



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

DANSKERNES ADGANG TIL DIGITALT NYHEDS- OG AKTUALITETSINDHOLD

FRIVILLIG ANNONCERING AF FORSKNINGS- OG UDVIKLINGSOPGAVE



DANSKERNES ADGANG TIL DIGITALT NYHEDS- OG AKTUALITETSINDHOLD

RAPPORTERING OM MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

INDHOLD

1	GENERELT OM "RAPPORTERING OM MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK"	3
2	GENERELT OM PROJEKTET	4
3	UNDERSØGELSENS AFSÆT	5
3.1	Fakta om danskernes brug af nyheds- og aktualitetsmedier	5
3.2	Fakta om danskernes adgang til nyheds- og aktualitetsmedier.....	5
4	PROJEKTBEKRIVELSE	7
4.1	Formål.....	7
4.2	Projektets medieunivers.....	7
4.3	Projektets komponenter.....	7
4.3.1	Afdækning af mediernes/redaktørers overvejelser omkring indholdets placering:.....	8
4.3.2	Kortlægning af indhold, der er frit tilgængeligt og indhold, der kræver betaling:.....	8
4.4	Afgrænsning – indholdskategorier til anvendelse ved kortlægning	8
4.4.1	Kategorisering efter indholdstype	8
4.4.2	Kategorisering efter "journalistiske kvaliteter" eller tilsvarende kategorisering.....	8
4.5	Konklusion på kortlægningen	9
4.6	Hvad der ikke ønskes af projektet.....	9
5	PROJEKT BETINGELSER	10
5.1	Tidsplan for projektet.....	10
5.2	Projektets økonomiske rammer	11
5.3	Vedståelsesfrist.....	12
5.4	Tildelingskriterium	12
5.4.1	Kvalitet.....	12
5.4.2	Metode	12
5.4.3	Projektorganisering og bemanding	12
5.4.4	Vægtning af underkriterier	13
5.5	Om tilbuddet.....	13
5.5.1	Tilbuddets indhold	13
5.5.2	Budget.....	13
5.6	Behandling af tilbud.....	14
5.7	Formalia og retningslinjer for produktleverancer og kontraktudkast	14
5.7.1	Rapporteringsomfang og -form	14
5.7.2	Formidling og formidlingsvenlighed.....	14
5.7.3	Rettigheder, tilgængelige data og baggrundsinformation.....	15
5.7.4	Delleverancer.....	15
5.7.5	Review proces	15
5.7.6	Andet.....	16

5.8	Kommunikation.....	16
5.9	Fortrolighed og aktindsigt.....	16
5.10	Minimumsoplysninger.....	16
6	HUSKELISTE	17

1 GENERELT OM ”RAPPORTERING OM MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK”

I henhold til medieaftalen for 2019-2023 er der gennemsnitligt årligt afsat 2 mio. kr. til at gennemføre ”Rapportering om mediernes udvikling i Danmark”. Rapporteringen varetages af Kulturministeriet.

Formålet med Rapportering om mediernes udvikling er – i samspil med relevante eksisterende undersøgelser – at tilvejebringe øget faktisk viden om mediernes udvikling og vilkår samt at offentliggøre denne viden med henblik på at sikre et kvalificeret og fagligt grundlag for en samfundsmæssig debat og eventuelle nye mediepolitiske initiativer.

Rapporteringen skal have et bredt fagligt perspektiv med fokus på empiriske undersøgelser af medieudviklingen i forhold til indhold, mediebrug og branchens tilstand, som beskrives både i længere tidsserier og enkeltstående analyser af aktuelle medietendenser og -begivenheder. Rapporteringen skal være anvendelsesorienteret blandt andet med fokus på statistisk funderede beskrivelser af udviklingstendenser og fokusere på danske forhold med relevant international perspektivering. Rapporteringen skal henvende sig til politikere, mediebranche, journalister og offentligheden generelt.

Rapportering om mediernes udvikling i Danmark skal dække de tre hovedtemaer:

- **Medieindhold**
- **Mediebrug**
- **Mediebranche**

Kulturministeriet gennemfører og afrapporterer således årligt en række systematiske analyser af mediebrugen og medieudviklingen i Danmark på baggrund af de officielle brancheanerkendte målinger. Herudover er der på baggrund af tidligere udbud igangsat en række større projekter, der enten er gennemført af eksterne forskere, ligesom Kulturministeriet også udarbejder større enkeltstående rapporter.

Der er til Rapportering om mediernes udvikling i Danmark nedsat et rådgivende redaktionspanel bestående af forskere og brancherepræsentanter. Redaktionspanelet har til opgave at medvirke til at identificere konkrete undersøgelser, medvirke til prioritering af undersøgelser og rådgive i forbindelse med udvikling af metode. I forlængelse heraf skal redaktionspanelet kommentere på analyseresultaterne og forholde sig til de gennemførte analysers faglige kvalitet, objektivitet og relevans samt kommentere på den årlige hovedrapportering udarbejdet af Kulturministeriet.

Kulturministeriet skal, med afsæt i sin uafhængighed af særinteresser og gennem den faglige bredde, som ministeriet repræsenterer, i samarbejde med redaktionspanelet sikre, at Rapporteringen vil omfatte et perspektiv på tværs af medier og medietyper.

