

Inneholder opplysninger som er unntatt offentlighet i henhold
til offentleglova § 13 jf forvaltningsloven § 13

ALMINNELIG MELDING
TIL
KONKURRANSETILSYNET

FORETAKSSAMMENSLUTNING

RETRIEVER NORGE AS

ERVERV AV

INNHALDSUTVIKLING AS

INNHOLDSFORTEGNELSE

1. MELDER	3
1.1 Erverver og melder	3
1.2 Midlertidig erverver	3
2. ØVRIGE INVOLVERTE FORETAK	3
3. FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART	4
4. FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDER	4
4.1 NTB	4
4.2 Retriever	5
4.3 Innholdsutvikling – Intermedium	6
5. OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT	7
6. MARKEDER SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	7
6.1 Relevant produktmarked	7
6.2 Arkivtjenester	9
6.3 Relevant geografisk marked	9
6.4 Markedsandeler	10
6.5 Markedsforholdene for øvrig	12
6.6 Viktigste konkurrenter, kunder og leverandører	14
6.6.1 De fem viktigste konkurrentene	14
6.6.2 De fem viktigste kundene	15
6.6.3 De fem viktigste leverandørene	15
7. ÅRSBERETNINGER	15
8. OFFENTLIGHET	16
9. VEDLEGG	16
10. UNDERSKRIFT	16

1. MELDER

1.1 Erverver og melder

Melder: Retriever Norge AS (Retriever)
Adresse: Postboks 9 Sentrum, 0101 Oslo
Org.nr. 981 076 605

Kontaktperson: Espen Viskjer

Representant: Advokatfirmaet Haavind AS
Adresse: Postboks 359 Sentrum, 0101 Oslo
Advokat: Anne Beate Saga Hammerstad
E-post: a.hammerstad@haavind.no
Telefon: 22 43 30 00
Telefaks: 22 43 30 01

1.2 Midlertidig erverver

Selskap: Norsk Telegrambyrå AS (NTB)
Adresse: Akersgt 55, 0189 Oslo
Org.nr. 914 797 497

Kontaktperson: Pål Bjerketvedt

Representant: Advokatfirmaet Haavind AS
Adresse: Postboks 359 Sentrum, 0101 Oslo
Advokat: Anne Beate Saga Hammerstad
E-post: a.hammerstad@haavind.no
Telefon: 22 43 30 00
Telefaks: 22 43 30 01

2. ØVRIGE INVOLVERTE FORETAK

Målselskap: Innholdsutvikling AS (Innholdsutvikling)
Adresse: Fornebuveien 42, 1366 Lysaker
Org.nr. 986 790 500

Datterselskap: Intermedium AS (Intermedium)
Adresse: Fornebuveien 42, 1366 Lysaker
Org.nr. 979 775 377

3. FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART

Retriever vil erverve 87,39 % av aksjene i Innholdsutvikling, som eier 100 % av aksjene i Intermedium, og vil dermed erverve indirekte kontroll over Intermedium. Retriever kjøper til sammen 34,89 % av aksjene i Innholdsutvikling direkte fra hhv. NRK Aktivum AS og NHST Media Group AS. [REDACTED]

Ingen av aksjene er overført til Retriever fra NRK eller NHST, og kjøpesum er ikke betalt. NTB eier 17,41 % av aksjene i Innholdsutvikling, og har inngått avtale om kjøp av aksjer fra hhv. A-pressen Nasjonale Medier AS (A-pressen), Adresseavisen AS, Stavanger Aftenblad AS og Bergens Tidende AS (Adresseavisen AS, Stavanger Aftenblad AS og Bergens Tidende AS betegnes samlet også som "Regionavisene") slik at NTB i en midlertidig periode disponerer 52,39 prosent av aksjene, se mer om dette nedenfor. NTB har overført kjøpesummen for disse aksjene til de tidligere aksjonærene, men er fortsatt ikke ført inn som eier i aksjeeierboken og har heller ikke utøvet noen aksjonærrettigheter for disse aksjene overfor selskapet.

I forkant av NTBs erverv er det avtalt mellom NTB og Retriever at NTB skal selge hele sin aksjepost, inkludert alle aksjer som erverves fra A-pressen og Regionavisene, videre til Retriever. NTBs erverv er dermed av midlertidig art, og gjennomføres kun for å tilrettelegge for Retrievers endelige erverv av en majoritetspost på 87,39 % av aksjene i Innholdsutvikling med datterselskapet Intermedium. NTBs erverv av aksjer i Innholdsutvikling er dermed ikke en selvstendig foretakssammenslutning, men er en integrert del av Retrievers erverv, og utgjør første del av én foretakssammenslutning som innebærer at Retriever overtar kontrollen over Innholdsutvikling på varig basis.¹ Aksjene må derfor anses som parkert hos NTB inntil Retriever kan overta hele posten.

