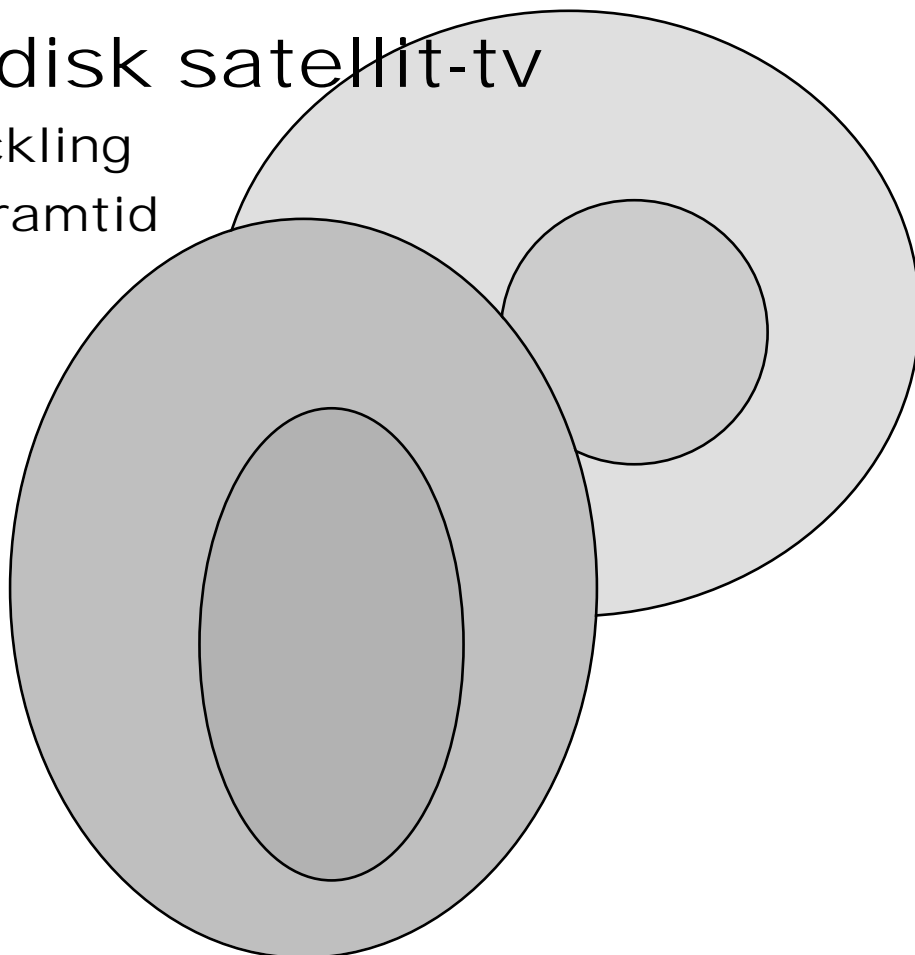


Nordisk satellit-tv

utveckling
och framtid



Proseminarieuppsats i masskommunikation

Nicklas Koski

Institutionen för samhällsvetenskaper
SVF, Åbo akademi, Vasa
Vt 1997

Innehåll

1. Inledning	s 1
1.1 Syfte och frågeställningar	s 1
1.2 Metod	s 1
1.3 Avgränsningar	s 1
2. Bakgrund	s 2
2.1 Experimentet Tele-X	s 2
2.2 Satellitkrig blir satellitsamarbete	s 3
3. De nordiska satelliterna	s 5
4. Aktörerna i Skandinavien	s 7
4.1 NetHold/Canal+	s 7
4.2 Modern Times Group, MTG	s 8
4.3 Scandinavian Broadcasting System	s 9
4.2 TV4 Ab, Sverige	s 10
5. Morgondagen idag	s 11
5.1 TV8 med ekonomi	s 11
5.2 Mariebergs nyhetskanal	11
5.3 Rundradiobolagen inleder satellitsändningarna	s 11
5.4.1 SVT	s 11
5.4.2 YLE	s 12
5.4.3 NRK	s 12
5.4.4 DR	s 13
5.4 Digital-tv	s 13
6. Analys av utvecklingen	s 14
6.1 Rundradiobolagens förlorade monopol	s 14
6.2 Internationalisering och mediekoncentration	s 15
6.3 Den svenska tv-marknaden	s 17
6.4 Den norska tv-marknaden	s 18
6.5 Den danska tv-marknaden	s 19
7. Slutsatser	s 20
Källförteckning	
Tabeller:	
1. De nordiska satellit-tv-kanalerna	s 6
2. NetHolds digital-tv-paket, DSTV	s 7
3. Penetrationstal, svenska tv-marknaden	s 17
4. Den norska tv-marknaden	s 19

1. Inledning

Satellit-tv har blivit stort i Skandinavien under 90-talet, medan Finland alltså ligger efter i utvecklingen. År 1997 riktar de flesta parabolägarna sina antenner mot de nordiska satellitpositionerna till skillnad från 1987 då den första nordiska satellit-tv-kanalen TV3 inledde sina sändningar. 1987 fann det ännu inga enhetliga satellitsystem. Det är först i mitten av 90-talet som de nordiska tv-kanalerna har samlats på samma position vilket möjliggör mottagning med bara en antenn. När tv-bolagen insåg att de genom samarbete kan skapa en större marknad, blev satellit-tv-boomen ett faktum.

1.1 Syfte och frågeställningar

Den här uppsatsen försöker belysa utvecklingen på den nordiska satellit-tv-marknaden från 80-talet framåt. De största medieaktörerna tas upp och uppsatsen ger en bild av deras ställning på marknaden. Vilken gruppering är dominerande på marknaden? Hur har satellit-tv utvecklats i Norden och hur kommer framtiden att se ut?

