

V1999-89 20.12.99

Konkurranseloven § 3-11, Aschehoug og Gyldendals aksjeerverv i Universitetsforlaget AS

Sammendrag:

Konkurransetilsynet vil godkjenne Aschehougs og Gyldendals oppkjøp i Universitetsforlaget, men stiller vilkår slik at konkurransebegrensningene ved oppkjøpet reduseres. Konkurransetilsynet mener at konkurransen i skolebokmarkedene er vesentlig begrenset allerede før ervervet av Universitetsforlaget. Aschehoug og Gyldendal har betydelige markedsandeler i disse markedene, og ervervet av Universitetsforlaget bidrar til å gi de to forlagene en enda sterkere markedsposisjon. Tilsynet mener at forholdene i skolebokmarkedene medfører at Aschehoug og Gyldendal har mulighet og incentiver til å opptre i samforstand, og at de gjennom dette kan utnytte vesentlig markedsrett i disse markedene. Ervervet av Universitetsforlaget fører til at forlagenes mulighet for utnyttelse av markedsrett øker. I drøftelser med partene har Konkurransetilsynet kommet frem til en løsning av saken som tar hensyn til de konkurranseproblemer tilsynet har beskrevet. Denne løsningen går ut på at Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon og Økonomiforlaget AS, som etter den opprinnelige delingsplan skulle overtas av Gyldendal, blir solgt til en uavhengig tredjepart, samt at Gyldendal kjøper Aschehougs eierandeler i Yrkesopplæringen. Dette omfatter også de deler som blir overført til Yrkesopplæringen ANS fra Universitetsforlaget. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil disse tiltakene redusere de konkurransebegrensningene ervervet medfører. At Gyldendal overtar hele Yrkesopplæringen innebærer at felleseiet mellom partene reduseres og at en arena for samforstand derved forsvinner. Videre vil salg av henholdsvis Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon og Økonomiforlaget til uavhengige tredjeparter kunne styrke konkurransen i disse markedene i forhold til den opprinnelig planlagte delingen. Tilsynet har i vurderingen av løsningen også tatt hensyn til de kostnadsbesparelsene som ervervet av Universitetsforlaget antas å gi.

Konkurransetilsynet viser til varsel om inngrep av 11. november 1999, samt til brev av 2. desember fra henholdsvis advokatfirmaet Thommessen Krefting Greve Lund og advokatfirmaet BÅHR. Tilsynet viser også til møter med partene den 16. og 19. november 1999 samt den 7. og 16. desember 1999.

1. Bakgrunn

I 1988 ervervet H. Aschehoug & Co (W. Nygaard) AS (Aschehoug) og Gyldendal Norsk Forlag ASA (Gyldendal) 42,5 % av aksjene i Universitetsforlaget. I tillegg ble det foretatt en rettet emisjon. Etter emisjonen hadde Aschehoug og Gyldendal 25 % hver av aksjene i Universitetsforlaget. Den største enkeltaksjonæren var Studentsamskipnaden i Trondheim med 33,47 % av aksjene i forlaget. De resterende 16,53 % av aksjene var fordelt på 9 aksjonærer.

Den 17. juni 1999 kom Aschehoug og Gyldendal med tilbud til de øvrige aksjeeierne om kjøp av samtlige aksjer i Universitetsforlaget. Tilbudet var blant annet betinget av at tilbyderne ervervet minst 90,1 % av det samlede antall aksjer. Ved akseptfristens utløp den 25. juni 1999 hadde Aschehoug og Gyldendal ervervet rettighetene til 94,5 % av aksjene i Universitetsforlaget. I august 1999 aksepterte de ansatte tilbudet fra Aschehoug og Gyldendal vedrørende de resterende aksjepostene. Overdragelsen av aksjene er betinget av samtykke fra Nærings- og handelsdepartementet.

2. Aktørene

2.1 Gyldendal

Gyldendal Norsk Forlag ASA er et konsern som driver forlagsvirksomhet gjennom 7 datterselskaper; Gyldendal, Gyldendal Fakta, Gyldendal Undervisning, Ad Notam Gyldendal AS, Gyldendal Tiden ANS, Tiden Norsk Forlag AS og Gyldendal Rettsdata AS. Konsernet har nettopp kjøpt seg inn i bokhandlerkjeden Libris. Se Konkurransetilsynets avgjørelse A99-17.

I fellesskap eier Gyldendal og Aschehoug Kunnskapsforlaget ANS, Yrkesopplæring ANS og Forlagssentralen ANS (halvparten hver).

Videre eier Gyldendal 48,5 % av De norske Bokklubbene AS (9,8 prosentpoeng av dette gjennom Tiden Norsk Forlag AS), 17,8 % i Pensumtjenesten AS (i tillegg til Universitetsforlagets 51 % i selskapet), 33 % av Lydbokforlaget AS, samt Universitetsforlaget.

Gyldendal hadde i 1998 driftsinntekter på 585,2 millioner kroner eksklusive driftsinntekter fra De norske Bokklubbene og andre tilknyttede selskaper, dvs. Universitetsforlaget, Pensumtjenesten og Lydbokforlaget. Konkurransetilsynet anslår de totale driftsinntektene til å være ca. 913 millioner kroner.

2.2 Aschehoug

H. Aschehoug (W. Nygaard) & Co AS er Norges største forlag. Morselskapet består av følgende forlag; Aschehoug Undervisning, Aschehoug Litteratur og Aschehoug Fakta. Konsernet består av følgende heleide datterselskap; Tano Aschehoug AS, Kirkelig Kulturverksted AS, Olaf Norlis Bokhandel AS og bokhandel Melvær AS. Videre har konsernet eierinteresser i Forlaget Oktober AS (91 %), Sameiet Bakås (50 %), De norske Bokklubbene (48,5 % hvorav 3 % gjennom Forlaget Oktober AS), Forlagssentralen (50 %), Kunnskapsforlaget ANS (50 %), Yrkesopplæring ANS (50 %), Lydbok-forlaget AS (33 %) og Universitetsforlaget AS.

Aschehoug-konsernet hadde driftsinntekter på 940 millioner kroner i 1998. Dette inkluderer andeler av omsetningen i De norske Bokklubbene.

Som det fremgår har Aschehoug og Gyldendal et betydelig felleseie.

2.3 Universitetsforlaget

Universitetsforlaget ble stiftet i 1950 som en del av Studentsamskipnaden i Oslo. Formålet med forlaget var å skaffe studentene rimelige lærebøker gjennom etablering av forlag og bokhandel. I 1970 ble forlags- og bokhandlevirksomheten skilt. I 1984 ble Universitetsforlaget skilt fra Studentsamskipnaden i Oslo og nystiftet med en aksje-kapital på 6 mill. kr. Universitetsforlaget er Norges største forlag for skolebøker, fag- og forskningslitteratur og tidsskrifter.

Universitetsforlaget eier 100 % i Scandinavian University Press AB Sverige, Scandinavian University Press AS Danmark, Scandinavian University Press Ltd. Oxford, Scandinavian University Press AS, Campus AS, Clioa Historiske Bibliotek AS og Økonomiforlaget AS. Videre eier forlaget 51 % i Pensumtjenesten AS og 34,3 % i Kommuneforlaget AS. Selskapene i Scandinavian University Press har tidsskrifter som forretningsområde.

I Universitetsforlagets vedtekter av 20. september 1988 står det at selskapet er særlig forpliktet til å medvirke til publisering av forskningslitteratur og lærebøker for norske elever og studenter.

De andre aksjonærene i Universitetsforlaget var Studentsamskipnaden i Trondheim (33,47 %), Norges Forskningsråd (2,54

%), Handelshøyskolen BI (1,27 %), Studentsamskipnaden i Oslo (1,53 %), Universitetet i Oslo (3,82 %), Universitetet i Bergen (0,89 %), Forsknings- og undervisningsfondet i Trondheim (0,63 %), Universitetet i Tromsø (0,51 %), Norges Handelshøyskoles Forskningsfond (0,25 %), samt Stiftelsen Universitetsforlagets ansatte (5,09 %). Universitetsforlaget hadde driftsinntekter på 345 millioner kr i 1998.

Figuren nedenfor viser Aschehoug og Gyldendals eierinteresser, prosentene angir eierandelene som kontrolleres, og tallene i parentes angir driftsinntekter i millioner kroner i 1998:

* Driftsinntekter fra samdrift med NRK Aktivum

** Forlagssentralen leier lokaler av Sameiet Bakås

3. Nærmere om det foreliggende ervert

3.1 Partenes begrunnelse for ervertet

Aschehoug og Gyldendal opplyser i brev av 8. og 12. juli 1999 at Universitetsforlaget de siste årene har hatt svake resultater med underskudd i både 1997 og 1998. [...] Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 1. På grunn av grunn-skole-reformen har det skjedd en utskiftning av alle bøker i grunnskolen og det forventes en reduksjon i omsetningen av grunnskolebøker på inntil [...] Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 2. neste år. [...] Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 3. Videre står forlaget overfor betydelige investeringer knyttet til utvikling av elektroniske læremidler og en stadig sterkere konkurranse fra engelske og amerikanske forlag på universitets- og høyskolesektoren, som er et av forlagets hovedområder. Det forventes også at den nye kopieringsavtalen vil øke omfanget av kopiering av forlagets bøker.

For at Universitetsforlaget skal kunne hevde seg i konkurransen og overleve økonomisk er det Aschehoug og Gyldendals oppfatning at Universitetsforlaget enten må restruktureres kraftig eller få nye eiere som er villige til å bære den økonomiske risikoen som en fortsatt drift av et samlet forlag innebærer. Aschehoug, Gyldendal og Samskipnaden i Trondheim prøvde i et halvår å få solgt sin aksjepost på 83,47 % samlet til en ny eier, men uten å oppnå en pris som kunne aksepteres. Aschehoug og Gyldendal besluttet derfor å ervert alle aksjene i Universitetsforlaget.

3.2 Foreliggende avtaler

Den 24. juni 1999 undertegnet Aschehoug, Gyldendal og Universitetsforlaget en intensjonsavtale der det ble bekreftet at Aschehoug og Gyldendal har sendt ut tilbud til alle aksjonærene i Universitetsforlaget om kjøp av samtlige aksjer. Det bekreftes videre at Aschehoug og Gyldendal har redegjort for sine intensjoner om Universitetsforlagets fremtidige virksomhet, hvor deler av forlagets bokvirksomhet overføres til henholdsvis Aschehoug og Gyldendal etter særskilt avtale mellom disse. Den særskilte avtalen er ennå ikke formalisert og rettslig bindende mellom partene. I konkurranseanalysen av aksjeervertet legger tilsynet imidlertid til grunn den delingen av Universitetsforlaget som partene har skissert i brev av 8. og 12. juli 1999. For en nærmere beskrivelse av delingen av Universitetsforlaget vises det til punkt 5 nedenfor.

