

ALMINDELIGE BETINGELSER FOR DISTRIBUTION AF VIASAT KANALER
I IKKE-KOMMERCIELT DREVNE PROGRAMFORDELINGSANLÆG
EJET AF ANTENNEFORENINGER, BOLIGFORENINGER OG LIGNENDE

1.

Aftalen

1.1

Disse Almindelige Betingelser ("AB") er gældende for distributionsaftale ("Distributionsaftale") mellem Viasat Broadcasting UK Ltd. ("Viasat") og en operatør ("Operatør") om modtagelse og analog distribution af Kanalerne i Operatørens Programfordelingsanlæg. Aftalen giver ikke Operatøren ret til at programforsyne andre programfordelingsanlæg. Operatøren kan dog efter forudgående, særskilt og skriftlig aftale med Viasat forsyne andre programfordelingsanlæg.

1.2

Udover AB består Distributionsaftalen af Specielle Betingelser ("SB") og den til enhver tid gældende prisliste ("prisliste").

1.3

Bestemmelser i AB, SB og prislisten kan kun fraviges ved skriftlig aftale herom angivet på SB under pkt. 2.

1.4

Distributionsaftalen regulerer udtømmende aftaleforholdet mellem Viasat og Operatøren. Eventuelle tidligere indgåede aftaler mellem Operatøren og Viasat vedrørende distribution af Kanalerne har ingen gyldighed.

2.

Definitioner

2.1

Ved "Betalingspligtige Husstande" forstås private husstande tilsluttet Programfordelingsanlægget, som har indgået aftale med Operatøren om modtagelse af Kanalerne. For institutioner, offentlige som private, og firmaer indgås særskilte aftaler om betaling. jf. SB pkt. 2.

2.2

Ved "Ikrafttrædelsestidspunkt" forstås tidspunktet for indtrædelse af Operatørens og Viasats forpligtelser i henhold til Distributionsaftalen. Ikrafttrædelsestidspunktet fremgår af SB.

2.3

Ved "Kanalerne" forstås de af Viasat udbudte TV-kanaler, som fremgår af prislisten. Kanalerne up-linkes fra England og down-linkes p.t. fra satellitposition 1 grad vest eller 5 grader øst. Kanalerne omfatter endvidere den tilknyttede tekst-TV-tjeneste. Kanalerne finansieres ved reklameindtægter og betaling fra de Betalingspligtige Husstande. Som følge af Programmernes finansieringsform er det af fundamental betydning for Viasat, at Kanalerne kan modtages uden afbrydelser af de Betalingspligtige Husstande.

2.4

Ved "Operatøren" forstås ejeren af Programfordelingsanlægget.

2.5

Ved "Programfordelingsanlægget" forstås Operatørens ikke-kommercielt drevne fællesantenneanlæg, der benyttes til fordeling af lyd- og billedprogrammer til lokaler, der anvendes til privat beboelse.

2.6

Ved "Programkanal" forstås den fulde kapacitet (24 timer pr. døgn) på den konkrete frekvens, som Operatøren anvender ved Kanalernes distribution til de Betalingspligtige Husstande.

2.7

Ved "Smartcard" forstås et kort, som gør det muligt at dekryptere programsignalet ved Programfordelingsanlæggets hovedstation, således at programsignalet kan distribueres dekrypteret herfra til de Betalingspligtige Husstande.

3.

Operatørens rettigheder og pligter

3.1

Operatøren har ret og pligt til med eget teknisk udstyr at modtage Kanalerne ved Programfordelingsanlæggets hovedstation.

3.2

Operatøren har pligt til at distribuere Kanalerne til mindst 75 % af husstande tilsluttet Programfordelingsanlægget.

3.3

Operatøren har pligt til samtidigt og uden afbrydelser, ændringer eller tilføjelser at distribuere Kanalerne til samtlige Betalingspligtige Husstande. Distribution af Kanalerne må alene ske med henblik på ikke-offentlig visning i almindeligt TV i Betalingspligtige Husstande. Operatøren må alene foretage analog distribution af Kanalerne. Operatøren må således ikke foretage digital distribution af Kanalerne (herunder bl.a. via internetprotokol IP, via fiber, ADSL, FWA, COAX og lignende), distribution til dekoderboks eller anden form for ikke-analog distribution. Operatøren kan dog efter forudgående, særskilt og skriftlig aftale med Viasat foretage digital distribution.

3.4

Operatøren medvirker aktivt til, at der ikke forekommer pirateri i forbindelse med distribution af Kanalerne i Programfordelingsanlægget, herunder blandt andet via ulovlig tilslutning til Programfordelingsanlægget.

3.5

Har Operatøren opdelt programudbuddet i Programfordelingsanlægget i to eller flere programpakker, f.eks. i en grundpakke og en tillægspakke, er det en betingelse for Operatørens adgang til at modtage og distribuere Kanalerne, at disse udbydes i den primære programpakke, som indeholder andet end ikke-kommercielle TV-kanaler (det vil sige must-carry kanaler og TV-kanaler, for hvilke der betales en så begrænset pris, at prisen for disse supplerende kanaler alene udgør en begrænset del af den samlede pris for pakken). Ved uenighed mellem Viasat og Operatøren om, hvilken programpakke der skal betragtes som den primære, er Viasats opfattelse afgørende.