2 GENERELT OM PROJEKTET

Denne frivillige annoncering af forskningsopgave er en del af Kulturministeriets "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" og omfatter følgende hovedtema:

"Danskernes adgang til digitalt nyheds- og aktualitetsindhold."

Den samlede budgetramme for projektet er 400.000 kroner.

Kulturministeriet er den ordregivende myndighed på projektet med følgende kontaktoplysninger:

Kulturministeriet

Nybrogade 2
1203 København K
Tlf.: +45 33 92 33 70

E-mail: medieudviklingen@kum.dk

Hjemmeside: www.mediernesudvikling.kum.dk

Kontaktperson: Kristina Reseke, khre@kum.dk

Indsendelse af tilbud: medieudviklingen@kum.dk

Projektbeskrivelse inkl. baggrund mm.: Fremgår side 5-9

Betingelser og formalia mm.: Fremgår side 10-16

Huskeliste: Fremgår side 17

Sidste frist for indgivelse af tilbud: 12. maj 2022 kl. 12.00

Nærværende projektmateriale med bilag er tilgængeligt på Kulturministeriets hjemmeside:

www.mediernesudvikling.kum.dk/2021/specialrapporter/udbud/

samt på www.udbud.dk

Kulturministeriet planlægger at indgå kontrakt med den vindende tilbudsgiver i juli 2022. Det vindende projekt forventes gennemført og affrapporeret senest medio 2023. Den præcise dato aftales i forbindelse med kontraktindgåelse.

Såfremt ingen af de modtagne tilbud vurderes på tilfredsstillende vis at kunne afdække det beskrevne projekt, er Kulturministeriet ikke forpligtet til at indgå aftale om gennemførelse af projektet.

3 UNDERSØGELSENS AFSÆT

Dette projekt har til formål at undersøge hvilke typer af nyheds- og aktualitetsindhold, der er frit tilgængeligt og hvilket indhold, det kræver betaling at få adgang til. Emnet vurderes som væsentligt, idet danskernes nuværende og fremtidige anvendelse af nyhedsindhold er central for både den demokratiske debat og mediernes fremtidige finansiering.

Som det fremgår neden for, har 45 % af danskerne ikke og overvejer ikke at få et nyhedsabonnement, og husstandenes samlede forbrug på køb af aviser i abonnement og løssalg er faldende. Dette tyder på, at en væsentlig del af den danske befolkning ikke umiddelbart har adgang til en lang række nyheds- og aktualitetsmediers indhold. Disse medier spiller en central rolle i befolkningens deltagelse i demokratiet. Derfor er det væsentligt at undersøge, om der er forskel på frit tilgængeligt indhold, og det indhold, der kræver betaling, og om brugere af henholdsvis betalingsindhold og af frit tilgængeligt indhold har lige gode muligheder og forudsætninger for at indgå i den samfundsmæssige debat og dialog, der er med til at danne grundlag for den demokratiske samtale.

Som afsæt for undersøgelsen beskriver nedenstående afsnit danskernes brug af og adgang til nyhedsmedier nærmere.

3.1 Fakta om danskernes brug af nyheds- og aktualitetsmedier

Danskernes nyhedsbrug er især de seneste ti år blevet spredt over forskellige typer af medier, platforme og forretningsmodeller. Sociale medier spiller eksempelvis en stadigt større rolle i danskernes nyhedsbrug. Ifølge en undersøgelse af Kantar Gallup benyttede 28 % af den danske befolkning over 18 år i 2019 sociale medier til at få nyheder ”inden for den seneste uge”, hvilket er den femte mest benyttede kilde til nyheder blandt kilderne i undersøgelsen. I denne undersøgelse, er tv-nyhedsprogrammer den mest anvendte kilde til nyheder inden for den seneste uge (68 % af befolkningen i alderen 18 år og derover), radionyheder er den næstmest benyttede (48 %), og herefter følger internetsider eller apps fra hhv. danske nyhedsmedier (43 %) eller danske tv-stationer (32 %).¹

Ser man alene på danskernes kilder til nyheder på internettet er det overordnede billede det samme. Ifølge rapporten om Internetbrug og sociale medier fra Rapportering om mediernes udvikling 2021, er den mest benyttede kilde til nyheder på internettet blandt de danske nyhedsbrugere i 2020 tv-stationernes hjemmesider, som 53 % benytter. Herefter kommer sociale medier, som 42 % af danske internet-nyhedsbrugere benytter som kilde til nyheder på internettet.²

3.2 Fakta om danskernes adgang til nyheds- og aktualitetsmedier

Ifølge Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelse har danskernes forbrug på aviser været faldende over de seneste 25 år. I 1994 var danske husstandes gennemsnitlige årlige forbrug på aviser således 1.678 kr., mens det i 2019 var faldet til 992 kr. korrigeret for prisudviklingen³. Dette beløb angiver, hvad der samlet er brugt på aviser gennem abonnement- og løssalg.

Ser man alene på abonnementssalg, er det i 2020 23 % af danskerne, der betaler for minimum ét avisabonnement (både print og digitalt abonnement), ifølge en undersøgelse udført af YouGov⁴. Samme undersøgelse viser, at 45 % af respondenterne aldrig har haft et avisabonnement og heller ikke overvejer at få et i fremtiden. 43 % af de, der ikke betaler for et avisabonnement, begrundede den manglende vilje til at betale for nyheder med, at abonnementer er for dyre, og 41 % begrundede det med, at der er gratis alternativer.