1.2 Metod

Satellit-tv är en bransch som utvecklas mycket snabbt och därför föråldras hastigt nästan all litteratur som berör området. För att få aktuella uppgifter har jag därför använt olika arkiv och databaser på Internet som källor. Litteratur inom massmedieforskning har gett en inblick i mediekoncentrationens problematik.

1.3 Avgränsningar

Antalet satellit-tv-kanaler i Norden har ökat snabbt under de senaste åren. Därför är det skäl att göra vissa avgränsningar för att uppsatsen inte ska bli för omfattande. Jag koncentrerar mig därför i första hand på utvecklingen på den svenska marknaden. Eftersom Norden ändå är ett enhetligt marknadsområde och de stora satellit-tv-operatörerna är verksamma i flera länder måste jag också i viss mån gå in på utvecklingen i de andra länderna. Island lämnar jag bort i det här sammanhanget eftersom landet inte är betydande i satellit-tv-sammanhang.

2. Bakgrund

Under en lång tid fram till mitten av 80-talet präglades satellit-tv-mottagandet av de enorma parabolantennerna som kunde vara över tre meter i diameter. Tv-programmen sändes via kommunikationssatelliter med låg effekt vilket gjorde att signalerna var svaga. Tv-bolagen började redan på 70-talet att planera direktsändande så kallade DBS-satelliter som skulle möjliggöra små antenner genom att sända med hög effekt.

I Norden diskuterades en gemensam satellit, Nordsat, som bland annat skulle sända en samnordisk tv-kanal. Satellitens förespråkare betonade den industripolitiska betydelsen av projektet. Också den ökade valfriheten mellan olika tv-kanaler var ett argument som talade för satelliten. Motståndarna ansåg däremot att programtiden ändå bara skulle fyllas med utländska program som inte gynnade den nordiska kulturen. (Hadenius 1994)

2.1 Experimentet Tele-X

Nordsat blev aldrig verklighet och i stället började Sverige planera ett eget satellit-projekt, Tele-X. Den här satelliten skulle i främsta hand bli ett industripolitiskt experiment. Tele-X skulle förmedla tv och datatrafik.

Norge och Finland deltog också en tid i Tele-X-projektet, men projektet drevs sist och slutligen bara av Sverige. Tele-X skjöts upp 1989 och vid den här tidpunkten var det inte ännu säkert vad satelliten skulle användas till (Hadenius 1994).

Det var NRK och svenska TV4 som först började utnyttja satelliten, senare flyttade också Nordic Channel/Kanal 5 till Tele-X. År 1997 ska den föråldrade Tele-X ersättas av satelliten Sirius 2 som har kapacitet för flera kanaler.

Startskottet för nordisk satellit-tv blev ändå Astra-satelliten som också började sända 1989. Kinneviks nordiska tv-kanal Scansat TV3 som utnyttjade Astra, lockade många nordbor till parabolköp, likaså de internationella kanalerna MTV Europe, Eurosport, Super Channel, Sky Channel mfl. De idag totalt sex Astra-satelliterna är medeffektsatelliter som ger möjlighet till direktsändning och samtidigt kan utrymma ett stort antal transpondrar. Transpondern är den delen av satelliten som förmedlar tv-signalen till mottagaren.

De nordiska tv-kanalerna var länge utspridda på många olika satellit-positioner, vilket gjorde mottagningen besvärlig. Tv-tittaren behövde antingen många parabolantennor eller en motordriven antenn som kunde riktas till flera olika satelliter.

I mitten av 90-talet kom tv-operatörerna på idén om samarbete som skulle göra satellit-tv attraktivare genom enklare mottagningsutrustning.

2.2 Satellitkrig blir satellitsamarbete

Två läger bildades som båda försökte bilda en nordisk satellit-tv-position enligt modell från Astra. Astra-systemet har blivit oerhört framgångsrikt eftersom flera satelliter har placerats på en och samma position. Astra-systemet kan därför erbjuda tiotals olika kanaler som kan tas emot med en enkel och billig utrustning.

Kinnevik satsade hårt på Tele-X-satellitpositionen som innehades av det svenska lägret med Nordiska satellitaktiebolaget som drivande kraft. Bredvid Tele-X placerades Sirius-satelliten och Kinneviks populära TV3 började sända okodat från Sirius tillsammans med de nya nischkanalerna Z-TV och TV6. Från förut sände TV4 och TV5 Nordic/Kanal 5 från Tele-X och den här kombinationen blev oslagbar. I Sverige började en satellit-tv-boom. Svenskarna kunde få fem nya gratiskanaler med en enkel och billig utrustning som kallades Sverigeparabolen. Situationen varade i ungefär ett år, sedan blev det stopp. På grund av programbolagens påtryckningar var Kinnevik tvungen att koda sina kanaler till många tittares föregelse.

Samtidigt hade norska Tele-TV, senare Telenor inlett sändningarna från Thor 1-satelliten som fanns på en annan position än Tele-X. De fem Thor-kanalerna bildade CTV-kanalpaketet som marknadsförs fortfarande. Thor fick senare sällskap av Intelsat 707 och kanalutbudet ökade igen.

De svenska satellitkanalerna samlades på den svenska positionen runt Tele-X, de övriga nordiska kanalerna på den norska positionen runt Thor. Tidningarna skrev om de nordiska "satellitkriget". Norrmännen och svenskarna tävlade om vem som kunde samla fler tv-kanaler på sin satellitposition.