3.6

Hvis Operatøren flytter Kanalerne uden for den i pkt. 3.5 nævnte programpakke, er Viasat berettiget til at varsle prisændring til ikrafttræden fra tidspunktet for den ændrede placering af Kanalerne. Pkt. 10.4 finder ikke anvendelse i sådanne tilfælde.

3.7

Operatøren indestår for at være i besiddelse af de nødvendige tilladelser mv. fra myndigheder, ligesom Programfordelingsanlægget skal opfylde de lovmæssige tekniske krav.

3.8

Operatøren har pligt til betaling af vederlag for de Betalingspligtige Husstande i overensstemmelse med SB og prislisten. Betaling opkræves kvartalsvis forud. Grundlaget for forudbetalingen er det gennemsnitlige antal Betalingspligtige Husstande det seneste kvartal.

3.9

Operatøren har pligt til ved udgangen af hvert kvartal at fremsende detaljerede oplysninger om antallet af Betalingspligtige Husstande i det forløbne kvartal. Viasat foretager endelig afregning i forbindelse med opkrævning af forudbetaling for det følgende kvartal.

3.10

Betaling med følgende virkning fra andre end Operatøren forudsætter Viasats forudgående skriftlige samtykke. Hvis Operatøren ønsker at lade Aftalen administrere af tredjemand, skal denne forudgående skriftligt godkendes af Viasat.

4.

Smartcard

4.1

Operatøren modtager forud for Ikrafttrædelsesdatoen et Smartcard, der udlånes af Viasat. Smartcardet er Viasats ejendom.

4.2

I forbindelse med modtagelse af Smartcardet oplyser Operatøren serienummer og fabrikat på Operatørens digitale receiver samt øvrige relevante identifikationsoplysninger vedrørende Operatørens hardware ønsket af Viasat.

5.

Teknisk udstyr

5.1

Operatøren afholder samtlige omkostninger til det nødvendige tekniske udstyr for modtagelse og distribution af Kanalerne.

5.2

Viasat påtager sig intet økonomisk ansvar for Operatørens tab ved investering i teknisk udstyr, der er nødvendigt for Operatørens modtagelse og distribution af Kanalerne.

6.

Programkanaler

6.1

Ændringer i Programkanal kan finde sted, hvis tvingende grunde tilsiger dette. Ændring af Programkanal skal, i god tid inden ændring og så vidt muligt senest 30 dage efter ændringen finder sted, skriftligt meddeles Viasat. I overgangsperioden såvel forud for

7.

Ophavsret

7.1

Enhver udnyttelse af Kanalerne, som ikke er omfattet af Operatørens ret efter Distributionsaftalen, forudsætter Viasats forudgående skriftlige tilladelse, og at Operatøren forudgående har indhentet de nødvendige tilladelser hertil hos relevante rettighedshavere.

7.2

Viasat indestår for, at de nødvendige tilladelser fra rettighedshavere er opnået eller vil blive opnået for så vidt angår den primære rettighedsudnyttelse, således at Operatøren kan modtage Kanalerne på leveringsstedet i henhold til Distributionsaftalen.

7.3

Det påhviler Operatøren at klare og betale for rettigheder forvaltet af KODA og Copy-Dan for rettighedsudnyttelsen ved distribution af Kanalerne til de Betalingspligtige Husstande.

7.4

Operatøren skal inddrage Viasat forud for enhver disposition, som kan påvirke størrelsen af vederlaget til rettighedshavere for rettighedsudnyttelsen i forbindelse med distribution af Kanalerne til de Betalingspligtige Husstande. Viasat påtager sig aktivt at deltage i forhandlinger mellem Operatøren eller dennes organisation og rettighedshavere eller deres organisationer om rettighedsudnyttelsen i forbindelse med distribution af Kanalerne til de Betalingspligtige Husstande.

8.

Information

8.1

På Viasats forespørgsel, er Operatøren forpligtet til vederlagsfrit og senest 7 dage efter modtagelse af anmodning herom at forsyne Viasat med relevante informationer, herunder bl.a. om hvilken Programkanal, Kanalerne distribueres på, Programfordelingsanlæggets totale antal tilsluttede husstande, og informationer om Programfordelingsanlæggets totale antal Betalingspligtige Husstande, herunder det konkrete tilslutningstal ultimo hver måned i de foregående 6 måneder. Oplysningerne behandles fortroligt af Viasat.

8.2

Med 7 dages forudgående varsel har Viasat ret til at lade revisor kontrollere oplysninger afgivet i henhold til pkt. 8.1 hos Operatøren. Operatøren skal stille alle relevante oplysninger til rådighed for revisor.

9.

Ansvarsbegrænsninger

9.1

Viasat er ikke ansvarlig for fejl eller mangler med hensyn til transmission og/eller modtagelse af Kanalerne.

9.2

Ansvarsfrihed for Viasat vil tillige indtræde, hvis transmission af Kanalerne uvarslet måtte ophøre som følge af, at Viasat ikke vil acceptere vederlagskrav fremsat af rettighedshavere over for Viasat vedrørende den primære rettighedsudnyttelse. Ved sådant ophør af transmission af Kanalerne vil Operatøren dog være berettiget til afkortning i vederlaget for så vidt angår den periode, hvor der ikke udsendes.

9.3

Viasats eventuelle erstatningsansvar kan maksimalt omfatte refusion af Operatørens direkte omkostninger.

10.

Ændringer og ophør

10.1

Viasat er berettiget til med et skriftligt varsel på 30 dage at ændre Kanalernes distributionsform og transmissionsstandard, herunder satellitposition, og at afbryde eller ophøre med udsendelse af Kanalerne.

