

# BFE Bulletin<sup>1</sup>



Kaffepause: en vigtig ting ved BFE's konference er muligheden for at netværke undervejs.

## Norge: Ingen grund til a la carte-tv

*Seerne tilfredse med pakker - og det vil blive dyrere og koste nichekanaler*

Der er ingen grund til at sælge tv-kanaler a la carte - men forbrugerne skal have en hjemmeside, hvor de kan overskue tv-markedet.

Det viser erfaringerne fra Norge, hvor en bredt sammensat gruppe i 1½ år har undersøgt tv-markedet.

- 62 % er tilfredse med deres tv-pakker - hvor stort er behovet for regulering, når så stor en procent er tilfreds? spurgte

avdelingsdirektør Aslaug Hagestad Nag fra Post- og Teletilsynet således.

Vurderingen er, at enkeltkanaler vil give større valgfrihed - men også virke negativt på pris, kvalitet og mangfoldighed - eksempelvis skønnes, at det vil gå ud over udbuddet af nichekanaler - og en regulering vil også være meget kompliceret - så holdt op mod den store tilfredshed, vil det være spild af kræfter.

- Den teknologiske udvikling vil give seerne øget valgfrihed og nye fordele, vurderer den norske direktør.

I februar kom rapporten »TV, mangfold og valgfrihed«, og den peger på fem indsatsområder:

1. Forbrugernes viden om tv-markedet skal øges via en »tv-portal« på internettet.

2. Forbrugerrettighederne skal styrkes via et klagenævn for tv-markedet.

3. Fælles, åben standard for tv over nettet skal øge kundemobiliteten og modvirke »indelåsning« af forbrugerne.

4. Stimulering til øget udbygning af højhastighedsnet.

5. En bredt sammensat gruppe skal følge udviklingen og konkurrencen på tv-markedet samt gennemføre forbrugerundersøgelser.



Aslaug Hagestad Nag, tv. i snak med en anden indlægs-holder redaktør Geir Terje Ruud, Ekstra Bladet.

## Mange bud på fremtiden

*Viste BFE's konference, hvor 150 mødte op*

Medieverden forandrer sig.

Det går stærkt - men der er ingen som præcist kan sige, hvor vi er på vej hen. Og der er mange bud.

Det er konklusionen efter BFE's årlige konference, som onsdag 23. marts havde fået overskriften »En medieverden i forandring«.

150 mødte op hos You-See i København:

- Vi var godt tilfredse med fremmødet, som dækkede et bredt spekter. En afgørende ting for os var at deltagerne fik noget med hjem at tænke over, og det synes jeg lykkedes, siger BFE's direktør Kurt Frausing.

BFE bad de deltagende give deres vurdering bag efter, og blandt de modtagne evalueringer var der stor tilfredshed med konferencen som helhed.

Og der var forskellige forslag til hvorledes konferencen kan gøres endnu bedre.

Derfor vil arbejdsgruppen bag drage nytte af de mange forslag, når næste års konference planlægges.

En del af præsentationerne finder du på:

<http://forbrugerelektronik.dk/forbrugerelektronik/branche/konferencer/>

# MPEG4: Kan markedet levere udstyr op til 1. januar?

Spurgte Jesper Hermansen fra Kulturministeriet og lagde op til dialog om informationskampagnen

- Det er vigtigt, at markedet er klar til at levere udstyr!

Meldingen kom fra afdelingschef Jesper Hermansen fra Kulturministeriet, som på talerstolen afløste kulturminister Per Stig Møller, der havde brækket benet.

Jesper Hermansen talte om udfasningen af MPEG2 til fordel for MPEG4 fra 1. januar 2012:

- Antennehusstande med MPEG2 skal købe MPEG4-udstyr for overhovedet at se tv, og TV2 overgår til betalingskanal, og det kræver muligvis supplerende udstyr, bemærkede han.

Der ligger derfor en informationsopgave over for forbrugerne:

- Det er vigtigt, at vi får information ud til alle forbrugere og vi vil gerne koordinere. Derfor vil vi invitere BFE, DR og TV2 til et møde, sagde Jesper Hermansen og understregede at ministeriet ikke har penge til kampagnen.

- Vi møder naturligvis op - vi har allerede haft de første drøftelser i vores udvalg og bestyrelser - og der er almindelig enighed om, at informationsopgaven om dette skift er fuldt på højde med informationsopgaven om analogt sluk, sagde BFE's direktør Kurt Frausing efterfølgende i en kommentar.

