

# Effekten af DR's streaming på dansk TV- produktion

Producentforeningen  
2. april 2014

Forfatter(e):

Dr. Henrik Ballebye Okholm, Partner

Simen Karlsen, Managing Economist

Søren Andersen, Senior Economist

# Forord

Producentforeningen har bedt Copenhagen Economics undersøge effekten af DR's streaming på dansk TV-produktion. Konkret har vi undersøgt dels danske TV-producenters forhandlingsposition over for DR og øvrige broadcastere, og dels konkurrenceeffekten af DR's kommende streamingtjeneste, som forventes lanceret i juni 2014.

Producentforeningen er brancheorganisation for danske producenter af film, TV og computerspil.

Copenhagen Economics er en nordisk samfunds- og konkurrenceøkonomisk konsulentvirksomhed. Vi er specialiseret i at undersøge samspillet mellem konkurrence og regulering i forskellige sektorer, herunder på medieområdet. Vi er rangeret som en af 20 ledende økonomiske konsulentvirksomheder i verden (Global Competition Review).

# Indholdsfortegnelse

<b>Forord</b>	<b>1</b>
<b>Sammenfatning</b>	<b>3</b>
<b>Introduktion</b>	<b>5</b>
<b>1 Danske TV-producenters forhandlingsposition</b>	<b>6</b>
1.1 TV-producenterne har et svagt udgangspunkt	6
1.2 Producenternes adfærd afslører deres svage position	9
<b>2 Konkurrenceffekten af DR's streamingtjeneste</b>	<b>12</b>
2.1 DR's streamingtjeneste vil tage markedsandele	13
2.2 DR's streamingtjeneste kan forvride konkurrencen yderligere	17
<b>3 Implikationer for danske TV-producenter</b>	<b>19</b>
3.1 DR's streamingtjeneste reducerer de kommercielle broadcasteres indkøb af dansk TV-produktion	20
3.2 Gradvist bortfald af retransmissionsvederlaget reducerer producenternes indtægter	21
3.3 Svag forhandlingsposition forhindrer producenterne i at udnytte de nye teknologiske muligheder	21

# Sammenfatning

I disse år bliver traditionelt flow-TV, fx kabel-TV, udfordret af en række streamingtjenester. De nye streamingtjenester, fx Netflix, giver danske forbrugere flere og nye muligheder for at se TV.

I øjeblikket forbereder DR deres egen streamingtjeneste, som DR forventer at lancere i juni 2014. Det præcise indhold på streamingtjenesten er ikke offentligt kendt endnu. Det har været omtalt i medierne, at DR's nye streamingtjeneste kan betyde, at alt indhold, som findes på DR's seks TV-kanaler, bliver tilgængeligt på alle typer af modtagere, herunder Smart-TV, tablet computere og spillekonsoller. Det har også været nævnt, at indholdet på DR's streamingtjeneste muligvis vil være tilgængeligt i 30 dage fra sendetidspunktet – eller endnu længere. Forbrugerne skal ikke betale ekstra for adgang til DR's streamingtjeneste. Den er allerede betalt via medielicensen.

På den baggrund har Producentforeningen bedt Copenhagen Economics om at undersøge, hvilken betydning DR's streamingtjeneste vil få for konkurrencen om danske TV-seere og for produktionen af dansksproget TV, særligt originalt udviklet dansk indhold.

Vi konkluderer, at DR's nye streamingtjeneste forventeligt vil reducere produktionen af dansksproget TV uden for DR. Det forklares af tre forhold.

*Det første forhold er*, at DR's streamingtjeneste må forventes at tage markedsandele fra traditionelle TV-pakker med flow-TV i en størrelsesorden, som i betydelig grad vil sætte ekstra fart på udviklingen væk fra traditionelle TV-pakker og hen mod streamingtjenester. Samtidig vil DR's streamingtjeneste medføre et pres på de øvrige, nye streamingtjenester.

Det skyldes, at DR's streamingtjeneste vil kunne mange af de samme ting som de konkurrerende produkter (flow-TV og andre streamingtjenester), og at forbrugerne ikke skal betale ekstra for DR's streamingtjeneste, fordi den finansieres via medielicensen. Desuden viser en forbrugerundersøgelse, at DR's streamingtjeneste vil få færre til at købe traditionelle TV-pakker og kommercielle streamingtjenester.

*Det andet forhold er*, at konsekvensen af tabte markedsandele for traditionelle TV-pakker er, at producenterne må forventes gradvist at miste indtægter i forbindelse med overgangen fra flow-TV til streamingtjenester.

Det skyldes, at hele TV-området påvirkes: Distributørerne af TV-pakker, fx YouSee og Stofa, får færre abonnementsindtægter. Derfor får de kommercielle broadcastere, fx TV 2 og SBS, færre indtægter ved salg til distributørerne. Og færre indtægter for de kommercielle broadcastere betyder færre kroner til at købe TV-programmer, herunder dansksproget TV.

TV-producenterne bliver desuden negativt påvirket af lavere betalinger fra TV-pakker, fordi der i forbindelse med traditionelle TV-pakker, som distribueres til husholdningerne

fx gennem et kabel, opkræves et vederlag, som betales til Copydan. Det samlede vederlag udgør ca. DKK 650 mio. om året, og TV-producenternes andel heraf er ofte afgørende for, om producenterne kan tjene penge. Men vederlaget er ikke i samme størrelsesorden i forbindelse med streamingtjenester. Derfor vil TV-producenterne tabe indtægter i takt med, at husholdningerne vælger mindre TV-pakker eller helt opsiger deres TV-pakker til fordel for streamingtjenester.

Endelig afgiver TV-producenterne i dag typisk rettighederne til brug for streamingtjenester til broadcasterne. Men det sker i stor grad uden, at TV-producenterne bliver betalt for det. I stedet får TV-producenterne en omkostningsbaseret pris, som beregnes på basis af de direkte omkostninger ved produktionen. Det betyder, at TV-producenterne i dag kun har begrænset mulighed for at gribe de nye muligheder, som streamingtjenesterne skaber.

På mange markeder kan ændringer i markedsandele være et udtryk for sund konkurrence til gavn for forbrugerne. Imidlertid er det en grundlæggende udfordring for konkurrencen på TV-markedet, at DR finansieres gennem medielicensen, mens DR's konkurrenter må skabe indtægter på markedsvilkår. Derfor bør det give anledning til bekymring, at DR står til at tage markedsandele og derved forstærke udfordringerne med at få konkurrencen mellem licensfinansieret og kommercielt TV til at fungere.

*Det tredje forhold* er, at TV-producenternes udfordringer hænger tæt sammen med producenternes forhandlingsposition over for broadcasterne. TV-producenterne står meget svagt i forhandlingerne. Det gælder særligt, når producenterne forhandler om originalt udviklet dansk indhold, hvor producenterne ikke har et internationalt format i ryggen.

Den svage forhandlingsposition skyldes, at der er mange TV-producenter, men kun fire landsdækkende broadcastere: DR, TV2, Viasat og SBS Discovery. Det giver et ulige styrkeforhold og sætter producenterne i en meget svag position, når de skal forhandle med broadcasterne. Konsekvensen er, at den enkelte producent kun har lille betydning for hver af de fire landsdækkende broadcastere, mens hver enkelt broadcaster omvendt har afgørende betydning for hver af de mange producenter.

Baseret på de tre forhold kan konsekvensen af DR's nye streamingtjeneste blive mindre dansksproget TV-produktion, særligt originalt udviklet dansk indhold.

# Introduktion

I dag står danske TV-seere over for et bredere udvalg og flere valgmuligheder end for blot få år siden. Et eksempel er den amerikanske streamingtjeneste Netflix, som på mindre end to år er blevet et fast element i TV-seningen i mange danske stuer. Udviklingen betyder, at traditionelt flow-TV, fx kabel-TV, udfordres og suppleres af streamingtjenesterne.

I øjeblikket arbejder DR med at forberede deres egen streamingtjeneste, som de forventer at lancere i juni 2014. Det præcise indhold på DR's kommende streamingtjeneste er ukendt, fx om DR kun vil gøre sine egne produktioner tilgængelige på streamingtjenesten eller også gøre indkøbte dansksprogede produktioner og udenlandske film og TV-serier tilgængelige.

