



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Összefoglaló
az ÁV-2/2007. sz. ágazati vizsgálat jelentéséhez érkezett
írásbeli észrevételekről

2009. április

1 Bevezetés - az észrevételezés menete

A Gazdasági Versenyhivatal a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény 43/E. § (2) bekezdése alapján 2009. január 6-án bocsátotta észrevételezés céljából az érintettek rendelkezésére az ÁV-2/2007 sz. ágazati vizsgálatában készült 2008. decemberi jelentését (továbbiakban jelentés), 2009. február 9-i határidővel.

A jelentés észrevételezése során összesen tizenhét észrevétel érkezett, a GVH az észrevételezésre biztosított határidő lejártát követően érkezett véleményeket is figyelembe vette.

Észrevételezte a jelentést

- hat műsorszolgáltató (Duna Televízió Zrt., Magyar Televízió Zrt., Z+ Műsorszolgáltató Zrt., MTM-SBS Zrt. (TV2), Magyar RTL Televízió Zrt., Viasat Hungária Zrt.);
- három műsorterjesztő (Antenna Hungária Zrt., Invitel Zrt., T-Kábel Kft.),
- két kábelszövetség (Magyar Kábelkommunikációs Szövetség - MKSZ, Magyar Kábeltelevíziós és Hírközlési Szövetség - MKHSZ);
- a nézettségmérés kapcsán három érintett vállalkozás (AGB Nielsen, Szonda Ipsos, GfK Hungária); és
- két szabályozó (Nemzeti Hírközlési Hatóság - NHH, az Országos Rádió és Televízió Testület – ORTT) és
- a szakmai véleményezésre felkért Média Content Tanácsadó Kft.

A GVH az ágazati vizsgálat során médiaügynökségeket és hirdetőket is megkeresett, és a jelentést is megküldte részükre észrevételezés céljából, azonban közülük egy szereplő sem élt a véleményadás lehetőségével.

Az észrevételezők közül egyedül az ORTT kérte kifejezetten észrevételeinek nyilvánosságra hozatalát, több észrevételező (Antenna Hungária, T-Kábel, Z+, TV2, RTL Klub, Viasat) pedig kifejezetten kérte észrevételeinek üzleti titokként való kezelését. A GVH ez utóbbi körülményt figyelembe véve tekintett el attól a jogszabályi lehetőségtől, hogy az észrevételek megfogalmazását meghallgatás keretében biztosítsa az érintettek számára.

Az észrevételezők listáját és az általuk érintett témákat a következő táblázat tartalmazza.

NÉV	észrevételek					
	nézettség- mérés	DVB-T	STB	műsorterjesztés	reklám	egyéb
AH		+				
Invitel				+		
T-Kábel			+	+		+
MKHSZ		+	+	+		
MKSZ	+	+	+	+		
MTV Networks - Z+ (Viva)				+	+	
Duna TV	+	+	+			
TV2	+	+	+	+	+	+
Magyar Televízió	+	+		+	+	+
RTL Klub	+	+	+	+	+	
Viasat3				+	+	
AGB	+					
GfK Hungária	+					
Szonda Ipsos	+					
NHH		+		+		
ORTT				+		
Media Content	+	+	+	+	+	

A Tptv. 43/E. § (1) bekezdése alapján a GVH az írásbeli észrevételekről (...) készült összefoglalót, illetve az érintett piaci szereplőknek a jelentés tartalmára vonatkozó érdemi észrevételeit tartalmazó dokumentumokat – ha kéri – a jelentéssel egyidejűleg és azonos helyen hozza nyilvánosságra. Jelen összefoglaló e törvényi rendelkezés végrehajtásának céljából készül.

A GVH az ágazati vizsgálati jelentés véglegesítése során áttekintette az egyes beérkezett észrevételeket és amennyiben ezekre tekintettel (a beszerzett információk egyenként és összességében elvégzett értékelése keretében) indokoltnak látta, módosításokat hajtott végre az észrevételezésre kiküldött jelentés szövegében. Az ágazati vizsgálati jelentés mellékletét képező szakértői jelentések módosítására egyes ezt kezdeményező észrevételek ellenére a GVH-nak nem volt lehetősége, azonban ezen észrevételek nem módosítanák a GVH végkövetkeztetéseit.

2 Az észrevételek összefoglalása

A GVH a jelentés témakörei szerint foglalta össze a beérkezett érdemi írásbeli észrevételeket. Az érdeminek nem minősülő, pontosító észrevételeket az összefoglalóból mellőztük.

Az ágazati vizsgálat a műsorszolgáltatási értéklánc egészével foglalkozott, de a vizsgálat indítására okot adó körülményeknek megfelelően részletesen két fő témával, a műsorterjesztési kérdésekkel és a televíziós reklámpiaccaal, így a GVH az észrevételeket is alapvetően ezen két fő területre bontva taglalja.

Az ágazati vizsgálati jelentés külön nevesítve három olyan témát tartalmazott, amelyek kapcsán a GVH az egyéb körben általánossággal biztosított véleményezési lehetőség mellett

kifejezetten várta az érdekeltek észrevételeit. Ezek a digitális a fölfelszíni platform (DVB-T) indulásával jelentkező problémák, a nézettségmérés és a set-top-box-ok interoperabilitása, amely témákhoz érkezett észrevételeket a GVH szintén külön-külön összegezte.

A GVH az észrevételek mellett csak abban az esetben tünteti fel annak megfogalmazóját, ha az észrevételező nem kérte észrevételeinek üzleti titokként történő kezelését.

2.1 A műsorterjesztéssel kapcsolatos észrevételek

A **Media Content** (az észrevétel teljes szövege nyilvános, az ágazati vizsgálati jelentés mellékletét képezi) alapvetően egyetért a műsorterjesztő-műsorszolgáltató viszonyt elemző résszel, s benne azzal is, hogy jelen helyzetben – mely inkább egy „átmeneti korszakot” elemez – nem szükséges versenyfelügyeleti eljárások indítása, illetve általános versenyjogi intézkedés megtétele. Ugyanakkor ez nem zárja ki, hogy szükség esetén a jelentősebb műsorterjesztők a műsorszolgáltatókkal szembeni esetleges vevői erőfölénnyel való visszaélését ne vizsgálhatná a GVH.

A piac fejlődésére szerintük az lesz a jellemző, hogy a műsorszolgáltatás komplexebbé, médiaszolgáltatássá válik. A jelenlegi médiapiac jelentősen bővülni már nem fog, új országos, általános tematikájú kereskedelmi műsorszolgáltató megjelenése nem várható, az egyes szereplők növekedése csak a többiek rovására képzelhető el. A digitalizációval a frekvenciaszűkösség is megszűnhet. Mindezek miatt támogatják azt az elképzelést, hogy a Rttv-ből kerüljenek ki a tulajdoni korlátok, mert azok gátját jelenthetik az új médiapiaci viszonyok kialakulásának.

