

RAPPORTERING OM MEDIERNES UDVIKLING – UDBUD 2016

INDHOLDSFORTEGNELSE

1	GENERELT OM ”RAPPORTERING OM MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK”	2
2	GENERELT OM UDBUDET	3
3	DE INTERNATIONALE AKTØRERS BETYDNING FOR DET DANSKE MEDIEMARKED, MEDIEUDBYDERNE OG MEDIEUDBUDET HERUNDER SÆRLIGT DANSK MEDIEINDHOLD	4
3.1	BAGGRUND OG FORMÅL	4
3.2	PROJEKTORGANISERING OG DEN ENDELIGE LEVERANCE	5
3.3	MEDIEUNIVERSET I PROJEKTET.....	6
3.4	FORSTÅELSESRAMME	6
3.5	RETNINGSGIVENDE PROJEKTBEKRIVELSE OG EVT. SUPPLERENDE MODULER	6
3.6	PROJEKTBEKRIVELSE.....	7
4	UDBUDSBETINGELSER	9
4.1	UDBUDSMATERIALE.....	9
4.2	TIDSPLAN FOR UDBUDET.....	9
4.3	PROJEKTETS ØKONOMISKE RAMMER.....	10
4.4	VEDSTÅELSESRAMME.....	10
4.5	TILDELINGSKRITERIER	10
4.5.1.	Tilbuddets kvalitet	10
4.5.2	Metode	10
4.5.3.	Projektorganisering og bemanning.....	11
4.5.4.	Pris	11
4.6	VÆGTNING AF TILDELINGSKRITERIER	11
4.7	FORMALIA OG RETNINGSLINJER FOR PRODUKTLEVERANCEN OG UDKAST TIL KONTRAKT	11
4.7.1.	Rapporteringsomfang og -form	12
4.7.2.	Formidling og formidlingsvenlighed	12
4.7.3.	Rettigheder, tilgængelige data og baggrundsinformation	12
4.7.4.	Andet	13
4.8	OM TILBUDET	13
4.8.1.	Tilbuddets indhold	13
4.8.2.	Budget.....	13
4.8.3.	Alternative tilbud	14
4.9	BEHANDLING AF TILBUD	14
4.10	KOMMUNIKATION	14
4.11	FORTROLIGHED OG AKTINDSIGT	14
4.12	MINIMUMSOPLYSNINGER	15
5	TJEKLISTE – HUSK AT....!	16

1 GENERELT OM "RAPPORTERING OM MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK"

I henhold til den gældende medieaftale for 2015-2018 gennemfører Slots- og Kulturstyrelsen (tidligere Kulturstyrelsen) "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark". Der er afsat 2 millioner kr. årligt til dette formål.

Formålet med "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" er at tilvejebringe øget faktuel 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 være anvendelsesorienteret og have et bredt fagligt perspektiv med fokus på empiriske undersøgelser af medieudviklingen i forhold til indhold, mediebrug og branchens rammevilkår.

"Rapporteringen om mediernes udvikling i Danmark" skal dække de tre hovedtemaer:

- Medieindhold
- Mediebrug
- Mediebranche

Slots- og Kulturstyrelsen offentliggjorde første gang "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark"¹ i maj måned 2014 og anden gang i juni måned 2015.

I de første udgaver af rapporteringen er der etableret en grundstruktur, basisdata og basisviden, der danner grundlag for det videre arbejde. I kommende rapporter opdateres og suppleres med nye undersøgelser.

Slots- og Kulturstyrelsen gennemfører og afrapporterer årligt en række systematiske analyser af mediebruget i Danmark på baggrund af de officielle brancheanerkendte målinger. Herudover er der på baggrund af tidligere udbud igangsat en række større projekter, der er enten allerede gennemført eller er ved at blive gennemført af eksterne forskere².

Den årlige bevilling på 2 mio. kr. til rapporteringen er med den seneste medieaftale (2015-2018) blev forlænget til og med 2018. Der vil i denne periode løbende blive udbudt projekter til eksterne parter, idet der årligt i gennemsnit er afsat op til 1,5 mio. kr. af det bevilgede beløb til køb af analyser eksternt.

