tilbyde og skabe kulturoplevelser, der bevæger os og gør os bevidste om vores rødder, sprog og historie.
- Vi vil udfordre og gøre danskerne nysgerrige – både med brede og folkelige kulturtilbud og med mere nicheprægede kulturtilbud.



DR STYRKER FÆLLESSKABER I DANMARK

- Vi vil samle danskerne om det, der er vigtigt – i de daglige, små fællesskaber og ved de store begivenheder, der bevæger og optager os alle.
- Vi vil være et inkluderende fællesskab for alle generationer – med særligt fokus på danske børneliv og -fællesskaber.
- Vi vil styrke sammenhængskraften i Danmark gennem indsigt i hinanden, samfundet og os selv.



DEN STORE BAGEDYST skaber samhørighed og fællesskaber, når programmet hver uge samler danskere i alle aldre. Foto: Carsten Mol

DR og dansk public service i en foranderlig verden

DR og dansk public service udfordres af markante ændringer i de medier, vi forbruger, og måden vi bruger dem på. Derfor skal DR skille sig ud med unikt indhold.

Opgaven med at bringe danskerne sammen om det vigtige og leve op til public service-ambitionerne er udfordret af en række centrale tendenser i mediemarkedet og mediebruget. Der er i de senere år sket markante ændringer af de medier, vi forbruger, og måden vi bruger dem på. Medieudbuddet vokser eksponentielt, bliver i stigende grad digitaliseret og globaliseret, og den danske mediescene er ikke længere forbeholdt medievirksomheder. Der er tre grundlæggende ændringer i medielandskabet, som stiller nye krav til og udfordrer DR og dansk public service generelt:

» Opgaven med at bringe danskerne sammen om det vigtige og leve op til public service-ambitionerne er udfordret.

• Medieudbuddet vokser og globaliseres

Befolkningen har adgang til et stort og globalt medieudbud, hvor den enkelte kan navigere rundt i et enormt digitalt univers med kvalitetsindhold fra mange lande. Det er grundlæggende en positiv udvikling, men væksten i det udenlandske medieudbud og platforme indebærer også, at danskerne bruger mindre tid på dansk medieindhold, herunder dansk public service. Det svækker vores fælles referenceramme, vores demokrati og forståelsen for sprog, kultur og levevis i Danmark.

• Medieindholdet bruges på nye måder

Danskerne forventer at kunne forbruge medieindhold, når, hvor og hvordan de vil. Derfor skal alle medieaktører konstant kunne følge med tiden og efter danskerne ind på de nyeste digitale platforme og devices, der hele tiden udvider grænserne for, hvordan brugerne kan tilgå medieindhold.

Samtidig opstår flere og nye digitale løsninger, som samler medietilbud fra en lang række forskellige indholdsproducenter. Det gælder bl.a. de store amerikanske teknologivirksomheder som Facebook, Apple og Google, som har meget stor indflydelse på hvilket medieindhold, der når frem til brugerne. Det er brugervenligt, men betyder også, at danske medier mister kontrol over hvordan indholdet præsenteres, og dermed om brugerne kan finde indholdet og har tillid til det. Det stiller store krav til DR's egne platforme, til teknologi og produktionsformer, og det indebærer betydelige omkostninger at tilbyde platforme og tjenester, der i brugernes optik lever op til de standarder, der sættes af de internationale udbydere.

• Mediebruget fragmenteres

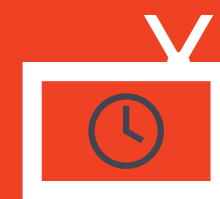
Det er blevet muligt for borgere, virksomheder og politiske organisationer mv. selv at producere og udgive indhold, der kan nå ud til et bredt publikum. Det er på mange måder positivt og fremmer et mere mangfoldigt og rigt medielandskab. Men det store udbud af skræddersyet og personorienteret indhold betyder også, at danskernes mediebrug og forståelse af verden fragmenteres. Der er risiko for, at befolkningen i stigende grad bevæger sig i mediemæssige 'ekkokamre' af individuelt orienteret nyheds- og medieindhold, hvor den enkeltes holdninger og verdensbillede sjældent udfordres, og hvor forståelsen for andres holdninger, værdier og synspunkter og den kvalificerede demokratiske debat svækkes. Samtidig bruges de nye medieplatforme til at publicere ensidigt vinklede og til tider falske nyheder og historier.

For at løse public service-opgaven og leve op til public service-ambitionerne i et markant forandret medieindhold skal DR mere end nogensinde skille sig ud med unikt, troværdigt og relevant public service-indhold, som brugerne kan finde, og som kan stå distancen i et globalt medielandskab. Det kræver, at DR hele tiden udvikler både platforme og indhold.



SATIRE P3's satireredaktion har taget DR's tradition for samfundssatire med over på de digitale medier. Deres videoer rammer en yngre målgruppe, og bliver ofte set over en million gange. Foto: Agnete Schlichtkrull

CENTRALE TENDENSER I DANSKERNES MEDIEBRUG



151 min.
40 min.



TV

I 2009 så de 15-24-årige 151 minutters flow-tv dagligt. Det er faldet til 40 minutter i 2018. Det gennemsnitlige tv-forbrug på tværs af befolkningen var til sammenligning 142 minutter i 2018.



51 %
34 %



Streaming

I 2014 streamede 34 pct. af danskerne i løbet af en uge. Det er steget til 51 pct. i 2019. Blandt 15-24-årige i 2019 streamer 85 pct. ugentligt mod 67 pct. for fem år siden.

92 %



Radio

Flowradio er fortsat meget brugt i befolkningen. 92 pct. af danskerne lytter til radio i løbet af en uge. Tidsforbruget falder en smule hvert år, mens podcast bliver mere populært. I 2018 lyttede 30 pct. af de 15-24-årige til podcast ugentligt, mod 22 pct. året før.



Nyheder

De digitale nyhedskilder er de mest benyttede i den danske befolkning og i særdeleshed blandt de unge. Digitale platforme har overhalet tv-mediet som det mest benyttede nyhedsmedie i befolkningen.

DR's mål og ambitioner

De udfordringer, DR står overfor, kræver et klart fokus og en klar retning for DR i de kommende år. Derfor fastsætter DR ét centralt, overordnet mål for DR's værdiskabelse og tre konkrete underliggende mål.

Den enkelte dansker skal opleve, at DR's indhold har høj kvalitet, er relevant og skaber værdi. Vi har derfor fastlagt et centralt, overordnet mål for DR's værdiskabelse.

På udvalgte områder er det dog særligt vigtigt, at DR har attraktive tilbud, som danskerne kender og bruger. Det gælder på nyhedsområdet, for DR's kontakt til børn og unge og på det digitale område. Derfor har vi fastlagt tre konkrete underliggende mål.

Målene er ambitiøse og centrale for, at DR også fremover kan løse public service-opgaven og bringe danskerne sammen om det vigtige. Målene skal være opfyldt senest i 2023 og revideres herefter med henblik på, at DR har ambitiøse mål i hele perioden frem til 2025. >

SÅDAN MÅLER VI VÆRDIEN

Andelen af danskerne, som har **benyttet DR** den seneste uge og giver en **positiv score** på mindst to af disse:

TILFREDS-
HED

RELEVANS

KVALITET

TIDEN
VÆRD

Andelen skal øges fra to ud af tre i 2019 til **tre ud af fire senest i 2023**.



