

Bugge, Arentz-Hansen & Rasmussen
Advokatfirma
Helge Stemshaug
Postboks 1524 Vika
0117 Oslo

Deres ref.:

Vår ref.: 2006/1738 - 143
MAB CHIS 528.4

Saksbeh.: Claus Holm Isaksen/
Jens Olav Aksdal

Dato: 11. juni 2007

■ **Vedtak V2007- 13 - Media Norge ASA - Aftenposten AS - Bergens Tidende AS - Fædrelandsvennen AS - Fædrelandsvennens Trykkeri AS - StavangerAftenblad ASA - konkurranseloven § 16 – inngrep mot foretakssammenslutning**

1 Innledning

1.1 Sakens bakgrunn

Foretakssammenslutningen er en fusjon mellom Media Norge ASA (heretter benevnt "Media Norge") og Aftenposten AS (heretter benevnt "Aftenposten"), Bergens Tidende AS (heretter benevnt "Bergens Tidende"), Fædrelandsvennen AS inkludert Fædrelandsvennen Trykkeri AS (heretter benevnt "Fædrelandsvennen") og Stavanger Aftenblad ASA (heretter benevnt "Stavanger Aftenblad"), (i fellesskap benevnt "partene").

Fusjonen skal gjennomføres ved at Aftenposten, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad overdrar sine eiendeler, rettigheter og forpliktelser til nystiftede datterselskaper i Media Norge. Som vederlag skal det utstedes aksjer i Media Norge til de tidligere eierne i Aftenposten, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad. Etter at transaksjonen med tilknyttede avtaler er gjennomført vil Schibsted ASA (heretter benevnt "Schibsted") eie 50,1 prosent av aksjene i Media Norge.

Partene innga 12. januar 2007 fullstendig melding om foretakssammenslutningen. Fusjonen ble vedtatt på generalforsamling hos partene 15. februar 2007.

Konkurransetilsynet har innhentet informasjon fra kunder og konkurrenter. I tillegg har det vært avholdt flere møter mellom partene og Konkurransetilsynet. Partene har også kommet med skriftelige innspill underveis i saksbehandlingen, samt at de er gitt løpende innsyn i sakens dokumenter.

¹ Opplysninger er unntatt offentlighet i medhold av lov 19. juni 1970 nr. 69 om offentlighet i forvaltningen (offentlighetsloven) § 5a første ledd, jf. lov 10. februar 1967 om behandlingsmåten i forvaltningssaker (forvaltningsloven) § 13 første ledd nr. 2. Opplysningene unntatt offentlighet er overstrøket med sort.

1.2 Fristberegning

Konkurransetilsynet mottok fullstendig melding 12. januar 2007. Varsel om at inngrep kunne bli aktuelt ble oversendt rettidig 16. februar 2007, jf. konkurranseloven § 20 annet ledd.

Begrunnet forslag til inngrepsvedtak ble forelagt partene 25. april 2007, og tilsvaret inngitt 18. mai 2007.

I henhold til konkurranseloven § 20 tredje ledd tredje punktum må Konkurransetilsynet fatte vedtak senest innen 15 virkedager fra tilsynet mottok partenes uttalelse. Vedtaket er således rettidig.

1.3 Særlig om begrunnet forslag til inngrepsvedtak

Konkurransetilsynet la i varselet til grunn at rubrikkannonsering av eiendom på Internett og i trykte medier utgjør to separate markeder. Tilsynet fant imidlertid at rubrikkannonsering av motor og stilling inngår i samme marked, og at partene således er faktiske konkurrenter.

Etter en fornyet vurdering har Konkurransetilsynet kommet til at rubrikkannonsering på Internett og i trykte medier innen kategoriene motor og stilling sannsynligvis heller ikke inngår i samme relevante marked. Det er i denne vurderingen særlig lagt vekt på medieplattformenes ulike egenskaper, anvendelsesområde og observerte bruksmønstre.

Videre har Konkurransetilsynet etter en fornyet vurdering kommet til at regionavisene trolig ikke på kort sikt vil kunne etablere seg som reelle konkurrenter til Finn.no innen rubrikkannonsering på Internett. Det er i denne vurderingen særlig lagt vekt på regionavisenes tekniske og markedsmessige muligheter, regionavisenes begrensede insentiver grunnet deres eierandeler i Finn og tilstedeværelsen av andre potensielle konkurrenter.

Det følger av ovennevnte at markedene for rubrikkannonsering ikke vil være gjenstand for ytterligere behandling i dette vedtaket.

2 Partene i saken

2.1 Media Norge ASA

Media Norge er et nyopprettet foretak som skal eie 100 prosent av Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen, samt 88,7 prosent av Finn.

2.2 Schibsted ASA

Schibsted ASA er et internasjonalt mediekonsern med ca. 7500 ansatte og virksomhet i 20 land. Mediekonsernet er aktivt innenfor avis, film, Internett, mobile tjenester, forlagsvirksomhet og magasiner. Største eiere i Schibsted er Blommenholm Industrier (26,1 prosent), State Street Bank & Trust Co (9,3 prosent) og Folketrygdfondet (5,6 prosent).

Schibsted eier 100 prosent av aksjene i Aftenposten og Verdens Gang (heretter benevnt VG). Videre eier Schibsted 52,8 prosent av aksjene i Bergens Tidende, 52,9 prosent av aksjene i Stavanger Aftenblad og 25 prosent av aksjene i Fædrelandsvennen.

Høsten 2006 ervervet Schibsted 28,5 prosent av aksjene i Bergens Tidende fra Orkla Media (nå Edda Media). Schibsteds totale eierandel i Bergens Tidende er etter dette 52,8 prosent. På grunn av stemmerettsbegrensninger på Bergens Tidendes generalforsamling hevder partene at ervervet ikke medførte at Schibsted ervervet kontrollen over Bergens Tidende. Partene har heller ikke meldt denne transaksjonen til Konkurransetilsynet.

Schibsted har etter at fullstendig melding ble inngitt ervervet ytterligere 21,4 prosent av aksjene i Stavanger Aftenblad ASA, slik at Schibsted i dag eier 52,9 prosent av aksjene. Ervervet er ikke meldt til Konkurransetilsynet.

Schibsted hadde i 2006 en omsetning på 11.648 millioner kroner.

2.4 Bergens Tidende AS

Bergens Tidendes hovedvirksomhet er utgivelse av en daglig avis. Avishuset eier også flere lokalaviser i Hordaland. Videre driver Bergens Tidende nettstedet bt.no og lokal-TV gjennom BTV AS. Ved sitt trykkeri driver Bergens Tidende trykk av egen og etter avtale andre aviser. Bergens Tidende driver også et distribusjonsselskap som distribuerer Bergens Tidende og andre aviser. Bergens Tidende AS hadde i 2006 en omsetning på 947 millioner kroner.

2.5 Fædrelandsvennen AS

Fædrelandsvennens hovedvirksomhet er daglig utgivelse av avisen Fædrelandsvennen. Videre har Fædrelandsvennen eierandeler i en rekke lokalaviser i Agder regionen. Utover dette driver Fædrelandsvennen nettavisen fvn.no, lokalradio gjennom Radio Sør og lokal-TV gjennom TVSør. Fædrelandsvennen distribuerer aviser gjennom et eget distribusjonsselskap. Fædrelandsvennen AS hadde i 2006 en omsetning på 417 millioner kroner.

2.6 Fædrelandsvennens Trykkeri AS

Fædrelandsvennens Trykkeri AS har vesentlig det samme eierskap som Fædrelandsvennen AS. Trykkeriet trykker Fædrelandsvennen og andre aviser. Fædrelandsvennens Trykkeri hadde i 2006 en omsetning på 136 millioner kroner.

2.7 Stavanger Aftenblad ASA

Stavanger Aftenblads hovedvirksomhet er utgivelse av en daglig avis. I tillegg driver Stavanger Aftenblad sin egen nettavis, og lokal-TV gjennom TV Vest. Stavanger Aftenblad distribuerer aviser i eget distribusjonsselskap, samt trykker egen og andre aviser i eget trykkeri. Stavanger Aftenblad hadde i 2006 en omsetning på 654 millioner kroner.