Etter at delingen er gjennomført skal Aschehoug i henhold til intensjonsavtalens pkt. 2 overta samtlige aksjer i Universitetsforlaget eller virksomheter nevnt i avtalens pkt. 3 utskilt fra Universitetsforlaget med navnet "Universitetsforlaget". Virksomhetene nevnt i pkt. 3 er nåværende U-redaksjon i Universitetsforlaget, alle norske vitenskapelige tidsskrifter i Universitetsforlaget samt all nåværende virksomhet i forlaget Tano Aschehoug AS. Universitetsforlagets fremtidige virksomhet forutsettes koordinert og samordnet med Aschehoug-konsernets

øvrige virksomhet.

4. Konkurranseloven § 3-11

Konkurranseloven (krrl.) § 3-11 første ledd gir Konkurransetilsynet hjemmel til å gripe inn mot bedriftservedersom tilsynet finner at vedkommende erverv vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med formålet i lovens § 1-1 om effektiv bruk av samfunnets ressurser. Vedtak om inngrep kan gå ut på å nedlegge forbud eller gi påbud, samt gi tillatelse på vilkår.

I henhold til krrl. § 3-11 annet ledd omfatter "bedriftservedersom" også "fusjon, erverv av aksjer eller andeler og delvis erverv av bedrift".

Etter krrl. § 3-11 tredje ledd kan vedtak om inngrep gå ut på å nedlegge forbud eller å gi påbud, samt å gi tillatelse på vilkår. Konkurransetilsynet kan blant annet:

- a) forby bedriftservedersom og fastsette slike bestemmelser som er nødvendige for at formålet med forbudet blir oppnådd,
- b) påby avhendelse av aksjer eller andeler som er ervervet som ledd i bedriftservedersom, eller
- c) sette slike vilkår som er nødvendige for å motvirke at bedriftservedersom begrenser konkurransen i strid med formålet om effektiv ressursbruk, jf. § 1-1.

4.1 Nærmere om begrepet bedriftservedersom

Ifølge tidligere praksis har det vært konkurransemyndighetenes oppfatning at begrepet bedriftservedersom skulle tolkes vidt og omfatte ethvert aksjeerverv. Det ble ikke stilt noe eksplisitt krav om at den ervervende bedrift skulle oppnå innflytelse i det ervervede selskap for at krrl. § 3-11 kom til anvendelse. En slik rettsoppfatning fant klar støtte i lovforarbeidene, Se Ot. prp. nr. 78 (1986-87) s. 7. og ble stadfestet i praksis. Se Priseråd sak 1308 Procordia AB/AS Hansa Bryggerier (Pristidende 7/89 s. 7) og Priseråd sak 1407 Orkla Borregaard AS/Nora industrier (Pristidende 3/92 s. 3). Praksis ble fastholdt av departementet gjennom klagebehandling. Se departementets behandling av Orkla/Frionor, sak 93/800.

Konkurransetilsynet har i vedtak V98-43, SAS/Widerøe-saken, Sak 97/1578. innsnevret rekkevidden av bedriftservedersombegrepet. I denne saken gav tilsynet uttrykk for at dersom krrl. § 3-11 skal få anvendelse må ervervet fortrinnsvis medføre at de to tidligere selvstendige aktørene som følge av ervervet vil kunne opptre enhetlig med hensyn til markedstilpasningen. Det ble lagt til grunn at dette normalt må innebære at det ervervende foretak må kunne utøve en betydelig innflytelse over det ervervede foretaks forretningsstrategier og markedsadferd.

Bedriftservedersom vurderes annerledes enn annen konkurransepåvirkende atferd. Dette skyldes at bedriftservedersom oftere antas å resultere i effektivitetsgevinster, og har sammenheng med at det finner sted en strukturendring. Sammenliknet med inngrep etter krrl. § 3-10 stiller således § 3-11 strengere krav til inngrep gjennom vesentlighetskravet, kravet til å sannsynliggjøre konkurransebegrensende virkninger og ved at det oppstilles inngrepsfrister. Dette taler for at det fortrinnsvis er de mer kvalifiserte erverv som skal underlegges behandling etter § 3-11.

I Kommentartillegget til konkurranseloven drøftes det om det skal gjelde et krav om *bestemmende innflytelse* for at delvise erverv av eierandeler skal falle inn under § 3-11. Se Evensen, Konkurranseloven med kommentarer s. 405 flg.

Hva man skal legge i uttrykket bestemmende innflytelse er imidlertid uklart i en konkurranserettslig sammenheng. I aksjeloven § 1-2 annet ledd vil en aktør ha bestemmende innflytelse i aksjelovens forstand dersom selskapet gjennom aksjefordeling eller avtale regulært er sikret den innflytelse over det annet selskap som i alminnelighet er forbundet med rådigheten over stemmeflertallet. I en konkurranserettslig sammenheng og i relasjon til krrl. § 3-11 er ikke nødvendigvis rådigheten over stemmeflertallet avgjørende. Det interessante vil vanligvis være om ervervet er av et slikt omfang og av en slik karakter at konkurransen mellom partene reduseres vesentlig eller helt opphører på sentrale punkter, for eksempel ved at de to tidligere aktørene kan opptre på en samordnet og enhetlig måte i ett eller flere markeder etter at ervervet er gjennomført. Konkurransetilsynet finner det på denne bakgrunn ikke hensiktsmessig å bruke uttrykket bestemmende innflytelse for å beskrive hva som omfattes av begrepet bedriftservert.

Konkurransetilsynets oppfatning er at det ved vurderingen av om det foreligger et bedriftservert er relevant, og ofte sentralt, å ta i betraktning hvilken grad av innflytelse som det ervervende foretak oppnår over det ervervede foretak. Hvis innflytelsen er tilstrekkelig, vil ervervet være av en slik kvalifisert art at det foreligger et bedriftservert. Hva som skal til for at en erverver har en slik innflytelse på det ervervede foretak at en kan si at en står overfor et bedriftservert, kan variere og må bero på en konkret helhets-vurdering der ulike faktorer spiller inn. Sentralt ved vurderingen vil være den endring i partenes incentiver de nye styringsrettighetene som følge av ervervet medfører i en konkurransemessig sammenheng.

I vurderingen av om det foreligger et ervert etter krrl. § 3-11 må en i tillegg til eier-andelens størrelse bl.a. se hen til aksjonæravtaler eller underliggende avtaler, reell innflytelse på ledelsen (herunder styrerepresentasjon), finansielle bindinger, faglig kompetanse og markedskunnskap, den øvrige eierstruktur i selskapet og om det ellers vil skapes incentiver til varige endringer i bedriftenes tilpasninger i markedet.

Ved et foretaks ervert av eierandeler i en bedrift vil det kunne være slik at erververen alene ikke oppnår en tilstrekkelig innflytelse over det ervervede foretak til at det er naturlig å karakterisere det som et bedriftservert i relasjon til krrl. § 3-11. En kan da stille spørsmål ved om erververen sammen med andre erververe får en tilstrekkelig felles innflytelse over den ervervede bedrift til at ervervene kan ansees som et bedriftservert i relasjon til krrl. § 3-11. Det kan også tenkes at en slik tilstrekkelig felles innflytelse kan forekomme mellom en erverver og en eller flere allerede eksisterende eiere.

4.2 Vurdering av det foreliggende ervert

For at ervervet skal kunne vurderes etter krrl. § 3-11 må det, som det fremgår ovenfor, foreligge et "bedriftservert".

4.2.1 Situasjonen før ervervet

I 1988, da Aschehoug og Gyldendal ervervet sine opprinnelige aksjeposter i Universitetsforlaget og den rettede emisjonen kom i stand, ble det inngått et sett med avtaler. Det ble inngått en avtale mellom Universitetsforlaget på den ene siden og Aschehoug og Gyldendal på den annen. Denne avtalen påla blant annet Aschehoug, Gyldendal og Studentsamskipnaden i Trondheim å tilføre Universitetsforlaget ny aksjekapital og blir i det følgende kalt "Emisjonsavtalen". Videre ble det inngått en aksjonæravtale mellom Aschehoug, Gyldendal og Studentsamskipnaden i Trondheim, i det følgende kalt "Stemmeavtalen". Endelig ble det inngått en intensjonsavtale om samarbeid mellom Universitetsforlaget, Aschehoug og Gyldendal.

Det følger av § 5 i vedtektene for Universitetsforlaget at styret består av 8 medlemmer. I Emisjonsavtalen punkt 4 om styrerepresentasjon er det slått fast at Aschehoug og Gyldendal hver skal ha rett til å nominere ett medlem til Universitetsforlagets styre og være sikret at de nominerte personer blir valgt gjennom avtale med de andre aksjonærene. I Stemmeavtalen har de undertegnende aksjonærer, dvs. Aschehoug, Gyldendal og Student-samskipnaden i Trondheim,

påtatt seg å sikre ved stemmegivning på generalforsamling at Studentsamskipnaden får valgt inn to medlemmer i Universitetsforlagets styre og Aschehoug og Gyldendal ett medlem hver. Videre har de undertegnende aksjonærer påtatt seg å sikre at det i Universitetsforlagets styre innvelges to medlemmer som på forhånd er utpekt av universitetene og høyskolene og de øvrige akademiske eierne. Før ervervet hadde således Studentsamskipnaden i Trondheim 2 styremedlemmer, Aschehoug og Gyldendal ett styremedlem hver og de akademiske eierne 2 styre-medlemmer. De to siste styremedlemmer har vært ansattes representanter.

I Emisjonsavtalens punkt 5.2 er det avtalt at det skal opprettes et samarbeidsutvalg bestående av Universitetsforlaget, Aschehoug og Gyldendal. I intensjonsavtalen om samarbeid har partene opprettet et samarbeidsutvalg som etter det tilsynet erfarer har vært i funksjon frem til det foreliggende ervert. Intensjonsavtalen om samarbeid omhandler syv samarbeidsområder: markedsføring, produksjon, EDB, markedsanalyse, rammebetingelser, internasjonalt samarbeid og nye medier.

Etter det tilsynet erfarer har imidlertid beslutninger vedrørende bokutgivelser, profil, prispolitikk m.m. blitt tatt av administrasjonen i Universitetsforlaget uten at Aschehoug og Gyldendal har hatt innflytelse over disse beslutningene. Aschehoug og Gyldendal har heller ikke hatt noen innflytelse over det redaksjonelle arbeidet i Universitetsforlaget.