Det er også uvist, om DR's streamingtjeneste vil blive en såkaldt *catch-up-tjeneste*, hvor materiale kun er tilgængeligt i en uges tid efter visning på de almindelige DR-kanaler, eller om DR's streamingtjeneste vil have materiale liggende i for eksempel 30 dage eller endnu længere.

Men det er givet, at DR's streamingtjeneste vil blive gratis for TV-seerne, så længe medie-licensen er betalt. Det er markant anderledes end andre streamingtjenester, hvor TV-seerne betaler for adgang.

I det lys er det relevant at spørge, hvilken betydning DR's streamingtjeneste vil få for de danske TV-seeres bevægelse fra traditionelt flow-TV til streamingtjenester og dermed for produktionen af dansksproget TV, særligt originalt udviklet dansk indhold? Spørgsmålet er, om DR's streamingtjeneste er problemfri, eller om streamingtjenesten kan få konsekvenser for dansk TV-produktion?

For at besvare spørgsmålet undersøger vi tre forhold. Først undersøger vi de danske TV-producenters forhandlingsposition over for broadcasterne (kapitel 1). Det gør vi, fordi effekten af DR's streamingtjeneste på produktion af dansksproget TV afhænger af, om producenterne er i en stærk eller en svag forhandlingsposition. Dernæst undersøger vi konkurrenceeffekten af DR's streamingtjeneste på andre landsdækkende broadcastere, dvs. TV2, Viasat og SBS (kapitel 2). Det gør vi, fordi effekten af DR's streamingtjeneste på produktionen af dansksproget TV afhænger af, om DR's streamingtjeneste vil udgøre en konkurrent til de andre broadcastere. Til sidst undersøger vi selve effekten af DR's streamingtjeneste på producenter af dansksproget TV (kapitel 3).

## Kapitel 1

# Danske TV-producenters forhandlingsposition

For at sikre mangfoldighed og innovation er det vigtigt at have et velfungerende marked for produktion af dansksproget TV og særligt for originalt udviklet dansk indhold. Et velfungerende marked kræver, at konkurrencen fungerer både på producentsiden og på købersiden.

I Danmark er der mange TV-producenter, men der er kun fire landsdækkende broadcastere, som køber TV-produktionerne. Det drejer sig om DR, TV 2, Viasat og SBS Discovery. Det giver et ulige styrkeforhold og sætter producenterne i en meget svag position, når de skal forhandle med broadcasterne.

Konsekvensen er, at den enkelte producent kun har lille betydning for hver af de fire landsdækkende broadcastere. Men omvendt har hver enkelt broadcaster afgørende betydning for hver af de mange producenter.

Problemet er særlig udtalt i forhold til DR, som både er en stor broadcaster og har en stor egenproduktion og derfor er mindre afhængig af den enkelte producent. Den betydelige egenproduktion betyder også, at DR har en specielt god indsigt i de eksterne producenters omkostninger. Denne indsigt kan DR bruge til at presse producenterne yderligere. Endelig betyder licensen, at DR ikke behøver agere kommercielt på samme måde som de andre broadcastere.

TV-producenternes svage position kommer til udtryk ved, at de systematisk accepterer dårligere og dårligere vilkår. For eksempel afgiver producenterne stadigt flere rettigheder til broadcasterne og påtager sig en større del af risikoen ved produktionen. Det gælder særligt for originalt udviklet dansk indhold.

Vores undersøgelse i dette kapitel er baseret på økonomisk litteratur samt en række interviews med producenter af dansksproget TV og originalt udviklet dansk indhold. Rækken af interviews har givet os en væsentlig indsigt i de forhold, som producenterne opererer under, og i producenternes forhandlinger med broadcasterne.

### 1.1 TV-producenterne har et svagt udgangspunkt

TV-producenterne står svagt i forhandlingerne, fordi der kun er få landsdækkende broadcastere, og fordi producenterne ofte har begrænsede muligheder for at skifte mellem broadcasterne.



### **Få store købere, mange små sælgere**

Styrken i forhandlingssituationen afgøres af, om den part, man forhandler med, har stor eller lille betydning for ens virksomhed, og om det er let eller svært at skifte til en anden forhandlingspart.

Der er fire landsdækkende broadcastere af dansksproget TV: DR, TV 2, Viasat og SBS Discovery.<sup>1</sup> Der findes ikke officielle kilder til størrelsen på det samlede marked, men fra vores interviews har vi erfaret, at et fornuftigt skøn er DKK 0,8-1,0 mia. om året.<sup>2</sup>

DR skal købe for mindst DKK 250 mio. fra uafhængige TV-producenter i 2014.<sup>3</sup> På baggrund af vores interviews vurderer vi, at TV 2 ligger noget højere, i omegnen af DKK 300 mio., og at Viasat og SBS begge ligger i omegnen af DKK 150 mio. om året.

Ingen enkelt producent tegner sig for en afgørende del af markedet. Det er vores vurdering, at ca. 10 producenter tilsammen tegner sig for størstedelen af markedet, og at der i alt findes 30-40 producenter, som jævnlige producerer til DR<sup>4</sup>, TV 2, Viasat og SBS.<sup>5</sup>

Dermed er det klart, at for producenterne har hver af de fire landsdækkende broadcastere stor betydning for deres forretning, mens hver enkelt producent omvendt kun har lille betydning for broadcasterne.

Når man dykker ned og kigger på den forhandlingssituation, den enkelte producent står i, viser det sig, at producenten ofte kun har én eller måske to mulige købere. Det skyldes, at producenterne projekter, som kræver tid og ressourcer at udvikle, typisk bliver målrettet specifikt mod en af broadcasterne og dennes profil, før projektet kan sælges.

Omvendt har broadcasterne flere valgmuligheder. Broadcasteren skal fylde sin sendeflade med materiale, som passer til den profil, som broadcasteren ønsker. Men hvis forhandlingerne med én producent bryder sammen, kan broadcasteren købe en anden produktion, som passer til broadcasterens ønsker, fra en anden producent<sup>6</sup>; købe en produktion fra udlandet eller – i nogle tilfælde – bruge egenproduktioner.

---

<sup>1</sup> I vores interviews er DR, TV 2, Viasat og SBS Discovery blevet fremhævet som de, i praksis, eneste danske broadcastere af dansksproget TV og originalt udviklet dansk indhold.

<sup>2</sup> Dette skøn er eksklusiv broadcasterens egenproduktion.

<sup>3</sup> DR er forpligtet til at indkøbe produktion fra eksterne producenter for DKK 250 mio. kr. i 2014, heraf kan produktionsfaciliteter dog udgøre op til DKK 60 mio., se DR's public service kontrakt, side 11, <http://kum.dk/Documents/Kulturpolitik/medier/DR/DRpublic%20service-kontrakt%20af%203%20%20juni%202013.pdf>.

<sup>4</sup> Eksempelvis oplister DR ca. 80 eksterne producenter, som DR købte produktioner fra i 2012, heraf var det dog kun ca. 15 producenter, som leverede flere end to forskellige produktioner til DR i løbet af 2012, se DR's public service redegørelse 2012, side 57-58.

<sup>5</sup> Hertil kommer en underskov af mindre producenter, som på mere ad hoc-præget basis fungerer som leverandører til de fire landsdækkende broadcastere. Mange af disse er organiseret i Producentforeningen, som har knap 110 medlemmer, <http://pro-f.dk/medlemsliste?page=4>.

<sup>6</sup> Kontakten mellem broadcasterne og producenterne sker blandt andet gennem såkaldte 'pitchdage', hvor indbudte producenter én ad gangen får lejlighed til at fremlægge deres ideer for broadcasteren. For DR er fremgangsmåden med pitchdage skrevet ind i public service-kontrakten, side 12, [http://kum.dk/Documents/Kulturpolitik/medier/DR/public\\_servicekontrakt.PDF](http://kum.dk/Documents/Kulturpolitik/medier/DR/public_servicekontrakt.PDF).

