



Forpligtelse for streamingtjenester

Forslag til udmøntning af en forpligtelse for streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion

Opdateret rapport august 2020

Kontakt

Denne rapport er udarbejdet af Deloitte Consulting for Kulturministeriet.

Spørgsmål til rapporten kan stilles til:

Ulrik Bro Müller
Partner
Tlf. +45 30 93 40 13
E-mail: umuller@deloitte.dk

Indhold

1	Indledning	4
2	Ledelsesresume	7
3	Genstandsfelt	11
4	Metode og grundlag	16
5	Det danske streamingmarked	19
6	Hvordan kan en forpligtelse udformes?	25
7	Hvem kan en forpligtelse omfatte?	30
8	Hvordan kan en forpligtelse opgøres?	37
9	Opmærksomhedspunkter	40

1 Indledning

Deloitte har udarbejdet et bud på en forpligtelse for streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion.

Den tidligere regering (Venstre, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti) og Dansk Folkeparti indgik som del af mediaaftalen for 2019-2023 aftale om en forpligtelse for udbydere af streamingtjenester til at investere i dansk indhold.

På den baggrund har Kulturministeriet bedt Deloitte om at kortlægge streamingtjenester på det danske marked og opstille et bud på at udmønte forpligtelsen.

Aftaleteksten lyder: "Udbydere af streamingtjenester pålægges at investere 2 pct. af deres omsætning i Danmark i form af direkte investeringer i nyt dansk-sproget indhold. Forpligtelsen skal gælde alle streamingtjenester på det danske marked, herunder udenlandske tjenester, der retter deres aktiviteter mod Danmark. Der fastsættes en bundgrænse, således at virksomheder med en omsætning på under 375.000 kr. i Danmark fritages for forpligtelsen. Den nærmere udmøntning af ordningen aftales i efteråret 2018 mellem parterne bag mediaaftalen."

Efter folketingsvalget i juni 2019 har Socialdemokratiet overtaget regeringsmagten, og der er ikke længere flertal bag mediaaftalen. Det fremgår dog af den politiske forståelse mellem regeringen og dens støttepartier (Radikale Venstre, SF og Enhedslisten), at "Regeringen vil gøre status på implementeringen af [media]aftalen og på den baggrund indbyde til politiske drøftelser med det mål at styrke dansk public service og blandt andet tage initiativ til, at streamingtjenester bidrager mere til danskproduceret indhold".

Denne rapport præsenterer Deloitte's kortlægning af det danske streamingmarked og de afledte overvejelser om, hvordan en eventuel forpligtelse for streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion kunne se ud. Det omfatter både overvejelser om den nærmere udformning, og hvilke tjenester og udbydere der kan være omfattet af en eventuel forpligtelse.

En eventuel dansk forpligtelse for udbydere af streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion vil være baseret på EU-direktivet om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet).¹ Med afsæt i AVMS-direktivet er streamingtjenester afgrænset til video on demand-tjenester, jævnfør kapitel 3 om genstandsfeltet.

¹ Direktiv 2010/13/EU om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester). Direktiv 2018/1808/EU om ændring af direktiv 2010/13/EU om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester i betragtning af de ændrede markedsforhold

Et marked i forandring

Det audiovisuelle mediemarked er under forandring. Distributionsteknologien går fra kabel- og luftbårne tv-signaler til internetbaseret streaming, forretningsmodellerne flytter sig fra flow-tv og faste tv-pakker til on demand- og individuelle løsninger, og danskernes forbrug af audiovisuelle medier bliver ligeledes stadig mere individualiseret. Nogle forbrugere supplerer tv-pakkerne med nye tilbud, for eksempel et Netflix-abonnement, mens andre opsiger deres tv-abonnement og selv sammensætter en vifte af produkter eller køber adgang til tjenester fra gang til gang.

Udviklingen har blandt andet været drevet af internationale aktører såsom HBO og Netflix, der etablerede sig i Danmark i 2012 og allerede godt fem år efter har en betydelig markedsandel. Men også de danske aktører har omfavnet udviklingen og tilbyder i dag deres kunder digitale on demand-løsninger enten som selvstændige tilbud eller sammen med de mere traditionelle produkter.

Sikring af dansk indhold

De politiske overvejelser om at forpligte streamingtjenester på at bidrage til dansk indholdsproduktion går på at sikre, at den digitale udvikling ikke underminerer dansk indholdsproduktion og danskernes adgang til dansksproget indhold.

I medfør af ophavsretsloven er den traditionelle distribution af flow-tv omfattet af en aftale om, at tv-distributørerne betaler et vederlag til rettighedshaverne for at videredistribuere kanaler og indhold (retransmissionsvederlag). Dermed bidrager flow-tv til et solidt finansieringsgrundlag for produktion af dansk indhold.

Nye alene internetbaserede on demand-forretningsmodeller er ikke omfattet af retransmissionsvederlag, fordi der ikke er tale om retransmission i ophavsretslovens forstand, og derudover stiller mange af tjenesterne primært et internationalt gangbart indhold på engelsk til rådighed for deres kunder. Det kan sætte dansk indhold og dansk indholdsproduktion under pres.

Problemstillingen gælder ikke kun Danmark, men er på den politiske dagsorden på tværs af Europa. I den forbindelse har Europa-Parlamentet og Rådet for den Europæiske Union med AVMS-direktivet tilvejebragt et regelsæt, som skal bidrage til at sikre optimale konkurrencevilkår og respekt for kulturel og sproglig mangfoldighed.

Det seneste ændringsdirektiv fra 2018 åbner blandt andet mulighed for, at medlemsstaterne kan anmode medietjenesteudbydere om at bidrage finansielt til europæisk indholdsproduktion. Det gælder både medietjenesteudbydere under medlemsstatens jurisdiktion samt udbydere i andre medlemsstater, der målretter deres virksomhed mod den pågældende medlemsstat.

En række lande, for eksempel Tyskland, Frankrig og Belgien, har allerede indført lovgivning, som pålægger udbydere af streamingtjenester at bidrage til lokalt indhold.

Centrale hensyn

Denne rapport præsenterer Deloitte's overvejelser om den konkrete udformning af en forpligtelse for streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion.

Det audiovisuelle marked er komplekst. Der er eksempelvis stor variation i forretningsmodeller, produktionskæder, produktvifter, selskabskonstruktioner, ju-

risdiktioner og teknologiske løsninger. Derudover er markedet i hastig udvikling. Derfor tager vores overvejelser om udmøntning af en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold udgangspunkt i tre pejlemærker, som skal sikre, at forpligtelsen ikke har uhensigtsmæssige konsekvenser:

- **Enkelthed:** Vi sigter mod en forpligtelse, som er nem at forstå og orientere sig efter, og som er nem at håndhæve.
- **Få byrder:** Vi sigter mod en forpligtelse, som ikke belaster aktørerne unødigt.
- **Neutral:** Vi sigter mod en forpligtelse, som ikke forskelsbehandler aktørerne.

Overvejelserne om den konkrete udformning tager udgangspunkt i det aktuelle marked. Den hastige teknologiske og forretningsmæssige udvikling betyder, at det vil være nødvendigt løbende at vurdere den fortsatte relevans af overvejelserne og eventuel afledt lovgivning.

Læsevejledning

Udover indledningen indeholder rapporten ni kapitler, som samlet opsummerer overvejelserne om udformningen af en eventuel forpligtelse og det materiale, som overvejelserne er baseret på:

- Kapitel 2 **Ledelsesresumé** opsummerer Deloitte's overvejelser om udformningen af en forpligtelse for udbydere af streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion.
- Kapitel 3 **Genstandsfelt** præciserer det potentielle genstandsfelt for en forpligtelse med udgangspunkt i AVMS-direktivets definition af en streamingtjeneste.
- Kapitel 4 **Grundlag** redegør for det grundlag, som Deloitte's overvejelser om udformningen af en forpligtelse er baseret på, herunder fremgangsmåden for kortlægningen af det samlede streamingmarked.
- Kapitel 5 **Det danske streamingmarked** redegør for det danske streamingmarked, herunder forretningsmodeller, samlet omsætning og investering i nyt dansk indhold.
- Kapitel 6 **Hvordan kan en forpligtelse udformes?** indeholder forslag til at præcisere, hvordan en forpligtelse kan understøtte dansk indholdsproduktion. En forpligtelse kan både omfatte en pligt til direkte at investere i dansk indhold eller at bidrage til en fond, som har til formål at støtte dansk indholdsproduktion.
- Kapitel 7 **Hvem kan en forpligtelse omfatte?** indeholder forslag til at afgrænse subjektet for en eventuel forpligtelse. Deloitte foreslår, at forpligtelsen omfatter aktører, som ikke allerede er forpligtet til at levere dansk indhold, og som har størrelse og forretningsmodel til at løfte forpligtelsen.
- Kapitel 8 **Hvordan kan en forpligtelse opgøres?** indeholder forslag til at definere objektet for en eventuel forpligtelse. Deloitte foreslår en hovedregel om at anvende omsætningen som beregningsgrundlag, når der foreligger en entydig omsætning, og alternativt at anvende en investeringssats per abonnement, når der ikke foreligger en entydig omsætning.
- Kapitel 9 **Opmærksomhedspunkter** opridser en række forhold, som det er væsentligt at være opmærksom på ved eventuel udmøntning af en forpligtelse. Markedet er komplekst og under hastig udvikling, og Deloitte foreslår derfor blandt andet at evaluere, om en forpligtelse indfrir intentionerne to år efter udmøntningen.

2 Ledelsesresumé

Deloitte har udarbejdet et bud på udmøntningen af en forpligtelse for streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion, hvor der er stræbt efter at sikre en ordning, der er let at administrere og håndhæve.

Opgave

Den tidligere regering (Venstre, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti) og Dansk Folkeparti indgik som del af mediaaftalen 2019-2023 aftale om at forpligte udbydere af streamingtjenester til at investere i dansk indhold.

På den baggrund har Kulturministeriet bedt Deloitte om at kortlægge streaming-tjenester på det danske marked og opstille et bud på at udmønte forpligtelsen.

Efter folketingsvalget i juni 2019 har Socialdemokratiet overtaget regeringsmagten, og der er ikke længere flertal bag mediaaftalen. Det fremgår dog af den politiske forståelse mellem regeringen og dens støttepartier (Radikale Venstre, SF og Enhedslisten), at regeringen vil "tage initiativ til, at streamingtjenester bidrager mere til danskproduceret indhold".

Denne rapport udgør Deloitte's overvejelser og forslag til udmøntning af en eventuel forpligtelse for streamingtjenester til at bidrage til dansk indhold. Deloitte sigter i overvejelserne mod en simpel ordning, som er forholdsvis let at administrere og håndhæve, og som ikke forskelsbehandler.

Forretningsmodeller

Streamingteknologien giver udbyderne stor frihed til selv at styre distributionen af tjenesterne, og der er tale om et forholdsvis nyt marked under hastig udvikling. Det giver et komplekst marked med store forskelle i forretningsmodeller på tværs af tjenesterne, for eksempel forskelle i sourcing-strategier, salg og pakketering samt distribution.

Deloitte har gennemført en kortlægning af det danske streamingmarked og har på denne baggrund klassificeret udbyderne af streamingtjenesterne i fire grupper efter deres typiske forretningsmodeller, jævnfør figur 2.1 på næste side.

VOD-producenter har en egen tjeneste, som de stiller til rådighed frit eller som del af et løbende abonnement, og hvor de selv producerer en del af indholdet. NETFLIX og DR er typiske eksempler på VOD-producenter.

VOD-leverandører har også en egen tjeneste, som de stiller til rådighed frit eller som del af et løbende abonnement, men de producerer ikke selv indhold. Blandt andet er STOF og C More VOD-leverandører.

TVOD-leverandører sælger forbrugsbaseret adgang til konkret indhold, for eksempel adgang til at se en film. Blockbuster og iTunes er eksempler på TVOD-leverandører på det danske marked.

VOD-distributører har ikke en egen tjeneste, men formidler andres tjenester til forbrugerne. TELMORE er et godt eksempel, hvor forbrugeren med telefonabonnementet TELMORE Play får adgang til HBO Nordic, ViaPlay og TV2 Play.

Figur 2.1. Typiske forretningsmodeller

	VOD-producent	VOD-leverandør	TVOD-leverandør	VOD-distributør
Type Primær leverancemodell	SVOD, AVOD, FVOD	SVOD, AVOD, FVOD	TVOD, EST	SVOD, AVOD, FVOD
Producent Aktøren producerer selv indhold til on demand-tjeneste (in-house og/eller bestilt produktion)	✓			
Egen tjeneste Aktøren stiller on demand-indhold til rådighed gennem egen brandede tjeneste	✓	✓	✓	
Aktiv kuratering Aktøren udvælger og pakker aktivt streaming-indhold i en eller flere on demand-tjenester	✓	✓	✓	
Ikke-transaktionel Aktøren har ikke baseret adgangen til indhold på betaling for det faktiske forbrug	✓	✓		✓
Distributør Aktøren stiller én eller flere on demand-tjenester til rådighed for kunder enten alene eller i bundter	✓	✓	✓	✓

Hvad betyder forkortelserne?

VOD – Video On Demand
Asdfasd

SVOD – Subscription Video On Demand
Forbrugeren har fuld adgang til udbyderens programkatalog mod at betale et løbende abonnement.

AVOD – Advertising-based Video On Demand
Forbrugeren har fri adgang til udbyderens programkatalog mod at se reklamer.

FVOD – Free Video On Demand
Forbrugeren har gratis adgang til udbyderens programkatalog.

TVOD – Transactional Video On Demand
Forbrugeren betaler et beløb for den konkrete brug af indhold, fx at se en film.

EST – Electronic Sell-Through
Forbrugeren betaler et beløb for varig adgang til konkret indhold, fx en film.

Kilde: Deloitte

Der er selvfølgelig tale om en forsimpning, men opdelingen favner de væsentligste forskelle og giver et operationelt grundlag for overvejelserne om den konkrete udmøntning af en forpligtelse.