3 Konkurransetilsynets kompetanse

3.1 Forholdet til EØS-avtalens regler om fusjonskontroll

EØS-avtalen artikkel 57 fastsetter regler for kompetansefordeling mellom Europakommisjonen, EFTAs overvåkningsorgan og nasjonale konkurransemyndigheter. Konkurransetilsynet har kun kompetanse til å føre tilsyn med foretakssammenslutninger som ikke er av fellesskaps- eller EFTA-dimensjon. Hvorvidt en foretakssammenslutning har fellesskaps- eller EFTA-dimensjon avhenger av om de berørte foretak har en omsetning som overstiger terskelverdiene i artikkel 1 nr. 2 eller 3 i forskrift av 4. desember 1992 nr. 964 om materielle konkurranseregler i EØS-avtalen kapittel XIV, jf. artikkel 1 nr. 2 og nr. 3 i rådsforordning 139/2004/EF (fusjonsforordningen).

Foretakssammenslutningen har ikke grenseoverskridende virkninger. Terskelverdiene i forskrift av 28. april 2004 nr. 673 om melding av foretakssammenslutninger mv. § 2 er oppfylt, og Konkurransetilsynet har følgelig kompetanse til å behandle saken.

3.2 Vilkårene for inngrep

3.2.1 Generelt

Etter konkurranseloven § 16 første ledd skal Konkurransetilsynet gripe inn mot en foretakssammenslutning dersom tilsynet finner at "den vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål". Lovens formål er å fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser, jf. konkurranseloven § 1 første ledd. Ved anvendelsen av loven skal det særlig tas "hensyn til forbrukernes interesser", jf. konkurranseloven § 1 annet ledd.

3.2.2 Foretakssammenslutningen

For at Konkurransetilsynet skal gripe inn mot fusjonen, må det foreligge en foretakssammenslutning i lovens forstand. Ifølge konkurranseloven § 17 første ledd bokstav a

foreligger det en foretakssammenslutning dersom to eller flere uavhengige foretak eller deler av foretak fusjonerer.

Partene har opplyst at fusjonen skal skje ved at Aftenposten, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad overdrar sine eiendeler, rettigheter og forpliktelser til nystiftede datterselskaper i Media Norge. Som vederlag skal det utstedes aksjer i Media Norge til de tidligere eierne i Aftenposten, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad i samsvar med et nærmere angitt bytteforhold.

Konkurransetilsynet legger således til grunn at det foreligger en foretakssammenslutning i lovens forstand.

3.2.3 Konkurransbegrensningskriteriet

Konkurransetilsynet skal gripe inn mot foretakssammenslutninger som fører til eller forsterker en vesentlig konkurransebegrensning i strid med lovens formål.

Spørsmålet om foretakssammenslutningen fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, behandles i punkt 5.

3.2.4 Effektivitetsgevinster

Dersom foretakssammenslutningen fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, må det videre avklares om transaksjonen medfører effektivitetsgevinster som kan oppveie de negative virkningene av sammenslutningen, jf. formålsbestemmelsen i konkurranseloven § 1.

Mulige effektivitetsgevinster drøftes i punkt 6.

3.2.5 Velfungerende nordisk marked, jf. konkurranseloven § 16 fjerde ledd

Etter konkurranseloven § 16 fjerde ledd kan inngrep etter første og annet ledd ikke finne sted dersom det foreligger ”et velfungerende nordisk eller europeisk marked, og foretakssammenslutningen eller ervervet etter annet ledd heller ikke virker negativt for norske kunder”.

Konkurransetilsynet har under punkt 4 foretatt en markedsavgrensning. Analysen viser at de relevante markedenes geografiske utstrekning i denne saken er regionale. Det foreligger således ikke et velfungerende nordisk eller europeisk marked som Norge er en del av i lovens forstand, og § 16 fjerde ledd kommer ikke til anvendelse.

4. Det relevante markedet

4.1 Generelt

For å kunne vurdere om foretakssammenslutningen fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, må Konkurransetilsynet avgjøre hvilke markeder som berøres av ervervet. Generelt vil en kjøper ta beslutninger basert på egenskaper ved produktene og tilbydernes lokalisering. Det avgrenses derfor et såkalt relevant marked, som deles inn i det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet. I avgrensningen henter Konkurransetilsynet veiledning fra EFTAs overvåkningsorgans kunngjøring om avgrensning av det relevante marked (heretter ”EFTAs kunngjøring”).²

4.2 Det relevante produktmarkedet

Avgrensningen av det relevante produktmarkedet foretas ut fra en vurdering av hvorvidt etterspørerne anser produkter som innbyrdes substituerbare.³ Med substituerbarhet menes at etterspørerne vurderer at flere produkter dekker samme behov basert på produktenes egenskaper,

² EF-Tidende 1998 L 200/48 og EØS-tillegget 1998 28/3, C 372 av 9. desember 1997.

³ Jf. EFTAs kunngjøring punkt 15.

pris og bruksområde. Jo bedre substitutt et produkt er til det produktet som tilbys, desto større er sannsynligheten for at produktet inngår i det samme relevante produktmarkedet.

For å avgjøre om produkter inngår i det samme relevante produktmarked, kan det, med utgangspunkt i en konkurransepris, vurderes om en hypotetisk monopolist i det aktuelle markedet vil finne det lønnsomt med en liten (5-10 prosent), varig økning i prisen.⁴ Dersom dette er lønnsomt, vil ikke andre produkter inkluderes i det relevante markedet. Dersom prisøkningen viser seg å bli ulønnsomt ved at effekten av tapt omsetning overstiger merverdien av økt pris, vil det nærmeste alternative produktet inngå i det relevante marked. Denne testen gjentas inntil man står igjen med ett sett produkter der små, varige prisøkninger vil være lønnsomme.

Foretakssammenslutningen vil få liten eller ingen betydning for konkurransesituasjonen innen formidling av nyheter via papiravis (abonnement og løssalg) og Internett, reklame, rubrikk, sivile trykkoppdrag, trykking av lokal- og mindre regionsaviser, distribusjon, lokalradio- og lokal-TV stasjoner. Konkurransesituasjonen i det følgende vil derfor konsentreres om trykking av riks- og større regionsaviser.

4.2.1 Trykking av aviser

Etter at innholdet i en papiravis er bestemt sendes det til trykking. Avistrykking stiller særlige krav til trykkpressen og infrastrukturen i trykkeriene, herunder krav til presisjon, antall sider som kan trykkes over én rygg, fargeegenskaper og evnen til å produsere store opplag på kort tid. Avistrykking skiller seg på denne måten fra sivile trykkeoppdrag. Sivile trykkoppdrag vil typisk være trykking av reklameaviser, innstikk, kundeaviser, magasiner og lignende. Sivile trykkoppdrag stiller ikke de samme kravene til produksjon av store opplag på kort tid og heller ikke de samme kravene til antall sider som må trykkes over en rygg. I tillegg kommer at siviltrykk og avistrykk etterspørres av ulike kundegrupper.

Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at et avistrykkeri lønnsomt kan øke prisen med fem til ti prosent uten å tape markedsandeler til trykkerier som bare har sivile trykkeoppdrag.⁵ Trykking av avis utgjør således et eget produktmarked. Det bemerkes i denne sammenheng at partene i tilsvaret også har lagt samme avgrensning til grunn.

Problemstillingen er etter dette om trykking av riksaviser og større regionaviser utgjør et eget relevant produktmarked.

Konkurransetilsynet la i varselet til grunn at det foreligger et eget marked for trykking av riks- og større regionaviser. Grunnen til det er at riksavisene og de større regionavisene stiller særskilte krav til kvalitet og kapasitet i trykkeriene. Dette skyldes kombinasjonen av store opplag produsert på kort tid, fargekrav i avisen, størrelsen på opplaget, antall sider over en rygg og antall bilag i avisen. Det fremgår også av høringsuttalelsene samt opplysninger gitt av partene at det ikke er alle avistrykkeriene som er i stand til å trykke riks- eller større regionaviser.

For eksempel vil trykking av en avis som Dagens Næringsliv på sitt oransje papir med et stort antall sider over en rygg stille særskilte krav til trykkeriet. De store riksavisene Dagbladet og VG med et betydelig antall bilder, mange sider over en rygg og store opplag stiller også strenge krav til trykkpressen. Tilsvarende gjelder de store regionavisene; Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, Adresseavisen og Fædrelandsvennen. For disse avisene vil et avistrykkeri uten den nødvendige kapasitet og kvalitet ikke være et reelt alternativ.

Partene etterlyser en klarere avgrensning av hvilke aviser som inngår i kategorien riks- og større regionaviser. Det vises blant annet til at Drammens Tidende, Vårt Land, Finansavisen og Bergensavisen har relativt store opplagstall. Konkurransetilsynet har ikke tatt stilling til hvorvidt

⁴ I EFTAs kunngjøring tas det utgangspunkt i SNIPP-testen ved avgrensningen av det relevante produktmarked. Det vesentlige spørsmålet ifølge denne testen er om en hypotetisk monopolist lønnsomt kan gjennomføre en 5-10 prosent varig prisøkning.