¹ Kantar Gallup/Tillid til medier 2019 - for Kulturministeriet. Unvers: Den danske befolkning i alderen 18 år og derover

² Den danske befolkning i alderen 15-75 år, der benytter internettet til nyheder månedligt eller oftere

³ Kilde: Forbrugsundersøgelsen, Danmarks Statistik. Korrektion for den generelle prisudvikling ved Danmarks Statistiks PRIS112

⁴ [YouGov | Hvorfor vil danskerne ikke betale for nyheder?](#)

Hvad angår online nyhedsbrug, gælder det for 17 % af befolkningen, at de i løbet af 2020 har betalt for online nyhedsindhold⁵ ifølge rapporten 'Danskernes brug af nyhedsmedier 2020'. Det er to procentpoint mere end i de fire forudgående år, hvilket korresponderer med flere danske mediers udmeldinger om abonnementsvækst i 2020⁶. Det er imidlertid et forholdsvis lavt niveau, når det sammenlignes med Norge (42 %), Sverige (27 %) og Finland (19 %).

I en analyse af bl.a. danskernes villighed til at betale for nyhedsindhold sammenlignet med Finland og Norge, står danskerne ud som en befolkning, der hurtigt har taget digitale nyheder til sig, men ikke i lige så høj grad har flyttet villigheden til at betale for indholdet med sig. Det er især den del af befolkningen med kortere eller ingen uddannelse, der ikke betaler for nyhedsindhold, mens den del af befolkningen, der har en højere uddannelse, er mere villig til at betale⁷.

⁵ [Danskernes brug af nyhedsmedier 2020](#). Undersøgelsen er lavet i Q1 2020. Coronaepidemien forventes at have forårsaget en stigning i danskernes nyhedsbrug, men denne effekt kan ikke aflæses af denne undersøgelse.

⁶ Selskabernes 2020-regnskaber, bl.a. [JP/Politikens Hus](#), [Jysk Fynske Medier](#) (s. 8), og [Information](#) (s. 7.)

⁷ [Digital media Inequalities](#), Nordicom, 2019, Chapter 14, *Why free news matters for social inequality*, side 242

4 PROJEKTBEKRIVELSE

4.1 Formål

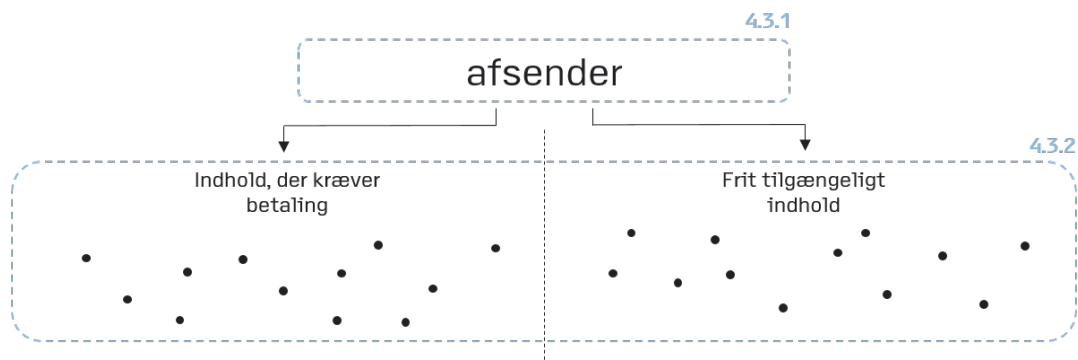
Formålet med undersøgelsen er at tilvejebringe viden om det udbud af nyheds- og aktualitetsindhold, der henholdsvis er frit tilgængeligt eller kræver betaling fra slutbrugeren og om de overvejelser, der er fra mediernes side i forhold til placeringen af forskellige typer af indhold foran eller bag ved en betalingsmur.

Der ønskes svar på følgende spørgsmål om skrevne nyheds- og aktualitetsmedier:

- Hvordan prioriterer afsenderne hvilket indhold, der er frit tilgængeligt og hvilket indhold, der kræver betaling?
- Er der forskel på, hvilket indhold der er frit tilgængeligt og hvilket indhold, der kræver betaling og hvori består en eventuel forskel?
- Hvor stor en andel af det skrevne nyheds- og aktualitetsindhold kræver direkte betaling, og hvor stor en andel er frit tilgængeligt?
- Hvilke konsekvenser har svarene på ovenstående spørgsmål for danskernes adgang til relevant nyheds- og aktualitetsindhold?

Genstandsfeltet for undersøgelsen er afbildet i figuren nedenfor.

Figur 1: Projektets genstandsfelt og komponenter



4.2 Projektets medieunivers

Undersøgelsens genstandsfelt er nyheds- og aktualitetsmedier. Der tages udgangspunkt i de professionelle, publicistiske medier, og det primære fokus er på skrevne nyhedsmedier.

Det vil i den forbindelse alene være relevant at medtage de skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, der i større eller mindre udstrækning benytter sig af forskellige betalingsmure. Nyheder på platforme som fx tv, er således ikke umiddelbart en del af undersøgelsen. Da podcasts vinder frem og indgår som en integreret del af det produkt, de skrevne nyhedsmedier stiller til rådighed, foreslås det, at podcasts indgår som en indholdskategori, jf. afsnit 4.4.