Slots- og Kulturstyrelsen afholdt den 22. september 2015 et åbent informations- og dialogmøde for interesserede medieforskere og andre interessenter, hvor også det eksterne redaktionspanel for "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" deltog.

Mødet blev afholdt med henblik på dels at informere generelt om, hvorledes udbud af projekter finder sted; dels at få input og forslag til projekter og temaer, det fremadrettet kan være relevant at afdække i "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark".

Slots- og Kulturstyrelsen og det eksterne redaktionspanel har tillige modtaget skriftlige input og forslag til projekter og temaer fra medieforskere, mediebranche m.fl.

¹ <http://www.slks.dk/medieudviklingen/>

² <http://slks.dk/mediernes-udvikling-2014/specialrapporter/>
<http://slks.dk/mediernes-udvikling-2015/specialrapporter/>

2 GENERELT OM UDBUDET

Dette frivillige udbud er en del af Slots- og Kulturstyrelsens "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" og omfatter følgende hovedtema:

De internationale aktørers betydning for det danske mediemarked, medieudbyderne og medieudbuddet herunder særligt medievirksomhedernes muligheder for fortsat at finansiere og producere dansk medieindhold.

Den samlede budgetramme for projektet er op til 1,5-2 mio. kroner.

Slots- og Kulturstyrelsen er den ordregivende myndighed på projektet med følgende kontaktoplysninger:

Slots- og Kulturstyrelsen

H.C. Andersens Boulevard 2
1553 København V

Tlf.:	+45 33 73 33 73
E-mail:	medieudviklingen@slks.dk
Hjemmeside:	www.slks.dk/medieudviklingen
Kontaktpersoner:	
Lykke Nordblom:	lno@slks.dk
Jarle Dalgaard Christensen:	jdc@slks.dk
Mailadresse for indsendelse af tilbud:	medieudviklingen@slks.dk
Projektbeskrivelse inkl. baggrund mm.:	Fremgår side 4-8 neden for.
Udbudsbetingelser og formalia mm.:	Fremgår side 9-14 nedenfor.
Sidste frist for indgivelse af tilbud:	<u>Mandag den 18. april 2016 kl. 12.00.</u>

Nærværende udbudsmateriale er blevet udsendt til den udsendelsesliste, der fremgår af bilagene til udbudsmaterialet og er ligeledes tilgængeligt på styrelsens hjemmeside:

<http://slks.dk/mediernes-udvikling-2015/specialrapporter/udbud-2016/>

samt på www.udbud.dk

Slots- og Kulturstyrelsen planlægger at indgå kontrakt med de vindende tilbudsgivere primo maj 2016.

Det vindende projekt forventes gennemført og affrapporteret senest 1. april 2017. Alternative datoer kan dog aftales.

Såfremt ingen af de modtagne tilbud vurderes på tilfredsstillende vis at kunne afdække det beskrevne projekt, er Slots- og Kulturstyrelsen ikke forpligtet til at indgå aftale om gennemførelse af projekter.

3 DE INTERNATIONALE AKTØRERS BETYDNING FOR DET DANSKE MEDIEMARKED, MEDIEUDBYDERNE OG MEDIEUDBUDET HERUNDER SÆRLIGT DANSK MEDIE-INDHOLD

3.1 BAGGRUND OG FORMÅL

Medierne er en uundværlig del af vores samfund og demokrati. Medierne er et bindeled mellem samfundets forskellige institutioner og mellem borgerne og samfundet.

Det er via medierne i alle deres former, at man kan høre, lære, sætte sig ind i, holde sig orienteret og opdateret om det omgivende samfund – nationalt såvel som internationalt. Og det er ikke mindst via medierne, man som borger, politiker, meningsdanner el. lign. selv har mulighed for at give sine meninger og holdninger til kende, blive hørt og agere i samfundet.

Medierne er en vigtig kilde til viden og læring og en ressource, der er med til at sætte rammerne for danskernes tilværelse og er en væsentlig platform for den dialog, der udvikler og flytter samfundet.