Det danske streamingmarked

En eventuel dansk forpligtelse for udbydere af streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion vil være baseret på EU-direktivet om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet). AVMS-direktivet har til formål at sikre den frie bevægelighed af audiovisuelle medietjenester i EU, beskytte forbrugere samt fremme kulturel mangfoldighed og mediefrihed. Det seneste ændringsdirektiv fra 2018 åbner mulighed for, at medlemsstaterne kan anmode medietjenesteudbydere om at bidrage finansielt til europæisk indholdsproduktion.

Direktivet omfatter i udgangspunktet alle udbydere af audiovisuelle medietjenester, som stiller eget programkatalog med modtagelse på et brugervalgt tidspunkt til rådighed for danske forbrugere.

Med afsæt i AVMS-direktivets definition har Deloitte identificeret 41 streamingtjenester på det danske streamingmarked og estimeret den samlede omsætning på tjenesterne til cirka 2,5 mia. kr. i 2018.

De afgørende spillere på markedet er VOD-producenterne, som adskiller sig ved, at de eneste at levere eget indhold produceret enten in-house eller bestilt hos eksterne producenter. VOD-producenterne står for knap 70 procent af omsætningen på markedet og omfatter for eksempel DR TV, Netflix, TV2 Play og ViaPlay.

Alle VOD-producenter, inklusive Netflix, bidrager i dag væsentligt til dansk indholdsproduktion. Investeringsniveauet varierer dog betydeligt, hvor danske public service-virksomheder investerer op mod 50 procent af deres omsætning i nyt dansk indhold, mens udenlandske aktører investerer nogle få procent af deres danske omsætning.

Hvordan kan en forpligtelse udformes?

Overordnet set ser Deloitte to modeller for udformningen af en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion. Den første model består i en *investeringsforpligtelse*, som pålægger streamingudbydere på egen hånd at investere direkte i dansk indhold. Den anden model består i en *bidragsforpligtelse*, som pålægger udbydere at indbetale til en fond, hvor udbydere og producenter efterfølgende kan søge om støtte til at producere dansk indhold.

Det er grundlæggende set et politisk spørgsmål, om der foretrækkes en investerings- eller en bidragsforpligtelse. Overordnet set er en investeringsforpligtelse mindre administrativt byrdefuld og giver udbydere større frihed til selv at tilpasse produktionerne til egne behov. Omvendt giver en bidragsforpligtelse bedre sikkerhed for, at de konkrete produktioner reelt bidrager til dansk kulturproduktion på den ønskede måde.

Der er forskelle på, hvordan de forskellige forretningsmodeller kan håndtere de to udmøntningsmodeller. Grundlæggende set kan alle streamingforretningsmodeller håndtere en bidragsforpligtelse og i et eller andet omfang bidrage til en central fond, mens det alene er VOD-producenter med egen produktion, som meningsfuldt vil kunne indfri en investeringsforpligtelse. De øvrige forretningsmodeller forudsætter indkøb af præproduceret indhold, og de vil formentlig have svært ved at honorere en forpligtelse om at skulle investere direkte i en hel- eller delvis egenproduktion.

Det er dog fortsat alene VOD-producenterne, som vil kunne søge og udnytte produktionsmidler fra en central fond.

Hvem kan en forpligtelse omfatte?

AVMS-direktivet undtager visse udbydere af streamingtjenester for en finansiel forpligtelse, hvis der er gode grunde til det.

For det første indeholder AVMS-direktivet en obligatorisk fritagelse for udenlandske udbydere med lav omsætning eller lille målgruppe for at sikre, at forpligtelsen ikke underminerer markedsudviklingen og hindrer nye aktører i at træde ind på markedet

For det andet giver AVMS-direktivet medlemsstaterne mulighed for at undtage udbydere i tilfælde, hvor forpligtelsen i betragtning af arten eller emnet for tjenesten vil være upraktisk eller ubegrundet.

I forlængelse heraf foreslår Deloitte at målrette en eventuel forpligtelse mod aktører, som ikke allerede har en forpligtelse til at investere i dansksproget indhold, og som både har størrelse og forretningsmodel til at løfte forpligtelsen.

I praksis udmønter det sig til tre undtagelser. Vi foreslår at undtage public service-virksomheder, fordi de allerede bidrager til dansk indholdsproduktion. Vi foreslår desuden at undtage TVOD-leverandører (enkeltsalg af konkret indhold) og VOD-distributører (distribution af andres tjenester), fordi deres forretningsmodel grundlæggende består i at distribuere andres indhold. Slutteligt foreslår vi at undtage virksomheder med en omsætning på streamingtjenester på under 75 mio. kr. for at målrette forpligtelsen mod store aktører, som kan bære byrden, og sikre, at den konkrete forpligtelse udgør et reelt bidrag til dansk indholdsproduktion.

Vores forslag til, hvem der skal være omfattet af en eventuel forpligtelse, indebærer, at forpligtelsen forventeligt kommer til at omfatte fire udbydere med en samlet omsætning på cirka 1,2 mia.kr.

Det er bl.a. undtagelsen for public service-virksomhederne DR og TV2, som reducerer det forventede omfang af en eventuel forpligtelse. Vi har estimeret, at public service-virksomhederne står for ca. 27 procent af den samlede omsætning på det danske streamingmarked.

Hvordan kan en forpligtelse opgøres?

Det er mest oplagt at beregne den finansielle forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion som en andel af omsætningen. Deloitte anslår dog, at der alene foreligger en entydig omsætning for cirka 30 procent af den samlede omsætning på streamingmarkedet. Manglen på en entydig omsætning på en streamingtjeneste kan have flere årsager, hvor den mest udbredte er, at udbyderen sælger streamingtjenesten som en del af en samlet pakke, som både indeholder flow-tv og andre former for produkter.

På den baggrund foreslår Deloitte som hovedregel at beregne en eventuel forpligtelse ud fra streamingtjenesternes omsætning, men alternativt at anvende en beregnet sats per abonnement, når det ikke er muligt at afgrænse omsætningen entydigt.

Det er centralt at være opmærksom på, at Deloitte foreslår at medregne såvel direkte salg til forbrugere samt indirekte salg til forbrugere gennem andre virksomheder i omsætning og antal abonnenter hos den enkelte virksomhed. Det betyder for eksempel, at den omsætning, der genereres, når YouSee videreformidler Netflix til sine forbrugere, både tælles med hos YouSee og Netflix.

Det ville være mere retvisende at tillade modregning, hvilket i eksemplet ville svare til at nedskrive Netflix' forpligtelse svarende til omfanget af YouSees omsætning fra videreformidling af Netflix. Modregning vil dog kræve omfattende regulering og være administrativt tungt, fordi det kræver opgørelse på tværs af virksomheder, og fordi produkterne typisk er bundlet, og der ikke er en entydig omsætning på det enkelte produkt i slutleddet.

Deloitte foreslår, at den enkelte aktør er ansvarlig for at opgøre omsætningstal og/eller antal brugere, men at der formuleres et eksplicit krav om, at revisor som en del af revideringen af årsregnskabet skal tage stilling til, om opgørelsen er retvisende.

Evaluerings efter to år

Streamingmarkedet er under hastig teknologisk, forretnings- og forbrugermæssig udvikling. Derfor foreslår Deloitte at følge markedets udvikling og evaluere en eventuel forpligtelse efter to år for at sikre, at forpligtelsen indfrir intentionerne.

3 Genstandsfelt

I udgangspunktet kan en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold omfatte alle udbydere af audiovisuelle medietjenester, som stiller eget programkatalog med modtagelse på et brugervalgt tidspunkt til rådighed for danske forbrugere.

En eventuel forpligtelse for udbydere af streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion vil være baseret på EU-direktivet om audiovisuelle medietjenester (AVMS-direktivet), der har til formål at sikre den frie bevægelighed af audiovisuelle medietjenester i EU, beskytte forbrugere samt fremme kulturel mangfoldighed og mediefrihed.

Det seneste ændringsdirektiv fra 2018 åbner mulighed for, at medlemsstaterne kan anmode medietjenesteudbydere om at bidrage finansielt til europæisk indholdsproduktion. Det gælder både medietjenesteudbydere under medlemsstatens jurisdiktion samt udbydere i andre medlemsstater, der målretter deres virksomhed mod den pågældende medlemsstat.

Dette kapitel redegør med afsæt i AVMS-direktivet for de centrale definitioner, der afgrænser forpligtelsens potentielle genstandsfelt: udbydere af streamingtjenester målrettet det danske marked. Det foregår i praksis ved at opstille operationelle svar på syv spørgsmål:

- Hvad er streaming?
- Hvad er en streamingtjeneste?
- Er videodelingsplatforme og sociale medier streamingtjenester?
- Hvem er udbydere af en streamingtjeneste?
- Hvilke udbydere har målrettet virksomhed mod danske forbrugere?
- Hvilken jurisdiktion hører udbyderne under?
- Hvordan afgrænser vi streaming fra flow-tv?

På den baggrund opstiller rapporten en bruttoliste over de tjenester og udbydere, som potentielt er omfattet af en dansk forpligtelse for streamingtjenester.

Hvad er streaming?

Streaming er en måde at levere og modtage data på. Streaming består grundlæggende i at sende og modtage data gennem et datanetværk som en kontinuerlig strøm (stream). I en mediesammenhæng indebærer det, at medieindholdet bliver forbrugt i takt med, at det bliver leveret.

For audiovisuelle medier åbner streaming for, at forbrugeren kan forbruge mediet, for eksempel en film eller et program, på et brugervalgt tidspunkt uden at have fysisk rådighed over det. Før streaming havde forbrugeren primært to muligheder for at tilgå audiovisuelle medier: at modtage et broadcastingsignal, hvor forbrugeren er begrænset til at se, hvad der sendes på forbrugstidspunktet (flow-tv), eller på et brugervalgt tidspunkt at anvende et fysisk medie på en lokal afspiller (for eksempel DVD eller VHS).

Hvad er en streamingtjeneste?

Der fremgår to centrale definitioner i AVMS-direktivet, som er med til at definere, hvad en streamingtjeneste er:

- En "»on-demand audiovisuel medietjeneste« (det vil sige en ikke-lineær audiovisuel medietjeneste) er en audiovisuel medietjeneste, der udbydes af en medietjenesteudbyder med henblik på modtagelse af programmer på et brugervalgt tidspunkt og på den enkelte brugers anmodning på grundlag af et programkatalog udvalgt af medietjenesteudbyderen" (AVMSd, Artikel 1, stk. 1g).
- En audiovisuel on demand-medietjeneste er defineret ved, at tjenesten har det redaktionelle ansvar, hvilket defineres ved "udøvelse af effektiv kontrol over både udvælgelsen af programmer og deres tilrettelæggelse [...] i et katalog" (AVMSd, Artikel 1, stk. 1 c).

Det betyder, at direktivet og den tilhørende mulighed for at anmode udbydere om at bidrage til europæisk indhold i udgangspunktet inkluderer udbydere af alle leveranceformer for audiovisuelle on demand-tjenester, jævnfør oversigten i boks 3.1

Boks 3.1. Potentielt omfattede leveranceformer

SVOD – Subscription Video On Demand

Forbrugeren har fuld adgang til udbyderens programkatalog mod at betale et løbende abonnement.

AVOD – Advertising-based Video On Demand

Forbrugeren har fri adgang til udbyderens programkatalog mod at se reklamer.

FVOD – Free Video On Demand

Forbrugeren har gratis adgang til udbyderens programkatalog.

TVOD – Transactional Video On Demand

Forbrugeren betaler et beløb for den konkrete brug af indhold, fx at se en film.

EST – Electronic Sell-Through

Forbrugeren betaler et beløb for varig adgang til konkret indhold, fx en film.

Kilde: Deloitte

Musikstreamingtjenester er ikke omfattet, da det audiovisuelle indhold (for eksempel musikvideoer) er begrænset.

I nogle tilfælde sælger en udbyder flere streamingtjenester i en samlet pakke, hvilket kan gøre det vanskeligt at afgrænse omfanget af den enkelte tjeneste.

Er videodelingsplatforme og sociale medier streamingtjenester?

Videodelingstjenester og sociale medier som for eksempel YouTube, Facebook og Instagram vinder stadig større indpas og konkurrerer med de traditionelle audiovisuelle tjenester – herunder streamingtjenester – om de samme målgrupper og indtægter.

På den baggrund udvider ændringsdirektivet genstandsfeltet for AVMS-direktivet til også at omfatte videodelingsplatforme, hvor den tilhørende definition lyder:

En "»videodelingsplatformstjeneste« er en tjeneste, som defineret i artikel 56 og 57 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, hvor hovedformålet med tjenesten eller en del af den, der kan adskilles herfra, eller en væsentlig funktion i tjenesten består i at udbyde programmer, brugergenererede videoer eller begge dele til offentligheden, som udbyderen

af videodelingsplatformen ikke har noget redaktionelt ansvar for, med henblik på at informere, underholde eller oplyse via elektroniske kommunikationsnet som defineret i artikel 2, litra a), i direktiv 2002/21/EF og hvis tilrettelæggelse fastlægges af udbyderen af videodelingsplatformen, herunder ved brug af automatiske metoder og algoritmer og navnlig gennem visning, tagging og sekvensering" (Ændringsdirektiv, Artikel 1, stk. b).

I forhold til sociale medietjenester fremgår det af ændringsdirektivet, at AVMS-direktivet ikke har til formål at regulere sociale medietjenester som sådan, men at "de bør være omfattet, hvis levering af programmer og brugergenererede videoer kan anses for at udgøre en væsentlig funktion i den pågældende tjeneste" (Betragtning 5).

Der fremgår ikke en central definition af sociale medietjenester i ændringsdirektivet, men de beskrives som tjenester der bruges til at "udveksle informationer og til at underholde og oplyse, herunder ved at give adgang til programmer og brugergenererede videoer".

På den baggrund kan det overvejes, om sociale medietjenester og videodelingsplatforme er ligestillet med streamingtjenester, og også skulle være underlagt en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion.

For eksempel har Frankrig indført en skat på online-tjenester, der udbyder videoer enten gratis eller mod betaling (den såkaldte "YouTube-skat"). Skatten bidrager til produktion af franske film og tv-serier.

AVMS-direktivets hjemmelsgrundlag for en eventuel forpligtelse til at bidrage finansielt til lokalt indhold omfatter dog alene tv og video on-demand tjenester. Derfor fokuserer den stillede opgave og denne rapport alene på de egentlige VOD-tjenester.