- Landsdækkende dagblades digitale nyhedstilbud
- Regionale/lokale dagblades digitale nyhedstilbud
- Rent digitale medier (Zetland, Føljeton etc.)

4.3 Projektets komponenter

Projektet skal kortlægge danskernes adgang til nyheds- og aktualitetsindhold ud fra flere perspektiver. Projektet skal rumme komponenterne, der er beskrevet i nærværende materiale. Komponen-

ternes beskrivelser er ikke absolutte og udtømmende, og det er op til tilbudsgiver at formulere forslag til undersøgelsens elementer med udgangspunkt i formålsbeskrivelsen, der endeligt godkendes af Kulturministeriet.

Tilbudsgiver opfordres til i deres tilbud at inkludere emner, vinkler eller komponenter, der vurderes nødvendige, for at undersøgelsen giver et fyldestgørende og retvisende billede af danskernes adgang til nyheds- og aktualitetsindhold, men som ikke indgår i dette materiales formåls- og projektbeskrivelse, eller som tilbudsgiver vurderer ikke er beskrevet tilstrækkeligt her.

4.3.1 Afdækning af mediernes/redaktørers overvejelser omkring indholdets placering:

Der ønskes en afdækning af, hvad der er afgørende for, hvilket indhold medier/redaktører lægger foran eller bag en betalingsmur. Det ønskes ligeledes afdækket, hvilke overvejelser udvalgte redaktører gør sig i beslutningen om hvilket indhold, der er frit tilgængeligt og hvilket indhold, der kræver abonnement/betaling.

4.3.2 Kortlægning af indhold, der er frit tilgængeligt og indhold, der kræver betaling:

Kortlægningen skal tage udgangspunkt i en opdeling af medier og indholdstyper, og har til formål at afdække, om der er en generel tendens til at bestemte indholdstyper prioriteres foran eller bag betalingsmure, eller om det varierer fra medie til medie og dermed fra redaktør til redaktør. Kortlægningen kan ske gennem en optælling af artikler, og en samtidig opdeling af disse artikler i relevante indholdskategorier (se punktet 4.4 om afgrænsning nedenfor). Tilbudsgiver skal gøre opmærksom på, hvordan kortlægningen konkret vil blive gennemført og præsenteret.

4.4 Afgrænsning – indholdskategorier til anvendelse ved kortlægning

4.4.1 Kategorisering efter indholdstype

Afgrænsningen af indholdstyper er et vigtigt element i undersøgelsen, og tilbudsgiver opfordres til at angive relevante, realistiske og gensidigt udelukkende kategorier i tilbuddet.

Følgende kategorier er tentative⁸, men der efterspørges særskilt:

- Nyheder, aktualitet/samfund og erhvervsstof/udland
- Livsstil, sundhed/helbred, kultur og sport/motion
- Debat og kommentarer
 - Debatindhold og kommentarer fra politikere
 - Debatindhold og kommentarer fra andre end politikere
- Live, breaking m.v.
- Mediets egen podcast (kan underindeles efter type, hvis der er flere)

4.4.2 Kategorisering efter "journalistiske kvaliteter" eller tilsvarende kategorisering

Ud over den kategorisering, der er beskrevet i afsnit 4.4.1, ønskes en kategorisering af indholdet på baggrund af "journalistiske kvaliteter (egenskaber)". På baggrund af relevante parametre skal det således kortlægges, om der er forskel på indholdet foran og bag ved betalingsmure, eksempelvis i forhold til journalistisk bearbejdningsgrad.

Tilbudsgiver opfordres til at opstille relevante og realistiske kriterier, som en sådan kategorisering kan foretages ud fra. Der kan for eksempel hentes inspiration i tidligere rapporter fra Rapportering om mediernes udvikling i Danmark, blandt andet rapporterne "Journalistiske kvaliteter" og Lokal- og regionalmediers indhold, rolle og betydning i lokalområder".⁹

⁸ Vær opmærksom på, at ændringer af indholdstyper efter projekttildeling skal ske i dialog med Kulturministeriet.
⁹ Se "[Journalistiske kvaliteter 1999-2014](#)" eller "[Lokal- og regionalmediers indhold, rolle og betydning i lokalområder](#)".

4.5 Konklusion på kortlægningen

Kortlægningerne beskrevet oven for skal munde ud i en sammenfatning og konklusion over, hvilke konsekvenser fordelingen af nyheds- og aktualitetsindhold foran og bagved betalingsmure har for danskernes adgang til relevant nyheds- og aktualitetsindhold.

4.6 Hvad der ikke ønskes af projektet

- Det er afgørende, at undersøgelsens fokus lægges på danskernes *adgang til nyheder*. Der er således *ikke* fokus på danskernes *nyhedsbrug generelt*, og der efterspørges dermed ikke en gentagelse af eksisterende undersøgelser om danskernes nyhedsbrug. Relevant indhold og konklusioner fra disse kan dog med fordel indgå i den endelige rapport f.eks. for i konklusionerne at perspektivere resultaterne af kortlægningerne, der er beskrevet ovenfor.
- Det er særligt væsentligt, at der anvendes en ikke-normativ tilgang til emnet således at eksempelvis betalingsmure eller frit tilgængeligt public service-indhold ikke problematiseres. Der ønskes derfor alene en afdækkende undersøgelse.

