

Kampen om TV-distributionen

I mitten av november läckte tankarna ut från regeringskansliet om att skrota tv- och radiolicensen och istället införa en medieavgift som alla betalar. Ett införande skulle tidigast kunna ske år 2007, samma år som det marknadsända analoga tv-nätet släcks.

Grunden för införandet av en medieavgift är helt enkelt att tekniken har sprungit ifrån lagstiftningen. Analysen är helt rätt, den allt starkare tendensen att tv och radio distribueras via bredband gör det möjligt för hushåll att helt undvika ägandet av tv-mottagare, vilken är själva definitionen för licensinnehav, och därmed betalningsskyldigheten. Men den plötsliga lanseringen av medieavgift kan också visa på ett bristande självförtroende för det marknadsända digitala tv-nätet. Vad kommer svensken att välja, digitaltv-box eller bredbands-tv när det analoga nätet släcks?

SPÄNNANDE UTVECKLING

Redan för fyra år sedan fördes en livlig diskussion om konvergensen av media och många medieproducenter har idag skapat mer eller mindre framgångsrika affärsmodeller för att gifta samman traditionellt media med Internet. Det kan vara tillgång till artikelarkiv för tidningar, chattifällan med såpakändisar eller varför inte helt enkelt vidga sitt universum genom att sända radio via nätet för att nå lyssnare utanför koncessionsområdet. Den utveckling som idag sker är både spännande och seriös, men få har hittat en slagkraftig affärsmodell med acceptans hos kunder och annonsörer, dvs hur kan man ta betalt för de tjänster som utvecklas? Samtidigt hämmas den faktiska uppkopplingen av bredband i hemmen av bristen på tjänster.

Ser man på hur svenskarna tillmäter olika medias värde hamnar tv och lokaltidningar högst både vad gäller nyheter och underhållning tätt följt av radio. Internet betraktas i detta sammanhang som ett komplementärt media. Samtidigt har streaming av radio länge varit en tjänst som har fungerat över Internet.

Över tid är även radiolyssning något som allt fler upptäcker, inte minst genom att penetrationen av bredband ökar i hushållen. Intresset för alternativa distributionsformer som kan erbjuda större flexibilitet och bättre service har på många sätt fångats upp av inte minst Sveriges Radio. Programtablan är idag för SR inte något annat än en tidtabell för veckans premiärer.

INTERNETACCESS

Bredband är för hushållen idag synonymt med Internetaccess. Och givetvis finns en stark kundgrupp för höghastighetsuppkoppling till Internet. År 2004 har knappt 30 procent av hushållen bredband, adsl inkluderat, hemma. Hur många som har tillgång till en bredbandsuppkoppling men ej aktiverat den i hemmet är svårt att uttala sig om men med de politiska mål som finns torde över 90 procent inom några år att ha möjlighet till någon typ av bredbandsuppkoppling i hemmet. Här är tricket givetvis att göra bredbandsuppkopplingen så prisvärd som möjligt, samtidigt som Internet som sådant kanske inte är en tillräcklig drivkraft för många hushåll. Under 2004 har två tydliga bredbandstjänster på allvar börjat röra om i gryta, IP-telefoni och tv via bredband. Vad de två har gemensamt är att de utnyttjar bredbandet som en alternativ infrastruktur.

«KILLERAPPLICATIONS»

Såväl ip-telefoni som bredbands-tv har mycket goda förutsättningar att bli killer-applications som ökar bredbands-penetrationen, men av två olika skäl. Ip-telefonin kan förvisso vara billigare än normalt telefonabonnemang men den stora drivkraften är att slippa ha ett telefonabonnemang överhuvudtaget. Detta utesluter

givetvis bredbandsuppkopplingar som erbjuds via Telias kopparnät, men det höjer definitivt prisvärdheten för kunder hos de alternativa nätägarna.

Till skillnad från ip-telefoni kommer många hushåll att ställas inför ett kvalificerat val när det gäller tv. Det analoga nätet ska släckas, punkt. Tv skulle, som det var tänkt från början, distribueras digitalt i ett marknadsändat trådlöst nät. Digital-tv är givetvis en teknik i tiden, nya möjligheter, bättre kvalitet, billigare distribution och inte minst billigare produktionskostnader. Och givetvis ett statskontrollerat distributionsnät som garanterar public service och kan lägga ett varsamt öga över de reklamfinansierade kanalerna. Men bredbandsutvecklingen har skapat ett alternativt distributionsnät med större interaktivitet, än bättre kvalitet (om bandbredden finns) och än mer framtidsorienterat där HDTV utan problem kan inlemmas. Ser vi till diagram 1, har idag ca 24 procent någon typ av digital-tv mottagning.

INFRASTRUKTURKRIG

Antagligen kommer det att snart rasa ett infrastrukturskrig i Sverige där digital-tv står i centrum, men där distributionsformerna kommer att slåss om marknadsandelarna och tyvärr siter Teracom på Svartepetter. Potentialen i bredbands-tv är högre, inte minst därför att bredbandet ger mer. De redan frälsta bredbandsanvändarna får en anledning att skruva upp bandbredden, och kan räkna hem den ökade kostnaden mot att installera en eller flera dekodrar. De som har möjlighet att koppla upp sig på bredbandsnäten kommer att kunna göra det till i princip samma kostnad som att skaffa sig ett Boxer-

abonnemang men de får förutom tv även Internet. Den svenska bredbandsutbyggnaden sker i rasande fart och 2007 kommer nästa lika många svenskar ha möjlighet till en bredbandsuppkoppling som till digital-tv mottagning.