⁵ EFTAs kunngjøring punkt 17.

Drammens Tidende er å anse som en større regionavis ettersom Drammens Tidende trykkes og distribueres utenfor de relevante geografiske markeder som er avgrenset i saken.

Vårt Land og Finansavisen er aviser med lavere opplagstall enn de andre riksavisene. En konsekvens av dette er lavere transportkostnader, samt at disse avisene ikke er avhengige av å trykke i nærheten av distribusjonsområdet. Trykking av Vårt Land og Finansavisen inngår således heller ikke i det relevante marked tilsynet har avgrenset i saken.

Det kan videre stilles spørsmål ved om trykkerier som ikke er til stede i markedet for trykking av riks- og større regionaviser som en reaksjon på en fem til ti prosent varig prisøkning kan omstille sin produksjon til også å tilby trykking av riks- og større regionaviser.⁶

Trykkerier som ikke har tilstrekkelig kapasitet er avhengige av å foreta betydelige investeringer i trykkpresser samt tilknyttet infrastruktur for å kunne tilby slik trykking. Utvidelse av kapasiteten vil i tillegg til å kreve betydelige ressurser også være tidkrevende å utføre. Konkurransetilsynet legger til grunn at det er lite sannsynlig at trykkerier som ikke har tilstrekkelig kapasitet, som en reaksjon på en liten og varig prisendring, på kort sikt kan omstille sin produksjon slik at de kan trykke riks og større regionaviser.

Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at trykking av riks- og større regionaviser utgjør et eget relevant produktmarked.

4.2.2 Det relevante geografiske markedet


Det relevante geografiske markedet er det området hvor de berørte foretakene ved tilbud av varer og tjenester møter tilstrekkelig ensartede konkurransevilkår. To tilstøtende geografiske områder vil være separate geografiske markeder dersom konkurransevilkårene er merkbart ulike.⁷

Trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet

For en utgiver av en daglig papiravis er det av vesentlig betydning at de nyhetene som formidles er så oppdaterte som mulig. Følgelig er det viktig at trykkeprosessen starter sent og gjennomføres raskt, slik at ferdig trykket avis effektivt kan distribueres til forhandlere og abonnenter. Bestemmende for det geografiske markedets utstrekning er således tidskrav til distribusjon og transportkostnader.

Bergens Tidendes trykkeri trykker foruten egen avis også for VG, Dagbladet og Dagens Næringsliv for distribusjon i Bergensområdet. Det må derfor vurderes om det finnes alternativer til trykking av riks- og større regionaviser med distribusjon i Bergensområdet.

Partene gjør i tilsvaret gjeldende at Edda Trykk i Haugesund ligger nær nok i transporttid til å kunne trykke aviser for levering i Bergensområdet. Transport mellom Haugesund og Bergen krever at det enten benyttes ferge eller fly. Dette medfører økte kostnader til transport samtidig som distribusjonen som en følge av behovet for fly- eller fergetransport blir mer usikker. Høringsinstansene har også opplyst at kostnadene ved trykking i Haugesund, med distribusjon avhengig av fergetransport, vil bli store og at dette gir økt usikkerhet grunnet fare for innstilte fergeruter. Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at det ikke er sannsynlig at riks- og større regionaviser vil trykke aviser i Haugesund for distribusjon i Bergensområdet, hvis trykkeriene i Bergensområdet skulle gjennomføre en fem til ti prosent varig prisøkning.

Det må videre vurderes om trykking av riks- og større regionaviser i Stavanger for distribusjon til Bergen er sannsynlig ved en fem til ti prosent varig prisøkning på trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet. 

⁶ EFTAs kunngjøring punkt 20.

⁷ EFTAs kunngjøring punkt 8.

[REDACTED]

Transport mellom Bergen og Stavanger med bil tar omtrent fem og en halv time. Det er videre nødvendig å benytte fergetransport mellom disse byene. Den lange transporttiden tilsier at dette ikke er et aktuelt alternativ, noe som også bekreftes av [REDACTED]

[REDACTED] Høringsinstanser har videre opplyst at transport med bil mellom Bergen og Stavanger ikke er et aktuelt alternativ. Kostnadene og transporttiden forbundet med transport fra Stavanger til Bergen taler for at det ikke er et alternativ for riks- og større regionaviser å trykke sine aviser i Stavanger som en reaksjon på en fem til ti prosent varig prisøkning på trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet.

Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet utgjør et eget relevant marked.

Trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland

Partene er etablert med Fædrelandsvennens Trykkeri AS i Kristiansand og Stavanger Aftenblad Trykk AS i Stavanger. Fædrelandsvennens trykkeri i Kristiansand trykker [REDACTED]. Stavanger Aftenblads trykkeri i Stavanger trykker Dagbladet og Dagens Næringsliv, [REDACTED]. Transport mellom Kristiansand og Stavanger vil normalt ta under fire timer. Det er heller ikke behov for ferge- eller flytransport mellom Kristiansand og Stavanger. Både partene og høringsinstansene opplyser også at de trykker aviser i henholdsvis Kristiansand og Stavanger for levering i den andre byen.

Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at Fædrelandsvennens Trykkeri AS og Stavanger Aftenblad Trykk AS (Vest-Agder og Sør-Rogaland) inngår i det samme relevante marked.

Spørsmålet er etter dette om trykking av riks- og større regionaviser ved andre trykkerier med distribusjon til Vest-Agder og Sør-Rogaland inngår i det relevante markedet.

I tilsvaret har partene vist til at Edda Trykk i Haugesund må inkluderes i det relevante markedet. Transport mellom Haugesund og Vest-Agder og Sør-Rogaland forutsetter ferge- eller flytransport. Tilsvarende som for distribusjon til Bergensområdet vil kostnadene og usikkerheten forbundet med slik transport begrense muligheten for substitusjon med trykking i Stavanger og Kristiansand. Videre har høringsinstansene opplyst at det ved trykking av aviser i Haugesund grunnet transporttid ikke vil være mulig å dekke hele Vest-Agder og Sør-Rogaland. Det vil derfor være behov for å inngå avtale om trykking med to trykkerier for å dekke hele det geografiske markedet. Dette vil medføre ekstra kostnader, og fremstår således som et lite aktuelt alternativ. Det er således ikke sannsynlig at riks- og større regionaviser vil trykke sine aviser i Haugesund som reaksjon på en fem til ti prosent varig prisøkning i Vest-Agder og Sør-Rogaland.

Økte kostnader og usikkerheten forbundet med fly- eller fergetransport tilsier også at trykking av aviser i Bergen for distribusjon til Stavanger ikke er aktuelt.

Partene anfører videre at trykking ved Agderposten Trykk AS og Edda Trykk i Stokke inngår i det relevante markedet. Bruk av begge disse trykkeriene vil medføre økt transporttid mellom trykkeriet og det geografiske området avisen skal distribueres i. Videre opplyser flere av høringsinstansene at disse trykkeriene på grunn av transporttid ikke vil være aktuelle alternativer for levering i Vest-Agder og Sør-Rogaland. Det legges således til grunn at riks- og større regionaviser ikke vil flytte trykkingen til Arendal eller Stokke som reaksjon på en fem til ti prosent varig prisøkning på trykking i Vest-Agder og Sør-Rogaland.

Disse forholdene tilsier at muligheter for trykking av riks- og større regionaviser i andre deler av landet ikke utgjør et tilstrekkelig konkurransepress på trykkeriene i Vest-Agder og Sør-Rogaland til at de skal innlemmes i det relevante markedet.

Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at trykking av riks- og større regionsaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland utgjør et eget geografisk marked.

5 Konkurransanalyse

5.1 Innledning

Konkurransetilsynet skal gripe inn mot foretakssammenslutninger som vil "føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål", jf. konkurranseloven § 16 første ledd, jf. § 1. Dersom konkurransen er vesentlig begrenset, vil de involverte foretak kunne utøve markedsrett. Med markedsrett menes vanligvis en bedrifts evne til, alt annet likt, å kunne gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning, uten at omsatt kvantum synker så mye at det blir ulønnsomt.

En aktør med markedsrett kan i større eller mindre grad opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder og leverandører. Markedsrett kommer først og fremst til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi utslag i dårligere service, kvalitet og begrenset produktutvikling. Utøvelse av markedsrett innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand, idet markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn det den ville ha vært med virksom konkurranse.

