
Melding om foretakssammenslutning

AMEDIA LOKAL AS

ervert av kontroll over

ASKER OG BÆRUMS BUDSTIKKE AS

19. januar 2021

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMEIGHETER

1 KONTAKTINFORMASJON

1.1 Foretak som erverver kontroll

Navn: Amedia Lokal AS
Org.nr.: 987 604 638
Adresse: Akersgata 34, 0180 Oslo

1.2 Representant

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS
Kontakt: Knut Alexander Johnsen / Mads Magnussen
Adresse: Postboks 1513 Vika, 0117 Oslo
Telefon: +47 486 03 641 / +47 932 15 983
E-post: kaj@wr.no / mma@wr.no

1.3 Målselskap

Navn: Asker og Bærums Budstikke AS
Org.nr.: 922 218 951
Adresse: Billingstadsletta 17, 1396 Billingstad

1.4 Selger

Navn: Asker og Bærums Budstikke Holding AS
Org.nr.: 910 301 268
Adresse: Billingstadsletta 17, 1396 Billingstad

2 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Meldingen gjelder Amedia Lokal AS ("**Amedia Lokal**") sitt planlagte erverv av alle bortsett fra én (0,1 prosent) av aksjene i Asker og Bærums Budstikke AS ("**Budstikka**") fra Asker og Bærums Budstikke Holding AS ("**Budstikka Holding**"). Styret i Budstikka Holding har akseptert tilbudet fra Amedia AS ("**Amedia**") og avtalen forutsetter nødvendige vedtak på generalforsamling i Budstikka Holding.¹ Det er foreløpig ikke utarbeidet utkast til aksjekjøpsavtale.

Amedia vil gjennom erverv av tilnærmet alle aksjene på varig grunnlag overta enekontroll over Budstikka, jf. konkurranseloven § 17. Foretakssammenslutningen innebærer at Budstikka blir en del av Amedias tjenestetilbud og får administrative tjenester gjennom Amedia. Imidlertid kommer Budstikka til å bevare sin redaksjonelle profil og formålsbestemmelse. Avisens uavhengighet vil bli ivaretatt av Stiftelsen Asker og Bærums Budstikke, som vil ha én aksje i Budstikka. Stiftelsen har som formål å godkjenne redaktøransettelser og eventuelle endringer i formålsbestemmelsen.

¹ Se <https://investor.budstikka.no/>.

Den strategiske og økonomiske begrunnelsen for foretakssammenslutningen er flerdelt:²

- Budstikka er en tradisjonsrik lokalavis som dekker Asker og Bærum, to av landets største kommuner. Amedia har ingen lokalaviser med samme nedslagsområde, slik at Budstikka godt vil komplementere Amedias eksisterende aviser.
- Budstikka står fremfor omfattende arbeid innen digitalisering og effektive driftsløsninger. Amedia har med sin erfaring med modernisering av lokalaviser og eksisterende løsninger de beste forutsetninger for å videreutvikle Budstikka til en enda bedre og mer nødvendig informasjonskilde for befolkningen i Asker og Bærum.

Gjennomføring av foretakssammenslutningen er betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet. Ervervet er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter.

3 INVOLVERTE FORETAK

3.1 Amedia AS

Amedia er et norsk mediekonsern som hovedsakelig fokuserer på lokale medier. Amedia eier 80 lokal- og regionalaviser, åtte lokale nettstedet og Mediehuset Nettavisen i Norge, samt har en eierandel på 20 prosent i Bonnier News Local AB i Sverige.

Amedia har i tillegg trykkeri- og distribusjonsvirksomhet i Norge, og trykkerivirksomhet i Russland. Fellesfunksjoner, herunder IT, utvikling, forbrukermarked, annonseproduksjon, kundesenter, sideproduksjon, analyse og regnskapstjenester er samlet i sentrale enheter som støtter driften av de øvrige forretningsområdene.

Amedia er i sin helhet eid av Avishuset Norge AS, som har som sitt utelukkende formål å være et holdingselskap for aviskonsernet og eie aksjer i Amedia. Avishuset Norge er igjen i sin helhet eid av Amediastiftelsen. Avishuset Norge og Amediastiftelsen har ingen virksomhet utover eierskapet i Amedia.