Det vil kræve en særskilt kortlægning af videodelingsplatforme og sociale medietjenester at vurdere, hvordan de i givet fald kan bidrage til at understøtte dansk indholdsproduktion.

Hvem er udbydere af streamingtjenester?

Udbyderen af streamingtjenesten vil i udgangspunktet være virksomheden (den juridiske enhed), som har det redaktionelle ansvar og leverer tjenesten til forbrugeren. Der er dog flere situationer, hvor det er mindre entydigt, hvem der er den egentlige udbyder.

For det første kan virksomheden indgå i en koncernkonstruktion med en opdelt værdikæde, hvor streamingtjenesten for eksempel leveres til forbrugerne af ét juridisk selskab, mens de redaktionelle beslutninger i praksis ligger i et andet.

For det andet kan virksomheden indgå i en værdikæde på tværs af selskaber, som ikke indgår i samme koncern. For eksempel kan streamingtjenesten være produceret af ét selskab, mens et andet distribuerer eller leverer tjenesten til forbrugeren.

Ovenstående betyder, at udbydere af streamingtjenester både kan være selskaber med direkte salg til forbrugere i Danmark samt selskaber, som sælger til andre selskaber med henblik på salg til forbrugere i Danmark.

Hvilke udbydere har målrettet virksomhed mod danske forbrugere?

Det fremgår af AVMS-ændringsdirektivet (Artikel 13, stk. 2), at medlemsstater både kan anmode medietjenesteudbydere under egen jurisdiktion og udbydere i en anden medlemsstat, som målretter deres virksomhed mod den pågældende medlemsstat, om at bidrage finansielt til europæiske produktioner.

Medlemsstaten skal i hvert tilfælde foretage en vurdering af, om en audiovisuel on demand-medietjeneste, der er etableret i en anden medlemsstat, målretter sine tjenester mod et publikum i medlemsstaten. Medlemsstaten skal i den sammenhæng henholde sig til indikatorer såsom tjenestens hovedsprog og promovering, markedsføring, indhold eller kommerciel kommunikation rettet mod kunder i medlemsstaten.

I denne analyse er udbydere målrettet det danske marked i praksis fortolket som virksomheder med salg eller leverance af video on demand-tjenester direkte til danske forbrugere.

Hvilken jurisdiktion hører udbydere under?

Det fremgår af AVMS-direktivet (Artikel 2, stk. 3), at en medietjenesteudbyder hører under en medlemsstats jurisdiktion, såfremt udbyderen har sit hovedkontor i den pågældende medlemsstat, og de redaktionelle beslutninger om den audiovisuelle medietjeneste træffes i denne medlemsstat.

Hvis en medietjenesteudbyder har sit hovedkontor i én medlemsstat, men de redaktionelle beslutninger om den audiovisuelle medietjeneste træffes i en anden medlemsstat, anses medietjenesteudbyderen for at være etableret i den medlemsstat, hvor en betydelig del af de medarbejdere, der er beskæftiget med den audiovisuelle medietjenestevirksomhed, arbejder.

Hvis en betydelig del af de medarbejdere, der er beskæftiget med den audiovisuelle medietjenestevirksomhed, arbejder i begge medlemsstater, anses medietjenesteudbyderen for at være etableret i den medlemsstat, hvor hovedkontoret er beliggende.

En forpligtelse til at bidrage til dansk indhold vil potentielt omfatte udbydere udenfor dansk jurisdiktion, hvilket især kan påvirke mulighederne for at håndhæve forpligtelsen.

Hvilke tjenester er tilgængelige for et dansk publikum?

Vi har i alt identificeret 41 tjenester, som er tilgængelige for et dansk publikum, jævnfør boks 3.2.

Boks 3.2. Streamingtjenester tilgængelige for et dansk publikum

Altibox	FilmStriben	Plejmo
Amazon Prime Video	Fullrate web-TV	Prime Video
Blockbuster	Good Company Pictures	SF Anytime
Boxer Play	Google Play Movies & TV	Sofarækken
C More	Hayu	Stofa Web TV
Canal Digital	HBO Nordic	Telia TV
Danish Dox	iTunes	Telmore Play
Dansk Filmskat	Microsoft Store	TV2 Play
D Play	Min Bio	Viafree
DR TV	Mubi	Viaplay
Facebook Watch	Netflix	Wao!
Filmcentralen	Nickelodeon	YouSee
Filmlounge	NutAlone	YouTube Originals
Filmpirler	Playstation	

Kilde: Deloitte

Ikke alle tjenester på listen stiller en dansk tjeneste til rådighed, tilbyder danske undertekster, eller markedsfører sig specifikt til danske forbrugere. Men med en bred fortolkning af udbydere, som målretter det danske marked, udgør listen en oversigt over de tjenester, som *potentielt* er omfattet forpligtelsen.

Deloitte's nærmere overvejelser om, hvordan en eventuel forpligtelse kan udformes, og hvilke konkrete typer af tjenester der kan være omfattet, er uddybet i henholdsvis kapitel 6 og 7.

Hvordan afgrænser vi streaming fra flow?

En stor del af udbyderne af de mest udbredte streamingtjenester i Danmark tilbyder ikke kun streaming, men også flow-tv. Det gælder for eksempel DR, TV2, Viasat og Canal Digital.

Det typiske billede er, at udbyderne sælger streaming- og flowprodukter som en samlet pakke, og at de både indkøber og leverer det konkrete indhold (serier, film mv.) som streaming og som flow-tv. Det betyder, at det for udbydere af både streaming og flow-tv er vanskeligt at skelne mellem de to leveranceformers økonomi og brugere, og at det er vanskeligt at tale om en særskilt streamingtjeneste.

Derudover sker der en teknologisk sammensmeltning, hvor flow-tv i stigende grad leveres som streaming. I udgangspunktet har forbrugeren ikke mulighed for at se indholdet på et brugervalgt tidspunkt, men der er teknologisk og rettighedsmæssigt etableret en række digitale tjenester, for eksempel Catch-up og Start Forfra, der giver forbrugerne mere fleksibel adgang til indhold i flow-tv. De digitale tjenester giver visse muligheder for at tilgå indholdet på et brugervalgt tidspunkt og nærmer sig dermed at være on demand-streamingtjenester.

I denne rapport samt i vores forslag til udmøntning forudsætter vi, at de digitale tjenester ikke er omfattet af en eventuel forpligtelse, da de er knyttet til flow-tv og omfattet af retransmissionsvederlaget.

4 Metode og grundlag

Vores overvejelser om den konkrete udformning af en eventuel forpligtelse er primært baseret på en kortlægning af det danske streamingmarked og en dialog med centrale markedsaktører.

For at kunne udarbejde et bud på den konkrete udformning af en eventuel forpligtelse har vi tilvejebragt et solidt indblik i tjenester, aktører, forretningsmodeller, værdikæder og forretningsomfang på det danske streamingmarked.

Mere konkret har vi gennemført en kortlægning af det danske streamingmarked og taget en dialog med en række af de centrale aktører. Dialogen har både haft til formål at validere kortlægningen og at drøfte konsekvenserne af mulige udformninger af forpligtelsen.

Det skal bemærkes, at dialogen har fundet sted før folketingsvalget i 2019 og har taget udgangspunkt i den tidligere regerings aftale om en investeringsforpligtelse på to procent af omsætningen.

Dialogen har i vid udstrækning omhandlet forretningsfølsomme data, og aktørernes input er modtaget under forudsætning af, at de ikke deles, og at afrapporteringen foregår på et niveau, hvor det ikke er muligt at identificere den enkelte virksomhed. Derfor foregår afrapporteringen af markedsomfang og øvrige input på et overordnet niveau.

Dette kapitel redegør for indhold og fremgangsmåde til kortlægningen og dialogen med markedsaktørerne.

Kortlægning af det danske streamingmarked

Kortlægningen af det danske streamingmarked har til formål at give et samlet indblik i tjenester, aktører, forretningsmodeller, værdikæde og forretningsomfang på det danske streamingmarked, jævnfør oversigten over de centrale kortlægningsspørgsmål i tabel 4.1 på næste side.

De centrale aktiviteter i kortlægningen bestod af:

1. Skrivebordsbaseret kortlægning af streamingtjenesterne og de bagvedliggende selskaber på det danske marked
2. Skrivebordsbaseret afdækning af forretningsmodeller og forretningsomfang, herunder brugere og omsætning
3. Validering af kortlægningens resultater på baggrund af dialog med centrale markedsaktører, hvilket blandt andet omfatter, at de centrale markedsaktører har leveret konkrete oplysninger om deres tjenester og forretningsaktivitet.

Det betyder, at kortlægningen af det danske streamingmarked som hovedregel er baseret på forholdsvis sikre oplysninger fra aktørerne selv, når det drejer sig om de store og centrale aktører, mens grundlaget er mere skønsmæssigt, når der er tale om de mindre aktører. Vi har dog afholdt interview med en række mindre aktører for at sikre en tilstrækkelig forståelse af de mindre udbredte forretningsmodeller.

Tabel 4.1. Centrale kortlægningsspørgsmål

Virksomhedsbeskrivelse • Er virksomheden offentligt eller privat ejet? • Under hvilket europæisk lands jurisdiktion opererer I? • Er virksomheden associeret med andre virksomheder, som producerer eller leverer audiovisuelle produkter?
Samlet forretningsmodel og værdikæde • Optegning og drøftelse af samlet værdikæde for samlet produktportefølje fra sourcing til salg
Tjenestebeskrivelse (for hver tjeneste) • Tjenestens navn • Hvilke services udbydes? (SVOD, TVOD mv.) • Hvilket indhold udbydes? (film, serier mv.)
Målrkning mod dansk publikum (for hver tjeneste) • Har tjenesten et dansk domæne? • Er platformen dansksproget? • Tilbydes der danske undertekster eller dansk versionering? • Markedsføres tjenesten til danske forbrugere?
Indhold (for hver tjeneste) • Er streamingtjenesten jeres eget produkt, eller videreformidler I et produkt fra et andet selskab? • Har I redaktionelt ansvar for tjenestens indhold? • Leverer I tjenesten som et enkeltstående produkt? • Leverer I tjenesten som en del af en bundle?
Kundegruppe (for hver tjeneste) Hvor mange samlede brugere har tjenesten i Danmark per måned? Hvordan fordeles kunderne på services? (abonnenter, unikke brugere)
Indtægter (for hver tjeneste) • Er der indtægter fra salg til andre virksomheder? • Er der indtægter fra abonnementsbetaling? (SVOD) • Er der indtægter fra digital udleje af indhold? (TVOD) • Er der indtægter fra digitalt salg af indhold? (EST) • Er der reklameindtægter? (AVOD) • Er der indtægter fra videreformidling af streamingtjenester? • Er der indtægter fra offentlig finansiering? • Er der andre indtægter?
Omkostninger (for hver tjeneste) • Er der omkostninger til intern produktion? • Er der omkostninger til køb af bestilt produktion? • Er der omkostninger til køb af præproduceret indhold? • Er der omkostninger til at købe rettigheder til at transmittere sportsbegivenheder? • Er der andre omkostninger?
Fordeling af indhold på oprindelse (for hver tjeneste) • Hvordan fordeles det totale antal titler i det danske katalog på danske, europæiske og øvrige titler?

Kilde: Deloitte

Den samlede kortlægning er derudover valideret ved hjælp af markeds- og analyserapporter, offentlige regnskaber mv., herunder analyserapporter om markedsandele og antal brugere.

Dialog med centrale aktører

Med udgangspunkt i den indledende kortlægning af aktører og virksomheder har Deloitte i samarbejde med Kulturministeriet udvalgt virksomhederne bag 15 centrale streamingtjenester til interview, jævnfør oversigten over afholdte interview i boks 4.2 på næste side.

Virksomhederne er udvalgt med henblik på bred repræsentation af størrelse, indholdsudbud og forretningsmodel, men med fokus på at inddrage de store,

centrale aktører på det danske marked. Derudover er brancheforeninger og eksperter konsulteret.

Boks 4.2. Gennemførte interview

Tjenester (virksomhed)

- Blockbuster (TDC)
- Boxer Play (Boxer)
- Canal Digital (Telenor)
- Dansk Filmskat (Nordisk Film)
- DR TV (DR)
- HBO (HBO Nordic)
- Microsoft Store (Microsoft)
- Min Bio (Nordisk Film)
- Netflix (Netflix)
- SF Anytime (SF Anytime)
- Stofa Web TV (Stofa)
- Telmore Play (TDC)
- TV2 Play (TV2)
- Viafree (Viasat/Nordic Entertainment Group)
- Viaplay (Viasat/Nordic Entertainment Group)
- YouSee (TDC)

Markedsaktører og eksperter

- Copydan
- Filmret
- KODA
- Deloitte Tax Advisory

Kilde: Deloitte

Som nævnt har dialogen med aktørerne både haft til formål at validere kortlægningen af forretningsmodeller og -omfang samt at drøfte konsekvenserne forbundet med forskellige former for udmøntning af forpligtelsen.

Dialogen om konsekvenser af mulige udformninger af forpligtelsen har taget udgangspunkt i aktuelle vilkår og forhold. Markedet er under hastig teknologisk, forretnings- og forbrugsmæssig udvikling, og der kan dukke nye forhold op, som markant ændrer markedsvilkårene og relevansen af dialogen og overvejelserne i denne rapport.

Vi har også gennemført interview med markedsaktører på rettighedssiden samt med skatteeksperter fra Deloitte. Markedsaktørerne på rettighedssiden har suppleret perspektivet fra tjenesterne, som er rettighedstagere, og Deloitte Tax har bidraget med indsigt i de regnskabs- og kontrolmæssige aspekter ved at indføre en forpligtelse.

5 Det danske streamingmarked

Det danske streamingmarked omfatter 41 tjenester med en samlet omsætning estimeret til cirka 2,5 mia. kr.

On demand-streaming er et forholdsvis nyt fænomen. Netflix og HBO gik ind på det danske marked i 2012, og efterfølgende har også en række af de eksisterende aktører på det danske tv-marked etableret on demand-løsninger.

Forbrugerne har hurtigt taget de nye muligheder til sig, og on demand-streaming udgør i dag en væsentlig del af det audiovisuelle medieforbrug. I 2018 anvendte cirka 40 procent af danskerne streaming på daglig basis, mens over 60 procent anvendte det minimum en gang om ugen (se for eksempel Slots- og Kulturstyrelsens rapport om mediernes udvikling fra 2018).