10.2

Operatøren er berettiget til uden varsel at opsiges Distributionsaftalen senest 90 dage efter at have modtaget meddelelse efter pkt. 10.1 med et skriftligt varsel på 14 dage.

10.3

Viasat forbeholder sig retten til at regulere priserne årligt i prislisten med op til 4 pct. med virkning pr. 1. september.

10.4

Prisændringer udover indeksering i henhold til pkt. 10.3 skal skriftligt meddeles Operatøren med mindst 90 dages varsel. Inden for en periode af 30 dage efter modtagelsen af Viasats varsel om prisændringer udover indeksering kan Operatøren skriftligt opsiges Distributionsaftalen med virkning fra ændringens ikrafttræden. Se dog pkt. 3.6.

11.

Misligholdelse

11.1

I tilfælde af misligholdelse kan Distributionsaftalen kun ophæves, hvis den misligholdende part undlader at bringe misligholdelsen til ophør senest 10 dage efter at have modtaget skriftligt påkrav herom.

12.

Opsigelse

12.1

Distributionsaftalen kan opsiges med et skriftligt varsel på 180 dage til udgangen af en kalendermåned.

12.2

Operatøren skal uden ugrundet ophold og senest 30 dage efter Distributionsaftalens ophør returnere Smartcardet til Viasat. Kortet bør sendes anbefalet. Har Viasat ikke inden ovennævnte frist modtaget Smartcardet, betragtes dette som bortkommet, hvorefter Viasat har ret til at opkræve kr. 1.000 i erstatning af Operatøren.

13.

Lovvalg og værmeting

13.1

Distributionsaftalen er undergivet dansk ret.

13.2

Eventuelle tvister, der udspringer af Distributionsaftalen, skal indbringes for de almindelige domstole i Danmark.

14.

Overdragelse af Distributionsaftalen

14.1

Viasat kan overdrage rettigheder og forpligtelser efter Distributionsaftalen til et med Viasat koncernforbundet selskab.

15.

Meddelelser

15.1

Skriftlig meddelelse i forbindelse med Distributionsaftalen skal anses for behørigt afsendt, hvis den sendes med almindelig post til den adresse, der er anført i SB for den modtagende part. Har den modtagende part senest 10 dage før afsendelsen givet den afsendende part skriftlig meddelelse om adresseændring, skal meddelelse sendes til den nye adresse. Er den modtagende parts adresse ikke angivet i SB, skal meddelelse sendes til dennes senest almindeligt kendte adresse. Meddelelser, der afsendes i henhold til ovenstående, skal anses for modtaget af den anden part den 3. hverdag efter afsendelsen.

16.

Aftalen

16.1

Distributionsaftalen er udarbejdet i to enslydende eksemplarer, hvoraf Viasat og Operatøren hver har modtaget et.
- Gældende pr. 1. maj 2007
- 632669, bagside alle blade, cool grey 9, 2/JL/fkn

Bilag B

Markedsundersøgelse blandt kanaludbydere

Indsamlingen af data

1. Konkurrencestyrelsen har indhentet oplysninger fra i alt 16 tv-selskaber, der i 2008 udbød op imod ca. 70 kanaler til det danske marked. Tv-selskaberne/kanalerne er udvalgt med henblik på at dække de betalingskanaler og reklamefinansierede kanaler, der er til stede i de danske kabelnet. DR og DRs kanaler er ikke omfattet, da DR finansieres af licens og da selskabets kanaler har must carry status i kabelnet.

2. 13 af de 16 selskaber med tilsammen over 65 kanaler på det danske marked, har besvaret spørgsmålene og indgår i undersøgelsen. Alle kommercielle landsdækkende kanaler i basispakkerne i kabelnet indgår i undersøgelsen.

Resultaterne

3. 12 kanaludbydere ud af 15 (når der ses bort fra MTG) har kommenteret vilkåret. 7 kanaludbydere med en samlet markedsandel på kabelmarkedet på [36-40] pct. finder Viasats vilkår konkurrencebegrænsende, mens 5 med en samlet markedsandel på [36-40] pct., finder, at vilkåret ikke er konkurrencebegrænsende, jf. tabel B1. Begge synspunkter repræsenteres af danske og udenlandske kanaludbydere, samt kanaludbydere med mere eller mindre tematiserede tv-kanaler. Der kan ikke – på baggrund af besvarelsene – konstateres nogen sammenhæng mellem besvarelsene og en bestemt type tv-kanaler eller kanaludbydere.

Tabel B1: Vurdering af Viasats vilkår

Kanaludbydere	Viasats vilkår vurderes konkurrencebegrænsende	Viasat vilkår vurderes ikke konkurrencebegrænsende	Ikke besvaret	I alt
Antal	7	5	4	16
Markedsandele	36-40 pct.	36-40 pct.	26-30 pct.	100

Note: Markedsandelen er målt i forhold til selskabernes andel af det danske marked for betalings-tv. MTG indgår under "ikke besvaret". TV2 Sport indgår som et selvstændigt selskab med sin andel.