På den måde har producenterne kun meget begrænset mulighed for at skifte til en anden forhandlingspart, dvs. en anden broadcaster, hvorimod broadcasteren har gode muligheder for at finde et alternativ, hvis forhandlingerne med én producent bryder sammen.

Alt i alt betyder det, at broadcasterne står stærkt i forhandlingerne, mens producenterne står svagt.

### **DR har særstatus**

DR's samlede budget er på ca. DKK 4 mia. om året.<sup>7</sup> Det placerer DR over de øvrige danske broadcastere.<sup>8</sup> Desuden betyder DR's finansiering gennem medielicensen, at DR ikke har samme behov for eksternt indhold for at skabe indtægter. Det gør DR mindre afhængig af uafhængige producenter, og det svækker producenternes forhandlingsposition yderligere i forhold til DR.

Derudover bruger DR en langt større andel af sit budget til egenproduktion end øvrige broadcastere. Det betyder, at DR i vidt omfang producerer dansksproget TV og originalt udviklet dansk indhold i direkte konkurrence med de uafhængige producenter. Det giver DR øget styrke i forhandlingerne med producenterne, fordi DR til en vis grad kan erstatte eksterne produktioner med egenproduktioner. Den mulighed har øvrige broadcastere kun i meget begrænset omfang.

### **Økonomisk teori bekræfter svag forhandlingsposition**

Danske og udenlandske konkurrencemyndigheder er opmærksomme på markeder, hvor køberne står meget stærkt i forhold til sælgerne.<sup>9</sup> Bekymringen er, at køberne kan misbruge deres styrke til skade for konkurrencen og forbrugerne. Skaden kan fx opstå i form af underproduktion eller begrænset udvikling og innovation.

Derfor er det relevant at se på de faresignaler, der i følge konkurrencemyndighederne vidner om stærk købermagt.<sup>10</sup> Det drejer sig om markeder, hvor

- køberen hurtigt og med få omkostninger kan skifte fra én sælger til en anden
- køberen selv kan producere varen eller indgå i samarbejde med andre sælgere relativt hurtigt og uden nævneværdige omkostninger
- køberen er vigtig for sælgeren, og sælgeren vil give favorable vilkår for at fastholde samarbejdet
- køberen kan øge konkurrencen blandt sælgere gennem auktioner eller udbud

<sup>7</sup> I 2012 havde DR samlede indtægter på DKK 4,0 mia., hvoraf licensindtægter udgjorde DKK 3,6 mia., se DR's 2012 årsrapport, side 31, <http://www.dr.dk/NR/rdonlyres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/5077133/DRSAarsrapport2012.pdf>.

<sup>8</sup> Eksempelvis havde TV2 i 2012 en samlet omsætning på DKK 2,5 mia., se TV2's 2012 årsrapport, side 7, [http://omtv2.tv2.dk/fileadmin/user\\_upload/pdf/aarsrapporter/TV\\_2\\_Aarsrapport\\_2012-nv.pdf](http://omtv2.tv2.dk/fileadmin/user_upload/pdf/aarsrapporter/TV_2_Aarsrapport_2012-nv.pdf)

<sup>9</sup> Se for eksempel Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens rapport om dagligvaremarkedet fra 2011, hvor styrelsen blandt andet undersøger købermagten hos de danske dagligvarekæder, <http://www.kfst.dk/~media/KFST/Publikationer/Dansk/2011/Dagligvaremarkedet%2008062011%20analyse.pdf>

<sup>10</sup> Se for eksempel EU-Kommissionens guidelines fra 2009 om misbrugende adfærd, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:045:0007:0020:EN:PDF>, eller de britiske konkurrencemyndigheds (Office of Fair Trading) rapport fra 2004, Assessment of market power, [http://www.offt.gov.uk/shared\\_offt/business\\_leaflets/ca98\\_guidelines/oft415.pdf](http://www.offt.gov.uk/shared_offt/business_leaflets/ca98_guidelines/oft415.pdf)

Alt i alt er det vores vurdering, at alle de nævnte forhold er til stede på markedet for dansksproget TV og originalt udviklet dansk indhold, især i forhold til DR. Det skyldes den ulige struktur på markedet, hvor producenterne er afhængige af den enkelte broadcaster, mens det omvendte ikke er tilfældet. Det viser, at producenterne har svag forhandlingsposition.

## 1.2 Producenternes adfærd afslører deres svage position

Producenternes adfærd i forhandlingssituationen afslører, at producenternes forhandlingsstyrke også i praksis er meget svag. Det gælder særligt for originalt udviklet dansk indhold.

### Forhandlingsforløbet

Før forhandlingerne skal producenten gennem en udviklingsfase, hvor den rå ide bringes til et niveau, som kan pitches til en broadcaster. Det indebærer omkostninger for producenten, fx til udvikling og til produktion af teaser-materiale.<sup>11</sup>

Hvis broadcasteren er interesseret i projektet, kan forhandlingerne om pris begynde. Hvis det lykkes at nå til enighed, vil den egentlige produktion med store omkostninger for producenten typisk gå i gang i umiddelbar forlængelse af prisforhandlingerne.

Imidlertid er forhandlingerne typisk ikke overstået endnu. Forhandlinger om rettigheder foretages normalt først efter prisforhandlingerne.<sup>12</sup> Det betyder, at producenterne står svagt i forhandlingerne, fordi produktionen med omkostninger for TV-producenterne typisk er i gang på dette tidspunkt. Et forhandlingssammenbrud vil derfor koste producenten dyrt.

Efter vores interviews har Producentforeningen lavet en mindre undersøgelse blandt medlemsvirksomhederne. Undersøgelsen understøtter, at forhandlingerne om rettigheder som regel er forsinket i forhold til forhandlingen om pris. I Producentforeningens undersøgelse angiver 6 ud af 14 TV-producenter, at forsinkelsen er på 1-4 uger, mens andre 6 TV-producenter angiver, at forsinkelsen er over 4 uger.<sup>13</sup>

### Om kostningsbaserede priser

Forhandlingerne om prisen afhænger ikke af TV-produktionens kvalitet eller kommercielle potentiale for broadcasteren. I stedet afhænger prisen af producentens direkte omkostninger forbundet med TV-produktionen. Det betyder, at producenterne som udgangspunkt ikke belønnes yderligere, når de skaber unikke programmer med stor markedsværdi. Det kan hæmme interessen for innovation.

---

<sup>11</sup> Fra vores interviews har vi det klare indtryk, at DR, såvel som øvrige broadcastere, i løbet af de senere år har stillet stadig større krav til de pitches, som producenterne kommer med. Det indebærer stigende omkostninger for producenterne, også for projekter, som ikke realiseres.

<sup>12</sup> Fra vores interviews har vi gentagne gange fået beskrevet, at hos DR foretages prisforhandlingerne af den redaktør, som indkøber TV-produktionen, mens forhandlingerne om rettigheder foretages af DR's juridiske afdeling. TV2, Viasat og SBS følger en tilsvarende forskudt forhandlingsproces.

<sup>13</sup> Producentforeningens medlemmer blev spurgt 'Hvor lang tid går der mellem budget, programbeskrivelse, tidsplan og programsætning, før forhandlingerne om den endelige kontrakt indledes?' Herudover svarede to respondenter 'Det varierer.'

Det er almindelig praksis i branchen, at producenten fremlægger et detaljeret produktionsbudget, hvor alle poster – fx optage-, klippe- og grafikdage – er specificeret. Prisen fastsættes ved at tillægge en margin i form af en fast procentsats. Fra vores interviews ved vi, at marginerne kan variere fra producent til producent, men den enkelte producent oplever typisk at få omtrent den samme margin hos alle broadcasterne.

Herefter justeres prisen nedad, hvis producenten har gennemført produktionen under budgettet, hvorimod eventuelle budgetoverskridelser alene dækkes af producenten.<sup>14</sup> Dette understreger producenternes svage forhandlingsposition og -resultat. I nogle tilfælde bliver producenternes faktiske omkostninger tilmed revideret af en ekstern revisor, som rapporterer tilbage til broadcasteren efter produktionen har fundet sted.