I dette kapitel giver vi et overblik over typiske forretningsmodeller og markedets størrelse, hvilket danner grundlag for de efterfølgende overvejelser i kapitler 6-8 om udmøntningen af en forpligtelse for streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion.

Kapitlet omfatter fem afsnit. Første afsnit redegør kort for det radikalt nye ved streaming – at det er muligt at distribuere indhold direkte til forbrugerne på et brugervalgt tidspunkt – samt hvordan det understøtter fremvæksten af nye forretningsmodeller.

Andet afsnit opstiller en klassifikation af forretningsmodellerne i fire hovedtyper, som er med til at give overblik over markedet og understøtte overvejelserne om udmøntningen af forpligtelsen.

Tredje afsnit giver et overblik over det økonomiske omfang af det danske streamingmarked.

Streamingmarkedet er under hastig udviklingen, og fjerde afsnit giver et overblik over væsentlige udviklingstendenser, som har betydning for indførelsen af en forpligtelse. Blandt andet har en række store internationale selskaber planer om at lancere internationale streamingtjenester, som potentielt også vil være omfattet af en forpligtelse om at bidrage til dansk indholdsproduktion.

Streamingtjenesterne er typisk ikke isolerede produkter, men hænger tæt sammen med produktion og salg af for eksempel flow-tv. Det medfører en række usikkerheder ved markedsopgørelsen, som vi redegør for i det femte afsnit.

Nye forretningsmodeller

Overgangen fra flow til streaming indvarsler ikke alene en transformation af danskernes forbrugsvaner, mens også af medievirksomhedernes forretningsmodeller.

Det afgørende nye er, at digitalisering af indhold og leveranceform åbner mulighed for direkte distribution på et brugervalgt tidspunkt. Det betyder, at aktørerne nu har en meget større frihed til at tænke i nye leveranceformer og forretningsmodeller. I den traditionelle værdikæde indtager tv-distributørerne en central funktion med at samle og distribuere kanaler og indhold via kabel, satellit eller luftbårne signaler til slutforbrugerne. I den nye værdikæde kan aktørerne selv levere indholdet, hvad enten de selv producerer indholdet eller sammensætter en unik pakke af indhold fra andre leverandører.

Kombinationen af større frihedsgrader og et nyt marked i udvikling medfører en stor mangfoldighed i forretningsmodeller på tværs af selskaber og tjenester.

Tv-distributørerne (for eksempel YouSee, Boxer og Canal Digital) udbygger deres tv-pakker og supplerer de traditionelle flowkanaler med streamingtjenester. Det sker på forskellige måder, hvor nogle videreformidler andres streamingtjenester, mens andre etablerer deres egne. YouSee er endda begyndt at producere eget indhold.

Programselskaberne (for eksempel DR, TV2 og Nordic Entertainment Group) etablerer egne streamingtjenester, som de typisk både tilbyder kunderne direkte og igennem tv-distributørernes pakker.

Derudover vokser der en række dedikerede streamingtjenester frem, som sælger indhold direkte til danske forbrugere. Netflix og HBO Nordic er de mest kendte, men derudover er der et stort antal både internationale og nationale tjenester.

Fire typiske forretningsmodeller

Som nævnt i kapitel 3 om genstandsfeltet har vi i alt identificeret 41 streamingtjenester på det danske marked. De søger alle, på vidt forskellige måder, at imødekomme behovet for et individualiseret medieforbrug, hvor forbrugeren selv vælger indhold og forbrugstidspunkt. Der er store forskelle mellem de 41 tjenesters forretningsmodeller, herunder forskelle i sourcing-strategier, salg og pakketering, distribution mv.

På tværs af nuancerne er det dog muligt at identificere fire typiske forretningsmodeller for streamingtjenesterne: VOD-producent, VOD-leverandør, TVOD-leverandør og VOD-distributør, jævnfør figur 5.1 på næste side.

VOD-producenter har en egen tjeneste, som de stiller til rådighed frit eller som del af et løbende abonnement, og hvor de selv producerer en del af indholdet. NETFLIX og DR er typiske eksempler på VOD-producenter.

VOD-leverandører har også en egen tjeneste, som de stiller til rådighed frit eller som del af et løbende abonnement, men de producerer ikke selv indhold. Blandt andet er STOF A WebTV og C More VOD-leverandører.

TVOD-leverandører sælger forbrugsbaseret adgang til konkret indhold, for eksempel adgang til at se en film. Blockbuster og iTunes er eksempler på TVOD-leverandører på det danske marked.

VOD-distributører har ikke en egen tjeneste, men formidler andres tjenester til forbrugerne. TELMORE er et godt eksempel, hvor forbrugeren med telefonabonnementet TELMORE Play får adgang til HBO Nordic, ViaPlay og TV2 Play.

Figur 5.1. Typiske forretningsmodeller for streamingtjenester

	VOD-producent	VOD-leverandør	TVOD-leverandør	VOD-distributør
Type Primær leverancemodell	SVOD, AVOD, FVOD	SVOD, AVOD, FVOD	TVOD, EST	SVOD, AVOD, FVOD
Producent Aktøren producerer selv indhold til on demand-tjeneste (in-house og/eller bestilt produktion)	✓			
Egen tjeneste Aktøren stiller on demand-indhold til rådighed gennem egen brandede tjeneste	✓	✓	✓	
Aktiv kuratering Aktøren udvælger og pakker aktivt streamingindhold i en eller flere on-demand-tjenester	✓	✓	✓	
Ikketransaktionel Aktøren har ikke baseret adgangen til indhold på betaling for det faktiske forbrug	✓	✓		✓
Distributør Aktøren stiller én eller flere on demand-tjenester til rådighed for kunder enten alene eller i bundter	✓	✓	✓	✓
Eksempler på tjenester Individuelle on demand-tjenester, der stiller indhold til rådighed	NETFLIX	Stofa:		TELMORE

Kilde: Deloitte

Det er væsentligt at være opmærksom på, at kategoriseringen af forretningsmodeller er foretaget på virksomhedsniveau hos den virksomhed, der leverer tjenesten til danske forbrugere. Virksomheden kan tilbyde tjenester med forskellige forretningsmodeller, og i denne rapport er virksomhederne klassificeret efter tjenesten med den mest omfattende forretningsmodel. For eksempel er YouSee VOD-distributør af Netflix og TVOD-leverandør af Blockbuster, men er klassificeret som VOD-producent, da YouSee selv producerer indhold til deres kombinerede flow- og streamingprodukt Xee. Og HBO Nordic er klassificeret som VOD-leverandør, da indholdsproduktionen ikke foregår i det nordiske selskab, som leverer tjenesten til danske forbrugere.

Markedets størrelse

Den samlede omsætning på streamingmarkedet vurderes at være ca. 2,5 mia. kr. eksklusive moms i 2018, jævnfør figur 5.2 på næste side.

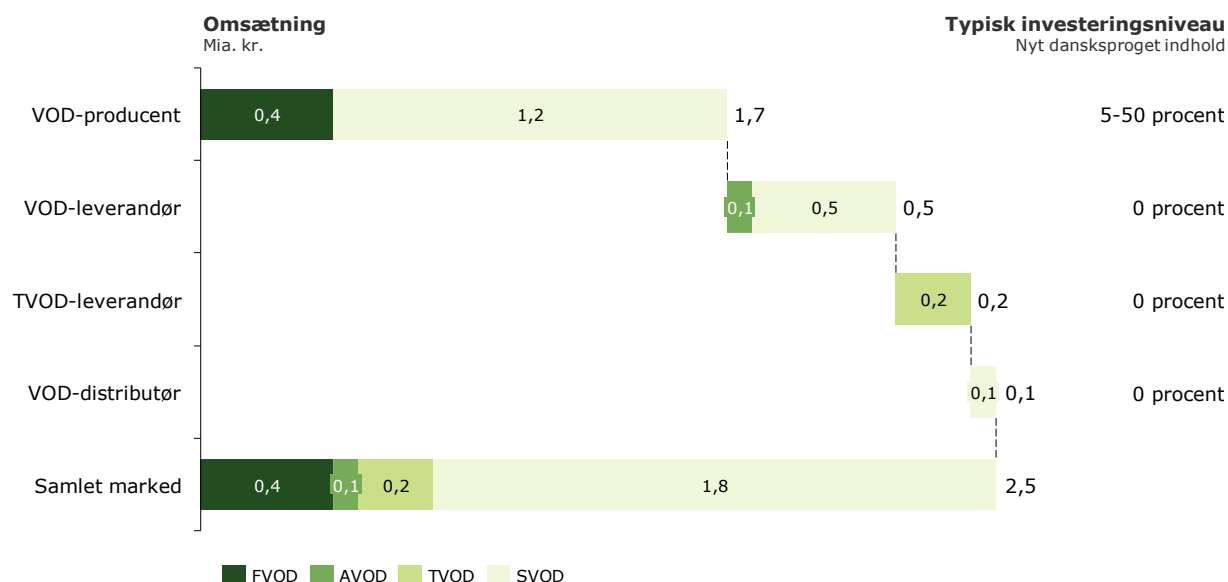
Omsætningen omfatter samtlige indtægtskilder, det vil sige direkte salg til forbrugeren af egne eller andres streamingtjenester, salg til andre virksomheder med henblik på videredistribution til forbrugeren, reklameindtægter og eventuel offentlig finansiering.

VOD-producenterne, som leverer eget indhold produceret enten in-house eller bestilt hos eksterne producenter, er de altafgørende spillere og står for cirka 70 procent af omsætningen på markedet. VOD-producenterne omfatter for eksempel DR TV, Netflix, TV2 Play og ViaPlay.

Brudt ned på leverancemodeller er SVOD den mest udbredte model udgørende knap 75 procent af den samlede omsætning.

DR TV er den eneste FVOD-aktør, som er estimeret til at udgøre ca. 16-17 procent af det samlede danske streamingmarked. Det skal dog bemærkes, at omsætningsopgørelsen for en række aktører, herunder DR vil være behæftet med betydelig usikkerhed, jf. i øvrigt nedenstående afsnit om usikkerhed i markedsopgørelsen.

Figur 5.2. Det danske streamingmarked



Note: Omsætningen er opgjort eksklusive moms.

Kilde: Deloitte

Eftersom det udelukkende er VOD-producenterne, som producerer eget indhold, er de også de eneste aktører, som aktuelt investerer i nyt dansksproget indhold. Alle VOD-producenter, inklusive Netflix, investerer i dag væsentligt i dansksproget indhold og er estimeret til at indfri en investeringsforpligtelse på to procent, som den tidligere regering foreslog. Investeringsniveauet varierer dog betydeligt, hvor danske public service-virksomheder investerer op mod 50 procent af deres omsætning i nyt dansksproget indhold.

Vi har ikke medregnet omkostninger til indkøb af transmissionsrettigheder til sportsbegivenheder som investering i nyt dansksproget indhold.

Væsentlige markedsbevægelser

Det vil dog ikke nødvendigvis fortsat være tilfældet, at samtlige VOD-producenter på det danske marked bidrager væsentligt til dansk indholdsproduktion. Streamingmarkedet er under hastig udvikling og en række internationale tech- og medievirksomheder har planer om at lancere internationale tjenester som formentlig også vil blive målrettet danske forbrugere, jævnfør oversigten over nogle af de væsentligste planlagte internationale tjenester i tabel 5.3 på næste side.

Der er usikkerhed om den konkrete udformning og lancering af streamingtjenesterne, men tjenesterne vil formentlig konkurrere direkte om de samme målgrupper og indtægter som eksisterende udbydere af audiovisuelle tjenester i Danmark, og vil dermed potentielt være i målgruppen for en forpligtelse om at bidrage til dansk indholdsproduktion.

Figur 5.3. Forventet lancering af internationale streamingtjenester

Udbyder	Tjeneste	Forventet forretningsmodel	Lancering i Danmark	Potentielt omfattet af forpligtelse
Apple	Apple TV	VOD-leverandør (SVOD)	Udmeldt global lancering i Q2 2019	Ja
	Apple TV+	VOD-producent (SVOD)	Udmeldt global lancering i Q3 2019	Ja
Disney	Disney+	VOD-producent (SVOD)	Forventet lancering i USA og udvalgte lande (ikke DK) i Q4 2019	Ja
	Hulu	VOD-producent (SVOD og AVOD)	Planer om international lancering – dato ikke fastlagt	Ja
Google	YouTube TV	VOD-leverandør (SVOD)	Planer om international lancering – dato ikke fastlagt	Ja
WarnerMedia	HBO Max	VOD-producent (SVOD)	Planer om international lancering – dato ikke fastlagt	Ja

Kilde: Deloitte

Usikkerheder ved markedsopgørelsen

Det er væsentligt at være opmærksom på, at opgørelsen af markedet er et estimat, som i en vis udstrækning er baseret på skøn.

Det skyldes først og fremmest, at der ofte ikke er en entydig omsætning på streamingtjenesterne. Leverandørerne sælger i mange tilfælde streamingtjenesterne som del af bundles eller pakker, som kan omfatte mange andre produkttyper, og hvor der ikke er en pris på det enkelte produkt. For eksempel sælger en del af tv-distributørerne streamingtjenesterne som del af større pakker med flow-tv og eventuelt også telefoni og internet, og Telmore sælger streamingtjenester som del af et telefonabonnement.

I nogle tilfælde er det muligt at isolere streamingtjenesten økonomisk ved at kigge på omkostningssiden, men ofte er streamingtjenesten eller streamingtjenestens indhold erhvervet sammen med flowrettigheder, hvorfor det heller ikke på omkostningssiden er muligt at adskille streaming fra flow-tv.

På baggrund af dataindsamlingen vurderes det, at ca. 50 procent af den totale omsætning på streamingmarkedet er entydig og direkte kan knyttes til de danske aktiviteter hos en konkret streamingtjeneste. De resterende 50 procent af markedsomsætningen er ikke entydigt knyttet til streamingtjenester og er derfor behæftet med usikkerhed.

I de fleste tilfælde er omsætningen oplyst af aktørerne selv, hvorefter Deloitte har taget en dialog med de forskellige aktører (se boks 4.2) om principperne for opgørelsen og vurderet holdbarheden af fremgangsmåden.