Videre heter det i Emisjonsavtalens punkt 5.1 at Universitetsforlaget skal bevares som et selvstendig forlag og en selvstendig forretningsmessig og redaksjonell enhet. Dessuten har Aschehoug og Gyldendal påtatt seg å søke å medvirke til en forretningsmessig sunn utvikling av Universitetsforlaget med sikte på å oppnå lønnsom drift og en videre utvikling som et ledende lærerbokforlag i Norge.

Konkurransetilsynet legger på denne bakgrunn til grunn at partene har hatt en viss mulighet til å påvirke strategiske beslutninger vedrørende driften av Universitetsforlaget før ervervet gjennom representasjonen i styret og gjennom det samarbeidsutvalg som er opprettet. Denne muligheten har imidlertid vært begrenset av de øvrige eieres posisjon i forlaget og de underliggende avtaler som ble inngått da Gyldendal og Aschehoug ervervet sine opprinnelige aksjeposter i Universitetsforlaget.

4.2.2 Situasjonen etter det foreliggende ervert

Etter det foreliggende ervert får Aschehoug og Gyldendal til sammen full kontroll over Universitetsforlagets kommersielle beslutninger og strategi. Sammenlignet med situasjonen før ervervet innebærer dette at partenes styringsmuligheter i Universitetsforlaget er vesentlig endret. De øvrige eiere, som til sammen har hatt flere representanter i styret enn partene, og som har hatt en interesse av å opprettholde Universitetsforlaget som et ledende lærebokforlag i Norge, har ikke lenger innflytelse over forlagets kommersielle beslutninger og strategi.

I en konkurransemessig sammenheng innebærer dette at partenes incentiver til å konkurrere med Universitetsforlaget svekkes vesentlig. Dette fremgår av det faktum at partene har intensjoner om å eliminere Universitetsforlaget som konkurrent gjennom en restruktureringsprosess der partene dels erverver deler av Universitetsforlagets aktiva selv, dels selger aktiva til tredjemann. En slik restruktureringsprosess ville ikke vært mulig slik situasjonen var før ervervet.

Hvis Universitetsforlaget forutsetningsvis skulle drives videre som et "going concern" med Aschehoug og Gyldendal som eiere, legger tilsynet til grunn at det ikke ville være mer konkurranse mellom Universitetsforlaget og dets eiere enn det eierne ville anse som bedriftsøkonomisk optimalt. Endringen i styringsmulighetene og krav til avkastning på den investerte kapital ville derfor, også under denne forutsetning, medføre at incentivene til å konkurrere med

Universitetsforlaget etter ervervet reduseres betydelig sammenlignet med situasjonen før ervervet.

Etter dette legger Konkurransetilsynet til grunn at foreliggende ervert er av en slik kvalifisert art at det foreligger et bedriftservert etter konkurranseloven § 3-11.

4.2.3 Ett eller to bedriftservert?

Det kan være noe tvil om Aschehoug og Gyldendals ervert av de resterende aksjer i Universitetsforlaget skal betraktes som ett eller to bedriftservert. Konkurransetilsynet kan imidlertid ikke se at spørsmålet får rettslig betydning i denne saken.

Som nevnt ovenfor har Aschehoug og Gyldendal til sammen full kontroll over Universitetsforlagets kommersielle beslutninger og strategi etter ervervet. Videre har partene ervert sine eierandeler i Universitetsforlaget i fellesskap og har en felles plan for hvordan Universitetsforlaget skal restruktureres. For øvrig synes partene i stor grad å ha opptrådt i fellesskap i hele sin eierperiode. På denne bakgrunn legger tilsynet til grunn at det er et så nært interessefellesskap mellom partene i denne sammenheng at det er mest naturlig å se det foreliggende ervert av aksjer i Universitetsforlaget som ett bedriftservert.

4.2.4 Konklusjon

Konkurransetilsynet konklusjon er etter dette at det foreliggende ervert er ett bedriftservert som må vurderes i forhold til konkurranseloven § 3-11.

4.3 Inngrepsfrist

I henhold til krrl. § 3-11 femte ledd kan Konkurransetilsynet gripe inn mot et bedriftservert innen seks måneder etter at det er inngått endelig avtale om ervervet. Dersom særlige hensyn tilsier det, kan tilsynet gjøre inngrep innen ett år fra samme tidspunkt. Fristforlengelse ut fra særlige hensyn kan i henhold til lovens forarbeider være aktuelt for eksempel når partene ber om det. Se NOU 1991:27 s. 158.

Utgangspunktet for hva som ligger i begrepet "endelig avtale" må være at en endelig forpliktende avtale i avtalerettslig og selskapsrettslig forstand er inngått. I denne saken gikk det ut tilbud fra Aschehoug og Gyldendal den 17. juni 1999 til de øvrige aksjon-ærene om overtakelse av deres aksjeposter i Universitetsforlaget. Akseptfristen var 25. juni 1999. Innen akseptfristens utløp hadde de to forlagene fått aksept for overtakelse av 94,5 prosent av aksjene. Når tilbyder setter en akseptfrist for overtakelse av aksjer, vil det være naturlig å sette tidspunktet for endelig avtale til akseptfristens utløp. Dette er tidligere gjort i sak 97/482 Gresvig ASAs ervert av Sport Holding. Se tilsynets brev av 13. mai 1997. I brev fra partene v/Aschehoug av 22. september 1999 ble det bekreftet at også nødvendige selskapsrettslige godkjenninger forelå den 25. juni 1999.

På denne bakgrunn har Konkurransetilsynet lagt til grunn at endelig avtale om aksje-oppkjøpet i Universitetsforlaget er inngått per 25. juni 1999. Når aksjeervertet blir vurdert i relasjon til § 3-11 femte ledd, innebærer dette at tilsynets frist for et eventuelt inngrep mot ervervet i utgangspunktet vil være 25. desember 1999. Dette ble også meddelt partene i brev av 5. oktober 1999.

5. Aschehoug og Gyldendals planer for Universitetsforlaget

Det er foreløpig ikke inngått noen formalisert særskilt avtale om restrukturering og porteføljedeling. Partene har opplyst at de vil avvente Konkurransetilsynets og Næring- og handelsdepartementets (NHDs) avgjørelse før en slik avtale inngås. Intensjonene er imidlertid at de engelskspråklige tidsskriftene selges til et utenlandsk tids-skriftsforlag, Det er fremforhandlet en avtale med et engelsk tidsskriftfirma, men en avventer NHDs avgjørelse. De norskspråklige

tidsskriftene drives videre som en integrert del av Aschehoug og at Universitetsforlagets bokportefølje deles mellom Aschehoug, Gyldendal, Yrkesopplæringen og Kunnskapsforlaget. Intensjonen er at bokporteføljen skal fordeles på følgende måte:

Aschehoug:

- Universitetsforlaget blir et datterselskap Bruken av navnet "Universitetsforlaget" er regulert i en egen avtale mellom Universitetet i Oslo, Aschehoug og Gyldendal. Blant annet skal den nye eieren videreføre forpliktelsene til å medvirke til publisering av forskningslitteratur og av lærebøker rettet mot universitets- og høyskolesektoren. Universitetene og Norges Forskningsråd har vært opptatt av at navnet og forpliktelsene videreføres. i Aschehoug og vil omfatte universitetsredaksjonen med fagene samfunnsfag, historie, filosofi, litteratur, språk og jus
- De norskspråklige tidsskriftene
- Matematikk og naturfag for høyskoler og universitet
- Norsk, samfunnsfag, historie, fremmedspråk, naturfag og matematikk for allmennfag og yrkesfag for videregående skole
- Skoleadministrativt materiell

Gyldendal:

- Økonomisk-administrative fag, sykepleie, sosialt arbeid, medisin og pedagogikk for høyskoler og universitet
- Økonomiforlaget AS
- Redaksjonen for helse og sosialfag, hotell- og næringsmiddelfag, idrett og estetiske fag for videregående skole
- Grunnskoleredaksjonen Med en redaksjon menes de medarbeidere som har hoveddelen av sitt ansvar og sine arbeidsoppgaver knyttet til konseptutvikling, forfatterakkvisisjon, manuskriptbehandling og manuskriptbehandling på et bestemt utgivelsesområde.

Kunnskapsforlaget (eies i fellesskap):

- Ordbøker

Yrkesopplæringen ANS (eies i fellesskap):

- Elektro-, mekaniske- og byggfag samt tekniske fag til videregående skole

Tilsynet vil i sin konkurranseanalyse av Aschehoug og Gyldendals ervert i Universitetsforlaget legge til grunn foreliggende deling av Universitetsforlaget. Tilsynet er imidlertid innforstått med at den minnelige løsningen en har kommet frem til, se punkt 10 nedenfor, kan føre til at det skjer mindre overføringer mellom partene i matematikk-segmentet i universitets- og høyskolemarkedet.

6. Bokmarkedet

Den totale omsetning av bøker i Norge i 1998 var på om lag 4,9 milliarder kroner. Medlemsforlagene i Den norske Forleggerforening (DnF) hadde en bokomsetning på rundt 2,9 milliarder kroner i 1998. Medlemsforlagene i DnF stod dermed for om lag 60 % av den totale bokomsetningen. I tillegg kommer omsetningen fra bok-klubbene som eies av medlemmene av DnF. Bokklubbenes omsetning utgjør ca. 20 % av den totale omsetningen. Til sammen står dermed DnF for rundt 80 % av den totale bokomsetningen i Norge.

7. Relevante markeder

De relevante marked er definert som den minste gruppe av produkter og geografiske områder der et hypotetisk kartell bestående av samtlige tilbydere ville ha markedsrett. Markedet avgrenses med utgangspunkt i etterspørernes substitusjonsmuligheter og i hvilket geografiske område etterspørerne har vilje og evne til å gjøre sine innkjøp.