"Kriget" fick ett lyckligt slut genom ett samarbetsavtal mellan parterna. Norrmännen och svenskarna skulle fortsätta att tävla om kanalerna, men marknadsföringen av mottagarutrustningen skulle få ett enhetligt ansikte utåt.

Numera säljs den så kallade Nordenparabolen med vilken alla kanaler från de nordiska tv-satelliterna kan mottagas. De nordiska satellitpositionerna har i praktiken konkurrerat ut det i Norden tidigare så starka Astra-systemet.

3. De nordiska satelliterna

Satelliterna på de nordiska satellitpositionerna är fem till antalet. Tele-X är den första av de nordiska satelliterna. Tele-X har haft tekniska problem energitillförseln under hela den verksamma perioden och det här har tidvis hindrat tv-sändningarna från satelliten. Tele-X ska ersättas av Sirius 2 under tredje kvartalet 1997. Sirius 2 har 13 tv-transpondrar för det nordiska täckningsområdet och 13 för det europeiska. Sex transpondrar används för digital-tv och datatrafik. (Aerospatiale)

Den norska Thor 1-satelliten förmedlar CTV-kanalpaketet som består av ett flertal internationella kanaler. En del av programmen har textning, dubbning eller referat på nordiska språk. Thor 1 köptes till Norden från Storbritannien där den tidigare användes av BSB-bolagets fem tv-kanaler. Efter att Rupert Murdochs Sky Television köpte det konkurrerande BSB-bolaget blev satelliten onödig. Sky använder i stället Astra-satelliterna för sina sändningar. Sirius 1-satelliten ägdes också tidigare av BSB-bolaget och även den hamnade i nordiska händer.

TV-sat 2 är en före detta tysk satellit som numera används av tre nordiska kanaler. Satelliten köptes till Norden på grund av en akut brist på lediga satellittranspondrar.

Intelsat 707 hör till de senaste satelliterna på den nordiska himlen. Satelliten sänder inte bara nordiska program utan en del av transponderkapaciteten utnyttjas av andra tv-kanaler som till exempel den libyska tv:n.

Förutom nya Sirius 2 ska också Thor 2-satelliten skjutas upp under 1997. Thor 2 är utrustad med 15 transpondrar och satelliten kommer att placeras på samma position som Thor 1 (Richard Karlsson, Sat Nordic vol. 05).

Tabell 1. De nordiska satellit-tv-kanalerna

Satellit: Sirius 1	kanalpaket	anmärkning
VH-1	ViaSat+	betalkanal, musik
Z-TV, Sverige	ViaSat+	betalkanal, ungdom & musik
Nickelodeon	ViaSat+	betalkanal, barn
TV4, Sverige		gratis, full service
TV6, Sverige	ViaSat+	betalkanal, underhållning & sport
TVG, Sverige	ViaSat+	betalkanal, tv-shopping
TV3, Sverige		gratis med kort, underhållning
Satellit: Tele-X		
Kanal 5, Sverige		gratis, underhållning
Satellit: Thor 1		
CNN International	ViaSat/MultiChoice/CTV	betalkanal, nyheter
Eurosport Nordic	ViaSat/MultiChoice/CTV	betalkanal, sport
The Childrens Channel	ViaSat/MultiChoice/CTV	betalkanal, barn
The Discovery Channel	ViaSat/MultiChoice/CTV	betalkanal, dokumentärer
FilmNet 2	MultiChoice	betalkanal, filmer
FilmNet1	MultiChoice	betalkanal, filmer
Satellit: Intelsat 707		
TV Norge/Forum		gratis, underhållning
TV1000	ViaSat: TV1000	betalkanal, filmer
TV3, Norge		gratis med kort, underhållning
Cartoon Network/TNT	ViaSat/MultiChoice/CTV	betalkanal, barn/filmer
NRK 1, Norge		gratis, public service
TV3, Danmark		gratis med kort, underhållning
NRK 2, Norge	"Norsk TV2-kort"	bara i Norge, public service
SuperSport	MultiChoice	betalkanal, sport
TV2, Norge	"Norsk TV2-kort"	-, full service
BBC Prime	ViaSat/MultiChoice/CTV	betalkanal, nyhet.&underhållning
TV3, Sverige		gratis med kort, underhållning
DR2, Danmark	ViaSat/MultiChoice	bara i Danmark, public service
MTV Europe	ViaSat/MultiChoice/CTV	betalkanal, musik
Satellit: TV-sat 2		
TV1000 Cinema	ViaSat: TV1000	betalkanal, filmer
3+, Danmark		gratis, underhållning
Sci-Fi Channel	ViaSat+	betalkanal, scifi-serier

Källa: Elektronikvärlden nr 3 1997

4. Aktörerna i Skandinavien

4.1 NetHold/Canal+

NetHold/Canal+ är enligt uppgifter från FilmNet det fjärde största betal-tv-företaget i världen och bolaget är också dominerande i Norden på sitt specialområde. NetHold äger bland annat FilmNet-kanalerna och SuperSport. FilmNet startade sina sändningar i Sverige och Finland år 1986 och SuperSport lanserades 1995. Numera har NetHolds film- och sportkanaler omkring 400.000 abonnerande hushåll i Norden. (FilmNet)

NetHold hör till pionjärerna på digital-tv-området i och med att bolaget lanserade DSTV, "digital satellite tv" hösten 1996. DSTV är ett paket som omfattar ett 20-tal nischkanaler riktade till tv-publiken i Norden och Benelux-länderna. NetHold fusionerades med det franska betal-tv-bolaget Canal+ i september 1996.