Det er flere forhold som er relevante i vurderingen av graden av konkurranseintensitet i et marked og dermed aktørenes muligheter til å utøve markedsrett. Sentrale momenter er markedsandel og konsentrasjonsgrad, etableringsmuligheter, konkurrentenes responsmuligheter, potensiell konkurranse og kjøperrett. Disse faktorene virker sammen og påvirker graden av konkurranse.

Markedsandeler brukes til å beregne konsentrasjonen i markedet. Konkurransetilsynet legger til grunn at høy markedsandel normalt vil være en nødvendig, men ikke en tilstrekkelig betingelse for å fastslå at konkurransen er begrenset. Beskrivelsen av konsentrasjonen i markedet er derfor et utgangspunkt for en nærmere analyse av de konkurransemessige virkningene av foretakssammenslutningen.

5.2 Konkurransesituasjonen før fusjonen

5.2.1 Markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet

Markedsandeler og konsentrasjon

Bergens Tidendes trykkeri er det eneste trykkeriet i Bergensområdet som kan levere trykkeritjenester til riks- og større regionaviser. Foretaket har således en markedsandel på 100 prosent. Det foreligger derfor et potensial for utøvelse av markedsrett. Hvorvidt Bergens Tidendes trykkeri er i stand til å utøve markedsrett vil avhenge av flere markedsstrukturelle forhold. I det følgende drøftes betydningen av etableringsvilkår, potensiell konkurranse og kjøperrett.

Etableringsvilkår

Etableringsvilkår er en samlebetegnelse på de forhold og betingelser en bedrift står overfor i en etableringssituasjon. De kan være av faktisk eller rettslig art. Etableringsvilkårene er bestemmende for i hvor stor grad aktører som ikke allerede er etablert i det relevante markedet kan anses som potensielle konkurrenter. Offentlige reguleringer, irreversible investeringer, samt stordriftsfordeler er eksempler på etableringsvilkår/hindre. Dersom det er enkelt for nye aktører å etablere seg i markedet, kan dette forhindre selv en dominerende aktør i å utøve markedsrett.

For at trusselen om etablering skal legge begrensninger på markedsdeltakernes atferd, må etableringen kunne skje i løpet av relativt kort tid. Høye etableringshindringer tilsier at etablerte aktører i mindre grad må ta hensyn til at nye aktører kan etablere seg i markedet ved for eksempel en prisøkning. I markeder hvor det er lave etableringshindringer, vil de etablerte være forsiktige med å øke prisene fordi dette kan tiltrekke seg nye aktører.

Etablering av et trykkeri med kapasitet til å trykke riks- og større regionaviser krever investeringer i trykkpresse, infrastruktur, lokaler og tomt. Investeringskostnadene vil i følge markedsaktørene være i størrelsesorden 180 til 200 millioner kroner. I tillegg er en nyetablerer avhengig av tilgang på kunder. Markedet er preget av langsiktige avtaler, med en varighet på 10 til 15 år.

Videre vil det enkelte trykkeri være avhengig av å inngå flere kontrakter for å kunne oppnå tilstrekkelig volum til å foreta de nødvendige investeringene.

Aktører i markedene for siviltrykk og trykking av lokal- og mindre regionaviser har i dag deler av den nødvendige infrastrukturen. Dette taler for at etableringshindringene kan være lavere for etablerte aktører i tilstøtende produktmarkeder. Høringsinstansene opplyser imidlertid at det vil være nødvendig med investeringer i størrelsesorden 30-100 millioner for å kunne utvide kapasiteten. I tillegg er det en forutsetning for en nyetablerer å få tilgang til et tilstrekkelig antall kunder med langtidskontrakter for å forsvare investeringen.

Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at nyetablering på kort eller mellomlang sikt er lite sannsynlig. Lav sannsynlighet for nyetablering er et moment som taler for at konkurransen er vesentlig begrenset før fusjonen.

Potensiell konkurranse

En potensiell konkurrent er et foretak som ikke deltar i det relevante markedet for øyeblikket, men som er i stand til eller kan forventes å gjøre det i nær fremtid. Potensiell konkurranse forutsetter at tilbydere, som reaksjon på små og varige endringer i relative priser, har evne til å omstille salget på aktuelle varer/tjenester og markedsføre dem i løpet av forholdsvis kort tid, uten at det fører til betydelige tilleggskostnader eller risiko.

Bergensavisens trykkeri og Media Trykk i Bergen er på grunn av begrenset kapasitet i dag ikke i stand til å trykke riks- og større regionaviser. For å utvide kapasiteten må foretakene gjennomføre irreversible investeringer i størrelsesorden 30-100 millioner. Ifølge opplysninger fra Bergensavisens trykkeri og Media Trykk vil det være nødvendig med avtaler med flere av riksavisene for å kunne forsvare investeringen. I tillegg vil en eventuell utvidelse av kapasiteten ta tid.

Partene gjør i tilsvaret gjeldende at trykkerikontraktene har en lang varighet (10 til 15 år), noe som gjør det lettere for mindre trykkerier å bære de nødvendige tilleggsinvesteringene i kapasitet. Konkurransetilsynet legger til grunn at den lange varigheten på trykkeriavtaler binder avisene til eksisterende trykkerier. Som en følge av dette blir det vanskeligere for mindre trykkerier, innenfor en kortere tidshorisont, å inngå kontrakter som forsvare de nødvendige tilleggsinvesteringene i kapasitet.

Partene anfører at Edda Trykk i Haugesund ved å foreta beskjedne investeringer vil være i stand til å trykke riks- og større regionaviser. Konkurransetilsynet legger til grunn at Edda Trykk i Haugesund ikke inngår i det relevante geografiske markedet, og at de derfor ikke kan anses for å være en potensiell konkurrent i Bergensområdet.

Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at graden av potensiell konkurranse er begrenset.

Kjøpermakt

Kjøpermakt kan begrense mulighetene en aktør har til å utøve markedsrett. Med kjøpermakt menes at en kjøper, på grunn av sin posisjon i markedet og den kommersielle betydningen kjøperen har for leverandøren, kan motvirke at en leverandør øker prisene, senker kvaliteten på varen eller tjenesten, eller på annen måte leverer til dårligere betingelser for kjøperen.

Kjøpermakt kan blant annet gi seg utslag i at kunden truer med å bytte leverandør eller å starte egenproduksjon. Kjøpermakt får betydning når en kjøper innen rimelig tid har mulighet til å bytte

til en annen leverandør eller har mulighet til å få potensielle leverandører til å etablere seg i markedet ved å plassere en ordre hos den nye leverandøren.⁸ Mulighetene til å utøve kjøpermakt er blant annet avhengig av kundenes størrelse og markedsposisjon i forhold til leverandørene, og hvor avhengig leverandørene er av kundene som avsetningskanal.

Kundene i det relevante markedet er riks- eller større regionaviser. Ettersom avisene har få eller ingen alternative trykkerier synes det lite sannsynlig at disse kan utøve kjøpermakt av betydning.

Oppsummering

Konkurransetilsynet legger til grunn at konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen.

5.2.2 Markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland

Markedsandeler og konsentrasjon

Det er i dag to aktører i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland; Stavanger Aftenblads trykkeri og Fædrelandsvennens trykkeri.

Partene har opplyst at Fædrelandsvennens trykkeri

Fædrelandsvennens trykkeri har teknisk kapasitet til å trykke riks- og større regionaviser.

Konkurransetilsynet legger til grunn at Fædrelandsvennens trykkeri er en konkurrent til Stavanger Aftenblads trykkeri.

Konkurransetilsynet fastholder derfor at de to eneste aktørene i markedet er Stavanger Aftenblads trykkeri og Fædrelandsvennens trykkeri.

I 2006 hadde foretakene en totalomsetning av trykkeritjenester på omtrent 249 millioner kroner. Sivilt trykk og trykking av lokalaviser er inkludert i disse tallene, men omsetningen antas likevel å gjenspeile foretakenes markedsandeler i det relevante markedet.

Tabell 1 – markedsandeler basert på omsetning 2006

Trykkeri ⁹	Omsetning i tusen NOK	Markedsandel
Stavanger Aftenblad Trykk	135 518	54,4 %
Fædrelandsvennen Trykk	113 694	45,6 %

En vanlig indikator for konsentrasjonsgraden i markedet er Hirschmann-Herfindahl-indeksen (HHI).¹⁰ HHI for det relevante markedet er beregnet til 5039.

