

Resume af

første møde i emnegruppen om bestand af apparater

torsdag den 3. februar 2005

1. Til stede

Lars Thunø	DR - TV
Kristian Arnaa	TV 2 Reklame
Jarl Risum	IT- og Telestyrelsen
Erik Nordahl Svendsen	Mediesekretariatet
Kaj Kammer Madsen	Mediesekretariatet

Formålet med dette papir er at gøre rede for de emner, ideer og synspunkter, der kom op på mødet med fokus på hvordan de bedst muligt kan indarbejdes i det videre arbejde med udviklingen af statistikbanken og på længere sigt en medieportal.

2. Diskussion af oplæg

Skillelinjen mellem distribution og apparat blev diskuteret. I oplægget til grundtabeller i statistikbanken er der en del distribution blandet ind mellem bestanden af apparater. Der vil blive luget ud i listen og oprettet en eller flere tabeller med bestand af distributionskanaler under kategorien Distribution.

”Huller” i den statistiske dækningen

Annual Survey, der benyttes flittigt som kilde til statistik om bestand af medie-apparater, udvikles hele tiden for at være på omgangshøjde med virkeligheden. Dens primære sigte er at være base for udvælgelse af tv-meter panelet. Derfor vil der være områder for belysning af bestanden af medie-apparater, der ikke er så intensivt dækket, som det kunne ønskes fra projektets synsvinkel. Et sådant område er radioapparater. En grundig belysning af radioens udbredelse og brug bliver en af de store udfordringer i projektet. Der skal findes alternative kilder til en mere præcis belysning af bestanden af radioer. Gallups Radio Index (SuperNova) har en række oplysninger om radioapparater på personniveau. Ved en simpel beregning kan det estimeres, at der var 6,5 mio. radioer i Danmark i 2003.

Her berører vi et spørgsmål om belysningsvinklen: husstanden kontra personer. Antal apparater som sådan knytter sig traditionelt logisk til husstanden, men personen som vinkel vil også være relevant. Fx viser undersøgelsen at de 4,5 mio. personer, som indgår i 2003-undersøgelsen råder over 15 mio. radioapparater, hvilket i gennemsnit gir 3,3 pr. Person (flere personer kan have adgang til samme apparat).

Udviklingen af apparater peger også i retning af at nogle af dem er mere knyttet til personer end til steder. Visse medieapparater følger personen frem for at personen bevæger sig mellem rum, hvor der befinder sig apparater. Måske der er brug for en ny personrelateret kategori: En personstatistik, hvor ”Adgang til” og ”Egen besiddelse af” kan være indgange?

BFE's opgørelse over salg fanger hurtigt nye apparater op. Den gir imidlertid ikke et præcist billede af udviklingen af salget i og med at den kun fanger salget blandt medlemmer af BFE præcist, mens resten af salget (ca. 20 pct.) estimeres i samarbejde med Gallup. Opgørelsen over stykpris er baseret på salget blandt BFE's medlemmer. Introduktionen af nye apparater sker typisk i butikker, der er med i BFE, men når et apparat er slået an vil en stigende andel af salget typisk flytte over i varehuse, der ikke er medlemmer. Dette gir et skævt billede af stykprisen på markedet.

Prioritering af ressourcerne

Det drejer sig om "at få det i gang nu"; at få arbejdet ført frem til et punkt, hvor det bliver til at se hvad der skal komme ud af det og hvor det bliver synligt, at der er fremdrift.

En opstart hvor der i starten vil være en del huller i den information, som brugere berettiget vil forvente er til stede i en mediestatistikbank, stiller krav om en udførlig redegørelse for hvor der kan findes supplerende information og hvad planerne er for udbygning af statistikbanken.

Bedste måde at belyse bestanden af apparater

For visse apparattyper går udviklingen meget langsom, hvorfor det ikke vil være interessant at følge udviklingen tæt. For andre sker udviklingen så hurtigt, at der vil være stor interesse i at følge udviklingen i bestanden så tæt som muligt for at fange forandringer ind så hurtigt som muligt. Det er vigtigt at brugere af statistikken oplever statistikbanken som dynamisk og vital.

Der er stærk efterspørgsel på informationer om hvordan udbredelsen af apparater, der er på vej ind på markedet, skrider frem. Her er DAB-radioen et godt eksempel. Derfor er det væsentligt at have et apparat med så snart det kan registreres i opgørelserne. En så hyppig frekvens som mulig, så der er adgang til de friskeste tal, vil være relevant. I praksis vil det sige Gallups kvartalsopgørelser i Annual Survey.

