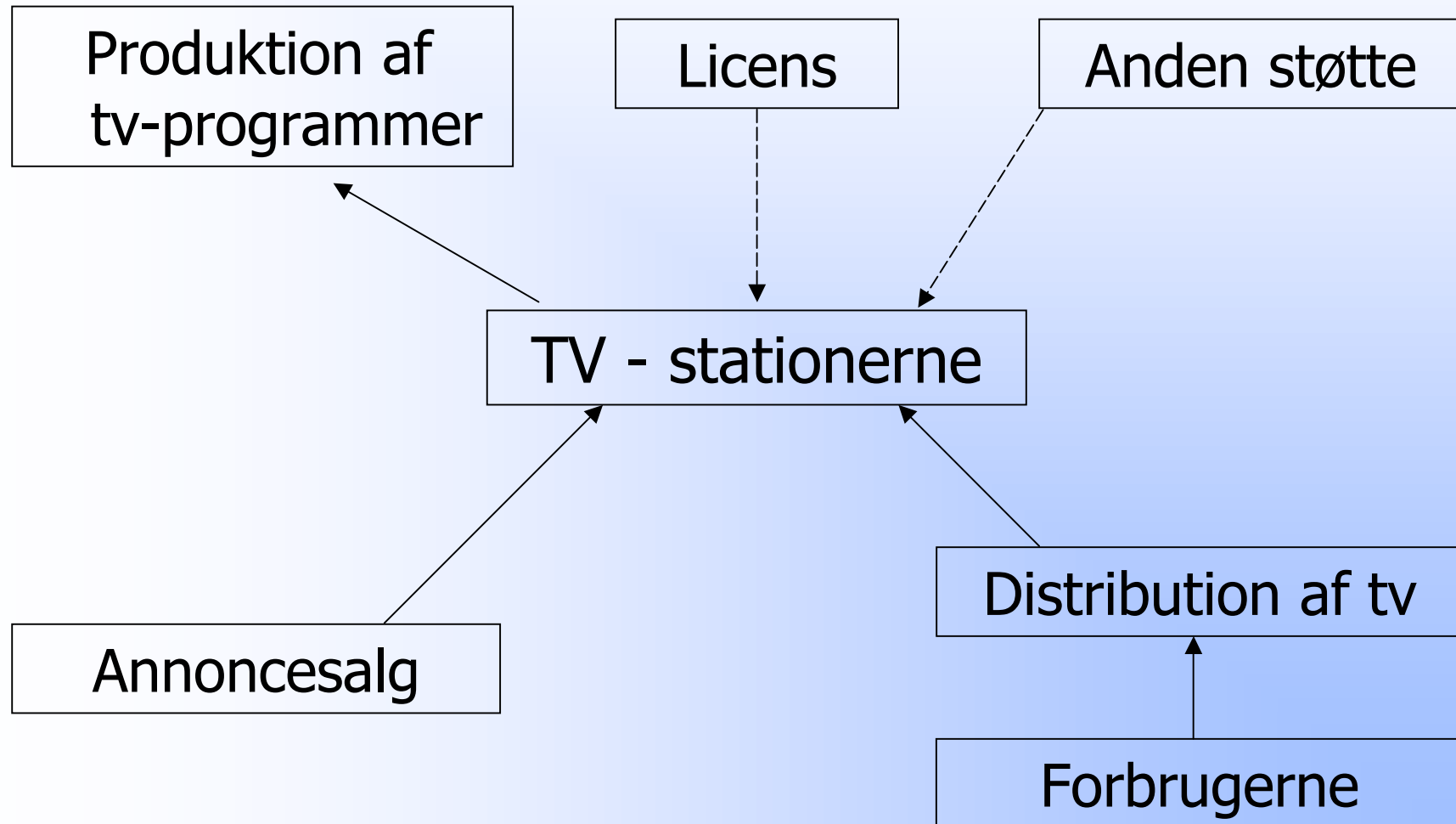


Konkurrencen på TV-markedet

v/Kim Sparlund
Konkurrencestyrelsen

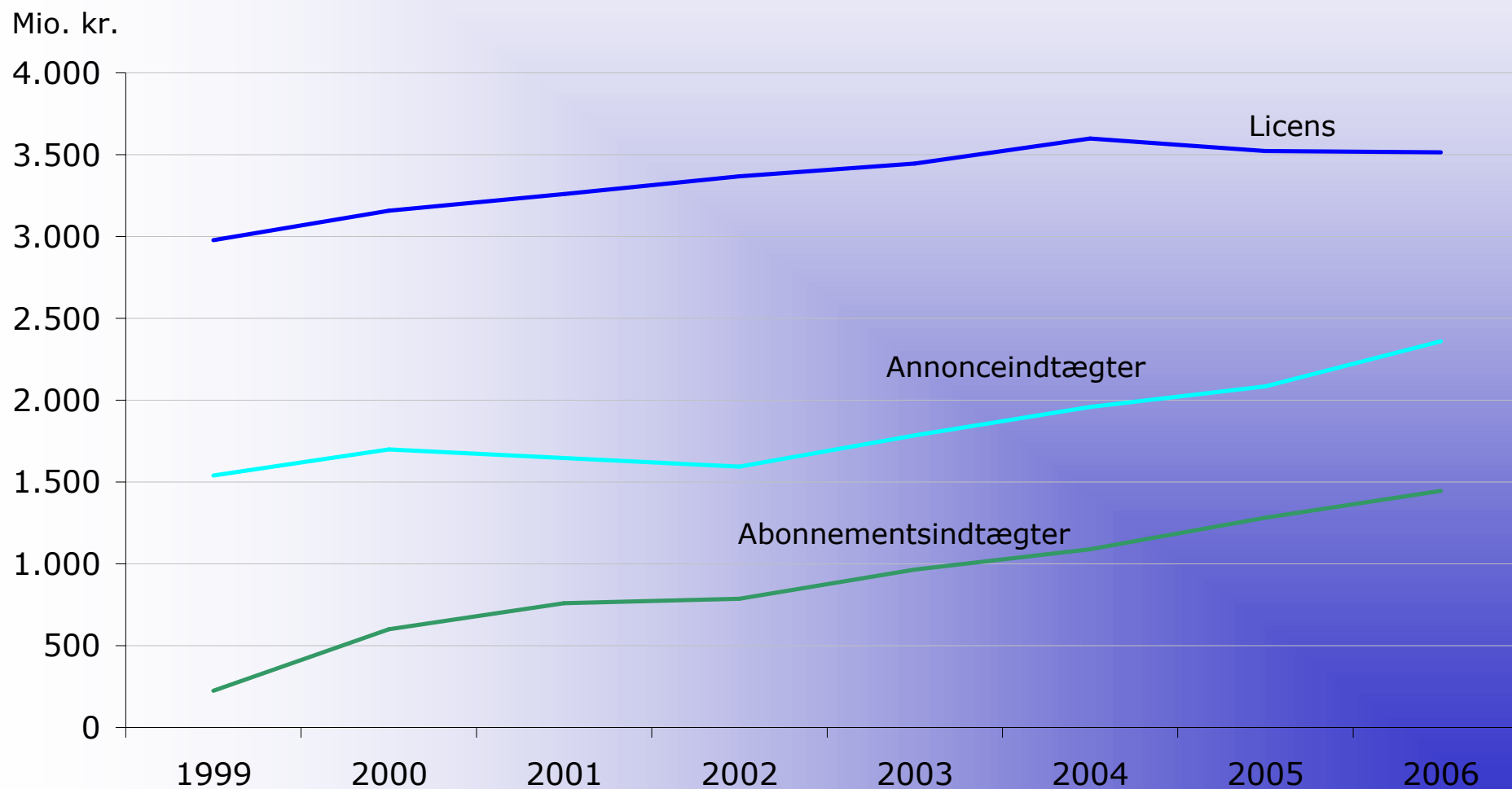
Relevante markeder



Karakteristika:

- Ungt marked
- Høj politisk fokus og megen regulering
- Aktører med meget forskellige rammebetingelser – herunder adgang til forbrugerne
- Stor teknologisk udvikling