Konkurransetilsynet legger til grunn at markedet er konsentrert, noe som indikerer at konkurransen er begrenset før fusjonen. Ettersom transaksjonen under enhver omstendighet vil føre til at konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland begrenses vesentlig har tilsynet ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling til om konkurransen var vesentlig begrenset allerede før foretakssammenslutningen.

⁸ Se Europakommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner, punkt 64-67.

⁹ Tall fra Brønnøysundregistrene for 2005.

¹⁰ Indeksen beregnes ved å summere kvadratet av markedsandelene til de største aktørene i et marked. Kommisjonen operer i sine retningslinjer for vurdering av horisontale fusjoner med følgende terskelverdier for HHI: Verdier på under 1000 indikerer at markedet ikke er konsentrert, verdier mellom 1000 og 2000 indikerer at markedet er moderat konsentrert, mens verdier over 2000 er et uttrykk for at markedet har høy konsentrasjon.

5.3 Konkurransesituasjonen etter foretakssammenslutningen

5.3.1 Markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet

Gjennom foretakssammenslutningen får Schibsted, som hovedaksjonær i Media Norge, kontroll over Bergens Tidendes trykkeri, som er eneste tilbyder av trykkeritjenester til riks- og større regionaviser i Bergensområdet. Som vist er konkurransen i dette markedet vesentlig begrenset allerede før transaksjonen. Spørsmålet som skal drøftes i det følgende er således om den vertikale integrasjonen ervervet medfører forsterker den vesentlige konkurransebegrensningen. Det bemerkes at det ikke stilles noe krav til hvor mye ervervet må forsterke denne begrensningen, jf. Ot.prp. nr. 6 (2003-2004), sider 229.

Vertikale foretakssammenslutninger vil ofte medføre effektivitetsgevinster. Det vil særlig være tilfellet hvor aktører som opererer på ulike, men tilstøtende ledd i verdikjeden samles i ett foretak. I motsetning til horisontale sammenslutninger leder ikke vertikale fusjoner til direkte bortfall av en faktisk eller potensiell konkurrent. Vertikale sammenslutninger vil imidlertid kunne ha konkurransebegrensende virkninger. For det første kan det sammenslåtte foretaket begrense eller eliminere konkurrenters tilgang til innsatsfaktorer ("oppstrøms utestengelse"). Videre kan det sammenslåtte foretaket begrense eller eliminere konkurrenters tilgang til markeder og salgskanaler ("nedstrøms utestengelse"). Det er særlig tre forhold som må vurderes i denne sammenheng; (i) om den fusjonerte enheten har evne til å utestenge, (ii) om den har insentiver til å utestenge og (iii) de konkurransemessige virkningene.

Transaksjonen medfører at VG blir en del av konsernet som eier det eneste trykkeriet som er aktivt i det relevante markedet. Spørsmålet som skal drøftes i det følgende er således om potensielle trykkerier kan bli utestengt ("oppstrøms utestengelse"), og/eller om det sammenslåtte foretaket kan begrense eller eliminere rivalers tilgang til markeder og salgskanaler ("nedstrøms utestengelse"), som en følge av transaksjonen.

Evnen til å utestenge

VG er en betydelig aktør, og klart størst i markedet for løssalgaviser i Hordaland. Dette innebærer at dersom andre trykkerier ikke lenger vil ha muligheten til å konkurrere om trykking av VG, vil disse trykkeriene miste en ikke ubetydelig del av sin potensielle omsetning. Det kan innebære at trykking kun for andre relevante aviser, for eksempel Dagbladet, gir for lite volum til at det blir lønnsomt for et trykkeri nummer to å være aktiv i dette markedet.

Videre vil Schibsted som eier av VG, gjennom fusjonen få kontroll over trykkeriet som trykker Dagbladet. VG er Dagbladets nærmeste konkurrent. Trykking er en nødvendig innsatsfaktor for å kunne tilby en papiravis, og det eksisterer ingen alternative leverandører for Dagbladet i Bergensområdet. Dagbladet vil således etter fusjonen stå i et avhengighetsforhold til sin nærmeste konkurrent. I en slik markedssituasjon er det sannsynlig at det fusjonerte foretaket har evne til å begrense eller eliminere konkurrentens tilgang til en nødvendig innsatsfaktor.

Partene anfører i tilsvaret at gjeldende trykkeriavtaler legger begrensninger på Media Norges evne til å begrense konkurransen. Konkurransetilsynet fastholder at trykkeriavtalene ikke i tilstrekkelig grad hindrer partenes mulighet til å iverksette tiltak overfor Dagbladet som kan skade Dagbladet i konkurransen med VG.

Insentivene til å utestenge

Som nevnt er det også relevant å vurdere om det er rasjonelt å utestenge konkurrenter helt eller delvis fra trykkeritjenester. Det vil trolig ikke være økonomisk rasjonelt for Media Norge å nekte konkurrentene tilgang til trykkeritjenester. Dersom trykkerivirksomheten skal være lønnsom er det nødvendig med avtaler med flere kunder. Selv om Bergens Tidende trykkeri hadde dekket sine kostnader ved kun å trykke Bergens Tidene og VG, fremstår det som økonomisk rasjonelt også å trykke Dagbladet i tillegg.

Ettersom Dagbladet er VGs eneste konkurrent kan det imidlertid være økonomisk rasjonelt å fordyre konkurrentens produksjon, for eksempel ved å ta høyere pris for trykkeritjenesten eller ved at Dagbladet gis dårligere papirkvalitet. En annen mulighet er å gjøre Dagbladets sluttprodukt dårligere ved å endre trykkesidspunktet. Et viktig konkurranseparameter for daglige papiraviser er å ha så ferske nyheter som mulig. Videre kan Dagbladet bli tildelt trykking på et tidligere tidspunkt enn egen avis, slik at Media Norge vil kunne få et konkurransefortrinn i lesermarkedet.

Partene påpeker at det ikke er mulig, uten store kostnader eller tap av tid, å redusere kvalitet ved å omstille produksjonsprosessen ved trykking av konkurrerende aviser. Som vist foran kan det iverksettes tiltak som fordyrer trykkingen av konkurrenters aviser uten at det er nødvendig med en omstilling av produksjonsprosessen.

Partene anfører videre at konsernet vil få et relativt fjernt forhold til VG og at Media Norges trykkerier vil ha et forretningsmessig forhold til VG. Konkurransetilsynet kan ikke se at dette er av betydning da Schibsted har en kontrollerende eierpost i både VG og Media Norge. I tillegg kan fusjonen føre til at Schibsted får innsyn i konkurrentens forretningsforhold ettersom trykkeriet vil besitte betydelige mengder sensitive informasjon. Dette er noe som kan medføre at konkurransen mellom VG og Dagbladet svekkes.

Virkninger

Ved å iverksette de tiltakene Konkurransetilsynet har beskrevet ovenfor vil partene være i stand til å påvirke kvaliteten på konkurrentens avis. En slik påvirkning av konkurrentens produkt vil ha en konkurransebegrensende virkning. I tillegg vil utnyttelse av konkurransesensitiv informasjon kunne begrense konkurransen i markedet.

Konkurranseloven § 11 vil heller ikke i tilstrekkelig grad kunne forhindre at konkurransen begrenses.

Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at fusjonen forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet.

5.3.2 Markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland
Problemstillingen i det følgende er om foretakssammenlutningen fører til en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland.

Markedsandeler og konsentrasjon

Fusjonen medfører at Stavanger Aftenblad trykk og Fædrelandsvennen trykk slås sammen og får 100 prosent av markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland. Markedet blir således svært konsentrert. Gjennom foretaksammenslutningen får i tillegg Schibsted, som hovedaksjonær i Media Norge, kontroll over trykkeriene som er eneste tilbyder av trykkeritjenester til riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland. Det foreligger dermed potensial for utøvelse av markedsrett.

Hvorvidt Media Norge som den eneste aktøren, faktisk er i stand til å utøve markedsrett vil avhenge av flere markedsstrukturelle forhold. I det følgende drøftes betydningen av etableringsvilkår, potensiell konkurranse og kjøperrett.

Etableringsvilkår

Etablering av et trykkeri med kapasitet til å trykke riks- og større regionaviser krever investeringer i trykkpresse, infrastruktur, lokaler og tomt. Investeringskostnadene vil være i størrelsesorden 180 til 200 millioner kroner. I tillegg er nyetablering betinget av tilgang på kunder. Markedet er preget av langsiktige avtaler, med en varighet på 10 til 15 år.

