

# MedieDanmark - [Projektplan](#)

Mediesekretariatet

<b>Formål</b> .....	<b>3</b>
<b>Vision</b> .....	<b>3</b>
<b>Baggrund</b> .....	<b>3</b>
<b>Afgrænsning</b> .....	<b>3</b>
<b>Internationalt</b> .....	<b>4</b>
<b>Strategi for udvikling af MedieDanmark</b> .....	<b>4</b>
Fase 1 .....	4
Fase 2 .....	5
Fase 3 .....	5
Tidsplan.....	5
<b>Udviklingstakt</b> .....	<b>6</b>
Fase 1 .....	6
Startfasen.....	6
Opbygningsfasen.....	6
Fase 2 .....	6
Opbygningsfase, fortsat .....	6
Vedligeholdelsesfasen.....	6
<b>Hjemmesider</b> .....	<b>6</b>
Projektets hjemmeside .....	6
MedieDanmark.....	6
Statistikbank MedieDanmark.....	7
Kvalitetssikring .....	8
<b>Pilot-projekt</b> .....	<b>8</b>
Copy-dan.....	8
BFE/Gallup .....	9
Danmarks Statistik .....	9
<b>Aftaler om øvrige dataleverancer</b> .....	<b>9</b>
<b>Ressourcebehov</b> .....	<b>9</b>
<b>Kompetencebehov</b> .....	<b>9</b>
<b>Økonomi</b> .....	<b>10</b>
<b>Projektorganisation</b> .....	<b>10</b>
1 Styregruppe .....	10
2 Referencegruppe .....	10
3 Emnegrupper.....	11
<b>Risikoanalyse</b> .....	<b>11</b>
<b>Kommunikationsstrategi</b> .....	<b>11</b>
<b>Handlingsplan</b> .....	<b>12</b>
<b>Annex</b> .....	<b>13</b>

## Formål

Formålet med projektet MedieDanmark er at etablere en kvalitetssikret samlet officiel dansk mediestatistik dækkende de elektroniske medier - på sigt også de trykte medier.

## Vision

Visionen er en on-line mediestatistikportal.

## Baggrund

Kulturministeriet, Videnskabsministeriet, IT- og Telestyrelsen og Mediesekretariatet har længe savnet en samlet officiel dansk mediestatistik og igangsatte derfor i marts 2004 et projekt til etablering af en sådan statistik. Samtidig blev der etableret en styregruppe med deltagelse fra initiativtagerne.

Det er besluttet, at mediestatistikken i første omgang skal koncentrere sig om radio og tv og dernæst Internet.

Mediestatistikken er en del af kulturstatistikken. Derfor skal den udvikles så den passer ind i rammerne af det [projekt der er sat i gang af Kulturministeriet om at udvikle kulturstatistikken](#)<sup>1</sup>.

Behovet for mere systematiseret kvantitativ viden inden for medieområdet er bredt, og intentionen med projektet er at samle den i en ny videndatabase MedieDanmark. I første omgang vil der blive arbejdet på at etablere en statistikbank under Mediesekretariatets hjemmeside. Næste skridt er etablering af en web-portal med bl.a. en oversigt over web-steder, hvor der allerede findes let tilgængelig mediestatistik. Portalen skal løbende udbygges med relevante oplysninger så som enkeltvirksomhedsoplysninger, oplysninger om lovgivningen, EU-information m.v.

Initiativtagerne har formuleret en række behov for mediestatistik. Disse behov, kombineret med input fra møder med en række dataleverandører, er samlet i en bruttoliste over statistikbehov i [annex 1](#).

Forbilledet for MedieDanmark er MedieNorge ([www.medienorge.uib.no](http://www.medienorge.uib.no)); en portal der samler og præsenterer statistiske oplysninger inden for medier i bred forstand: aviser, ugepresse, fagpresse, bøger, tv, radio, fonogrammer, film, video og Internet.

## Afgrænsning

MedieDanmark omfatter fra starten kun information om de elektroniske medier. På sigt skal MedieDanmark også omfatte information om de trykte medier.