Producenternes margin skal dække en lang række omkostninger. Det gælder omkostninger til udvikling af projektet før det blev solgt, omkostninger til øvrige projekter, som ikke blev realiseret, samt faste omkostninger, fx administration og husleje.

Alt i alt er konsekvensen, at DR og de øvrige broadcastere får et meget detaljeret indblik i producenternes økonomi, som gør broadcasterne i stand til at sammenligne enkeltstående budgetposter mellem producenterne. Det svækker producenterne i forhandlingerne.

### **Producenter afkræves stadig flere rettigheder**

Fra vores interviews har vi fået en samstemmende melding om, at DR og de øvrige broadcastere presser producenterne til at overdrage stadig flere rettigheder. Et typisk krav kan lyde, at rettighederne skal omfatte alle nuværende og fremtidige udnyttelsesmåder, medier og platforme, hvor producenter førhen fortrinsvis afgav rettigheder til traditionelt flow-TV. Tilsvarende kræver broadcasterne i dag ofte rettigheder til et langt større antal visninger, til en meget lang eller ubegrænset visningsperiode på nettet og i stigende til at sælge produktionen i andre lande.

Broadcasterne anvender alle en standardkontrakt, der danner udgangspunkt for forhandlingerne. I vores interviews er vi flere gange blevet forevist standardkontrakter fra DR. Standardkontrakten fra DR er speciel, fordi den foruden de krav, der er almindelige i branchen, også indeholder krav til rettighederne i de øvrige nordiske lande. Det skyldes, at DR indgår i Nordvision-samarbejdet<sup>15</sup>, hvor igennem DR udveksler programmer med de øvrige nationale broadcastere i Norge, Sverige, Finland og Island. Men producenterne bliver typisk ikke kompenseret for at afgive de ekstra rettigheder i resten af Norden.

Ifølge vores interviews har producenterne svært ved at forhandle sig til bedre vilkår end i broadcasteres standardkontrakter. Det gælder særligt for originalt udviklet dansk indhold. Derimod har producenterne bedre muligheder for at forhandle sig til bedre vilkår med internationalt ejede formater, hvor danske broadcasteres standardbetingelser ikke bliver accepteret.

---

<sup>14</sup> I vores interviews er vi blevet fremlagt eksempler herpå, fx at eventuelle besparelser deles 50/50 mellem broadcaster og producent, mens producenten alene må bære eventuelle budgetoverskridelser.

<sup>15</sup> Se <http://en.nordvision.org/>.

Men producenterne bliver i meget begrænset grad kompenseret for at afgive de ekstra rettigheder. Producenternes betaling hænger fortsat sammen med de direkte omkostninger ved produktionen, hvor afgivelse af rettigheder ikke regnes med. Det er et problem for producenterne, fordi afgivelsen af ekstra rettigheder til broadcasterne afskærer potentielle alternative indtægtskilder, fx salg til streamingtjenester og til andre lande.

Konsekvensen er, at producenterne afgiver stadig flere rettigheder til broadcasterne, hvilket afskærer producenterne fra mulige alternative indtægtskilder. Det sker uden at producenterne bliver kompenseret for det, hvilket svarer til at prisen til producenterne løbende var blevet sat ned. Det gør det sværere for producenter at gøre det rentabelt at udvikle nye programmer.

## Kapitel 2

# Konkurrenceeffekten af DR's streamingtjeneste

Den teknologiske udvikling på medieområdet bevæger sig hurtigt. Streamingtjenester er på kort tid blevet meget populære hos de danske husholdninger og er i nogle husholdninger på vej mod helt eller delvist at afløse traditionelt TV (flow-TV). Af den grund er det helt naturligt, at DR planlægger at satse langt stærkere på sin egen streamingtjeneste.

Imidlertid er det vigtigt, at DR's satsning sker uden at skade konkurrencen på TV-området. Konkurrencen er i forvejen forvredet, fordi DR ikke fungerer på kommercielle vilkår, og udfordringen med lanceringen af DR's streamingtjeneste bliver at undgå yderligere forvriddinger. Desværre finder vi, at DR's satsning netop kan føre til en yderligere forvriddning af konkurrencen.

DR's streamingtjeneste må forventes at tage markedsandele fra traditionelle TV-pakker med flow-TV i en størrelsesorden, som i betydelig grad vil sætte ekstra fart på udviklingen væk fra traditionelle TV-pakker. Samtidig vil DR's streamingtjeneste medføre et pres på de øvrige, nye streamingtjenester. Det skyldes, at DR's streamingtjeneste kan mange af de samme ting som de konkurrerende produkter, og at forbrugerne ikke skal betale ekstra for DR's streamingtjeneste. Den er allerede betalt via medielicensen, som skal betales uanset om man bruger DR's streamingtjeneste eller ej. Desuden viser en forbrugerundersøgelse, som vi har fået gennemført, at DR's streamingtjeneste kan få stor betydning på markedet.

På mange markeder kan ændringer i markedsandele være et udtryk for sund konkurrence, som er til gavn for forbrugerne. Imidlertid er konkurrencen på TV-markedet grundlæggende forvredet, fordi DR finansieres gennem medielicensen, mens DR's konkurrenter må skabe indtægter på markedsvilkår. Derfor bør det give anledning til bekymring, at DR står til at tage markedsandele og derved forstærke konkurrenceforvriddningen. Det understreges af, at DR's streamingtjeneste bliver den eneste streamingtjeneste på TV-markedet, som forbrugerne ikke skal betale separat for.

I dette kapitel undersøger vi den effekt, som DR's planlagte streamingtjeneste vil få på konkurrencen på TV-markedet. Vores undersøgelse er baseret på markedsstudier, økonomisk og konkurrenceretlig litteratur samt en forbrugerundersøgelse<sup>16</sup>, hvor danske husholdninger er blevet spurgt, hvordan DR's streamingtjeneste vil påvirke deres fremtidige indkøb af TV-pakker og kommercielle streamingtjenester.

---

<sup>16</sup> Forbrugerundersøgelsen er foretaget af TNS Gallup i perioden 7.-12. marts 2014.

## 2.1 DR's streamingtjeneste vil tage markedsandele

Vi vurderer, at DR's planlagte streamingtjeneste står til at tage markedsandele fra kommercielle broadcastere. Vores vurdering er baseret på to forhold: For det første viser en sammenligning af produkttegenskaber, hvor vi har taget udgangspunkt i de udmeldinger, der har været om indholdet af DR's streamingtjeneste, at DR's streamingtjeneste får et betydeligt overlap både med traditionelle TV-pakker og med øvrige streamingtjenester.<sup>17</sup> For det andet viser den forbrugerundersøgelse, som vi har fået gennemført, at DR's streamingtjeneste vil få husholdningerne til at bruge færre penge på traditionelle TV-pakker såvel som på øvrige streamingtjenester. Desuden vil det uvægerligt skade konkurrenternes reklameindtægter, at forbrugerne bruger mere tid på DR's streamingtjeneste og mindre tid på andre TV-kanaler.

Vi konkluderer, at DR's kommende streamingtjeneste vil påvirke konkurrencen. Men de præcise rammer for og det præcise indhold af DR's streamingtjeneste kan påvirke konkurrenceeffektens omfang. Det præcise indhold af DR's streamingtjeneste er endnu ikke offentligt kendt.