Forlagsvirksomheten til Universitetsforlaget omfatter skolebøker, fag- og forskningslitteratur og tidsskrifter. Alle bøker er åndsverk, og i så måte vil hver enkelt boktittel være et differensiert produkt som i varierende grad kan vurderes som substitutt til andre titler. Det er imidlertid tilsynets oppfatning at selv om hver enkelt boktittel i en viss forstand er unik, vil det likevel være tilstrekkelig substitusjon mellom ulike boktitler til at det er relevant å benytte en bredere markedsdefinisjon enn den enkelte boktittel. Det må kunne hevdes at bøker innenfor samme bokkategori til en viss grad dekker det samme behovet for sluttbrukerne, og at det derfor er substitusjonsmuligheter mellom ulike boktitler innenfor en bokkategori. Etter tilsynets oppfatning vil det være mindre hensiktsmessig å avgrense de relevante markeder til å omfatte det enkelte fag på det enkelte nivå. Dette vil måtte omfatte et stort antall produktmarkeder og tilsynet tviler på om en slik avgrensning vil gi et riktigere bilde av konkurranseforholdene i bokmarkedene. Likevel kan det finnes en rekke delmarkeder innenfor de enkelte relevante markeder. Partene har vist at konkurranseforhold og markedsandeler kan variere noe mellom slike delmarkeder. Tilsynet vil der det er relevant, se nærmere på enkelte delmarkeder.

Når det gjelder tidsskriftsvirksomheten til Universitetsforlaget skal de engelskspråklige tidsskriftene selges til et engelsk firma, mens Aschehoug overtar de norske tidsskriftene. Dette omfatter ca. 45 fagtidsskrifter. Universitetsforlaget er det forlaget i Norge som er størst på tidsskrifter. Universitetsforlaget eier selv noen av tidsskriftene, f.eks. de juridiske og de internasjonale, mens flertallet av de nordiske tidsskriftene drives på vegne av foreninger eller institusjoner. For de sistnevnte tidsskriftene inngår forlaget kontrakter med foreningene og institusjonene med en varighet på mellom 3 og 5 år. Det er den enkelte forening som utarbeider innholdet i tidsskriftene, mens forlaget tar seg av alt det praktiske arbeidet slik som f.eks. konsulentbistand, layout, korrektur, markedsføring osv. Ifølge Universitetsforlaget blir prisen på de tidsskriftene som eies av andre fastsatt av forlaget i samarbeid med eierne av tidsskriftene. Prisen på de tidsskriftene som forlaget eier selv, fastsetter forlaget. Ifølge Universitetsforlaget er tidsskriftsmarkedet i vekst, noe som medfører etableringer i dette markedet.

Tidsskriftene omfatter mange ulike fagområder. Generelt sett kan tidsskriftene sies å konkurrere i mindre grad med hverandre enn med fagbøker m.m. Videre drives mange av tidsskriftene på grunnlag av kontrakter mellom forlaget og foreninger. Disse kontraktene kan sies opp og endres. Det er derfor tilsynets oppfatning at det i markedet for tidsskrifter vil være enklere for andre forlag å etablere seg og å ta markedsandeler enn det vil være i skolebokmarkedene. På denne bakgrunn har tilsynet ikke funnet grunnlag for å vurdere tidsskriftsvirksomheten nærmere.

Tilsynet avgrenser for vurderingen av denne saken det relevante marked til å omfatte 3 bokgrupper:

- skolebøker til grunnskolen
- skolebøker til videregående skole
- lærebøker for høyere utdanning og fagbøker for profesjonsmarkedet og fag/forskningslitteratur

Markedene vil omfatte norsk-språklige bøker, men kan også omfatte fremmedspråklige bøker (spesielt på engelsk). Det vil være et relativt stort tilbud av fremmedspråklige bøker på universitets- og høyskolenivå.

Forlagene distribuerer sine bøker gjennom et landsdekkende bokhandlernet. Fremmedspråklige bøker direkteimporteres av norske akademiske bokhandlere. Selv om det vil være mulig å få tak i disse bøkene utenfor Norge antas dette å være tungvint for de fleste brukere. Markedene avgrenses derfor geografisk til Norge.

Dersom en ser på de ulike delmarkeder, dvs. det enkelte fag på det enkelte nivå, vil både markedsandelene og antall aktører variere noe. Det er tilsynets oppfatning at den markedsavgrensningen som er foretatt ovenfor vil gi et tilfredsstillende bilde av markedet. Som nevnt vil tilsynet likevel, der det er aktuelt, se nærmere på de enkelte delmarkedene.

8. Markedskonsentrasjon

Nedenfor følger markedsandelene i de tre relevante markedene før og etter Aschehoug og Gyldendals ervert i Universitetsforlaget.

8.1 Skolebøker for grunnskolen

Partene anslår at medlemsforlagene i Den norske Forleggerforening (DnF) står for ca. 95 % av omsetningen av lærebøker til grunnskolen. Samlet omsetning for medlemsforlagene i 1998 var 400 millioner kroner. Markedsandelene av total omsetning i 1998 før og etter fordelingen av Universitetsforlaget er vist nedenfor.

	<i>Før ervert*</i>	<i>Etter ervert*</i>
Aschehoug	30 %	30 %
Gyldendal	19 %	28 %
Cappelen	19 %	19 %
NKS	9 %	9 %
Universitetsforlaget	9 %	-
Samlaget	8 %	8 %
Andre forlag	6 %	6 %
	* avrundede markedsandeler	

Ifølge Aschehoug finnes det en rekke mindre forlag som har ett eller noen få læreverker for grunnskolen. Det viktigste av disse er Fag & Kultur. Til sammen utgjør de andre forlagenes omsetning rundt 5 % av det totale grunnskolemarkedet.

8.2 Skolebøker for videregående skole

Partene hevder at medlemsforlagene i DnF står for ca. 85 % av denne omsetningen. Samlet omsetning for medlemsforlagene er på ca. 270 millioner kroner. Markedsandelene av den totale omsetningen i 1998 var fordelt på følgende måte:

	<i>Før ervert*</i>	<i>Etter ervert*</i>
Universitetsforlaget	24.8 %	-
Gyldendal**	18.4 %	32.9 %
Aschehoug**	17.5 %	27.7 %
Cappelen	12.3 %	12.3 %
NKI	4.4 %	4.4 %

Samlaget	3 %	3 %
NKS	2 %	2 %
Andre forlag	3 %	3 %
Forlag utenfor DnF	15 %	15 %
* Avrundede markedsandeler		

** Inkludert 50 % av Yrkesopplæringen

Universitetsforlagets omsetning inkluderer også omsetning fra datterselskapet Økonomiforlaget. Forlaget drives som en del av Universitetsforlagets bokavdeling. Forlagets virksomhet er rettet mot økonomiske og administrative fag, slik som regnskap og bedriftsøkonomi. Økonomiforlaget hadde i 1998 en omsetning på 16,9 mill. kr og markedsandel på ca. 5 % i markedet for skolebøker for videregående skole.

Av andre forlag som utgir bøker i dette markedet nevnes Landbruksforlaget, Fag-bok-forlaget, Vett og Viten, Høyskoleforlaget, Fag & Kultur m.fl. Disse har en omsetning på ca. 15 % av det totale markedet.

Skolebøker for videregående skole omfatter både allmennfag og yrkesfag. Innenfor yrkesfag er det Universitetsforlaget og Yrkesopplæringen som har vært de største aktørene med en omsetning på henholdsvis ca. 29 millioner kroner og ca. 10 millioner kroner. De aller fleste kursene i yrkesfag er små, og det er ikke plass til flere enn én lærebok. Utgivelsene er avhengige av offentlig støtte, og aktørene konkurrerer om å få tildelt denne støtten. Ifølge Aschehoug har Nasjonalt Læremiddel-senter som mål å spre tilskuddsmidlene til flere aktører for å kunne bygge opp kompetanse i flere forlag.

8.3 Universitet/høyskole- og profesjonsmarkedet

I dette markedet er det relativt sterk konkurranse fra forlag som ikke er medlemmer av DnF, herunder fra engelsk og amerikansk litteratur samt kompendier og kopisamlinger. Ifølge Gyldendal viser undersøkelser fra DnF at medlemsforlagene har en markedsandel på ca. 35 % i dette markedet. Forlagene i DnF hadde i 1998 en omsetning på 232 millioner kroner. Om-setningen i totalmarkedet anslås til 660 millioner kroner. Markedsandelene i det totale markedet i 1998 fordelte seg slik:

	<i>Før ervervet</i>	<i>Etter ervervet*</i>
Universitetsforlaget	12 %	-
Tano Aschehoug	6.5 %	11 %
Ad Notam Gyldendal	5.4 %	11 %
Cappelen	4.3 %	4.3 %
NKI	3.4 %	3.4 %
Samlaget	1 %	1 %
Pax	0.5 %	0.5 %
andre forlag	66.9 %	68.8 %
*[...] Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 4.		

Ifølge Aschehoug er forlag som Fagbokforlaget og Høyskoleforlaget, som ikke er medlemmer i DnF, viktige aktører i

dette markedet.

8.4 Markedsandeler etter ervervet - oppsummering

Som det fremgår ovenfor vil den samlede markeds-andelen til Aschehoug og Gyldendal være 58 % i markedet for skolebøker til grunnskolen og 60 % i markedet for skolebøker til videregående skole (inkludert omsetningen gjennom Yrkesopplæringen). I markedet for universitets- og høyskolebøker har de en samlet markedsandel på 22 %. De tre største forlagene i markedet, dvs. Aschehoug, Gyldendal og Cappelen, vil få markedsandeler i grunnskolemarkedet og markedet for videregående skoler på henholdsvis 78 % og 72 %. Det er få andre aktører i skolebokmarkedene, og ingen av dem har markedsandeler på over 9 %.

9. Konkurransemessig vurdering

For å gripe inn mot et bedriftserverv må Konkurransetilsynet etter konkurranseloven § 3-11 finne at ervervet vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål om effektiv bruk av samfunnets ressurser.

For at et ervert skal føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen, må ervervet føre til at partene får markedsrett eller at deres markedsrett øker. En tilbyder har markedsrett dersom prisen på tilbyderens produkter kan økes uten at hele salget forsvinner. Det som vil være avgjørende for konkurranseanalysen er hvorvidt aktøren har eller får *mulighet* til å utnytte markedsrett. Markedsrett kan også komme til uttrykk gjennom dårlig service, dårligere produktutvalg, dårligere produktutvikling og høyere kostnader i bedriftene som utnytter markedsrett. Utnyttelse av markedsrett innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand siden markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den kunne ha vært.

Det er flere forhold som kan avgjøre graden av konkurranseintensitet i et marked, og dermed aktørenes mulighet til å utnytte markedsrett. Blant faktorer som bør nevnes er konkurranse-form, etableringsmuligheter, antall aktører i markedet og produktenes substituerbarhet. Disse faktorene virker sammen og påvirker "graden av" konkurranse i markedet. Markedsrett kan enten utnyttes ensidig av en enkelt aktør eller kollektivt av et fåtall aktører. Kollektiv markedsrett trenger ikke å være et resultat av et avtalt samarbeid mellom aktørene, men kan være en samordning av adferd mellom aktørene, dvs. en form for stilltende felles forståelse av adferd (samforstand).