NetHold och svenska MTG förhandlade före Canal+-fusionen om en sammanslagning av bolagens konkurrerande filmkanaler, NetHolds FilmNet och MTG:s TV1000, men på grund av fusionen blev det inget av samarbetet. TV1000 har varit förlustbringande redan en lång tid.

NetHold marknadsför sina betal-tv-kanaler via dotterbolaget MultiChoice.

Tabell 2. NetHolds digital-tv-paket, DSTV

Satellit: Astra	
Adult Channel, erotik	EBN, ekonomi
Bet on Jazz, jazz	Eurotica TV, erotik
Bloomberg TV, nyheter & information	FilmNet 1, filmer
Country Music Television, country-musik	FilmNet 2, filmer
CNBC, ekonomi	Hallmark, underhållning
The Discovery Channel, dokumentärer	Kanal 5, Sverige, underhållning
NBC Europe, nyheter, sport, underhållning	The Performance Channel, konst
SuperSport, sport	The Childrens Channel, barn
Travel, resor	PTV4, Finland, underhållning & sport
TV Norge, underhållning	The Weather Channel, väder
TMF, musik	

Källa: Sat Nordic vol.09

4.2 Modern Times Group, MTG

MTG är ett Kinnevik-bolag där de nya medierna har samlats. En rad tv-kanaler, radiokanaler, samt medietjänster och postorderförsäljning samsas under samma tak. MTG är en av de största aktörerna på Skandinavians tv-marknad.

Det var Kinnevik som introducerade komersiell satellit-tv i Norden med sitt TV3. Det var Kinnevik som bröt de statliga tv-monopolerna. Och MTG trampar i Kinneviks fotspår.

TV3 tillhör de mest lönsamma delarna av MTG. Kanalen startade sina sändningar på nyårsafton 1987 över hela Skandinavien. TV3 bjöd på angloamerikanska filmer och serier textade till svenska, norska och danska, något som var sällsynt i de statliga kanalerna. Numera är TV3 delad i tre nationella systemkanaler, TV3 i Sverige, Norge och Danmark.

Efter TV3 startade Kinnevik filmkanalen TV1000 1989. Kanalen fusionerades senare med den konkurrerande filmkanalen SF Succé. 1992 blev Kinnevik delägare i TV4 som fick licens för marksänd tv i Sverige. Samma år startade också Z-TV som riktar sig till en ung publik. TV6 som ursprungligen var en kanal med kvinnlig prägel inledde sändningarna 1994 tillsammans med den första shoppingkanalen i Norden, TVG. (MTG News, www.everyday.no/MTG)

MTG har haft ekonomiska svårigheter de senaste åren. Förlusterna kommer från bolagets tv-kanaler som inte har gått så bra som planerat. Enbart felsastningarna på Z-TV i Danmark och Norge, 3+ i Norge och TV6/Sportkanalen i Sverige, Norge och Danmark, gav en förlust på 248 miljoner SEK under de nio första månaderna 1996 (Bernt Hermele, Resumé 21.11.1996). För att åtgärda det här försöker bolaget nu förskjuta tv-verksamheten från reklamfinansierad tv till betal-tv. Intäkterna från den reklamfinansierade tv:n växer inte längre, vilket försämrar resultatet också för MTG:s före detta kassako TV3.

MTG väntar sig att betal-tv så småningom ska rädda bolaget ur krisen. MTG har redan en kundbas på 740.000 och parabolhushållen i Norden väntas växa med 150.000 varje år, varav ungefär 90 procent ansluter sig till MTG:s betal-tv-bolag ViaSat (Affärsvärlden nr 46 1996, Finanstidningen). En av orsakerna till ViaSats starka ställning är TV3. Kanalen är i princip gratis, men ändå kodad. För att få se den måste parabolägarna köpa ViaSats smartkort och då är tröskeln låg för att kunderna samtidigt också abonnerar på betal-tv.

ViaSat erbjuder olika betal-tv-paket i olika prisklasser. Filmkanalerna TV1000 och TV1000 Cinema är flaggskeppen, men de har varit förlustbringande. Det andra ViaSat-paketet är ViaSat Plus där företaget marknadsför både MTG-kanaler och internationella kanaler. Paketet utgör ett så kallat low-pay-tv-paket, som inte kostar lika mycket som de dyra filmkanalerna. MTG:s Z-TV, TV6 och 3+ ingår i ViaSat Plus och paketet kompletteras av amerikanska Viacoms Nickelodeon, Sci-Fi Channel och VH-1. ViaSat kommer att utöka kanalutbudet kraftigt inom de närmaste åren. (ViaSat)

4.3 Scandinavian Broadcasting System

SBS, Scandinavian Broadcasting System, grundades 1989 och bolaget är registrerat i Luxemburg (Veckans affärer 29.8.1996). Bolaget är en av de stora aktörerna i Norden och det ägs av amerikanska Disney/ABC. SBS skulle ursprungligen koncentrera sig på byggandet av radio- och tv-kanaler i Skandinavien, men numera har bolaget etablerat sig också i östra Europa. SBS äger bla svenska Kanal 5 och norska TV Norge. Bolaget ska snart också starta en dansk underhållningskanal. (Resumé 30.1.1997)

Kanal 5 inledde sändningarna 1989 under namnet Nordic Channel. Efter många ägarbyten och namnbyten [Nordic Channel, TV5 Nordic, Femman, Kanal 5] har kanalen tryggt sin ställning som den tredje reklamfinansierade kanalen i Sverige. Kanal 5 har år efter år ökat sin sändningstid och numera sänder man nästan dygnet runt. Kanalen når ungefär hälften av svenskarna (Kanal 5). Hos parabolhushållen har Kanal 5 en tittarandel på ca 8 %.