Videre vil det enkelte trykkeri være avhengig av å inngå flere kontrakter for å kunne oppnå tilstrekkelig volum til å foreta de nødvendige investeringene.

Aktører i markedene for siviltrykk og trykking av lokal- og mindre regionaviser har i dag deler av den nødvendig infrastruktur. Dette kan indikere at etableringshindringene er lavere for etablerte aktører i tilstøtende produktmarkeder. Det vil være nødvendig med store investeringer for å kunne utvide kapasiteten, tidligere anslått i størrelsesorden 30-100 millioner. I tillegg vil det være en forutsetning for en nyetablerer å få tilgang til et tilstrekkelig antall kunder og kunne inngå langtidskontrakter som kan forsvare investeringen.

På bakgrunn av ovenstående legges det til grunn at nyetablering på kort eller mellomlang sikt er lite sannsynlig. Lav sannsynlighet for nyetablering taler for at konkurransen er vesentlig begrenset etter fusjonen.

Potensiell konkurranse

Partene anfører at Edda Medias trykkeri i Haugesund, Dalane Tidendes trykkeri i Egersund og Agderpostens trykkeri i Arendal er faktiske og potensielle konkurrenter til Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennens trykkeri.

Som det fremgår av markedsavgrensningen er det kun Dalane Tidendes trykkeri som er etablert i det geografiske markedet. Dalane Tidendes trykkeri i Egersund er på grunn av begrensninger i trykkeriet i dag ikke i stand til å foreta trykking av riks- og større regionaviser. Utvidelse av kapasiteten betinger irreversible investeringer i størrelsesorden ■ millioner kroner. For å kunne forsvare en slik investering er det nødvendig med langsiktige avtaler med flere riks- eller større regionaviser. Disse avisene er i dag bundet opp i eksisterende langsiktige trykkerikontrakter. I tillegg vil en eventuell utvidelse av kapasiteten være tidkrevende.

Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at graden av potensiell konkurranse er begrenset.

Kjøpermakt

Kundene hadde før fusjonen to alternative trykkerier å forhandle med for levering av trykktjenester, og hadde således muligheten til å utøve en viss grad av kjøpermakt. Fusjonen medfører at denne muligheten forsvinner, slik at den eventuelle kjøpermakten som eksisterte før fusjonen begrenses betydelig gjennom fusjonen. Flere av kundene har uttrykt bekymring for konsekvensene av at de to tidligere konkurrentene slås sammen. Mangelen på alternativer gir kundene begrenset mulighet til å forhandle med Stavanger Aftenblad trykk og Fædrelandsvennen trykk om priser og andre vilkår.

Konkurransetilsynet legger således til grunn at det foreligger liten grad av kjøpermakt etter fusjonen.

Særlig om vertikale virkninger

I tillegg vil fusjonen, slik som i Bergensområdet, medføre at Schibsted gjennom Media Norge får kontroll over en nødvendig innsatsfaktor til konkurrentene. Det fusjonerte foretaket har insentiver til å fordyre konkurrenters produksjon ved å øke prisen på trykkeritjenester eller ved at konkurrentens avis gis dårlige kvalitet enn egen avis. Det er også mulig å gjøre konkurrentenes sluttprodukt dårligere ved å endre trykketidspunktet. I tillegg kan fusjonen muliggjøre at Schibsted får tilgang til konkurransesensitiv informasjon om konkurrentens virksomhet. Dette kan som nevnt lede til at konkurransen mellom VG og Dagbladet begrenses.

Oppsummering

På bakgrunn av ovennevnte legger Konkurransetilsynet til grunn at fusjonen fører til en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland.

6 Effektivitetsgevinster

6.1 Generelt

Selv om en foretakssammenslutning fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, kan Konkurransetilsynet ikke gripe inn mot foretakssammenslutningen hvis den ikke samtidig er ”i strid med lovens formål”, jf. konkurranseloven § 16 første ledd. Lovens formål er i henhold til § 1 første ledd effektiv bruk av samfunnets ressurser. Ved anvendelsen av konkurranselovens bestemmelser, skal det i henhold til § 1 annet ledd ”tas særlig hensyn til forbrukernes interesser”.

Fusjonen forsterker en allerede vesentlig begrenset konkurranse for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet, og fører til en vesentlig begrensning av konkurransen for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland. Redusert konkurranse vil føre til tap for forbrukerne og en mindre effektiv bruk av samfunnets ressurser. På den annen side vil foretakssammenslutningen kunne medføre en vinning i form av kostnadsbesparelser. I det følgende beskrives tap og vinning, og til slutt foretas en samlet vurdering.

6.2 Samfunnsøkonomisk tap som følge av redusert konkurranse

Konkurransetilsynet har funnet at foretakssammenslutningen vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensregionen og markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland. Som ovenstående konkurranseanalyse viser vil partene etter en fusjon kunne utøve markedsrett. Bakgrunnen for dette er som nevnt høy grad av konsentrasjon i markedene, betydelige etableringshindringer, begrensede responsmuligheter for konkurrentene, beskjeden grad av potensiell konkurranse og begrenset kjøperrett.

I markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland vil markedet gå fra duopol til monopol. Etersom kundene får ett trykkeri å forholde seg til, vil den nye enheten kunne ha mulighet til å prise varene høyere enn de ellers ville hatt anledning til. Det er vanskelig å estimere den faktiske størrelsen på prisendringene. Uansett er det slik at fusjonen vil lede til høyere priser sammenlignet med hva som vil skje dersom det ikke er noen fusjon. Høyere priser vil lede til et dødvektstap.

Det er vanskelig å estimere den faktiske størrelsen på dødvektstapet. Dette anses imidlertid ikke avgjørende, da det normalt er stor grad av usikkerhet knyttet til kvantitative beregninger av denne typen tap. Som Fornyings- og administrasjonsdepartementet uttaler i Gilde - Prior vedtaket¹¹ er det i denne vurderingen ”vanskelig for tilsynet å gi kvantitative anslag. Dette må derfor anslås kvalitativt slik tilsynet har gjort i denne saken.”

Videre vil fusjonen som følge av bortfall av konkurransen i Vest-Agder og Sør-Rogaland og den vertikale integrasjonen fjerne insentivene til å konkurrere om å tilby best mulig kvalitet. Dette vil kunne medføre dårligere kvalitet på produktene. Selv om det er begrenset handlingsrom, vil trykkeriene ha en viss mulighet til å opptre slik at Dagbladet får en lavere kvalitet på sitt produkt. Dette vil kunne få følger i sluttbrukermarkedet for løssalg av aviser, der VG og Dagbladet konkurrerer.

Muligheten for prisøkning kombinert med en begrenset nedgang i antall solgte enheter, vil innebære at fusjonen gir en økning i den potensielle profitten. Dette gir potensial for sløsing.

Betydningen av potensialet for sløsing påpekes av Fornyings- og administrasjonsdepartementet i vedtak av 10. februar 2006 vedrørende Priors erverv av Norgården, hvor det blant annet uttales at ”(...) manglende konkurranse kan føre til at aktørene ikke har et sterkt nok fokus på intern effektivitet, noe som bidrar til et samfunnsøkonomisk effektivitetstap.”

¹¹ Fornyings- og administrasjonsdepartementets vedtak av 5. oktober 2006.

Muligheten for sløsing antas å reduseres som følge av en rekke faktorer.¹² Disse faktorene er eksempelvis eiere som legger stor vekt på lønnsomhet, konsentrert eierskap, kompetente eiere, om selskapet er på børs, om selskapet følges av eksterne analytikere og om selskapets virksomhet er lite unik. I den foreliggende sak er det flere av disse momentene som taler for at det ikke er rom for en vesentlig grad av sløsing. Det er fortsatt potensial for noe sløsing etter en fusjon, men etter Konkurransetilsynets oppfatning er dette potensialet for sløsing etter en fusjon begrenset.

Partene har i tilsvaret anført at Fædrelandsvennen i dag [redacted]

[redacted] I denne kontrakten er alle sentrale konkurranseparametere fastlagt, herunder priser og muligheter for prisjusteringer. Partene mener derfor at et mulig tap som følge av markedsrett uansett vil ligge meget langt frem i tid. Hva gjelder vertikale effekter vil også disse ifølge partene komme langt frem i tid på grunn av de langsiktige trykkerikontraktene.

