

Kulturdepartementet
Enheten för medier, film och idrott
103 33 Stockholm
Ku.remissvar@regeringskansliet.se

Boxers synpunkter på Myndigheten för radio och TV:s slutrapport om en evenemangslista

Boxer TV-Access AB är ett betal-tv-företag med omkring 600.000 kunder i det svenska digitala mark-tv-nätet. Boxer ägs av Teracom Group som i sin tur ägs av svenska staten. I Teracom Group ingår även nät- och betal-tv-företag i Danmark. Boxer välkomnar möjligheten att återigen få bidra med synpunkter kring förslaget att ta fram en evenemangslista för den svenska TV-marknaden.

Sammanfattning

Boxer anser att en evenemangslista är nödvändig om evenemang av särskild vikt för det svenska samhället på sikt ska vara tillgängliga för en bred allmänhet. Tyvärr kan en sådan tillgänglighet inte ordnas av TV-marknaden själv.

Boxer tycker den lista MRTV presenterat är väl avvägd.

Boxer anser dock att förslaget om 80 procents hushållstäckning är för lågt, trots att måttet är upplevd penetration, ett mått som ofta ger en något lägre penetrationsgrad än teknisk, eller faktisk, penetration. Erfarenheten från 2014 års Olympiska vinterspel visar att det är nödvändigt att kräva en bred hushållstäckning för alla de kanaler som ska visa listans evenemang. Gränsen för hushållstäckningen bör därför sättas betydligt högre om lagstiftningen ska ha den effekt som åsyftas.



Boxer menar att en kanal med en hög upplevd penetration som får sända listans evenemang kan ingå i ett betalutbud, förutsatt att alla större operatörer har tillgång till kanalen och den ingår i paket som kunden kan köpa utan att först köpa andra paket (så kallad Buy Through).

Plattformskonkurrens

Boxer har tidigare beskrivit hur attraktivt innehåll historiskt använts inte bara av TV-kanaler för att konkurrera om tittarna, utan av betal-TV-operatörer för att konkurrera om kunder. Att visst innehåll bara kan tas emot med ett abonnemang på en specifik teknisk plattform – att kunderna blir inlåsta och de som inte har abonnemanget är utelåsta – är själva affärsidén. Det sägs ofta att grundinstinkten hos en TV-kanal är att vara så allmänt tillgänglig som möjligt. I själva verket använder även TV-kanaler plattformsinlåsning som strategi tillsammans med en teknisk operatör om båda tror sig för tillfället tjäna på det.

Boxer, som ett betal-TV-företag, har bejakat plattformskonkurrens men sett det som en kamp där medlen är kundanpassad teknik, attraktiv paketering och bra priser, snarare än unikt innehåll. Att göra attraktivt innehåll tillgängligt för enbart en mindre grupp strider mot TV:s karaktär av nationellt massmedium, det utarmar evenemangen och skadar därför på sikt både TV-branschen och de utsatta evenemangen som sådana.

Olympiska spelen var inte allmänt tillgängliga

Modern Times Group (MTG) arbetar sedan länge med en inlåsningsstrategi. Evenemang som varit allmänt tillgängliga och över tid lyckats nå en mycket bred popularitet köps och erbjuds sedan enbart via abonnemang på särskilda betalplattformar.

MTG har offentligt gett uttryck för att vinterspelens tävlingar av nationellt intresse, skulle visas i MTG:s breda kanaler med störst hushållstäckning. Utöver det skulle MTG visa *alla* OS-tävlingar för den som betalade särskilt för premiumkanaler och play-tjänster.

Så har det inte blivit. Den som tittat på TV under OS eller studerat TV-tablåerna närmare ser att av MTG:s så kallade minipay-kanaler (kanaler tillgängliga i breda och prisvärda grundpaket, det MTG själva kallar fri-TV) så har bara TV3 och TV10 använts för OS.

TV3 har enligt MMS mätningar, de som MRTV föreslår för evenemangslistan, en hushållspenetration på 85 procent, TV10 ligger på 53 procent och finns inte tillgänglig hos ens alla de största operatörerna. MTG har avstått från att använda den i marknätet okrypterade TV6 med en penetration på 85 procent.

TV3 har i regel sänt OS från tidig morgon till cirka 22.30, men en del av denna tid, inte minst Prime Time, har upptagits av Studio Sotji – ett studiprogram med prat och sammanfattningar. TV10 har däremot nästan oavbrutet sänt tävlingar.

47 procent av svenska folket har inte haft tillgång till den kanal där flest tävlingar sänts, 15 procent har saknat kanalen med en blandning av tävlingar och studioprat.

En mycket stor del av svenska folket har således varit utelåsta från ett evenemang av stort allmänintresse.

Hela svenska folket har via egna insatser och sina skattepengar varit med om att möjliggöra knatte- och ungdomsidrott, en mångfald av idrottsföreningar samt

idrottsanläggningar över hela Sverige - både de av enklare modell och jätteanläggningar där offentligt stöd regelmässigt visat sig nödvändigt.

Hela svenska folket har alltså arbetat för och finansierat uppbyggandet av det svenska OS-deltagandet. Att en så stor del då inte kan ta del av resultatet när det ska visas på elitnivå, är att beklaga och kan på sikt undergräva viljan att både aktivt stödja och genom skattepengar finansiera dessa sporter. Det ligger alltså ett stort nationellt allmänintresse i att få en evenemangslista enligt MRTV:s förslag på plats.

Hög penetrationsgrad nödvändig Med tanke på erfarenheten från vinter-OS, anser Boxer att det är nödvändigt att alla de kanaler som sänder listans evenemang har en penetrationsgrad som är betydligt högre än 80 procent enligt MMS mätningar. Undantag ska inte förekomma.

Stockholm 2014-03-05

Gunilla Berg

Tillförordnad VD Boxer TV-Access AB