Øvrig eier i Innholdsutvikling er Edda Media AS. Det er ikke inngått avtale om erverv av Edda Media AS aksjepost på 12,61 prosent. Det er heller ikke inngått noen avtaler med Edda Media AS som medfører at Retriever har felles kontroll over Innholdsutvikling sammen med Edda Media etter ervervet. Retriever oppnår dermed enekontroll over Innholdsutvikling gjennom dette ervervet.

4. FORETAKENES STRUKTUR OG VIRKSOMHETSOMRÅDER

4.1 NTB

Som nevnt vil NTB ikke erverve varig kontroll over Innholdsutvikling, og er derfor ikke et involvert foretak i konkurranserettslig forstand. For ordens skyld vil vi likevel gi en presentasjon av selskapets struktur og virksomhetsområder.

¹ Jf. Europakommisjonens jurisdiksjonsveiledning punkt 35.

NTB er et nyhetsbyrå som leverer nyheter fra Norge og utlandet til papir- og nettaviser, radio- og TV-stasjoner i Norge. NTB ble etablert i 1867. Fra 1918 har NTB vært et aksjeselskap eid av norske aviser. I 1992 kom også NRK og andre radio- og TV-stasjoner inn på eiersiden. I dag er selskapet eid av de store eiergruppene i norsk presse samt av NRK. Det er ingen enkeltaksjonær som alene eller i fellesskap med andre har kontroll over NTB.

NTBs hovedprodukt er den løpende nyhetstjenesten, som dekker områdene innenriks, utenriks og sport. I tillegg leveres en lang rekke spesialtjenester innenfor kultur og underholdning, feature, personalia, tips med mer.

I 2011 ble bildebyrået Scanpix Norge AS fusjonert inn i NTB. Avdelingen driver egen bildeproduksjon samt salg av bilder fra norske mediehus. NTB overtok kontroll over Scanpix Norge AS i 2010.²

I tillegg til den nevnte eierandelen i Innholdsutvikling, eier NTB 50,1% av aksjene (andel av stemmeberettiget kapital utgjør 33,33 %) i Universum AS samt 51,11% av aksjene i Nyhetsgrafikk.no AS, begge med forretningskontor i Oslo. Universum AS utarbeider i hovedsak programsider for TV- og radioprogrammer, mens Nyhetsgrafikk AS i hovedsak arbeider med grafikk (illustrasjoner, figurer, osv) som visualiserer daglige hendelser innen nyheter, sport og kultur. NTB eier også 34 % av aksjene i Retriever AB. Det svenske nyhetsbyrået Tidningarnas Telegrambyrå AB (TT) eier de resterende 66 % av aksjene i Retriever AB og har enekontroll i selskapet.³

NTB har nylig også kjøpt opp selskapet Samfoto AS. Selskapets omsetning i 2011 utgjorde NOK 2 185 000 og kjøpet var derfor ikke meldepliktig etter konkurranseloven.

Mer informasjon om NTB finnes på selskapets hjemmesider, www.ntb.no.

4.2 Retriever

Retriever et heleid datterselskap av Retriever AB. Retriever AB er som nevnt eid av TT og NTB, med TT som kontrollerende eier. Retriever AB har ytterligere ett heleid datterselskap, Retriever Sverige AB (Retriever Sverige). Retriever Sverige har ett heleid datterselskap, Mediarkivet Svenska AB (Mediarkivet).

Retriever har ett heleid datterselskap, Mediarkivet.no AS.

² <http://www.konkurransetilsynet.no/no/fusjoner-og-oppkjop/arkiv-over-mottatte-meldinger/2010/norsk-telegrambyra-as-ntb-scanpix-norge-as-/?hl=ntb>.

³ TTs oppkjøp av Retriever AB ble behandlet av svenske konkurransemyndigheter og godkjent ved Konkurrenserverets beslutning 15. juli 2010, Dnr 219/2010

Retrieverkonsernets virksomhet i Norge drives gjennom de norske selskapene, og det er dermed deres virksomhet som blir beskrevet videre.

Retriever er leverandør av medieovervåking, mediearkiv og medieanalyse på digital plattform. Retrievers virksomhet er delt opp i fem hovedområder:

Retriever Monitor:

- Tilbyr komplett medieovervåking fra alle mediekkanaler.