Az **NHH** a műsorterjesztéssel kapcsolatban több helyen is kritikai észrevételt fogalmazott meg. Sajnálatosnak tartja, hogy a titkosításra került adatok (pl. 5-6. ábra) helyettesítésére nem kerestünk illetve találtunk módot, így azok nem ellenőrizhetők.

Véleménye szerint az IPTV platformon – mely megnevezés helyesebb volna így: IP platformon történő műsorterjesztés – történő műsorterjesztés pozitív versenyhatása biztonsággal még nem jelenthető ki. Ugyanakkor a triple-play képes ktv platform – mely egy vertikálisan integrált modellben a műsorterjesztőnek jelentős előnyt biztosít más platformokkal szemben – nem kap kellő hangsúlyt a (potenciális) versenyelőny elemzésekor.

Az **ORTT** (az észrevétel teljes szövege nyilvános, az ágazati vizsgálati jelentés mellékletét képezi) szerint a jelentés nem fordít kellő figyelmet a médiapiaci koncentráció utóbbi években végbement növekedésére, illetve a folyamat kapcsán tapasztalható anomáliákra. Ennek kapcsán az egyik legfőbb problémát az ORTT a vertikális integrálódásban látja. Jóllehet erről a jelenségről a jelentés is említést tesz, a folyamatot a GVH mégsem tekinti érdemi problémának, holott az a jogszabályi környezet hibái mellett magának a piacnak az egészséges fejlődését, a kisebb szolgáltatók versenyképességét is akadályozza.

A jelentés a médiapiac koncentrációjáról azonban más helyen is ellentmondásosnak tekinthető, egyrésztől például megállapítja, hogy „a csatornák számának

emelkedése a piacra lépés realitását és egyúttal a koncentráció csökkenésének lehetőségét jelezheti”, másrésztől ugyanakkor hozzáteszi, hogy „ezt a bővülést elsősorban a már piacon lévő műsorszolgáltatók által alapított, vagy honosított újabb csatornák adták” (94. bek.). Mindez az ORTT szerint annak a kockázatát is magában rejti, hogy a piacra lépéshez szükséges erőforrások (tartalom, műsorterjesztési kapacitás, reklámbevétel) olyan mértékben koncentrálnak a felsorolt néhány vállalatcsoport kezében, ami kifejezetten akadályozza más, új szereplők piacra lépését. Éppen ezért az ORTT a helyzet részletesebb elemzésén túl, a szabályozói beavatkozásra vonatkozó következtetések újragondolását is szükségesnek tartaná.

Az ORTT szerint a jelentés IPTV-vel kapcsolatos megállapításai szintén nem kellően alátámasztottak, nem derül ki egyértelműen, hogy az IPTV fejlődési potenciáljára vonatkozó megjegyzések a GVH saját feltételezésén, vagy szakértői véleményekkel alátámasztott prognózison alapulnak.

A terjesztők és műsorszolgáltatók viszonyát illetően a jelentés nem tér ki arra a 95. bekezdésben felvetett kérdésre, hogy a több csatornával rendelkező műsorszolgáltatók vajon nem kötik-e ahhoz terjesztésüket, hogy más csatornájukat is továbbítsa a terjesztő. Ez a gyakorlat az ORTT szerint nemcsak reklámpiaci probléma, hanem – főként az analóg műsorterjesztés esetében jellemző kapacitás- korlátosság miatt – komoly piacralépési korlát is lehet. A kérdés igazán az R-Time értékesítési gyakorlatával kapcsolatban merül fel, tekintve, hogy a legnagyobb terjesztőt, a UPC-t a GVH kötelezte, hogy más műsorszolgáltatások terjesztésétől nem zárkozhat el.

Az ORTT a meghatározó műsorterjesztőkre vonatkozó rendelkezések kapcsán elismerte, hogy a Dtv. 27. § (2) bekezdésében meghatározott szakhatósági eljárásra valóban nem alakult még ki joggyakorlat. A jelentésben hivatkozott ügyben történt eljárást követően is csupán egy ilyen megkeresés érkezett az NHH-tól, ahol azonban nem volt szükség a Dtv. 26. § (1) bekezdés a)-f) pontjában meghatározott kategóriák értelmezésére, mert a továbbítási kötelezettség fennállása a Dtv. 25. §-a alapján is megállapítható volt. A megfelelő értelmezés kialakítására az ORTT Irodája megkezdte egy egységes szempontrendszer meghatározását. Ennek végleges, a gyakorlatba átültetendő formáját az NHH-val történő egyeztetés folyamán szükséges kialakítani, tekintettel a két szerv között 2008. augusztus 13-án létrejött együttműködési megállapodásra is. Az Iroda erre vonatkozó előterjesztéséről még nem született testületi döntés.

Ezzel összefüggésben az ORTT egyetértett a jelentés azon megállapítással, hogy a kábelhálózatok műszaki képességei, kapacitás-korlátai nem kifogásolt okai lehetnek a műsorszolgáltatókkal való szerződés kötéstől történő elzárkozásnak. Ez igaz lehet minden műsorterjesztő platformra, annak jellegétől függetlenül.

A digitalizáció műsorterjesztők csomagképzésére gyakorolt hatását illetően az ORTT fontosnak tartaná a kérdéssel történő részletesebb foglalkozást, tekintve, hogy az ORTT szerint ez a fajta „árúkapcsolás” a fogyasztói érdekeket közvetlenül és jelentős mértékben

érinti, az egyedi értékesítésnek pedig – ahogyan azt maga a jelentés is megállapította – a digitális rendszereken nincsenek műszaki akadályai.

Jóllehet az alábbi észrevétel a tartalompiac kapcsán merült fel az ORTT részéről, a felvetés a terjesztők gyakorlatára vonatkozik. Eszerint az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők számára nehézséget jelenthet, hogy a kizárólagos közvetítési jogokkal rendelkező csatornákat a műsorterjesztők általában nem az alapsomagjukban helyezik el. Fontos lenne tehát a kérdés olyan szempontból való vizsgálata is, hogy – kábeltelevízió, vagy műholdas vételre alkalmas egység hiányában – hány állampolgár esik el annak lehetőségétől, hogy pl. a hazai válogatott mérkőzéseinek közvetítését megtekintse. Mindez különösen annak fényében lehet lényeges, hogy az EBU általi érdekérvényesítés hatása Magyarországon nem érvényesül úgy, ahogyan azt a jelentés megállapítja.