Den teknologiske udvikling og globaliseringen har og har haft stor indflydelse på medierne, medieudviklingen og medieforbruget generelt og givet mulighed for grænseoverskridende medieudbud og -forbrug i en helt anden målestok og på helt andre medieplatforme end hidtil. De internationale medievirksomheders tilbud indgår i dag i et helt andet omfang end tidligere i danskernes daglige medieforbrug, således at de danske medievirksomheder ud over den indbyrdes konkurrence også konkurrerer med internationale medievirksomheder om forbrugernes og annoncørernes tid og penge med forskellige typer af indhold og tjenester på en række platforme.

Mediemarkedet undergår således nogle strukturelle forandringer i disse år, men de forskellige mediegrupper og medieplatforme påvirkes i forskellig grad og i forskellig tempo af udviklingen.

De kommercielle medier og public service-medierne påvirkes i stor udstrækning af samme faktorer. De kommercielle medier påvirkes imidlertid på en anden måde af udviklingen end public service-medierne, da de blandt andet er afhængige af brugernes villighed til at betale for indhold men også af anden finansiering.

For public service-mediernes vedkommende – måske især de licensfinansierede – er det vigtigt at ramme brugerne bredt, da deres legitimitet i høj grad afhænger af, at de anvendes af eller skaber værdi for så stor en del af den danske befolkning som muligt. Denne legitimitet kan blive sværere at opretholde, hvis danskerne bruger mindre og mindre tid på public service-medierne til fordel for de internationale medieudbydere. Public service-medierne skal jævnfør vilkårene for public service-virksomhed i Danmark, som de er beskrevet i kontrakter og tilladelser, have et tilbud til alle danskere.

Mediekategorierne ændrer sig og går måske i en vis forstand i opløsning i disse år: Avishusenes produktion har i mange år ikke kun været tilgængelig på print men i lige så høj grad – hvis ikke højere – været tilgængelig på internettet konstant opdateret og har jævnlige også form af levende billeder.

De traditionelle tv-føretagender tilbyder nu ikke kun lineært flow-tv på det traditionelle tv, men viser det samme indhold livestreamet via internettet. De har også streamingtjenester til tidsforskudt on-demand sening via internettet af allerede udsendte programmer, ligesom det i nogle tilfælde er muligt at se indhold, der enten ikke har været vist endnu på det traditionelle flow-tv, eller slet ikke skal vises dér. Tv-stationerne

har desuden hjemmesider og er til stede på en række sociale medier med et omfattende og varieret indhold af både nyheder, underholdning, undervisning osv.

Også radio kan høres livestreamet på nettet, on demand eller hentet som podcasts til tidsforskudt lytning.

Tv-distributører – måske især internationale som f.eks. HBO og Netflix – er begyndt at tilbyde indhold, der ikke kan ses via andre kanaler men kun kan tilgås on-demand hos den enkelte distributør. Distributørerne skifter dermed i en vis forstand fra at være en platform til at være et medie.

En forandring i forlængelse af den teknologiske udvikling og globaliseringen er, at annoncekronerne bliver brugt på andre medietyper end tidligere og en større og større andel af den annonceomsætning, der er rettet mod det danske marked, går ifølge Rapportering om mediernes udvikling i Danmark 2015 til udenlandske virksomheder.

Dette er væsentligt i forhold til finansiering af medieindhold – herunder det publicistiske – idet disse udenlandske virksomheder måske nok i en vis udstrækning distribuerer men ikke eller kun i begrænset omfang producerer dansk publicistisk indhold. Jo større en andel af annonceomsætningen, der tilgår udenlandske virksomheder, des mindre en andel er der til at producere medieindhold i Danmark. De forretningsmodeller, medierne anvender, har dog også væsentlig betydning.

I 2007 gik 19 % af annonceomsætningen rettet mod det danske marked til udenlandske virksomheder, mens dette tal i 2014, blandt andet i kraft af blandt andet Facebook og Googles eksistens, er steget til 52 %.

