

Udtalelse fra Antennesammenslutningen af 2012 om påtænkt fusion af SE-Stofa og Boxer

1. Antenneforeninger, hvoraf mange blev stiftet for 40-50 år siden, er lokale frivillige, almennyttige sammenslutninger af forbrugere, der lige som brugsforeninger og andelsforetagender gennem fælles indkøb af tv-programmer og tilknyttede services skaffer sine medlemmer billigere adgang til tv m.m. end medlemmerne kunne gøre som enkelte forbrugere. Gennem selvstændige antenneforeninger uden leverancer fra store leverandører som YouSee og Stofa, kan man også kollektivt få indflydelse på indholdet af de tv-pakker, der udbydes, og deres antal. Både YouSee og Stofa har dog gennem de senere år tilbudt et antal frit-valgs muligheder i pakkerne og som supplement til disse til sine kunder.
2. Næsten alle antenneforeninger har fra kort efter år 2000 også indkøbt og leveret internetkapacitet og hertil hørende services til sine medlemmer. Mange foreninger "producerer" i dag eget internet, og det kan selv ganske små foreninger på få hundrede medlemmer gøre alene eller sammen med andre foreninger. Services kan være adgang til IP-telefoni og streaming (i redegørelsen kaldet OTT-tjenester). Sådanne foreninger leverer typisk internet i højere kvalitet og til meget lavere priser end de store leverandører.
3. Uanset hvilket relevant produkt, det drejer sig om, skal det derfor slås fast – og det kan naturligvis dokumenteres ved prisundersøgelser, som denne sag ikke giver tid til – at antenneforeninger kan levere alle sine services i lige så god eller bedre kvalitet end kommercielle leverandører og til lavere priser.
4. Der er ingen nøjagtige opgørelser over det antal forbrugere, som dækkes af antenneforeninger, og mange antenneforeninger er ikke medlem af de to landsdækkende organisationer FDA og A2012. Men et forsigtigt skøn siger, at 400-600.000 forbrugere er tilsluttet i antenneforeninger eller lignende som f.eks. boligforeninger eller grundejerforeninger.
5. I den økonomiske teori er der almindelig enighed om, at forbrugerpriserne i en monopol-situation er højest og at de er lavest, når der eksisterer fuldkommen konkurrence blandt en række små eller mindre udbydere. Midt imellem disse situationer eksisterer duopol, som vil stille forbrugerne dårligere end fuldkommen konkurrence. For levering af tv- og internet over kabel eller fiber vanskeliggør bundetheden til et bestemt geografisk område, hvor kabel og fiber dækker, en begrænsning for den frie konkurrence. Men udbygning af flere uafhængige fibernet gennem de sidste 5 år har dog nedsat betydningen af lokale monopoler, idet store antenneforeninger i dag kan levere over hele landet lige som de store kommercielle udbydere.
6. Enhver sammenlægning af kommercielle udbydere eller store udbyderes opkøb af mindre virksomheder skader konkurrencesituationen for antenneforeningerne. Såvel YouSee som Stofa har gennem mange år systematisk opkøbt mindre servicevirksomheder og leverandører, som har svækket eller direkte kvalt konkurrencen. YouSee's opkøb af f.eks. A+ og Dongs fiber i Storkøbenhavn har både skadet konkurrencen, gjort det dyrere for forbrugerne og hæmmet den digitale udvikling. Stofa's og YouSee opkøb eller overtagelse af antenneforeninger har gjort det samme. Stofa er dertil kendt for at have "svinebundet" mindst 150 antenneforeninger med ugennemskuelige klausuler, som det er urimeligt dyrt at komme ud af. KFST har desværre afvist at undersøge denne sag.