Norska TV Norge började sända i slutet av 1988 och kanalen är den näst största kommersiella kanalen i Norge. Kanalen når drygt 60 procent av norrmännen. TV Norge förstärkte sin ställning betydligt i och med att kanalen 1996 inledde ett samarbete med 16 lokala tv-kanaler som sänder via marknätet. TV Norge fick på det sättet ett större tittarunderlag (Schibsted). TV Norge sänder via marksändarna när de lokala kanalerna inte har sändningar. Även MTG:s kanal 3+ försökte samarbeta med norska lokal-tv-stationer, men utan framgång.

4.4 TV4, Sverige

Svenska TV4 startade som en satellitkanal i september 1990. Det var med hjälp av Wallenberg-kapital som den här konkurrenten till Kinneviks TV3 kunde dras igång (TV4). Bolaget bakom kanalen hette ursprungligen Nordisk Television och TV4 skulle bli allnordisk.

Snart efter den svenska kanalen startade den norska systerkanalen, men den såldes kort efteråt som olönsam. Köpare var ett par norska affärsmän som gjorde TV4 Norge till en reklamfinansierad filmkanal. Norrmännen kunde inte få ihop tillräckligt med reklam för att finansiera kanalen och TV4 Norge lades ner som olönsam.

Även svenska TV4 hade ekonomiska svårigheter. De kostsamma egna tv-produktionerna i kombination med låga tittarsiffror och låga annonsintäkter var ett stort problem. Det som räddade TV4 var en koncession att få sända över marknätet i Sverige. Förutom TV4 tävlade också TV3 och M3 om koncessionen. För att vara på den säkra sidan började TV4 och Kinnevik förhandla om en gemensam front. Kinnevik köpte in sig i TV4 och fick 30 procent av aktierna. Det här blev ett mycket starkt alternativ och slutligen fick TV4 koncessionen. (TV4)

5. Morgondagen idag

År 1997 inleder några nya satellit-tv-kanaler sina sändningar i Norden. I Sverige är åtminstone ekonomikanalen TV8 aktuell. I Danmark ska de regionala tv-kanalerna starta en rikskanal, TvDanmark, som också ska sändas via satellit. Danskarna får också en ny sportkanal, TV-S. (Cyberstuff Satellitguide)

Finland har hittills stått utanför den snabba satellitutvecklingen. Bara PTV4 sänder via satellit. Rundradion ska dock snart inleda sin satellitsändningar.

5.1 TV8 med ekonomi

I september 1996 ska en ny svensk tv-kanal introduceras. Före detta hotellkanalen Executive Channel har döpts om till TV8 och kanalen ska börja sända via satellit som betal-tv. Kanalen har som målsättning att bli en nischkanal som specialiserar sig på ekonomi, politik och kultur. Det är investmentbolaget Ratos som finansierar kanalen. TV8 räknar med att det behövs 100 miljoner SEK för att dra igång verksamheten. TV8 ska sändas från den nya satelliten Thor 2. (Åke Österlund, Veckans affärer 16.9.1996)

5.2 Mariebergs nyhetskanal

Marieberg planerar enligt Resumé en 24-timmars nyhetskanal på svenska. Kanalen skulle utnyttja nyhetsflödet från DN och Expressen som bolaget äger. Driftskostnaderna för en nyhetskanal skulle vara omkring 225 miljoner SEK per år. (Bengt Hermele, Resumé 3.10.1996)

5.3 Rundradiobolagen inleder satellitsändningarna

5.3.1 SVT

Både Sveriges Television och finska Rundradion ska starta satellit-tv-kanaler för nordbor i förskingringen. SVT:s kanal börjar sända i augusti-september 1997 från Sirius 2-satelliten. Kanalen består av samma program som nu sänds i TV4 i södra Finland, det vill säga av en blandning av SVT1:s och SVT2:s program.

SVT planerar också fem nya digitala kanaler som skulle sändas via det framtida digitala marknätet, men också via satellit (Bernt Hermele , Resumé 7.11.1996). Kanalpaketet skulle bestå av:

- Guldkanalen. Betal-tv med godbitar ur SVT:s programarkiv.
- 24-timmars nyhets- och sportkanalen. Även direkta riksdagsdebatter.
- Snabbrepreisreklam. Kanalen skulle visa snabbrepsiser av dagens program på de andra SVT-kanalerna.
- Arte och BBC-kanalen. Program från fransk-tyska Arte-kulturkanalen och från brittiska BBC med textning till svenska.
- Regionala program och nyheter.

5.3.2 YLE

Rundradions satellitkanal kommer å sin sida att bli en återutsändning av Finlands TV, den kanal som nu sänds från Nacka-sändaren i Stockholm och i de svenska kabel-tv-näten. Kanalen består av en blandning av program från TV1, TV2 och MTV3.

5.3.3 NRK

Norska rundradiobolaget NRK har redan en lång erfarenhet av satellit-tv-sändningar. Landet har besvärliga naturförhållanden och för att garantera sebarheten i hela landet, hyrde bolaget en transponder från Tele-X-satelliten.

I augusti 1996 startade NRK en ny kanal, NRK2, som tills vidare huvudsakligen sänds via satellit. NRK2 sänds via marknätet bara på större orter. NRK2 har redan en täckning på nästan 80 procent. Det skulle rent tekniskt och ekonomiskt ha varit en omöjlighet att uppnå en lika stor täckning utan satellit-tv. NRK2 riktar sig till en ung och urban publik. (NRK)

5.3.4 DR

Även Danmarks radio delade sin tv-verksamhet i två kanaler i augusti 1996 (DR). Den nya kanalen DR2 är den ungdomligare kanalen, medan DR1 är den breda huvudkanalen. DR2 sänds till en början via satellit och kabel-tv.