» Det er ikke alt-afgørende, om danskerne bruger DR's indhold 180, 90 eller 45 minutter dagligt. Det afgørende er, at indholdet bliver brugt, skaber og gør en forskel for demokratiet, kulturen og fællesskabet.

OVERORDNET MÅL: DR'S MÅL FOR VÆRDISKABELSE



3 ud af 4 danskere oplever, at DR's indhold giver individuel værdi for dem i løbet af en uge.

Hver dansker bruger i dag i gennemsnit ca. tre timer på DR's forskellige tilbud dagligt. For nogle aldersgrupper er det mere, og for andre, særligt de yngre danskere, er det væsentligt mindre. Medieudviklingen, det stigende udbud af medieindhold og reduktionen af DR's økonomi indebærer, at det må forventes, at danskerne vil bruge mindre tid på DR's tilbud.

Det er imidlertid ikke altafgørende, om danskerne hver især bruger DR's indhold 180, 90 eller 45 minutter dagligt. Det afgørende er, at indholdet bliver brugt og gør en forskel for demokratiet, kulturen og fællesskaber og giver værdi – både for den enkelte og for samfundet. Det kalder vi "værdi over volumen".

Vi har derfor som DR's overordnede og vigtigste mål, at 3 ud af 4 danskere oplever, at DR's programmer og indhold giver individuel værdi i løbet af en uge. I dag oplever to ud af tre danskere, at DR's indhold giver individuel værdi for dem.¹

¹ Basismålingen "to ud af tre" danskere i 2019 er baseret på blot to måneders data, og kan derfor være påvirket af bl.a. sæsonudsving mv. Såfremt dette viser sig at være tilfældet, kan der ske en tilsvarende justering af måltallet på "tre ud af fire" danskere. Målingen består af fire spørgsmål, hvor der spørges ind til brugernes tilfredshed med DR's indhold, kvaliteten og relevansen af indholdet, og om hvorvidt, det har været tiden værd at benytte DR's indhold. For at give et positivt udslag i målingen, skal respondenterne svare positivt på mindst to ud af de fire spørgsmål.

INDEFRA MED ANDER AGGER Med programmet "Indefra med Anders Agger" har DR igennem seks sæsoner givet et unikt indblik i meget forskellige – og for mange ukendte – miljøer.

OVERORDNET MÅL: DR'S MÅL FOR VÆRDISKABELSE



3 ud af 4 danskere oplever, at DR's indhold giver individuel værdi for dem i løbet af en uge.

DR'S MÅL FOR NYHEDER



9 ud af 10 danskere bruger et nyhedstilbud fra DR i løbet af en uge.

Det er en central del af DR's opgave at bidrage til et oplyst demokrati og en fælles debat. DR's opgave er i den forbindelse bl.a. at arbejde for, at befolkningen løbende får troværdige, upartiske, væsentlige og relevante nyheder. Det bliver endnu vigtigere i en situation, hvor medieforbruget er mere fragmenteret end tidligere, og hvor der opstår stadig flere 'ekkokamre' af individuelt orienteret nyheds- og medieindhold. På nyhedsområdet er det derfor en særskilt målsætning, at DR's nyhedstilbud når så stor en andel af befolkningen som muligt, og at der ikke er særlige grupper, der systematisk ikke bruger nyhedstilbud.

Vi har derfor som mål, at 9 ud af 10 danskere bruger et nyhedstilbud fra DR i løbet af en uge. Det svarer omtrent til niveauet i 2019, og indebærer derfor en ambitiøs målsætning om at fastholde kontakten til danskerne på nyhedsområdet i de kommende år i en tid, hvor DR's økonomi er reduceret med 420 mio. kr., og konkurrencen om danskernes tid er stærkt stigende.

DR'S MÅL FOR BØRN OG UNGE

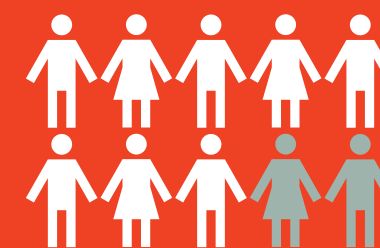


9 ud af 10 børn og unge under 25 år bruger et tilbud fra DR i løbet af en uge.

Digitaliseringen og globaliseringen af mediemarkedet har helt grundlæggende ændret vilkårene for at levere public service til børn og unge, som har et mediebrug, der stiller helt nye krav til både indhold og distribution. Det er imidlertid en central del af DR's opgave og rolle i samfundet at levere originale og relevante public service-tilbud til danske børn og unge. Det er en central opgave for DR at klæde nye generationer på til at kende sig selv og hinanden, deres land og deres kultur set fra et dansk ståsted.

Vi har derfor som mål, at 9 ud af 10 børn og unge under 25 år bruger et tilbud fra DR i løbet af en uge. Det svarer omtrent til niveauet i dag, og indebærer derfor en ambitiøs målsætning om at fastholde kontakten til børn og unge i de kommende år i en tid, hvor DR's økonomi er reduceret med 420 mio. kr., og konkurrencen om særligt de unges tid og opmærksomhed er stærkt stigende.

DR'S MÅL FOR DIGITAL UDVIKLING



8 ud af 10 danskere bruger et af DR's digitale tilbud i løbet af en uge, og 6 ud af 10 danskerne bruger DR's streamingtjeneste, DRTV i løbet af en uge.

Udover at stille dansk kvalitetsindhold til rådighed for befolkningen skal DR sikre, at befolkningen kan finde og tilgå indholdet på måder, der er tidssvarende og lever op til markedsstandarderne og befolkningens forventninger. Den digitale udvikling indebærer, at medieudbuddet stiger, og at indholdet i stadig højere grad forbruges på nye platforme og devices, mens brugen af traditionelt tv og radio er faldende.

DR har foretaget omfattende investeringer i den digitale udvikling og nye platforme og tilbud. Det er afgørende, at DR følger med tiden og fortsætter den digitale udvikling, så DR kan følge brugernes skifte fra traditionelle til digitale platforme. Det bliver kun endnu vigtigere, når DR fra 2020 lukker DR3 og DR Ultra som flowkanaler og omlægger dem til rene, digitale indholdstilbud på bl.a. DRTV.

Vi har derfor som mål, at 8 ud af 10 danskere bruger et af DR's digitale tilbud i løbet af en uge, og at 6 ud af 10 danskere skal benytte DR's streamingtjeneste, DRTV, i løbet af en uge. I dag benytter 6 ud af 10 danskere et digitalt tilbud fra DR og knap 4 ud af 10 benytter DRTV, i løbet af en uge.



PIGEKORET I næsten 80 år har DR Pigekoret formidlet den danske sang. Fra Grundtvigs salmer til kendte popsange, og fra 'Dagens sang' til nytårsaften, når de synger det nye år ind. Foto: Kim Matthäi Leland.

Indholdsmæssige fokusområder

DR sætter særligt fokus på at udvikle tre centrale indholdsområder, nyheder, kultur samt børn og unge, frem mod 2025.