4. De kanaludbydere, som er kritiske over for Viasats vilkår, forklarer, at vilkåret generelt set kan resultere i større og ufleksible kanalpakker. De tv-kanaler, som benytter den type vilkår, begunstiges på bekostning af andre tv-kanaler, som dermed får ringere vilkår i konkurrencen. Der kan kun være et begrænset antal tv-kanaler i mellempakken, og en tvangsmæssig place-

ring af en eller flere tv-kanaler i pakken giver færre pladser til andre tv-kanaler. Dermed styrkes Viasats penetration og annonceindtægter på bekostning af konkurrenternes. Dertil indebærer Viasats tv-kanalers høje pris efter de konkurrerende kanaludbyderes vurdering, at prisen på mellempakken bliver så høj, at loftet for pakkens maksimale pris hurtigt nås, og at budgettet til indkøb af andre tv-kanaler dermed bliver mindre.¹

5. De kanaludbydere, som finder, at vilkåret ikke er konkurrencebegrænsende, anser vilkåret som et naturligt led i forhandlingerne med distributørerne. I den forbindelse er prisen direkte afhængig af, hvilken penetration der tilbydes. Når forhandlingerne er tilendebragt, skal penetrationen være fastlagt, da den resulterer i konkrete aftaleklausuler om pakkeplacering eller minimumspenetration. Hvis ikke distributøren eller antenneforeningen ønsker at indgå aftale på kanaludbydernes vilkår, bliver aftalen ikke til noget.

6. To kanaludbydere har i tilknytning hertil oplyst, at de anser egne kanaler for at være niche-kanaler, som ikke er i direkte konkurrence med Viasats kanaler og derfor ikke berøres af vilkåret. En enkelt kanaludbyder har bemærket, at Viasats vilkår er uden betydning, hvis en konkurrerende kanaludbyder har et godt brand og populære tv-kanaler.

¹ I tillæg hertil er der 3 kanaludbydere som er kritiske overfor TV 3s placering i YouSees grundpakke fra 1. januar 2009, idet det opfattes som en konkurrenceforvridning, at de store kanaler, her iblandt TV 3, tilbydes en plads i grundpakken. TV 3 opnår derved en højere penetration end andre tv-kanaler uden grundpakkeplacering og vil derfor alt andet lige opnå bedre seertal og vil derved opnå fordele i henhold til annoncesalg og indtjening.

Bilag C

Markedsundersøgelse blandt antenneforeninger

1. Konkurrencestyrelsen har iværksat en undersøgelse blandt udvalgte antenneforeninger med henblik på at kortlægge foreningernes struktur og adfærd samt vurdere effekten af Viasats vilkår.
2. Styrelsen har udpeget 80 antenneforeninger, der indgår i undersøgelsen. Heraf har 35 mere end 4.000 tilslutninger og 45 har mellem 300 og 4.000 tilslutninger. Besvarelsene fordeles sig som i tabel C1. Undersøgelsen af antenneforeninger er beskrevet i appendiks.

Tabel C1. Oversigt over markedsundersøgelse

	Spørgeskema- er udsendt	Svar modta- get	Uklare svar	Brugbare svar
Foreninger med mere end 4.000 tilslutninger	35	30	6	24
- antal tilslutninger	406.772	354.026	53.347	300.679
Foreninger med 300 – 4.000 tilslutninger	45	24	4	20
- antal tilslutninger	46.503	27.791	2.923	24.868
I alt	80	54	10	44

Note: Uklare svar dækker over besvarelser, der er tvetydige eller udfyldt i så begrænset et omfang, at de ikke bidrager til resultaterne. Disse besvarelser er udeladt af konklusionerne.

3. I alt 54 foreninger har besvaret spørgeskemaet. Heraf er 10 besvarelser enten uklare eller så mangelfulde, at det ikke bidrager til undersøgelsens resultater. 5 foreninger oplyser, at de modtager YouSees regionspakker og derfor ikke selv har indflydelse på pakketeringen. Det er således de resterende 39 besvarelser fra foreninger, der selv fastlægger pakkesammensætningen, der danner grundlag for nedenstående resultater.

Leverandørerne

4. Foreningerne kan enten vælge at modtage tv-kanaler direkte fra kanaludbyderen, eller de kan indgå aftale med en anden distributør om levering af et bredt udbud af kanaler, som foreningen selv kan sammensætte i pakker. Foreninger svarende til 75 pct. af tilslutningerne modtager kanaler fra én distributør, mens de resterende har aftaler med flere distributører eller kanaludbydere.

Tabel C2. Antal leverandører af tv-kanaler til antenneforeningerne

	1 leverandør	2 leverandører	Flere end 2 leverandører
Andel af tilslutninger i antenneforeninger	75 pct.	15 pct.	10 pct.

Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse

Pakker og penetration

5. Antenneforeningerne udbyder et forskelligt antal kanaler og pakker. 85 pct. har opgraderet deres net til 862 MHz, hvilket ifølge det oplyste giver dem mulighed for at tilbyde husstandene op til 80 analoge kanaler. Det oplyses, at 862 MHz er den største båndbredde, der kan opnås på et fællesantenneanlæg, og at denne båndbredde er at betragte som *"en meget bred motorvej med en masse spor"*.