Udviklingen har således som beskrevet ovenfor betydning for både de private kommercielle medieaktører og public service-medierne i Danmark.

Der savnes dog en dybere og sammenhængende viden om og forståelse af de mulige konsekvenser af udviklingen, de internationale aktørers betydning, årsagssammenhænge og dynamikker samt af omfanget af de effekter – positive som negative – der måtte være af udviklingen.

Derfor iværksætter Slots- og Kulturstyrelsen nu som en del af Rapportering om Mediernes udvikling i Danmark et projekt, der skal tilvejebringe sammenhængende viden om de internationale aktørers betydning for det danske mediemarked, medieudbyderne og medieudbuddet herunder særligt medievirksomhedernes muligheder for fortsat at finansiere og producere dansk medieindhold.

Projektet uddybes i det følgende.

3.2 PROJEKTORGANISERING OG DEN ENDELIGE LEVERANCE

Projektet udbydes som ét samlet projekt. Projektet er dog relativt bredt i sin problemformulering og omfatter flere kompetencer og specialer. Derfor kan der i projektet – på tværs af institutioner og organisationer – med fordel trækkes på relevante danske og/eller internationale (medie)forskningsmæssige kompetencer og personer med forretningsmæssig indsigt, forståelse og erfaringer for at sikre den bedst mulige løsning af opgaven.

Det er væsentligt, at der som slutrapport afleveres ét samlet og sammenskrevet projekt, der giver et samlet billede og en samlet forståelse af dynamikker, sammenhænge, årsager og konsekvenser og ikke en række uafhængige delprojekter. Der kan dog som bilag til rapporten afleveres eventuelle separate og mere fag-specifikke delrapporter som en berigelse af det samlede projekt.

Der lægges ligeledes vægt på, at projektet også inddrager og baserer sig på relevant, eksisterende aktuel dansk og international viden, rapporter og data.

Der henvises desuden til afsnittet nedenfor vedrørende tildelingskriterier og vægtning af tildelingskriterier, idet projektorganisering og bemanning er et af tildelingskriterierne for projektet.

3.3 MEDIEUNIVERSET I PROJEKTET

Det medieunivers, der arbejdes med i dette projekt er bredt og omfatter umiddelbart både kommercielle og public service-medier og såvel landsdækkende som regionale og lokale medier. Det omfatter desuden alle relevante medieplatforme: Avis/print, tv (flow og smart/web), radio, web-medier (rene webmedier og webmedier i tilknytning til et andet medie f.eks. avis eller tv-medie), streamingtjenester o. lign., ligesom de forskellige teknologiske platforme skal dækkes (desktop, tablet, mobil).

Projektet omfatter ikke umiddelbart litteratur/bøger/lydbøger, ugeblade og magasiner, musik, spil, biografer. Det kan dog inddrages i begrænset omfang hvor relevant for f.eks. at give et mere samlet billede af de aktiviteter, der konkurrerer om mediebrugernes tid og opmærksomhed.

Tilbudsgivere opfordres til i deres tilbud at definere og beskrive det medieunivers, tilbudsgiver finder relevant og realistisk for projektet.

3.4 FORSTÅELSESRAMME

Projektet skal indledes med en redegørelse for den forståelses- og begrebsramme, der arbejdes inden for, så forudsætningerne for opgaveløsningen er klar.

3.5 RETNINGSGIVENDE PROJEKTBEKRIVELSE OG EVT. SUPPLERENDE MODULER

Projektet **"De internationale aktørers betydning for det danske mediemarked, medieudbydere og medieudbuddet herunder særligt medievirksomhedernes muligheder for fortsat at finansiere og producere dansk medieindhold"** udbydes som nævnt ovenfor som ét samlet projekt. Det er væsentligt, at der som slutrapport afleveres ét samlet og sammenskrevet projekt, der giver et samlet billede og en samlet forståelse af dynamikker, sammenhænge, årsager og konsekvenser.

I afsnit 3.6 neden for beskrives de elementer, der ønskes belyst i projektet.