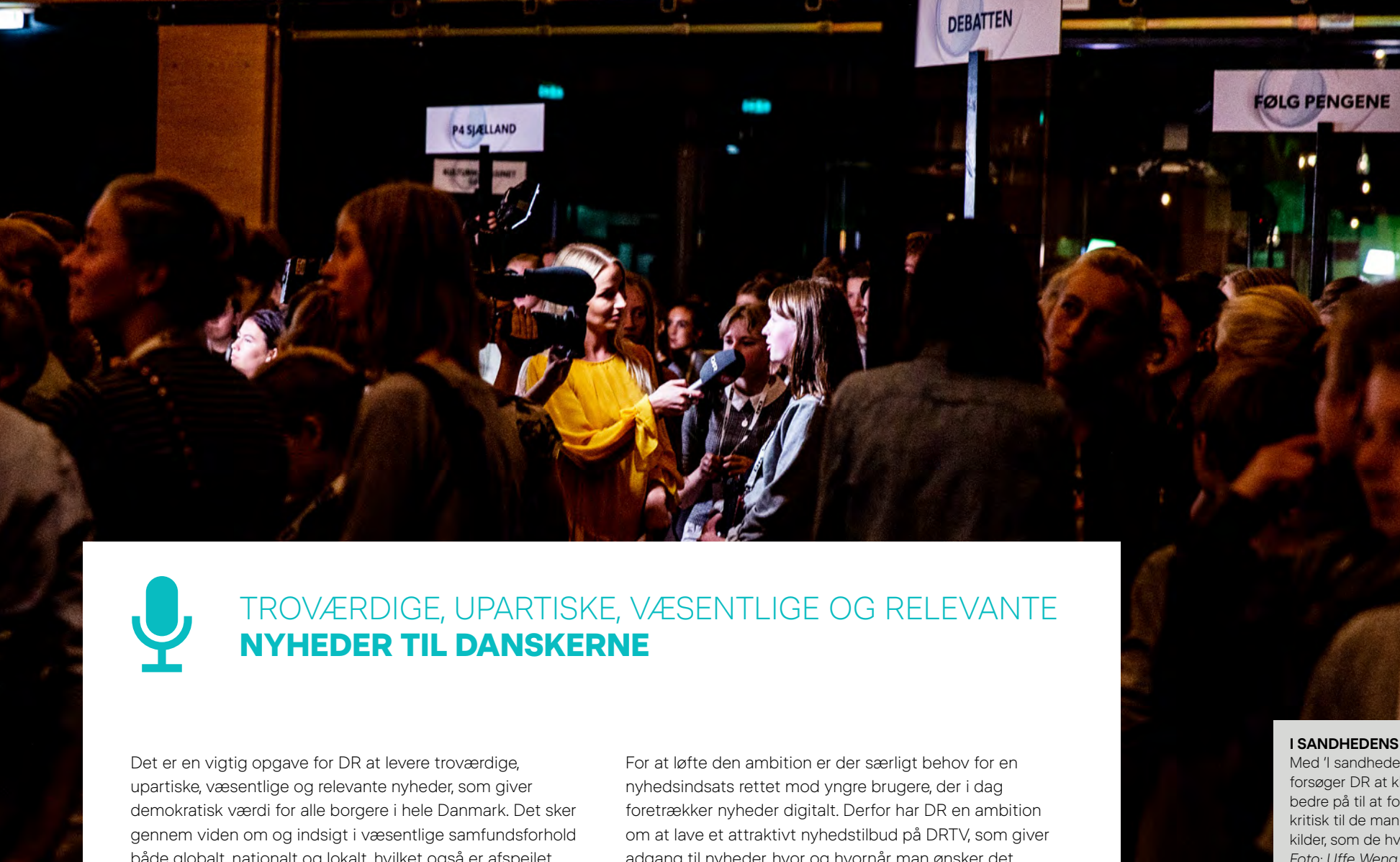
Kernen i DR's opgave er at bringe danskerne sammen om det vigtige, og at understøtte demokratiet, bidrage til dansk kultur og styrke fællesskaber i Danmark. DR har som beskrevet ovenfor fastsat fire mål for opgaven, der sætter en klar retning for DR i de kommende år.

For at leve op til DR's rolle og opgave og de konkrete mål skal DR løbende udvikle public service-indholdet. Der er imidlertid særligt fokus på at udvikle tre centrale indholds-

områder: nyheder, kultur samt børn og unge. Dette fokus ligger i direkte forlængelse af prioriteterne i DR's spare- og udviklingsplan.

De tre fokusområder skal samlet bidrage til at indfri DR's opgave og ambitioner samt de konkrete mål for DR for de kommende år.





TROVÆRDIGE, UPARTISKE, VÆSENTLIGE OG RELEVANTE NYHEDER TIL DANSKERNE

Det er en vigtig opgave for DR at levere troværdige, upartiske, væsentlige og relevante nyheder, som giver demokratisk værdi for alle borgere i hele Danmark. Det sker gennem viden om og indsigt i væsentlige samfundsforhold både globalt, nationalt og lokalt, hvilket også er afspejlet ved, at der med spare- og udviklingsplanen er tilført ekstra og nye midler til DR's dækning af hele Danmark. Dækningen sker fra både København, Aarhus og DR's distrikter i hele landet.

DR vil fastholde den stærke nyhedsdækning både globalt, nationalt og lokalt. Med spare- og udviklingsplanen har DR skabt grundlag for fortsat at prioritere den undersøgende journalistik, udlandsdækningen, udvikle den digitale nyhedsjournalistik og skabe et samlet nyhedstilbud, der spejler hele Danmark endnu bedre – bl.a. ved at styrke de landsdækkende nyhedsflader med flere regionale historier.

» Derfor har DR en ambition om at lave et attraktivt nyhedstilbud på DRTV, som giver adgang til nyheder, hvor og hvornår man ønsker det.

DR's nyheder skal samle Danmark og binde befolkningen sammen på tværs af forskelle og modgå 'ekkokamre'. DR's nyheder skal samtidig oplyse og engagere borgerne, kigge magthaverne i kortene, være både kritiske og konstruktive og skabe debat om væsentlige samfundsforhold på måder, hvor alle har mulighed for at deltage og bidrage.

For at løfte den ambition er der særligt behov for en nyhedsindsats rettet mod yngre brugere, der i dag foretrækker nyheder digitalt. Derfor har DR en ambition om at lave et attraktivt nyhedstilbud på DRTV, som giver adgang til nyheder, hvor og hvornår man ønsker det.

Ambitionen om at levere troværdige, upartiske, væsentlige og relevante nyheder skal primært medvirke til at understøtte DR's mål om at skabe værdi for brugerne samt målet om at sikre, at befolkningen løbende bruger DR's nyhedstilbud. Ambitionen understøtter samtidig de to øvrige mål om at øge brugen af DR's digitale tilbud, og sikre at DR fastholder kontakten til børn og unge.