### Produktegenskaber: DR's streamingtjeneste kan meget af det samme som traditionelle TV-pakker og kommercielle streamingtjenester

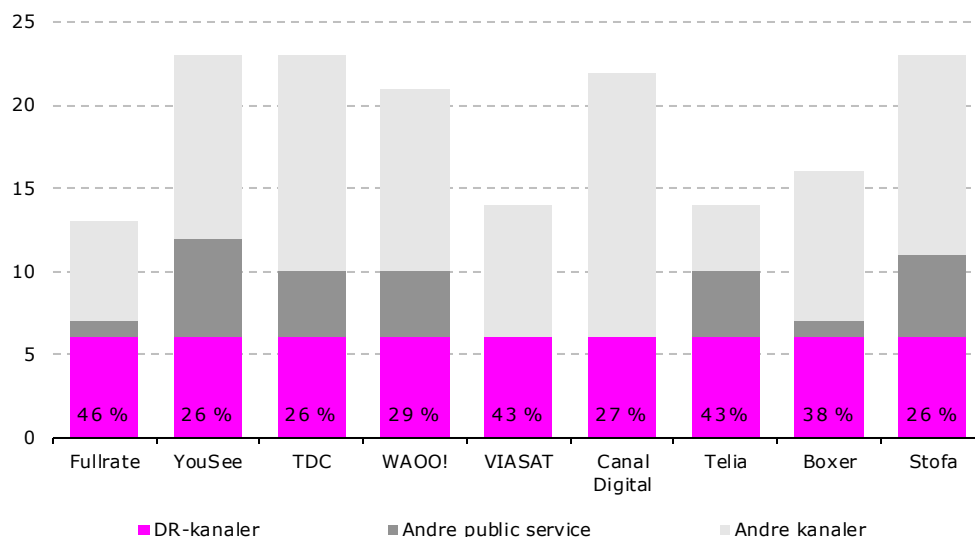
En gennemgang af produkttegenskaber viser, at DR's streamingtjeneste kan blive en væsentlig konkurrent til både traditionelle TV-pakker og kommercielle streamingtjenester. Fremgangsmåden med at undersøge produkttegenskaber er standard i konkurrenceøkonomi.<sup>18</sup>

Vores vurdering er, at DR's streamingtjeneste vil gøre det sværere at sælge TV-pakker. For traditionelt TV gælder det særligt forbrugere, som vælger grundpakker. Det skyldes at DR's kanaler, hvis indhold i betydeligt omfang må forventes at blive tilgængeligt på DR's streamingtjeneste, i dag udgør fra godt 25 procent til knap 50 procent af kanaludbudet i TV-distributørernes grundpakker, jf. figur 1.

<sup>17</sup> DR har meldt ud, at streamingtjenesten bliver lanceret i juni 2014, se <http://www.b.dk/kultur/dr-vil-give-tv-programmer-et-laengere-liv-med-nv-app>, men det præcise indhold er endnu ikke offentliggjort. Mel dinger fra DR lyder på, at seerne har 'et krav på fri og uhindret adgang til DR's indhold – uanset om man kigger med via PC, tablet eller mobil.' Desuden beskriver DR streamingtjenesten som en 'catch up-tjeneste,' hvor 'man i en begrænset periode [kan] se eller gense de programmer, man gik glip af,' se <http://borsen.dk/nvheder/avisen/artikel/11/74509/artikel.html>. Desuden lyder det fra DR, at streamingtjenesten vil give et større udbud, end det DR i dag gør tilgængeligt på nettet, fordi DR forsøger at sikre sig flere og flere rettigheder til de programmer, de broadcastere, se <http://mediawatch.dk/secure/Medienvt/Web/article6439879.ece>. Det er dog fortsat uvist i hvilket omfang, udenlandske film og TV-serier bliver tilgængelige på DR's streamingtjeneste.

<sup>18</sup> Fremgangsmåden med at sammenholde produkttegenskaber for at kortlægge, hvilke produkter, der er i konkurrence med hinanden, er anerkendt i konkurrenceretten og den anvendes blandt andet af EU-Kommissionen i sager om misbrug af dominerende stilling, konkurrencebegrænsende aftaler og i fusionssager, se for eksempel EU-Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret (97/C 372/03), punkt 10-12, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:1997:372:0005:0013:DA:PDF>.

**Figur 1 DR's andel af TV-grundpakker**



Note: Procentsats viser DR's kanaler som andel af det samlede antal kanaler i pakken. DR's synskanaler er ikke medregnet. TV2's regioner er medregnet som én kanal. En kanal, der vises i både HD og ikke-HD, medregnes som én kanal.

Kilde: fullrate.dk, yousee.dk, privat.tdc.dk, waoo.dk, viasat.dk, canaldigital.dk, telia.dk, boxertv.dk, stofa.dk

Dermed udgør DR's kanaler en betydelig del af det samlede antal kanaler i distributørernes grundpakker. Det betyder, at nogle forbrugere kan opfatte DR's streamingtjeneste som et alternativ til en traditionel TV-pakke. Sådanne forbrugere kan vælge at holde op med at betale for en TV-pakke, fordi DR's streamingtjeneste ikke kræver ekstra betaling fra forbrugerne og giver øget fleksibilitet, fordi forbrugerne selv kan bestemme, hvornår de vil se de ønskede TV-udsendelser. Det giver forbrugerne den fordel, at de på DR's streamingtjeneste altid kan se de programmer fra DR, som de bedst kan lide.

For kommercielle streamingtjenester udgør film og TV-serier størstedelen af det indhold, som de tilbyder forbrugerne. DR's streamingtjeneste kan også få et væsentligt indhold af film og TV-serier, som har været vist på DR's kanaler. En sammentælling viser, at DR's kanaler på en måned viser ca. 100-150 film og ca. 40 forskellige TV-serier.<sup>19</sup> Det betyder, at DR's streamingtjeneste potentielt vil kunne tilbyde meget af den samme type af indhold, som de kommercielle streamingtjenester i dag tilbyder. Dermed kan DR med den planlagte streamingtjeneste placere sig som en væsentlig konkurrent også i forhold til øvrige streamingtjenester.

Hertil kommer, at DR's streamingtjeneste må ventes at få et betydeligt indhold af typiske DR-programmer, fx reportager, dokumentarudsendelser og aktualitetsprogrammer. Det vil styrke DR's streamingtjeneste i konkurrencen med øvrige streamingtjenester.

<sup>19</sup> Vi har sammentalt film og TV-serier, som blev vist på DR1, DR2, DR3 og DR Ki perioden 3.-9. marts 2014. Antallet af film er skaleret op fra ugebasis til månedsbasis. For TV-serier har vi fokuseret på underholdning, typisk komedie- og dramaserier, men vi har set bort fra dokumentar- og reportageserier.



Baseret på produktgenskaber vurderer vi, at DR's streamingtjeneste vil udøve et konkurrencepres på traditionelle TV-pakker såvel som på øvrige streamingtjenester. Omfanget af dette konkurrencepres vil afhænge af streamingtjenestens konkrete indhold. Særligt i forhold til kommercielle streamingtjenester kan det blive væsentligt, hvor mange film og TV-serier, der bliver inkluderet i DR's streamingtjeneste.

### **DR's streamingtjeneste vil få forbrugerne til at bruge færre penge på TV-pakker og kommercielle streamingtjenester**

Vi har bedt TNS Gallup gennemføre en undersøgelse af danske husholdningers forbrug af TV-pakker og streamingtjenester.<sup>20</sup> Forbrugerundersøgelser bliver ofte brugt i markedsundersøgelser, når det skal kortlægges, hvordan konkurrencen fungerer på et marked.<sup>21</sup>

Det overordnede resultat fra undersøgelsen er, at en signifikant andel af danske husholdninger siger, at de vil bruge DR's streamingtjeneste på bekostning af traditionelle TV-pakker og kommercielle streamingtjenester. Undersøgelsen viser, at ca. 260.000 husstande, som i dag betaler for en TV-pakke, vil få mindre betalingsvillighed, og heraf vil ca. 120.000 husstande skifte til en mindre TV-pakke og ca. 40.000 husstande vil helt opgive deres TV-pakke.<sup>22</sup> Nærmere bestemt siger flere end 10 procent af husholdningerne, at deres betalingsvillighed vil falde over for både traditionelle TV-pakker og kommercielle streamingtjenester.