I nogle tilfælde har aktørerne ikke leveret data af forretningshensyn, eller fordi de ikke har set sig i stand til at foretage en særskilt opgørelse af omsætningen

på streamingtjenesten. Her er der foretaget et skøn ved enten at fordele omsætningen ud fra brugertal eller ved et skøn på baggrund af prissætning, brugertal, markedsrapporter og konkurrenternes omsætning².

En begrænset del af den samlede markedsomsætning er talt med to gange, da både salg til forbrugere og salg til andre virksomheder med henblik på videre salg til forbrugere indgår i opgørelsen. Overlappet er dog af begrænset omfang, da udbyderne som hovedregel leverer streamingtjenesterne direkte til forbrugerne.

² Det skal bemærkes, at estimatet for DR er baseret på DRs samlede udgifter til indholdsproduktion samt overhead. Udgifter er fordelt til streaming og flow tv på baggrund af samlet forbrug i timer på henholdsvis flow TV og DRTV. Opgørelsen er således ikke fuldt ud sammenligneligt med kommercielle streamingtjenester, hvor omsætningen i hovedreglen er baseret på indtægter relateret til tjenesten.

6 Hvordan kan en forpligtelse udformes?

Det første hovedspørgsmål ved udmøntning af en forpligtelse for streamingudbydere til at bidrage til dansk indholdsproduktion er, hvordan bidraget skal udformes.

Overordnet set ser Deloitte to modeller for udformningen af forpligtelse. Den første model består en *investeringsforpligtelse*, som pålægger streamingudbydere på egen hånd at investere direkte i dansk indhold. Det er modellen, som den tidligere regerings medieaftale med Dansk Folkeparti er baseret på.

Den anden model består i en *bidragsforpligtelse*, som pålægger udbydere at indbetale til en fond, hvor udbydere og producenter efterfølgende kan søge om støtte til at producere dansk indhold.

Dette kapitel behandler de centrale spørgsmål omkring valg af model og relaterede forhold:

- Hvordan kan en forpligtelse indrettes?
- Hvad er de centrale overvejelser om forpligtelsens niveau?
- Hvad er dansk indhold?
- Er der behov for et nyhedskriterium?
- Hvad tæller som investering?

Kapitlet afsluttes med en opsummering af overvejelserne.

Hvordan kan en forpligtelse indrettes?

Som nævnt er det centrale valg omkring udformningen af forpligtelsen, om det skal være en investerings- og en bidragsforpligtelse. Skal forpligtelsen bestå i at pålægge udbydere selv at investere direkte i dansk indhold i et vist omfang? Eller skal den pålægge dem at bidrage til en centralt forvaltet fond, hvor det er muligt at søge om støtte til at producere dansk indhold?

Det er grundlæggende set et politisk spørgsmål, om der foretrækkes en investerings- eller en bidragsforpligtelse.

Overordnet set er en investeringsforpligtelse mindre administrativt byrdefuld og giver udbydere større frihed til selv at tilpasse produktionerne til egne behov. Omvendt giver en bidragsforpligtelse bedre sikkerhed for, at de konkrete produktioner reelt bidrager til dansk kulturproduktion på den ønskede måde.

Der er forskelle på, hvordan de forskellige forretningsmodeller kan håndtere de to udmøntningsmodeller. Grundlæggende set kan alle streamingforretningsmodeller håndtere en bidragsforpligtelse og i et eller andet omfang bidrage til en central fond, mens det alene er VOD-producenter med egen produktion, som meningsfuldt vil kunne indfri en investeringsforpligtelse. De øvrige forretningsmodeller forudsætter indkøb af præproduceret indhold, og de vil formentlig have svært ved honorere en forpligtelse om at skulle investere direkte i en hel eller delvis egenproduktion.

Det er dog fortsat alene VOD-producenterne, som vil kunne søge og udnytte produktionsmidler fra en central fond.

På den baggrund foreslår vi at målrette en eventuel forpligtelse mod aktører, som har forretningsmodellen til at håndtere og gøre både en investerings- og en bidragsforpligtelse til en aktiv del af forretningen, jævnfør kapitel 7 om subjektet for en eventuel forpligtelse.

Det er selvfølgelig muligt at kombinere de to modeller for forpligtelsen. For eksempel vil det ved valg af en investeringsforpligtelse være hensigtsmæssigt at åbne mulighed for, at udbydere uden en egen produktion kan ansøge om at indfri forpligtelsen ved at indbetale til en fond. Muligheden for at indbetale til en fond kunne med fordel tage udgangspunkt i eksisterende ordninger, for eksempel ved at åbne Det Danske Filminstituts støtteordninger og Public Service Puljen for bidrag.

Hvad er de centrale overvejelser om en forpligtelses niveau?

Medieaftalen mellem den tidligere regering og Dansk Folkeparti fastlagde en investeringsforpligtelse på 2 procent af omsætningen. Og det fremgår af den politiske forståelse mellem den nye regering og dens støttepartier (Radikale Venstre, SF og Enhedslisten), at "Regeringen vil gøre status på implementeringen af [medie]aftalen og på den baggrund indbyde til politiske drøftelser med det mål at styrke dansk public service og blandt andet tage initiativ til, at streamingtjenester bidrager mere til danskproduceret indhold".

Det er indlysende, at jo større forpligtelsen er, jo større sandsynlighed er der for, at den vil påvirke virksomhedernes mulighed for at drive forretning. Påvirkningen af forretningen er dog forskellig fra forretningsmodel til forretningsmodel, så det er ikke muligt at adskille overvejelserne om niveauet fra spørgsmålet om, hvilke udbydere og tjenester der skal være omfattet.

VOD-distributører og TVOD-leverandører stiller andres produkter til rådighed for forbrugerne. Derfor vil en finansiel forpligtelse til at bidrage til ny dansk indholdsproduktion uanset udformning være en belastning af forretningen. Tilmed er avancen ofte lav, hvorfor en finansiel forpligtelse risikerer at gøre forretningen urentabel.

VOD-producenter er karakteriseret ved at have en egen indholdsproduktion, hvorfor en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion primært vil påvirke balancen mellem dansk og øvrigt indhold. Forretningsmodellen hos de internationale tjenester hviler dog på at kunne stille det samme indhold til rådighed på tværs af geografiske og kulturelle skel. Derfor vil der være en øvre grænse for, hvor stor en andel dansk indhold deres forretningsmodel kan bære på rentabel vis.

VOD-leverandører har ikke en egen produktion, og dermed bliver en finansiel forpligtelse i udgangspunktet en belastning af forretningen. I modsætning til VOD-distributører og TVOD-leverandører har VOD-leverandører dog en tjeneste, som potentielt kunne drage nytte af egenproduktion – i hvert fald hvis der er tale om en stor tjeneste, som kan bære byrden ved at skulle iværksætte egenproduktion og volumen til at udnytte produktionens markedspotentiale. VOD-leverandørerne vil dog generelt være mere følsomme overfor forpligtelses størrelse end VOD-producenterne.

Det er Deloitte's vurdering, at jo højere niveau, der overvejes, jo større behov er der for at overveje konsekvenserne for de forskellige forretningsmodeller, og hvilke forretningsmodeller som skal være omfattet af ordningen. Deloitte har dog ikke et forslag til det konkrete niveau, fordi niveauet grundlæggende er et politisk spørgsmål, og fordi den gennemførte markedsdialog tog udgangspunkt i den tidligere regerings aftale om en investeringsforpligtelse på 2 procent.

I det følgende har vi forudsat et niveau for en forpligtelse i størrelsesordenen 2-5 procent.

Hvad er dansk indhold?

Ved udmøntning af en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion vil der være behov for en definition af, hvad der udgør dansk indhold.

En mulighed er at lægge sig op ad eksisterende kriterier i Det Danske Filminstituts støtteordninger, hvor der med et betydeligt fortolkningsrum betones, at der er tale om en dansk produktion.

En anden mulighed er at arbejde videre med definitionen i den tidligere regerings medieaftale, som tog udgangspunkt i sproget. På den baggrund kunne man udarbejde en operationel definition af dansksproget indhold som produkter, der i den oprindelige version er helt eller overvejende dansksprogede. Det indebærer, at dansk versionering af produkter på andet sprog ikke er omfattet. Vi vurderer, at en mere omfattende og entydig definition, hvor al tale skal være dansk, udgør en stor begrænsning på produktionsmulighederne, da det blandt andet kan udelukke nordiske skuespillere og vanskeliggøre nordiske ko-produktioner.

En tredje mulighed består i at lade sig inspirere af andre europæiske lande. Fx benytter Belgien og Frankrig en bred definition af lokalt indhold i deres forpligtelse, som inkluderer, at indholdet skal fremme lokal kultur, men hverken behøver at være på det lokale modersmål eller udelukkende at anvende lokale skuespillere.

Det er op til politisk vurdering, om dansk indhold omfatter rettigheder til at transmittere sportsbegivenheder. Indkøb af rettigheder til at transmittere sportsbegivenheder kan være en stor udgiftspost og vil for eksempel i nogle tilfælde i sig selv kunne indfri en forpligtelse til at investere i dansk indhold.

Er der behov for et nyhedskriterium?

En bidragsforpligtelse med indbetaling til en fond forudsætter ikke et nyhedskriterium som sådan, da produktionerne, som der ansøges om støtte til, per definition vil være nye.

Derimod er der behov for at fastlægge et nyhedskriterium ved en investeringsforpligtelse, der pålægger udbydere at investere direkte i dansk indhold. Ellers vil udbydere kunne indfri forpligtelsen ved at indkøbe præproduceret indhold.

Deloitte foreslår at definere nyt indhold som indhold produceret in-house eller bestilt/kommissioneret indhold, inklusive koproduktioner. Det er en meget direkte og entydig tolkning af, hvad der udgør nyt indhold.

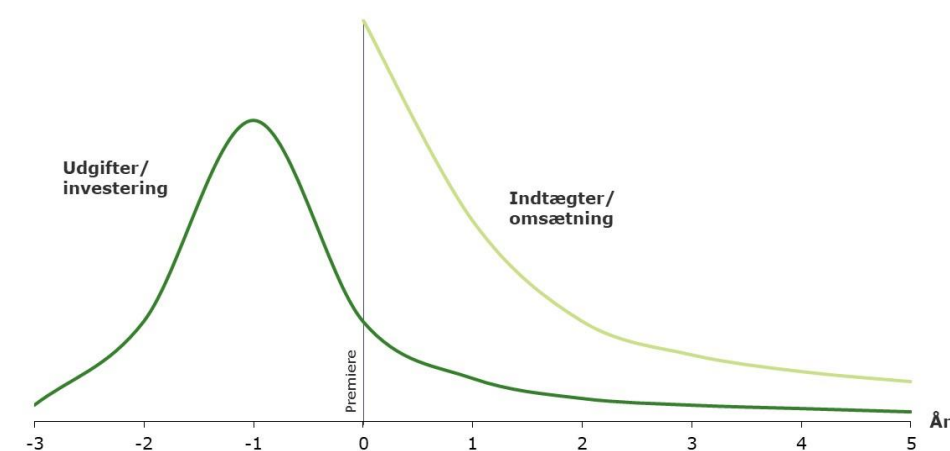
Definitionen af nyt indhold som egne produktioner vil tvinge eventuelle omfattede udbydere uden egen produktion til at ændre deres forretningsmodel og påbegynde egen- eller koproduktion for at indfri en investeringsforpligtelse. Det er ikke givet, at deres forretning kan bære de ekstra byrder, som det omfatter, og det kunne i givet fald håndteres ved at inkludere et nyhedskriterie i definitionen af nyt indhold. Nyhedskriteriet kan for eksempel give aktørerne mulighed for at løfte en investeringsforpligtelse gennem køb af unikke rettigheder til visning af præproduceret dansk indhold indenfor tre år. Deloitte's tolkning er dog, at udvidelse af definitionen af dansk indhold med et nyhedskriterium ikke fuldt understøtter intentionen om at øge dansk indholdsproduktion.

Hvad tæller som investering i dansk indhold?

En investeringsforpligtelse forudsætter en definition af, hvad udbyderne må medregne som en investering i nyt, dansk indhold. Deloitte foreslår at medtage omkostninger til in-house- eller bestilte produktioner, som relevante investeringer.

Audiovisuelle indholdsproduktioner kan være meget ressourcekrævende flerårige projekter, hvor omkostninger/investeringer i indhold og den afledte indtjening/omsætning ligger forskudt, jævnfør illustrationen af investering i en seriesæson i figur 8.1. Det gør det nødvendigt at overveje den nærmere metode til at opgøre, om investeringerne har et niveau, som indfrir forpligtelsen.

Figur 6.1. Illustration af økonomi ved produktion af en seriesæson



Kilde: Deloitte

Deloitte foreslår at opgøre investeringer i nyt, dansk indhold som et femårigt rullende gennemsnit. Forslaget tager udgangspunkt i de direkte udgifter og investeringer i indhold for at understøtte intentionen med forpligtelsen, men udjævner investeringerne over tid.

Udjævningen sikrer, at en investeringsforpligtelse ikke presser aktørerne væk fra store til mindre produktioner. For eksempel investerer Netflix med produktionen af *The Rain* aktuelt i dansksproget indhold på et niveau, der overstiger en eventuel investeringsforpligtelse. Men det vil formentlig ikke være et investeringsniveau, der er langsigtet holdbart, da Netflix også skal tilgodese andre sprogområder. Hvis Netflix løbende skulle indfri en dansk investeringsforpligtelse med det aktuelle års investeringer, ville deres alternativ være mindre ambitiøse produktioner.

Deloitte foreslår, at aktørerne må medregne alle udgifter, som direkte kan relateres til produktionen. Det er en simpel tilgang, hvor der ikke er behov for at skelne mellem typer af udgifter.

Som alternativ til det femårige rullende gennemsnit kan udmøntningen lade virksomhedernes afskrivninger være grundlaget for at periodisere værdien af produktionen på flere regnskabsperioder. Det vil dog flytte fokus fra de direkte investerede midler til regnskabspraksis og give en vis forskel i opgørelsesmetoder.

Opsummering

Overordnet set er der to modeller for udmøntning af en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion – en investeringsforpligtelse og en bidragsforpligtelse.