Med spare- og udviklingsplanen besluttede DR at:

- Prioritere midler til DR's distrikter og den regionale dækning
- Målrette nyheder til yngre brugere
- Prioritere nyheder, dokumentar og undersøgende journalistik

Derudover vil DR:

- Skabe nyhedstilbud på DRTV, som giver adgang til nyheder på streamernes præmisser
- Skabe førsteklasses journalistik til de unge på digitale platforme
- Videreføre 'I sandhedens tjeneste' der er et undervisningstilbud rettet mod 8.-10. klasse, der sætter fokus på kildekritik, nyhedsstrømme og fake news



MÆNDENE DER PLYNDREDE EUROPA

I dokumentaren 'Mændene der plyndrede Europa' afdækkede DR i samarbejde med medier fra hele Europa, hvordan en gruppe internationale erhvervsfolk iværksatte et storstilet svindelnummer med refusion af udbytteskat. Foto: DR

I SANDHEDENS TJENESTE

Med 'I sandhedens tjeneste' forsøger DR at klæde de unge bedre på til at forholde sig kritisk til de mange nyheder og kilder, som de hver dag møder. Foto: Uffe Weng



P4 DR er til stede i hele Danmark, ikke mindst med P4, som sørger for regional radio og nyheder i alle dele af landet. På P4 nåede DR i 2018 2,9 mio. danskere hver uge. Foto: Michael Bo Rasmussen



VILDE VIDUNDERLIGE DANMARK DR sætter i 2020 fokus på dansk natur. Danmarks natur er både mangfoldig og fantastisk – især når man kommer rigtig tæt på. Foto: Peter Refsgaard



GRÆNSELAND I 2020 er det 100 år siden, at Sønderjylland igen blev en del af Danmark. Med en stort anlagt serie skildrer DR den højdramatiske historie om en landsdel og dens folk, som blev katebald i en kamp om grænser og national identitet. Foto: Morten Krüger

DR'S KOR OG ORKESTRE Hvert år sætter omkring 300.000 gæster sig i sæderne i DR Koncerthuset for at opleve musikken udfolde sig. Miho Hazama er ny chefdirigent for DR Big Band fra sæsonen 2019-20. Foto: Nicolas Koch Futtrup



» DR er en kulturbærende institution og en vigtig indgang til dansk kultur, oplevelser og levende musik.

KULTUR DER SÆTTER AFTRYK

DR er en kulturbærende institution og en vigtig indgang til dansk kultur, oplevelser og levende musik.

Kultur danner og uddanner, giver udsyn, identitet og understøtter fællesskaber. DR skal stå som et samlingspunkt for en levende dansk kultur, som er bevidst om sine rødder og samtidig har et blik ud mod verden. Det er DR's ambition, at borgerne skal tilbydes en bred vifte af kulturindhold, som er relevant for den enkelte, men samtidig udfordrer og udvider den enkeltes horisont.

Med spare- og udviklingsplanen har DR prioriteret kulturområdet, hvor f.eks. DR's dramaproduktion og DR's kor og orkestre friholdes for besparelser. DR relancerer i 2020 DR2 som en ny samfunds- og kulturkanal, og arbejder samtidig på et digitalt samfunds- og kulturtilbud kaldet DR2+.

DR vil styrke kulturtilbuddet yderligere. Konkret vil DR hvert år producere og sende en stor "fyrtårnsproduktion", som i omfang og ambitionsniveau matcher 'Historien om Danmark'. Fyrtårnsproduktioner er programserier, der har en særligt høj kvalitet, som dramaturgisk og filmisk løfter sig over det øvrige udbud, som bedst realiseres i brede samarbejder med andre kulturinstitutioner, og som sætter markante aftryk og inspirerer til en national samtale.

De store fyrtårnsproduktioner når ud til et bredt udsnit af befolkningen, skaber engagement og fællesskab og starter samtaler om, hvem vi er som mennesker og som samfund.

DR vil fortsat prioritere dansk drama, skabe et endnu mere åbent koncerthus, og endelig vil DR lave flere aktiviteter med DR Musikariet, der er et musiktilbud til børn.

DR har en særlig forpligtelse til at sørge for, at alle dele af befolkningen møder attraktive kulturtilbud hos DR. Det skal

ske både med programmer med bred appel, der kan skabe samtaler på tværs af Danmark, og gennem tilbud til særligt interesserede målgrupper, der formidler kulturstoffet med dybde, substans og perspektiv.

Ambitionen om at levere kulturtilbud, der sætter aftryk, skal medvirke til at understøtte målene om, at DR skaber værdi for brugerne, at flere bruger DR's digitale tilbud, og at DR fastholder kontakten til de unge.

Med spare- og udviklingsplanen besluttede DR at:

- Være et samlingspunkt for kultur med både brede og specialiserede kulturtilbud
- Udvikle et nyt DR2 og et digitalt samfunds- og kulturtilbud på streamernes præmisser, DR2+
- Prioritere kultur, drama og den levende musik

Derudover vil DR:

- Hvert år udkomme med en stor fyrtårnsproduktion, som i omfang og ambitionsniveau matcher 'Historien om Danmark' realiseret gennem brede samarbejder med andre kulturinstitutioner
- Fortsat prioritere ny dansk drama til voksne, og mere drama til børn og unge
- Skabe et mere åbent og inviterende koncerthus og udvide Musikariets aktiviteter for børn

ultra:bit 1.300 skoler på tværs af landet er nu med i ultra:bit. Med ultra:bit får børnene en unik mulighed for at lære om kodning, teknologi og digital dannelse.
Foto: Bjarne Bergius Hermansen



BØRN, UNGE OG DIGITAL UDVIKLING

DR skal kunne løfte public service-opgaven over for de dele af den danske befolkning, som primært tilgår medier via digitale platforme. Det gælder særligt børn og unge, som er "digitalt indfødte", og som er vokset op med digitale platforme som en selvfølgelig del af deres virkelighed.

Med spare- og udviklingsplanen fastholder DR et stærkt tilbud til børn og unge, og indholdstilbuddet til små børn friholdes helt for besparelser.

DR har også fremadrettet en vigtig opgave i forhold til at levere kvalitetsindhold til børn og unge. Det kræver et fokus på at udvikle attraktive børne- og ungetilbud, som møder børn og unge på deres egne præmisser.

» DR vil udvikle ny dansk animation til Ramasjang-målgruppen og ny fiktion og fakta til de ældre børn.

DR's børnetilbud skal baseres på modigt og originalt kvalitetsindhold, som styrker børnenes fantasi, skabertrang og selvværd, og som altid tager afsæt i barnets perspektiv på verden. Til de unge skal DR lave indhold i øjenhøjde, der både engagerer sig i de unges dagsordner og samtidig involverer dem i bredere samfundsdagsordner.

Hidtil har DR ikke lavet indhold til småbørn under tre år. Det vil DR lave om på, så også de allermindste får en indgang til DR med et målrettet tilbud og nyt indhold, og derved ikke er henvist til udenlandske streamingtjenester. Derudover har DR ambitioner om at udvikle ny animation til Ramasjang-målgruppen og ny fiktion og fakta til de ældste børn.

Imens børn og unge løber forrest i den digitale omstilling, smitter den ændrede medieadfærd opad, og særligt yngre voksne fravælger i stigende grad klassiske flowtilbud til fordel for tv- og musikstreamingtjenester og erstatter de traditionelle printaviser med digitale nyhedstilbud. Det er fortsat danskere under 40 år, som har foretaget det mest markante skift i mediebruget, men også i den ældste halvdel af befolkningen er der tendenser til øget brug af streamingtjenester og andre digitale medier.

Derfor skal DR levere relevant indhold på relevante platforme uanset alder, og der skal også være attraktive digitale tilbud til de voksne og de ældre generationer.

Ambitionen om at levere attraktiv public service til børn og unge og fortsætte den digitale udvikling skal medvirke til at understøtte målene om at skabe værdi for brugerne, at flere bruger DR's digitale tilbud, og at DR fastholder kontakten til de unge.