Generelt for problembeskrivelsen nedenfor gælder, at den er **retningsgivende og ikke absolut**. Dog skal så stor en del af de temaer, der er beskrevet i det følgende, så vidt muligt medtages i projektet. Tilbuddet på at gennemføre opgaven skal være realistisk inden for den angivne budget- og tidsramme.

Såfremt tilbudsgiver vurderer, at der er elementer i det følgende, det ikke er realistisk muligt at dække i projektet, skal dette tydeligt og begrundet fremgå af tilbuddet. Eventuelt kan der afgives separat, supplerende tilbud på at dække disse elementer.

Er der omvendt forhold, som ikke er medtaget i nedenstående, men som tilbudsgiver vurderer, det er relevant eller nødvendigt at medtage i projektet for at sikre den mest komplette afdækning af problemstillingen, opfordres tilbudsgivere til at indskrive og begrunde dette i tilbuddet. Eventuelt kan der afgives separat, supplerende tilbud på at dække disse elementer.

Hvor det er relevant og muligt inden for budget- og tidsramme kan det være relevant at perspektivere i forhold til udviklingen i sammenlignelige lande f.eks. de øvrige nordiske lande. Der kan eventuelt afgives tilbud på dette som et supplerende modul til projektet.

3.6 PROJEKTBEKRIVELSE

Det skal indledningsvis understreges, at **omdrejningspunktet i projektet er de internationale aktørers betydning for det danske mediemarked.**

I forhold til **mediemarkedet, medieudbyderne og medieudbuddet** ønskes følgende afdækket:

1. En generel kortlægning af aktørerne – både de danske og internationale – på det danske mediemarked, herunder bl.a.
 - a) Aktørernes aktiviteter og det (medie)udbud/de aktiviteter, der har relevans på det danske mediemarked.
 - b) Pengestrømme og dynamikker på mediemarkedet.
 - c) Et kort og summarisk historisk overblik over udviklingen hvor det giver mening i forhold til at give en forståelse og forklaring af udviklingen – herunder især at få en forståelse af dynamikkerne på markedet.
 - d) Udpegning af de væsentligste aktører – nationale såvel som internationale – det er relevant at have fokus på i projektet samt en begrundelse herfor.
 - e) Udpegning af de væsentligste faktorer der har eller har haft betydning for medieudviklingen med de internationale aktørers stigende betydning på det danske mediemarked og af de muligheder og udfordringer, det har ført med sig på mediemarkedet bredt.
2. Har de internationale (medie)aktører ændret rammevilkårene for de danske medieinstitutioner (i dagens digitale samfund)? På hvilken måde? Hvilke **konsekvenser** har det haft, f. eks. for
 - a) Værdikæderne på mediemarkedet
 - b) Prisfastsættelsen af medieindhold
 - c) De anvendte forretningsmodeller
3. Er der specifikke forhold, der gør sig gældende for et lille sprogområde som det danske? Hvilke og på hvilken måde?
4. I hvilket omfang og på hvilken måde spiller (de væsentligste) internationale aktører – for eksempel (men ikke udelukkende) Facebook, Google og Apple – en rolle i forhold til medieudbuddet i Danmark, herunder distribution og deling af nyheder, information og viden til danskerne. Hvilken betydning har de f.eks. haft for såvel udbuddet og mangfoldigheden af **publicistisk** indhold (dansk og udenlandsk) på det danske mediemarked som øvrigt (dansk) indhold generelt?
5. Hvilken betydning har den teknologiske udvikling og globaliseringen for de danske medieinstitutioners muligheder for at kunne agere og udvikle sig i fremtiden herunder for de danske mediers muligheder for at udvikle sig kommercielt og især **fortsat at kunne finansiere og tilbyde dansk indhold på det danske mediemarked** – herunder publicistisk indhold?

Der er under punkt 5 ikke tale om en analyse af og konkret udvikling af specifikke forretningsmodeller men om mere overordnede og generelle betragtninger.