5.4 Digital-tv

NetHold har redan inlett digital-tv-sändningarna från Astra-satelliterna. Enligt en överenskommelse med Telenor, det norska bolaget som driver de norska Nordensatelliterna, ska NetHold börja sända digital-tv också från de nordiska satellitpositionerna. Redan 1997 ska NetHold kunna erbjuda ett 50-tal digitala kanaler. MTG ska starta konkurrerande digital-tv under 1998. (Janne Sundling, Veckans affärer 17.1.1997)

6. Analys av utvecklingen

6.1 Rundradiobolagens förlorade monopol

De nationella skandinaviska tv-systemen grundade sig en lång tid på rundradiobolagens monopol. Speciellt gällde det här Norge och Sverige. I de här länderna fick komersiell marksänd tv börja så sent som på 90-talet. I Finland har komersiell tv längre traditioner och i Danmark fick komersiella börja tidigare än i de nordiska grannländerna.

I Norge och Sverige bröts rundradiobolagens tv-monopol av satellit-tv-sändningarna som började i mitten av 80-talet. Kinneviks komersiella TV3 startade 1987. Kanalen sände till hela Skandinavien, men i Sverige och Norge var det inte tillåtet att sända komersiell tv vid den här tidpunkten. Kinnevik löste problemet genom att sända programmen via London eftersom lagstiftningen var liberalare i Storbritannien. Även svenska Nordic Channel kunde kringgå lagstiftningen på ett liknande sätt. Det här förfarandet bidrog till att de svenska och norska regeringarna var tvungna att liberalisera den nationella lagstiftningen och tillåta komersiell tv.

Den liberaliserade lagstiftningen medförde en överdriven boom på tv-marknaden med en mängd nya kanaler. Det var klart från början att alla inte skulle överleva. De nordiska länderna är alldeles för små att kunna upprätthålla så många reklamkanaler. Som mest var de reklamfinansierade rikskanalerna sju till antalet i Norge mot fyra idag, sex i Danmark mot fyra idag och sju i Sverige mot sex idag.

I och med liberaliseringen mötte rundradiobolagen en hård konkurrens. Public service-kanalerna [PS] tappade publik. De var tvungna att anpassa sig och modifiera sina programtablåer. Sveriges Television utökade programtiden med nöjes- och faktaprogram. (Olof Hultén, Nordicom-Information s 13)

I en artikel i Nordicom-Information skriver Olof Hultén att konkurrensen mellan PS-bolagen och de kommersiella bolagen kan resultera i att båda systemen stimulerar och utvecklar varandra så att programkvaliteten höjs. (Hultén s 21)

Det finns också en allmänt vedertagen hypotes som säger att ökad konkurrens leder till ökad likriktning, det vill säga tv-bolagen tävlar med samma koncept under bästa sändningstid. Det här gäller speciellt tv-bolag som bara förfogar över en tv-kanal. Bolagen vill nå en möjligast stor tittarandel för att få reklamintäkter och därför sänder de program som är säkra kort. Resultatet är likriktning.

Tv-bolag som äger flera kanaler kan profilera dem på olika sätt. Då når bolagen olika publikgrupper, män, kvinnor, unga, filmintresserade, barn, sportfantaster. Kanalerna tävlar inte sinsemellan utan kompletterar varandra och möjliggör profitmaximering och en möjligast stor tv-publik under bästa sändningstid.

6.2 Internationalisering och mediekoncentration

Den nordiska satellit-tv-marknaden domineras uteslutande av stora internationella företag som nordiska MTG, europeiska NetHold/Canal+ och amerikansk-europeiska SBS. De här företagen expanderar hela tiden och försöker bilda strategiska allianser med andra företag på branschen. Genom att skapa större enheter försöker bolagen skära ner på kostanderna vilket i sin tur ger en konkurrensfördel.

Då ett bolag äger och driver flera tv-kanaler från samma ställe kan tv-bolaget uppnå betydande skalfördelar i bland annat administrationen, programuppköpen, marknadsföringen och driften av kanalerna. Genom olika nischkanaler kan bolaget nå en större publik än genom bara en kanal. Skalfördelar uppnås också om bolaget drar igång flera språkversioner av kanalerna. Satellit-tv har också billigare driftskostnader än traditionell marksänd tv eftersom hela landet kan nås med en sändare [transponder].

Mediekoncentrationen är en direkt följd av de ovannämnda ekonomiska realiteterna. Om expansion är den enda lösningen för att få ner kostnaderna per tv-kanal blir följden mediekoncentration, eftersom marknaden inte kan upprätthålla hur många kanaler som helst. Det bolaget som vill expandera måste då köpa upp sina svagare konkurrenter eller konkurrera ut dem.

Mediekoncentrationen har kritiserats hårt i svensk massmedia med sådana argument som att yttrandefriheten begränsas och valfriheten försvinner. Vi kan vända på steken och ta en annan vinkling. I början av 80-talet fick svenskarna nöja sig med två PS-kanaler. Alla privatkanaler som har uppkommit efter det har egentligen ökat valfriheten, inte minskat den. Om faran är att kanalerna likriktas om de alla har olika ägare, är det inte då bättre att kanalerna har samma ägare som kan dela in dem i olika nischer och på det sättet skapa en mångfald i utbudet? Det kan väl inte vara så farligt om en aktör äger fem kanaler som alla sänder olika typer av underhållningsprogram. Yttrandefriheten hotas bara om nyhetsförmedlingen koncentreras, vilket den inte har gjort. De nya tv-kanalerna sänder mest underhållning och fiktion.