Hvor der er flere alternative kilder til den samme information skal der ske en prioritering ud fra kildernes kvalitet. Et eksempel er Gallups og BFE's årlige opgørelse af bestand af apparater. Som udgangspunkt vælges Gallups opgørelser, men der skal løbende holdes øje med om BFE's tal kan supplere. Som nævnt ovenfor er det grundlæggende formål med Annual Survey at danne grundlag for udvælgelsen af tv-meter panelet. Derfor kan der være sider af medie-apparatbestanden i bred forstand, der bedst belyses med BFE's undersøgelse. På mødet blev det imidlertid nævnt, at BFE muligvis overvejer at nedlægge den årlige undersøgelse.

Grundtabeller i statistikbanken

Belysningen af **Set Top Bokse** bør udvides til at belyse om der er tilsluttet returvej eller ej.

Ejerforhold af tv'et – om der ejes eller lejes - bør med.

Det **digitale tv** har i dag så lille udbredelse i Danmark, at det endnu ikke er til at fange i surveys. Det vil først dukke op i salgsstatistikkerne (købsadfærd), når udbudet af digitale kanaler får publikum til at købe apparater i større stil, dernæst vil det dukke op i survey analyser over bestanden af apparater.

Digitale kameraer og digitale videokameraer hører ikke med i en opgørelse over medie-apparater. Deres anvendelse ligger (stadig) så meget inden for en lukket privatsfære, at det de bruges til ikke kan siges at være distribution af medie-indhold.

Hvis opgørelsen skal fremtidssikres skal **mobiltelefonen** med. For mobiltelefonens vedkommende er konvergensen derimod nået til et punkt, hvor man kan tale om at der distribueres medie-indhold gennem (visse typer) mobiltelefoner (fx nyhedsstof). Det vil være væsentligt at kunne skelne mellem mobiltelefoner, der har den slags funktionalitet, og dem der ikke har det.

Et interessant eksempel på apparat-konvergens er **iPoden**. Dels kan man her i en vis forstand redigere sit eget musikprogram, så den reelt træder i stedet for den transportable radio, dels er det muligt at få den til at sende et (radiobølge)signal til bilradioen (ulovligt i Danmark), så den pludselig bliver distributør af medie-indhold.

Bredbånd er lidt vanskelig i denne sammenhæng. Det bruges til flere forskellige formål herunder distribution af medie-indhold. Man kan diskutere hvor bredt båndet skal være, før det kan bruges til distribution af medieindhold. I It- og Telestyrelsens telestatistik opereres der med grænser ved 144 kbit/s, 512 kbit/s, 1 Mbit/s og 2 Mbit/s. Der begynder at være en anvendbar kvalitet af distribution af lyd ved 512 kbit/s, mens man skal op på 2 Mbit/s for billede. En kendsgerning er det, at hastigheden på internettet hele tiden stiger, og at det i stigende grad vil blive brugt til distribution af medie-indhold (eksempel: TV 2's Sputnik). Derfor hører det med i en mediestatistik – men under distribution.

3. Projektplanen

Projektplanen blev diskuteret kort. Kvalitetssikringen bliver central. Det at en statistik offentliggøres af en offentlig institution gør at den får en mere officiel karakter end hvis den kommer fra en privat statistikproducent. Mediesekretariatet kommer til at legitimere de tal der bliver bragt i statistikbanken. Derfor bliver det vigtigt at gøre meget ud af dokumentationen af de tal der bringes i statistikbanken, selv om det er en kendt sag, at tal, der benyttes i den offentlige debat, hurtigt mister forbindelsen med den bagvedliggende dokumentation.

Det bliver en udfordring at få tal fra kabel- og satellit operatørerne. Strategien er at synliggøre hvad der er muligt og satse på at det kan være med til at bringe resten op på bordet. En del af problemet med at få tal fra kabel- og satellitoperatører kan muligvis tilskrives kvaliteten af kundedatabaser.

Den væsentligste kilde til data om kabel-tv er COPY-DAN. Det er ind til videre et åbent spørgsmål om graden af dækningen af segmentet af antenneanlæg med mellem 2 og 25 tilsluttede husstande.

Målgruppen for statistikbanken er meget sammensat og vil ændre sig i takt med at konvergensen skrider frem. Ud over dele af centraladministrationen, som projektet primært retter sig mod, vil uddannelsesinstitutioner sandsynligvis blive flittige brugere. En central målsætning er at branchen kommer til at finde den nyttig og bruge den. Dette vil være den bedste måde at sikre, at den afspejler de faktiske forhold i mediebranchen.