Til husholdninger, som i dag abonnerer på en TV-pakke, stillede vi spørgsmålet: *'Vurderer du at DR's nye app/streamingtjeneste vil få betydning for din husstands vilje til at betale for TV-pakker?'* Her svarede 13 procent af 1.872 husholdninger: *'Ja viljen til at betale for TV-pakker vil falde.'*<sup>23</sup>

Disse husholdninger blev mødt med det opfølgende spørgsmål: *'Vurderer du at DR's nye app/streamingtjeneste vil få din husstand til at købe en mindre TV-pakke eller helt holde op med at abonnere på en TV-pakke?'* Her svarede 6 procent af 1.872 husholdninger: *'Ja min husstand vil skifte til en mindre TV-pakke,'* og yderligere 2 procent svarede: *'Ja min husstand vil opgive vores TV-pakke.'*<sup>24</sup>

<sup>20</sup> Undersøgelsen blev gennemført ved brug af Gallups web-panel i perioden 7.-12. marts 2014, og den omfatter et repræsentativt udvalgt af danske husholdninger. I alt blev 2.377 danske husholdninger, som havde angivet, at de ikke modtog deres TV-signal gennem en antenne- eller boligforening, spurgt om, hvordan DR's streamingtjeneste vil påvirke deres køb af TV-pakker, og 1.185 danske husholdninger blev spurgt om, hvordan DR's streamingtjeneste vil påvirke deres køb af kommercielle streamingtjenester.

<sup>21</sup> Eksempelvis bruger Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen jævnligt forbrugerundersøgelser til at kortlægge konkurrenceforhold og forbrugervaner.

<sup>22</sup> Det er lagt til grund for beregningen, at ca. 2 mio. danske husstande i dag abonnerer på en TV-pakke. I forbindelse med skift til mindre TV-pakker og opsigelse af abonnement til TV-pakker skal der tages det forbehold, at husstande, som modtager TV-pakker gennem antenne- og boligforeninger, kan være begrænset i deres mulighed for at nedskalere og opgive deres TV-pakke.

<sup>23</sup> Desuden svarede 85 procent: *'Nej det vil ikke få betydning for min husstands vilje til at betale for TV-pakker,'* og 2 procent svarede *'Ja viljen til at betale for TV-pakker vil stige.'* Respondenterne havde desuden mulighed for at svare *'Ved ikke,'* men denne besvarelse er ikke regnet med i optællingen. I alt svarede 505 respondenter *'Ved ikke.'*

<sup>24</sup> De resterende 5 procent svarede: *'Nej min husstand vil ikke ændre på vores TV-pakke.'* Der blev ikke givet mulighed for at svare *'Ved ikke.'*

Dermed vurderer vi, at DR's streamingtjeneste kan tage signifikante markedsandele fra traditionelle TV-pakker. Til perspektiv kan nævnes, at Netflix, som er den største kommercielle streamingtjeneste i Danmark<sup>25</sup>, ifølge DR sad på ca. 3 procent af den samlede danske TV-sening et år efter opstart.<sup>26</sup> Tallene er ikke direkte sammenlignelige, men de indikerer, at DR's streamingtjeneste kan tage markedsandele af en væsentlig størrelse.

Hertil kommer, at det er klare tegn på, at streamingtjenester allerede tager markedsandele fra traditionelle TV-pakker med flow-TV. Ifølge en rapport fra DR Medieforskning faldt den traditionelle TV-sening med 8 procent fra 2012 til 2013, og mod udgangen af 2013 betalte 24 procent af de danske husstande abonnement til en eller flere streamingtjenester. Hertil kommer, at i alt 22 procent af husstandene, der bruger streamingtjenester, siger, at de enten har opsagt eller nedskaleret deres traditionelle TV-pakke eller overvejer at gøre det.<sup>27</sup>

Af DR's undersøgelse fremgår det dermed, at op til ca. 5 procent af de danske husstande mod udgangen af 2013 overvejede at opsige eller nedskalere deres TV-pakke.<sup>28</sup> Som nævnt ovenfor ville DR's streamingtjeneste ifølge vores undersøgelse fra marts 2014 få hele 8 procent til faktisk at opsige eller nedskalere deres TV-pakke. DR's streamingtjeneste vil altså mere end fordoble overgangen fra flow-TV til streamingtjenester.

Det er også vigtigt at undersøge, om DRs streamingtjeneste kan tage markedsandele fra andre streamingtjenester. Til husholdninger, som i dag abonnerer på en kommerciel streamingtjeneste, stillede vi spørgsmålet: 'Vurderer du at DR's nye app/streamingtjeneste vil få betydning for din husstands vilje til at betale for andre streamingtjenester, fx Netflix og Viaplay?' Her svarede 11 procent af 1.013 husholdninger: 'Ja viljen til at betale for andre streamingtjenester vil falde.'<sup>29</sup>

Disse husholdninger blev mødt med det opfølgende spørgsmål: 'Vurderer du at DR's nye app/streamingtjeneste vil få din husstand til at abonnere på en billigere streamingtjeneste eller helt holde op med at abonnere på en streamingtjeneste?' Her svarede 3 procent af 1.013 husholdninger: 'Ja min husstand vil skifte til en billigere streamingtjeneste,' og yderligere 3 procent svarede: 'Ja min husstand vil holde op med at abonnere på en streamingtjeneste.'<sup>30</sup>

<sup>25</sup> Ifølge DR Medieforskning havde Netflix ca. 450.000 abonnenter i oktober 2013, se DR Medieforskning, *Medieudviklingen 2013*. [http://www.dr.dk/NR/rdonlvres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/5731471/DR\\_Medieudvikling\\_2014.pdf](http://www.dr.dk/NR/rdonlvres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/5731471/DR_Medieudvikling_2014.pdf)

<sup>26</sup> Se <http://borsen.dk/nyheder/avisen/artikel/11/74509/artikel.html>

<sup>27</sup> DR Medieforskning, *Medieudviklingen 2013* side 32 og 34 [http://www.dr.dk/NR/rdonlvres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/5731471/DR\\_Medieudvikling\\_2014.pdf](http://www.dr.dk/NR/rdonlvres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/5731471/DR_Medieudvikling_2014.pdf)

<sup>28</sup> Andelen på 5 procent fremkommer ved at tage udgangspunkt i de 24 procent af danske husstande, som mod udgangen af 2013 betalte abonnement til en eller flere streamingtjenester. Af disse husstande angiver 22 procent, at de enten har opsagt eller nedskaleret deres traditionelle TV-pakke eller overvejer at gøre det. Det betyder, at godt 5 procent af samtlige husstande (22 procent af 24 procent) enten har opsagt eller nedskaleret deres traditionelle TV-pakke eller overvejer at gøre det.

<sup>29</sup> Desuden svarede 87 procent: 'Nej det vil ikke få betydning for min husstands vilje til at betale for andre streamingtjenester,' og 2 procent svarede 'Ja viljen til at betale for andre streamingtjenester vil stige.' Respondenterne havde desuden mulighed for at svare 'Ved ikke', men denne besvarelse er ikke regnet med i optællingen. I alt svarede 172 respondenter 'Ved ikke.'

<sup>30</sup> De resterende 5 procent svarede: 'Nej min husstand vil ikke ændre på abonnement på en streamingtjeneste.' Der blev ikke givet mulighed for at svare 'Ved ikke.'

Det viser, at DR's streamingtjeneste kan blive en betydende konkurrent ikke kun for de traditionelle TV-pakker, men også for de kommercielle streamingtjenester.

Imidlertid viser forbrugerundersøgelsen ikke signifikante forskelle i besvarelsene afhængig af indholdet i DR's streamingtjeneste.<sup>31</sup> Det står dog i kontrast til undersøgelsen af produktens egenskaber, hvor konklusionen var, at omfanget af indholdet i DR's streamingtjeneste vil få betydning for DR's streamingtjenestes konkurrenceeffekt. Vores samlede vurdering er, at indholdet af DR's streamingtjeneste forventes at have en betydning for konkurrenceeffekten.

## 2.2 DR's streamingtjeneste kan forvride konkurrencen yderligere

På mange markeder kan ændringer i markedsandele være et udtryk for sund konkurrence, som er til gavn for forbrugerne. Imidlertid er konkurrencen på TV-markedet grundlæggende forvredet. Det er derfor ikke et udtryk for velfungerende konkurrence, at DR's planlagte streamingtjeneste må forventes at tage betydelige markedsandele på bekostning af traditionelle TV-pakker og øvrige streamingtjenester. Tværtimod er der tale om yderligere konkurrenceforvridning, som i sidste ende kan blive skadelig for forbrugerne.