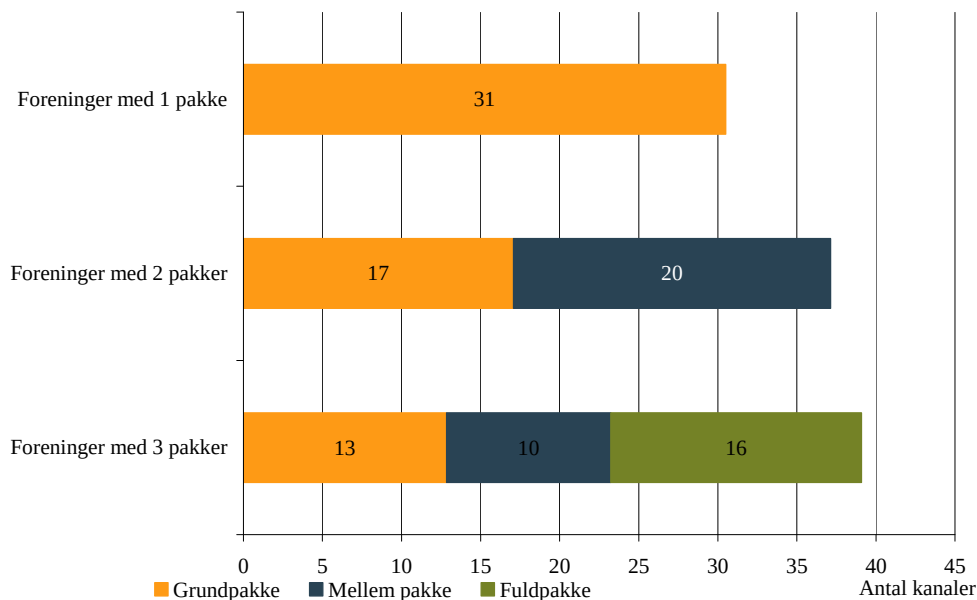
6. 862 MHz giver plads til både analoge og digitale tilbud. Ønsker foreningerne at tilbyde husstandene digitale produkter eller andre multimedietjenester begrænses den kapacitet, der er til rådighed for analoge kanalpladser.

7. 5 pct. af foreningerne oplyser, at de tilbyder husstandene en pakke, 62 pct. tilbyder to pakker og 33 pct. tilbyder tre pakker. En række foreninger har angivet, at de udover det analoge tilbud også har en række digitale tilvalgpakker. Generelt er det den lille pakke, der indeholder must carry- og gratis-kanaler, og betalingskanalerne ligger i de efterfølgende pakker.

8. Foreninger med én pakke har i gennemsnit 31 kanaler i pakken. Foreninger med to pakker tilbyder samlet set 37 kanaler i gennemsnit, mens foreninger med tre pakker tilbyder 39 kanaler. I foreninger med to pakker er den lille pakke i gennemsnit lidt større end den lille pakke i foreninger med tre pakker. Til gengæld har foreninger med tre pakker lidt flere kanaler i den mellemste og den store pakke end foreninger med to pakker har i den store pakke.

Figur C3: Antal kanaler i de analoge pakker 2008

Gennemsnit



Note: Antenneforeningernes kanaludbud kan indeholde beboerkanaler og lokalkanaler.

Teknikken betinger, at husstande der modtager mellempakken også får den lille pakke, og husstande der modtager den store pakke også får den lille pakke og mellempakken.

Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse

9. Undersøgelsen giver ikke noget entydigt billede af, at foreninger med flere pakker tilbyder flere betalingskanaler til husstandene.

10. En opgørelse af den gennemsnitlige penetration i foreningernes pakker viser, at i foreninger med tre pakker modtager 66 pct. af tilslutningerne den store pakke og 88 pct. mellempakken. Tilslutningen til den store pakke er lidt lavere i foreninger med to pakker, nemlig 82 pct.

Tabel C4: Andel af husstande der modtager en given pakke 2008

	Lille pakke	Mellem pakke	Stor pakke
Foreninger med 1 pakke	100 pct.		
Foreninger med 2 pakker	100 pct.	82 pct.	
Foreninger med 3 pakker	100 pct.	88 pct.	66 pct.

Anm.: Vægtet gennemsnit af antal tilslutninger. Tallene er akkumulerede, da teknikken gør, at husstande, der fx modtager mellempakken også modtager den lille pakke.

Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse

11. I antenneforeninger med 3 pakker² har foreninger svarende til 60 pct. af tilslutningerne, en tilslutning til fuldpakken på mindre end 75 pct. Resten – svarende til 40 pct. af tilslutningerne – har en tilslutning til fuldpakken på mere end 75 pct.

