



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

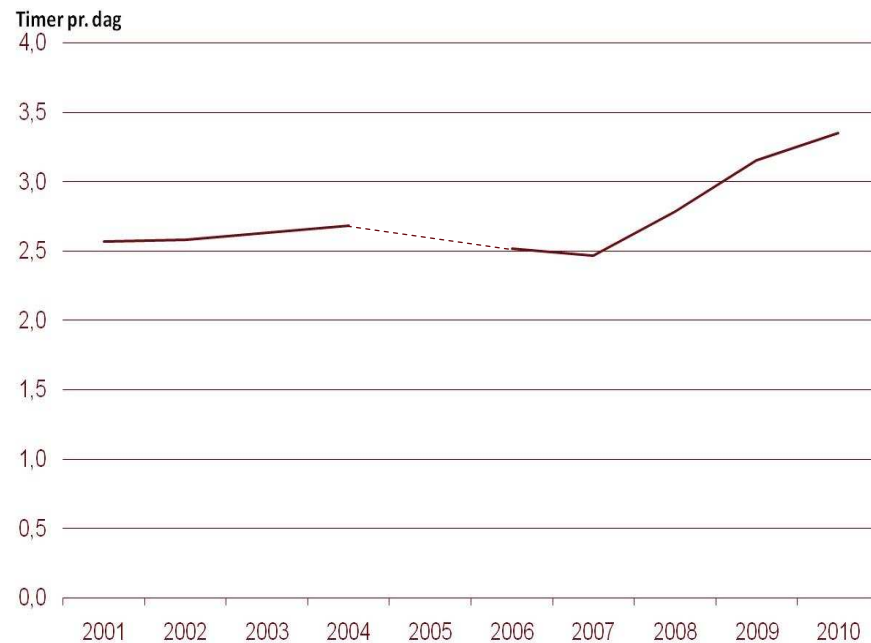
3. NOVEMBER 2011

Agnete Gersing

Distribution af tv-kanaler

Pressebriefing

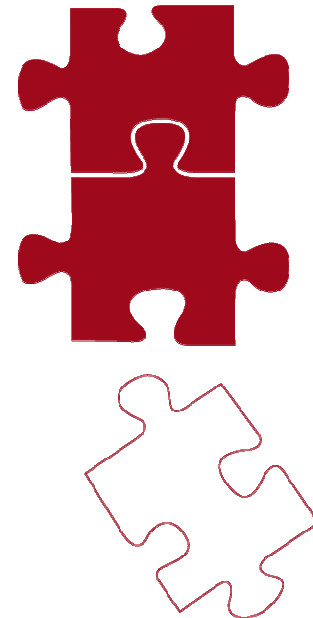
Tv-markedet er vigtigt for forbrugerne



- » Danskerne ser tv i 3 timer og 21 minutter hver dag.
- » Samlet set bruger danskerne 11,5 mia. kr. om året på tv – heraf 7,5 mia. kr. på betaling til distributører.
- » En gennemsnitlig husstand bruger over 4500 kr. om året på tv.

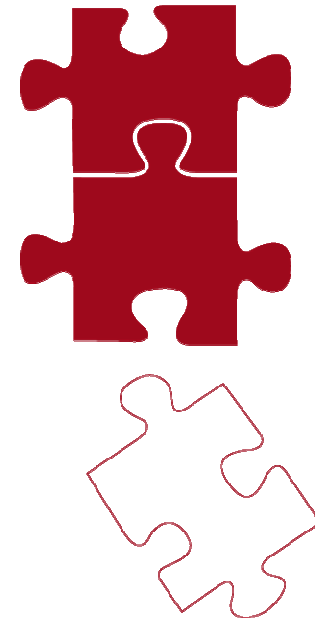
Udbuddet af kanaler er stort

- » Danskerne kan få adgang til op til 300 kanaler – heraf 20 med indhold rettet mod det danske marked.