Hur ser då marknadsandelarna ut? Vilka har idag bredband och kan antas att med lättet välja bredbands tv framför marknadsändat digital-tv när de tvingas välja. Vad vi ser idag är att de som har valt digital tv har gjort det frivilligt av nyfikenhet, önskan om större kanalutbud, viljan att ha bättre bildkvalité med mera. Idag har dessutom få möjlighet att skaffa sig bredbands-tv, men följer man utvecklingen torde bredbands-tv utvecklas under de två kommande åren och erbjudas allt fler.

Det som visar sig med all tydlighet i diagram 2 är att de som idag har skaffat digital-tv också i större utsträckning har Internet hemma och även bredband. Egentligen är inte detta konstigt, SVTs satsning för att få barnfamiljer har gett ett visst utslag, samtidigt som denna grupp är teknikledande när det gäller hemelektronik. Men det är viktigt och konstatera att de som idag har skaffat sig digital-tv inte har gjort ett aktivt val för ett distributionsnät, det har hittills inte funnits något alternativ till den analoga tv:n.

HÄR FÖR ATT STANNA

De två kommande åren kommer att bli spännande, nätägarna har blivit allt mer kompetenta inom streamingområdet, operatörerna har potential att utveckla en killer application i form av flexibelt och interaktivt kanalutbud. Digital-tv är här för att stanna, och den kommer att sändas över ett marknadsbundet nät,

DIAGRAM 1. TV-MOTTAGNINGSTYPER I SVENSKA HUSHÅLL

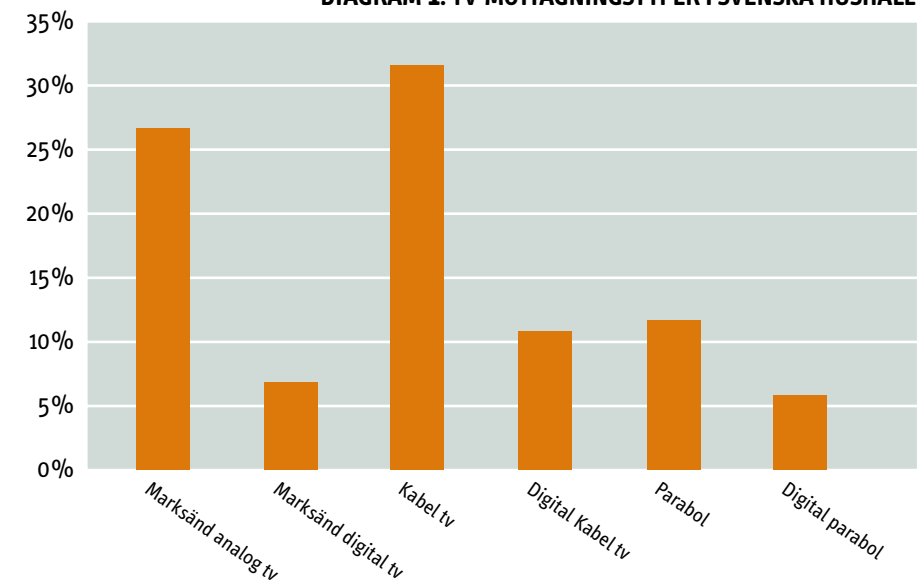
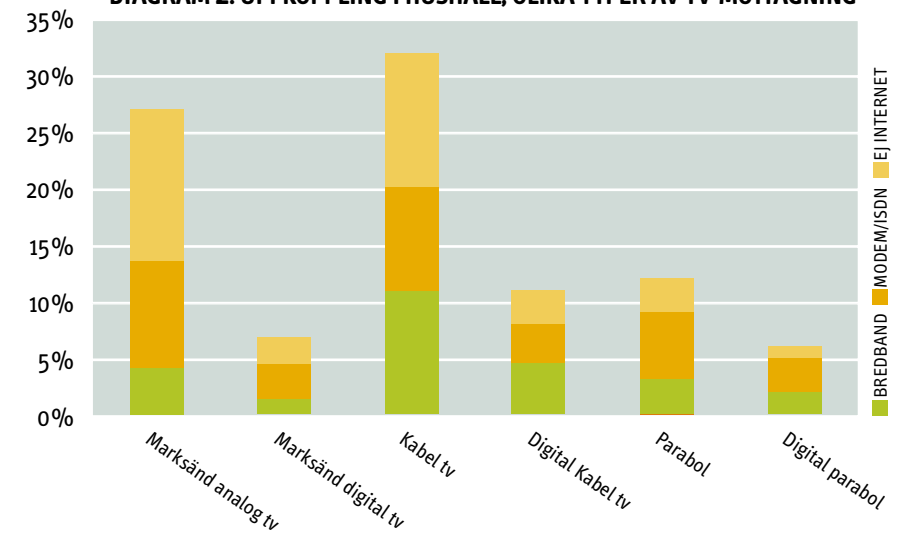


DIAGRAM 2. UPPKOPPLING I HUSHÅLL, OLIKA TYPER AV TV-MOTTAGNING



frågan är bara hur många som kommer att utnyttja den möjligheten. Potentialen i digital-tv via bredband är bättre, inte minst vad gäller tjänstutveckling och graden av interaktion.

Sedan finns det säkert en drivkraft i att utmana såväl kopparmonopol som etermonopol.

Av Christoffer Nilsson

WII