7. Uden at have undersøgt alle sager til bunds, er det indtrykket hos A2012, at de sidste 5-10 års opkøb og fusioner alle har været båret de samme argumenter som anvendes aktuelt: Det giver/skal give stordriftsfordele, der kommer forbrugerne til gode. Men det holder ikke, og det er aldrig blevet resultatet. Tværtimod stiger priserne på tv-kanaler og -pakker stadig fordi YouSee og Stofa har en fælles interesse med tv-producenterne i at sælge mere og mere. Producenterne giver YouSee og Stofa store rabatter til markedsføring af nye kanaler, som dermed og samtidig påtvinges hele markedet. Der er her tale om en de facto vertikal integration i markedet til stor skade for konkurrencen og forbrugerne.
8. Som eksempler kan nævnes, at disse argumenter blev brugt, da Ratos købte Stofa, da Stofa købte Canal Digital (fusionen trukket tilbage pga. kritik) og da Stofa senere Canal Digital Kabel-TV med ca. 30.000 tilslutninger i antenneforeninger. Denne fusion afslørede en masse rod og gav stor ulempe for de omfattede antenneforeninger. Senere blev argumenterne gentaget, da SE købte Stofa uden den af den grund bliver rigtig eller sand.
9. Når en antenneforening i dag skal overveje ny tv-leverandør indgår Boxer altid i overvejelserne, fordi man samtidig med betalingskanaler fra DTT-nettet kan hente en række free-to-air kanaler, særligt DRs tv-kanaler. Hvis fusionen gennemføres, forsvinder denne mulighed i realiteten, idet Boxers udbud over DTT-nettet vil blive afstemt med Stofa's udbud over kabel og fiber. Efter vores opfattelse er det korrekt, at kun få antenneforeninger i dag køber hos Boxer, men det er fordi Boxer alt i alt ikke er konkurrencedygtig, bl.a. pga. den begrænsede billedkvalitet over DTT-nettet. Men det er især meget små antenneforeninger, som benytter Boxer som leverandør. Boxer har haft en særlig politisk opgave med levering af TV2-only, og redegørelsen svarer ikke på, hvordan denne opgave skal varetages i fremtiden.
10. YouSee har efter vores skøn samlet 1.200.000 tv-kunder, Stofa 450.000 tv-kunder og Boxer 250.000 tv-kunder. Vi har ikke adgang til de nøjagtige tal, der er gjort fortrolige. Parterne i fusionen gør meget ud af at slå fast, at de $450.000 + 250.000 = 700.000$ samlet vil give fusionen en større indkøbsstyrke i forhold til YouSee, men ikke er så store, at KFST skal være bange. Efter A2012's opfattelse, bliver tale om et duopol, hvilket som ovenfor angivet vil svække konkurrencen. Samtidig vil den vertikale integration på markedet af tv-producenter og store distributører blive styrket, hvilket skader konkurrencen og understøtter en fortsat prisspiral på tv-markedet. Hvis fusionen gennemføres vil der ved siden af de to store udbydere YouSee og Stofa, kun være 2 mindre udbydere af tv-kanaler: MTG (Viasat) og Canal Digital, der ikke kan levere alle kanaler.
11. Det er almindelig kendt i branchen, at flow-tv lakker mod enden. Mange unge ser aldrig flow-tv. Det forventes, at den totale tv-sening i 2020 fordeler sig på ca. 50% flow-tv og 50% streaming/on-demand. I 2025 har vi sandsynligvis ikke mere flow-tv. Alt streames on demand. Det omtales i redegørelsen også, at stadig flere køber on-demand pakker som ViaPlay, Dplay osv. Men her har distributørers forhandlingsstyrke, som parterne påberåber sig som væsentlige begrundelser, jo netop ingen betydning. Her kan den enkelte forbruger med en god internetforbindelse selv bestemme, hvad han vil købe. Altså købe direkte hos producenten uden om distributører. Og antenneforeninger. Derfor baserer antenneforeninger sig i dag og fremover på at levere et stærkt internet, en billig grundpakke med flow-tv, særligt DRs kanaler, TV2 og nabolandskanaler. Samt et udvalg af populære betalingskanaler.
12. I redegørelsen gør parterne også meget ud af at bilde os ind, at en større forhandlingsstyrke får betydning for forholdet til Netflix og HBO. Det har intet på sig. Distributørerne er koblet af i forhold til de to og kommende danske eller udenlandske OTT-tjenester. Det er den enkelte forbruger, der med et godt internet selv bestemmer.

13. Vi har en statistik, der dokumenterer, hvordan udviklingen af forbrugernes pakkevalg et forløbet de sidste 10 år. Den er efter vores opfattelse repræsentativ.