Med spare- og udviklingsplanen besluttede DR at:

- Omlægge DR3 og DR Ultra fra 2020 til rene digitale indholdstilbud på bl.a. DRTV. Kanalerne lukker som flowkanaler på tv
- Fastholde indhold til børn og unge som et særligt fokusområde i DR

Derudover vil DR:

- Udvikle ny dansk børne-animation
- Skabe ny fiktion til børn og unge
- Udvikle attraktive platforme, som lever op til de standarder, brugerne er vant til

DOGGYSTYLE DR3's 'Doggystyle' er en del af DR's fokus på fiktion til unge.
Foto: Valdemar Cold Winge Leisner



RAMASJANG MYSTERIET er et af DR's stærke børnebrands, hvor vært Kristian Gintberg opklarer mysterier i fællesskab med en masse børn. Foto: Henrik Vierø

Udvikling af DR's organisation

Danskerne skal også i fremtiden opleve, at DR har et relevant, troværdigt og attraktivt public service-tilbud, der er værd at bruge tid på, og som kan stå distancen i konkurrence med internationale streamingtjenester. Det kræver ikke kun, at DR udvikler nyt indhold, men også at DR's organisation og teknologiapparat udvikles i takt med tiden og brugernes forventninger.

DR vil derfor arbejde med at udvikle, effektivisere og professionalisere organisationen bl.a. for at kunne foretage de nødvendige investeringer i digitale platforme og nyt indhold.

Konkret vil udviklingen af organisationen fokusere på, at DR har det bedst mulige grundlag for at realisere strategien frem mod 2025, og at DR fortsat kan skabe innovativt kvalitetsindhold og udvikle nye talenter.

DR's it- og teknologiapparat skal løbende omstilles, så det afspejler DR's opgaver, størrelse og brugernes forventninger. Den væsentligste opgave er at sikre grundlag for fortsatte investeringer i velfungerende teknologiske og digitale platforme, der giver den bedst mulige brugeroplevelse.

DR vil derudover fokusere på, at brugerne i mødet med DR – uanset om det sker fysisk, per telefon eller skriftligt – oplever en åben og imødekommende organisation.

Endelig vil DR arbejde endnu mere systematisk med god og professionel ledelse og med at skabe endnu bedre vilkår for rekruttering, fastholdelse og udvikling af kompetente og kreative medarbejdere.

God ledelse, fokus på implementering og dygtige, kreative og motiverede medarbejdere er forudsætningen for, at den forudsatte omstilling og udvikling i strategien kan gennemføres i praksis.

» DR vil fortsat løbende arbejde med at effektivisere og professionalisere organisationen bl.a. for at kunne foretage de nødvendige investeringer i digitale platforme og nyt indhold.



Politiske og økonomiske rammevilkår

DR har allerede gennemført besparelser på 420 mio. kr. årligt. Yderligere besparelser vil derfor ramme kernen af DR's indhold og programmer.

De politiske og økonomiske rammevilkår for DR har naturligvis indflydelse på, om DR kan gennemføre strategien. Den væsentligste prioritet er, at DR ikke skal gennemføre yderligere besparelser ud over de 420 mio. kr. årligt, DR allerede har truffet beslutning om. Hvis det besluttes, at DR skal gennemføre yderligere besparelser, vil den nye strategi og de igangsatte udviklingselementer i DR's spare- og udviklingsplan, ikke kunne realiseres fuldt ud.

Den tidligere regerings medieaftale indebar en beslutning om, at DR's økonomi frem mod 2023 gradvist reduceres med 20 pct. i forhold til den forudsatte licensudvikling.

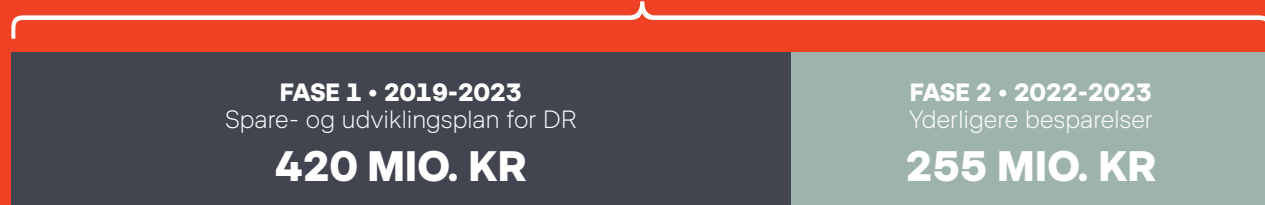
Med spare- og udviklingsplanen har DR truffet konkret beslutning om tilpasninger og besparelser i DR på i alt 420 mio. kr. årligt (3/5 ud af den samlede politisk besluttede besparelse), der gradvist gennemføres frem til og med 2021 (fase 1).

Med planen har DR gennemført markante besparelser på administration, cheflag, støttefunktioner, kanalportefølje samt udvalgte indholdsgenrer såsom sport, underholdning og udenlandsk indhold.

Hovedelementerne i den allerede besluttede spare- og udviklingsplan for 2019-2021 fremgår af boksen på side 25.



675 MIO. KR

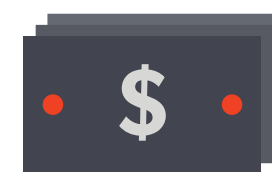


BESPARELSER PÅ DR I DEN TIDLIGERE REGERINGS MEDIEAFTALE

Mio. kr.	2019	2020	2021	2022	2023
Besparelser på DR (jf. Medieaftale 2019-2023)	-176	-308	-420	-538	-675
Spare- og udviklingsplan for DR (fase 1)	176	308	420	420	420
Udestående besparelser (fase 2)	-	-	-	118	255

Kilde: 'Medieaftale for 2019-2023' og 'Spare- og udviklingsplan for DR'.

HOVEDELEMENTERNE I DR'S SPARE- OG UDVIKLINGSPLAN – 'ET NYT, MINDRE OG MERE DIGITALT DR' FRA 2018



Store besparelser på administration
Besparelser på 10 pct. på programmer og indhold (211 mio. kr.), og 17 pct. på administration og programstøttefunktioner.



Færre chefer og direktører i DR
Antallet af direktører er reduceret fra syv til fem (en reduktion på 29 pct.) og antallet af chefer er reduceret med 26 (en reduktion på 17 pct.). Der er ca. 20 medarbejdere pr. chef i DR.



Antallet af traditionelle TV kanaler halveres
Lukning af DR K, DR3 og DR Ultra som tv-kanaler på flow primo 2020. DR lægger det nuværende DR2 og DR K sammen og DR3 og DR Ultra fortsætter som digitale indholdsbrands på DRTV.



DR går fra 8 til 5 radiokanaler
Lukning af P6 Beat, P7 Mix og P8 Jazz. P7 lukker primo 2020, mens der er politisk enighed om at prioritere midler til at videreføre P6 og P8 indtil udgangen af 2020.