Retriever Analysis:

- Tilbyr skreddersydde kvantitative og kvalitative analyser.

Retriever Research:

- Tilbyr research i Nordens største mediearkiv, med blant annet Atekst og Mediearkivet/Mediearkivet.no.

Retriever Partner:

- Tilbyr mediebedrifter hjelp med håndtering av åndsverk for intern og ekstern utnyttelse.

Retriever fungerer også som distributør for det fysiske innholdet til de ulike norske mediehusene. Dette innholdet gjøres tilgjengelig av Retriever for alle aktører som ønsker tilgang til dette, enten det er sluttkunder eller andre overvåkingsselskaper. Avtalene om distribusjon av redaksjonelt innhold inngås mellom Mediearkivet.no AS og det enkelte mediehus.

Retriever Pulse:

- Overvåker og analyserer sosiale medier som twitter, facebook og blogger.

Mer informasjon om Retriever finnes på selskapets hjemmesider, www.retriever.no.

4.3 Innholdsutvikling – Intermedium

Morselskapet Innholdsutvikling driver ingen virksomhet utover å eie og administrere eierskapet i Intermedium. I det følgende er det derfor Intermediums struktur og virksomhetsområder som vil bli beskrevet.

Intermedium er totalleverandør innenfor markeds- og medieovervåking. Selskapet overvåker, filtrerer og analyserer nyhetsflommen for sine kunder, som er både offentlige og private. Overvåkingen omfatter alle mediekkanaler.

Mer informasjon om Intermedium finnes på selskapets hjemmesider, www.intermedium.no.

5. OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT

Konsernet Retriever hadde i 2011 en samlet omsetning på SEK 185,8 mill. Retriever Norge hadde i 2011 omsetning på NOK 64 347 000 (fratrukket internfakturering i konsernet) og NOK 6 042 000 i driftsresultat, mens Mediearkivet.no AS hadde omsetning på NOK 20 864 000 (fratrukket internfakturering) og NOK 4 709 000 i driftsresultat.

Intermedium hadde i 2011 NOK 30 240 000 i omsetning og NOK 1 931 000 i driftsresultat. Innholdsutvikling har ingen salgsinntekter, men hadde i 2010 et negativt driftsresultat på NOK 79 000.

6. MARKEDER SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Både Retriever og Intermedium tilbyr tjenester innenfor medieovervåking og medieanalyse, og har dermed overlappende virksomhet knyttet til disse tjenestene. Det er kun Retriever som tilbyr et eget mediearkiv, og partene har dermed ikke overlappende virksomhet knyttet til denne tjenesten. Etter melderens vurdering utgjør mediearkivtjenesten et eget relevant marked som ikke berøres av foretakssammenslutning. Vi vil redegjøre nærmere for dette nedenfor.

Partene vil etter oppkjøpet få en samlet markedsandel som overstiger 20 prosent. En nærmere redegjørelse for markedene, herunder partenes markedsstilling og konkurransesituasjonen, følger nedenfor.

6.1 Relevant produktmarked

Medieovervåkingstjenester består i å overvåke media på nett og evt. i trykt format, og filtrere materiale basert på angitte kriterier. Kundene gis tilgang til genererte nyheter og annet materiale, eksempelvis om kunden selv, om konkurrenter eller andre spesifiserte emner. En medieovervåker vil typisk inngå avtale med aktuelle media om rett til videre distribusjon av materialet. Retriever gir tilgang både til klipp fra fysiske aviser og nettbasert informasjon. Enkelte medieovervåkere, som for eksempel Meltwater, gir kun tilgang til nettbasert informasjon, gjennom en egen, tilpasset søkemotor. I tillegg omfatter konkurransebildet for medieovervåkere også frie søkemotorer (Google, Yahoo, Kvasir m.fl.) som gir brukeren adgang til selv å søke etter informasjon basert på angitte søkeord. Herunder kan brukeren lage faste søk av nyhetsbildet med flere ulike kriterier knyttet til søkeord og kilder. I den siste tiden har overvåking av sosiale medier også blitt viktigere, og flere nye aktører har etablert seg med egne verktøy innenfor sosiale medier. Denne utviklingen bidrar til å utvide tilbudet av de tjenester som inkluderes i markedet for medieovervåking.

Konkurransetilsynet har i tidligere vedtak lagt til grunn at det eksisterer et eget marked for medieovervåkingstjenester uten å ta stilling til en eventuelt snevrere avgrensning, jf. Konkurransetilsynets saker A2008/24 og A2004/17. Konkurransetilsynet har i disse sakene ikke

skilt mellom medieovervåkning og medieanalyse, og heller ikke mellom overvåkning av ulike kilder.