A műsorterjesztők észrevételeit tekintve a legtöbb kritika (pl. MKHSZ, MKSZ, Invitel, két másik vállalkozás) a műsorszolgáltató-műsorterjesztő viszony elemzésének hiányára vonatkozott. A vélemények egyöntetűek voltak abból a szempontból, hogy a műsorszolgáltatók erőfölényes helyzetben vannak a műsorterjesztőkkel szemben, hiszen minden egyes csatorna olyan módon egyedi termék, hogy az ott található műsorokat máshonnan nem lehet beszerezni, s a felhasználáshoz szükséges engedélyt is csak az adott műsorszolgáltató képes megadni. Egyes észrevételek arra is kitértek, hogy némely csatorna diszkriminál a műsorterjesztők között, s ezt a GVH is vizsgálhatná, illetve az eddig lefolytatott vizsgálat (Vj-7/2007) eredményével többen nem értenek egyet.

Ugyancsak hiányolták (MKSZ) a különböző tartalmak létrehozásának körülményeivel, költségeivel kapcsolatos vizsgálatot, s a hatályos jogszabályok bemutatását és kritikáját.

Azon érintettek, melyek észrevételt tettek (pl. MKSZ) a független tartalomcsomagoló témájára egyetértettek a jelentésben írottakkal, s annak a véleménynek adtak hangot, hogy jelenleg ennek nincs életképes modellje.

Egyes vélemények szerint a műsorszolgáltatók szempontjából nem helyettesítik egymást a különböző platformok, mert ahhoz, hogy a legtöbb nézőhöz eljusson egy-egy csatorna minden platformon jelen kell lenni. Ugyanakkor a nézők szempontjából a különböző platformokon kínált többcsatornás csomagok valóban helyettesíthetik egymást.

Többen szóvá tették, hogy hibákat találtak a szakértői tanulmányokban.

A műszaki szakértő tanulmányával kapcsolatban az egyik műsorterjesztő tett érdemben két megállapítást. Egyrészt az analóg csatornák helyén történő digitális továbbítás esetében véleményük szerint 1 analóg helyen nem 5 digitális SD csatornát vagy 1 HD csatornát terjeszthet a szolgáltató (MPEG-2 tömörítéssel), hanem egy analóg csatorna helyén 8-10, újraenkódolással 12-16 MPEG-2-es SD csatorna vagy 2-3 MPEG-4 tömörítésű HD csatorna vihető át, mely alapján a jelentésben megállapítottól némileg eltérő potencióális szabad kapacitásokkal rendelkezhetnének a műsorterjesztők. Másrészt a független

tartalomcsomagolók esetében a fejállomáshoz csatlakozás költségszámításival nem értettek részben egyet.

2.2 A televíziós reklámpiaccal kapcsolatos észrevételek

A szakmai véleményezésre felkért **Media Content** egyetért a jelentés reklámfejezetében tett megállapításaival, hangsúlyozza azonban, hogy a közszolgálati műsorszolgáltatók nem tehetők ki ugyanazon műsorszolgáltatói és reklámpiaci feltételeknek és hatásoknak, mint a kereskedelmi műsorszolgáltatók, és a digitalizációra is tekintettel – a brit és francia példát követve – megfontolandó a közszolgálati médiák reklámmentesítése.

A megkeresett hatóságok közül az **NHH** a reklámpiaci kérdéskörhöz, mint hatáskörébe nem tartozó témához nem kívánt hozzászólni, az **ORTT** azonban érintette ezt a témát is. Az ORTT hiányolta a jelentésből a reklámpiac azon szegmensének elemzését, amely nem a műsorszolgáltató, hanem a műsorterjesztő oldalán realizálódik, mivel kérdés, hogy a műsorszolgáltatásokban a műsorterjesztők révén megjelenő reklámok milyen módon válnak a piac részévé, miként értékelendők. Álláspontja szerint a vizsgálat a reklámbetételekről élő csatornákra koncentrált és nem elemezte a műsordíjból élő csatornák helyzetét. Szintén mellőzöttnek véli az ORTT a kérdést, hogy a csatornák egymáshoz kötött értékesítése jellemző-e, ez elsősorban az R-Time értékesítési gyakorlata kapcsán merül fel, ami az ORTT észrevételei szerint nemcsak reklámpiaci, hanem terjesztési problémákat okozhat, piacra lépési korlátot támaszthat.

Valamennyi észrevételt tevő műsorszolgáltató egyetért abban, hogy a két országos kereskedelmi csatorna nem képez elkülönült piacot, ellenkezőleg ugyanazokért a nézőkért és hirdetőkért versenyeznek, mint a többi csatorna.

A műsorszolgáltatói részről ugyanakkor érkezett olyan észrevétel is, amely kifogásolta az országos kereskedelmi csatornák reklámpiaci magatartásával kapcsolatos következtetéseit:

A kritika lényege, hogy a két nagy csatorna kedvezmény és bónuszrendszere nemcsak hogy magában hordozza a versenyjogi jogsértés lehetőségét, de indokolt is ellenük versenyfelügyeleti eljárás indítása. Az RTL csoport piaci viselkedése különösen kifogásolható, mivel az RTL kereskedőháza az R-Time az RTL Klub és a tematikus csatornák értékesítését összekapcsolja, ami a tematikus csatornák piaci lehetőségeit korlátozza. Felvetésre került, hogy a jelentés egyes piaci szereplők nem objektív adatszolgáltatásai miatt olyan alapfeltételezésekre támaszkodik, amelyek nem állnak összhangban a valós piaci folyamatokkal, és valószínűsíthető, hogy a megkeresett piaci szereplők az RTL csoporttól tartva nem mertek az RTL-re nézve hátrányos álláspontot felvállalni. Emellett a médiapiac feltérképezéséhez a hirdetők véleményének ismerete is szükséges lett volna. A hazai piacon 1996-tól egy mesterségesen torz helyzet alakult ki, vagyis a két országos kereskedelmi csatorna nem a természetes fejlődés eredményeképpen lett piacvezető, így ennek a piacnak a szabályozás és versenyfelügyelet általi magára hagyása nem lehet jó megoldás, mert az a koncentráció további emelkedését idézi elő. A tematikus csatornák esetében a piaci helyzetből

fakadó külső kényszer, hogy elsősorban a műsordíjából próbálnak megélni. Nem helytálló az a megállapítás, hogy az országos kereskedelmi csatornák reklámbevételből való részesedése kizárólag és kifejezetten a hatékonyságuk következménye, mivel egyrészt a GRP szállítási képesség nem egyelő a reklámozás hatékonyságával, másrészt a R-Time kereskedőház gyakorlata az RTL Klub és a tematikus csatornák értékesítésekor keresztosztónzőket és ilyen hatású cégcsoport szintű költés-arány vállalásokat alkalmaz, amelyek szintén torzítják a piacot és amely ellen Németországban fel is lépett a német versenyhivatal.