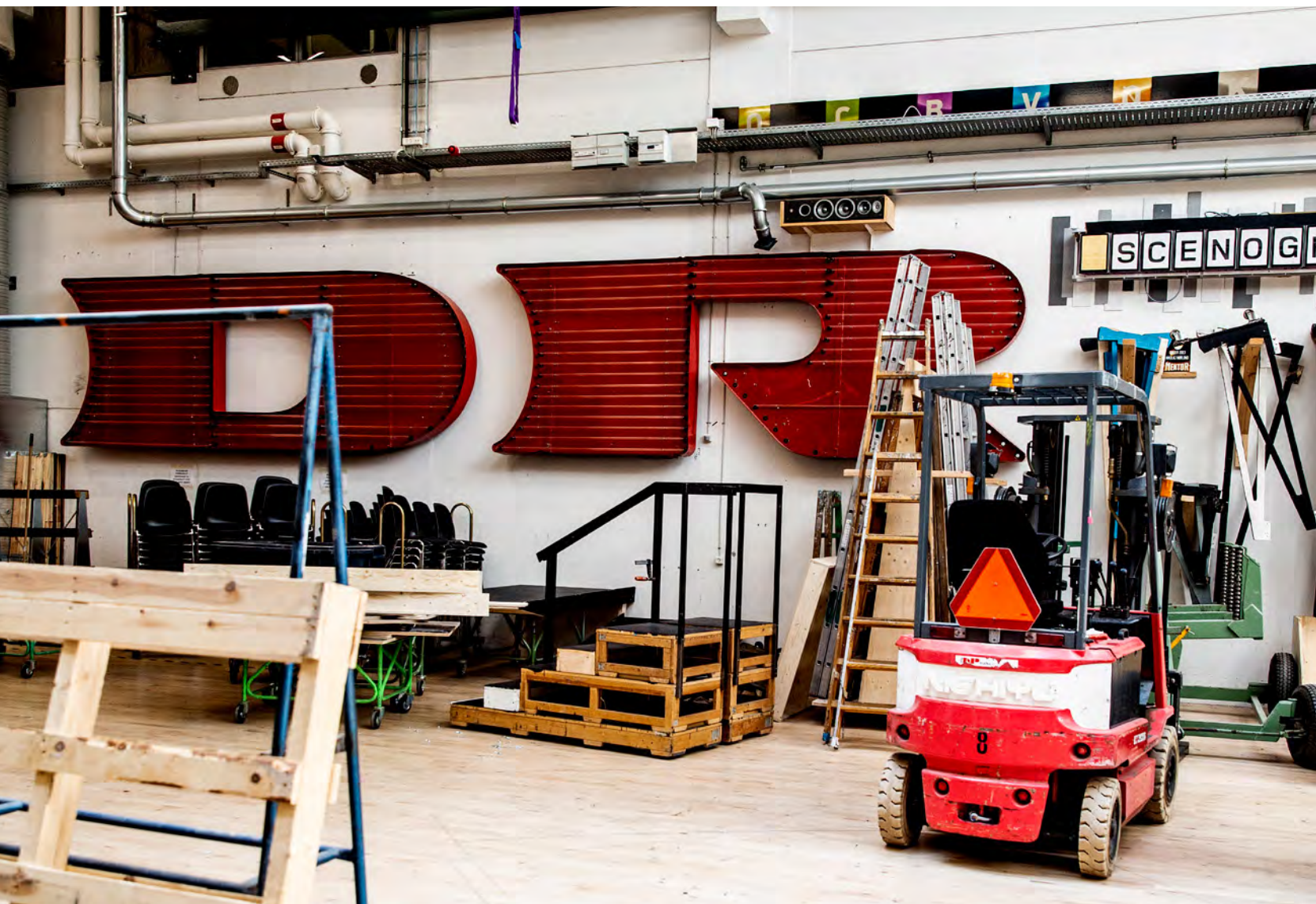
Skarpere prioritering af indholdsområder
Skarpere prioritering mellem medieformål, sådan at knap 90 pct. af DR's programmidler bruges på nyheder, aktualitet og debat, oplysning og kultur, dansk dramatik og fiktion samt DR's kor og orkestre.



Markant nedgang i sendetimer
Samlet set vil DR fra 2020 sende ca. 26.000 færre timers radio og ca. 22.500 færre timers tv årligt. Det svarer til en nedgang i antallet af timer på radio på ca. 25 pct. og antallet af timer på tv på ca. 50 pct. i forhold til 2018



Eksempler på programlukninger
Lukning af f.eks. 'DR2 Dagen', 'Vi ses hos Clement', sportsnyheder på hverdage og 'Langt fra Borgen'. I den kommende tid vil DR lukke yderligere en lang række programmer, herunder f.eks. 'Kunstquiz', 'AftenTour' og de korte tv-aviser på DR1.



Bespargelserne på administration/støttefunktioner afspejler, at målsætningen med spare- og udviklingsplanen var at begrænse besparelserne på indhold mest muligt, særligt for at kunne friholde områder såsom kultur, drama, kor og orkestre, børn, dokumentar og nyheder helt eller delvist for besparelser.²

I den tidligere regerings medieaftale indgik krav om yderligere besparelser på 118 mio. kr. i 2022 og i alt 255 mio. kr. årligt fra og med 2023 (fase 2).

» **Fastholdelse af fase 2-besparelsen vurderes at indebære besparelser på i størrelsesordenen mindst 200 mio. kr. på programmer og indhold. Det svarer omtrent til de allerede besluttede indholdsbesparelser i spare- og udviklingsplanens fase 1.**

Fastholdelse af fase 2-besparelsen på 255 mio. kr. vurderes at indebære besparelser på ca. 55 mio. kr. på administration/støttefunktioner og ca. 200 mio. kr. i besparelser på indholdsproduktionen. Dette afspejler omtrent den nuværende

omkostningsfordeling i DR mellem henholdsvis administration/støttefunktioner og indholdsproduktion, samt at DR med spare- og udviklingsplanen fra 2018 allerede har sparet 17 pct. på administration/støttefunktioner.

Besparelsen på 55 mio. kr. på administration/støttefunktioner kan ikke realiseres særskilt, men er i vidt omfang en konsekvens af en eventuel yderligere besparelse på indhold. Behovet for administration/støttefunktioner kan således kun reduceres, hvis indholdsproduktionen reduceres.

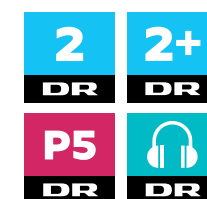
Boksen på modsatte side indeholder en række beregnings-tekniske eksempler til illustration af omfanget af indholdsbesparelser på ca. 200 mio. kr. årligt. Det svarer ca. til de allerede besluttede besparelser på indhold og programmer i spare- og udviklingsplanens fase 1.

² DR har en administrationsprocent på ca. 3,8 pct. (eks. licensadministration). Metoden for opgørelsen af administrationsudgifterne i DR er udarbejdet i samarbejde med og verificeret af konsulentfirmaet KPMG i samarbejde med Struensee & Co på opdrag fra Kulturministeriet. Medregnes omkostningerne til licensadministration stiger administrationsprocenten til 5,0 pct. Rigsrevisionen har desuden lavet en beretning om lønvilkår for chefer i DR, der viser, at DR's cheflønninger generelt er lavere end i staten, og at DR's fratrædelsesvilkår ikke afviger fra praksis i staten.

BEREGNINGSTEKNISKE EKSEMPLER PÅ KONSEKVENSER VED 200 MIO KR. YDERLIGERE BESPARELSER PÅ INDHOLD

Fuld lukning af kanaler og indhold

EKSEMPEL 1



Lukning af (det nye) DR2, DR2+, P5 og alle podcasts.