... men forbrugerne kan ikke vælge de kanaler, de ønsker

- » Knap 90 pct. betaler for flere tv-kanaler end de bruger.
- » 23 pct. er villige til at betale mere for at få præcis de tv-kanaler de ønsker.

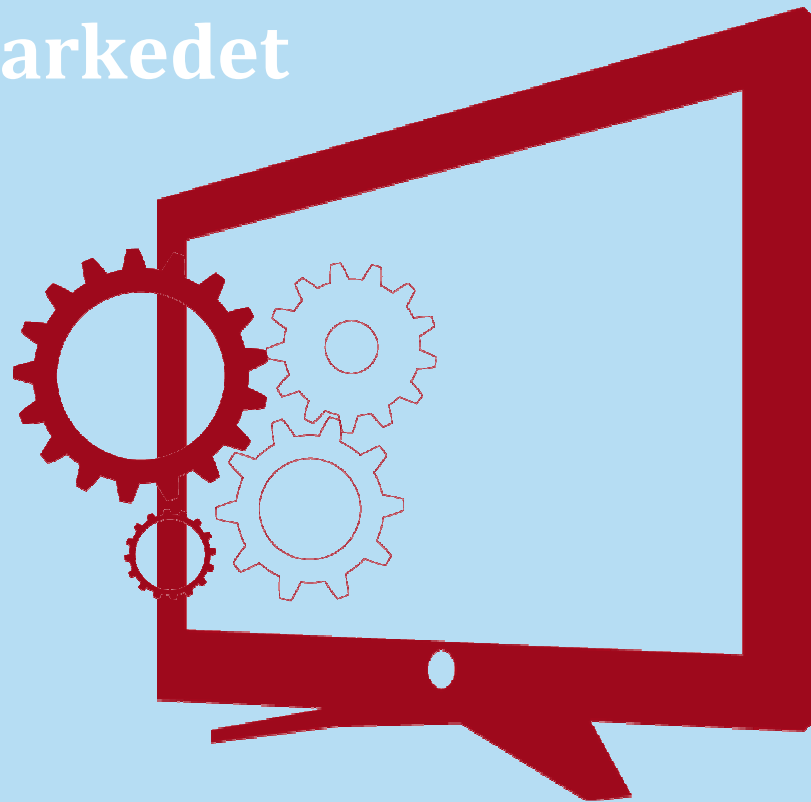


Forbrugerne er ofte nødt til at købe store tv-pakker for at få de kanaler, de ønsker