I Konkursverket's beslutning om TT's oppkjøp av Retriever⁴ ble det foreløpig lagt til grunn at medieovervåkning av digitale presseklipp og av webmateriale utgjorde et eget relevant marked, uten at det ble trukket en endelig konklusjon på dette. Når det gjelder medieanalyse, ble dette i Konkursverket's beslutning avgrenset som et eget marked atskilt fra medieovervåkning.

Retriever understreker at det ikke er mulig å tilby medieanalyse uten også å ha tilgang til data å bygge analysen på. Disse dataene fremkommer gjennom medieovervåking, som enten gjøres av det samme foretaket som står for medieanalysen, eller av et medieovervåkingsforetak som er underleverandør til analyseforetaket. Det siste er vanlig for analysetjenester som tilbys av PR-byråer og lignende konsulentselskaper.

Ofte vil det også være en glidende overgang mellom overvåkningstjenester og analysetjenester. Enkelte kunder etterspør kun enkle analysetjenester som for eksempel daglige oppsummeringer av nyhetsbildet, mens andre etterspør grundigere analyser og vurderinger for eksempel av et selskaps omtale og omdømme basert på medieklipp innenfor en gitt periode. Om produktet da skal klassifiseres som enten analysetjeneste eller overvåkningstjeneste vil være litt tilfeldig. Flere aktører bruker andre som underleverandører for å kunne tilby det totalproduktet som kundene etterspør. Eksempelvis bruker Retriever selskapet Yomando AB som underleverandør til enkle analysetjenester og til fysiske medieklipp som Retriever ikke har tilgang til direkte. Som nevnt benytter også flere pr-selskaper og konsulentselskaper medieovervåkere som underleverandører og da særlig til de tekniske løsningene.

Utviklingen i Norge innenfor analysetjenester er annerledes enn i Sverige, noe som tilsier at markedsavgrensningen i Sverige ikke nødvendigvis kan overføres til norske forhold. I Sverige har analysemarkedet i lang tid vært et stort marked og trolig større enn selve overvåkingsmarkedet. Mange internasjonale virksomheter har hovedkontor i Stockholm og etterspør analysetjenester der, og da knyttet til analyser for hele konsernet. I Norge er det først de siste årene at analysetjenester har blitt etterspurt, og da som en tilleggstjeneste eller i sammenheng med overvåkningstjenester. For eksempel er det kun de 2-3 siste årene at Retriever har tilbudt analysetjenester, og disse tjenestene har da vært bygget på, og vært en integrert del av, den eksisterende overvåkningstjenesten.

Enkelte kunder etterspør hele spekteret av tjenester innenfor overvåkning og analyse, mens andre etterspør for eksempel kun overvåkning og analyse av bestemte medier eller kun bestemte medietyper som sosiale medier. Det vil i mange tilfeller være vanskelig å skille mellom hva som er overvåkning og hva som er analyse. Etter melder's oppfatning er det derfor mest riktig å avgrense et totalt marked for medieovervåkning og analyse. Under enhver omstendighet

⁴ Jf. note 3

vil det ikke være avgjørende for vurderingen av oppkjøpets virkning på konkurransen, om overvåkning og analyse utgjør ett marked eller atskilte markeder.

6.2 Arkivtjenester

Når det gjelder arkivtjenester, mener melder imidlertid at dette må skilles ut som et eget marked atskilt fra analyse og overvåkning. Tjenesten består i å gi kundene som abonnerer på tjenesten, tilgang til et stort arkiv av presseklipp fra ulike kilder, hvor kundene selv kan søke etter informasjon. Denne tjenesten har helt andre egenskaper enn både overvåkning og analyse, og etterspørres hovedsakelig av andre kunder enn de kundene som etterspør overvåkning og analyse. Særlig foretak og organisasjoner innenfor forskning og utdanning er blant kundene.

I Konkursverket's beslutning om TT's oppkjøp av Retriever ble det ikke trukket noen endelig konklusjon, men Konkursverket mente at informasjonen i saken tilsa at mediearkiv var en egen tjeneste atskilt fra medieovervåkingstjenester. I Konkurssetilsynets avgjørelse A2004-17 om ikke å gripe inn mot erverv av aksjene i Intermedium, ble det også skilt mellom medieovervåkning og mediearkiv. Kommisjonen skilte også mellom mediearkivtjenester og medieovervåkingstjenester i Bonnier/Schibsted/Retriever-saken.⁵ I denne saken meldte Bonnier og Schibsted erverv av felles kontroll i Retriever Sverige AB. Partene avsto imidlertid fra å gjennomføre oppkjøpet etter at Kommisjonen besluttet å innlede prosedyre iht. fusjonsforordningen artikkel 6 nr. 1 c).