9.1 Konkurransesituasjonen før ervervet

De konkurransemessige virkninger av ervervet vil avhenge av om Universitetsforlaget har vært en reell konkurrent til Aschehoug og Gyldendal i de relevante markedene før ervervet. Som nevnt ovenfor hadde partene før ervervet felles eierinteresser i Universitetsforlaget. Forlagene hadde til sammen en eierandel på 50 % i Universitetsforlaget samt styrerepresentasjon. Aschehoug og Gyldendal har hatt hvert sitt styremedlem av totalt åtte. Som fremholdt i punkt 4.2 ovenfor, har en slik styrerepresentasjon ikke kunnet gi dem fast flertall i beslutningsprosessen. Av punkt 4.2 ovenfor fremgår det også at Konkurransetilsynet har fått opplysninger om at styret ikke har hatt noen innflytelse på det redak-sjonelle arbeidet i Universitetsforlaget og at beslutninger vedrørende bokutgivelser, profil og prispolitikk m.m. har blitt tatt av administrasjonen i Universitetsforlaget og ikke av styret. Det har også blitt hevdet at markeds- eller konkurransemessige problemstillinger heller ikke har blitt tatt opp i styret. Det er tilsynets oppfatning at dette innebærer at Aschehoug og Gyldendal har hatt begrensede muligheter til å påvirke Universitetsforlaget på en slik måte at forlaget i mindre grad har konkurrert med Aschehoug og Gyldendal. Tilsynet mener at Universitetsforlaget før ervervet har vært

en selvstendig aktør. På denne bak-grunn er det Konkurransetilsynets vurdering at til tross for Aschehoug og Gyldendals eierinteresser, har Universitetsforlaget vært en reell konkurrent til Aschehoug og Gyldendal før ervervet. Den viktigste årsaken til det er at en eierandel på til sammen 50 % ikke har gitt partene et flertall i styrings- og beslutningsprosessen i Universitets-forlaget.

Markedskonsentrasjonen alene kan tyde på at konkurransen i skolebokmarkedene var vesentlig begrenset i utgangspunktet siden Aschehoug og Gyldendal allerede før ervervet av Universitetsforlaget til sammen hadde ca. 49 % av det totale grunnskolemarkedet og ca. 36 % av det totale markedet for videregående skole. Som nevnt hadde Aschehoug og Gyldendal også forut for ervervet av Universitetsforlaget et betydelig felleseie i det norske bokmarkedet. Konkurransetilsynet legger til grunn at dette kan ha bidratt til ytterligere å redusere konkurransen i markedene. For en nærmere analyse av den konkurransemessige betydningen av felleseie vises det til punkt 9.2.3 nedenfor.

Ser en nærmere på de enkelte delmarkedene som partene selv har trukket frem i sine brev til tilsynet av 2. desember 1999 vil markedsandelene variere noe mellom aktørene i de enkelte fagene. Imidlertid vil Aschehoug og Gyldendal i de aller fleste av disse markedene ha høye markedsandeler og til sammen har de en betydelig markedsposisjon i de fleste delmarkeder. Dersom en skulle trekke frem de viktigste markedene målt etter omsetning slik som norsk AF, matematikk AF og samfunnslære på videregående skole, har Aschehoug og Gyldendal til sammen markedsandeler på henholdsvis 47 %, 69 % og 41 %. Ifølge Gyldendal er norsk på ungdomstrinnet et av de tyngste fagene på grunnskole-nivå, der har Aschehoug og Gyldendal en svakere markedsposisjon med til sammen 23 %, men til gjengjeld har Universitetsforlaget en markedsandel på 28 %. Markedslederen i dette faget er Fag og Kultur. Av andre viktige fag kan en trekke frem samfunnsfag på ungdoms-trinnet og matematikk på småtrinnet der Aschehoug og Gyldendal har samlede markedsandeler på henholdsvis 78 % og 44 %. Konkurransetilsynet er av den oppfatning at selv om markedsandelene varierer noe mellom de ulike delmarkedene vil de totale markeds-andelene likevel gi et godt nok bilde av konkurranse-situasjonen på skolebok-markedene.

I yrkesfagene er situasjonen spesiell fordi mange av læreverkene må få støtte gjennom Nasjonalt læremiddelsenter (NLS) for at de skal bli utgitt. NLS administrerer en tilskuddsordning som gir tilskudd til læremidler for små elevgrupper og fagområder, til utvikling og produksjon av særskilt tilrettelagt undervisning samt til elektroniske læremidler. Målet med tilskuddsordningen er å bidra til utvikling og produksjon av læremidler for smale fag og små elevgrupper der det ikke er markedsgrunnlag for slike utgivelser. NLS har i årene 1994-99 gitt over 310 mill. kr i tilskudd til læremidler for små elevgrupper og smale fagområder fordelt på 37 forlag. Av disse er det Universitets-forlaget, Yrkesopplæringen, Vett og viten samt Gyldendal som har fått de største tilskuddene.

Partene har anført at markedsandelene nullstilles ved hver ny reform og at konkurransen derfor er betydelig fordi alle aktørene i markedet ved hver ny reform vil konkurrere om nye markeds-andeler. Tilsynet stiller seg noe tvilende til dette argumentet. For det første vil den fag- og markeds kunnskap og forfatter-kontakt m.m. forlaget har skaffet innenfor de ulike delmarkedene ved tidligere utgivelser være betydelig. Dette vil kunne gi etablerte og erfarne forlag et fortrinn. For det andre vil forlagenes merkenavn utvilsomt gi dem et fortrinn i konkurransen med nye aktører. Det kan være sikrere for skoler og lærere å satse på læreverk fra velkjente forlag som har vært i markedet en stund fordi det vil kunne gi dem en større trygghet om at læreverkene kan bli videreutviklet eller forbedret samt at skolene får mulighet til å utvide eller bytte ut klassesett osv. For det tredje antar tilsynet at store forlag vil ha større mulighet enn de mindre til å ta kostnader og risiko som er knyttet til utvikling og produksjon av skolebøker. Det å kunne å satse på mange titler fordelt på mange fag og klasse-trinn er en form for risikospredning som store forlag har best mulighet til å oppnå. Dette gir dem et fortrinn i forhold til mindre forlag. Tilsynet vil også påpeke at markedsandelene til de største forlagene etter en reform ikke er så veldig ulike fra markedsandelene før reformen. Dette kan tyde på at ikke alt nullstilles ved hver nye reform, men at

forlagenes markedsposisjon forut for reformen også vil ha betydning. Videre bør det også nevnes at selv om reformene kan skape noe turbulens, vil reformer og endringer i læreplaner komme med jevne mellomrom. Tilsynet legger til grunn at etterspørselen mellom reformene vil være noe mer stabil, men at forlagene har mulighet til å komme med nye eller forbedrede verk i år utenom reformene, noe blant annet Gyldendal har gjort.

På denne bakgrunn er det tilsynets oppfatning at konkurransesituasjonen i skolebok-markedene før ervervet var vesentlig begrenset.

9.2 Konkurransvirkninger av ervervet

Aschehoug og Gyldendals aksjeoppkjøp i Universitetsforlaget siden 17. juli 1999 og den planlagte delingen av forlaget fører til en reduksjon i antall aktører i markedet og gir en økt markedskonsentrasjon i skolebokmarkedene og i universitets- og høyskolemarkedet. Ervervet og delingen av Universitetsforlaget innebærer at Aschehoug og Gyldendal samlet får en markedsandel på ca. 60 % i skolebokmarkedene. Etter Konkurransetilsynets vurdering representerer dette en betydelig økning i markedsandel.

Ervervet i Universitetsforlaget begrenser konkurransen ytterligere fordi Aschehoug og Gyldendal får full kontroll over selskapet og deler forlaget mellom seg. Markeds-konsen-trasjonen øker og forlagene har kvittet seg med en konkurrent som de riktig-nok hadde eierinteresser i, men ikke fullstendig kontroll over. Som nevnt ovenfor er det tilsynets oppfatning at Universitetsforlaget var en reell konkurrent til Aschehoug og Gyldendal forut for ervervet. Aschehoug og Gyldendals ervert av de resterende aksjene i Univer-sitets-forlaget vil således redusere konkurransen i de relevante markedene.

Fordelingen av Universitetsforlaget vil medføre at Aschehoug og Gyldendal blir mer likeverdige i markedet, og vil kunne gi en jevnere balanse mellom partene enn før ervervet. Virkningene av dette må vurderes på bakgrunn av de ulike faktorer som påvirker konkurranseintensiteten i markedet, så som substituerbarhet, grad av gjennomsiktighet, etableringsmuligheter osv. Dette gjøres i det følgende.

9.2.1 Differensierte produkter

Generelt kan man si at priskonkurransen mellom produkter blir svakere jo mer ulike produktene er. I den grad forlagene opererer innenfor ulike delmarkeder av skole-bok-markedet vil bøkene de selger være differensierte, som nevnt i avsnitt 7 om relevante markeder. Jo mindre substituerbare de enkelte boktitlene er, desto mindre vil konkur-ransen mellom de ulike bøkene være, alt annet likt. Dette innebærer at de ulike forlagenes produkter i mindre grad vil kunne konkurrere med hverandre. Dette vil følgelig redusere konkurransen i skolebokmarkedene.

Gyldendal har utarbeidet en oversikt over prisdifferanser på skolebøker og sammenhengen mellom prisnivå og markedsandeler i ulike delmarkeder. Oversikten viser at det er store prisforskjeller og at det er liten sammenheng mellom prisnivå og markedsandel. Dette bekrefter at skolebøkene er differensierte produkter, noe som er med på å dempe konkurransen mellom de ulike læreverkene for hvert fag og trinn.

9.2.2 Grad av gjennomsiktighet i markedet

Det er tilsynets oppfatning at markedet for bøker i Norge har en viss gjennom-siktighet. En stor del av bokmarkedet reguleres av en bransje-omfattende avtale (bransje-avtalen) som forhandles frem av to sterke og aktive bransjeforeninger som organiserer en stor andel av aktørene i markedet. Den norske Bok-handlerforening (DnB) organiserer samtlige bokhandlere i Norge. En av bestemmelsene i bokbransjeavtalen er at alle forhandlere må godkjennes som bokhandel. Tidligere hadde bokhandlerne enerett på salg av alle typer bøker som reguleres av bransjeavtalen. Dagens avtale

har åpnet for at andre forhandlere skal kunne selge bøker. Imidlertid har bokhandlerne fortsatt enerett på salg av skolebøker. DnF har 51 medlemsforlag, og blant disse er alle de store forlagene. Det finnes ca. 350 forlag i Norge av ulik størrelse og omfang innenfor alle delmarkeder. En stor andel av disse er imidlertid små forlag med få utgivelser, noe som også markedsandelene omtalt tidligere viser. Medlemsforlagene i DnF antas å stå for ca. 90 % av det totale markedet for skole-bøker for grunn- og videregående skole og rundt 80 % av det totale bokmarkedet i Norge. Her inkluderes forlagenes salg gjennom bokklubber. DnBs medlemmer antas å ha en samlet markedsandel på nærmere 60 % av den totale bok-omsetningen i Norge, og er enerådende i skolebokmarkedet. Bokbransjeavtalen regulerer med andre ord en stor andel av bokmarkedet, og spesielt innenfor skolebokmarkedet.

