

Radio- og tv-nævnet

Sendt pr. e-mail til rtv@slks.dk



27. februar 2026

Høringsvar ifm. værditest af DR's vejtjeneste

Danske Medier takker for at have modtaget Slots- og Kulturstyrelsens høring vedrørende DR's ansøgning om i samarbejde med DMI at udvikle en selvstændig vejr-app. Selvom private medier ikke aktuelt er aktive på markedet for selvstændige vejr-apps rejser lanceringen nogle opmærksomhedspunkter, som Radio- og tv-nævnet bør inddrage i sin vurdering.

DR kan med en ny vejr-app styrke en i forvejen dominerende markedsposition

Selvom Danske Medier vurderer, at en vejr-app ikke i sig selv står i et direkte konkurrenceforhold til private mediers eksisterende produkter, er lanceringen ikke uden betydning for mediemarkedet. Når DR udvider sin produktportefølje yderligere, kan det have afledte markedseffekter.

Uanset om man måler på rækkevidde inden for radio, tv eller digitale nyhedsplatforme, indtager DR en dominerende position på det danske mediemarked. Udviklingen af nye, forventeligt dagligt anvendte produkter må derfor indgå i vurderingen af, hvor omfattende en statsfinansieret aktørs markedsdominans bør være.

På den baggrund er der række indirekte konkurrencemæssige opmærksomhedspunkter, som Radio- og tv-nævnet bør inddrage i sin vurdering:

- **Præcedens og formålsglidning**
Lanceringen kan bidrage til at normalisere, at public service-medier udbyder selvstændige, specialiserede apps, som ikke direkte er knyttet til kerneopgaven om radio- og tv-broadcasting – endda selvom der allerede forefindes apps på markedet (her: "DMI Vejr").
- **Opmærksomhedskapital og adgang til brugeren**
Vejr-apps er karakteriseret ved hyppig brug, notifikationer og vanedannelse. En vejr-app vil styrke DR's direkte relation til brugerne. Dermed kan DR opnå en strukturel fordel i konkurrencen om brugernes tid og opmærksomhed.
- **Dataasymmetri**
En vejr-app genererer detaljerede data om brugernes lokation, brugsfrekvens og reaktioner på notifikationer. Disse data kan anvendes til at forbedre personalisering, distribution og synlighed af andet indhold på DR's platforme. Det kan skabe en data- og distributionsmæssig

asymmetri, som private medier vanskeligt kan matche uden tilsvarende daglige kontaktflader.

Danske Medier bemærker positivt, at der i høringsmaterialet lægges op til, at private medier kan få adgang til data fra vejr-appen. Det er imidlertid afgørende og en forudsætning for Danske Medier, at rammerne herfor fastlægges klart og konkret forud for en eventuel godkendelse. Danske Medier stiller sig gerne til rådighed for en drøftelse af, hvordan dette i praksis bedst kan tilrettelægges.

- **Potentielt innovationshæmmende effekt**

Tilstedeværelsen af en gratis, statsfinansieret public service-løsning kan gøre det mindre attraktivt for private aktører at udvikle tilsvarende eller beslægtede produkter eller tjenester på et senere tidspunkt.

- **Afgrænsning af appens funktion og indhold**

Det fremgår af høringsmaterialet, at vejr-appen foruden sit primære formål også foreslås at fungere som indgang til DR's journalistiske indhold. Danske Medier finder det uklart, hvorfor og i hvilket omfang denne funktionalitet er nødvendig for at opfylde formålet om beredskabsinformation og varsling om farligt vejr.

En integration med redaktionelt indhold kan indebære, at vejr-appen i praksis vil fungere som distributionsplatform for DR's samlede indholdsudbud med mulige afledte markeds- og konkurrencemæssige konsekvenser.

Opsummering

Danske Medier finder, at etableringen af DR's vejr-app bør vurderes i et bredere medie- og markedsperspektiv. Selvom appen isoleret set kan forekomme uproblematisk, kan den som dagligt anvendt, datadrevet indgang og platform bidrage til at styrke DR's samlede digitale tilstedeværelse.

Det kan have betydning for konkurrencevilkårene – herunder i forhold til præcedens, adgang til brugernes opmærksomhed, dataanvendelse og innovationsmuligheder – i et i forvejen økonomisk udfordret mediemarked.

Danske Medier opfordrer derfor til, at en eventuel godkendelse ledsages af klare og præcise rammer, som sikrer en hensigtsmæssig afgrænsning af tjenestens funktion og markedspåvirkning.

Danske Medier står naturligvis til rådighed, såfremt ovenstående ønskes uddybet. Henvendelser herom kan rettes til undertegnede på telefon 4042 4263 eller e-mail: nls@danskemedier.dk.

Venlig hilsen

Danske Medier

Nikolaj Lægaard
Politisk chefkonsulent