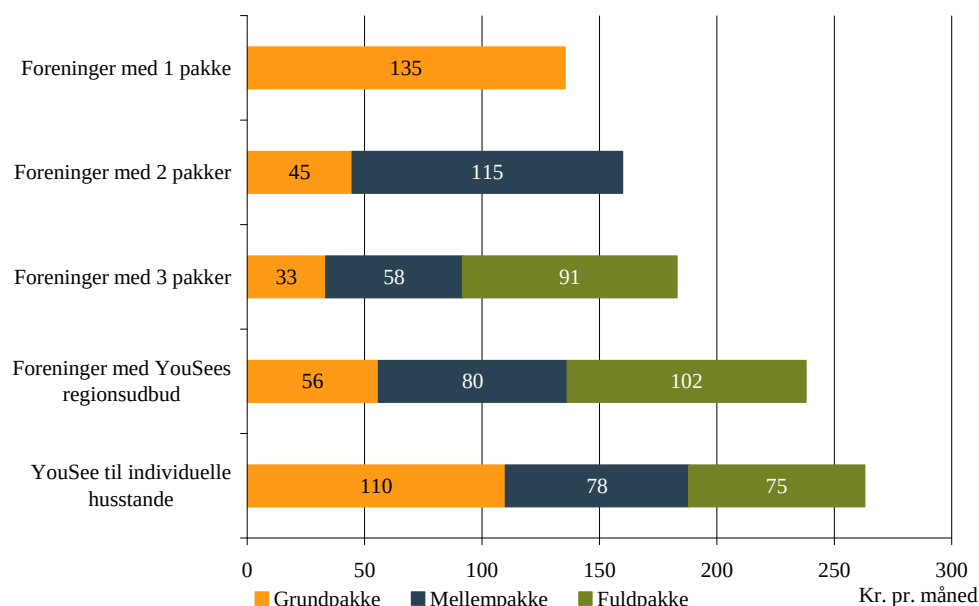
Priser

12. I gennemsnit betaler en husstand mellem 33 og 45 kr. for at modtage den lille pakke, og i gennemsnit højst 182 kr. for at modtage samtlige kanaler i foreningernes analoge udbud. Husstande i foreninger med én pakke betaler i gennemsnit 135 kr. pr. måned. I foreninger med to pakker betales 160 kr. pr. måned for alle kanaler, mens der i foreninger med tre pakker betales 182 kr. pr. måned. Til sammenligning betaler husstande i foreninger, der modtager YouSees regionsudbud i gennemsnit 238 kr. pr. måned for alle kanaler, og YouSee-kunder, der ikke er medlem af en forening 264 kr.

13. Antenneforeningerne holder således priser, der ligger en del under YouSees. For de antenneforeninger, der modtager YouSees regionspakker, skal der tages hensyn til, at de selv dækker omkostninger til en del af kabelforbindelsen. For de antenneforeninger, der udbyder flere pakker, udgør prisen for de kanaler, der ligger i fuldpakken, i hvert fald halvdelen af prisen

Figur C5: Pakkepriser pr. måned, 2008

Gennemsnit ekskl. afgifter og moms



Note: Enkelte antenneforeninger har muligvis opgivet priser inkl. afgifter og moms. Det har ikke været muligt at lave en komplet identifikation af priser inkl. afgifter og moms, så beregningerne tager ikke højde herfor. Det betyder, at antenneforeningernes priser kan være overvurderet.

Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse

² Foreninger med 3 pakker udgør 10 pct. af tilslutningerne på det samlede kabelmarked.

Inddragelse af medlemmer

14. Langt de fleste antenneforeninger tager stilling til pakkesammensætning hvert eller hvert andet år. Hovedparten af foreningerne inddrager husstandene i beslutningen om indholdet i pakkerne enten ved en skriftlig/elektronisk afstemning eller på generalforsamlingen. Foreninger, der repræsenterer ca. 1 pct. af tilslutningerne angiver, at husstandene ikke inddrages. Medlemmernes ønsker er i foreninger, der repræsenterer mere end 80 procent af tilslutningerne, vejledende for bestyrelsen, der i sidste ende sammensætter pakkerne. For foreninger, der repræsenterer ca. 15 pct. af tilslutningerne, er medlemmernes ønsker bindende for pakkernes indhold.

15. I samtlige adspurgte foreninger er seernes ønsker væsentligt eller meget væsentligt, når pakkerne sammensættes. Foreninger repræsenterende 87 pct. af tilslutningerne angiver alsidigt kanaludbud i den enkelte pakke som værende væsentligt eller meget væsentligt for pakkesammensætningen, ligesom den enkelte kanal pris sammenholdt med den samlede pakkepris er væsentlig eller meget væsentlig for 83 pct.

Tabel C6. Forhold af betydning for pakkesammensætningen

Andel tilslutninger i foreninger, der angiver at forholdet er væsentligt eller meget væsentligt

	I alt	Foreninger med 1 pakke	Foreninger med 2 pakker	Foreninger med 3 pakker
Seernes ønsker	100 pct.	100 pct.	100 pct.	100 pct.
Alsidighed	87 pct.	100 pct.	94 pct.	66 pct.
Pris	83 pct.	46 pct.	87 pct.	78 pct.

Note: Foreningerne har kunnet sætte flere kryds, hvorfor summen er større end 100 pct.

16. Efter "seernes ønsker" mener flest foreninger med tre pakker, at prisen er det væsentligste i sammensætningen af kanaludbuddet. Til sammenligning mener flest foreninger med en eller to pakker, at alsidighed er væsentlig.

17. Foreninger svarende til ca. 90 pct. af tilslutningerne oplyser, at når husstandene først har vænnet sig til bestemte kanaler, så er sandsynligheden for, at de kan fjernes helt fra programpakkerne stort set lig nul. En forening angiver, at især danske kanaler forbliver i kanaludbuddet, når de først er introduceret.

18. En væsentlig del af foreningerne opererer med en bestemt strategi i forbindelse med pakkesammensætningen. Foreninger, der repræsenterer 12 pct. af tilslutningerne, oplyser, at de opererer med en strategi om et bestemt antal kanaler i hver pakke. Foreningerne har dog ikke nærmere beskrevet, hvori strategien består.

19. Markedsundersøgelsen viser også, at foreninger repræsenterende 36 pct. af tilslutningerne opererer enten med et øvre prisloft på pakkerne eller et ønskeligt prisspænd mellem hver pakke. Prisspændene varierer fra forening til forening. I nogle foreninger må der højst være 50 kr. forskel mellem pakkerne, mens der i andre foreninger kan være helt op til 200 kr. i forskel. Der synes dog ikke at være nogen sammenhæng mellem antal udbudte pakker og ønskede prisspænd. Nogle foreninger oplyser, at bestyrelserne anbefaler medlemmerne i deres valg af kanaler at tage hensyn til, hvad deres ønsker sammenlagt koster.