Antal Primo år	Pakke							Pct./pakke						
	Grund	Mellem	Familie	Sport	Fuld	Ikke tv	I alt	Grund	Mellem	Familie	Sport	Fuld	Ikke tv	I alt
2008	40	5			283		328	12%	2%			86%		100%
2009	41	5			285		331	12%	2%			86%		100%
2010	56	6			266		328	17%	2%			81%		100%
2011	65	9			254		328	20%	3%			77%		100%
2012	70	17			244		331	21%	5%			74%		100%
2013	76	27			228		331	23%	8%			69%		100%
2014	115	35			181		331	35%	11%			55%		100%
2015	123	41			161		325	38%	13%			50%		100%
2016	121	42			150	6	319	38%	13%			47%	2%	100%
2016 (1.4.)	136	28	25	4	118	8	319	43%	9%	8%	1%	37%	3%	100%
2017	123	24	35	4	115	9	310	40%	8%	11%	1%	37%	3%	100%
2017 (1.4.)	124	26	37	5	109	11	312	40%	8%	12%	2%	35%	4%	100%

2008-2012 leverede YouSee tv i 3 pakker og internet. 2013 etableredes eget internet i stedet for YouSee's internet. 2016 gik foreningen over til levering af tv-signaler fra en anden forening med en 5 pakke-struktur beliggende 200 km. væk via fiber.

Tabellen viser, hvordan forbrugerne træffer gode beslutninger, når de får muligheden. Hverken YouSee eller Stofa giver så gode muligheder. Og intet tyder på, at fusionen med Boxer vil trække SE-Stofa i retning af at give forbrugerne bedre muligheder. Tværtimod.

14. Der har indtil nu – udover distributionen over det offentlige DTT-sendenet - gennem Boxer været en uafhængig distributør af betalingskanaler. Denne uafhængige distributør forsvinder. Det vil fremover være en kabeldistributør, Stofa, der bestemmer hvilke kommercielle tv-kanaler, der skal distribueres på DTT-nettet.

A2012 har ikke haft mulighed for at undersøge, om det er i overensstemmelse med vilkårene for Boxers tilladelser fra Radio- og Tv-nævnet, at en kabeloperatør overtager og driver en DTT-operatør.

15. Boxer har i modsætning til kabel-tv-distributørerne inkl. antenneforeningerne den fordel, at de kan levere free-to-air-kanaler (især DR's tv-kanaler) til sine kunder uden at skulle betale Copydan-afgifter for disse (kabelviderespredningsvederlag). Vi mangler information om, hvordan Stofa vil bruge dette konkurrencemæssigt. Kunne man forestille sig, at Stofa – og YouSee – vil henvise kunderne til at bruge en stueantenne til free-to-air-kanalerne, lige som YouSee har gjort med FM-kanalerne?
16. Boxer har skabt en reel mulighed for, at mindre kabelanlæg, f.eks. i etageejendomme, rækkehuse og på plejehjem, gennem et fællesantenneanlæg til de enkelte husstande, har kunne unddrage sig betaling af Copydan-afgifter og dermed påført såvel Copydan et tab. Samt påført antenneforeninger med ordnede forhold en urimelig prismæssig konkurrence. Hvordan vil Stofa håndtere denne situation fremover?
17. Fusionen har ingen betydning for markederne for internet. Enhver antenneforening kan uden hjælp fra SE-Stofa eller Boxer etablere eget internet.

A2012 har kun haft kendskab til de åbne redegørelse, men må, som det fremgår af ovenstående, afvise mange af de fremførte argumenter til fordel for fusionen som urigtige eller irrelevante. Fusionen vil skade markedet og gøre det dyrere og sværere at være forbruger og antenneforening. Fusionen er kun til glæde

for Teracom, som slipper af med et dubiøst aktiv, en licens, der snart udløbet (i 2020), en underskudsvirk-somhed, som på trods af at heftig annoncering ikke har kunnet få salg af betalings-tv til at skabe overskud.

SE er kendt for sin volumensyge, hvorfor de lige har måtte nedskrive værdien af Stofa med 1,3 mia. kr. De har udbygget og udbygger fortsat en masse fiberforbindelser for el-kundernes penge og har endnu ikke kunnet skabe en fornuftig forretning af dette. Kun denne volumensyge kan begrunde, at SE køber Boxer. Der er ingen saglige argumenter for købet, og det vil både skade markedet for betalings-tv og antenne-foreningernes stilling.

A2012 besvarer naturligvis gerne spørgsmål, lige som vi gerne vil have lejlighed til ved et møde mundtligt at uddybe vores synspunkter.

Med venlig hilsen fra **A2012, Forretningsudvalget**

Bernt Freiberg, formand
bf@a2012.dk, 21919450

Poul Juul, næstformand
pj@pouljuul.dk, 48475755

Tage Lauritsen, sekretær
tf@a2012.dk, 25265016

Send gerne mail til os alle på en gang: fu@a2012.dk