Reguleringene i bransjeavtalen omfatter blant annet et fastprissystem på bøker. Utsalgsprisen på alle bøker fastsettes av det enkelte forlag, men er deretter faste og observerbare. Avtalen innebærer videre et forbud mot å gi rabatter. Brudd på avtalen blir sanksjonert av bransjeforeningene. For skolebøker er ikke fastprisen tidsbegrenset. Bokhandlerne har enerett på salg av skolebøker, og innkjøpsprisen til bokhandlerne er også regulert av bransjeavtalen.

Bransjeavtalen innebærer at de to bransjeforeningene setter premisser for samhandelen for en stor andel av markedsaktørene i bokmarkedet og innebærer at aktørene kjenner hverandres salgs- og innkjøpsbetingelser i skolebokmarkedene. Tilsynet mener at det er særlig de store aktørene som gjennom sin innflytelse i sine respektive bransjeforeninger kan sette premissene for konkurransen i markedet. Tilsynet antar at de tre største forlagene Aschehoug, Gyldendal og Cappelen har en sterk innflytelse i foreningen i kraft av sin størrelse. Det er tilsynets vurdering at bransjeavtalen ikke bare reduserer konkurransen i bokmarkedet, men også bidrar til at markedsforholdene blir mer gjennomsluttelige.

Gyldendal hevder at den nye bransjeavtalen bidrar til å redusere gjennomslutteligheten i markedet fordi forlagene nå har fått mulighet til å inngå individuelle avtaler om innkjøpsbetingelser for bokgruppe 2-7. Tilsynet vil imidlertid understreke at dette ikke gjelder for skolebøker (bokgruppe 1) der innkjøpsbetingelsene fortsatt er regulert i avtalen. Dette innebærer at alle forlag tilbyr bokhandlerne de samme innkjøps-betingelsene, noe som bidrar til at skolebokmarkedene blir mer gjennomsluttelige.

Det er videre Konkurransetilsynets oppfatning at det også fordrer en viss gjennomsluttelighet i bok-markedet at avtalepartene skal kunne påse at avtalen overholdes. Det kan herunder nevnes at DnF jevnlig utarbeider bransjestatistikker som også kan bidra til å øke gjennomslutteligheten i markedet. Videre finnes det en bokdatabase, Mentor, som inneholder bibliografisk informasjon og distribusjonsdata. Det er Aschehoug og Gyldendal som gjennom Forlagssentralen eier og driver Mentor som er den største bokdatabasen i Norge. Alle forlag og bokhandlere som er tilknyttet basen får tilgang til viktig markedsinformasjon slik som titler, priser og forlag m.m. Tilsynet mener at denne bokdatabasen kan bidra til å øke gjennomslutteligheten i bokmarkedet. I møte med Aschehoug fikk tilsynet bekreftet dette. Mentor blir tildels brukt av forlagene som et strategisk virkemiddel. Forlagene bestemmer selv hva slags informasjon som legges inn i basen og når dette gjøres. Mentor brukes blant annet til å annonsere titler som ennå ikke er publiserte. Dette gir aktørene i markedet signaler om hvilke fag og trinn forlaget vil satse på. Slike signaler kan bidra til økt gjennomsluttelighet i markedene, til å "skremme bort" potensielle nye aktører fra fagområder og til å bedre muligheten for opprettholdelse av en samforstand i markedet.

Partene hevder at de endringer som skjer i markedet med elektronisk publisering og internasjonalisering fører til at markedet blir mindre gjennomsluttelig. Tilsynet er klar over at det skjer en teknologisk utvikling, men anser denne for å være mindre relevant for skolebok-markedene, spesielt for grunnskolen. Tilsynet anser det som lite trolig at en vesentlig del av undervisningen på norske skoler de nærmeste årene går over til å bli basert på elektroniske læremidler. Partene har trukket frem to eksempler der den elektroniske publiseringen har blitt betydelig; ordbøker og leksika. Etter tilsynets

oppfatning er dette to særskilte områder der bl.a. søkemulighetene gjør det spesielt interessant med elektronisk publisering. Videre finner tilsynet det lite sannsynlig at en vil få en sterk internasjonal konkurranse på skolebokmarkedene i Norge. Det kan tenkes at en vil få utenlandske etableringer i Norge, men neppe internasjonal konkurranse på boknivå. For det første må skolebøkene være norskspråklige og for det andre må de være tilpasset det norske skolesystem og de norske lære-planene.

Det kan også anføres at elektronisk publisering først og fremst innebærer en omfattende endring eller utvikling av distribusjonsformen. Forlagene vil fortsatt være innholdsleverandører. Tilsynet kan ikke se at dette skulle endres nevneverdig som følge av den teknologiske utviklingen. Denne vil trolig kreve en del omstillinger, men det vil fortsatt være behov for forlagenes tjenester på samme måte som tidligere. Forskjellen vil eventuelt være at produktene vil kunne ha en annen form enn tradisjonelle bøker. Slik tilsynet ser det vil teknologiutviklingen være en større utfordring for de tradisjonelle bokhandlerne enn for forlagene.

På grunnlag av dette mener Konkurransetilsynet at det norske bokmarkedet er forholdsvis gjennomiktig, og at dette gjør det lettere for de største markedsaktørene å overvåke hverandres adferd. Dette øker muligheten for utnyttelse av kollektiv markedsrett.

9.2.3 Samforstand

Med samforstand menes en stilltende koordinering av adferd mellom noen markedsaktører. Et eksempel på samforstand i markedet for bøker kan være at forlag stilltende aksepterer en kunde- eller markedsdeling, stabile markedsandeler eller faste prisdifferanser. Et stilltende samarbeid om markedsdeling kan f.eks. resultere i at forlagene opererer i ulike delmarkeder uten konkurranse fra de andre. Dersom et forlag bryter ut av det stilltende samarbeidet og går inn på et av de andre forlagenes del-marked, vil det kunne bli "straffet" ved at et eller flere av de andre forlagene går inn på det førstes marked, og forlaget risikerer å miste markedsandeler. Et annet eksempel kan være at forlaget velger å ikke oppdatere eller forbedre sine læreverker i noen delmarkeder. På den måten blir konkurransen mellom forlagene redusert selv om de har konkurrerende læreverker i de samme delmarkedene.

I tillegg har Aschehoug og Gyldendal et betydelig felleseie i det norske bokmarkedet: Forlagssentralen, Universitetsforlaget, De norske Bokklubbene m.m. Se figur på side 3. Konkurransetilsynet anslår at omtrent halvparten av de to forlagenes omsetning kommer fra fellesforetak. Den store andelen av felleseie gir forlagene en betydelig fellesinteresse som vil kunne gjøre det mer rasjonelt for dem å opptre i en viss samforstand. Fellesforetakene opererer i ulike delmarkeder som muligens bare i en begrenset grad kan hevdes å være i direkte konkurranse med forlagenes egne selskaper. Dette antas å gjelde i varierende grad i de ulike del-markeder. Universitetsforlaget antas som nevnt å være i direkte konkurranse med Aschehoug og Gyldendal. Samarbeid i enkelte delmarkeder kan gi aktørene kunnskap og forståelse om hverandres virksomhet som kan legge til rette for samforstand i andre delmarkeder. Forlagene vil derfor kunne opptre i samforstand ikke bare i de markedene hvor de har fellesinteresser, men også i de markedene der de konkurrerer. På denne måten dannes det en balanse i bokmarkedet der felleseie og fellesinteresser i noen delmarkeder disiplinere Aschehoug og Gyldendal på en slik måte at de opptre i samforstand for å hindre at en sterk konkurransesituasjon oppstår i hele bok-markedet. Som kjent hadde Aschehoug og Gyldendal et betydelig felleseie også forut for ervervet i Universitetsforlaget.

Forlagssentralen ANS eies av Aschehoug og Gyldendal og distribuerer 75 % av bøkene som sendes ut til norske bokhandlere på vegne av 309 forlag. De resterende 25 % distribueres gjennom Sentraldistribusjon, som eies av Cappelen. I det norske bok-markedet finnes det ikke noe uavhengig grossistledd. Forhandlerne bestiller bøkene direkte fra Forlags-sentralen og Sentraldistribusjon, som distribuerer bøkene ut til de enkelte forhandlere. Forlagssentralen

og Sentraldistribusjon fungerer også som et lager for forlagene. Gjennom sitt eierskap i Forlagssentralen må det kunne sies at Aschehoug og Gyldendal har vesentlig innflytelse på bokdistribusjonen i Norge.

Det betydelige felleseie Aschehoug og Gyldendal har, innebærer at de to forlagene har flere "møteplasser" som vil kunne gjøre det enklere for forlagene å opptre i samforstand. Det er ikke urimelig å legge til grunn at forlagene kan få tilgang til viktig informasjon om hverandres virksomheter gjennom sine fellesforetak, f.eks. informasjon om hverandres utgivelser og satsningsområder, prispolitikk, omsetnings- og salgstall m.m.

Partene har anført at samarbeidet mellom de to forlagene i hovedsak omfatter infrastruktur og derfor ikke vil kunne ha noen konkurransemessige konsekvenser. Det hevdes at det må skilles mellom infrastrukturelt samarbeid og redaksjonelt samarbeid, og det eneste redaksjonelle samarbeidet Aschehoug og Gyldendal har hatt i skolebokmarkedene er gjennom Yrkesopplæringen. Når det gjelder bokklubbvirksomheten og Forlagssentralen hevdes det at forlagene ikke kan påvirke disse virksomhetene eller oppnå særfordeler i forhold til andre forlag.