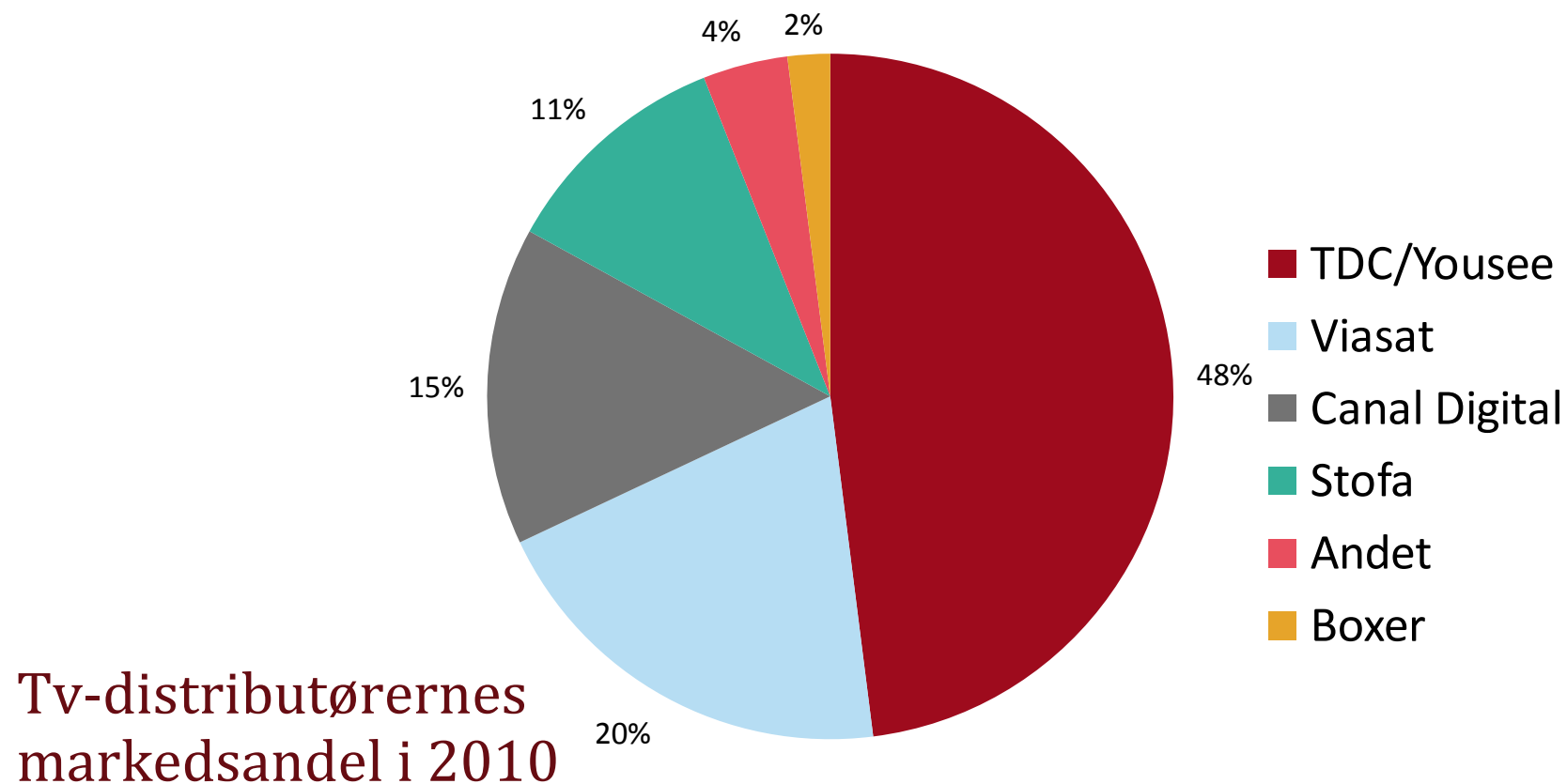


Nødvendigt at købe
YouSee's fuldpakke
= 61 tv-kanaler til 409 kr.