6. Har internationale udbydere fået så stor betydning i Danmark og på det danske mediemarked, at de er med til at præge mediedagsordenen i forhold til f.eks. nyheder, aktualitet, politik og væsentlig samfundsdebat i Danmark? I givet fald: hvordan? Her ønskes en afdækning i to niveauer: Dels en mere overordnet og generel betragtning dels en mere konkret på hovedaktørniveau.
7. I hvilket omfang og på hvilken måde har de danske indholdsproducenter mistet indtægter som følge af internationaliseringen og den internationale konkurrence? Og hvilken betydning har det for branchen?
8. Hvor god har branchen omvendt selv været til at generere indtægter (f.eks. fra udlandet eller på nye aktiviteter uden for kerneforretningen)?
9. Beskrivelse af de nye muligheder og evt. positive effekter, udviklingen har haft?

4 UDBUDSBETINGELSER

4.1 UDBUDSMATERIALE

Det samlede udbudsmateriale består af:

- Baggrund, udbudsbetingelser og formalia m.v.
- Projektbeskrivelse
- Kontraktudkast
- Kommissorium for rapportering om mediernes udvikling i Danmark 2015-2018
- Udsendelsesliste

Udbuddet gennemføres som et frivilligt udbud af forsknings- og udviklingsopgaver.

4.2 TIDSPLAN FOR UDBUDET

Den overordnede tidsramme for projektet fremgår af skemaet nedenfor. Frist for at stille spørgsmål til udbudsmaterialet 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 projekt.

Udbuddet følger nedenstående tidsplan:

AKTIVITET	DATO OG TIDSPUNKT
Spørgsmål til udbudsmaterialet	<p>Frist for at stille spørgsmål til udbudsmaterialet: Fredag d. 8. april 2016 kl. 12.00.</p> <p>Spørgsmål, der modtages af Slots- og Kulturstyrelsen inden fredag den 8. april 2016 kl. 12.00, vil under alle omstændigheder blive besvaret. Spørgsmål, der modtages efter dette tidspunkt, vil kun blive besvaret, såfremt det er muligt at besvare dem senest 6 dage inden tilbudsfristens udløb.</p> <p>Spørgsmålene skal være skriftlige og kan sendes elektronisk til Slots- og Kulturstyrelsen på e-mail: medieudviklingen@slsk.dk</p> <p>Anfør venligst titlen "Spørgsmål til udbudsmaterialet 2016" i emnelinjen</p>
Offentliggørelse af spørgsmål og svar	<p>Spørgsmål og svar (i anonymiseret form) samt eventuelle rettelser søges besvaret hurtigst muligt i henhold til ovenstående: www.slks.dk/medieudviklingen</p> <p>Tilbudsgiver opfordres til at holde sig løbende orienteret, også efter at fristen for at stille spørgsmål er udløbet.</p>
Frist for modtagelse af tilbudsgivers samlede tilbud	<p>Frist for modtagelse af tilbudsgivers samlede tilbud: 18. april 2016 kl. 12.00</p> <p>Tilbud, der modtages efter dette tidspunkt, vil ikke blive taget i betragtning.</p> <p>Tilbud bør maksimalt have et omfang på 25 sider eksklusiv bilag.</p> <p>Tilbud skal sendes i elektronisk form til mailadressen: medieudviklingen@slks.dk</p> <p>Anfør venligst titlen "Tilbud" i emnelinjen.</p>
Forventet tidspunkt for kontraktindgåelse	Primo maj 2016

4.3 PROJEKTETS ØKONOMISKE RAMMER

Den samlede budgetramme for projektet er 1,5-2 mio. kroner, der finansieres af Rapportering om mediernes udvikling i Danmark.

Såfremt tilbudsgiver måtte ønske at indgå i en yderligere medfinansiering af projektet vil dette være relevant og muligt. Omfang af medfinansiering skal fremgå af tilbuddet (se pkt. 4.8.1. Tilbuddets indhold).

4.4 VEDSTÅELSESRIST

Tilbudsgiver skal stå ved sit tilbud indtil den 1. oktober 2016.

4.5 TILDELINGSKRITERIER

Tildelingen af opgaven vil ske på grundlag af det økonomisk mest fordelagtige tilbud.