Den traditionelle skelnen mellem trykte og elektroniske medier bliver stadig mere uaktuel efterhånden som de to medietyper smelter mere og mere sammen. Beslutningen om at starte med de elektroniske medier og udskyde inddragelsen af de trykte er pragmatisk og skal tilskrives at adgangen til ressourcer i projektet er begrænset.

Området ”De elektroniske medier” er i den indledende fase defineret som produktion, udsendelse og distribution af lyd og billede til radio, tv, video/DVD samt internetaktiviteter. Det omfatter således

---

<sup>1</sup> Notat 16. juni 2004, Kulturministeriet, ”Udviklingen af kulturstatistikken”.

fra starten fx ikke mobiltelefoner eller produktion, import og eksport af apparater og udstyr. Området skal endvidere afgrænses b. a. over for IT- og Telestyrelsens telestatistik. Generelt skal der i projektets indledende faser foregå en diskussion om afgrænsningen af MedieDanmark.

Danmarks Statistik leverer registerbaserede oplysninger til MedieDanmark om medievirksomheders omsætning, beskæftigelse m.v. Ideelt set skulle disse opgørelser være opdelt efter en generel, standardiseret nomenklatur. Desværre er det ikke muligt med den nuværende branchenomenklatur fuldt ud at lave en statistisk belysning af medieområdet, der kan tilfredsstille de nuværende ønsker om præcision og detaljeringsgrad. På de områder hvor det er ønskeligt at gå mere i detaljer skal mulighederne for at lave opgørelser baseret på summariske oplysninger om enkeltvirksomheder, der hører ind under medieområdet, undersøges. En sådan udvælgelse og gruppering af virksomheder vil ske i tæt samarbejde med branchen gennem [Danske Mediers Forum](#) DMF.

Ved stikprøveundersøgelser benyttes Gallup frem for Danmarks Statistik på grund af større stikprøve og single source fordelene.

## Internationalt

Den internationale dimension skal også dækkes af MedieDanmark. Denne dimension vil i første omgang blive dækket ind gennem relevante referencer (links) til medie web steder med hovedvægt på steder hvor der kan hentes statistik. Senere skal der indhentes statistiske data, der lægges i Statistikbanken. Som eksempel på nyttig international information kan nævnes licenssatsen i alle EU-lande.

Det nordiske samarbejde skal styrkes. Dels gennem direkte bilaterale kontakter, dels gennem informationsnetværket Nordicom.

## Strategi for udvikling af MedieDanmark

Ud fra de ovenfor beskrevne principper arbejdes der med en faseopdelt udvikling af MedieDanmark:

### Fase 1

Strategien for det indledende arbejde med etablering af MedieDanmark er at sætte fokus på de områder hvor mangelen på statistisk information om medieområdet i Danmark er størst og hvor vigtigheden af ny information er stor. Samtidig vil der blive sat fokus på de områder hvor data er lettest tilgængelig.

Formålet med fase 1 er at afprøve såvel indholdsmæssige som tekniske muligheder for etablering af statistikbanken.

Målet med fase 1 er at etablere en pilot-statistikbank med eksempler på statistik for områder, der ikke allerede er let tilgængelig, hvor der er et stort behov for ny viden og hvor tilgængeligheden af grunddata er høj. Dette skal ske med behørig hensyntagen til de prioriteringer der allerede er udmeldt mht. hvilke områder der er vigtigt at få oparbejdet statistik for.

Der lægges ud med en overordnet konceptuel præcisering af projektet, indgåelse af aftaler med leverandører af data til pilotprojektet og en afklaring af hvilken teknisk løsning der skal vælges for statistikbanken.

Projektet starter smalt, hvad angår indhold, men med fokus på høj kvalitet for den information der lægges ind. I første omgang bruges der således ikke ressourcer på at kopiere eksisterende let tilgængelige statistikker. De ressourcer der bruges til at tilvejebringe statistisk information skal tilføje ny

viden; ikke blot servere eksisterende viden på en ny måde. Med tilføjelse af ny viden menes her også at eksisterende viden, der for tiden er vanskeligt offentlig tilgængelig, gøres tilgængelig.