Der er dog mange potentielle kombinationer og konkret udformninger. Vores overvejelser og forslag sigter mod at sikre en enkel ordning, som understøtter de politiske intentioner, er nem at administrere og håndhæve og i mindst mulig udstrækning påvirker aktørernes grundlæggende forretningsmodel, jævnfør opsummeringen i boks 6.2.

Boks 6.2. Opsummering af overvejelser om udformning

Hvordan kan forpligtelsen indrettes?

Overordnet set ser Deloitte to modeller for en forpligtelse udbydere af streamingtjenester om at bidrage finansielt til dansk indholdsproduktion:

- **Investeringsforpligtelse:** Forpligtelsen pålægger streamingudbydere på egen hånd at investere direkte i dansk indhold
- **Bidragsforpligtelse:** Forpligtelsen pålægger udbydere at indbetale til en fond, hvor udbydere og producenter efterfølgende kan søge om støtte til at producere dansk indhold.

Modellerne kan kombineres. For eksempel er det muligt ved valg af en investeringsforpligtelse at åbne mulighed for, at aktører uden egen produktion undtagelsesvist kan ansøge om at indbetale til en fond, for eksempel Det Danske Filminstituts filmstøtteordninger.

Hvad er et hensigtsmæssigt niveau for forpligtelsen?

Jo højere niveauet for forpligtelsen er, jo mere vil den påvirke udbydernes forretning, men der er forskelle mellem, hvor meget de forskellige forretningsmodeller bliver påvirket:

- En finansiell forpligtelse udgør en belastning af VOD-distributører og TVOD-leverandørers forretningsmodel, da de ikke har egen produktion, og de ikke kan anvende forpligtelsen aktivt i deres forretning. Afhængigt af niveauet kan forpligtelsen gøre deres forretning urentabel.
- VOD-producenter har en egen produktion, og kan anvende forpligtelsen aktivt til at udbygge deres værditilbud. Forpligtelsen om at bidrage til dansk indholdsproduktion vil alt andet lige alene påvirke balancen mellem dansk og øvrigt indhold. Dog har internationale udbydere af streamingtjenester et behov for at stille et internationalt gangbart materiale til rådighed på tværs af grænser og kultur og et højt krav om investering i dansk indhold vil potentielt påvirke bæredygtigheden af deres forretning, da der ikke er et uendeligt internationalt marked for dansk indhold.
- VOD-leverandører har ikke en egen produktion, og dermed bliver en finansiell forpligtelse i udgangspunktet alene en belastning af forretningen. I modsætning til VOD-distributører og TVOD-leverandører har VOD-leverandører dog en tjeneste, som potentielt kunne drage nytte af egenproduktion – i hvert fald hvis der er tale om en stor tjeneste, som kan bære byrden ved at skulle iværksætte egenproduktion og volumen til at udnytte produktionens markedspotentiale. VOD-leverandørerne vil dog generelt være mere følsomme overfor forpligtelsens størrelse end VOD-producenterne.

Hvad er dansk indhold?

Der er flere måder at definere dansk indhold på. Nogle af de centrale muligheder er:

- At anvende eksisterende kriterier, for eksempel fra Det Danske Filminstituts støtteordninger
- At anvende sproget som kriterie og for eksempel definere dansk indhold som produkter, der i den oprindelige version er helt eller overvejende dansksprogede.
- At lade sig inspirere af ordningerne i andre europæiske lande, hvor for eksempel Belgien og Frankrig benytter en bred definition af lokalt indhold i deres forpligtelse, hvor indholdet skal fremme lokal kultur, men hverken behøver at være på det lokale modersmål eller udelukkende at anvende lokale skuespillere.

Er der behov for et nyhedskriterium?

Ved valg af en investeringsforpligtelse vil der være behov for at definere, hvad der nyt indhold, da udbydere ellers ville kunne indfri forpligtelsen med præproduceret indhold.

Deloitte foreslår, at nyt indhold defineres som indhold produceret in-house eller bestilt/kommissioneret indhold, inklusive koproduktioner.

Hvad tæller som investering i dansk indhold?

Ved valg af en investeringsforpligtelse vil der være behov for at definere, hvad der tæller som en investering. Deloitte foreslår:

- At definere investering i dansk indhold som udgifter, som aktøren afholder til in-house- eller bestilte produktioner.
- At opgøre investeringer i dansk indhold som et femårigt rullende gennemsnit.
- At lade aktørerne medregne alle udgifter, som direkte kan relateres til produktionen.

Kilde: Deloitte

7 Hvem kan en forpligtelse omfatte?

Deloitte foreslår at målrette en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold mod aktører, som både har størrelse og forretningsmodel til at løfte forpligtelsen.

Det andet hovedspørgsmål ved udmøntning af en forpligtelse for streamingudbydere til at bidrage til dansk indholdsproduktion er, hvem forpligtelsen skal omfatte. Formuleret anderledes handler det om at fastlægge subjektet for forpligtelsen. Dette kapitel behandler subjektet for en eventuel forpligtelse og præsenterer Deloitte's overvejelser om og kvalificerede bud på, hvilke aktører forpligtelsen kan omfatte.

Overvejelserne bygger videre på definitionen af genstandsfeltet i kapitel 3 og kategoriseringen af forretningsmodeller i kapitel 4 ved at svare på tre yderligere spørgsmål:

- Hvordan fastslår vi, om virksomheden er målrettet Danmark?
- Skal en forpligtelse opgøres på tjeneste- eller virksomhedsniveau?
- Hvem skal være undtaget?

Afsnittet afsluttes med en opsummering af de foreslåede principper for afgrænsning af subjektet for forpligtelsen inklusive overvejelser om konsekvenserne af den foreslåede tilgang.

Hvordan fastslår vi, om virksomheden er målrettet Danmark?

I udgangspunktet giver AVMS-direktivet hjemmel til, at en forpligtelse omfatter både udbydere under dansk jurisdiktion og udbydere etableret i en anden medlemsstat, der målretter deres virksomhed til et dansk publikum, jævnfør redegørelsen for genstandsfeltet i kapitel 3.

En simpel operationalisering af, hvilke tjenester der er målrettet et dansk publikum, kan være at afgrænse forpligtelsen til tjenester med kundeforhold i Danmark.

Den centrale overvejelse er, om forpligtelsen skal begrænses til tjenester med direkte salg til forbrugere med dansk bopæl, eller om tjenester med salg til virksomheder med henblik på videresalg til forbrugere med dansk bopæl også skal være omfattet.

Deloitte foreslår umiddelbart at anvende den smalle definition, som alene omfatter virksomheder med direkte salg til forbrugere i Danmark. Den vil være klart lettere at administrere, da alle berørte virksomheder enten har væsentlig eller deres væsentligste forretning i Danmark.

Den brede definition, som også omfatter firmaer, som alene sælger til andre firmaer med henblik på videreformidling i Danmark, vil sikre ligestilling af alle relevante aktører. Men den vil potentielt pålægge en forpligtelse til at bidrage

til dansk indhold på aktører med et forholdsvis lille forretningsomfang i Danmark og uden produktion af dansk indhold. Et eksempel er FOX, som ikke leverer streamingindhold direkte til danske forbrugere, men som leverer indhold gennem YouSee, Canal Digital og ViaPlay.

Skal en forpligtelse opgøres på tjeneste- eller virksomhedsniveau?

Værdikæden fra køb til salg af indhold i streamingtjenester er ofte kompliceret og sammenvævet med andre produkter og selskaber. Derfor har det stor betydning, hvilket niveau en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion lægges og opgøres på. Skal forpligtelsen opgøres for den enkelte tjeneste, for det enkelte juridiske selskab eller på koncernniveau?

YouSee er et godt eksempel på den potentielle kompleksitet i værdikæder og forretningsmodeller indenfor samme koncern. YouSee stiller en række streamingtjenester til rådighed for deres kunder. Nogle af tjenesterne er produceret af YouSee (for eksempel Blockbuster), mens andre dækker over videreformidling af en tjeneste fra et andet selskab med en margin til at dække kunde-håndtering, profit mv. (for eksempel Netflix). Som hovedregel producerer YouSee ikke selve indholdet i tjenesterne, men YouSee gør det med Xee, hvor indholdet både tilbydes som streaming og som flow-tv.

Deloitte foreslår at gøre det juridiske selskab til subjekt og bærer af en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold. Det juridiske subjekt er en entydig størrelse og den mest direkte afsender af produktet. Derudover er det som regel den juridiske enhed tættest på Danmark, som træffer de redaktionelle beslutninger, når der er tale om internationale virksomheder, som målretter deres virksomhed mod Danmark.

Det indebærer, at en eventuel forpligtelse beregnes samlet for alle streamingtjenester, som den juridiske enhed leverer til forbrugere med dansk bopæl. Kapitel 8 indeholder Deloitte's overvejelser om den konkrete opgørelsesmetode.

I nogle tilfælde vil det være mere naturligt at opgøre en forpligtelse på koncernniveau. For eksempel leverer HBO Nordic, som er placeret i Sverige, en streamingtjeneste med samme navn til forbrugere i Danmark, men aktuelt foregår produktionen af indhold i amerikanske selskab(er) i samme koncern, hvorfor det nordiske selskab (den juridiske enhed med kunder i Danmark) umiddelbart kan have svært ved at indfri forpligtelsen til at investere i dansksproget indhold.

Overordnet set vurderer vi opgørelse på koncernniveau som en mindre hensigtsmæssig løsning. For det første vil der være behov for konsolidering af opgørelser på tværs af selskaber, og for det andet vil det for de internationale selskaber have en tendens til at trække ansvaret længere væk fra Danmark og EU og gøre forpligtelsen sværere at håndhæve. Derudover kan der være mulighed for at omlægge sin virksomhed, så relevante produktionsbevillinger ligger i det juridisk ansvarlige selskab, og selskabet dermed kan indfri en eventuel forpligtelse.

Det er en mulighed at lade en eventuel forpligtelse og opgørelsen følge den enkelte tjeneste, men det vil i mange tilfælde blive en meget tung teknisk og administrativ øvelse at adskille de enkelte tjenester fra hinanden, når indholdet ofte bliver brugt i flere produkter og ofte både til flow- og streamingprodukter.

Placering af forpligtelse og opgørelse hos det juridiske selskab indebærer, i kombination med en eventuel mindstegrænse (se næste afsnit), en risiko for, at aktører bryder deres selskaber op i flere mindre juridiske selskaber, som

gør, at aktørerne kan omgå forpligtelsen. Risikoen vurderes dog at være begrænset, da der også er ulemper ved at håndtere en samlet tjeneste og kundebase på tværs af juridiske selskaber.

Hvem skal være undtaget?

Ved afgrænsningen af genstandsfeltet i kapitel 3 blev det fastslået, at alle udbydere af streamingtjenester målrettet forbrugere med dansk bopæl potentielt kan være omfattet af en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold. AVMS-direktivet undtager dog visse udbydere af streamingtjenester for forpligtelsen, hvis der er gode grunde til det.

For det første indeholder AVMS-direktivet en obligatorisk fritagelse for udenlandske udbydere med lav omsætning eller lille målgruppe for at sikre, at forpligtelsen ikke underminerer markedsudviklingen og hindrer nye aktører i at træde ind på markedet. Hvis der også er etableret undtagelser ved lav omsætning eller lille målgruppe for nationale udbydere, må undtagelserne ikke være mere favorable for nationale end for udenlandske udbydere.

For det andet giver AVMS-direktivet medlemsstaterne mulighed for at undtage udbydere i tilfælde, hvor forpligtelsen i betragtning af arten eller emnet for tjenesten vil være upraktisk eller ubegrundet.

På den baggrund foreslår Deloitte tre mulige undtagelser, som kan overvejes ved udmøntning af en forpligtelse for udbydere af streamingtjenester til at bidrage til dansk indholdsproduktion.

UNDTAGELSE 1: public service-udbydere

Deloitte foreslår at undtage aktørerne, som er omfattet af public service-virksomhed fra at være omfattet af forpligtelsen, det vil sige DR og TV2.

Det grundlæggende argument er, at det er ubegrundet at pålægge public service-aktørerne et krav om at bidrage til dansk indhold, da de allerede er underlagt krav om at lægge særlig vægt på dansk sprog og kultur og opfylder intentionerne med forpligtelsen.

UNDTAGELSE 2: transaktionelle udbydere og rene distributører

Deloitte foreslår at undtage TVOD-leverandører (enkeltsalg af konkret indhold) og VOD-distributører (distribution af andres tjenester) fra at være omfattet af en forpligtelse, da den vil være upraktisk for disse aktører.

Forretningsmodellen for TVOD-leverandører og VOD-distributører er at være distributionsled for andres produkter. TVOD-leverandører har ikke et fast kunde-forhold, men er at sammenligne med et udstillingsvindue og detailed for produktionsselskabernes produkter. VOD-distributørerne stiller ikke egen platform til rådighed, men giver adgang til andre streamingtjenesters platform(e) som en del af en pakke af produkter (bundle). Det redaktionelle ansvar hos TVOD-leverandører og VOD-distributører er dermed meget svagt og af en anden karakter end hos VOD-producenter og VOD-leverandører.

Dertil kommer, at TVOD-leverandører og VOD-distributører ikke selv producerer indhold. En forpligtelse til direkte at investere i dansk indhold vil derfor være fremmed for deres forretningsmodel, og de har formentlig hverken infrastruktur eller kompetencer til at engagere sig med produktionsselskaber i forhold til at udvikle egen- eller koproduktioner.

Det kan ligeledes overvejes at undtage VOD-leverandører, da de heller ikke har egen produktion. I modsætning til TVOD-leverandører og VOD-distributører har VOD-leverandører dog et klart redaktionelt ansvar for indholdet og det samlede

programkatalog. Derfor er vores umiddelbare indstilling, at VOD-leverandører omfattes af en eventuel forpligtelse til at bidrage til dansk indhold.

UNDTAGELSE III: ikkefremtrædende udbydere

Mediaaftalen indgået mellem den tidligere regering og Dansk Folkeparti indeholder en bundgrænse, som fritager virksomheder med en omsætning på under 375.000 kr. i Danmark for forpligtelsen til at investere i nyt dansksproget indhold. Bundgrænsen er i tråd med AVMS-direktivets intention om ikke at begrænse markedsudviklingen og hindre nye aktører i at træde ind på markedet.