Internationalisering och mediekoncentration är en allmän trend över hela världen. Makten koncentreras i händerna på multinationella mediekonglomerat som News International, Disney/ABC och Time Warner. (Denis McQuail s 166). Det finns också utrymme för regionala giganter som Bertelsmann, MTG och Canal+. Orsaken till de många fusionerna är just skalfördelarna. Större företag är dessutom starkare i den hårda konkurrensen. Medieföretag tenderar också att köpa medier som har ett stabilt kassaflöde, i praktiken konventionella tv-kanaler och dagstidningar. (McQuaile s 166)

6.3 Den svenska tv-marknaden

Den komersiella tv:n har drastiskt ändrat tv-utbudet i Sverige. Antalet sändningstimmar har mångfaldigats, likaså antalet sändningskanaler. Programutbudet har också fått en mer underhållande prägel. Ur en undersökning som Sveriges Television lät göra 1993 framgår det att tv-fiktionen upptar en stor del av de komersiella kanalernas sändningstid och att de svenska rundradiokanalerna har en mycket jämnare fördelning mellan olika programkategorier (Hultén s 15). Det här är knappast överraskande. SVT-kanalerna skiljde sig från de komersiella kanalerna genom att de hade betydligt mer faktaprogram under bästa sändningstid (Hultén s 16). De komersiella kanalerna körde nästan uteslutande med underhållning och fiktiva program såsom tv-serier och filmer.

I en annan undersökning som gjordes under perioden 19 augusti – 8 oktober 1996 det att Kanal 5, TV6 och Z-TV ökade sin penetration med två procent var [tabell 3]. Däremot minskade TV3 sin penetration på grund av att kanalen böt satellit och kodade samtidigt sina sändningar.

Kanal 5 har länge varit en av de minsta kanalerna, men de senaste åren har kanalen satsat mer på programkvaliteten och det har lockat många nya tittare. Trumfkortet är Disneys stora programarkiv som Kanal 5 fick tillgång till efter att Disney köpte ABC/Capital Cities och fick kontroll över SBS som driver kanalen.

TV3, Kanal 5, TV6 och Z-TV sänder enbart via satellit och kabel och därför är kanalernas penetrationssiffror lägre än för TV4 som också sänder via marknätet.

Tabell 3. Penetrationstal, svenska tv-marknaden

	1996	1995
TV3	54 %	56 %
TV4	99 %	99 %
Kanal 5	50 %	48 %
TV6	38 %	36 %
Z-TV	37 %	35 %

Källa: Resumé 961205/MMS

MTG:s TV3 har alltid varit starkast av de svenska satellitsända reklamkanalerna om inte TV4 räknas med, men kanalens ställning hotas numera av Kanal 5 som år för år har ökat sina marknadsandelar. De MTG-ägda Z-TV och TV6 har haft ekonomiska förluster och MTG har planerat att slå ihop dem till 3+ enligt dansk-norsk modell.

MTG:s felsatsningar blev en mycket dyr affär för bolaget som nu försöker vara försiktigare, speciellt inom nästa stora projekt, digital-tv. Där har MTG inte råd att misslyckas. För att få större inkomster har MTG gjort före detta gratiskanaler Z-TV och TV6 till betal-tv-kanaler. Kanalerna finansieras fortfarande också med reklam. Det är ändå möjligt att tittarna sviker kanalerna om de måste betala för dem. Då överger också annonsörerna kanalerna. Det är ett riskfyllt spel som MTG spelar.

6.4 Den norska tv-marknaden

Tv-marknaden i Norge har levt turbulenta tider de senaste åren. TV3 och TV Norge har varit de viktigaste kanalerna på den komersiella sidan. 1995 introducerade MTG de norska systemkanalerna till Z-TV och TV6 och ett år senare Sportkanalen. De här tre kanalerna var förlustbringande och kunde inte nå break-even. MTG slog därför ihop dem till kanalen 3+ för att minska på distributionskostnaderna. Nu har det visat sig att inte ens 3+ kan generera vinst och kanalen ska därför läggas ner.

Full service-kanalen TV2 Norge kom i eteren 1992. Kanalen har en rikstäckande koncession för marksändningar, men TV2 utnyttjar också satellit-sändningar. Kanalen har ensamrätt på rikstäckande reklam i tio års tid och har därför blivit en kassako för ägarna.

TV+ startade sin verksamhet i början av 1995, men kanalen sände bara några timmar varje kväll. Kanalen nådde nästan hälften av norrmännen. TV+ inställde sina sändningar i augusti 1996 och ägarna planerar nu en ny strategi för kanalen (Schibsted). Det är ändå sannolikt att kanalen är borta för alltid.

Tabell 4. Den norska tv-marknaden

kanal	täckning, %	tittarandel, %	omsättning 1995, NOK
NRK	100	48	-
TV2	93	29	760
TV Norge	55	8	220
TV3	51	5	175

Totala reklamintäkter 1155 NOK

Källa: VAezine 960205

Den norska marknaden präglas av många felsatsningar och antagligen kommer det nya med digitaliseringen då fler kanaler möjliggörs. MTG:s TV3 har klarat sig sämst av de nuvarande reklamkanalerna och den positionen får kanalen nöja sig med ett tag framöver. TV Norge fick ett stort försprång då kanalen fick tillgång till de lokala marksändarna. Större tittarandelar lockar fler annonsörer och mer pengar. TV Norge kan mycket väl till och med utmana TV2 Norge på nationell nivå efter att TV2:s nuvarande koncessionstid har löpt ut år 2002.