Slots- og Kulturstyrelsen vil under inddragelse af det eksterne redaktionspanel for "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark" vurdere de indkomne tilbud ud fra følgende tildelingskriterier:

4.5.1. Tilbuddets kvalitet

Bedømt på grundlag af den generelle forståelse af problemstillingen samt i hvilken udstrækning tilbuddet forventes at kunne:

- Inddrage og forstå udfordringer og problemstillinger relevante for det beskrevne projekt.
- Opnå resultater og konklusioner, der er relevante for projektet.
- 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.
- Sikring af mediefagligt fokus og perspektivering i projektet.
- Den tilbudte tidsplan.

4.5.2 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 aktuel dansk og international viden, rapporter og data i opgaveløsningen.

4.5.3. 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 forskningsinstitutioner, markedsaktører, etablering af konsortier 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 forsknings- og forretningsmæssige kompetencer og erfaringer på tværs af institutioner og organisationer i forhold til opgaveløsningen af de enkelte delelementer.
- Tilbudsgivers erfaring med formidling til den beskrevne målgruppe (se beskrivelsen af målgruppen i baggrundsafsnittet ovenfor 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.

4.5.4. Pris

Bedømt på grundlag af:

- Samlede pris for opgaven.

4.6 VÆGTNING AF TILDELINGSKRITERIER

Tildelingskriterierne vægtes på følgende måde:

KRITERIUM	VÆGT
Tilbuddets kvalitet	45 %
Metode	25 %
Projektorganisering og bemanning	20 %
Pris	10 %

4.7 FORMALIA OG RETNINGSLINJER FOR PRODUKTLEVERANCEN OG UDKAST TIL KONTRAKT

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

Vi gør 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 Slots- og Kulturstyrelsen 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 de frie forskningsråd.

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

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 dog i dialog mellem tilbudsgiver og Slots- og Kulturstyrelsen.

4.7.1. Rapporteringsomfang og -form

Som udgangspunkt, med mindre andet aftales, ønskes en rapport på cirka 100-150 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, der giver et samlet billede og en samlet forståelse af dynamikker, årsager og konsekvenser 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.

Der kan eventuelt være ønske om/behov for en eller flere delleverancer i projektperioden.

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

4.7.2. Formidling og formidlingsvenlighed

Målgruppen for Rapportering om Mediernes udvikling i Danmark er bred og omfatter politikere, mediebranche, journalister og offentligheden generelt. Desuden ved vi, at forskere og studerende også anvender 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 eller seminar/konference samt præsentation for en mere snæver kreds eller lignende i forbindelse med publicering af projektets resultater.

4.7.3. Rettigheder, tilgængelige data og baggrundsinformation

Rapporten stilles – med tilhørende data, evt. tabeller og bilag mm. – til rådighed på rapporteringens hjemmeside.

Slots- og Kulturstyrelsen har eksklusivitet i forhold til offentliggørelse af projektets resultater. Tilbudsgivere kan således ikke offentliggøre resultater eller delresultater tidligere end Slots- og Kulturstyrelsen.

Data etc. fra projektet er en del af den samlede rapportering til Slots- og Kulturstyrelsen. Tilbudsgivere skal derfor stille data indsamlet i forbindelse med projektet til rådighed for Kulturstyrelsen, dog kun i det omfang eller i en form der sikrer nødvendige diskretionshensyn og aftaler om hemmeligholdelse i forhold til respondenter og virksomheder tillader dette.

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.

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

Slots- og Kulturstyrelsen 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 Slots- og Kulturstyrelsen bruger deres navne m.v. i forbindelse med offentliggørelse af resultaterne af Projektet.

4.7.4. Andet

Der ønskes som minimum afholdt et indledende arbejds møde samt et statusmøde efter afslutning af projektets større milepæle.

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 Slots- og Kulturstyrelsen.

Ved projektets afslutning ønskes et regnskab med hovedposter.