Az R-Time értékesítőház gyakorlatával kapcsolatban műsorszolgáltatói oldalról érkezett médiaszabályozási javaslat is, amely szerint az értékesítőházzal összevont csatornák körét is figyelembe kellene venni egy médiavállalkozás csoport véleménybefolyásoló szabályozás általi képességének megítélésekor, és a meghatározó véleménybefolyásoló képességgel rendelkező csoport számára meg kellene tiltani, hogy független csatornák reklámidejét értékesítsék.

2.3 Digitális földfelszíni platform indulásával kapcsolatos észrevételek

A szakmai véleményezésre felkért **Media Content** a DVB-T platformot érintően kifejtette, hogy míg a digitalizáció jogszabályi háttérének megteremtése már a kezdetektől érezhető piaci hatásokat eredményezett, így a fejlesztések felgyorsítását, a platformok közötti és azonos platformokon belüli versenyt indított, addig a földi digitális átállás megvalósulásának jelentős késedelme és torzulása miatt e platform jelentősége elveszni látszik, piaci hatása egyelőre nem mérhető és az a későbbiekben is kétségesnek tűnik. Szélsőséges esetben a jövőben olyan változat is elképzelhető, hogy a – német gyakorlathoz hasonlóan - a földi digitális platform rendkívül csekély jelentősége miatt a kábel és műholdas platformok „kiegészítő szolgáltatásaként” funkcionál majd. A Média Content szerint szükséges rámutatni arra, hogy a digitális átállással kapcsolatos kormányzati feladatok teljesítése lényegében megszűnt. Ez megmutatkozik mind a jogalkotás, mind pedig a tényleges átállás „leveleznylése” terén. A korábban a Miniszterelnöki Hivatal hatáskörébe tartozó feladatok végrehajtása késlekedik, a Dtv. végrehajtási rendeleteinek megalkotása lényegében szünetel, a digitális átállás központi irányítása, kommunikációja pedig megszűnt. Mindkét momentum lényegesen veszélyezteti a földi digitális műsorterjesztés határidőre történő megvalósulását. Ennek versenyhatása annyiban van, amennyiben a platform jelentősége mindezen mulasztások következtében is elenyészik és megszűnik tényleges versenytársnak, továbbá a fogyasztó számára pedig létező alternatívának lenni. A felkért szakmai hozzászóló ezért javasolja e körülmények jelzését az illetékes kormányzati szervek felé.

Az **NHH** a GVH előzetes jelentése kapcsán kifejtette, hogy korainak érzi annak felvetését, hogy a digitális átállás eddig egyik célterületen sem teljesíti a kitűzött elvárásokat, hiszen pl. a DVB-T platform sikerességét meghatározó tényezők (elsősorban a programkínálat) helyzete még nem végleges, ezért az NHH célszerűnek tartja a DVB-T platform indulásával jelentkező problémák kapcsán kilátásba helyezett további vizsgálatok megfontolását.

Az NHH nyilatkozata szerint az Antenna Hungáriát szabályozási oldalról, a Dtv. és a hatósági szerződés alapján ösztönözni tudja a szerződések megfelelő feltételek melletti megkötésére: „az NHH piacfelügyeleti tevékenysége körében, hatósági ellenőrzés keretében vizsgálja az Antenna Hungária Zrt.-vel (továbbiakban: AH) illetve az Antenna Digitális Televízió Kft.-vel között öt digitális televízió műsorszóró hálózat, valamint az egy VHF sávi digitális rádió műsorszóró hálózat üzemeltetési jogosultságának gyakorlására irányuló hatósági szerződésekben foglalt kötelezettségek teljesítését. Amennyiben az NHH az ellenőrzés eredményeként megállapítja, hogy az AH a hatósági szerződésben vállalt kötelezettségét nem teljesítette, az NHH megfelelő szabályozói fellépéssel szankcionálja a jogsértést.”

Az **ORTT** szerint a jelentés túlzottan nagy reményeket fűz a DVB-T-hez, amely jelen pillanatban nem tekinthető reális tényezőnek. Az ORTT szükségesnek tartja annak a kérdésnek a hangsúlyos felvetését, hogy a digitális átállás elindulásának nehézségei magyarázhatók-e a szabályozásban rejlő okokkal. Fontos kérdés ezzel kapcsolatban, hogy a multiplex-kapacitások elosztására vonatkozó szabályozás és a multiplex-üzemeltetőkkel kötött hatósági szerződések megfelelően szolgálja-e a hozzáférés lehetőségét. Az ORTT szerint az a feltételezés is megkérdőjelezhető, hogy a piac-vezérelt, erős multiplex modellen alapuló átállás a médiapiaci verseny élénkítésének, illetve az alkotmányos médiaszabályozási célok megvalósításának a gyenge multiplex modellnél hatékonyabb módja.

A piaci szereplők közül volt olyan, aki szerint DVB-T szabályozása rögzítette az egyes szereplők viselkedését, de többen inkább amellettt érveltek, hogy a szabályozás egyrészt nem volt megfelelő, másrészt hagyott mozgásteret az érintetteknek. A **Duna Televízió** kifejtette, hogy rajta kívül lényegében az összes érintett műsorszolgáltató mulasztásos jogsértést követett el, azáltal, hogy nem csatlakozott a DVB-T platformhoz. Álláspontjuk szerint a műsorszolgáltatók nincsenek alkupozícióban, mert mind a szerződéses időtartam, mind a díj szabályozott. Amennyiben a szabályozás változna, akkor a platformra jogkövető módon – a szerződéses feltételeket elfogadva - felkerült Duna Televíziót érné joghátrány.

A **Magyar Televízió** (MTV) ugyanakkor kifejtette, hogy miközben az MTV és az AH között szerződéskötési kényszer áll fenn, a jogszabály a szerződés lényeges réseivel kapcsolatban szabad kezet ad a feleknek, ezek (úgy mint a szerződés felmondhatósága, a sáv szélesség csökkenthetősége, a műszaki jellemzők stb.) vonatkozásában azonban felek nem tudtak megegyezni. Az MTV utalt arra is, hogy a DVB-T szolgáltatást elterjedését a vételi eszközök hiánya is akadályozza, amelyre megoldást az jelenthetne, ha a szolgáltatás beltéri vételre alkalmassá válna alacsonyabb, mindenki által fogható frekvenciákon, a jelenleginél nagyobb adóteljesítménnyel.