Som nevnt i konkurranseanalysen skyldes Fædrelandsvennens kapasitetsbegrensninger [redacted] Fædrelandsvennens trykkeri er uavhengig av dette en konkurrent til Stavanger Aftenblads trykkeri. De langsiktige kontraktene vil som nevnt i konkurranseanalysen ikke kunne eliminere Media Norges muligheter til å handle konkurransebegrensende.

Konkurransetilsynet har etter en samlet vurdering kommet til at foretakssammenslutningen vil kunne medføre et betydelig samfunnsøkonomisk tap.

6.3 Vurdering av de anførte effektivitetsgevinster

6.3.1 Innledning

Partene har i den fullstendige meldingen anført at opprettelsen av Media Norge gjennom integrering vil medføre synergier som gir kostnadsbesparelser. Besparelsene vil oppstå som en følge av samlokalisering og felles utnyttelse av prosesser og beste praksis. Videre vil det som følge av stordriftsfordeler og bedre betingelser ved inngåelser av nasjonale avtaler realiseres gevinster. Kostnadsbesparelsene summeres til årlig å være på [redacted]. Det er ikke oppgitt noe om omstillings- eller kompleksitetskostnader i partenes anførsler.

Følgende oversikt kan oppstilles over anførte synergier og besparelser (hentet fra den fullstendige meldingen):

[redacted]

6.3.2 Kostnadsbesparelser

Partene har foruten redegjørelsen i den fullstendige meldingen vist til vurderinger utarbeidet av partene i samarbeid med McKinsey. Dette er dokumentert i vedlegg 10 til den fullstendige melding på sidene 16 til 33 og i vedlegg 11 til den fullstendige meldingen på sidene 22 til 25.

I det følgende gjennomgås anførte effektiviseringsgevinster knyttet til [redacted]

[redacted]

¹² von der Fehr og Sørgard (2004), "Vinning og tap ved fusjoner og oppkjøp".

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

Det fremstår som usikkert på bakgrunn av den tilgjengelige dokumentasjonen for tilsynet om de anførte effektivitetsgevinster lar seg realisere. [Redacted]

Tilsynet finner på den bakgrunn at foretakssammenslutningen vil føre til enkelte begrensede effektivitetsgevinster innen [Redacted], som kan være samfunnsøkonomisk relevante. Ut fra den dokumentasjon som er lagt frem er det ikke mulig for tilsynet å tallfeste disse effektivitetsgevinstene.

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

Konkurransetilsynet legger til grunn at [Redacted] vil kunne føre til enkelte begrensede samfunnsøkonomiske relevante effektivitetsgevinster. Men det er ikke mulig på bakgrunn av den foreliggende dokumentasjon å anslå hvor store disse vil være.

[Redacted text block]

Partene anfører at intern deling av beste praksis på tvers av mediehusene i Media Norge vil gi årlige synergier i størrelsesorden [redacted]. Konkurransetilsynet kan ikke se at partene har foretatt noen vurdering av mulige omstillings- og kompleksitetskostnader som følger med en slik samordning.

Samtidig kommer det frem gjennom dokumentasjonen og presiseres i den fullstendige meldingen at disse besparelsene kan oppnås også uten gjennomføring av foretakssammenslutningen. Gevinstene er derfor ikke fusjonsspesifikke og kan ikke legges til grunn som en relevant samfunnsøkonomisk besparelse.

Tilsynet finner på den bakgrunn at det ikke kan legges til grunn noen effektivitetsgevinster som følge av foretakssammenslutningen knyttet til [redacted]

[redacted]

[redacted]

[redacted]

Konkurransetilsynet utelukker ikke at foretakssammenslutningen vil kunne føre til enkelte begrensede samfunnsøkonomiske relevante effektivitetsgevinster innenfor [redacted]. Det er imidlertid ikke mulig på bakgrunn av den foreliggende dokumentasjon å anslå hvor store disse vil være.

Oppsummering

Som gjennomgangen ovenfor viser, fremstår de anførte besparelser som ikke tilstrekkelig dokumentert. Blant annet er det ikke i den oversendte dokumentasjonen tilstrekkelig konkretisering av hvordan partene har tenkt å gjennomføre de omtalte tiltakene. Det er heller ikke tilfredsstillende dokumentert at de eventuelle besparelser vil være fusjonsspesifikke. Konkurransetilsynet legger til grunn at en del av de anførte synergiene kan føre til en samfunnsøkonomisk besparelse, men det er ikke mulig å anslå størrelsen på disse basert på den foreliggende dokumentasjonen. Partene har heller ikke foretatt noen vurdering av hvilke kostnader som følger av de omtalte tiltakene.

Partene har i tilsvaret oppgitt at de har planer om å gjennomføre tiltak for å realisere effektivitetsgevinstene som her er nevnt og ser også potensial på andre områder. Partene kan likevel ikke fremlegge mer konkret dokumentasjon for gevinstenes størrelse eller konkrete planer for gjennomføring. [redacted]

[redacted]

[redacted]

Tilsynet finner på den bakgrunn at foretakssammenslutningen vil føre til enkelte begrensede effektivitetsgevinster som kan være samfunnsøkonomisk relevante. Ut fra den dokumentasjon som er lagt frem er det ikke mulig for tilsynet å tallfeste disse effektivitetsgevinstene.

6.4 Forholdet mellom positive og negative virkninger

Konkurransetilsynet har funnet at foretakssammenslutningen vil forsterke en vesentlig begrensning i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet og føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland. Foretakssammenslutningen leder derfor til et samfunnsøkonomisk tap. Som det fremgår i punkt 6.3 har tilsynet vurdert at foretakssammenslutningen vil føre til enkelte begrensede effektivitetsgevinster som er samfunnsøkonomisk relevante. Disse effektivitetsgevinstene er ikke tilstrekkelig til å oppveie for det samfunnsøkonomiske tapet foretakssammenslutningen medfører.

Konkurransetilsynet finner på den bakgrunn at foretakssammenslutningen vil kunne medføre et samfunnsøkonomisk tap. Konkurransetilsynet legger således til grunn at foretakssammenslutningen vil være i strid med lovens formål.

7 Konklusjon, forholdsmessighet og vedtak

7.1 Konkurransmessige virkninger av ervervet

Fusjonen mellom Media Norge og Aftenposten, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Stavanger Aftenblad vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Bergensområdet og markedet for trykking av riks- og større regionaviser i Vest-Agder og Sør-Rogaland. Det foreligger ikke effektivitetsgevinster ved foretakssammenslutningen som er tilstrekkelige til å oppveie det samfunnsøkonomiske tap som følger av konkurransebegrensningen.

7.2 Inngrepsvedtak

Konkurranseloven § 16 tredje ledd fastsetter hva et vedtak om inngrep mot foretakssammenslutning kan gå ut på. Inngrepsvedtaket kan omfatte forbud, påbud eller tillatelse på nærmere fastsatte vilkår. Realiseringen av konkurranselovens formål vil være av avgjørende betydning for utformingen av inngrepsvedtaket.

7.3 Forholdsmessighet og avhjelpende tiltak

Det følger av det alminnelige kravet til forholdsmessighet at Konkurransetilsynets vedtak ikke må gå lenger enn det som er nødvendig for å avhjelpe de negative konkurransemessige virkningene av foretakssammenslutningen.

I forbindelse med Konkurransetilsynets behandling av saken har partene fremsatt forslag til vilkår som kan avhjelpe de konkurransebegrensende virkningene ved foretakssammenslutningen. Disse forslagene er vurdert som ledd i Konkurransetilsynets forholdsmessighetsvurdering.

Partene har tilbudt følgende avhjelpende tiltak:

- Forpliktelse til å tilby eksisterende kunder innenfor trykking av riks- og større regionaviser en rett til å forlenge avtalene på gjeldende, eller for kunden mer gunstige vilkår for en periode på ti år.
- Forpliktelse til å tilby potensielle kunder innenfor trykking av riks- og større regionaviser en rett til trykking på tilsvarende vilkår sammenliknet med øvrige kunder, slik at eventuelle nye kunder ikke stilles ugunstigere i forhold til pris, kvalitet og trykketider, såfremt og i den utstrekning trykkeriet har ledig trykkekapasitet.

- Bestemmelser som sikrer at konkurransesensitiv informasjon ikke er tilgjengelig for andre deler av virksomheten enn det som er nødvendig for utførelsen av forpliktelsene i avtalen.
- Konkurransetilsynet kan oppnevne en forvalter for å bistå med gjennomføringen av vedtaket.