Ifølge BFE' tal er der 378.292 husstande, som modtager terrestrisk-tv på deres primære tv-apparat,



og heraf bruger 82.000 husstande MPEG2-udstyr (indbygget modtager eller modtagerboks).

Og ud af de 589.312 husstande, der modtager terrestrisk-tv på deres sekundære tv-apparat(er), er der 142.000 husstande,

Om en digital radiostrategi sagde Jesper Hermansen:

- Der er ikke politisk sat penge af, så aktørerne og brugerne skal selv betale - dét tror jeg der er en del udfordringer i ...

der benytter MPEG2-udstyr.

Jesper Hermansen berørte også anvendelsen af Mux 8:

- Det udestår fortsat at finde den præcise anvendelse. Vi har netop fra ministeriet udsendt et notat i offentlig høring, sagde han.

Et andet hængeparti er en digital radiostrategi:

- Der er ikke politisk sat penge af, så aktørerne og brugerne skal selv betale - dét tror jeg der er en del udfordringer i ...

## Distributører skal op på mærkerne

Ellers overhales de af andre aktører, som bedre leverer et miks af indhold, mener Guy Bisson

Kabeltv dominerer i alle regioner i verden - og IP-tv er ikke slået igennem. Men der er en voldsomt udviklingen af bredbånd og udstyr, der kan fungere sammen.

Og derfor skal de traditionelle tv-distributører være på mærkerne, hvis de ikke skal overhales inden om af andre aktører.

Det fremhævede Research Director Guy Bisson fra Screen Digest.

Han fremhævede også udviklingen i USA, hvor on demand-tv, OD, er blevet populært, fordi seeren kan vælge hvad han/hun vil se og hvornår.

En af de nye OD-aktører er Netflix:

- De brugte sidste år 400 millioner dollar på rettigheder for at streamer film og tv-serier, så de er bestemt en fjende for de traditionelle netværk, bemærkede Guy Bisson.

Han mener derfor at udviklingen går i retning af, at forbrugerne vil have mulighed for at mikse traditionelt tv med forskelligt udbud fra internettet - og indholdet skal ikke kun kunne ses på tv-skærmen.

Og så fremførte han, at det er indholdet og ikke teknologierne, der er det vigtigste.

- De traditionelle tv-distributører er i en fremragende position til at levere traditionelt tv kob-



Research Director Guy Bisson, tv., fra Screen Digest, i samtale med fuldmægtig Joakim Mogensen, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

let med on demand-tjenester. Men de skal rykke nu for ellers bliver de overhalet af »opkomlinge«, sagde Guy Bisson.

Svenske Voddler er en skandinavisk udbyder med europæiske ambitioner af film og tv-serier on demand med 4.000 titler og aftaler med 30 store selskaber og én million brugere.

Informationschef Anders Sjømann fremhævede, at 80 procent af titlerne er gratis, de øvrige koster 35 kroner for 24 timer.

Han slår også på, at det er lovligt og rettighederne respekteres - og han har været ude for, at der er smalle film, som først lanceres på Voddler og når interessen er skabt, får de biografpremiere!



- Vi kan se klare tegn på konkurrencebegrænsninger, og vi er i tænkeboks med hvad vi kan gøre ved det, lød vinket med vognstangen fra direktør Agnete Gersing, som venter en udspil til sommer.

## For svært at gennemskue tv-pakkerne

*Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen mener der mangler konkurrence på området*

Danskerne er utilfredse med tv-pakkerne, som de har svært ved at gennemskue - og der mangler konkurrence på et marked, hvor TDC/YouSee har en markedsandel på 50 procent.

Det fastslog direktør Agnete Gersing, fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen. Og hun skar det ud i pap:

- Det går ikke ret godt når vi spørger forbrugerne! Det er ikke prangende!

Styrelsens undersøgelse af 49 områder bringer

tv-pakkerne på en sidste-plads - fire pladser efter brugtvognsforhandlere og efter mobiltelefonabonnementer, fastnetabonnementer og pensionselskaber.

Styrelsen er i færd med at undersøge forbrugernes ønsker, og Agnete Gersing kunne løfte sløret og fortælle, at forbrugerne ikke er specielt vilde med at skulle købe tv-kanaler i pakker:

- 90 procent betaler for flere end de bruger - og 20 procent er villige til at betale mere, hvis de ka' få

de kanaler, de vil ha'. Pakkerne matcher ikke særlig godt forbrugernes ønsker, sagde hun om undersøgelsen, der ventes klar til sommer.