Arbejdsdelingen mellem aktørerne på medieområdet og Mediesekretariatet vil som hovedprincip være som følger:

- Aktørerne indsamler og validerer (og typisk aggregerer) data.
- Mediesekretariatet indsamler data fra Aktørerne, bringer dem på en fælles form og stiller dem til rådighed for brugere som information i en statistikbank på sekretariatets hjemmeside.

Der udvælges 3-4 dataleverandører og et mindre antal opgørelser pr. dataleverandør, der tilsammen bliver input til en indledende pilot-version af statistikbanken.

I fase 1 vil der ikke blive tale om at Mediesekretariatet selv indsamler grunddata.

Der skal hurtigst muligt tages kontakt med øvrige potentielle dataleverandører og indledes forhandlinger om aftaler. [Annex 2](#) indeholder en liste over alle potentielle dataleverandører.

## **Fase 2**

I fase 2 lægges der data for resten af den elektroniske del af mediebranchen i statistikbanken; startende med de lettere tilgængelige data. Dernæst arbejdes der ind på de områder, der er sværere tilgængelige hvad angår adgang til data. Det være sig områder hvor der sker dataindsamling, men hvor der er en vis tilbageholdenhed med hensyn til at stille data til rådighed for en offentlig frit tilgængelig statistik og områder der p.t. ikke er dækket af dataindsamling. På sigt kan Mediesekretariatet selv indsamle data (forudsat at der er finansiel dækning for det).

Udviklingen af MedieDanmark portalen (hjemmeside) igangsættes. Inspirationskilder er MedieNorge og Nordicom. Der skal være henvisninger til eksisterende, tilgængelig mediestatistik (fx Gallup og BFE). Let tilgængelige statistikker beskrives. Der laves direkte links hvor det er muligt. Hvor det ikke er muligt laves der vejledninger til hvordan man får adgang til informationen.

Den internationale vinkel skal dækkes i fase 2, dels med relevante links til steder med international mediestatistik, suppleret med forklaringer og beskrivelser, dels med internationale data i MedieDanmarks statistikbank.

Der kan endvidere åbnes op for at formidle resultater af ad hoc undersøgelser i MedieDanmark.

## **Fase 3**

I fase 3 inddrages de trykte medier i MedieDanmark.

## **Tidsplan**

Fase 1 oktober 2004 – juni 2005

Fase 2 juli 2005 – marts 2006

Fase 3 april – december 2006

## **Udviklingstakt**

I det følgende skitseres udviklingstakten for MedieDanmark dækkende tidsrummet frem til udgangen af 2006.

### **Fase 1**

Inden for fase 1 organiseres arbejdet med at indsamle bearbejde og formidle mediestatistikken i Mediesekretariatet i en start- og en opbygningsfase.

#### **Startfasen**

I startfasen (de første 4 måneder) arbejdes der med planlægningen af MedieDanmark og opstart af pilotprojektet.

#### **Opbygningsfasen**

I opbygningsfasen (første halvår 2005) skal der indsamles data til pilotprojektet og det tekniske system for statistikbanken skal opbygges.

### **Fase 2**

#### **Opbygningsfase, fortsat**

I fase 2 fortsætter opbygningen af statistikbanken og opbygningen af medieportalen igangsættes.

#### **Vedligeholdelsesfasen**

Når MedieDanmark er etableret vil det være nødvendigt med allokering af såvel AC-arbejdskraft til videreudvikling af databasen som arbejdskraft til at vedligeholde/opdatere indholdet i statistikbanken til opgaven. Opdatering af indholdet kan med fordel varetages af en studentermedarbejder.

Til udvikling og implementering af web-portalen er det nødvendigt at købe ekstern kompetence.

## **Hjemmesider**

### **Projektets hjemmeside**

Projektet har sin egen hjemmeside på [www.mediesekretariatet.dk/mediestatistik.htm](http://www.mediesekretariatet.dk/mediestatistik.htm). Her vil alt materiale, der er relevant for aktørerne på medieområdet, blive gjort tilgængelig.