5 PROJEKTETINGELSER

Det samlede projektmateriale består af:

- Undersøgelsens afsæt
- Projektbeskrivelse
- Projektbetingelser og formalia m.v.
- Kontraktudkast
- Kommissorium for Rapportering om mediernes udvikling i Danmark 2019-2023

Projektet gennemføres som en frivillig annoncering af forsknings- og udviklingsopgaver.

5.1 Tidsplan for projektet

Den overordnede tidsramme for projektet fremgår af skemaet nedenfor. Frist for at stille spørgsmål til projektmateriale samt for at afgive tilbud ligger fast, mens forventet kontraktindgåelse og levering af den endelige rapport er foreløbige og fastlægges endeligt i kontraktforhandlingerne med det vindende tilbud.

Projektet følger nedenstående tidsplan:

TIDSPLAN FOR PROJEKTET

Tidspunkt	Aktivitet	Beskrivelse
10. marts kl. 10.00-12.00	Orienteringsmøde	Kulturministeriet afholder torsdag den 10. marts fra kl. 10.00-12.00 et orienteringsmøde, hvor interesserede tilbudsgivere har mulighed for at stille spørgsmål til projektet. Tilmelding til orienteringsmødet skal ske på e-mail senest den 28. februar kl. 12.00 : medieudviklingen@kum.dk
22. april kl. 12.00	Frist for spørgsmål til projektmateriale	Frem til fredag den 22. april kl. 12.00 er der mulighed for at stille spørgsmål til projektmateriale. Spørgsmål, der modtages af Kulturministeriet inden fristen for modtagelse af spørgsmål, vil under alle omstændigheder blive besvaret. Spørgsmål, der modtages efter fristen, vil kun blive besvaret såfremt det er muligt at besvare dem senest 6 arbejdsdage inden tilbudsfristens udløb. Spørgsmål skal være skriftlige og kan sendes til Kulturministeriet på følgende e-mail: medieudviklingen@kum.dk Anfør venligst titlen " Spørgsmål til projektmateriale 2022 " i emnelinjen
11. februar – 5. maj	Offentliggørelse af spørgsmål og svar	Spørgsmål og svar vil i anonymiseret form blive offentliggjort sammen med eventuelle rettelser på hjemmesiden for Rapportering om mediernes udvikling i Danmark: www.mediernesudvikling.kum.dk Spørgsmålene søges besvaret hurtigst muligt. Det er tilbudsgivers ansvar løbende at holde sig orienteret – også efter fristen for at stille spørgsmål er udløbet.
12. maj kl. 12.00	Frist for modtagelse af tilbud	Fristen for modtagelse af tilbud er torsdag den 12. maj 2022 kl. 12.00 .

		<p>Tilbud, der modtages efter dette tidspunkt, vil ikke blive taget i betragtning.</p> <p>Det er tilbudsgivers ansvar at sikre, at Kulturministeriet har modtaget det samlede tilbud inden for tidsfristen.</p> <p>Tilbud bør maksimalt have et omfang på 25 sider eksklusiv bilag. Bilag må maksimalt have et omfang på 50 sider. Al kommunikation vedrørende projektet og tilbuddet med bilag skal være skriftligt og affattes på dansk.</p> <p>Tilbud skal sendes elektronisk til Kulturministeriet på følgende e-mail:</p> <p>medieudviklingen@kum.dk</p> <p>Anfør venligst titlen "Tilbud på projektopgave 2022" i emnelinjen.</p>
Maj – juli	Vurdering af indkomne tilbud samt eventuelle forhandlinger	<p>I samarbejde med det rådgivende redaktionspanel for Rapportering om mediernes udvikling i Danmark vurderer Kulturministeriet indkomne tilbud på baggrund af en række kriterier.</p> <p>Tildelingskriterium med tilhørende underkriterier fremgår af afsnit 5.4.</p> <p>Såfremt det vurderes relevant, kan Kulturministeriet i denne periode indgå forhandlinger med tilbudsgiverne, som efterfølgende har mulighed for at rette deres tilbud til (se afsnit 5.65.6).</p>
Primo juli	Forventet tidspunkt for kontraktindgåelse	<p>Kulturministeriet forventer at indgå kontrakt med den vindende tilbudsgiver primo juli 2022.</p> <p>I forbindelse med indgåelse af kontrakten udarbejdes en endelig tidsplan for projektet, herunder med frister for delleverancer og levering af endelig rapport.</p> <p>Såfremt ingen af de modtagne tilbud vurderes på tilfredsstillende vis at kunne afdække det beskrevne projekt, er Kulturministeriet ikke forpligtet til at indgå aftale om gennemførelse af projektet.</p>
Medio 2023	Forventet rapportlevering og eventuel konference.	<p>Projektet forventes gennemført og afrapporteret i juni 2023.</p> <p>Fristen for levering af den færdige rapport fastlægges endeligt i forbindelse med indgåelse af kontrakt med den vindende tilbudsgiver.</p> <p>Hvis det vurderes relevant, afholdes en konference i forbindelse med offentliggørelse af rapporten, hvor tilbudsgiver præsenterer rapportens resultater. Tilbudsgivers forberedelse og deltagelse anses som inkluderet i den tilbudte pris.</p>

5.2 Projektets økonomiske rammer

Kulturministeriets budgetramme for projektet er 400.000 kr., der finansieres af Rapportering om mediernes udvikling i Danmark.