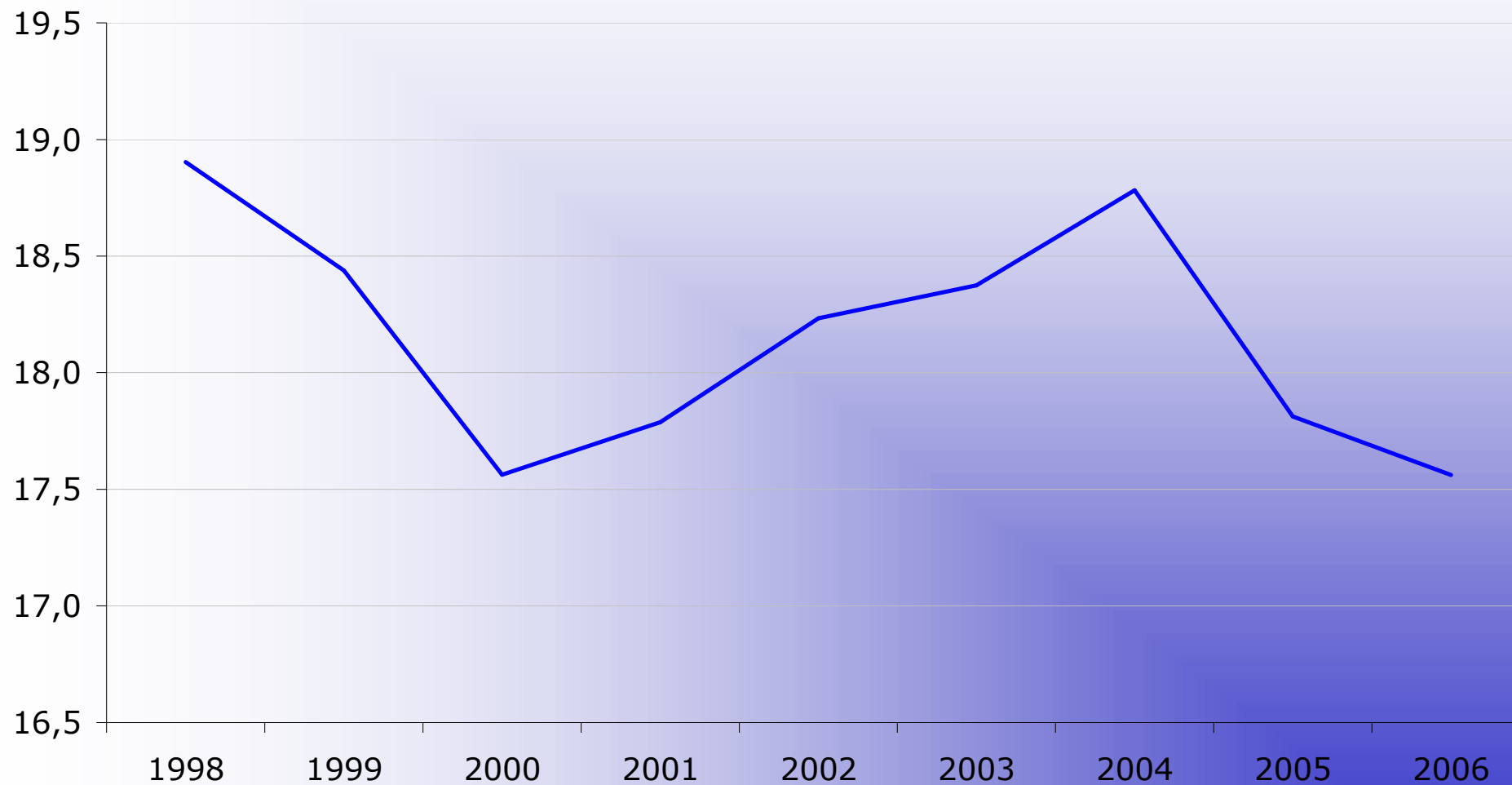
Samlede indtægter



Kilde: KS markedsundersøgelse og Kulturministeriet

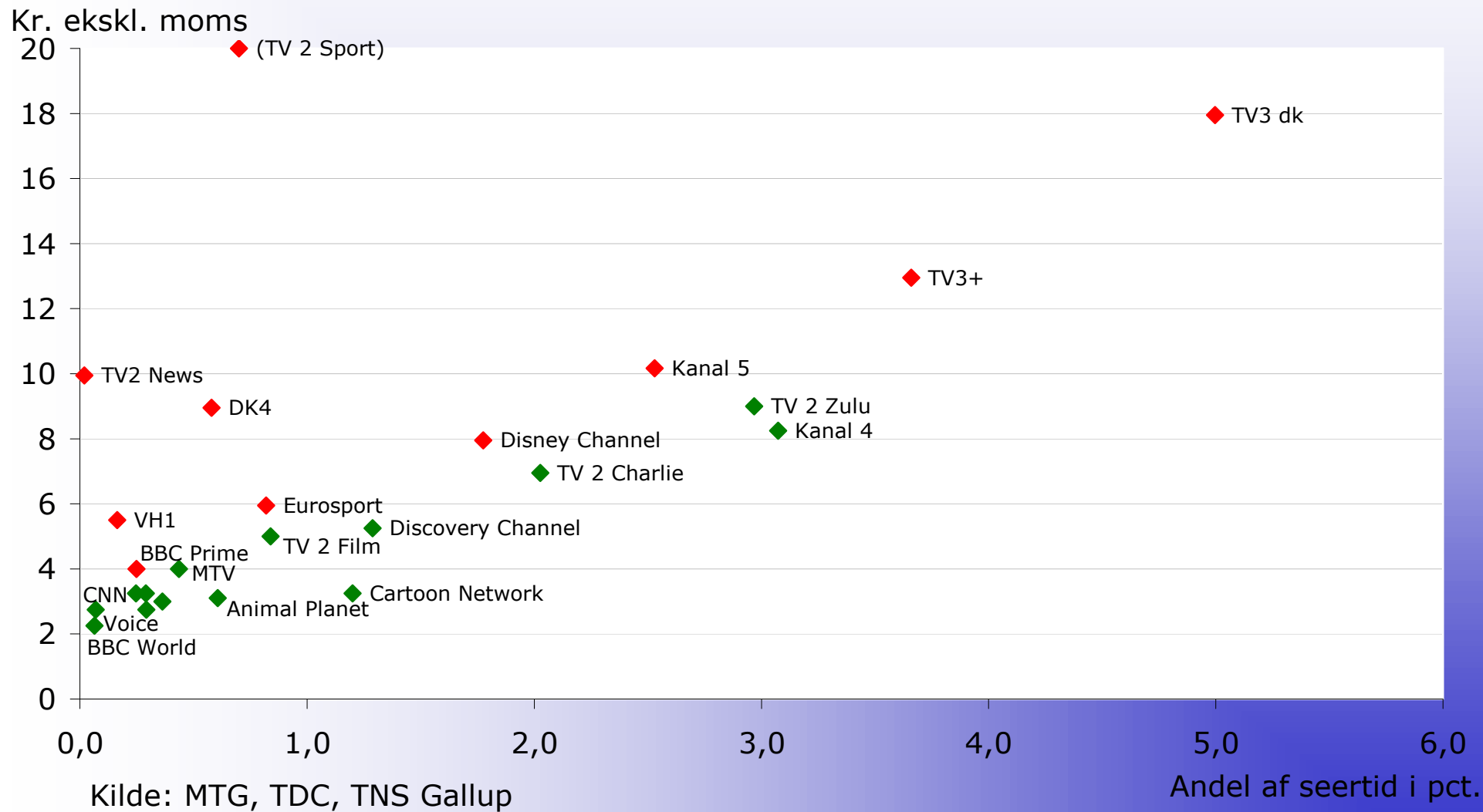
Gns. antal timer danskerne ser tv

Timer pr. uge

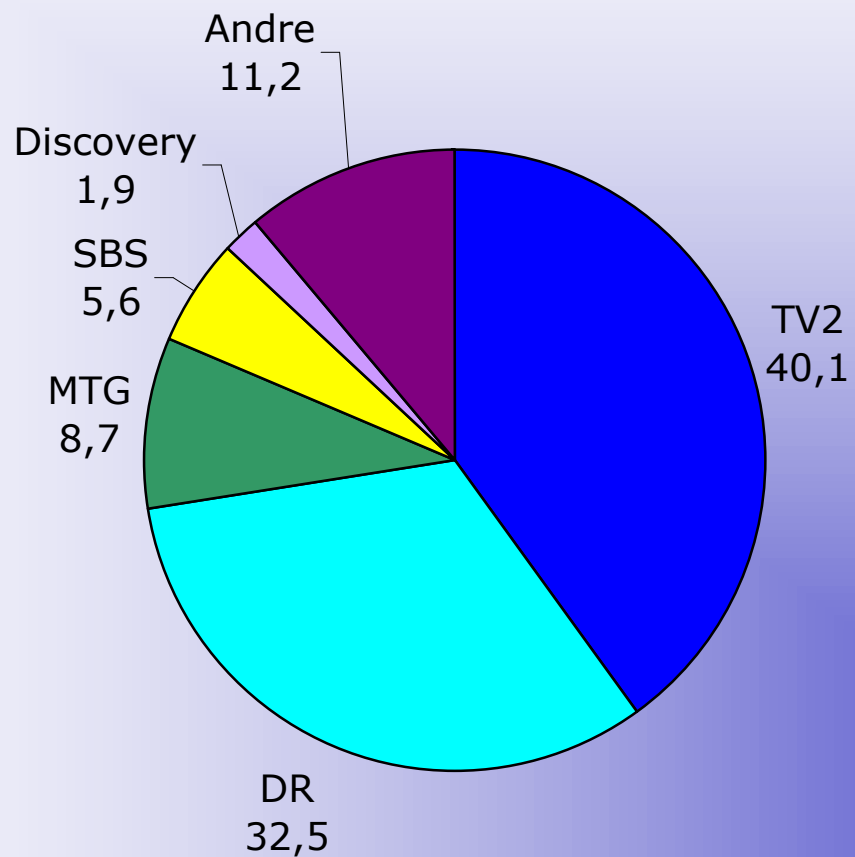


Kilde: MTG

TV-kanalernes andele af seertid og pris 2006



TV-stationernes andele af seertid 2006



Kilde: MTG

Internetsider med flest brugere, januar 2008

Nr.	Udgivelse	Brugere	Besøg pr. bruger
1	dr.dk	1.881.121	9
2	krak.dk	1.762.746	5
3	tv2.dk	1.575.048	12
4	msn.dk	1.355.854	20
5	eniro.dk	1.281.441	10