Amedia hadde i 2019 en konsolidert konsernomsetning på 3 745 millioner kroner. Hovedkontoret ligger i Oslo, og konsernet sysselsatte 2 203 årsverk (ekskl. avisbud) ved utgangen av 2019. En oversikt over heleide og deleide datterselskaper i konsernet fremgår av note 18 til 20 i årsrapporten for 2019. Årsrapporten er inntatt som

Bilag 1: Amedias årsrapport for 2019

Amedia har virksomhet innenfor følgende virksomhetsområder i Norge:

- Formidling av nyheter gjennom papiravis og på internett
- Distribusjon av aviser og reklame
- Trykkeri

² Se Amedias pressemelding, datert 16. desember 2020: www.amedia.no/presserom/nyheter/amedia-kjoper-budstikka/.

- Annonsealg, herunder annonsesamkjøring

Amedia driver trykk- og distribusjonsvirksomhet gjennom Amedia Trykk og Distribusjon AS. Selskapet har 13 hel- og/eller deleide distribusjonsselskaper som distribuerer aviser, kundemagasiner, innstikk/DM, ukeblader, fagblader og bøker. De fleste av Amedias titler blir distribuert og trykket av selskapet. Videre eier selskapet seks trykkerier i Norge, hvorav fem er heleide.³ Amedia er i tillegg medeier i ett felleskontrollert trykkeri.⁴ Trykkeriene produserer dagsaviser, kundeaviser og reklameaviser, samt organisasjonsblader.

Videre driver Amedia annonsesalg og annonsesamkjøring gjennom Amedia Salg og Marked AS. Amedias annonsesamkjøring gir annonsørene nasjonal annonsedekning gjennom tilgang til over 100 lokalaviser på papir, nett og mobil i hele landet, i tillegg til annonser i innstikk/DM, digitale bilag samt stillings- og eiendomsprodukter. Budstikka er en del av Amedias annonsesamkjøring.

Amedia er medlem av bransjeorganisasjonene Mediebedriftenes Landsforening, Norsk Pressehistorisk Forening, Mediebedriftene i Oslo og Akershus, World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA) og Interesseorganisasjonen for digital markedsføring og kommunikasjon (INMA).

For mer informasjon om Amedia vises det til hjemmesidene www.amedia.no.

3.2 Asker og Bærums Budstikke AS

Asker og Bærums Budstikke AS gir ut avisen Budstikka og nettavisen budstikka.no. Budstikka er en rendyrket lokalavis for Asker og Bærum og har i dag ca. 22 000 abonnenter og 60 000 daglige lesere. Hovedkontoret er beliggende på Billingstad i Asker og har 45 ansatte. Budstikkas omsetning i 2019 var omtrent 103 millioner kroner. Årsrapporten er inntatt som

Bilag 2: Budstikkas årsrapport for 2019

Budstikka er 100 prosent eid av Asker og Bærums Budstikke Holding AS. Budstikka Holding har et spredt lokalt eierskap med ca. 1 900 aksjonærer, hvorav ingen har eierskap over ti prosent. De fem største eierne er Kavi AS (7,721 prosent), Amble Investment AS (6,351 prosent), Maso Holding AS (6,214 prosent), Johs. Hansen Rederi AS (5,111 prosent) og Vicama AS (3,842 prosent).

Budstikka har ingen heleide eller deleide datterselskaper. Budstikka er medlem av bransjeorganisasjonene Mediebedriftenes Landsforening Mediebedriftene i Oslo og Akershus og WAN-IFRA.

For mer informasjon om Budstikka vises det til <https://investor.budstikka.no/>.

³ Beliggende i henholdsvis Bodø, Lillestrøm, Larvik, Biri, Egersund og Førde.

⁴ Beliggende i Orkanger.

3.3 Omsetning og driftsresultat

Nedenfor følger en oversikt over partenes omsetning og driftsresultat for 2019, inkludert Amedias datterselskaper.⁵ Budstikka har som nevnt ingen datterselskaper.

Tabell 1: Partenes omsetning og driftsresultat for 2019

Selskap	Omsetning (MNOK)	Driftsresultat (MNOK)
Amedia (konsern)	3 447	291
Asker og Bærums Budstikke	103	1

4 INGEN HORIZONTALT BERØRTE MARKEDER

Både Amedia og Budstikka har virksomhet innen nyhetsformidling på papir og internett, og innen tilbud av annonseplass. Partene opererer imidlertid i ulike geografiske markeder, og foretaks-sammenslutningen er følgelig ikke gjenstand for noen horisontalt overlappende markeder.