Vurdering af Viasats vilkår

20. Styrelsen har bedt antenneforeningerne oplyse, hvorvidt Viasat håndhæver et vilkår om pakkeplacering over for foreningen og i bekræftende fald, om vilkåret har effekt på foreningens pakkesammensætning.

21. Knap halvdelen af antenneforeningerne med 30 pct. af tilslutningerne har oplyst, at Viasat håndhæver vilkåret, og at vilkåret har effekt på pakkesammensætningen. Foreninger med samlet 15 pct. af tilslutningerne oplyser, at vilkåret har betydet, at de har ønsket at placere enten TV 3, TV 3+ eller begge kanaler i en pakke med mindre penetration end det, vilkåret betinger (dvs. den store pakke).

Tabel C7. Vurdering af Viasats vilkår

	Andel af foreninger, der selv pakketerer	Andel af tilslutninger i disse foreninger
Foreninger, der selv pakketerer	100 pct.	100 pct.
Andel af foreninger, der oplyser, at Viasats vilkår har effekt på pakkesammensætning	43 pct.	30 pct.
Andel af foreninger, der har ønsket at placere TV3 og/eller TV3+ i en anden pakke end vilkåret betinger	18 pct.	15 pct.

22. Ca. halvdelen af de foreninger, der oplyser, at Viasat anvender et placeringsvilkår har forsøgt at forhandle vilkåret – alle med negativt resultat.

23. Når man ser på virkningen af vilkåret, så angiver 22 pct. af antenneforeningerne med 6 pct. af tilslutningerne, at Viasats vilkår har indebåret, at de ikke frit har kunnet placere konkurrerende kanaler i samme programpakke som TV 3 og TV 3+. Alle angiver, at hovedårsagen hertil er, at der ikke prismæssigt er råd til at optage flere kanaler i pakken, samt at pakken bliver for stor i forhold til den efterfølgende pakke, hvis den skal indeholde yderligere kanaler.

Tabel C8. Konsekvenser af Viasats vilkår

	Andel af foreninger, der selv pakketerer	Andel af tilslutninger i disse foreninger
Del I: Økonomisk og teknisk kapacitet		
Der er prismæssigt ikke råd til at optage flere kanaler i mellempakken ved siden af TV3 og TV3+	22 pct.	6 pct.
Der er – set i forhold til antallet af tv-kanaler i mellempakken – ikke ”plads” til yderligere kanaler, hvis mellempakken skal fremstå som et alternativ til en større programpakke.	22 pct.	6 pct.
Der er – med henvisning til begrænset teknisk kapacitet - ikke yderligere plads til tv-kanaler i mellempakken.	6 pct.	4 pct.
Ingen af ovenstående	0 pct.	0 pct.
Har ikke svaret	77 pct.	74 pct.
Del II: Pakkestruktur og indhold		
Foreningen tilbyder færre pakker	2 pct.	24 pct.
Foreningen har udeladt at distribuere en eller flere andre kanaler	6 pct.	2 pct.
Foreningen har valgt at fjerne TV3 og TV3+ fra sine programpakker	0 pct.	0 pct.
Foreningen har valgt kun at distribuere en af kanalerne (TV3 eller TV3+) i sine programpakker	0 pct.	0 pct.
Ingen af ovenstående	18 pct.	6 pct.
Har ikke svaret	75 pct.	68 pct.

Note: foreningerne har kunnet sætte flere kryds, hvorfor summen er større end 100 pct.

24. Det fremgår, at det særligt er de små foreninger (målt i forhold til antal tilslutninger), der oplever at vilkåret indebærer økonomisk eller pladmæssig begrænsning, jf. at der er tale om 22 pct. af foreningerne med kun 6 pct. af tilslutningerne.

25. Større foreninger begrænser i højere grad antallet af pakker for derved at imødegå vilkåret, jf. at foreninger svarende til 24 pct. af tilslutningerne oplyser, at de som følge af vilkåret tilbyder færre pakker.

26. Der er dog ingen foreninger, der har taget konsekvensen af vilkåret og helt undladt at distribuere TV 3 og TV3+. En enkelt forening svarende til 2 pct. af tilslutningerne valgte i 2005 og 2006 at fjerne TV3+ fra sit pro-

gramudbud, men har nu på medlemmernes ønske taget kanalen ind igen. Viasats kanaler opnåede i 2008 en samlet penetration i antenneforeningerne på 83 pct.

27. Det bemærkes, at to af de store foreninger med to pakker oplyser at den varslede prisstigning fra 1. september 2009 forventes at få den konsekvens, at flere husstande fravælger den store pakke. Derved får foreningerne ikke mulighed for at opfylde kravet om 75 pct. minimumspenetration.

Appendiks: Metode

28. Der findes pt. ingen registre med oplysninger om samtlige antenneforeninger i Danmark. Men en kabeloperatør er ifølge ophavsretslovens § 69 forpligtet til at betale afgifter til CopyDan.