Intermedium tilbyr ikke arkivtjenester og oppkjøpet får dermed ikke noen virkning i dette markedet. I den videre fremstillingen ser vi derfor bort fra dette markedet.

6.3 Relevant geografisk marked

Det antas at markedet for både medieovervåkingstjenester og medieanalysetjenester i hvert fall omfatter Norge. Normalt etterspør kundene tjenester lokalt og knyttet til hvert enkelt land. Det kan imidlertid tenkes at det relevante markedet er større enn Norge. Det finnes bl.a. virksomheter som kjøper medieovervåkings- og analysetjenester over landegrensene, særlig gjelder dette internasjonale virksomheter. Flere av aktørene er dessuten etablert i flere land og kan tilby overvåkingstjenester for flere land samlet. Enkelte kunder etterspør også overvåkning og/eller analyse av utenlandske media. Dette kan tilbys kundene enten direkte fra medieovervåkingsselskapet, ved bruk av andre selskaper i samme konsern, eller ved bruk av underleverandører og andre samarbeidspartnere. Særlig innenfor overvåkning av sosiale medier tilbyr aktørene tjenester globalt, og ikke avgrenset langs nasjonale skillelinjer.

I Konkursverket's beslutning om TT/Retriever ble det geografiske markedet avgrenset til Sverige. I Kommisjonens sak om Bonnier/Schibsted/Retriever, mente Kommisjonen at

⁵ Se pressemelding fra Kommisjonen

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/188>

oppkjøpet kunne skape konkurransemessige bekymringer i det svenske markedet. Markedet er imidlertid i rask utvikling, og den nasjonale avgrensning som ble lagt til grunn i disse sakene, er ikke nødvendigvis riktige i et marked hvor overvåkingen og analysen i større grad inkluderer utenlandske media.

Partene mener imidlertid at oppkjøpet uansett geografisk avgrensning av markedet ikke fører til eller forsterker en vesentlig konkurransebegrensning i strid med formålet i konkurranseloven, og anser det derfor ikke nødvendig å trekke noen endelig konklusjon på dette punktet. I redegjørelsen for markedsandeler er det lagt til grunn at det geografiske markedet er Norge.

6.4 Markedsandeler

Melder har foretatt beregninger av partenes markedsandeler, både individuelt og samlet etter oppkjøpet, i både et overordnet marked for overvåking og analyse, og i atskilte markeder for overvåking og analyse. Melder har oversikt over egen omsetning fordelt på de ulike segmentene. Når det gjelder Intermedium, er det antatt at kun omtrent [redacted] av Intermediums totale omsetning som knytter seg til overvåking og analyse. Øvrig omsetning for Intermedium knytter seg til salg av elektronisk avisinnhold, såkalt feed, og er dermed ikke en del av tjenestene for markedsovervåking og analyse.

Det hefter en viss usikkerhet ved beregningene, idet det ikke finnes offisielle eller sikre tall for den totale omsetningen i de ulike segmentene/markedene. Videre er konkurrentenes omsetning fordelt på de ulike markedene eller segmentene heller ikke kjent for melder. Melder har derfor tatt utgangspunkt i offisielle regnskapstall for de ulike selskapene samt erfaringsbasert kunnskap om markedet og segmentene. Beregningene er derfor gjort etter melders beste skjønn. Ut fra dette har melder kommet frem til følgende markedsandeler:

Markedsandeler i et totalt marked for medieovervåking inkl analyse:

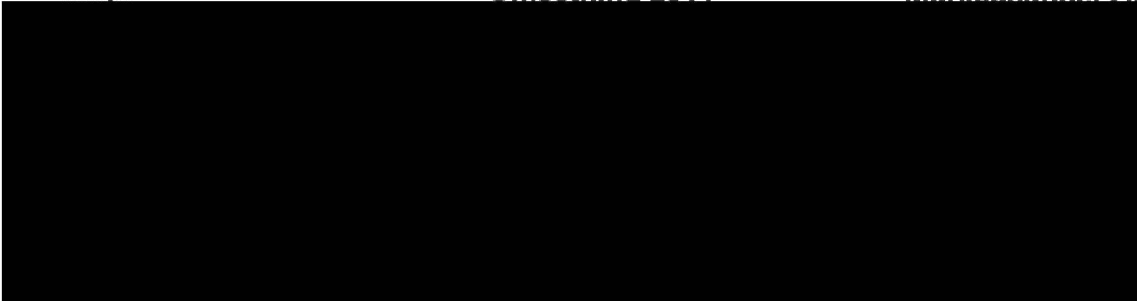
Retriever og Intermedium hver for seg

Selskap:	Omsetning 2011	Markedsandel 2011
-----------------	-----------------------	--------------------------