Årsagen er, at DR finansieres gennem medielicensen. Det står i modsætning til de øvrige aktører på TV-markedet, som sælger deres produkter på almindelige markedsvilkår. Konsekvensen er, at forbrugerne i købsituationen vælger mellem DR's gratis produkter, eller rettere produkter, som allerede er betalt via medielicensen, der for de fleste forbrugere i praksis ikke kan vælges fra, og konkurrenternes produkter, som kræver betaling.

Risikoen for konkurrenceforvridning forstærkes af, at prisen er vigtig for danske husholdninger, når de skal vælge TV-pakke eller streamingtjeneste. I forbrugerundersøgelsen stillede vi spørgsmålet: *'Hvis din husstand skulle vælge ny TV-pakke og/eller streamingtjeneste, hvilke affølgende ting ville så være vigtigst for din husstand?'* Hver respondent blev bedt om at udvælge de to vigtigste ting på en liste med syv muligheder, og valgmuligheden *'Prisen'* blev højest placeret med hele 58 procent af respondenterne.<sup>32</sup>

Hertil kommer, at den grundlæggende forskel i forbrugernes købsituation mellem DR og de øvrige aktører på TV-markedet vil komme tydeligere frem i forbindelse med DR's streamingtjeneste. Blandt streamingtjenesterne vil DR's streamingtjeneste for de fleste for-

<sup>31</sup> I forbrugerundersøgelsen blev respondenterne præsenteret for en af tre beskrivelser af DR's streamingtjeneste. Men de tre forskellige beskrivelser førte ikke til signifikante forskelle i besvarelsene. De tre beskrivelser var (1) *'På DR's app/streamingtjeneste vil du kunne se DR's egne produktioner (fx Bonderøven, Deadline og Arvingerne), der har været vist på DR's kanaler de seneste 30 dage.'* (2) *'På DR's app/streamingtjeneste vil du kunne se DR's egne produktioner (fx Bonderøven, Deadline og Arvingerne) og dansksprogede produktioner, som DR har indkøbt hos andre TV-producenter (fx XFactor og Broen), der har været vist på DR's kanaler de seneste 30 dage.'* og (3) *'På DR's app/streamingtjeneste vil du kunne se DR's egne produktioner (fx Bonderøven, Deadline og Arvingerne), dansksprogede produktioner, som DR har indkøbt hos andre TV-producenter (fx XFactor og Broen) og udenlandske produktioner (fx amerikanske film og TV-serier), der har været vist på DR de seneste 30 dage.'*

<sup>32</sup> De øvrige svarmuligheder var *'Udvalget af bestemte TV-kanaler fx TV3'* med 34 procent, *'Muligheden for at se TV når man selv ønsker det'* med 24 procent, *'Udvalget af film'* med 17 procent, *'Udvalget af sportsudsendelser'* med 17 procent, *'Udvalget af nyhedsudsendelser'* med 12 procent og *'Udvalget af TV-serier'* med 12 procent af respondenterne. Desuden var der også mulighed for at svare *'Andet'*, *'Ingen af disse'* og *'Ved ikke'*, men ingen af disse svarmuligheder blev angivet af flere end 5 procent af respondenterne.

brugere fremtræde som det eneste gratis alternativ. Det viser, at den normale kommercielle adfærd er at tage sig betalt for streamingtjenester med TV. DR's gratis alternativ må derfor forventes at forstærke konkurrenceforvridningen på TV-markedet, jf. tabel 1.

**Tabel 1 Priser på streamingtjenester**

	Pris pr måned, kr.
Netflix	79
HBO Nordic	79
TV 2 Play	59
Viaplay	79
YouBio	99
Nutv	99
DR's streamingtjeneste	0

Note: I tabellen angives prisen på at benytte DR's streamingtjeneste til 0 kr., men adgang til DR's streamingtjeneste forudsætter betaling af medielicens.

Kilde: netflix.dk, hbonordic.dk, play.tv2.dk, viaplay.dk, yousee.tv, inutv.dk

Prisforskellen betyder, at der er risiko for, at DR's streamingtjeneste tager markedsandele på bekostning af kommercielle aktører. Dermed kan DR's streamingtjeneste skade konkurrencen på TV-markedet ved at forstærke den grundlæggende konkurrenceforvridning ved DR's finansiering.

Det problematiske i situationen understreges ved, at offentlig støtte eller begunstigelser til virksomheder, der er aktive på markeder med konkurrence, som udgangspunkt er forbudt. Forbuddet findes i EU-reglerne om statsstøtte, som skal beskytte de europæiske forbrugere mod de skadelige effekter ved konkurrenceforvridning, som statsstøtte kan føre til. Udgangspunktet i EU-statsstøttereglerne er, at støtte er ulovlig, hvis den *'fordrejer eller truer med at fordreje konkurrencevilkårene ved at begunstige visse virksomheder'*.<sup>33</sup>

Imidlertid er der mange undtagelser fra statsstøttereglerne, fx på det kulturelle område, som forventeligt også omfatter finansieringen af DR. Men de skadelige effekter på konkurrencen, som statsstøttereglerne på andre områder skal beskytte imod, findes stadig i forbindelse med finansieringen af DR, selvom kulturpolitiske hensyn sætter statsstøttereglerne ud af kraft.

<sup>33</sup> TEUF, Artikel 107, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12008E107:DA:HTML>

## Kapitel 3

# Implikationer for danske TV- producenter

Udviklingen fra traditionelt flow-TV til streamingtjenester skaber større fleksibilitet og nye muligheder for de danske forbrugere. Men de danske TV-producenter står over for flere udfordringer, som gør skiftet mod streamingtjenester vanskelig. I kapitel 2 viste vi, at DR's streamingtjeneste vil tage betydelige markedsandele fra de traditionelle TV-pakker. Det betyder, at hele TV-området påvirkes. Distributørerne af TV-pakker, fx You-see og Stofa, får færre abonnementsindtægter. De kommercielle broadcastere, fx TV 2 og SBS, får færre indtægter ved salg til distributørerne. Det fører til, at de kommercielle broadcastere vil have færre midler til at købe TV-programmer, herunder dansksproget TV. Dermed reduceres TV-producenternes muligheder for at finde købere til deres projekter.

TV-producenterne bliver også påvirket direkte, hvis der kommer færre abonnenter til de traditionelle TV-pakker. Det skyldes, at producenterne i dag modtager et såkaldt *re-transmissionsvederlag*, som bliver opkrævet i forbindelse med traditionelle TV-pakker, mens vederlaget ikke er i samme størrelsesorden i forbindelse med streamingtjenester.

Konsekvensen er, at producenterne gradvist vil miste indtægter i forbindelse med overgangen fra flow-TV til streamingtjenester.

Endelig afgiver TV-producenterne i dag typisk rettighederne til brug for streamingtjenester til broadcasterne. Men det sker i stor grad uden, at TV-producenterne bliver betalt for det. I stedet får TV-producenterne en omkostningsbaseret pris, som beregnes på basis af de direkte omkostninger ved produktionen. Det betyder, at TV-producenterne i dag kun har begrænset mulighed for at gribe de nye muligheder, som streamingtjenesterne skaber, og det betyder samtidig, at det kan blive vanskeligt for producenterne at lave originalt udviklet dansk indhold, fordi udviklingsomkostningerne ikke bliver dækket.

TV-producenternes udfordringer hænger nært sammen med producenternes forhandlingsposition over for broadcasterne. I kapitel 1 viste vi, at TV-producenterne står meget svagt i forhandlingerne, og at det særligt gælder, når producenterne forhandler om originalt udviklet dansk indhold, hvor producenterne ikke har et internationalt format i ryggen.

Alt i alt indebærer TV-producenternes udfordringer risiko for, at overgangen fra flow-TV til streamingtjenester kommer til at presse TV-producenterne yderligere, hvilket kan betyde færre dansksprogede TV-produktioner og mindre originalt udviklet dansk indhold.

I dette kapitel undersøger vi den samlede effekt på producenterne af DR's streamingtjeneste set i lyset af den generelle udvikling med overgang fra flow-TV til streaming, og vi

inddrager resultaterne om TV-producenternes forhandlingsposition og DR's streaming-tjenestes konkurrenceeffekt fra kapitel 1 og kapitel 2.