Aftaletekstens bundgrænse på 375.000 kr. er dog forholdsvis lav. Det er meget få udbydere af streamingtjenester, som ikke opnår en omsætning på 375.000 kr., og den aftalte investeringsforpligtelse på 2 procent indebærer, at udbyderne skal investere ned til 7.500 kr. i nyt dansksproget indhold. Det vil i praksis være svært at omsætte så lille et beløb til egentligt nyt indhold.

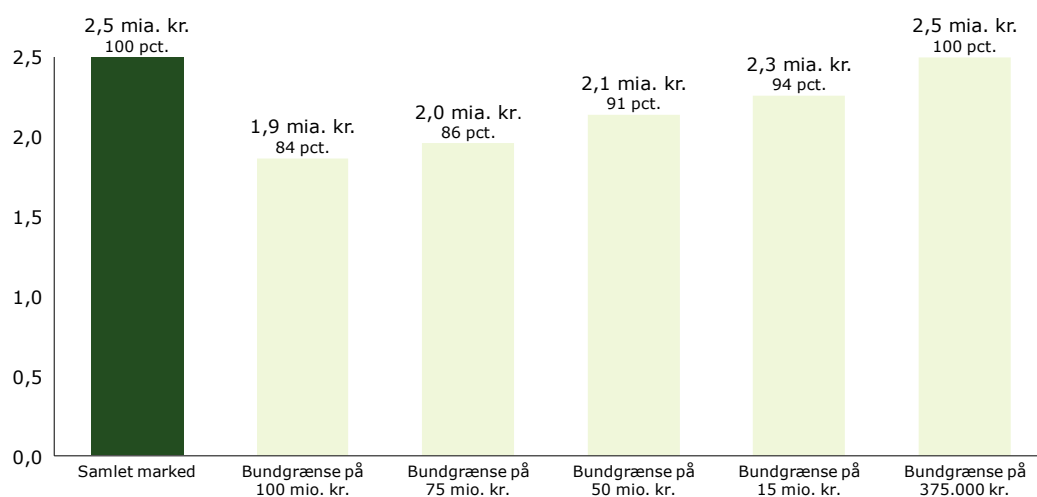
EU-kommissionen arbejder aktuelt på retningslinjerne for lav omsætning og lille målgruppe og har i udgangspunktet foreslået, at en bundgrænse baseres på definitionen af mikro-, små og mellemstore virksomheder – nærmere bestemt på tærskelværdierne for små virksomheder (årlig omsætning på ikke over 10 mio. Euro) og mikrovirksomheder (årlig omsætning på ikke over 2 mio. Euro).

Deloitte foreslår i forlængelse heraf at anvende en bundgrænse på minimum 10 mio. Euro eller ca. 75 mio. kr. eksklusive moms for forpligtelsen til at bidrage til dansk indholdsproduktion.

For det første giver en bundgrænse på 75 mio. kr. en afledt forpligtelse, som vil have en størrelse, der reelt bidrager til dansk indholdsproduktion. For eksempel svarer en forpligtelse på 2-5 procent af en omsætning på 75 mio. kr. til et bidrag til dansk indholdsproduktion på minimum ca. 1,5-3,75 mio. kr.

For det andet begrænser den forholdsvis høje bundgrænse forpligtelsen til store spillere, som kan håndtere den administrative byrde, uden at kompromittere effekten af forpligtelsen. Med en bundgrænse på 75 mio. kr. vil forpligtelsen omfatte cirka 80 procent af volumen i det danske streamingmarked, når vi tæller public service-virksomheder med, jævnfør oversigten over konsekvenserne ved forskellige bundgrænser i figur 6.1.

Figur 6.1. Forskellige bundgrænsers betydning



Kilde: Deloitte

Baseret på oplysninger fra markedsaktører og -rapporter forventes streaming-markedet at vokse med høje et- eller tocifrede vækstrater frem mod 2025, hvilket kan være et yderligere argument for en forholdsvis høj bundgrænse.

Den forholdsvis høje bundgrænse gør det i praksis unødvendigt at overveje undtagelser for udbydere af tjenester med en forholdsvis lille målgruppe.

Opsummering og omfang

Opsummeret består vores forslag i at afgrænse en eventuel forpligtelse til aktører, som ikke allerede er forpligtet til at bidrage til dansk indholdsproduktion, og som både har størrelse og forretningsmodel til at løfte forpligtelsen.

På baggrund af ovenstående overvejelser, afgrænsningen af genstandsfeltet i kapitel 3 og kategoriseringen af forretningsmodeller i kapitel 4, har vi operationaliseret afgrænsningen til syv konkrete kriterier, jævnfør oversigten i nedenstående boks 6.2.

Boks 6.2. Opsummering af overvejelser omkring subjektet

Deloitte foreslår, at udbydere af streamingtjenester er omfattet af en forpligtelse, hvis de opfylder følgende betingelser:

- **Målettet danske forbrugere**

Aktøren sælger eller leverer audiovisuelle on demand-streamingtjenester direkte til danske forbrugere.

- **Egen tjeneste**

Aktøren stiller on demand-indhold til rådighed gennem egen brandede tjeneste.

- **Aktiv kuratering**

Aktøren udvælger og pakker aktivt streamingindhold i en eller flere on demand-tjenester.

- **Ikketransaktionel**

Aktøren har ikke baseret adgangen til indhold på betaling for det faktiske forbrug.

- **Distributør**

Aktøren stiller én eller flere on demand-tjenester til rådighed for kunder enten alene eller som en del af en bundle.

- **Omsætning på over 75 mio. kr.**

Aktøren har en årlig omsætning på mere end 75 mio. kr. ved at levere audiovisuelle on demand-streamingtjenester til forbrugere med dansk bopæl.

- **Ikke public service-virksomhed**

Aktøren er ikke en public service-virksomhed.

Udbyderen af streamingtjenesten er defineret som den juridiske enhed, der sælger eller leverer streamingtjenesten direkte til forbrugere med bopæl i Danmark.

Kilde: Deloitte

Vi foreslår at placere og opføre en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold hos juridiske enheder, som har et direkte kundeforhold til forbrugere med bopæl i Danmark.

Vi foreslår at undtage public service-virksomheder, fordi de allerede bidrager til dansk indholdsproduktion. Vi foreslår desuden at undtage TVOD-leverandører (enkeltsalg af konkret indhold) og VOD-distributører (distribution af andres tjenester), fordi deres forretningsmodel grundlæggende består i at distribuere andres indhold, og de har vanskeligt ved at løfte forpligtelsen. Slutteligt foreslår vi at undtage virksomheder med en omsætning på streamingtjenester på under 75 mio. kr. for at målrette den eventuelle forpligtelse mod store aktører, som kan bære byrden, og sikre, at den konkrete forpligtelse har et omfang, der reelt bidrager til dansk indholdsproduktion.

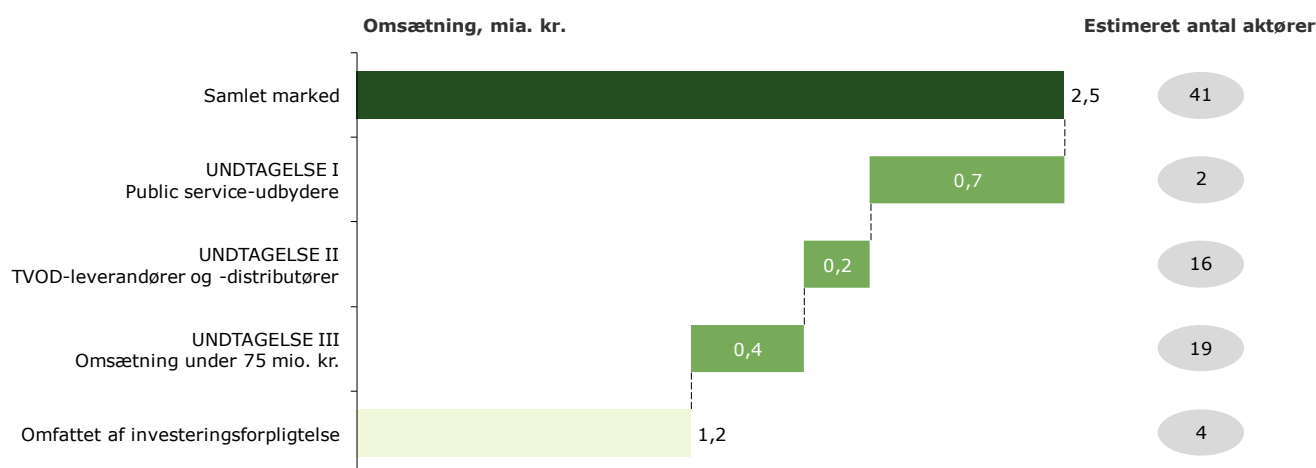
Det skal bemærkes, at de afgrænsende betingelser i boks 6.2 hver for sig kan efterlade et vist fortolkningsrum. Eksempelvis kan det være vanskeligt præcist

at definere, hvornår der er tale om aktiv kuratering. Det er dog vores vurdering, at betingelserne samlet set gør det entydigt, om en given udbyder er omfattet af forpligtelsen eller ej.

Forpligtelsens omfang

Vores forslag til, hvem der skal være omfattet af en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold, indebærer, at forpligtelsen forventeligt kommer til at omfatte fire udbydere med en samlet omsætning på cirka 1,2 mia. kr., jævnfør figur 6.3.

Figur 7.3. Forventet omfang af en forpligtelse



Note: Undtagelserne overlapper, og opgørelsen er opgjort i prioriteret rækkefølge.

Kilde: Deloitte

Det er især undtagelsen for public service-virksomhederne DR og TV2, som reducerer det forventede omfang af en forpligtelse

Under forudsætning af en forpligtelse på 2-5 procent af omsætningen vil den samlede forpligtelse og bidrag til dansk indholdsproduktion nominelt beløbe sig til cirka 24-60 mio. kr. Det reelle merbidrag til dansk indholdsproduktion er dog afhængig af udmøntningen af forpligtelsen.

Ved udmøntning som en investeringsforpligtelse vil det reelle merbidrag være mindre end det nominelle, da de berørte aktører allerede i væsentligt omfang investerer i dansk indhold. Det gælder både de lokale aktører som YouSee og Viasat/Nordic Entertainment Group og de internationale spillere som HBO Nordic og Netflix. Netflix har med serien *The Rain* allerede en aktiv produktion af nyt, dansksproget indhold, hvor værdien aktuelt er anslået til at udgøre mere end to procent af den danske omsætning. HBO Nordic har flere danske serier under udvikling, hvor *Erobreren* er længst fremme, men det er endnu usikkert, om udviklingsforløbene udmønter sig i en egentlig produktion.

Ved udmøntning som en bidragsforpligtelse vil bidragene til den centralt forvaltede fond, hvor der kan søges om støtte til produktioner af dansk indhold, være lig den nominelle forpligtelse.

Ved såvel en investeringsforpligtelse som en bidragsforpligtelse vil aktørerne kunne søge nuværende og eventuelle nye fonde om støtte til egne produktioner. Aktørerne vil også kunne søge støtte til produktioner, som de ville have

gennemført uden støtte. Derfor vil det samlede merbidrag til dansk indholdsproduktion uanset udformningen af forpligtelsen potentielt kunne blive mindre end det politisk intenderede.

8 Hvordan kan en forpligtelse opgøres?

Deloitte foreslår som hovedregel at beregne en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold på baggrund af streamingtjenesternes omsætning, men alternativt at anvende en takst per abonnement, når det ikke er muligt at afgrænse omsætningen entydigt.

Det tredje hovedspørgsmål er, hvad der udgør grundlaget for at beregne omfanget af en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion. Formuleret anderledes handler det om at fastlægge forpligtelsens objekt.

I dette kapitel opstiller vi et forslag til at definere objektet. Vi sigter mod en simpel model, som er let at administrere og håndhæve, hvilket udmønter sig i en hovedregel om at anvende omsætningen som beregningsgrundlag, når der foreligger en entydig omsætning, og alternativt at anvende en sats per abonnement, når der ikke foreligger en entydig omsætning.

Vi foreslår at overlade håndhævelsen til virksomhederne selv, hvor revisor skal tage stilling til, om virksomhedens opgørelse er retvisende.

Afslutningsvist opsummerer vi tilgangen og drøfter de væsentligste konsekvenser.

Hovedregel – forpligtelse baseret på omsætning

Deloitte foreslår, at en forpligtelse som hovedregel skal beregnes på baggrund af den juridiske enheds samlede bruttoomsætning i det senest afsluttede regnskabsår på streamingtjenester, som er solgt eller leveret til danske forbrugere, jævnfør definitionen af en forpligtelses subjekt i kapitel 7.

Omsætningen inkluderer alle indtægter (salg, reklame mv.) knyttet til streamingprodukter, som den juridiske enhed enten leverer direkte eller gennem andre selskaber til forbrugere med dansk bopæl.

Det er centralt at være opmærksom på, at Deloitte's forslag indebærer at medregne såvel direkte salg til forbrugere og indirekte salg til forbrugere gennem andre virksomheder hos den enkelte virksomhed. Det betyder for eksempel, at omsætningen både tælles med hos YouSee og Netflix, når YouSee videreformidler Netflix til sine forbrugere.

Det ville være mere retvisende at tillade modregning, hvilket i eksemplet svarer til, at Netflix' forpligtelse bliver nedskrevet svarende til omfanget af YouSees omsætning på at videreformidle Netflix. Modregning vil dog kræve omfattende regulering og være administrativt tungt, fordi det kræver opgørelse på tværs af virksomheder, og fordi produkterne typisk er bundlede, og der ikke er en entydig omsætning på det enkelte produkt i slutledet. For eksempel er YouSees abonnement struktureret sådan, at forbrugerne køber et antal point,

som de frit kan disponere over og eksempelvis tilvælge Netflix i deres samlede pakke. Den omsætningsmæssige værdi af pointene vil variere afhængigt af sammensætningen og indkøbsprisen på produkterne i den konkrete pakke.

Derudover vurderer Deloitte, at overlappets omfang er begrænset af, at vi alene foreslår at lade forpligtelsen omfatte virksomheder med direkte salg til forbrugere. Virksomheder med direkte salg til forbrugere foretrækker typisk at formidle streamingtjenesterne direkte.