Medieaftalen lægger op til, at der skal kigges på om forbrugerne har nok valgfrihed - ellers sagt på en anden måde: skal tv-distributørerne sælge kanaler enkeltvis, a la carte, og ikke kun i pakker?

Kulturministeriet »ligger på lur« og venter på undersøgelsen fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen før der laves flere undersøgelser eller lægges op til en politisk afgørelse.

Om programudbuddet sagde Agnete Gersing:

- Det er jo noget der er rigtig meget vigtigt for forbrugerne. I 2010 betalte forbrugerne syv milliarder kroner for at se tv - og de bruger rigtig megen tid på at se tv: Tre timer og et kvarter i gennemsnit, så det fylder ret meget.

Der mangler ifølge direktøren konkurrence:

- Vi kan se klare tegn på konkurrencebegrænsninger, og vi er i tænkeboks med hvad vi kan gøre ved det, lød vinket med vognstangen.

## EU: fleksibel ramme

*Da det er svært at spå om fremtiden*

- Konklusionen er, at det er svært at forestille sig i dag, hvad medieudviklingen vil være om 10-20 år. Vores opgave i EU er at give en fleksibel ramme, erklærede repræsentationschef John Høst Schmidt fra EU-Kommissionen.

Han talte om EU's digitale dagsorden, som blev vedtaget i maj i fjor med flere end 100 indsatsområder, som senest 2013 skal være gennemført - indtil videre er blot ti procent er gennemført.

Et scoreboard kommer i maj-juni.

Desuden planlægges en »grøn bog«, der kan bruges til debat om den digitale fremtid, som fordeles på syv områder:

1. Et digitalt indre marked.

2. Interoperabilitet og bedre standardisering.

3. Tillid og sikkerhed.

4. Meget hurtigt internet.

5. Forskning og innovation.

6. Forbedring af IKT-færdigheder.

7. IKT til løsning af store samfundsmæssige udfordringer.

## Vi ser mere og mere tv

*Kraftig stigning de seneste fire år: bedre fjernsyn, flere ældre og krise*

Tre timer og 21 minutter bruger danskerne dagligt på at se de gennemsnitlige 29 kanaler, der findes i en dansk husstand, som råder over 1,9 tv.

Det er en time mere end i 1992:

- I 2004 var der et svagt fald, men siden 2007 har der været en voldsom stigning i danskerne tv-forbrug, forklarede

medieforsker Carsten Andreasen fra DR.

Han gav nogle bud på årsagerne: bedre tv med HD, flere kanaler, et stigende antal ældre som ser mere tv end yngre, finanskrisen gør at mange holder sig hjemme og endelig er tv'et i mange hjem »noget der kører i baggrunden«.

Statistikken viser at 58

procent ser tv alene og 34 procent ser tv sammen med én:

- Så forestillingen om at den danske familie sidder i sofaen med far, mor og to børn holder ikke, sagde Carsten Andreasen.

Fiktion trækker mest, men aktualitetsprogrammer er også meget set.

On Demand er derimod ikke slået igennem

endnu: kun én procent ser programmerne, når det passer dem.

Ifølge medieforskeren skal følgende krav opfyldes for at skabe succes for On Demand:

- Det skal være nemt, starte hurtigt og være overskueligt. Jeg er sikker på, at On Demand har en stor, strålende fremtid foran sig, men på sigt vil vi kun komme op på fem procent.

Og så er tv stadig det førende medie: vi hører radio to timer om dagen og er på nettet én time.

## Lederen:

# Dialog og information

Det er med forundring BFE erfarer, hvordan tv-udbyderne placeres helt i bund på Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kommende undersøgelse, modsvarende den offentliggjorte norske undersøgelse som der kan læses om i bladet.

Derfor er der grund til at kigge nærmere på præmisserne for undersøgelsen. Forbrugertilfredshed er et vigtigt og yderst vitalt punkt for os som branche, samt for alle vore medlemmer, og en dialog er nødvendig. Vi håber derfor at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, vil acceptere vor indbydelse til dialog.

Det er med bekymring BFE tænker på de mange forbrugere der berøres og ikke længere kan se DR og TV2, når signaler ændres til MPEG4 fra januar 2012.