### **MedieDanmark**

MedieDanmark skal være en del af Mediesekretariatets hjemmeside. En centrale del af MedieDanmark vil være en statistikdatabank, hvor der dynamisk kan genereres tabeller. Derudover kan det tænkes at den på sigt vil komme til at omfatte virksomhedsoplysninger, (som på [Nordicoms hjemmeside](http://Nordicoms hjemmeside) [www.nordicom.gu.se](http://www.nordicom.gu.se)), oplysninger om lovgivningen på medieområdet, EU-informationer m.v.

Portalen skal derudover rumme overskueligt organiserede links til alle aktører på medieområdet, links til eksisterende velfungerende statistiksider på en samlet, overskuelig måde og nyhedsbreve, hvor ny statistik præsenteres i letforståelig form.

**Eksempel på links:** Gallup [Seertal](#)  
[Lyttertalt](#)  
[Læsertal](#)

Sammen med linkene skal der være metodebeskrivelser, så disse også fremtræder på en homogen og let tilgængelig måde. Metodebeskrivelserne er del af en kvalitetssikring, som vil være gennemgående i MedieDanmark.

## **Statistikbank MedieDanmark**

I det følgende vil principperne for statistikbank MedieDanmark blive præsenteret og forslag til indholdsmæssig og teknisk løsning diskuteret.

### **Principper for Statistikbank MedieDanmark**

Statistikbanken MedieDanmark skal med tiden blive en del af portalen MedieDanmark. Fra starten bliver den tilgængelig via Mediesekretariatets hjemmeside <http://www.mediesekretariatet.dk/>. Den skal rumme let tilgængelig relevant, pålidelig og aktuel statistik for medieområdet. Den skal være let at bruge og samtidig leve op til de krav og forventninger brugerne vil stille til en moderne statistikbank.

Indholdet i statistikbanken skal hovedsageligt være tidsserier. Der kan imidlertid også være tilfælde hvor det vil være relevant at lægge resultater af ad hoc undersøgelser ind i databanken. Der kan forekomme materiale med forskellig frekvens (fx både kvartals- og årsopgørelser). Detaljeringsniveauet for de enkelte matrices skal være fastlagt i skriftlige aftaler med leverandørerne.

Der kan grundlæggende opstilles to tilgang til udvikling/implementering af statistikbanken:

1. Udvikling og programmering af egen løsning.
2. Brug af eksisterende velafprøvet applikation.

Den første tilgang:

- Fordele: Fuld kontrol over indhold og udvikling.
- Ulemper: Fordrer stabil rådighed over programmeringsressourcer og lægger typisk begrænsninger på fleksibiliteten i udtræksmulighederne.

Denne tilgang benyttes af MedieNorge. Begrundelsen er at det gir fuld kontrol over indhold og udvikling.

Den anden tilgang:

- Fordele: Bygger på kendt afprøvet teknologi.
- Ulemper: Ikke fuld kontrol over videreudviklingen.

Denne løsning benyttes i stigende grad af et bredt udsnit af statistikformidlere fra nationale statistikbureauer (fx Danmark, Norge, Sverige, New Zeeland) til mindre institutioner og organisationer, der ikke har statistik som deres hovedområde.

### **Forslag til indholdsmæssig løsning for Statistikbank MedieDanmark**

Den ideelle løsning vil være at præsentere tekst og tal samtidig i en sådan form, at der dynamisk kan genereres tabeller med et variabelt antal fordelingsvariabler.

MedieNorge præsenterer tekst og tal samtidig på en meget integreret måde, men med tabeller hvor der kun er én fordelingsvariabel (ud over tid). Der vil være tilfælde hvor talmaterialet kun kan bære en fordeling på én variabel, men der vil også være tilfælde hvor det kan bære valgfri fordeling på

flere variabler. I sådanne tilfælde er det Mediesekretariatets opfattelse, at hensynet til at udnytte detaljeringsmulighederne fuldt ud bedst tilgodeser brugernes interesser. De løsninger, der indebærer køb af standardssystem, indeholder som standard ikke muligheden for at præsentere tekst og tal samtidigt, men det har vist sig at det er muligt at tilføje den. [Annex 3](#) indeholder et oplæg til matricer i Statistikbanken.