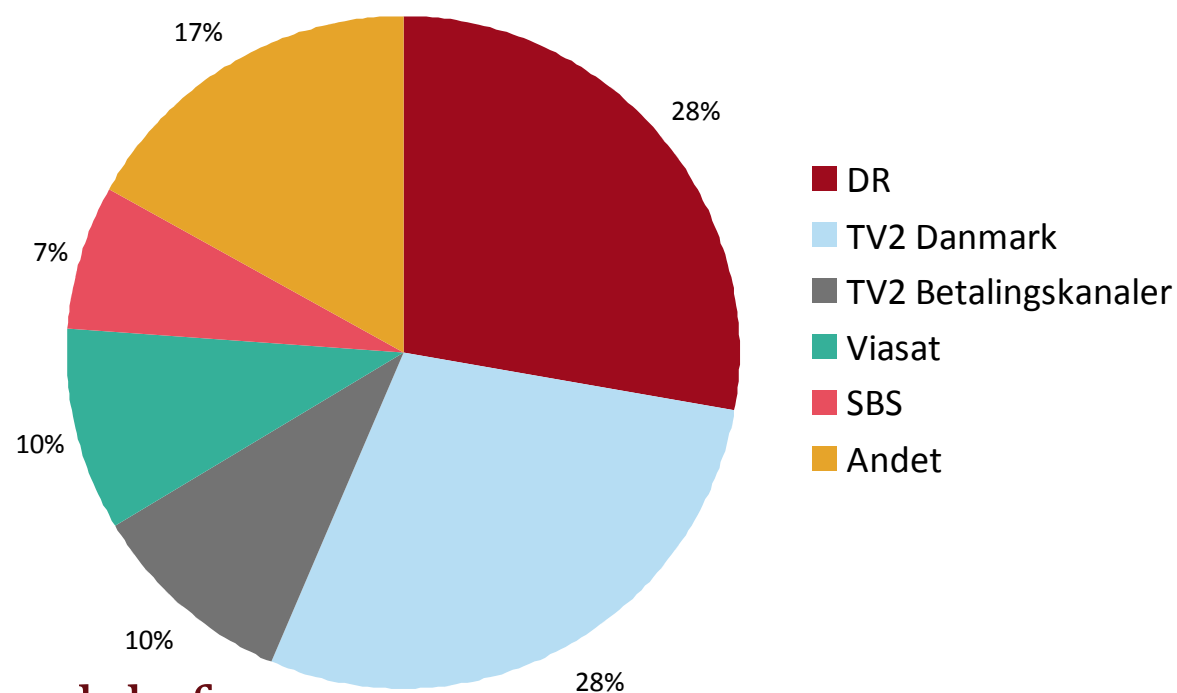
Konkurrencen på markedet for tv-kanaler



Der er få store distributører



Få tv-stationer har store markedsandele



Tv-stationernes andel af
tv-sening i 2010

Mange forbrugere har i praksis få valgmuligheder

- » Alle forbrugerne har ikke adgang til alle distributionsplatforme.
 - » 30 pct. af husstandene har for eksempel ikke adgang til kabel-tv.
- » Alle distributører har ikke adgang til vigtige kanaler
- » Regler i planloven og boliglovgivningen begrænser forbrugernes valg af distributør
- » Høje adgangsbarrierer: Nye aktører har svært ved at få adgang til distributionsnet og centrale kanaler

Der er ingen tekniske hindringer for, at distributørerne kan tilbyde enkeltkanaler...

- » Efter digitaliseringen af signalerne i 2009 er der ingen tekniske hindringer.
- » Forbrugerne skal dog kunne modtage digitale signaler.

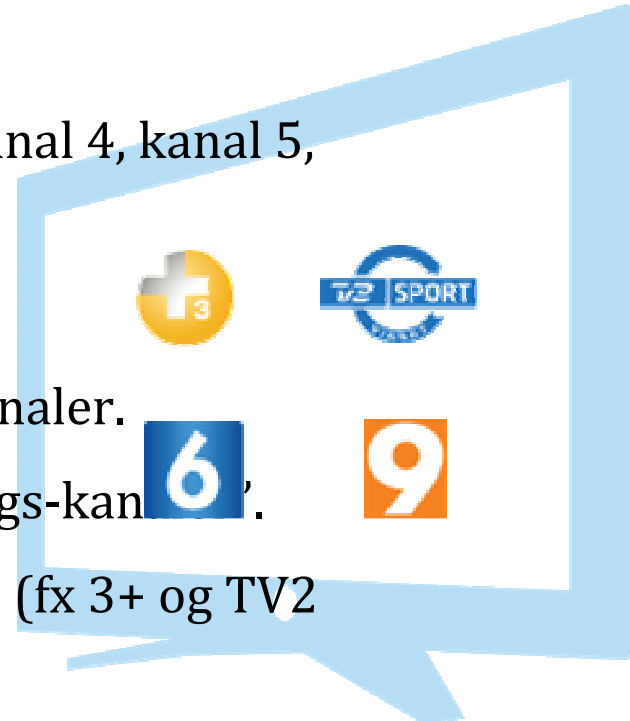
... men de eksisterende fritvalgs-koncepter er utilstrækkelige

» Boxers fritvalgskoncept:

- » Mangler centrale kanaler (fx. TV3, 3+, kanal 4, kanal 5, 6'eren).