29. CopyDan har fremsendt en liste med samtlige antenneforeninger registreret hos CopyDan. Listen indeholder 4.387 foreninger (854.049 tilslutninger), der dog også dækker over virksomheder, offentlige institutioner og kollegier (som ikke er omfattet af det vilkår sagen omhandler). For antenneforeninger med over 4.000 tilslutninger er CopyDans liste sammenholdt med oplysninger fra MTG og FDA. Undersøgelsen er foretaget med udgangspunkt i en konsolideret liste.

30. Således findes der ifølge styrelsens oplysninger 4.392 antenneforeninger mv. pr. 1. januar 2009. Heraf har 90 pct. færre end 300 medlemmer. De 35 største foreninger dækker 38 pct. af samtlige tilslutninger, jf. tabel C9.

Tabel C9. Antal antenneforeninger fordelt efter størrelse

Antal tilslutninger	2 - 300	301 - 1000	1001 - 4000	> 4001
Antal antenneforeninger	3975	272	110	35
Andel af tilslutninger	25 pct.	16 pct.	21 pct.	38 pct.

Kilde: Copydan og MTG

31. Det ligger til grund, at styrelsen har oplysninger om samtlige antenneforeninger med mere end 4.000 tilslutninger i Danmark, og styrelsen har valgt at spørge alle antenneforeninger med mere end 4.000 tilslutninger. For gruppen af antenneforeninger med mellem 300 og 4.000 tilslutninger har styrelsen valgt at tage en stikprøve.

32. I undersøgelsen har styrelsen således inddelt antenneforeningerne i to grupper:

- a) foreninger med over 4000 medlemmer og
- b) foreninger med mellem 300 og 4000 medlemmer.

33. Foreninger med mindre end 300 medlemmer indgår ikke i undersøgelsen, da det vurderes at være omkostningstungt for små foreninger selv at pakketere (omkostninger til bokse, filtre, kanalændringer, kanalomsættere og ekstra administration).

34. Ifølge CopyDans oplysninger består gruppe 1 af 30 antenneforeninger (ca. 300.000 tilslutninger), dertil har styrelsen oplysninger om yderligere 5 foreninger (ca. 100.000 tilslutninger). I alt repræsenterer gruppe 1 ca. 400.000 tilslutninger. Ud af de 35 foreninger har styrelsen modtaget svar fra 30.

35. Gruppe 2 består af 386 antenneforeninger (ca. 340.000 tilslutninger) (inkl. virksomheder, offentlige institutioner og kollegier).³ Der er udsendt spørgeskemaer til 45 foreninger. Heraf har styrelsen modtaget svar fra 24.

36. Hvis det lægges til grund, at de antenneforeninger, Konkurrencestyrelsen har informationer om, er repræsentative, er usikkerheden i nærværende undersøgelse begrænset til ca. ± 10 pct.

37. Besvarelserne fra antenneforeningerne i gruppe 2 har vist, at der i flere tilfælde er uoverensstemmelse mellem CopyDans oplysninger om antal tilslutninger og foreningernes egne registreringer. Styrelsen har valgt at kombinere oplysningerne, hvorved foreningernes egne oplysninger indgår i tælleren og CopyDans oplysninger i nævneren, når stikprøven i gruppe 2 vægtes i forhold til hele gruppe 2. Uoverensstemmelserne i data er dog så begrænsede, at beregningsmetoden ikke har afgørende betydning for undersøgelsens resultater.

³ Foreninger med 2-300 tilslutninger har ifølge CopyDan i alt 226.610 tilslutninger.

Bilag D

DTH-distributørernes priser

38. Viasat tilbyder pr. 1. marts 2009 en lille pakke (Bonuspakken) med 7 kanaler (herunder TV3 og TV3+). Bonuspakken kan ikke købes alene men kun sammen med en eller flere temapakker. Den mindste temapakke, sport, indeholder 3 kanaler. Den største 11 kanaler med film. Viasat tilbyder en stor pakke, der består af samtlige temapakker indeholdende i alt 46 kanaler og 4 HD-kanaler (til 349 kr. pr. måned + 798 kr. i årlig kortafgift), jf. tabel D1. Viasat har siden 6. januar 2009 markedsført en særlig pakke, Danmarkspakken, med i alt 30 kanaler inkl. de danske public service kanaler (til 254 kr. pr. måned + kort-afgift).

39. Canal Digital tilbyder en lille pakke med 11 kanaler inkl. danske public service kanaler (til 99 kr. pr. måned + kortafgift 389 kr. pr. halvår). Den næstmindste pakke indeholder yderligere 34 kanaler og 10 HDTV-kanaler (til 229 kr. pr. måned + kortafgift 389 kr. pr. halvår).

Tabel D1. DTH-distributørernes pakker og priser pr. måned inkl. moms, 2009

	Canal Digital	Viasat
Kortafgift (tillægges alle pakker)	65 kr.	67 kr.
Lille pakke	99 kr.	*
- antal kanaler	11	7
Mellempakke/temapakker	229 kr.	149-224 kr.
- antal kanaler	45 (+10 HD-kanaler)	10-18**
Stor pakke	389 kr.	349 kr.
- antal kanaler	56 (+12 HD-kanaler)	46 (+4 HD-kanaler)

Note. Tabellen over DTH afspejler forholdene i april 2009. Oversigten over kabeloperatørernes forhold bygger på data fra 2008.

*sælges ikke separat

** temapakkerne kan kombineres på 31 forskellige måder. Det angivne antal kanaler og priser er for den lille pakke (Bonuspakken) og en enkelt temapakke.

Kilde: Canal Digital og Viasats hjemmesider