Såfremt tilbudsgiver måtte ønske at indgå i en yderligere medfinansiering af projektet, og derigennem for eksempel sikre inddragelse af flere indholdskategorier og medieplatforme vil dette være relevant og muligt. Omfang af medfinansiering skal fremgå af tilbuddet (se pkt. 5.5.1 Tilbuddets indhold).

Ved i tilbuddet at opstille forskellige løsningsmodeller eller mulige projektmoduler har Kulturministeriet mulighed for at vælge mere eller mindre omfattende projekter under projekttemaet.

5.3 Vedståelsesfrist

Tilbudsgiver skal stå ved sit tilbud indtil den 1. oktober 2022.

5.4 Tildelingskriterium

Tildelingen af opgaven vil ske på grundlag af det bedste forhold mellem kvalitet, metode og projektorganisering.

Kulturministeriet vil under inddragelse af det rådgivende redaktionspanel for "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" vurdere de indkomne tilbud ud fra følgende underkriterier:

5.4.1 Kvalitet

Bedømt på grundlag af den generelle forståelse af problemstillingen, samt i hvilken udstrækning det tilbudte projekt forventes at kunne:

- Inddrage, forstå og tage højde for udfordringer og problemstillinger relevante for det beskrevne projekt.
- Opnå resultater og konklusioner, der er dækkende og relevante for emnet.
- Bidrage til at tilvejebringe øget faktisk viden om medieudviklingen i relation til et eller flere af temaerne: medieindhold, mediebrug eller mediebranche.
- Uddrage relevante konklusioner af undersøgelsen til målgruppen for Rapportering om mediernes udvikling i Danmark.
- Bygge på faktisk viden om det aktuelle tema og sikre et kvalificeret og fagligt grundlag for en samfundsmæssig debat.
- Sikre mediefagligt fokus og perspektivering i projektet.
- Gennemføres på baggrund af en realistisk tidsplan.

Det tillægges særlig vægt, hvis tilbudsgiver på bedste uddybende vis beskriver, hvordan det tilbudte projekt inddrager og forstår udfordringer og problemstillinger relevante for det beskrevne projekt, og uddyber hvordan det er muligt at opnå resultater og konklusioner relevante for projektet.

5.4.2 Metode

Bedømt på grundlag af:

- Den metodiske tilgang til projektet, herunder tilbudsgivers begrundede forslag til metode og overvejelser herom.
- Kvalitet i dataindsamlingen.
- Inddragelse af relevant, eksisterende faktisk dansk og international viden, rapporter og data i opgaveløsningen.

Det tillægges særlig vægt, hvis tilbudsgiver giver begrundede forslag til anvendelse af en eller flere metoder og uddyber argumenterne herfor.

5.4.3 Projektorganisering og bemanning

Bedømt på grundlag af:

- Den tilbudte projektorganiseringsform i forhold til om denne i tilstrækkelig grad understøtter den komplekse opgaveløsning – herunder eventuelle samarbejder på tværs af institutioner m.v.
- De tilbudte medarbejders kvalifikationer, viden og erfaring med de udbudte områder samt deres metodiske erfaringer med at udføre undersøgelser af disse.
- Inddragelse af relevante danske og/eller internationale forskningskompetencer og erfaringer på tværs af institutioner og organisationer i forhold til opgaveløsningen.
- Tilbudsgivers erfaring med formidling til den beskrevne målgruppe (se beskrivelsen af målgruppen i baggrundsafsnittet nedenfor eller i kommissoriet for rapporteringen).

- Tilbudsgivers erfaring med mediefaglige analyser.
- Redegørelse for den konkrete nyttiggørelse af projektleders og allokerede medarbejders erfaringer i forhold til udførelsen af opgaven.

Det tillægges særlig vægt, hvis tilbudsgiver for de tilbudte medarbejdere kan dokumentere relevante kvalifikationer, kompetencer og erfaringer.

5.4.4 Vægtning af underkriterier

Underkriterierne vægtes på følgende måde:

KRITERIUM	VÆGT
Kvalitet	40 %
Metode	40 %
Projektorganisering og bemanning	20 %

Der gives point fra 1-5, hvor 5 er bedst.

5.5 Om tilbuddet

5.5.1 Tilbuddets indhold

Tilbuddet skal som minimum indeholde:

- Projektbeskrivelse med velbegrundede og velunderbyggede afgrænsninger og metodevalg.
- Et budget for projektet skal medsendes som en del af projektbeskrivelsen. Budgettet skal være inkl. eventuelle overheads samt evt. tilsagn om medfinansiering.
- Udkast til en tidsplan for projektet med forslag til milepæle og delleverancer, idet endelige tidsplaner aftales individuelt. Tidsplanen bør tage højde for, at udkast til endelig rapport senest 35 dage før den endelige afleveringsfrist skal sendes til review hos Kulturministeriet og det rådgivende redaktionspanel med henblik på sikring af rapportens kvalitet, herunder at de kontraktuelle mål er opfyldt og besvaret på tilfredsstillende vis.
- CV'er med erfaring og kompetencer for de personer, der vil være ansvarlige for projektledelse og gennemførelse af projektet.
- Navne på eventuelle eksterne samarbejdspartnere/institutioner.
- Tydelig angivelse af, hvilken tilbudsgiver eller sammenslutning af tilbudsgivere, der afgiver tilbuddet. Hvis flere går sammen skal der udpeges en fast kontaktperson med mandat til at handle på vegne af de andre tilbudsgivere.