6	ekstrabladet.dk	1.226.441	19
7	degulesider.dk	1.215.479	5
8	dmi.dk	940.708	9
9	dba.dk	896.573	7
10	jubii.dk	813.454	14
11	rejseplanen.dk	770.306	3
12	bt.dk	769.103	14
13	tdconline.dk	743.777	13
14	politiken.dk	617.723	13
15	jp.dk	552.404	13
16	qxl.dk	471.997	8
17	arto.dk	464.733	26
22	berlingske.dk	415.865	9
30	borsen.dk	323.973	15
66	information.dk	106.301	3
67	tv3.dk	104.389	2
88	kristeligt-dagblad.	60.775	3
111	tv2sport.dk	36.140	4
127	weekendavisen.dk	23.801	2

Kilde: fdim.dk

Betydning:

- Forbrugerne har fået valgmuligheder – men ikke valgfrihed
- Forbrugerne har fået større betalingsvillighed
- Øget fokusering på (nye) tema kanaler
- Konkurrence på
 - Indhold
 - Pris
 - Distribution!

Fokuspunkter (1):

Nyligt afsluttede sager

- Oprettelsen af TV2 Sport
- Salg af fodboldrettigheder
- Valg af DTT gatekeeper

Fokuspunkter (2):

Verserende sager

- Programplacering i pakkerne
- Reklamepriser

Fremtidige sager?

- Salg af TV2
- Distribution og pakketering – frit programvalg

Afsluttede bemærkninger

- Public service puljen
- Udlægning af DR's produktion
- Reklamer på DR?