» YouSees fritvalgskoncept:

- » Kræver en grundpakke med betalingskanaler.
- » Kræver et minimumskøb på fire "frit valgs-kanaler".
- » Mangler centrale kanaler som "frit valg". (fx 3+ og TV2 Sport)



... men de eksisterende fritvalgs-koncepter er utilstrækkelige

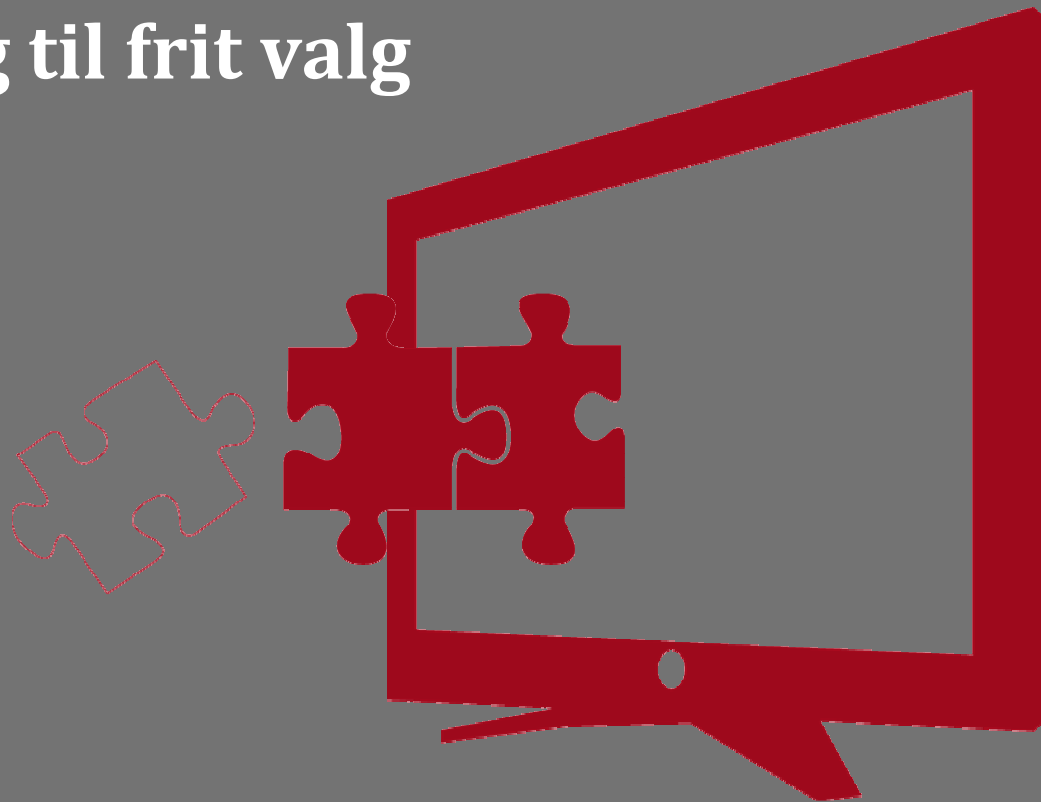
Forbrugerne er derfor stadig ofte nødt til at vælge fuldpakke, hvis de vil have alle de kanaler, de ønsker



Opsummering

- » Strukturelle og adfærdsmæssige forhold på markedet betyder, at konkurrencen mellem distributører og mellem tv-stationer ikke er effektiv.
- » Det betyder, at forbrugerne ikke kan vælge de kanaler de vil.