[redacted]	[redacted]	[redacted]
------------	------------	------------

Retriever og Intermedium samlet

Selskap: Omsetning 2011 Markedsandel 2011

A large black rectangular redaction box covering the entire table content for the 'Retriever og Intermedium samlet' section.

Overvåkningsmarkedet

isolert:

Hver for seg

Selskap: Omsetning 2011 Markedsandel 2011

A large black rectangular redaction box covering the entire table content for the 'Overvåkningsmarkedet isolert' section.

Samlet

Selskap: Omsetning 2011 Markedsandel 2011

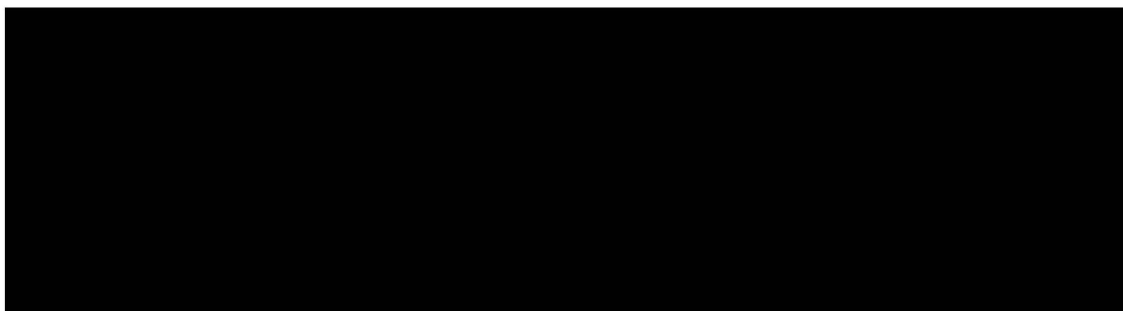
A large black rectangular redaction box covering the entire table content for the 'Samlet' section.

Analysemarkedet isolert:

Hver for seg

Selskap: Omsetning 2011 Markedsandel 2011

A large black rectangular redaction box covering the entire table content for the 'Analysemarkedet isolert' section.



Samlet

Selskap:

Omsetning 2011

Markedsandel 2011

Uavhengig av markedsavgrensning viser disse beregningene at Retreiver og Intermedium samlet vil få en markedsandel på maksimalt [redacted] prosent. En markedsandel godt under [redacted] prosent vil normalt ikke føre til konkurransemessige bekymringer.

Som vi vil redegjøre for nedenfor, er det heller ikke noe ved markedsforholdene for øvrig som tilsier at oppkjøpet vil føre til eller forsterke en vesentlig konkurransebegrensning i noen av markedene/segmentene som berøres av foretakssammenslutningen. Snarere underbygger redegjørelsen for markedsforholdene at markedene og segmentene er preget av virksom konkurranse.

6.5 Markedsforholdene for øvrig

I medieovervåkningsmarkedet, inkludert markedet for medieanalyse, har det vært en viss konsolidering de siste årene. Imidlertid er markedet preget av sterk konkurranse mellom samtlige aktører, og det skjer store endringer på kort tid. Blant annet har flere tidligere sterke aktører forsvunnet fra markedet, mens andre har kommet til eller styrket sin posisjon. Retreiver leverer dermed produkter og tjenester i et marked som er i kontinuerlig endring, noe som også medfører utfordringer knyttet til å avgrense markedet. Ettersom Retreiver leverer både medieovervåkning alene og medieovervåkning og medieanalyse samlet av både tradisjonelle og sosiale medier, møter selskapet konkurrenter fra ulike hold, med stadig skiftende markedsandeler.