Az MTV számára a DVB-T platform kiemelt fontosságú, mivel a nemzetközi tapasztalatok is azt mutatják, hogy az ingyenes elérhetőséget biztosító DVB-T szolgáltatás Európa nagy részén sikeres. A sikeresség előfeltétele azonban az MTV szerint egyrészt az, hogy a TV2 és az RTL Klub is felkerüljön a platformra, másrészt, hogy a kábelszolgáltatók ne korlátozzák a DVB-T platformra fellépni kívánó műsorszolgáltatókat, és ne tagadják meg tőlük a díjfizetést.

Az MTV álláspontja szerint a jogalkotónak köteleznie kellett volna a két országos kereskedelmi csatornát a DVB-T-hez való csatlakozásra, ahogyan ez a közszolgálati adók esetében is történt.

A közszolgálati adók HD minőségű terjesztésével kapcsolatban az MTV leszögezte, hogy az MTV MPEG-4 HD sugárzása gyakorlatilag ugyanannyiba kerül, mint a korábban tervezett MPEG-2 SD sugárzás, vagyis nem igaz, hogy a platform üzemeltető számára az SD bevételeknél magasabb vételeket hoz a közszolgálati adók HD terjesztése és így emiatt nincs ösztönözve további adókkal történő megállapodásra. A jelenlegi helyzetben, amikor több csatorna hely üres, félrevezető arról beszélni, hogy a SD terjesztés nagyobb versenyhelyzetet eredményezne. Az MTV emellett kifejtette, hogy a piac HD irányba mozdítása a társaság stratégia célja: az MTV már jelenleg is egyre több műsort sugároz HD-ban, jelenleg is rendelkezik bizonyos mértékű HD gyártási kapacitásokkal, amelyek az ezzel kapcsolatos közbeszerzési eljárást követően (2009 nyarától) tovább fognak bővülni.

Az **MKHSZ** a DVB-T térnyerésének elmaradását a megfelelő üzleti modell hiányával magyarázza. A másik kábelszövetség, az **MKSZ** álláspontja szerint a DVB-T platformnak elsősorban az ingyenes terjesztésre kellene koncentrálnia, és reális hogy néhány év múlva a családok a nappaliban üzemeltetett fizetős televíziós szolgáltatás mellett kiegészítőként, egyes helyiségekben az ingyenes földi digitális vételt alkalmazzák majd. Az MKSZ szerint az MPEG4 és a HD megoldások választása csak hosszabb távon szerencsés viszont rövid távon az indulást nehezíti, ahogyan maga az erős multiplex modell is. Az MKSZ szerint szabályozói beavatkozásra nincs ok a DVB-T kapcsán.

A DVB-T platform három kulcsszereplője az AH csoport, az RTL és az MTM-SBS (TV2) észrevételeiket üzleti titokként kérték kezelni. A platform-üzemeltető vállalat és a kereskedelmi televíziók között a sajtó által is tolmácsolt vita bontakozott ki, a két adó kifogásolta az AH által ajánlott terjesztési feltételeket, és a szerződés létrehozása céljából a bírósághoz fordultak. Az AH álláspontja szerint a nemzetközi standardokat és a hatósági szerződést betartva járt el, és maga a hatósági szerződés illetve a Dtv. 39. § (8) bekezdésébe foglalt rendelkezése akadályozza, hogy az országos kereskedelmi csatornák a szolgáltatás elindulását követően csatlakozzanak. A Dtv. vonatkozó rendelkezése ellen az egyik érintett műsorszolgáltató az Alkotmánybírósághoz is fordult.

2.4 Nézettségméréssel kapcsolatos észrevételek

A beérkezett négy műsorszolgáltatói vélemény alapján gyakorlatilag egységesnek mondható a megszólalók álláspontja az esetleges szabályozói beavatkozás szükségtelenségével kapcsolatban. A műsorszolgáltatók szerint a piac – a piaci szereplők ellentétes, illetve közös érdekei folytán – a mérés folyamatát, illetve a mérést végző AGB Nielsen magatartását kellően kontrollálja. Ennek megfelelően a műsorszolgáltatók szerint szükségtelen egy új mérési módszertan kidolgozása, illetve annak hatósági jóváhagyása, amely egyrészt mesterséges beavatkozást jelentene a piac működésébe, a piaci önszabályozás folyamatába,

másrészt várhatóan gátolná a társadalmi, technikai és egyéb változások miatt fellépő módosítási igények megjelenését is, illetve szabályozásból eredő többletköltségekkel is járna. Az egyik műsorszolgáltató szerint egy hatósági mérési módszertan kidolgozása helyett hasznosabb lenne az adatok független szakértő általi auditálása, amelynek szakértőjét a szakma jelölné ki.

Habár nem mindegyik szereplő vetette el ennek lehetőségét, de a műsorszolgáltatók fenntartásukat fejezték ki a GVH azon javaslatával szemben is, hogy a mérést végző szereplő egy tendereztetés keretében kerüljön kiválasztásra. A műsorszolgáltatók által megfogalmazott kétségek elsősorban a kiválasztás és az átállás nehézségeivel voltak kapcsolatosak. Az egyik piaci szereplő szerint a tendereztetés bevezetése csak abban az esetben lenne elfogadható, ha megfelelően lennének meghatározva a kiválasztás sarokpontjai, illetve a döntéshez vezető folyamat. A vélemények azonban megegyeztek abban, hogy a piac minden szereplője számára az a legfontosabb, hogy csak egyetlen mérési eredményt fogadjanak el a piacon, amelyet megzavarhat a mérést végző vállalkozás időről időre történő leváltása. A **Duna Televízió Zrt.** válasza szerint a nézőmérés korai időszakában több kísérlet is történt arra, hogy a megrendelő televíziók nyugati mintára közös megrendelő szervezeteket alapítsanak, azonban ez a nagy televíziók (előbb az MTV, majd az RTL és a TV2) ellenállása miatt mindig meghiúsult, így várhatóan nem lenne egységes a szakma a tendereztetés bevezetésével kapcsolatban sem, amely a fentiek miatt a változtatási szándékot akadályozza. A szolgáltatóváltással kapcsolatban felmerültek átállási nehézségek is, hiszen egyrészt kétségesnek tűnik az adatfolytonosság, másrészt az átállás zökkenőmentessége is, amely szempontok elsődlegesek a piaci szereplők számára, így egy esetleges változtatás során figyelembe kell venni, hogy az átállás ne hátráltassa az adatok folytonos és gördülékeny szolgáltatását. A műsorszolgáltatók szerint az AGB Nielsen hosszú időre visszanyúló és ezért hosszú távú tendenciák elemzését lehetővé tevő nézettségi adatbázisa tehát egyfajta belépési korlátként eleve gátolja az esetleges piaci verseny kialakulását, amely azonban nem feltétlenül jelenti azt, hogy szükség lenne az AGB Nielsen leváltására.