Etter tilsynets vurdering kan en ikke se bort fra eierskap og eierstruktur, da dette ofte vil være av avgjørende betydning for drift og styring av et selskap. Eierskap og kontroll over et selskap gir styrerepresentasjon og mulighet til å ansette og avsette ledelse, redaksjoner og ansatte osv. Dette vil påvirke styringen og den daglige driften av selskapene. I tillegg vil eierskapet til selskapene medføre at eierne får tilgang til informasjon om selskapets disposisjoner og om forhold knyttet til konkurrentenes distribusjon.

Markedsandelene i skolebokmarkedene har etter tilsynets vurdering vært relativt stabile over en lengre periode. Stabile markedsandeler kan i visse tilfeller tolkes som et tegn på at aktørene i markedet opptre i samforstand. Det er partenes oppfatning at markedsandelene ikke er stabile over tid, men at de varierer og da særlig ved nye reformer. Spesielt vil markedsandelene variere noe når en ser på de enkelte delmarkedene. Som tilsynet tidligere har nevnt har Aschehoug og Gyldendal en sterk stilling i mange delmarkeder, inkludert de største fagene. Til tross for variasjoner i enkelte fag og nivåer mener tilsynet likevel at forlagenes markedsandeler må sies å være relativt stabile. Som nevnt ovenfor har de store forlagene også relativt stabile markedsandeler fra reform til reform.

På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets oppfatning at de største forlagene i skolebokmarkedene både har mulighet og incentiver til å opptre i sam-forstand, og at de gjennom dette kan utnytte vesentlig markedsrett i skolebokmarkedene. Mulighetene for å opptre i samforstand øker som umiddelbar følge av ervervet fordi Aschehoug og Gyldendal nå har fått full kontroll over Universitetsforlaget. Ved den planlagte delingen av forlaget blir det en uavhengig aktør mindre i markedet og de to største aktørene får økte markedsandeler. Dette vil gjøre markedet mer oversiktlig og således også legge til rette for samforstand.

9.2.4 Etableringsmuligheter

Det er tilsynets oppfatning at det finnes visse etableringshindringer i skolebokmarkedene. Tilsynet antar at det er forholdsvis enkelt å etablere et forlag i Norge, noe som det høye antallet forlag kan vitne om. Imidlertid mener tilsynet at det er betydelig vanskeligere å bli en stor aktør i markedet. Det er betydelige faste kostnader og risiko forbundet med å utvikle skolebøker. Bøkene må utvikles i tett samarbeid med et fagmiljø og må inntil videre godkjennes av Nasjonalt læremiddelsenter før de kan selges til skolene. Blir ikke bøkene godkjent, får forlaget heller ikke solgt et eneste eksemplar. Utvikling av skolebøker antas derfor å være relativt kostbart. Store forlag vil ha større mulighet til å ta den kostnaden og risikoen det er å utvikle og produsere skolebøker. Partene har vist til flere eksempler på mislykkede satsinger i skolebokmarkedene. Tilsynet antar at slike mislykkede satsinger er relativt kostbare for forlagene og i verste fall kan innebære at forlaget må legges ned. Det er ikke urimelig å legge til grunn at slike feilsatsinger kan være spesielt

vanskelige for mindre forlag, der sannsynligheten for nedleggelse trolig er størst. Det å kunne å satse på mange titler fordelt på mange fag og klasse-trinn er en form for risikospredning som store forlag har best mulighet til å oppnå og som gir store forlag et fortrinn i forhold til mindre forlag. Videre er etterspørselen etter skolebøker ujevnt fordelt over tid. Dette krever at forlagene må omstille virksomheten ved å sette inn ledige ressurser i annen virksomhet for å kunne dekke inn kostnadene i perioder med lite salg. Tilsynet legger til grunn at dette er enklere for store og heldekkende forlag enn det vil være for små nisjeforlag.

Partene har vist til at etablering er mulig og at mindre forlag har etablert seg. Imidlertid gjelder dette bare noen få forlag innenfor noen få enkeltfag på enkelte klassetrinn. Dessuten har bare ett forlag av totalt fire nevnte eksempler klart å bli markedsleder innenfor ett enkelt delmarked. Dette kan tyde på at etablering i skolebokmarkedene er noe vanskeligere enn det partene anfører.

Partene har anført at en satsing på elektronisk publisering som vil være nødvendig for forlagene i den nærmeste fremtid er svært kostbart. Dette medfører at etableringskostnadene øker.

Videre er det ikke urimelig å legge til grunn at det finnes visse stordrifts-fordeler i markedsføringen av skolebøker overfor skoler og lærere. Dette vil også komme store forlag til gode. Aschehoug anfører at det ikke finnes noen stordriftsfordeler i markedsføringen som vil kunne virke som en etableringshindring. Samtidig hevder forlaget at ervervet medfører en reduksjon på 67 % av Universitetsforlagets markedsføringskostnader for den bokproduksjonen som overtas av Aschehoug. Dette skulle tilsi at det finnes visse stordriftsfordeler i markedsføringen.

Videre vil de etablerte forlagenes merkenavn, spesielt de tre største forlagenes, kunne virke som en etableringshindring. De etablerte aktørene er kjent i markedet. Dette vil kunne gjøre det vanskeligere for andre aktører å etablere seg i markedet. På grunn av skolebøkernes relativt lange levetid kan det være viktig for skolene å kjøpe bøker av forlag som vil eksistere i markedet en god stund fremover, f.eks. å kunne utvide klasse-settene, bytte ut ødelagte bøker eller kjøpe inn nye arbeidsbøker, engangsbøker osv. Tilsynet antar at veletablerte forlag derfor har et fortrinn i markedet i forhold til mindre og spesielt nyetablerte forlag.

På denne bakgrunn legger tilsynet til grunn at det finnes kostnads-messige etableringshindringer i skolebokmarkedene som kan gjøre det vanskelig for nye aktører å etablere seg eller for eksisterende, mindre aktører å utvide sin virksomhet.

9.2.5 Kostnadsbesparelser

Kostnadsbesparelser og effektiviseringsgevinster ved et erverv vil kunne oppveie de samfunnsøkonomiske tapene som følger av at ervervet fører til begrenset konkurranse, dersom den samfunnsøkonomiske gevinsten er større enn tapet. En viktig forutsetning er imidlertid at disse gevinstene må være knyttet til ervervet.

Gyldendal anslår de totale effektiviseringsgevinstene av en samordning av deler av Universitetsforlaget i Gyldendal konsernet til å være [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg II pkt. 1. Disse gevinstene skyldes en mer effektiv utnyttelse av forlags- og fellestjenester samt en bedring av produktlønnsomheten (inkludert salgs- og markedsføringskostnader).

Forlags- og felleskostnadene er anslått til å være [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg II pkt. 2. mill. kr, og av disse er [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg II pkt. 3. mill. kr knyttet til en reduksjon av [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg II pkt.

4. årsverk i det integrerte konsernet. Den resterende gevinsten er knyttet til reduserte kostnader ved ledelse samt andre administrasjonskostnader slik som økonomi, regnskap, personal, system og drift, rasjonalisering av IT-systemer, felles innkjøp av tjenester og samlokalisering av virksomheten i Gyldendals- lokaler.

Aschehoug anslår sine kostnadsbesparelser til å være [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg III pkt. 1. mill.kr. Disse besparelsene skyldes en reduksjon av felleskostnader, stordriftsfordeler i markedsføringen og reduserte produksjons- og redaksjonelle kostnader. Felleskostnadsbesparelsene er anslått til å være [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg III pkt. 2. mill. kr hvorav en stor andel er knyttet til en reduksjon på ca. [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg III pkt. 3. årsverk. Stordriftsfordeler i markedsføringen er anslått til å gi [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg III pkt. 4. mill. kr, mens besparelse i produksjons- og redaksjonelle kostnader (økt produktlønsomhet) er anslått til henholdsvis [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg III pkt. 5. mill. kr. og [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg III pkt. 6. mill. kr. Slik tilsynet har oppfattet det er kostnadsbesparelsen av samordnet markedsføring mellom Aschehoug og Universitetsforlaget allerede tatt hensyn til i felleskostbesparelsene. En må derfor unngå dobbeltregning av disse.

Både Aschehoug og Gyldendal hevder at produktlønsomheten for den delen av Universitetsforlaget som integreres i de respektive forlagene vil øke. Tilsynet savner en nærmere redegjørelse av hvordan dette skal oppnås. En mulig forklaring på høyere lønsomhet i Aschehoug og Gyldendal enn i Universitetsforlaget kan være at Aschehoug og Gyldendal har hatt mer markedsrett og derved muligheter til å ta ut en høyere margin enn Universitetsforlaget. I så fall vil det ikke kunne anses som en gevinst at deres markedsrett styrkes ytterligere. Dessuten er viktige kostnadskomponenter her royalty og distribusjon. Disse kostnadskomponentene ville en forvente var forholdsvis like mellom forlag som følge av royaltyavtaler og at all distribusjon foregår gjennom Forlagssentralen og de samme bokhandlere. På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at en ikke kan ta hensyn til disse gevinstene i vurderingen av effektiviseringsgevinstene ervervet medfører.

Av dette følger det at Aschehougs kostnadsbesparelse anslås til maksimalt [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg III pkt. 7. mill. kr og Gyldendals kostnadsbesparelse anslås til maksimalt [...] Unntatt offentlighet og partsinnsyn, jf offl §5a og fvl. § 19 første ledd bokstav b. Opplysningene finnes i vedlegg II pkt. 5. mill. kr. De totale kostnadsbesparelsene ved ervervet blir derfor maksimalt 43 mill. kr. Det vil imidlertid fremdeles være et spørsmål om hvorvidt hele besparelsen faktisk vil bli realisert. Etter Konkurransetilsynets vurderinger vil ikke disse gevinstene kunne veie opp for det samfunnsøkonomiske tapet som følger av konkurransebegrensningen ervervet innebærer.

9.2.6 Fallittbedrift

Med fallittbedrift menes bedrifter som blir kjøpt opp, men som allerede er på vei ut av markedet p.g.a. økonomiske problemer. Dersom den oppkjøpte bedrift er i en slik stilling at videre drift ikke er mulig, vil ikke ervervet av bedriften nødvendigvis føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen. Det er tilsynets oppfatning at tre vilkår må være oppfylt for at dette argumentet skal få gyldighet; det må kunne sannsynliggjøres at den oppkjøpte bedriften er en fallittbedrift (nær konkurs), det må ikke finnes konkurransemessig gunstigere alternative kjøpere og det må kunne sannsynliggjøres at konkurs ikke er et konkurransemessig bedre alternativ.