For ti år siden var markedet for medieovervåkning preget av at Cision (tidligere kjent blant annet som Argus og Observer) dominerte nærmest hele markedet. I takt med at journalistikken vokste fram på nettaviser, kom nye leverandører inn på dette markedet gjennom å tilby ny og konkurransedyktig teknologi. Samtidig ble digital overvåkning av papiraviser normen i bransjen, og Cision begynte å sakke akterut med sin manuelle overvåkning. I denne fasen vant både Retriever, Opoint, Intermedium og Meltwater markedsandeler, og Cision trakk seg til slutt ut av markedet. I en periode sto selskapet Infopaq relativt sterkt på det norske markedet, men selskapet gikk konkurs i 2011. Samtidig ble Infopaq Norge navnet overdratt til et annet selskap uten virksomhet. Etter det vi kjenner til, driver dette selskapet nå virksomhet innenfor medieovervåkning og analyse i Norge, som en del av Infopaq gruppen⁶. Meltwater News har på ti år gått fra å være nyetablert utfordrer til å være markedsleder. I løpet av de siste ti årene har også interessen for medieanalyse variert, og fokuserte nisjetilbydere har i perioder hatt en betydelig aktivitet og omsetning på dette området.

Den tekniske utviklingen og produktutviklingen skjer altså raskt, og kundenes preferanser endrer seg i takt med dette. Det som startet med papirkopier av medieklipp fra norske aviser, har dermed utviklet seg til å omfatte digitale klipp fra fysiske aviser og ikke minst nettaviser og andre digitale media, samt ulike former for henvisninger til innslag på radio og tv.

Den siste tiden er markedet igjen gjenstand for en stor omveltning som følge av sosiale mediers inntog. Flere aktører har etablert seg med særlig ekspertise innenfor overvåkning og analyse av sosiale medier som Facebook, blogger og lignende, det kommer stadig nye tilbydere til og det er vanskelig å holde oversikt. Blant mange andre tilbyr Isobar, Silverbakk, Notified, Sprout Social, Connycom og Radian6 egne verktøy for overvåkning av sosiale medier, og i varierende grad tilbyr de også statistikkverktøy (kvantitativ analyse) inkludert. Felles for disse tilbyderne er at de konkurrerer på det globale markedet (med unntak av norske Isobar). Meltwater har også en økende virksomhet innfor dette segmentet, gjennom tjenesten Meltwater Buzz. Dette er tjenester hvor Retriever har liten virksomhet per i dag, og derfor må Retriever hele tiden omstille seg for å følge med i utviklingen. Samtidig har som nevnt den tradisjonelle medieovervåkningstjenesten i større grad blitt supplert med analysetjenester. Det konkurransebildet vi ser i dag, er dermed ikke det samme som vi så for få år tilbake, og er ikke det vi vil se om bare 2-3 år frem i tid.

Med andre ord er markedet for medieovervåkning og analyse preget av hard konkurranse blant eksisterende aktører, både større og mindre. Det er den til enhver tid beste tilbydereren som vinner posisjon enten det dreier seg om overvåkning av papir, nettaviser, etermedier eller sosiale medier, eller medieanalyse av tradisjonelle medier eller sosiale medier. Produkter og tjenester, pris og service og support endrer seg stadig, og kundene vinner på den harde konkurransen.

⁶ <http://www.infopaq.no/OmInfopaq/tabid/626/language/da-DK/Default.aspx>

I tillegg er etableringsbarrierene er lave, ettersom det kun er en hensiktsmessig teknisk løsning og eventuelt innholdsavtaler som skal til for å kunne levere tjenester. Cision Norge har nylig startet opp igjen sitt tilbud av medieovervåkingstjenester. Aktører i andre geografiske markeder må antas å kunne etablere seg relativt enkelt på det norske markedet. Videre må det tas hensyn til nettbaserte, frie søkemotorer som gir brukere muligheten til selv å søke etter informasjon, herunder lagre faste søk av nyhetsbildet. Disse vil hele tiden utgjøre et alternativ for kundene, dersom de tjenestene de betaler for ikke gir tilstrekkelig merverdi, og innebærer dermed et konkurransepress for de aktørene som tilbyr tjenestene mot vederlag.

Det er mange kunder som etterspør slike tjenester. Flere kunder benytter seg av anbud eller andre former for konkurranse om å levere tjenester til dem, og nye aktører kan da komme inn i markedet gjennom slike konkurranser. Samtidig bidrar dette til å sikre pris konkurranse i markedet. Store innkjøpere har også innkjøpsmakt som bidrar til prispress. I 2012 har Retriever deltatt i 5 avsluttede offentlige anbudsrunder, som er færre enn normalt for samme periode i tidligere år. Retriever har ikke vunnet noen av disse anbudene. Oversikt over anbudene og tilbudt anbudssum følger som Vedlegg 1 til meldingen.

Retriever har for øvrig abonnementsavtaler med sine kunder. Disse løper normalt over en fast periode uten automatisk fornyelse. Retriever praktiserer ingen streng vurdering av oppsigelsesfrister, slik at kunder som ønsker å bytte til en annen leverandør, i praksis står fritt til å gjøre dette.