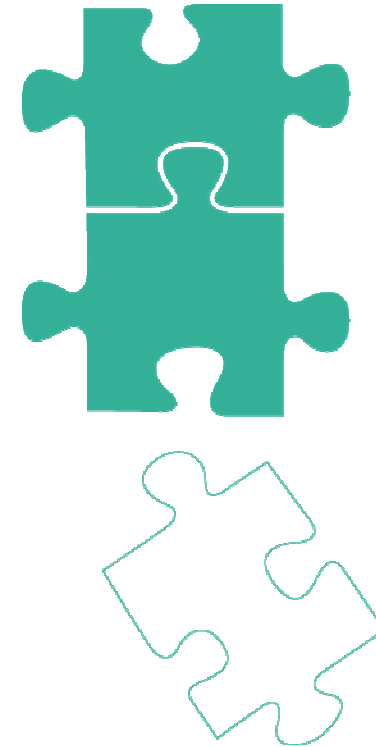
Fra pakkesalg til frit valg



Vurdering: Frit kanalvalg kommer ikke af sig selv

» Distributører og tv-stationer har ikke interesse i at ændre den nuværende markedstruktur.

Hvis der er et politisk ønske om at styrke konkurrencen og skabe frit kanalvalg, vil det være nødvendigt at regulere.



Principper for regulering, der sikrer frit valg

- » Tv-kanaler skal kunne vælges enkeltvis.
 - » Både ved distribution direkte til den enkelte husstand og ved distribution gennem antenneforeninger.
- » Forbrugere skal stadig kunne vælge kanalpakker.
- » Tv-kanalerne skal kunne vælges a la carte eller som a la carte oven på en grundpakke uden betalingskanaler.

Konsekvenser af enkeltsalg

- » Det skønnes at ca. 15 pct. vil skifte fra pakker til frit valg.
- » Enkeltsalgspriser vil – sandsynligvis – blive ca. dobbelt så dyre som tv-kanalers pris, når de indgår i en pakke – dog med en variation.
- » Pakkepriserne vil – sandsynligvis – være omtrent uændrede. Prisstigninger kan dog ikke udelukkes.

Forbrugerne får bedre muligheder for at dække deres behov

- » Lavere priser for forbrugere med specifik og/eller begrænset efterspørgsel.
- » Muligheder for bedre indhold for de samme penge.
- » Forbrugere, der efterspørger pakker, som de, der eksisterer i dag, vil fortsat kunne få det.

Regneeksempel: Fodboldinteresseret

Fodboldkanaler	Kanalpakke	Antal kanaler	Pris
	Frit valg*	8	202
	Fuld pakke, YouSee	61	409

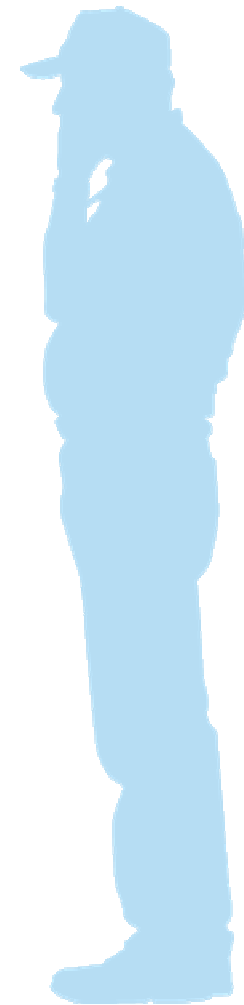
Hvad har vi ikke set på?

- » På markedet for tv-distribution, er der andre konkurrenceudfordringer end pakkesalget.
- » 3. parter adgang til distributionsnet.
- » Tekniske og lovmæssige begrænsninger for valg af distributør.
- » Tv-stationer, der ikke leverer til bestemte distributører.

Vi er opmærksomme på disse udfordringer, men de er ikke behandlet i denne analyse.

Opsummering

- » Strukturelle og adfærdsmæssige forhold på markedet betyder, at konkurrencen mellem distributører og mellem tv-stationer ikke er effektiv.
- » Forbrugerne ikke kan vælge de kanaler de vil. Hovedparten af de danske tv-forbrugere betaler for tv-kanaler, som de ikke ser.
- » Frit kanalvalg kommer ikke af sig selv.
- » Hvis der er et politisk ønske om at styrke konkurrencen og skabe frit kanalvalg, vil det være nødvendigt at regulere.





KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN





KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Tak for i dag