Az **MKSZ** vonatkozó véleményében az előfizetői igények felmérése módjának kapcsán azt a kijelentést tette, hogy az AGB mérése erre a célra legfeljebb viszonyítási pontként használható, mert a kevésbé elterjedt tematikus csatornák nézettsége az AGB mintavételes módszerével valósághűen egyáltalán nem értékelhető.

Alapvetően egyetértve a jelentésben leírtakkal, a vélemény azt az álláspontot képviselte, hogy hosszabb távon a STB-okon (vagy ahhoz kapcsolódó kiegészítő berendezésen) alapuló nézettségméréstől lesz várható a jelenleginél szignifikánsan megbízhatóbb mérés. Ennek előfeltételei az erre alkalmas STB-k, illetve kiegészítő eszközök kifejlesztése és megfelelő elterjedtsége, a megfelelő üzleti illetve érdekeltségi modell kialakítása, a személyiségi jogvédelmi akadályok megnyugtató rendezése.

A műsorterjesztő vállalkozások is érdekeltek lesznek, illetve érdekeltté tehetők abban, hogy ezeket az eszközöket üzemeltessék. Ez a véleményező szerint ugyan még biztosan több évet

vesz azonban igénybe, és jelenleg hiányzik az a szabályozási koncepció, amely addig is előre vivő megoldást adhatna a felvetett szabályozási célok elérésére.

A nézettségmérési szolgáltatást kínáló vállalkozások közül az **AGB Nielsen** megjegyezte, hogy előtte is ismert, hogy a piaci szereplők sokféleképpen vélekednek a mérésről. Ezt annak tulajdonítja, hogy a mérés természetéből adódik, hogy van akinek feljebb és van akinek lejjebb áll a mérce. Azonban álláspontja szerint, egyetlen statisztikai vizsgálat sem támasztja alá azt a piaci vélekedést miszerint: „a nézettségmérés jelenlegi rendszere a kisebb csatornák számára indokolatlanul hátrányos, illetve a nagyobb csatornák (illetve a fentiek fényében elsősorban az RTL Klub) számára indokolatlanul előnyös”.

Az AGB Nielsen szerint a tematikus csatornák „hátránya” alapvetően a lefedettségükből fakad és ez a műsorterjesztési platformok bővülésével, digitalizációval fokozatosan csökken. A lefedettség pedig a műsorszolgáltató és a műsorterjesztő között kötött megállapodás függvénye és a mérestől független tényező.

A nézettségmérés megfelelő minőségbiztosítása körében az AGB hivatkozott arra, hogy a mérés torzításával kapcsolatos feltételezést az eddig elvégzett audit vizsgálatok is kizárták és a szolgáltató mindenkor nyitott a piaci szereplők által kezdeményezett audit vizsgálatra. A másik minőségbiztosítási hivatkozás, hogy az AGB tagja annak a tavaly megalakított Professzionális Piackutató Társaságnak (PPT)-nek is, mely hat hazai céget ölel fel, köztük a legnagyobb piac, média és közvéleménykutató vállalkozást. Közös célkitűzésük, hogy meghonosítsák az ISO20252 piackutatásokra kidolgozott minőségbiztosítási rendszert, melyet kiegészítenek úgynevezett PPT modulokkal. Jelenleg folyik a minőségbiztosítási rendszer hazai terepre való alkalmazásának kidolgozása, melybe bevonják a megrendelői kört is (beleértve a hirdetőket, a média képviselőit és az ügynökségeket).

Az AGB Nielsen hivatkozott arra is, hogy mint a Nielsen Company 100%-os tulajdonában lévő cégcsoport tagja (2008 november) nem engedheti meg, hogy bármilyen csatornának, illetve csatornacsoportnak kedvezzen. A Nielsen Company jelenleg a világ 26 országában folytat műszeres közönségmérést, mely a világ televíziós költségének kétharmadát érinti. A transzparencia, a függetlenség és a megbízhatóság a cég működési alapelve.

Az AGB Nielsen határozott véleménye szerint nem állja meg helyét az az ismert kritika sem, mely szerint az AGB jelenlegi mérési gyakorlata a nagy csatornák mérésére lett kialakítva és nem igazodott kellőképpen az időközben végbement változásokhoz. Az AGB ellenérve szerint a végbevitt fejlesztés tény, noha tisztában van azzal, hogy van olyan piaci szereplő aki nem vesz erről tudomást. Az AGB a fejlesztések körében hivatkozott az automatikus spot felismerő rendszeren alapuló rögzítésre való áttérésre, az analóg műszerpark leváltására a panel háztartásokban, a legkomplexebb digitális platformok mérésére is alkalmas TVM4 és UNITAM alkalmazására.

Az AGB Nielsen egyetértett a jelentésben az STB-k nézettségmérésre való alkalmazásának lehetőségére vonatkozó állítással, de feltételének tekinti a nagyobb elterjedtséget (jelenleg az

alkalmas STB-k aránya a hazai háztartásokban 5%) és a piaci konszenzus kialakítását. Kérdés lehet az eredmények beintegrálása a mérési és értékesítési rendszerbe, a különböző STB-k alkalmazása, a néző azonosítása, és a kikapcsolt TV, de üzemben hagyott STB mellett keletkezett „nézés” kezelésének kérdése.

Annak a megjegyzésnek a kapcsán, hogy a tematikus csatornák által elérhető szűkebb célcsoportokra kellően nagy számú mintán alapuló eredmények nem állnak rendelkezésre az AGB Nielsen megjegyezte, hogy a mintanagyság piaci konszenzus kérdése, de a mintanagyságnál fontosabb a minta összetétele és a súlyozás kérdése. Hangsúlyozta, hogy a panelbővítéssel kiegyensúlyozottabb és megbízhatóbb lett az adatszolgáltatás, a bővítések hatását mindig elemzéssel vizsgálja. A pontosabb eredményekhez azonban a tematikus csatornák lefedettségének növekedése is hozzájárult, és a tartalomhordozó felületek számának növekedésével, a nézettség széttöredezésével nem lehet minden médiafelületet ugyanazon pontossággal és részletezettséggel mérni, de a televízió mérés technológiája a legfejlettebb.

Az AGB Nielsen véleményében felhívta a figyelmet arra, hogy bármely csatorna előfizethet nézettségi adatszolgáltatásra, de ehhez jelenlegi ajánlása szerint legalább 20%-os lefedettséggel kell rendelkeznie. A megrendelői kör igénye szerint ennél kisebb lefedettségű csatornákról is tud összesített adatokat szolgáltatni (heti elérés és havi kumulált elérés), de az egy nemzetközi trend, hogy a műsorszolgáltatók töredékéről van nézettségi adat a piacon.