6.5 Den danska tv-marknaden

Även i Danmark har tv-marknaden förändrats kraftigt på en kort tid. Även i Danmark försökte MTG etablera sina Z-TV, TV6 och Sportkanalen. Ingen av kanalerna blev vinstbringande och de slogs samman till 3+. Till skillnad från Norge så lyckades den här åtgärden då den nya samlingskanalen fick tillräckligt många tittare.

TV3 har länge varit den största satellit-kanalen i Danmark, men även där hotas dess position av en ny konkurrent. Landets komersiella regionalkanaler har grundat TvDanmark som lätt kan bli en tuff utmanare på reklammarknaden.

Efter att MTG lade ner den danska Sportkanalen, tar nya TV-S och gör ett nytt försök att skapa en renodlad nationell sportkanal. Det kan bli en tuff uppgift. Kanalen måste ha tillräckligt stora resurser för att kunna tävla om sändningsrättigheter. Det är även viktigt att kanalen får utrymme i möjligast många kabel-tv-nät för att få ett stort potentiellt tittarunderlag.

7. Slutsatser

Den nordiska satellit-tv-marknaden befinner sig nu i en mellanperiod med en viss tillbakagång i utvecklingen. Kännetecknet för början av 90-talet var den stora tv-boomen som var en följd av den liberaliserade lagstiftningen. En orsak till boomen var också att satellit-tekniken blev billigare. De svagaste av de många tv-kanalerna som startade under boomen har redan lagt ner sin verksamhet på grund av ekonomiska svårigheter. Marknaden präglas av stagnation.

Det som igen kan sätta fart på den nordiska satellit-tv-branschen är digitaliseringen. Digital satellit-tv minskar sändningskostnaderna och möjliggör ett större antal kanaler. Följden är dels att fler nischkanaler kan startas, dels att nuvarande kanaler får parallellkanaler som sänder täta repriser på moderkanalens program. En filmkanal kan till exempel sända samma film med 15 minuters mellanrum på de olika parallellkanalerna.

Något som också kommer att prägla utvecklingen de närmaste åren är fusionerna på mediebranschen. De nordiska medieaktörerna kommer också att internationaliseras ytterligare. NetHold–Canal+-fusionen är bara början. Det är sannolikt att fler internationella storföretag bryter sig in på den nordiska tv-marknaden. Speciellt Finland kan vara intressant eftersom landet inte har upplevt en liknande tv-boom som de andra nordiska länderna. Det beror på att den finska reklam-tv:n redan är långt utvecklad. MTV3 har en stark ställning som rikstäckande kanal och PTV4 är den kompletterande kanalen.

Digital-tv kan i större utsträckning öppna dörrarna till Norden för de utländska bolagen. Det tar ändå några år ännu innan digitaltekniken blir allmän och innan det lönar sig att starta nya digitala tv-kanaler. Övergången från analog teknik tar ganska länge och det betyder ökade driftsutgifter för pionjärbolagen som måste sända både digitalt och analogt. De som är först ute har ändå en konkurrensfördel jämfört med försiktigare bolag.

Källförteckning:

Aerospatiale

www.cannes.aerospatiale.fr/anglais/sats/sirius2.html

Affärsvärlden Nr 46, 1996: *Företagsanalys: Kinnevik*

www.afv.se

Cyberstuff Satellitguide: Satellitnyt

<http://home3.inet.tele.dk/steens/satellit.html>

DR: DR2 nyt

www.dr.dk/dr2/dr2nyt.htm

Elektronikvärlden Nr 3, mars 1997, s 49

FilmNet: Information

www.filmnet.se

Finanstidningen: Industriförvaltnings AB Kinnevik, Interim Report January – June 30 1996, Report of the directors

www.fti.se

Hadenius S, Weibull L (1994): Massmedier: en bok om press, radio och tv, Stockholm, Bonnier

Hultén O (1994): Mångfald eller likriktning? Studier av tv:s utbud i Nordicom-Information Nr4/1994

Kanal 5: Information om Kanal 5

www.kanal5.se/kanal5info/kanal5.html

McQuail D (1994): Mass Communication Theory – An Introduction, Sage Publications

MTG, MTG News

www.everyday.no/MTG [inte tillgänglig längre]

NRK:

Pressemelding fra NRK 19.9.1996: Distribusjonen av NRK2 er 78 pst.

Pressemelding fra NRK 21.5.1996: NRK2 utnytter satellitmulighetene

www.nrk.no

Resumé/Resumé.se:

SBS lanserar ny satellit-tv-kanal, 30.1.1997

Kinneviks MTG gör brakförlust, 21.11.1996 av Bermt Hermele

SVT planerar fem nya kanaler, 7.11.1996 av Bengt Hermele

Marieberg planerar för egen tv-kanal, 3.10.1996 av Bengt Hermele

www.resume.se

Richard Karlsson, Tele Satellit:

Sat Nordic vol 05, 26.10.1996, Sat Nordic vol 09, 14.12.1996

www.tele-satellit.com/listserver/tags1/sat-nordic

Schibsted: Eierstruktur, distribusjon

www.sn.no/schibsted/

TV4: TV4 företagspresentation

www.tv4.se

Veckans affärer/VAezine:

Nytt bolag stärker NetHold, 17.1.1997 av Janne Sundling

Medier: Ratos satsar på TV8, 16.9.1996 av Åke Österlund

SBS satsar på nytt trots stora förluster, 29.8.1996

www.va.se

ViaSat

www.viasat.se