4.8 OM TILBUDET

4.8.1. 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 jf. nedenstående.
- Udkast til en tidsplan for projektet, idet endelige tidsplaner aftales individuelt.
- Kortfattet oversigt over tilbudsgivers/tilbudsgivernes erfaring og kompetencer på området.
- Navne på de personer, der vil være ansvarlige for projektledelse og gennemførelse af projektet
- Navne på eventuelle eksterne samarbejdspartnere/institutioner

4.8.2. 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 Slots- og Kulturstyrelsen.
- Tilbuddets ressourceforbrug.
- Betaling af evt. eksterne leverandører (f. eks. dataleverandører o. lign.)
- Budgettet skal indeholde en oversigt over den samlede pris.

4.8.3. Alternative tilbud

Som udgangspunkt er Slots- og Kulturstyrelsens budgetramme for det udbudte projekt op til 1,5-2,0 mio. kroner.

Det vil være muligt at afgive alternative tilbud i forhold til projektbeskrivelsen.

- Ved i tilbuddet at opstille forskellige løsningsmodeller eller mulige supplerende projektmoduler, der yderligere kan berige det projekt, der afgives tilbud på, har Slots- og Kulturstyrelsen mulighed for at vælge mere eller mindre omfattende projekter under projekttemaet.
- Det vil ligeledes være muligt for tilbudsgiver at tilbyde medfinansiering af projektet.

Såfremt der modtages flere relevante tilbud på projektet, som det er beskrevet oven for, eller såfremt et tilbud inkl. eventuelle alternative tilbud på et projekt jf. ovenstående overstiger rammebeløbet, vil der kunne afviges fra budgetrammen, såfremt styrelsen finder det relevant.

4.9 BEHANDLING AF TILBUD

Såfremt ingen af de modtagne tilbud vurderes på tilfredsstillende vis at kunne afdække de beskrevne projekter, er Slots- og Kulturstyrelsen ikke forpligtet til at indgå aftale om gennemførelse af projekter.

Tilbudsgivers omkostninger i forbindelse udarbejdelsen af tilbud på nærværende udbud er Slots- og Kulturstyrelsen uvedkommende. Slots- og Kulturstyrelsen 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.

4.10 KOMMUNIKATION

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

4.11 FORTROLIGHED OG AKTINDSIGT

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

Det betyder, at konkurrenter m.fl. kan anmode om aktindsigt i tilbud, der afgives. Anmodninger om aktindsigt fra andre tilbudsgivere, der også deltager i udbudsprocessen, skal i henhold til praksis fra Klagenævnet for Udbud afhængig af omstændighederne imødekommes af Slots- og Kulturstyrelsen.

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

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

4.12 MINIMUMSOPLYSNINGER

Tilbudsgiver skal fremsende følgende dokumenter:

- Tro- og love erklæring om gæld til det offentlige

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

5 TJEKLISTE – HUSK AT....!

Tjeklisten er ment som hjælp til, at tilbudsgiveren ikke glemmer elementer i sit tilbud. Det skal dog fremhæves, at det alene er tilbudsgiverens ansvar at afgive komplet tilbud.

Har tilbudsgiver husket at følgende skal indgå i den samlede leverance:

- ✓ Det skal entydigt fremgå af fremsendelsesmailen, hvilken tilbudsgiver eller sammenslutning, der har afgivet tilbuddet.
- ✓ Angive hvilke dele af tilbuddet der så vidt muligt ønskes behandlet fortroligt og undtaget fra aktindsigt.
- ✓ Opfylde alle minimumsbetingelser, f.eks.:
 - Tro- og love erklæring om gæld til det offentlige.
- ✓ Datere tilbud og datere (erklæring)er.
- ✓ Underskrive tilbuddet på den indledende side.
- ✓ Projektbeskrivelse.
- ✓ Budget.
- ✓ Udkast til tidsplan.
- ✓ Kortfattet oversigt over tilbudsgivers erfaring og kompetencer på området.
- ✓ Navne på de ansvarlige for projektledelse.
- ✓ Navne på eventuelle eksterne samarbejdspartnere.
- ✓ Evt. alternativt tilbud med supplerende projektmoduler.