5.5.2 Budget

Specifikke krav til budget:

- Budgettet skal opstilles i detaljeret og gennemskuelig form. Herunder skal ressourceforbrug relateret til delopgaver og milepæle i den samlede opgave være klart adskilte. Opdelingen er til orientering for Kulturministeriet.
- Tilbuddets ressourceforbrug.
- Betaling af evt. eksterne leverandører (f. eks. dataleverandører o. lign.).
- Budgettet skal indeholde en oversigt over den samlede pris.
- Såfremt tilbudsgiver ønsker at indgå i en medfinansiering af projektet, skal omfanget af medfinansieringen fremgå tydeligt af budgettet.

5.6 Behandling af tilbud

De modtagne tilbud vurderes på baggrund af de i afsnit 5.4 nævnte kriterier. Såfremt ingen af de modtagne tilbud vurderes på tilfredsstillende vis at kunne afdække det beskrevne projekt, er Kulturministeriet ikke forpligtet til at indgå aftale om gennemførelse af projektet.

Hvis det vurderes relevant, kan Kulturministeriet vælge at indgå i forhandling med tilbudsgiverne om de modtagne tilbud med henblik på at få tilbuddene til i højere grad at afdække det beskrevne projekt på tilfredsstillende vis. Efter afslutningen af en forhandlingsrunde har tilbudsgivere mulighed for at komme med et opdateret tilbud på projektet. En forhandlingsrunde kan bestå af flere forhandlingsmøder.

Tilbudsgivers omkostninger i forbindelse med udarbejdelsen af tilbud og eventuel forhandling er Kulturministeriet uvedkommende. Kulturministeriet er ikke forpligtet til at tilbagelevere afgivne tilbud.

Valg af tilbudsgiver er ikke afsluttet, før kontrakten er underskrevet.

Vindende tilbud skal aflevere et resumé af projektbeskrivelsen på maksimalt 1 side, der egner sig til offentliggørelse på hjemmesiden for Rapportering om mediernes udvikling i Danmark.

5.7 Formalia og retningslinjer for produktleverancer og kontraktudkast

Det vedlagte udkast til kontrakt vil danne grundlag for indgåelse af aftale med de valgte tilbudsgivere.

Der gøres opmærksom på, at der i forhold til de midler, der er til rådighed for projektet, er tale om, at der indgives **tilbud** på at løse en forsknings- og udviklingsopgave for Kulturministeriet jf. det indsendte tilbud og evt. indgåede kontrakt(er).

Der er således *ikke* tale om, at der **ansøges** midler. Processen adskiller sig således eksempelvis fra ansøgninger om og anvendelse af midler fra Danmarks Frie Forskningsfond.

Bemærk derfor, at afvigelser i forhold til det fremsendte tilbud og den indgåede kontrakt *kun kan ske efter skriftlig aftale med Kulturministeriet*.

Af kontrakten fremgår blandt andet en række retningslinjer og formalia i forhold til projektleverancen mm. der også er anført nedenfor (dog ikke nødvendigvis i præcis samme formulering).

Det endelige indhold og form af projekt og kontrakt aftales i dialog mellem tilbudsgiver og Kulturministeriet.

5.7.1 Rapporteringsomfang og -form

Som udgangspunkt, med mindre andet aftales, ønskes en rapport på cirka 75-100 normalsider à 2.400 anslag inkl. mellemrum. Heri ikke indregnet grafikker, noter, forside, bilag.

Det er væsentligt, at der som slutrapport afleveres ét samlet og sammenskrevet projekt og ikke en række uafhængige delprojekter. Der kan dog som bilag til rapporten afleveres eventuelle separate og mere fagspecifikke delrapporter som en berigelse af det samlede projekt.

Den endelige rapport skal tydeligt være påført: ISSN 2445-852X.

5.7.2 Formidling og formidlingsvenlighed

Målgruppen for Rapportering om Mediernes udvikling i Danmark er bred og omfatter politikere, mediebranche, journalister og offentligheden generelt. Desuden anvender forskere og studerende også rapporteringen. Rapporten skal derfor være sprogligt tilgængelig og kunne stå alene. Blandt andet skal rapporten indledes med en overordnet konklusion (Executive Summary), der sammenfatter de væsentligste pointer og resultater fra projektet.

Tilbudsgiver forpligter sig til efter nærmere aftale at stille op til en præsentation af resultaterne til en eventuel pressekonference og/eller seminar/konference samt præsentation for en mere snæver kreds eller lignende i forbindelse med publicering af projektets resultater. Dette er indeholdt i den tilbudte pris.

5.7.3 Rettigheder, tilgængelige data og baggrundsinformation

Rapporten stilles – med tilhørende tabeller og bilag mm. – til rådighed på hjemmesiden for Rapportering om mediernes udvikling i Danmark.

Kulturministeriet har eksklusivitet i forhold til offentliggørelse af projektets resultater. Tilbudsgiver kan således ikke offentliggøre resultater eller delresultater tidligere end Kulturministeriet. Efter Kulturministeriets offentliggørelse af projektets resultater kan tilbudsgiver dog frit offentliggøre data, resultater eller delresultater.