### **3.1 DR's streamingtjeneste reducerer de kommercielle broadcasters indkøb af dansk TV-produktion**

TV-området består af en række led. Langt de fleste danske husholdninger betaler for en TV-pakke med en række kanaler med flow-TV. Betalingen går til en af distributørerne, fx Yousee, Stofa eller Boxer. I følge Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen udgjorde de danske husholdningers samlede betaling til distributører, eksklusiv medielicens, for at modtage TV-kanaler ca. 7,5 mia. kr. i 2010.<sup>34</sup>

Distributørerne betaler de kommercielle broadcastere, fx TV 2 og SBS, for TV-kanaler. Hertil kommer, at broadcasterne også har reklameindtægter, som afhænger af, hvor mange husholdninger, som modtager TV-pakkerne. Endelig køber de kommercielle broadcastere indhold fra TV-producenterne.

I kapitel 2 viste vi, at DR's streamingtjeneste må forventes at tage markedsandele fra de traditionelle TV-pakker. På basis af spørgeundersøgelsen blandt danske husholdninger har vi gjort rede for, at 13 procent af husholdningerne vil have mindre betalingsvillighed, at 6 procent vil skifte til en mindre TV-pakke, og at 2 procent helt vil opsig deres TV-pakke.

Vi vurderer, at nedgangen i salget af TV-pakker, som reducerer de kommercielle broadcasters indtægter, vil føre til en nedgang i de kommercielle broadcasters køb af danske TV-produktioner. Det skyldes, at de kommercielle broadcastere får færre indtægter og dermed færre midler til at købe TV-programmer, herunder dansksproget TV. Broadcasterne kan på grund af strammere budgetter også være fristet til i højere grad at købe udenlandske produktioner, som typisk er billigere end produktioner, som er lavet til det lille danske marked.

I så fald vil TV-producenterne gå glip af indtægter, som mindst svarer til den procentuelle nedgang i forbrugernes køb af TV-pakker. Eksempelvis vil en 5 procent nedgang i forbrugernes køb af TV-pakker, som er en sandsynlig konsekvens givet resultaterne fra forbrugerundersøgelsen, betyde, at producenterne vil tabe mindst DKK 30-40 mio. om året i indtægter fra de kommercielle broadcastere.<sup>35</sup>

I denne sammenhæng er det væsentligt, at de kommercielle broadcastere ofte køber, og dermed finansierer, originalt udviklet dansk indhold. For eksempel kan nævnes produktioner som Operation X, Rita, Familien på bryggen, Tvillingerne og julemanden, Badehotellet, Mormors Bordel, og Bandekrigerne, der alle er sendt af de kommercielle broadcastere.

<sup>34</sup> Se Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens rapport fra 2011, *Distribution af tv-kanaler*, side 12, <http://www.kfst.dk/Indhold-KFST/Nyheder/Pressemeddelelser/2011/20111103-Frit-valg-af-tvkanaler-vil-styrke-konkurrencen/~media/2508605B6DDE4BE88FA0AFA1A8254342.pdf>

<sup>35</sup> I beregningen lægges til grund, at de kommercielle broadcastere årligt køber for DKK 600-750 mio. fra de danske TV-producenter, se beskrivelsen i kapitel 1.

Man kan frygte, at det netop bliver originalt udviklet dansk indhold, som vil blive sparet væk, fordi sådanne produktioner er forbundet med større risiko for de kommercielle broadcastere end produktioner baseret på internationale formater, som allerede har bevist, at de er populære hos TV-seerne.

### 3.2 Gradvist bortfald af retransmissionsvederlaget reducerer producenterens indtægter

Overgangen fra traditionelt flow-TV til streamingtjenester, som DR's streamingtjeneste er med til at accelerere, fører også på en anden måde til, at TV-producenterne mister indtægter. Baggrunden er, at der i forbindelse med traditionelle TV-pakker, som distribueres til husholdningerne fx gennem et kabel, opkræves et såkaldt *retransmissionsvederlag*, som betales til Copydan. Vederlaget udgør ca. DKK 650 mio. om året, som fordeles til alle rettighedshavere, herunder TV-producenterne.<sup>36</sup> I vores interviews med danske producenter har vi gentagne gange fået beskrevet, at retransmissionsvederlaget er en væsentlig indtægtskilde for producenterne. Det er dette vederlag, som typisk gør, at producenterne kan tjene penge.

Retransmissionsvederlaget afhænger af, hvor mange husholdninger, der modtager TV-pakker, og hvor mange TV-kanaler, der er i pakkerne. Men vederlaget er ikke i samme størrelsesorden i forbindelse med streamingtjenester. Derfor vil TV-producenterne tabe indtægter i takt med, at husholdningerne vælger mindre TV-pakker eller helt opsiger deres TV-pakker til fordel for streamingtjenester.

Dermed er DR's streamingtjeneste med til at øge bevægelsen fra traditionelle TV-pakker til streamingtjenester, som har den virkning, at producenterens væsentlige indtægter fra retransmissionsvederlaget bliver gradvist mindre.

### 3.3 Svag forhandlingsposition forhindrer producenterne i at udnytte de nye teknologiske muligheder

For få år siden kendte danskerne knap nok til begrebet streamingtjenester. Men derefter er udviklingen gået stærkt. Som nævnt i kapitel 2 betalte 24 procent af danske husholdninger abonnement til en eller flere streamingtjenester mod udgangen af 2013, og den traditionelle TV-sening faldt med 8 procent fra 2012 til 2013.<sup>37</sup> Desuden er der al mulig grund til at tro, at udviklingen vil fortsætte. På det amerikanske marked var 5 procent af husholdningerne ved udgangen af 2012 såkaldte *'Zero TV Households'*, der ikke modtog traditionelt flow-TV, men ca. 75 procent af disse husholdninger modtog TV på anden vis, fx gennem streamingtjenester.<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Retransmissionsvederlaget modtages af organisationen Copydan Verdens TV, se <http://www.verdenstv.dk/Home.aspx>. Organisationens CAB repræsenterer producenterne i forhold til Copydan Verdens TV og står for udbetalingen af producenterens andel af retransmissionsvederlaget. Yderligere beskrivelse af retransmissionsvederlag og af fordelingen mellem producenterne kan ses på CAB's website: <http://www.cab.dk/>.

<sup>37</sup> DR Medieforskning, *Medieudviklingen 2013* side 32 og 34, [http://www.dr.dk/NR/rdonlyres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/5731471/DR\\_Medieudvikling\\_2014.pdf](http://www.dr.dk/NR/rdonlyres/D8F466AE-9EFB-4617-B8CD-5737425911FD/5731471/DR_Medieudvikling_2014.pdf)

<sup>38</sup> Se Nielsen Cross-Platform Report Q4 2012, <http://www.nielsen.com/content/corporate/us/en/reports/2013/the-nielsen-mar-ch-2013-cross-platform-report-free-to-move-between.html>

Derfor er det relevant at spørge, om bevægelsen fra traditionelt flow-TV til streamingtjenester, som DR's streamingtjeneste er med til at accelerere, vil åbne nye døre for producenterne – og dermed opveje de problemer med færre indtægter fra de kommercielle broadcasterer samt gradvist bortfald af retransmissionsvederlaget, som vi har beskrevet ovenfor. Vores vurdering er, at det ikke er tilfældet.

Producenternes nuværende situation betyder, at de kun i meget ringe omfang vil være i stand til at drage nytte af udviklingen med streamingtjenester. Det skyldes producenternes svage forhandlingssituation over for broadcasterne. Som udgangspunkt afgiver TV-producenterne i dag alle rettigheder til streamingtjenester, når de sælger en produktion til broadcasterne. Det er i særlig grad tilfældet for så vidt angår originalt udviklet dansk indhold.

Det er problematisk, fordi producenterne typisk ikke bliver betalt af broadcasterne for at afgive rettighederne til streaming. På den måde kommer producenterne i klemme i den teknologiske udvikling, som betyder, at der er færre penge at tjene på traditionel TV-sending samtidig med, at producenterne er afskåret fra at tjene penge på streaming.