Konkurransetilsynets hovedbekymring i forhold til foretakssammenslutningen følger av at partene ikke lenger vil konkurrere i markedet for trykking av riks- og større regionaviser. Det er sannsynlig at dette vil føre til reduksjon i priskonkurransen og kvalitet, samt at det oppstår potensial for sløsing. Konkurransetilsynet har kommet til at et sett med vilkår vil motvirke de vesentligste konkurransemessige problemene foretakssammenslutningen medfører. Dette er vilkår som sikrer fortsatt levering av tjenester til eksisterende kunder. Videre er potensielle kunder sikret levering av trykkeritjenester på tilsvarende vilkår som øvrige kunder. Til slutt er det tatt inn vilkår som beskytter mot misbruk av konkurransesensitiv informasjon,

Vilkårene vil gi eksisterende kunder tilgang til trykkeritjenester. Potensielle kunder sikres tilgang til trykkeritjenester i den utstrekning trykkeriet har ledig kapasitet. Vilkår om at trykkeritjenestene skal leveres på tilsvarende vilkår sikrer videre at konkurrenter av Schibsteds aviser ikke blir skadelidende. Disse vilkårene samlet vil gjøre at foretakssammenslutningen kan godkjennes. Vilkårene anses således som tilstrekkelige og går ikke lenger enn nødvendig.

Konkurransetilsynet finner at en tidsperiode på ti år er påkrevd for at vilkårene skal ha den ønskede effekt i markedet. Bakgrunnen for dette er at kunder skal ha en sikkerhet for fremtidige leveranser i en tilstrekkelig tidsperiode til at de kan forberede og gjennomføre eventuelle tiltak for å møte konkurransen fra Schibsteds aviser når vilkårsperioden utløper. Konkurransetilsynet har funnet at det er store etableringshindringer i disse markedene og at etablering vil kreve betydelige ressurser. I denne fasen er det avgjørende at både eksisterende og nye konkurrenter har sikkerhet for leveranser som gir mulighet for vekst.

For å sikre oppfyllelse av vedtaket, finner Konkurransetilsynet at det er nødvendig å oppnevne en forvalter som kan kontrollere at partene etterlever vilkårene.

7.4 Vedtak

På denne bakgrunn og med hjemmel i konkurranseloven § 16 fatter Konkurransetilsynet følgende vedtak:

Fusjonen mellom Media Norge ASA og Aftenposten AS/ Bergens Tidende AS/ Fædrelandsvennen AS/ Fædrelandsvennen Trykkeri AS/ Stavanger Aftenblad ASA tillates på følgende vilkår:

1. Media Norge ASA med datterselskaper påbys å videreføre gjeldende avtaler som henholdsvis Bergens Tidende AS, Fædrelandsvennen AS og Stavanger Aftenblad ASA, med datterselskaper, har inngått vedrørende trykk av større riks- og regionsaviser, og som opplistet i Vedlegg 1 til dette vedtak. Avtalene regulerer blant annet i detalj krav til kvalitet, omfang/volumforpliktelser, trykkeskemaer, priser og prisregulering samt krav til konfidensialitet.
2. Media Norge ASA med datterselskaper påbys å tilby kunder som er omfattet av punkt 1 en rett til å forlenge avtalene på gjeldende, eller for kunden mer gunstige, vilkår for en periode på ytterligere 10 år. Kunden skal ha adgang til å si opp avtalen med 12 måneders varsel i forlengelsesperioden. Kunder som ønsker å inngå forlengelse for en kortere periode enn angitt ovenfor skal tilby dette.
3. Verken gjeldende eller eventuelle forlengede avtaler som er omfattet av punkt 1 eller 2 skal kunne sies opp av Media Norge ASA med datterselskaper så lenge avtaleforholdet

løper, med unntak for oppsigelse som misligholdsbeføyelse i tråd med bestemmelser nedfelt i gjeldende avtaleverk.

4. Vedtaket er ikke til hinder for at partene kan reforhandle hele eller deler av eksisterende eller forlengede avtaler på kommersielt grunnlag dersom det i avtaleperioden oppstår vesentlige endringer i forutsetningene for hele eller deler av avtalen, og dersom det som følge av slike endringer vil virke urimelig å gjøre avtalen gjeldende. Media Norge ASA med datterselskaper kan ikke ensidig kreve gjennomført endringer til ugunst for avtalemotparten som følge av endringer i andre avtaleforhold mellom partene, herunder eventuelle distribusjonsavtaler.

Endringsforslag i henhold til punkt 4 skal innrapporteres til Konkurransetilsynet eller forvalter, jf. punkt 8, for godkjenning før de vedtas. Konkurransetilsynet eller forvalter må innen 30 virkedager fra mottak av slik melding rapportere tilbake hvorvidt de ønsker å foreta en nærmere vurdering av de foreslåtte endringer. Dersom Konkurransetilsynet eller forvalter ikke har gått til slik fristavbrytende skritt, anses endringsforslaget som godkjent.

5. Media Norge ASA med datterselskaper påbys å tilby eventuelle nye kunder å få trykket større riks- og regionsaviser ved trykkeriene til henholdsvis Bergens Tidende AS, Fædrelandsvennen AS og/eller Stavanger Aftenblad ASA, med datterselskaper, på tilsvarende vilkår sammenliknet med øvrige kunder slik at eventuelle nye kunder ikke stilles ugunstigere i forhold til pris, kvalitet og trykkeskaper, såfremt og i den utstrekning trykkeriet har ledig trykkekapasitet.
6. Media Norge ASA med datterselskaper pålegges å sørge for at konkurransesensitiv informasjon som mottas for å oppfylle forpliktelsene i henhold til avtalene ikke er tilgjengelig for andre deler av virksomheten enn det som er nødvendig for utførelsen av trykkeoppdraget og forbyes å utnytte slik informasjon til egen eller andres konkurransemessige fordel.

Media Norge ASA med datterselskaper påbys å innføre sikringsmekanismer og rutiner for å sikre at sensitiv informasjon ikke tilflyter andre deler av virksomheten.

7. Media Norge ASA med datterselskaper pålegges å fremsette tilbud om forlengelse av avtaler, jf. punkt 2, senest 1 måned etter vedtaksdato. Tilbudet skal ha en akseptfrist på minst 3 måneder. Dersom tilbudet ikke aksepteres innen akseptfristen vil gjeldende avtaler løpe, jf. punkt 1. Media Norge ASA kan ikke si opp gjeldende avtaler før akseptfristen er utløpt.
8. Konkurransetilsynet kan oppnevne en forvalter for å bistå ved gjennomføringen av vedtaket, herunder for å overvåke at vilkårene i punkt 1 til 7 gjennomføres i samsvar med dette vedtak. Media Norge ASA kan innen 12. juli 2007 legge frem forslag for Konkurransetilsynet om aktuelle kandidater som kan oppnevnes til forvalter.

Media Norge ASA plikter å samarbeide fullt ut med forvalteren og yte slik medvirkning som er nødvendig for å oppfylle forvalteroppdraget. Herunder skal Media Norge ASA så raskt som mulig bistå med å finne frem til og gi forvalteren, eller dennes medhjelper, tilgang til informasjon, dokumentasjon, lokaler, tekniske innretninger, personell med videre i den grad dette er nødvendig for å oppfylle forvalteroppdraget. Media Norge ASA skal så snart som mulig etter at Konkurransetilsynet eller forvalteren har bedt om det, gi forvalteren de fullmakter som er nødvendige for å kunne utføre forvalteroppdraget.

Konkurransetilsynet fastsetter det vederlag og den dekning av dokumenterte utgifter i forbindelse med forvalteroppdraget som forvalteren kan kreve av Media Norge ASA, innenfor det som må anses som rimelig og nødvendig sammenholdt med forvalteroppdraget. Konkurransetilsynet kan også fastsette bestemmelser om hvordan

oppgjør skal skje, herunder blant annet om forskuddsbetaling, forfallstidspunkter og motregning.

Media Norge ASA kan inngå avtale med forvalteren om dekning av vederlag og utgifter i forbindelse med forvalteroppdraget. Dersom Konkurransetilsynet godkjenner forslaget til slik avtale, legges avtalen til grunn som bindende mellom forvalteren og Media Norge ASA. Dersom slik avtale ikke foreligger innen 10 dager etter at Konkurransetilsynet har avgjort hvem som skal oppnevnes som forvalter, kan Konkurransetilsynet fastsette de regler om vederlag og utgifter som skal gjelde for forvalteroppdraget.

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 11. juni 2017.

Vedtaket kan påklages innen 15 virkedager, jf. konkurranseloven § 20 fjerde ledd. En eventuell klage stiles til Fornyings- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.