### **Forslag til tekniske løsning for Statistikbank MedieDanmark**

Til Statistikbank MedieDanmark foreslås en eksisterende applikation. Konkret foreslås en applikation, der er i familie med det system der benyttes af det danske, norske og svenske statistikbureau og i en lang række andre landes statistikbureauer. Dette system udbydes i en web-version: PX-Web og en hosting version StatHost. Funktionaliteten kan afprøves på Danmarks Statistiks statistikbank på web-adressen <http://statistikbanken.dk>. [Annex 4](#) illustrerer i en serie screen print systemets funktionalitet.

Det gir følgende fordele:

- Gennemprøvet standardapplikation
- Enkelt at bringe forskellige input på fællesnævner
- Samme struktur i brugerfladen som benyttes i Danmarks Statistik Statistikbank
- Direkte åbning mod tæt samordning med Danmarks Statistik.

Det anbefales at vælge StatHost. Denne løsning ligger, efter hvad der er oplyst, tættest på den statistikportal, der påtænkes udviklet inden for rammerne af Kulturministeriets projekt om udvikling af kulturstatistikken. Der er udarbejdet en indstilling om anskaffelse af statistikbank. Indstillingen er vedlagt som [annex 5](#).

### **Kvalitetssikring**

Et vigtigt element ved MedieDanmark er kvalitetssikring. Al information, der stilles til rådighed på portalen, skal være kvalitetssikret. Det indebærer fx at kvaliteten af de informationer, der linkes til, skal være undersøgt og beskrevet. Der skal være fyldestgørende beskrivelser af de metoder der er benyttet ved indsamling og bearbejdning af data og af usikkerhedsniveauet.

### **Pilot-projekt**

Fase 1 er et pilot-projekt med det formål at afklare hvordan MedieDanmark mest hensigtsmæssigt etableres. Deltagerne i projektet er de aktører, der har været holdt møde med i foråret 2004:

Copy-dan	Fællesantenneanlæg
BFE/Gallup	Apparater
Danmarks Statistik	Virksomheder

Fra hver af de udvalgte [dataleverandører](#) indhentes data for 2 - 3 forskellige opgørelser.

I november 2004 tages der kontakt med pilot dataleverandørerne med henblik på at lave aftaler om levering af data/stille information til rådighed.

### **Copy-dan**

Fra Copy-dan indhentes der oplysninger om antenneanlæg. Copy-dan indhenter oplysninger i et årligt spørgeskema, der udsendes som grundlag for Copy-dans fakturering, og som efterprøves med stikprøvekontrol. Dette arrangement er baseret på ophavsretslovens § 35.

## **BFE/Gallup**

Fra BFE og Gallup indhentes der oplysninger om salg og bestand af apparater. BFE's statistik belyser solgte apparater. BFE's egne tal dækker ca. 80 pct. af salget. Resten opregnes ved hjælp af tal fra Gallup.

Gallup indhenter i Annual Survey oplysninger om husstandenes bestand af (tilsluttede) apparater. Oplysningerne dækker 3 perioder ("kvartaler"). Disse oplysninger søges viderebearbejdet til års-tal.

## **Danmarks Statistik**

Danmarks Statistik leverer registerbaserede opgørelser på udvalgte mediebrancheenheder og evt. for grupper af udpegede virksomheder, hvor branchenomenklaturen ikke kan gi relevante grupper. Som oplæg til sådanne opgørelser indhentes der forslag til virksomheder og grupperinger af disse fra branchen.

## **Aftaler om øvrige [dataleverancer](#)**

December 2004 – januar 2005 tages der kontakt med [alle potentielle dataleverandører](#) med henblik på at afklare mulighederne for levering af data og at lave en skriftlig aftale.