Kan markedet levere nok MPEG4 udstyr op til deadline? spørger Kulturministeriet.

Det er vigtigt, at vi får information ud til alle forbrugere og vi vil gerne koordinere. Derfor vil Kulturministeriet invitere BFE, DR og TV2 til møde.

BFE ser meget positivt på dette dialogmøde om information, og ser frem til at deltage, men vi må påpege, det begynder at haste, og at der i branchen er almindelig enighed om, at informationsopgaven om dette skift er på højde med informationsopgaven om analogt sluk, hvor politikerne havde afsat et større kampagnebeløb. Et rimeligt beløb til folkeorientering er også nødvendig denne gang.

CES, Consumer Electronics Show i Las Vegas i USA viste igen i år vejen for ny teknologi. Her var det 3D-tv der var hot og helt fremme, efter de første fjernsyn med 3D blev lanceret i foråret 2010.

Nu ser det ud til at det rykker, og indholdssiden begynder at komme med Via Blu-ray, og spil, men også 3D tv programmer ser dagens lys.

Flere og flere fjernsynsmodeller leveres med 3D - og selv om 3D for alle næppe vil være hovedargumentet for at anskaffe et nyt fjernsyn, så vil det snarere være en ønsket feature i lighed med HD og internet tv - som forbrugere vil »tage med i købet«.

Om forbrugere er tilfredse med deres tv, kan blandt andet konstateres ved at se på:

At de fortsat bruger mere og mere tid på tv.

At de fortsat køber masser af tv-fladskærme og andet udstyr samt programindhold.

At de nu også får mulighed for fornøjelsen af 3D-sportsbegivenheder og 3D-spillefilm.

En rivende udvikling, som kræver fortsat velafbalanceret dialog, og utrolig megen forbrugerinformation.

Allan Bugge,  
bestyrelsesformand i BFE



Mogens Jensen - vil have medieforliget genforhandlet.



Ellen Trane Nørby - vil have fjernet tilslutningspligten.

## Stadig interesse

Folketinget fortsat stærkt involveret i medierne

Folketingets medieinteresse er usvækket.

Det kan konstateres efter en debat mellem medieordførerne Ellen Trane Nørby, Venstre, Rasmus Jarlov, Konservative, og Mogens Jensen, Socialdemokraterne.

For som Mogens Jensen bemærkede:

- Vi skal genforhandle medieforliget efter valget!

Han hæftede sig også ved den norske rapport og sagde om kravet om a la carte-tv:

- Umiddelbart er det et signal om, at det er en let vej at gå. Men der kan være uhensigtsmæssige konsekvenser.

Tilslutningspligt var et andet emne: En Gallupundersøgelse, som BFE fik lavet for nylig viser, at en femtedel af husstandene selv opfatter sig som omfattet af tilslutningspligt.

Det får nogle konsekvenser for konkurrence og innovation, når disse husstande i praksis er resistente overfor tv-distributørernes markedsføring, fordi de tror, at de ikke kan skifte udbyder.

Hertil sagde Ellen Trane Nørby, at medieforliget



Rasmus Jarlov - vil også have fjernet tilslutningspligten.

lagde op til afskaffelse og arbejdet er sat i gang.

- Det ska' vi helt klart ha' gjort noget ved, erklærede Rasmus Jarlov.

På teleområdet drøftes længere bindingsperioder end de nuværende seks måneder for at stimulere væksten for mobilt bredbånd.

Beslutes det, er det vigtigt med lige vilkår på alle dele af markedet, så vilkårene for at sende levende billeder via mobilt bredbånd er de samme uanet om afsenderen kalder sig et teleselskab eller en tv-distributør.

Dét lovede Mogens Jensen at kigge nærmere på.

**BFE BULLETIN** er et elektronisk nyhedsbrev som udgives af Branchen ForbrugerElektronik, Christiansborggade 1, 1558 København V, telefon 33 32 90 66. Nyhedsbrevet udkommet mindst fire gange om året. Ansvarshavende: kommunikationschef Erling Madsen, em@bfe.dk. Redaktionsudvalg: Senior Manager John Heinemann, Philips Consumer Lifestyle, Country Sales Manager Ulrik Hvid, Samsung, adm. direktør Jørgen Nederby, Triax, direktør Freddy Fjeldsted, YouSee, direktør Kurt Frausing, BFE, og bestyrelsesformand Allan Bugge, BFE.