EKSEMPEL 2



Lukning af Ramasjang, DR Ultra-universet og P3

EKSEMPEL 3



Lukning af P1 og P2 og alle DR's kor og orkestre

Delvise besparelser på kanaler og indhold

EKSEMPEL 4

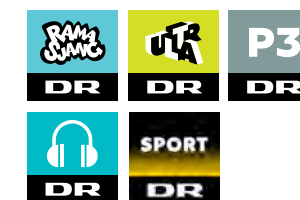
Besparelse på 25 pct.



Besparelse på 25 pct. på genrerne "oplysning og kultur", "nyheder" og DR's dramaproduktion

EKSEMPEL 5

Besparelse på 50 pct.



En besparelse på 50 pct. på tilbudet til børn og unge på tv og radio samt alle sportsrettigheder

EKSEMPEL 6

Besparelse på 50 pct.



En besparelse på 50 pct. på hele DR's radiotilbud

Radiotilbuddet består af P1, P2 (inkl. DR's kor og orkestre), P3, P4 og P5 samt podcast.

Note: Med "lukning" menes lukning af kanalen/platformen inkl. alt tilhørende indhold. Eksemplerne er behæftet med usikkerhed. Eksemplerne er udarbejdet pba. af forventningerne til omkostningerne til de enkelte genrer, kanaler og tilbud i 2021, hvor spare- og udviklingsplanen er fuldt indfaset.

Prioriteter i forhold til en ny medieaftale

DR har grundlæggende den opfattelse, at mediepolitikken i Danmark, herunder betingelserne for dansk public service, er bedst tjent med politiske rammevilkår, der sikrer forudsigelig og robusthed, og muliggør langsigtede investeringer og strategiske indsatser. DR ønsker derfor så vidt muligt bredt forankrede politiske aftaler, der løber over mindst fem år fra indgåelsen.

DR's prioriteter i forhold til forhandlingerne om en ny medieaftale er følgende:

» **Den væsentligste prioritet er, at DR ikke skal gennemføre yderligere besparelser ud over de 420 mio. kr. årligt, der allerede er truffet beslutning om. Hvis det besluttet, at der skal gennemføres yderligere besparelser, vil den nye strategi ikke kunne realiseres fuldt ud.**

ØKONOMISKE RAMMER

For at løse public service-opgaven i et mediebillede, der konstant udvikler sig, skal DR kunne skille sig ud med et unikt, attraktivt og relevant public service-tilbud, som brugerne kan finde, og som kan stå distancen i et globalt medielandskab. Det kræver, at DR hele tiden udvikler både platforme og indhold med særligt fokus på nyheder, kultur samt børn og unge, der skaber værdi for danskerne. Det forudsætter også de rette politiske og økonomiske rammebetingelser i en stadig hårdere konkurrencesituation.

I lyset af de allerede gennemførte besparelser og behovet for investeringer i digitale platforme og dansk indhold for at kunne løfte public serviceopgaven er det derfor DR's væsentligste prioritet, at DR ikke skal gennemføre yderligere besparelser ud over de 420 mio. kr. årligt, DR allerede har truffet beslutning om. Hvis det besluttet, at DR skal gennemføre yderligere besparelser, vil den nye strategi ikke kunne realiseres fuldt ud.

Derudover har der fra brugerne og i offentligheden været et særligt fokus på den planlagte lukning af P6 Beat og P8 Jazz. Derfor har DR i august 2019 meldt ud, at DR vil udskyde lukningen af kanalerne til udgangen af 2020, såfremt et politisk flertal vil finde midlerne hertil. På denne baggrund har kulturministeren i september 2019 tilkendegivet, at der er politisk enighed om at prioritere 15 mio. kr. til DR i 2020 til at videreføre P6 og P8 i et år. Såfremt DR skal gennemføre yderligere besparelser, vil det blive nødvendigt at fastholde den planlagte lukning af P6 og P8 ved udgangen af 2020.

DR's væsentligste prioritet i en ny medieaftale er, at DR ikke skal gennemføre yderligere besparelser ud over de 420 mio. kr. årligt, DR allerede har truffet beslutning om.

UAFHÆNGIGHED OG ARMSLÆNGDE

Politikerne fastsætter de overordnede rammer og opgaver for public service og for DR. Inden for disse rammer har DR som selvstændig offentlig institution i henhold til dansk lov traditionelt haft en udstrakt grad af politisk og økonomisk selvstændighed ift. statsmagten.

Det er efter DR's opfattelse centralt, at alle public service-medier i Danmark kan agere uafhængigt af særinteresser og politisk indflydelse inden for rammerne af lovgivningen. Derfor kan principperne om uafhængighed og armslængde efter DR's opfattelse med fordel fremhæves og styrkes i en ny medieaftale.

Det kan eksempelvis ske ved at:

- Justere den nuværende model for finanslovsfinansiering, evt. med inspiration fra den finske eller svenske model, hvor provenuet fra en særskilt medieskat / public service-afgift overføres til en fond, der har til formål at finansiere public service.
- Fastholde, at DR's basisøkonomi er adskilt fra offentlige puljeordninger mv. Det er centralt, at programvirksomheden ikke indirekte gøres afhængig af løbende støtte fra puljer mv. DR har behov for en robust og velkendt økonomi, der giver mulighed for langsigtet planlægning, fri prioritering af programmerne og opfyldelse af public service-forpligtelserne. Derfor finder DR principielt, at det fortsat bør være sådan, at DR ikke har søgeadgang til public service-puljen. Public service-puljen bør efter DR's opfattelse fortsat være forbeholdt enkeltstående produktioner og særligt komme kommercielle aktører til gode.
- DR er omfattet af offentlighedsloven og radio- og fjernsynsloven og arbejder løbende for at være åben og transparent. DR skal samtidig kunne konkurrere på rimelige vilkår, og på udvalgte forretningskritiske og konkurrenceprægede områder kan DR have særlige fortrolighedshensyn, som også i dag er afspejlet i lovgivningen. Dette ønsker DR fastholdt i en ny medieaftale, således at DR ikke pålægges at udlevere fortrolige oplysninger, ud over hvad der i dag er pligt til i lovgivningen.

FOKUS PÅ BRUGERNE OG DR'S OPGAVE

En ny medieaftale kan med fordel have et styrket fokus på brugerne og på public service-opgaven. Hvis DR's kanaler og tilbud ikke skal blive fravalgt eller irrelevant i den stigende konkurrence er det centralt, at brugerne er i fokus. De politisk fastsatte rammer for public service og DR bør derfor tage afsæt i, hvordan den samlede public service-opgave bedst løftes til gavn og glæde for brugerne, ligesom det er vigtigt at public service-kanaler og -indhold er synligt og let at finde i det stadigt stigende udbud af særligt digitale medietilbud og -platforme, hvor indhold skal vælges til.

Et gensidigt berigende og ligeværdigt samarbejde med forskellige aktører, herunder andre medie- og kulturinstitutioner, distributører, producenter, rettighedshavere mv., er en vigtig forudsætning for, at DR kan løfte sin public service-opgave og for et velfungerende marked. DR har i dag gode muligheder for at indgå i sådanne samarbejder til gavn for både DR og de forskellige aktører uden at dette reguleres detaljeret.

Fokus på hensynet til befolkningen og DR's mulighed for at løfte public service-opgaven kan således efter DR's opfattelse med fordel styrkes i en ny medieaftale.