## **Ressourcebehov**

### **Fase 1: Oktober 2004 – juni 2005**

Oktober 2004 – juni 2005            1 fuldtids AC medarbejder, Kaj Kammer Madsen

### **Fase 2: Juli 2005 – marts 2006**

Juli 2005 – marts 2006            1 fuldtids AC medarbejder  
Oktober – december 2005        1 web-designer på halv tid  
December 2005 – marts 2006    1 studentermedarbejder

### **Fase 3: April – december 2006**

April – december 2006            1 fuldtids AC medarbejder  
September – november 2006      1 web-designer på halv tid  
April – december 2006            1 studentermedarbejder

## **Kompetencebehov**

### **AC-kompetencer**

Kendskab til mediebranchen.  
Erfaring i projektledelse.  
Erfaring i samarbejde med eksterne dataleverandører.  
Erfaring i udvikling af statistiksystemer.  
Erfaring med at arbejde med internationale statistikorganisationer.  
Gode samarbejdsevner.

### **Web-design**

Erfaring med udvikling af velfungerende, elegante web-steder (web-portal)  
Erfaring med integrering af web-baseret statistik applikationer.  
Gode samarbejdsevner.

## **Studentermedarbejder-kompetencer**

Flair for at arbejde med tal.

Gode samarbejdsevner.

## **Økonomi**

Det forventes ikke at levering af data fra branchen vil være behæftet med væsentlige omkostninger for Mediesekretariatet. Modtagelse af data bygger primært på en opfattelse af gensidig nytte. Dog viser erfaringer fra MedieNorge at en vis betaling for data har en gunstig virkning på kvaliteten af leverancer.

Registerudtræk fra Danmarks Statistik vil som udgangspunkt blive prissat efter standardprocedurer; med mindre der kan forhandles en særlig aftale.

De løbende omkostninger vil variere efter hvilken konkret teknisk løsning der vælges. Hvis der vælges en stand-alone løsning for statistikbanken (PX-Web) er anskaffelsesprisen 30.000. Dertil kommer en årlig licensafgift på 10.000 kr. Derudover er der ingen ekstra eksterne løbende udgifter for Mediesekretariatet. Dog vil der samlet set være en driftsudgift i Kunststyrelsen.

En hosting-løsning koster et engangsbeløb på 25.000 kr. I dette beløb er inkluderet oprettelse af 5 tabeller/matricer. For hver tabel/matrice der yderligere oprettes betales ca. 1.000 kr. Årligt betales en hostingafgift på 15.000 kr. og ca. 1.000 kr. for opdatering af en tabel/matrice.

Udgifterne dækkes af Mediesekretariatets budget frem til og med 2006. Medio 2005 udarbejdes der et oplæg til finansiering fra og med 2007.

## **Projektorganisation**

Følgende grupper eksisterer/etableres i projektet:

1. Styregruppe
2. Referencegruppe
3. Emnegrupper

### **1 Styregruppe**

Styregruppen er sammensat af repræsentanter fra de institutioner, der har taget initiativ til projektet:

- Kulturministeriet
- Videnskabsministeriet
- IT- og Telestyrelsen
- Mediesekretariatet

Styregruppens funktion er at diskutere og træffe beslutninger vedrørende strategi, projektplan og økonomi samt overvåge fremdriften i projektet.

### **2 Referencegruppe**

Ud over samarbejdsrelationer i form af levering af data er det relevant at knytte udvalgte samarbejdspartnere til MedieDanmark med henblik på at sikre den mest optimale opbygning og videreudvikling.

Det kan fx være:

- De medievidenskabelige institutter ved universiteterne (SMID)
- Branchefolk (DMF)
- Danmarks Statistik

Erfaringerne fra MedieNorge taler for at **de medievidenskabelige institutter ved universiteterne** knyttes tæt til projekt MedieDanmark.

Det er vigtigt at **branchen** får indflydelse på udformningen af MedieDanmark. Det kunne fx være personer fra Danske Mediers Forum (DMF).

I **Danmarks Statistik** arbejdes der på forskellige fronter med mediestatistik. Den primære samarbejdspartner er kontoret for serviceerhverv. Kontoret deltager bl.a. i et projekt med Kulturministeriet om udarbejdelse af en strategi for en fremtidig kulturstatistik.