Alternativ regel – forpligtelse baseret på antal abonnenter

Hovedreglen vil være velfungerende, hvor der foreligger en omsætning, som entydigt kan afgrænses til streamingtjenester til danske forbrugere. I mange tilfælde foreligger der dog ikke en entydig omsætning på en aktørs streamingtjenester. Det kan skyldes en række problemstillinger, hvoraf den mest udbredte er, at aktøren sælger streamingtjenesten som del af en samlet pakke af produkter, som både kan indeholde flow-tv og andre former for produkter.

Som tidligere nævnt har vi anslået, at der ikke foreligger en entydig omsætning for 70 procent af det samlede marked. Derfor er der behov for en alternativ tilgang til at beregne forpligtelsen, når der ikke foreligger en entydig omsætning. Vi foreslår en forholdsvis simpel tilgang, som opgør forpligtelsen ved hjælp af en sats per streamingabonnement i den juridiske enhed.

Nogle aktører stiller bundlede produkter til rådighed, hvor flow-tv er det primære produkt, og streamingtjenester er et tillægsprodukt, der automatisk følger med det primære produkt. Derfor foreslår vi alene at tælle aktivt anvendte streamingabonnementer med i beregningsgrundlaget. En række aktører har for eksempel tilkendegivet i interview, at det er muligt for dem at identificere abonnenter, som har aktiveret relevante streamingtjenester.

Vi foreslår at beregne en eventuel forpligtelse på baggrund af en estimeret omsætning på 720 kr. per år eller 60 kr. per måned per streamingbruger. Med et niveau for forpligtelsen på 2-5 procent svarer det til en sats på 14,4-36 kr. eksklusive moms per aktivt streamingabonnement per år.

Den estimerede omsætning er fastlagt som den vægtede estimerede streamingomsætning per abonnement per år hos de udbydere, som er foreslået omfattet af forpligtelsen.

Ligesom ved hovedreglen foreslår vi at medregne hele omsætningen og alle abonnenter, det vil sige abonnenter som sælges både direkte og indirekte gennem andet selskab. Som nævnt er det dog alene aktive abonnenter, der skal medtælles, hvilket for eksempel kan defineres som aktiverede abonnenter, eller at abonnenten har brugt én eller flere tjenester i løbet af de seneste 12 måneder.

Ofte vil den sælgende virksomhed ved indirekte salg have en entydig omsætning på den del, som sælges til anden virksomhed med henblik på videresalg til forbrugere. I givet fald vil det være hensigtsmæssigt at anvende omsætningen frem for antal abonnenter for den del af det samlede forretningsomfang.

Håndhævelse af ordningen

Deloitte foreslår, at den enkelte aktør er ansvarlig for at opgøre omsætningstal og/eller antal abonnenter, men at udmøntningen omfatter et eksplicit krav om, at revisor som en del af revideringen af årsregnskabet skal tage stilling til, om opgørelsen er retvisende.

Opsummering og konsekvenser

Vi vurderer, at den foreslåede tilgang med en hovedregel baseret på faktisk omsætning og en undtagelse baseret på antal abonnementer udgør en hensigtsmæssig afbalancering af enkelhed og lige vilkår, jævnfør opsummeringen i boks 7.1.

Boks 7.1. Opsummering af en forpligtelses objekt

Hovedregel – forpligtelse baseret på omsætning

- Hovedreglen gælder alle aktører med entydig omsætning fra salg af streamingtjenester til forbrugere med dansk bopæl.
- Forpligtelsen er beregnet som:

$$\text{Forpligtelse} = \text{bruttoomsætning} \times \text{forpligtelsens niveau (for eksempel 2 pct.)}$$

- Forpligtelsen er beregnet på baggrund af det senest afsluttede regnskabsår.
- Bruttoomsætningen inkluderer alle indtægter (salg, reklame mv.) knyttet til streamingprodukter, som den juridiske enhed leverer til forbrugere med dansk bopæl, herunder indtægter fra salg til andre virksomheder.

Undtagelse – forpligtelse baseret på antal abonnementer

- Undtagelsen gælder, hvor aktøren ikke har en entydig omsætning på salg af streamingtjenester til forbrugere med dansk bopæl.
- Forpligtelsen er beregnet som:

$$\text{Forpligtelse} = \text{antal unikke aktive streamingabonnementer} \times \text{sats}$$

- Deloitte foreslår at beregne satsen som:

$$\text{Sats} = \sum_{i=1}^n \frac{\text{Estimeret omsætning}^i}{\text{Antal unikke aktive abonnementer}^i} \times \frac{\text{Estimeret omsætning}^j}{\sum_{j=1}^n \text{Estimeret omsætning}^j} \times \text{forpligtelsens niveau}$$

Hvor i og j dækker over aktørerne, som er skønnet omfattet af forpligtelsen.

- Det giver ved et niveau for forpligtelsen på 2-5 procent en sats på 14,4-36 kr. per abonnement per år.
- Forpligtelsen er beregnet på baggrund af det senest afsluttede regnskabsår.
- Forpligtelsen er beregnet på baggrund af antal unikke aktive abonnementer, hvor det drejer sig om det gennemsnitlige månedlige antal abonnenter i regnskabsåret på streamingtjenester, som er omfattet af forpligtelsen.
- Aktive abonnementer betyder, at abonnenten skal have aktiveret tjenesten. Hvis det er teknisk muligt at opgøre antallet af brugere, som rent faktisk har anvendt tjenesten, vil det være mere hensigtsmæssigt. Unikke abonnementer indebærer, at abonnenter ikke tælles med flere gange, hvis de anvender flere tjenester hos udbyderen.

Håndhævelse af ordningen

- Den enkelte aktør er ansvarlig for at opgøre omsætningstal og/eller antal abonnementer.
- Revisor skal som del af revideringen af årsregnskabet tage stilling til, om opgørelsen er retvisende.

Kilde: Deloitte

En ulempe ved den alternative beregning af en forpligtelse som en sats per abonnement er, at den anvender én sats og tillægger alle tjenester samme værdi uagtet den reelle værdi. Det betyder, at omfattede aktører med streamingtilbud med lille værdi bliver underlagt en forholdsvis større forpligtelse end tjenester med stor værdi.

Netflix og HBO Nordic vægter meget i den foreslåede tilgang til beregningsgrundlag for satsen, og deres tilbud har en meget høj markedsværdi. Det er baggrunden for, at satsen svarer til en værdisætning af streamingproduktet på 60 kr. eksklusive moms per måned per abonnement.

Der eksisterer alternative tilgange til at fastlægge en kunstig omsætning og en individuel forpligtelse, som potentielt vil ramme den reelle værdi bedre. For eksempel vil det i nogle tilfælde være muligt at adskille omsætningen på bundlede produkter ved at kigge på kostprisen på de enkelte produkter.

Fælles for de alternative tilgange er dog, at de efter Deloittes vurdering vil blive meget tekniske, være tunge for aktørerne at administrere samt være svære at håndhæve.

9 Opmærksomhedspunkter

Da markedet er under hastig teknologisk, forretnings- og forbrugermæssig udvikling, foreslår Deloitte at følge markedets udvikling og evaluere forpligtelsen efter to år.

Dette kapitel opridser en række centrale opmærksomhedspunkter forbundet med udmøntning af en forpligtelse for streamingtjenester om at bidrage til dansk indholdsproduktion. Det drejer sig overordnet set om, at forretningsmodellerne på streamingmarkedet er komplekse, krydser grænser og er under kraftig udvikling, og der derfor kan være eller opstå u hensigtsmæssige konsekvenser som følge af den konkrete udmøntning.

Løbende evaluering af forpligtelsens subjekt

Værdikæder og forretningsmodeller i det audiovisuelle marked er under hastig forandring. Derfor kan det være hensigtsmæssigt løbende at evaluere, om især afgrænsningen af subjektet for en eventuel forpligtelse fortsat indfrier intentionerne.

Der kan eksempelvis være risiko for, at enkelte aktører omlægger deres forretningsmodel, så de bliver undtaget forpligtelsen. Dette kan for eksempel ske ved at overgå fra en abonnements- til en transaktionsbaseret model eller ved ikke længere at distribuere tjenesten direkte.

Sociale medietjenester og videodelingsplatforme

Videodelingsplatforme og sociale medietjenester udbyder audiovisuelt indhold, som offentligheden og navnlig unge i stigende grad tilgår på lige fod med tv-serier og andet indhold, udviklet af traditionelle producenter. Grundlæggende set konkurrerer de sociale medietjenester og videodelingsplatforme om samme målgrupper og indtægter som streamingtjenester. På den baggrund kan det være hensigtsmæssigt at overveje, om sociale medietjenester og især videodelingsplatforme også skal være omfattet af en forpligtelse til at bidrage til dansk indholdsproduktion.

AVMS-direktivets hjemmelsgrundlag for en eventuel forpligtelse til at bidrage finansielt til lokalt indhold omfatter dog alene tv og video on-demand tjenester. Derfor har Deloitte ikke medtaget videodelingsplatforme og sociale medietjenester i denne rapport og overvejelserne om en eventuel udmøntning. Det vil kræve en særskilt kortlægning at sikre overblik over mulige modeller og konsekvenser ved at pålægge sociale medietjenester og videodelingsplatforme at bidrage til dansk indhold.

Evaluering af alternativ opgørelse af beregningsgrundlag

Deloitte foreslår at beregne en eventuel forpligtelse som en sats per unik aktiv streamingabonnent, når der ikke foreligger en entydig omsætning på streamingtjenester.

Der vil for det første være behov for at drøfte og evaluere opgørelsen af unikke og aktive streamingabonnenter med de omfattede aktører, da aktørerne kan have udfordringer med at foretage en præcis opgørelse.

For det andet vil der være behov for løbende at vurdere den foreslåede sats og konsekvenserne for aktørerne. Den er forholdsvis simpel og let at administrere og håndhæve, men indebærer en risiko for forskelsbehandling.

Ikkeintenderede konsekvenser af krav om dansksproget indhold

Medieaftalen mellem den tidligere regering og Dansk Folkeparti tog udgangspunkt i sproget og indeholdt et krav om, at udbyderne skulle investere i dansksproget indhold. Dialogen med markedsaktører og eksperter har afdækket, at kravet om at investere i dansksproget frem for dansk indhold kan have ikkeintenderede konsekvenser.

For det første gør kravet skuespillernes nationalitet og beherskelsen af det danske sprog til det centrale kriterie. Det udgør en potentiel forskelsbehandling af øvrige faggrupper, for eksempel musikere, kostumedesignere, manuskriptforfattere og instruktører, som ikke behøver at have afsæt i dansk kultur eller sprog.

For det andet er en væsentlig del af den danske dokumentarproduktion engelsksproget, da det danske marked ikke er tilstrækkeligt stort til at kunne sikre produktionernes økonomiske bæredygtighed. Et eventuelt krav om dansksproget indhold kan dermed bidrage til at forringe de samlede finansieringsmuligheder for danske dokumentarfilm.

Andre lande har defineret kravet til originalt lokalt indhold bredere, for eksempel med udgangspunkt i producentens lokalisering, kreativt input fra kulturelle grupper og/eller indhold, der udtrykker lokal kultur.

Afvejning af effekt og byrde

Den samlede nominelle forpligtelse er på baggrund af et niveau på 2-5 procent estimeret til 24-60 mio. kr., men det reelle merbidrag til dansk indholdsproduktion kan være mindre.

Ved udmøntning som en investeringsforpligtelse vil det reelle merbidrag være mindre end det nominelle, da de berørte aktører allerede i væsentligt omfang investerer i dansk indhold.

Ved såvel en investeringsforpligtelse som en bidragsforpligtelse vil aktørerne kunne søge nuværende og eventuelle nye fonde om støtte til egne produktioner. Aktørerne vil også kunne søge støtte til produktioner, som de ville have gennemført uden støtte. Derfor vil det samlede merbidrag til dansk indholdsproduktion uanset udformningen af forpligtelsen potentielt kunne blive mindre end det politisk intenderede.

Det kan give anledning til at overveje den samlede balance mellem effekt og byrde, herunder hvornår en eventuel forpligtelse skal træde i kraft. Markedet er under fortsat udvikling med en stadigt større streamingandel, hvorfor effekten forventes at vokse over tid.

Sanktionering og håndhævelse

Deloitte's overvejelser omfatter ikke forslag til sanktioner ved eventuel misligholdelse af en forpligtelse til at bidrage til dansk indhold. Ved udmøntningen af forpligtelsen er det nødvendigt at overveje udformningen af eventuelle sanktioner.

Nogle af de omfattede aktører er lokaliseret i andre lande og er ikke underlagt dansk jurisdiktion. Det kan være vanskeligt at håndhæve og eventuelt sanktionere misligholdelse af en forpligtelse for udenlandske aktører.

Evaluering efter to år

På baggrund af markedets hastige udvikling og de identificerede opmærksomhedspunkter foreslår Deloitte, at en eventuel forpligtelse evalueres to år efter udmøntning. Formålet med evalueringen kan blandt andet være at afdække, om forpligtelsen indfrir sit formål, om der er opstået væsentlige ikkeintenderede konsekvenser, og om forpligtelsen pålægger aktørerne unødige byrder.



Om Deloitte

Deloitte leverer ydelser indenfor revision, consulting, financial advisory, risikostyring, skat og dertil knyttede ydelser til både offentlige og private kunder i en lang række brancher. Deloitte betjener fire ud af fem virksomheder på listen over verdens største selskaber, Fortune Global 500®, gennem et globalt forbundet netværk af medlemsfirmaer i over 150 lande, der leverer kompetencer og viden i verdensklasse og service af høj kvalitet til at håndtere kundernes mest komplekse forretningsmæssige udfordringer. Vil du vide mere om, hvordan Deloitte omkring 245.000 medarbejdere gør en forskel, der betyder noget, så besøg os på Facebook, LinkedIn eller Twitter.

Deloitte er en betegnelse for Deloitte Touche Tohmatsu Limited, der er et britisk selskab med begrænset ansvar (DTTL), dets netværk af medlemsfirmaer og deres tilknyttede virksomheder. DTTL og alle dets medlemsfirmaer udgør separate og uafhængige juridiske enheder. DTTL (der også betegnes "Deloitte Global") leverer ikke selv ydelser til kunderne. Vi henviser til www.deloitte.com/about for en udførlig beskrivelse af DTTL og dets medlemsfirmaer.