Det kan eksempelvis ske ved at:

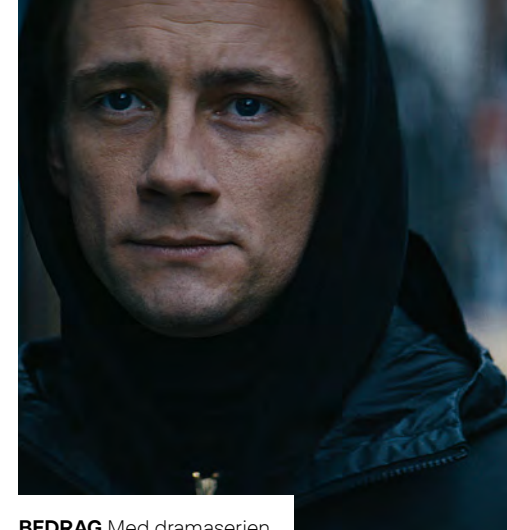
- Forbedre DR's muligheder for at sammensætte et relevant og sammenhængende on-demand tilbud til børn og unge og lempe de eksisterende begrænsninger vedr. tilrådighedsstillelse af udvalgt materiale, som kun gælder for DR, men ikke for andre aktører.
- For at kunne løfte public service-opgaven i den globale konkurrence, er det afgørende, at DR præsenterer et tidssvarende og attraktivt tilbud, der afspejler både DR's opgave og brugernes forventninger. Det forudsætter, at DR har frihed til at sammensætte et samlede public service-tilbud med udgangspunkt i brugerne og opgaven, og at omfanget af detailregulering på genrer, indhold og platforme derfor begrænses mest muligt.
- Undlade specifik regulering af, hvordan DR's indhold og programmer skal videregives eller sælges til kommercielle aktører mv.



VM PÅ HAVNEN I AARHUS DR samler danskerne om de store begivenheder. Udover dækningen på tv, radio og web inviterede DR under VM i 2018 til fodboldfest på Aarhus Havn. Foto: Mathilde Bech



DR'S VALGSTUDIE DR dækkede valgene til Folketinget og Europa-Parlamentet i 2019. Gennem hele valgkampen var det DR's ambition at tage udgangspunkt i den enkelte vælgers liv og virkelighed. Foto: Bjarne Bergius Hermansen



BEDRAG Med dramaserien 'Bedrag' kom vi over tre sæsoner tæt på, hvordan magt og grådighed kan styre menneskers liv. 'Bedrag III' var i 2019 udtaget til Berlin International Film Festival. Foto: Adam Wallensten



DEN NYE STIL Hiphop er blevet mainstream. Danske rapstjerner ligger nummer et på hitlisterne – men sådan har det ikke altid været. Podcasten 'Den nye stil' formidler passioneret historien om dansk hiphop til lytterne. Foto: DR

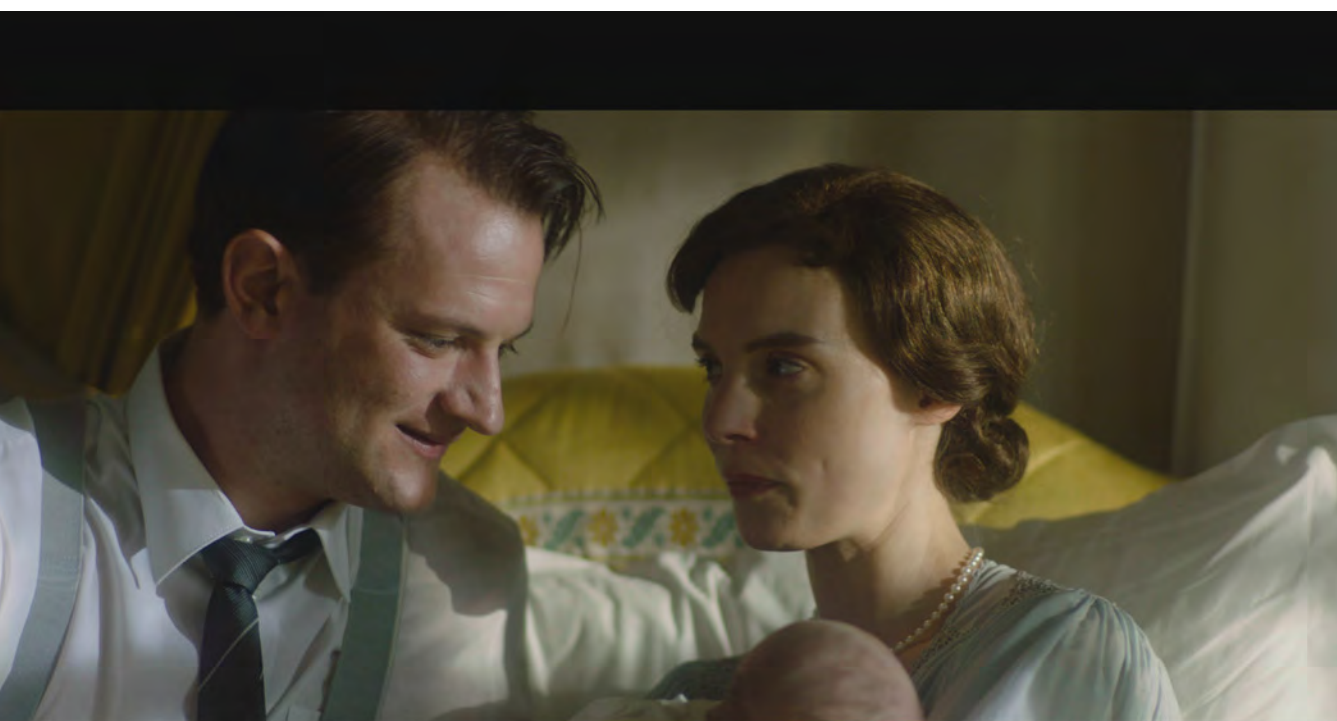
Sammen om det vigtige



DR DIREKTE Generaldirektør Maria Rørbye Rønn til 'DR Direkte' i Korsør. Med 'DR Direkte' kommer DR's direktører rundt i landet for at møde danskerne til en direkte dialog om medievaner, public service og DR. Foto: Bjarne Bergius Hermansen



ANNE OG ANDERS Makkerparret Anders Agger og Anne Hjernøe har i fire udsendelser i sommeren 2019 fortalt historier fra Mellemøsten. Foto: DR



FREDERIK DEN 9. Frederik den 9. (1899 til 1972) var i mange danskeres øjne den første "folkelige" konge. I hans levetid gennemgik ikke bare kongehuset, men også samfundet en rivende udvikling. Den nye dramaserie er i fire afsnit og begynder i 1912, hvor Frederik bliver kronprins, da hans far Christian X bliver konge. Foto: Morten Krüger



SOM ET STREJF AF EN DRÅBE Den 7. oktober 2018 afholdt DR mindekoncert for Kim Larsen på Rådhuspladsen i København. Tusindvis af danskere mødte frem, så med hjemmefra eller samledes foran storskærme i Aalborg, Aarhus og Odense. Foto: Bjarne Bergius Hermansen



DR PÅ FOLKEMØDE DR spreder stemning og substans fra Folkemødet til hele landet. Dels dækker DR Folkemødet på Bornholm i radio, tv og på dr.dk, og er man i Allinge, kan man se programmer blive til på DR's scene. Foto: Anders Beier

Sammen om det vigtige

September 2019