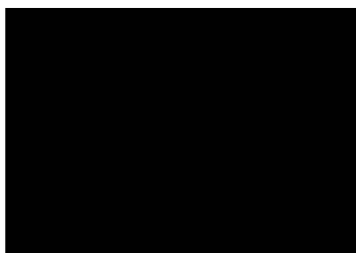
Det vil heller ikke være mulig for Retriever/ Intermedium å utnytte noen form for markedsrett i form av høyere priser eller dårligere produkt. Det er ingen kapasitetsbegrensninger av betydning i markedet. Dersom Retriever/ Intermedium skulle øke sine priser, ville kundene lett kunne bytte leverandør av slike tjenester, og de øvrige aktørene vil enkelt kunne tilfredsstille økt etterspørsel etter deres tjenester på bekostning av Retriever/ Intermedium. Endringstakten i markedet og i produktutviklingen viser også at dette er et dynamisk marked hvor et selskaps markedsposisjon lett kan endres på kort tid, noe som også gjør at det ikke er mulig å utnytte noen form for markedsrett. Når Retriever/ Intermedium ikke kan utnytte noen form for markedsrett, er det heller ingen grunn til konkurransemessige bekymringer knyttet til oppkjøpet.

6.6 Viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

6.6.1 De fem viktigste konkurrentene

De fem viktigste konkurrentene til begge de involverte foretakene:

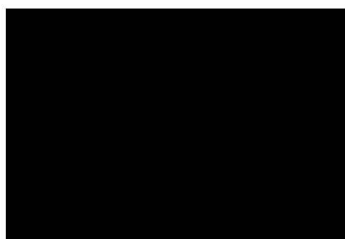
- (i)
- (ii)
- (iii)
- (iv)
- (v)



6.6.2 De fem viktigste kundene

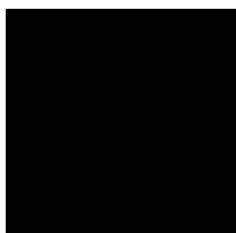
De fem viktigste kundene til Retriever:

- (i)
- (ii)
- (iii)
- (iv)
- (v)



De fem viktigste kundene til Intermedium:

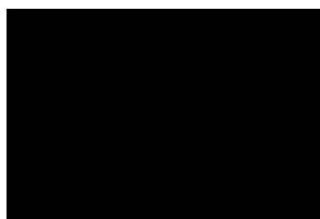
- (i)
- (ii)
- (iii)
- (iv)
- (v)



6.6.3 De fem viktigste leverandørene

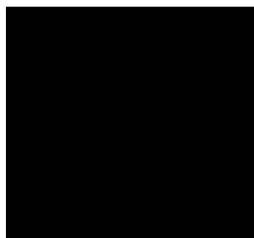
De fem viktigste leverandørene til Retriever:

- (i)
- (ii)
- (iii)
- (iv)
- (v)



De fem viktigste leverandørene til Intermedium:

- (i)
- (ii)
- (iii)
- (iv)
- (v)



7. ÅRSBERETNINGER

Årsberetningene til Retriever AB, Retriever Norge AS og Mediarkivet.no AS er vedlagt som hhv. Vedlegg 2, Vedlegg 3 og Vedlegg 4. Årsberetningene til hhv. Innholdsutvikling AS og

Intermedium AS for 2011 er ikke ferdigstilt ennå, men årsberetningene for 2010 er tilgjengelige i regnskapsregisteret i Brønnøysund.

8. OFFENTLIGHET

Melder gjør oppmerksom på at beskrivelsen av foretakssammenslutningens art i de to første avsnittene i punkt 3, opplysningene om markedsandeler i punkt 6.4 samt opplysninger om kunder, konkurrenter og leverandører i punkt 6.6 er forretningshemmeligheter som er unntatt offentlighet. Det samme gjelder opplysninger om Retrievers tilbudte anbudspriser i Vedlegg 1. Utover dette anses opplysningene i meldingen offentlig.

9. VEDLEGG

- (i) Vedlegg 1: Oversikt over anbudsrunder hittil i 2012
- (ii) Vedlegg 2: Årsberetning for Retriever AB 2011
- (iii) Vedlegg 3: Årsberetning for Retriever Norge AS 2011
- (iv) Vedlegg 4: Årsberetning for Mediarkivet.no AS 2011

10. UNDERSKRIFT

Oslo, 19. juni 2012



Advokatfirmaet Haavind AS
Anne Beate Saga Hammerstad