Az AGB Nielsen álláspontja szerint a nézettségmérés és kifejezetten annak módszertana nem tárgya az európai médiaszabályozásoknak. A mérési módszertan kialakítására a nemzetközi sztenderdek alapján került sor, figyelemmel a magyar piac sajátosságaira és igényeire és a televízió-nézést döntően meghatározó tényezőkre. A mérést végző cég és a megrendelők alapvető érdeke ugyanis, hogy a piaci és technikai változások dinamikájának megfelelően változtassanak a módszertanon és a mérési technológián, különben a hirdetések továbbállnának. Ezeket a változásokat azonban mindig alapos vizsgálatok előzik meg. Piaci konszenzus híján sem hatósági jóváhagyással, sem anélkül nem fogadják el a megrendelők a mért adatokat.

A nézettségmérési projektek területén Európában piacvezető csoport magyarországi leányvállalata, a **GfK Hungária Kft.** és a vele együtt a rádiós hallgatottság mérés magyarországi piacán már évtizedes tapasztalattal rendelkező **Szonda Ipsos** több lényeges ponton tettek a nézettségmérés magyarországi piacának jellemzőire vonatkozó kiegészítést. A jelentésben ismertetett AGB panelbővítés kapcsán egyikük felhívta a figyelmet arra, hogy a Magyarország számára benchmarkként tekinthető országok (példaként említve Ausztriát, Romániát, Csehországot és Szlovákiát, és csak városi mintán Ukrajnát) közül a legtöbben az AGB által végrehajtott illetve 2009. áprilisára tervezett bővítésnél már jelenleg is magasabb mintaelemszámmal működnek.

A vállalkozások véleménye alapján az a piaci szituáció, miszerint egy országban egy időben egyetlen szolgáltató nyújt nézettségmérést teljes mértékben megfelel az európai gyakorlatnak. Az a tény viszont, hogy ezen a piacon a jelenleg semmilyen verseny nem tud kialakulni,

erősen versenykorlátozóknak tekinthető, melynek oka a nézettségmérési szolgáltatás Magyarországon alkalmazott üzleti modelljének jellege.

Magyarországon a szolgáltatás üzleti modelljének megnevezése (a nemzetközi terminus technicus alapján) own service, azaz a szolgáltató saját szolgáltatása. Lényege, hogy a szolgáltató tulajdonában vannak a felmérés adatai és ezeket függetlenül értékesíti az egyes piaci szereplőknek. Ez a fajta üzleti modell mára már szinte példa nélküli Európában. E vélemények alapján a nemzetközi gyakorlatban sokkal jobban elterjedtek a jelentésben is bemutatott, a piaci szereplők által létrehozott iparági szervezetek, melyek egyedi vásárlóként lépnek fel a nézettség-adatok piacán és emellett gondoskodnak időről-időre (jellemzően 3-5 évente) a nézettségmérés megversenyztetéséről. Így fordulhatott elő, hogy a Nagy-Britanniában a tavalyi év során az AGB Nielsen-től a TNS vette át a nézettségmérést. Az egyik szolgáltató véleményében hivatkozott a WPP-TNS akvizícióra is, ahol az Európai Bizottság jóváhagyásának feltétele az volt, hogy három független szolgáltató maradjon az EU területén. A TNS ezért eladta AGB-Nielsenben meglévő részesedését.

Magyarországon a versenyztetés gyakorlatának kialakulását az akadályozza, hogy több piaci szereplő a jelenlegi mérési rendszer fenntartásában érdekelt, másrészt az AGB-Nielsen szerződése a piaci hírek alapján, a legnagyobb vevőkkel sokszor nem azonos terminusokra vonatkoztak, így minden időpillanatban volt olyan piaci szereplő, akinek élő szerződése volt a nézettségmérést végző céggel.

A helyzet versenyellenességét a vélemények szerint jól jellemzi egyrészt, hogy a közszolgálati televíziók által kiírt nézettségmérésre vonatkozó közbeszerzési eljárásokon az utóbbi években mindig csak az AGB Nielsen tudott elindulni, holott több más piaci szereplő részéről volt érdeklődés, több olyan nemzetközi kutatóintézet van jelen ugyanis Magyarországon, amely országos műszeres mérést folytat több országban, tehát itt is tudná ezt a szolgáltatást nyújtani. Az, hogy az AGB Nielsennek Magyarországon nincs alternatívája, ilyen értelemben tehát értelmezhetetlen. Továbbá, a vélemény felhívja a figyelmet arra is, hogy az AGB Nielsen 2007. évre vonatkozó éves beszámolója alapján a vállalkozás forgalomarányos adózás előtti eredménye meghaladta a 40%-ot, melyből a fejlesztések elmaradására is következtetni lehet.

E vélemények alapján a hatékony piaci működés érdekében Magyarországon is szükség lenne bizonyos időszakonként a nézettségmérés tendereztetésére.

A **Média Content** vonatkozó véleménye szerint az elmúlt 12 éves tapasztalatokat tekintve a piac elfogadta az AGB Nielsen a kialakult „természetes monopóliumát”, vagyis a jelentésben leírt azt a szituációt, hogy e vállalkozás a magyarországi televíziós nézettségmérés és nézettségi adatok szolgáltatásának kizárólagos szereplője. A szakmai véleményező álláspontja szerint az analóg korszakban, aránylag kevés piaci szereplő viszonylatában az egyedüli szereplő is megfelelő mérési módszereket produkált.

A tematikus csatornák megjelenésével és különösen a digitalizáció által gerjesztett megnövekedett műsorszolgáltatói tartalmak mérésére azonban már nem feltétlenül alkalmas az AGB módszere és panelje. A jelenlegi rendszer legkritikusabb pontjának a szakmai véleményező a minta reprezentativitásából, illetve ennek hiányából adódó bizonytalanságot tekinti. Meglátása az, hogy a nézettségmérés piacán egyedüli, versenytárs nélküli piaci szereplő nem érdekelt kellőképpen a fejlesztésben, a nézettségmérés módszerének korszerűsítésében. Ennek alátámasztásaként hivatkozik arra a körülményre, hogy az AGB Nielsen csak a NAMS nyilvánosságra hozott végleges szövegének, illetve a jogalkotást végzők tendereztetési szándékának megismerését követően jelentette be panelbővítési elképzeléseit.

Ma a nézettségmérés tisztán piaci természetű tevékenység, szabályozási konzekvenciái jobbra nincsenek, versenyjogi elemzésnek eddig nem volt tárgya. Azonban a nézettségmérés változó szerepe felvet új szempontokat a jövőben, elsősorban a szabályozás, illetve a versenyszabályozás oldalán.

