

---

## Resumé af Rapport 2009-009 ”Konsekvenser av et pålegg om enkeltkanalvalg.”

---

Det er ikke blot i Danmark, at debatten om frit kanalvalg har været på dagsordenen. I vores naboland Norge har det også fra politisk hold været drøftet, om man fra statslig side skulle pålægge TV-distributørerne at udbyde TV-kanaler enkeltvis frem for i pakker. Konklusionerne var kort sagt, at indførelse af frit valg af TV-kanaler på det norske TV-marked - som minder meget om det danske - med meget stor sandsynlighed ville medføre såvel højere priser som mindre udvalg af kanaler, og særligt lokalt produceret og tilpasset indhold og nichekanaler ville lide.

### Indledning

Medietilsynet i Norge fik som opgave at udarbejde en rapport om frit valg af TV-kanaler i 2007, som i høringsprocessen i 2008-2009 blev bistået af en rapport fra Telenor Broadcast om samme emne. I denne rapport, som blev udfærdiget for Telenor Broadcast af Econ Pöyry i 2009, belyste man slet og ret konsekvenserne ved, at TV-distributørerne skulle blive pålagt at udbyde deres TV-kanaler enkeltvis.

### Analysen

Econ Pöyry udlagde flere forskellige modeller for frit udbud af TV-kanaler<sup>1</sup>:

1. At TV-kanalerne *skulle* tilbydes enkeltvis.
2. At udbyderne både skulle have lov til at tilbyde kanalpakker og kanalerne enkeltvis.
3. At kunne tilbyde kanalerne enkeltvis oven på en grundpakke (den nuværende situation).

Model nummer 2 var den, man fra officiel side drøftede. Skønt model nummer 1 ville indebære de største forventede prisstigninger og fald i mængde af udvalg af kanaler og indhold, ville model nummer 2 have sammenlignelige konsekvenser.

### Betydelig konkurrence på TV-markedet

Econ Pöyry fandt, at forholdene på TV-markedet ikke svarede til den opfattelse af manglende konkurrence, som ligger til grund for ønsket om frit valg af TV-kanaler.

Konkurrencen på TV-markedet blev vurderet til at være velfungerende og

relativt omfattende, hvilket Econ Pöyry underbyggede bl.a. med en opgørelse over kundemobiliteten - cirka en fjerdedel af kundemassen for Canal Digital, den største udbyder, i 2007 var nye kunder og kunder, der opsagde deres abonnement<sup>2</sup>. Samtidig var der over 50 distributører på TV-markedet i 2009, og skønt Canal Digital udgjorde lidt over 40 % af markedet, sad også distributører såsom Get (16,5 %), RiksTV (10,9%) og Viasat (9,1 %) på betydelige markedsandele, blev markedet altså ikke vurderet som værende præget af dominerende aktører, særligt ikke med den voksende konkurrence fra nye distributionsformer såsom fibernet, Web-TV og digitale signaler<sup>3</sup>.

### **Forbrugernes adfærd peger ikke på ønske om frit valg af TV-kanaler**

På baggrund af, at TV-markedet ikke blev vurderet til i nogen særlig grad at mangle konkurrence, kan eksistensen af kanalpakker og fraværet af frit valg af TV-kanalpakker altså ikke tilskrives et marked uden konkurrence, som dermed kan slippe afsted med ikke at levere det, som forbrugerne efterspørger. Manglen på udbud af enkeltkanaler måtte derfor sandsynligvis bero på en reelt manglende efterspørgsel - dvs. betalingsvilje hos TV-

forbrugerne -, uanset påstande fra diverse organisationer.

### **Højere priser og mindre indhold**

En indførelse af frit valg af TV-kanaler ville indebære højere priser for de fleste TV-forbrugere grundet større omkostninger for TV-distributørerne og mindre lokalt produceret og tilpasset indhold samt færre nichekanaler<sup>4</sup>.

Det blev fremhævet, at omkostningerne ved at tilbyde en TV-kanal i sig selv var rimelig faste uanset antallet af forbrugere, hvorfor det vil kræve en meget betydelig kundebase at få de fleste kanaler til at være rentable på egen hånd, som det ville være tilfældet, hvis de skulle udbydes enkeltvis frem for i pakker<sup>5</sup>.

### **Ikke frit kanalvalg i andre lande**

Det blev også noteret af Econ Pöyry, at frit valg af TV-kanaler tilsyneladende ikke var indført nogen steder i verden, end ikke på et stort marked som USA<sup>6</sup>.

### **Konklusion**

Et sådant tiltag ville ikke komme forbrugerne til gavn i noget nær det omfang, som tilhængerne af frit valg af TV-kanaler påstår. Valgfriheden ville derimod i sidste ende betyde højere priser og ringere udvalg for forbrugerne, hvilket

---

<sup>1</sup> Rapport 2009-009: 4

<sup>2</sup> Rapport 2009-009: 11

<sup>3</sup> Rapport 2009-009: 10

---

<sup>4</sup> Rapport 2009-009: 12

<sup>5</sup> Rapport 2009-009: 15

<sup>6</sup> Rapport 2009-009: 3

næppe må siges at leve op til hensigten bag ønsket om at indføre frit valg<sup>7</sup>.

På den baggrund blev det anbefalet af rapporten ikke at indføre frit valg af TV-kanaler – en konklusion på linje med den, Medietilsynet kom frem til.

---

<sup>7</sup> Rapport 2009-009: 2