Etter tilsynets vurdering vil ingen av disse vilkårene være oppfylt i denne saken. For det første er det ingen indikasjoner på

at Universitetsforlaget er insolvent eller snart kommer til å bli det. For det andre finnes det aktuelle kjøpere av Universitetsforlaget, selv om Aschehoug og Gyldendal ikke har vært fornøyde med de kjøpstilbudene de har fått. For det tredje innebærer en eventuell konkurs at øvrige forlag vil kunne konkurrere om Universitetsforlagets markedsandeler.

9.2.7 Videre drift av Universitetsforlaget med Aschehoug og Gyldendal som eiere

Avslutningsvis vil Konkurransetilsynet påpeke at tilsynet i konkurranseanalysen har lagt til grunn den fordelingen av Universitetsforlaget som Aschehoug og Gyldendal har skissert. Det er tilsynets oppfatning at konklusjonen i analysen ikke vil endres nevneverdig selv om Universitetsforlaget ikke blir delt mellom partene, men drives videre som et eget forlag. Riktignok vil ikke antall aktører i markedet reduseres, men med en fullstendig kontroll over Universitetsforlaget vil Aschehoug og Gyldendal få en forsterket mulighet til å utnytte sin markedsrett særlig i skolebokmarkedene. Det er derfor tilsynets oppfatning at selv om Universitetsforlaget ikke blir delt opp mellom partene, vil ervervet likevel føre til en forsterkning av den allerede begrensede konkurransen i skolebokmarkedene.

9.2.8 Konklusjon

På denne bakgrunn er det tilsynets oppfatning at ervervet fører til en forsterkning av en allerede vesentlig begrensning av konkurransen i skolebokmarkedene.

10. Minnelig løsning

Etter konkurranseloven § 3-11 fjerde ledd skal Konkurransetilsynet forsøke å komme frem til en minnelig løsning med den eller de ervervsdrivende før det treffes vedtak i saker etter § 3-11. I tråd med dette ba tilsynet i sitt varselbrev av 11. november 1999 partene om å fremlegge eventuelle forslag til en alternativ løsning av saken som tok hensyn til de konkurransemessige problemstillingene tilsynet hadde beskrevet. I drøftelser med partene har tilsynet kommet frem til en slik løsning. Denne løsningen går ut på at Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon og Økonomiforlaget, som etter den opprinnelige delingsplanen skulle overtas av Gyldendal, blir solgt til en uavhengig tredjepart samt at Gyldendal kjøper Aschehougs eierandeler i Yrkesopplæringen. Dette omfatter også de deler som blir overført til Yrkesopplæringen fra Universitetsforlaget.

Etter tilsynets vurdering vil dette redusere de konkurransebegrensningene ervervet medfører. Salget av Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon innebærer at Aschehoug og Gyldendals posisjon i grunnskolemarkedet forblir uendret. At Gyldendal overtar hele Yrkesopplæringen innebærer at felleseiet mellom partene reduseres og at en viktig arena for samforstand derved forsvinner. Gjennom Yrkesopplæringen har Aschehoug og Gyldendal hatt et redaksjonelt samarbeid, og tilsynet anser det som avgjørende at dette samarbeidet nå opphører. Imidlertid vil Gyldendals overtagelse av Yrkesopplæringen føre til at Gyldendals markedsandel i skolebokmarkedet for videregående skole øker. Det er tilsynets vurdering at dette kan motvirkes ved at Gyldendal avhender Økonomiforlaget. Tilsynet anser denne løsningen som tilfredsstillende. Den viktigste årsaken til det er at konkurransesituasjonen i grunnskolemarkedet forblir uendret og at Aschehoug og Gyldendal reduserer sitt felleseie, både gjennom Universitetsforlaget og Yrkesopplæringen og at mulighetene for å drive i samforstand derved reduseres. Videre vil salg av henholdsvis Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon og Økonomiforlaget til uavhengige tredjeparter kunne styrke konkurransen i disse markedene. Tilsynet har i vurderingen av ovennevnte løsning også tatt hensyn til de kostnadsbesparelsene som ervervet av Universitetsforlaget antas å gi.

Konkurransetilsynet vil understreke at denne løsningen forutsetter at både grunnskole-redaksjonen og Økonomiforlaget

selges slik de er i dag. Dersom avhendingen skal ha tilstrekkelig virkning på konkurransesituasjonen i skolebokmarkedene, er det viktig at salgsobjektene ikke svekkes eller tappes for verdier eller ressurser før eller under avhendingsprosessen. Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon omfatter alle kontrakter med forfattere og medarbeidere, boklister, boklager, kundelister og kundefordringer ut over det som følger av allerede inngåtte kontrakter på vedtakstidspunktet. Økonomi-forlaget AS omfatter alle kontrakter med forfattere og medarbeidere, boklister, boklager, kundelister og kundefordringer utover det som følger av allerede inngåtte kontrakter. Dersom tilsynets vedtak overholdes vil ikke tilsynet foreta en ytterligere vurdering av Gyldendals ervert av Aschehougs eierandeler i Yrkesopplæringen ANS etter konkurranseloven § 3-11.

Salget av henholdsvis Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon med portefølje og Økonomiforlaget med portefølje må skje innen [...] Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 5.. Dersom det foreligger helt spesielle årsaker, kan tilsynet forlenge denne fristen.

11. Konklusjon

Markedsandelene før ervervet tyder på at konkurransen i skolebokmarkedene i utgangs-punktet er begrenset. Før ervervet har Aschehoug og Gyldendal til sammen ca. 49 % av grunnskolebokmarkedet og ca. 36 % av markedet for bøker til videregående skole. Etter ervervet av Universitetsforlaget øker Aschehoug og Gyldendals samlede markedsandel til ca. 60 % av skolebokmarkedene.

Ervervet og delingen av Universitetsforlaget har ført til at Aschehoug og Gyldendal har blitt mer jevnbyrdige i skolebokmarkedene. Forlagene opererer til en viss grad i ulike delmarkeder av skolebokmarkedene. De ulike boktitlene vil til dels være differen-sierte, og konkurransen mellom de forskjellige titlene kan være redusert som følge av dette.

Konkurransetilsynet legger til grunn at det norske bokmarkedet er forholdsvis gjennom-siktig, og at dette gjør det lettere for de største markedsaktørene å overvåke hverandres adferd. I tillegg har Aschehoug og Gyldendal en betydelig felleseie, også forut for er-vervet av Universitetsforlaget, som kan gi dem mulighet og incentiver til å opptre i sam-forstand.

Tilsynet mener derfor at forholdene i skolebokmarkedene ligger godt til rette for at de største forlagene i skolebokmarkedene kan utnytte vesentlig markeds-makt. Mulighetene for dette har økt som følge av ervervet.

Det er tilsynets oppfatning at det finnes visse kostnads-messige etablerings-hindringer i skolebokmarkedene som vil kunne innebære at det er vanskelig å etablere seg i disse markedene.

Konkurransetilsynet har kommet frem til at ervervet kan føre til visse kostnads-besparelser, men at disse ikke er store nok til å kunne veie opp for de konkurranse-begrensningene oppkjøpet av Universitetsforlaget medfører.

Etter tilsynets vurdering er det også lite som tyder på at Universitetsforlaget er en fallitt-bedrift.

På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets oppfatning at konkurransen i skole-bokmarkedene før ervervet var vesentlig begrenset, og at Aschehoug og Gyldendals ervert av Universitetsforlaget forsterker den allerede vesentlige konkurranse-begrens-ningen i strid med konkurranselovens formål om effektiv bruk av samfunnets ressurser.

I drøftelser med partene har tilsynet kommet frem til en minnelig løsning. Denne innebærer at Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon og Økonomiforlaget, som skulle overtas av Gyldendal, blir solgt til en

uavhengig tredjepart samt at Gyldendal kjøper Aschehougs eierandeler i Yrkesopplæringen. Det er tilsynets vurdering at dette vil redusere av de konkurransebegrensningene ervervet medfører. Løsningen innebærer at konkurransesituasjonen i grunnskolemarkedet forblir uendret og at partene reduserer sitt felleseie og derved fjerner arenaer for samforstand. Når en også legger vekt på kostnadsbesparelsene som følger av ervervet mener tilsynet at ervervet kan aksepteres.

Konkurransetilsynet mener på denne bakgrunn at det er grunnlag for å tillate ervervet på vilkår.

12. Vedtak

På bakgrunn av ovennevnte og med hjemmel i konkurranseloven § 3-11 har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

Gyldendal Norsk Forlag ASAs (Gyldendal) og H. Aschehoug & Co (W. Nygaard) ASs (Aschehoug) ervert av Universitetsforlaget tillates på følgende vilkår:

1. Gyldendal og Aschehoug pålegges å sørge for at Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon selges innen ...

Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 6..

Salget skal gjennomføres av Universitetsforlaget eller av en uavhengig tredjemann. ...Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 7. .

Før salget gjennomføres skal det meldes til Konkurransetilsynet som eventuelt vil vurdere kjøperens ervert som en egen sak.

Før salget av Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon forbyes Gyldendal og Aschehoug å gjennomføre tiltak i Universitetsforlaget AS som direkte eller indirekte vil medføre at verdien av

Universitetsforlagets grunnskoleredaksjon reduseres i forhold til det som utgjorde grunnskoleredaksjonen på vedtakets ikrafttredelsestidspunkt.

2. Gyldendal og Aschehoug pålegges å sørge for at Universitetsforlagets datterselskap Økonomiforlaget AS

selges innen ... Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt. 8..

Salget skal gjennomføres av Universitetsforlaget eller av en uavhengig tredjemann.

Før salget gjennomføres skal det meldes til Konkurransetilsynet som eventuelt vil vurdere kjøperens ervert som en egen sak.

Før salget av Økonomiforlaget AS forbyes Gyldendal og Aschehoug å gjennomføre tiltak i Økonomiforlaget AS som direkte eller indirekte vil medføre at verdien av Økonomiforlagets redaksjon reduseres i forhold til det som utgjorde redaksjonen på vedtakets ikrafttredelsestidspunkt.

3. Gyldendal og Aschehoug pålegges å sørge for at Aschehougs eierandeler i forlaget Yrkesopplæring ANS overføres til Gyldendal innen ...

Unntatt offentlighet, jf offl §5a. Opplysningene finnes i vedlegg I pkt.9..

4. Delingen av Universitetsforlaget skal for øvrig gjennomføres som beskrevet i vedtakets pkt. 5.

Vedtaket trer i kraft 20. desember 1999.

Konkurransetilsynets vedtak kan påklages innen 3 uker til Arbeids- og administrasjonsdepartementet. En eventuell klage stiles departementet, men sendes til Konkurransetilsynet. Det vises til vedlagte skjema om klageadgang.

[til toppen](#)