A véleményező emlékeztetett arra, hogy a NAMS 98. pontja szorgalmazza a nézettségalapú, de meghatározott módszertani előírásoknak és szakmai követelményeknek megfelelő nézettségi adatok közbeszerzési eljárás keretében történő beszerzését. A NAMS javasolja továbbá: „a módszertani előírások tegyék lehetővé, hogy a közbeszerzés során verseny alakulhasson ki...”

A pályáztatás kedvezően hat a nézettségmérés piacán új szereplő/k megjelenésére, illetőleg a jelenlegi egyedüli piaci szereplőt ösztönzi a digitalizált műsorszolgáltatás megfelelőbb, pontosabb mérésére. A pályáztatás törvényi háttérét meg kell teremteni, mivel a piaci szereplők ez irányú „konszenzusa” nem elegendő garancia a megbízható adatok produkálására. Érdemesnek tartja megfontolni a közszolgálati és a kereskedelmi műsorszolgáltatók nézettségmérésének eltérő módszertanát is.

A szakmai véleményező mindezek alapján kezdeményezni javasolja az új médiaszolgáltatási törvényben a nézettségmérésre vonatkozó pályáztatás megfogalmazását és a közbeszerzési eljárás feltételeinek végrehajtási rendeletben való kidolgozását.

2.5 Set-top-box-ok interoperabilitásával kapcsolatos észrevételek

A műsorterjesztői oldal egységesen a szolgáltató-specifikus set-top-boxok használata mellett foglalt állást. Álláspontjuk szerint a szolgáltató-specifikus set-top-boxok alkalmazása természetes piaci jelenségnek tekinthető. A többféle hálózatban egyaránt alkalmazható készülékek beszerzése indokolatlan többletberuházásra kényszerítené a műsorterjesztőket, ráadásul a kódfeltörés ellen sem tudnának hatékonyan fellépni. A kérdés kapcsán az MKSZ fontosnak tartotta kihangsúlyozni, hogy a terjesztő-specifikus set-top-boxok alkalmazása nem képezi tényleges akadályát sem a platformomon belüli, sem a platformok közötti szolgáltatóváltásnak, tekintve, hogy az előfizetőknek a set-top-boxokat nem kell megvásárolniuk. Ezzel párhuzamosan mások ugyanakkor elismerik, hogy az előfizetők azért

vásárolják meg a set-top-boxokat, hogy ne kelljen havi bérleti díjat fizetniük. Mindemellett a készülékvásárlást a szolgáltatók különböző kedvezményekkel támogatják, amely egyben a kilépési korlátot is csökkenti.

A műsorszolgáltatói oldalon megoszlottak a vélemények arról, hogy a set-top-boxok interoperabilitásának hiánya mennyiben tekinthető a piaci versenyt potenciálisan akadályozó tényezőnek. Míg egyes piaci szereplők lényegében szóról-szóra elfogadni látszottak a műsorterjesztők egyedi dekóderekkel kapcsolatos érveit, azzal a kitételrel, hogy kívánatosnak tartanak az amerikai példához hasonlóan az első set-top-box beszerzésének állami támogatását, mások, ezzel éppen ellenkezőleg, a műsorterjesztői piacon a verseny élénkülését várják a különböző hálózatokban egyaránt működő set-top-boxok alkalmazásától. A Duna Televízió elsősorban a DVB-T indulása kapcsán számolt be a set-top-boxok belépést akadályozó hatásairól. Ez a kérdés azonban szorosabban kapcsolódik a digitális földfelszíni átállás kapcsán tapasztalt problémákhoz, mint a set-top-boxok interoperabilitásának kérdésköréhez.¹

Egyik piaci szereplő sem vitatta, hogy az interoperabilitás műszakilag megoldható. Mindemellett az is jól látható, hogy a műsorterjesztők nem érdekeltek abban, hogy kifejlesszenek, illetőleg támogassanak olyan set-top-box készülékeket, amelyek a különböző műsorterjesztési platformok, illetve hálózatok esetében egyaránt használhatók. Kereslet hiányában pedig a gyártók sem érdekeltek a jelenleginél olcsóbb műszaki megoldások kifejlesztésében.

Igaz ugyanakkor az is – ahogyan az ágazati vizsgálat véleményezésével megbízott független szakértő fogalmaz –, hogy maguknak a set-top-box készülékeknek a léte csak átmenetinek tekinthető. A digitalizációra való fokozatos átmenet végével, a piacon kizárólag olyan TV készülékek szerezhetők be, amelyek magukban, külön jelátalakító berendezés nélkül alkalmasak a digitális jelek vételére, így nincs szükség set-top-boxra. Ezzel egyidejűleg elismeri, hogy erre az átmeneti időre is érdemes megfontolni a szabályozói eszközök igénybevételét a set-top-box készülékek fokozatos interoperabilitássá tételének előmozdítása érdekében. Mindez a GVH szerint különösen annak fényében lehet ésszerű, ha figyelembe vesszük, hogy az erre alkalmas TV készülékeknek jelenlegi még igen magas a beszerzési áruk.

Az észrevételezésben részt vevő hatóságok közül az interoperabilitáshoz kapcsolódó kérdéskörhöz az NHH nem tett észrevételt. Ezzel szemben, az ORTT véleménye szerint az ágazati vizsgálatban felvetett probléma rendezése alapvetően a Dtv. feladata, egyelőre kérdéses azonban, hogy a Dtv. vonatkozó rendelkezései mennyiben alkalmasak ezeknek a problémáknak a kezelésére. Valószínű, hogy a fogyasztók a set-top-boksok cseréjét csak abban az esetben érzékelik a szolgáltatóváltás akadályaként, ha azt nem a műsorterjesztőtől kapják

¹ Az NHH – a technológiai fejlesztés igényét szem előtt tartva – az általa kiírt pályázatban plusz pontokkal honorálta azt az ajánlattevőt, aki a modernebb (MPEG-4), ugyanakkor drágább kódolási eljárást ajánlja.

használatba, egyébként annak ára vagy a szolgáltatás egészén belül a használat díja nem is feltétlenül ismert számukra. Másrészt a szolgáltatóváltás jellemzően platformok közötti váltást jelent, ahol a fogyasztó természetesnek érezheti a vevőkészülék cseréjét. Az interoperabilitás problémája az ORTT álláspontja szerint leginkább akkor válna valóban érzékelhetővé, ha ugyanazon a műsorterjesztő hálózaton különböző tartalomcsomagolók csomagjai lennének elérhetőek, azonban ahogyan arra a GVH előzetes jelentése is rámutat, ilyen szolgáltatók megjelenése a közeljövőben nem valószínű.