Til drøftelse af overordnede mediestatistiske indholdsmæssige spørgsmål nedsættes der en reference-gruppe sammensat af personer fra Kulturministeriet, Videnskabsministeriet, IT- og Telestyrelsen, Mediesekretariatet, SMID, mediebranchen (Danske Mediers Forum) og Danmarks Statistik

SMID og DMF opfordres til at udpege to personer. Danmarks Statistik opfordres til at udpege én person.

### **3 Emnegrupper**

Der nedsættes 5 emnegrupper:

- Distribution
- Apparater
- Virksomheder
- Købsadfærd
- Brugsadfærd

Formålet med emnegrupperne er at være forum for detaljerede drøftelser om indhold og form inden for de enkelte emner. Sammensætningen af de fem grupper (efter seminaret den 23. september 2004) fremgår af [annex 6](#). Emnegrupperne er åbne for interesserede.

## **Risikoanalyse**

Der skal udarbejdes en risikoanalyse hvor risici for at målene ikke nås løbende evalueres.

## **Kommunikationsstrategi**

Alle involverede skal holdes orienteret i en grad der matcher deres rolle i projektet.

**Styregruppen** holdes løbende orienteret om forhold der har at gøre med projektplanen (fremdrift, ændringer og o. lign.) og projektets økonomi. Der holdes møde i styregruppen hver anden måned eller efter behov.

**Referencegruppen** skal løbende orienteres og konsulteres om forhold der har at gøre med projektets overordnede indhold. Der holdes møde i referencegruppen ca. hvert halve år.

**Emnegrupperne** holdes løbende orienteret og konsulteres løbende om forhold, der vedrører det enkelte emneområde. Emnegrupperne holder møde efter behov. En stor del af kommunikationen til og i

emnegrupperne vil foregå pr. e-post. Der stiles efter at holde et møde hvert kvartal i hver af emnegrupperne

Der udsendes et **nyhedsbrev** en gang om måneden, eller hyppigere, hvis det skønnes relevant. Nyhedsbrevet sendes til alle, der har berøring med projektet.

## Handlingsplan

November 2004	Kontakt med dataleverandører til pilotprojektet. <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Der udvælges 4 dataleverandører for at få erfaring med forskellige typer af input og for at få en overskuelig start.</li> <li>➤ Pilot-dataleverandører: BFE TNS Gallup COPY-DAN Danmarks Statistik</li> </ul>
November 2004	Indledende drøftelser med leverandør(er) af mulig(e) databankapplikation(er) <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Forslag: Danmarks Statistik, StatHost</li> </ul>
November 2004	Sonderinger af hvad der indsamles af data og hvad der laves af statistik
<b>M1: Primo december 2004</b>	<b>Fastlæggelse af pilot-indhold</b>
Januar 2005	Drøftelser i emnegrupperne.
Januar 2005	Møde i referencegruppen
December 2004-januar 2005	Kontakt med alle potentielle dataleverandører <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kortlægning af hvad der indsamles af data og hvad der laves af statistik</li> <li>➤ Indgåelse af aftaler med dataleverandører</li> </ul>
<b>M2: Medio januar 2005</b>	<b>Første pilot dataleverance</b>
<b>M3: Medio januar 2005</b>	<b>Valg af databankløsning</b>
Januar – Marts 2005	Indsamling af data
Januar – April 2005	Opbygning af Statistikbank
<b>M4: Primo maj 2005</b>	<b>Første demo-version af MedieDanmark Statistikbank</b>

## Annex

- 1 [Skema med "bruttoliste" over statistikbehov](#)
- 2a [Potentielle dataleverandører](#)
- 2b [Kilder til MedieDanmark Statistikbank](#)
- 3 [Oplæg til matricer i MedieDanmark](#)
- 4 [Screen print fra Danmarks Statistiks Statistikbank](#)
- 5 [Indstilling om anskaffelse af statistikbank](#)
- 6 [Emnegrupper](#)