Data etc. fra projektet er en del af den samlede rapportering til Kulturministeriet. Tilbudsgivere skal derfor stille data indsamlet i forbindelse med projektet til rådighed for Kulturministeriet, dog kun i anonymiseret form.

Parterne har en vederlagsfri ret til at benytte den gennem projektet skabte viden, herunder som led i videre analyser, forskning og undervisning efter projektets ophør.

Ved tilbudsgivers brug af projektets resultater, data eller dele heraf efter offentliggørelsen skal tilbudsgiver henvise til projektet som kilde og angive, hvis de pågældende data på ny er blevet behandlet.

Parterne indvilliger i, at projektets data og resultater ved behørig kildeangivelse vederlagsfrit kan benyttes af tredjemand efter offentliggørelsen af projektets resultater.

Kulturministeriet kan på alle medier og platforme tidsubegrænset offentliggøre rapporten og de tilhørende tabeller og bilag, der er udarbejdet i forbindelse med projektet.

Tilbudsgivere og deltagerne på projektet har ophavsretten til materialet medmindre andet specifikt fremgår af aftalen.

Tilbudsgivere og deltagerne på projektet er indforstået med, at Kulturministeriet bruger deres navne m.v. i forbindelse med offentliggørelse af resultaterne af projektet.

5.7.4 Delleverancer

I forbindelse med projektet skal tilbudsgiver udarbejder én eller flere delleverancer. Delleverancerne kan eksempelvis bestå af delrapporter, en midtvejspræsentation af de foreløbige resultater for Kulturministeriet og det rådgivende redaktionspanel, workshops, statusnotater m.v.

Delleverancerne aftales nærmere mellem Kulturministeriet og tilbudsgiver i forbindelse med indgåelse af kontrakten.

5.7.5 Review proces

Projektet vil indgå i en grundig review proces, som består af flere iterationer.

Tilbudsgiver kan således forvente at få feedback på projektet i forbindelse med delleverancer, herunder særligt ved en eventuel midtvejspræsentation for Kulturministeriet og det rådgivende redaktionspanel for Rapportering om mediernes udvikling i Danmark.

Når tilbudsgiver har et udkast til den endelige rapport klar, sendes det til review hos Kulturministeriet og redaktionspanelet, hvor rapportudkastet vil blive holdt op mod det givne tilbud. I den forbindelse kan review processen ligeledes bestå af flere iterationer, indtil rapportudkastet vurderes at leve op til det givne tilbud og betingelserne i kontrakten.

5.7.6 Andet

Der ønskes som minimum afholdt et indledende arbejds møde samt status møder efter afslutning af projektets større milepæle. Væsentlige ændringer i forhold til rapportudkastet, eksempelvis ændringer i medieafgrænsning eller definition af indholdstyper, kan kun ske i dialog med Kulturministeriet.

Tilbudsgiver forpligter sig til at udføre et uvildigt projekt. De i tilbudsafgivelsens anførte personer er ansvarlige for gennemførelsen af projektet, herunder udarbejdelse og kvalitetssikring af de anførte leverancer til Kulturministeriet.

5.8 Kommunikation

Al kommunikation vedrørende projektet og tilbuddet med bilag skal være skriftligt og affattes på dansk.

5.9 Fortrolighed og aktindsigt

Tilbudsgiveres opmærksomhed henledes på, at dokumenterne, der indsendes til ministeriet, herunder indkomne tilbud vil kunne være omfattet af retsregler om adgang til aktindsigt.

Såfremt der er oplysninger eller elementer i tilbuddet, som ud fra forretningsmæssige overvejelser ønskes undtaget fra aktindsigt, kan tilbudsgiveren angive dette i sit tilbud.

Kulturministeriet vil dog under alle omstændigheder være berettiget og forpligtet til at give aktindsigt i det omfang, som følger af lovgivningen.

5.10 Minimumsoplysninger

Tilbudsgiver skal fremsende følgende dokumenter:

- Tro- og love erklæring om gæld til det offentlige.
- Erklæring om persondataunderretning.

Tilbudsgiver gøres opmærksom på at projekt materialet er vedhæftet et forslag til udformning af ovennævnte bilag. Det er frivilligt at anvende bilaget.

6 HUSKELISTE

Følgende huskeliste er alene ment som en hjælp til tilbudsgiver. Det er tilbudsgivers ansvar at afgive et komplet tilbud.

- **Afsender:** Det skal entydigt fremgå af fremsendelsesmailen, hvilken tilbudsgiver eller sammenslutning der har afgivet tilbuddet.
- **Undtagelse fra agtindsigt:** Angive hvilke dele af tilbuddet der så vidt muligt ønskes behandlet fortroligt og undtaget fra aktindsigt.
- **Minimumskrav:** Opfylde alle minimumsbetingelser, f.eks. tro- og love erklæring om gæld til det offentlige, erklæring om persondataunderretning mv.
- **Datering:** Tilbud og erklæring(er) skal dateres.
- **Underskrift:** Tilbuddet skal underskrives på den indledende side.
- **Projektbeskrivelse.**
- **Budget.**
- **Tidsplan.** Tilbuddet skal indeholde udkast til tidsplan med forslag til milepæle og delleverancer.
- **CV.** Tilbuddet skal indeholde cv'er med erfaring og kompetencer for de personer, der vil være ansvarlige for projektledelse og gennemførelse af projektet.
- **Eksterne:** Navne på eventuelle eksterne samarbejdspartnere.