Konkurransetilsynet la i vedtak V2012-11 *A-pressen/Edda Media*, som gjaldt en foretakssammen-slutning mellom mediehus med fokus på lokalaviser, til grunn at markedene for nyhetsformidling og salg av annonseplass var regionale eller lokale i utstrekning. Tilsynet la til grunn at markedene må avgrenses geografisk til den enkelte avis sitt primære nedslagsfelt.

Budstikka er en morgenavis som kommer ut på papir seks dager i uka med nyheter og innhold fra Asker og Bærum. Budstikka har omtrent 22 000 abonnenter og 60 000 daglige lesere. Bare rundt ■ prosent av Budstikkas lesere har bostedsadresse i Røyken og Hurum. Videre dekker Budstikka bare et fåtall saker fra Røyken og Hurum, i hovedsak begrenset til politiske vedtak som er av relevans for alle innbyggere i Asker kommune, og eventuelle større eller prinsipielle hendelser.

Amedia har ingen aviser som dekker samme geografiske område som Budstikka, men det er flere av avisene som har tilgrensende dekningsområder. Amedia har én enkelt avis, Røyken og Hurums Avis ("**RHA**"), som kan tenkes å dekke et fåtall av de samme sakene som Budstikka. RHA er en lokalavis som utgis på papir tirsdager og torsdager, og som i all hovedsak formidler innhold fra Røyken og Hurum. Avisen har omtrent 5 400 abonnenter og 13 000 daglige lesere. Bare rundt ■ prosent av RHAs lesere har bostedsadresse i Bærum og tidligere Asker kommune.

Budstikka og RHA har i utgangspunktet ulike nedslagsområder, men avisene kan tenkes å dekke noen av de samme sakene ettersom Røyken og Hurum ble innlemmet i Asker kommune i 2020.⁶ Dette gjelder blant annet politiske saker som er av betydning for hele kommunen, og lokalfotball som vises gjennom Amedias aviser. Avisene er for ulike til at leserne og annonsørene vil anse dem for substitutter. Partene er følgelig ikke konkurrenter i markedene for nyhetsformidling og salg av annonseplass, og har heller ingen horisontalt overlappende virksomhet.

⁵ Amedia har i tillegg omsetning i Russland.

⁶ Før kommunesammenslåingen i 2020 var Røyken og Hurum to selvstendige kommuner, samt del av Buskerud fylke.

Dersom Konkurransetilsynet mot formodning mener at det er en horisontal overlapp mellom Budstikka og RHA, kan foretakssammenslutningen uansett ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, da avisene i all hovedsak er komplementære og den eventuelle overlappen mellom dem veldig beskjeden og av helt underordnet betydning for konkurransen.

Konkurransetilsynet fremhevet i vedtak V2012-11 en mulig segmentering av lesermarkedet ut fra om det var tale om en lokal- eller regionalavis, blant annet som følge av ulike egenskaper knyttet til geografisk nedslagsfelt og at flere lokalaviser er fådagereaviser. Tilsynets spørreundersøkelse i den saken viste lav diversjon fra regionavisene til lokalavisene.

Melder fremhever i denne saken at Budstikka ut fra antall utgivelser og opplag kan sammenlignes med en regionavis til tross for at den bare dekker Asker og Bærum. Dette har sammenheng med at det dreier seg om to av landets mest folkerike kommuner. RHA er på sin side en typisk lokalavis med et langt mindre opplag, færre lesere og færre utgivelser. Melder viser til sammenligningen inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 2: Sammenligning av Budstikka og RHA

	Budstikka	RHA
Nedslagsområde	Asker og Bærum	Røyken og Hurum
Utgivelser	Mandag til lørdag	Tirsdag og torsdag
Månedspris	224/369 (digital/komplett)	119/159 (digital/komplett)
Redaksjonelt ansatte	■	■

Budstikka og RHA er dermed under enhver omstendighet ikke nære konkurrenter. Avisene er svært differensierte hva gjelder geografisk nedslagsområde, antall utgivelser, pris og innhold. Foretakssammenslutningen kan ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

5 INGEN VERTIKALT BERØRTE MARKEDER

5.1 Trykkerimarkedet

5.1.1 Ingen konkurransebegrensende virkninger i trykkerimarkedet

Budstikka kjøper trykkeritjenester fra Amedia Trykk Lillestrøm, som trykker 17 ulike dagsaviser og produserer en stor portefølje med reklameaviser og organisasjonsblader. Det er derfor en vertikal forbindelse mellom partene i trykkerimarkedet.

Konkurransetilsynet har i vedtak V2007-13 *Media Norge* skilt mellom avistrykking og andre sivile oppdrag, og også skilt mellom trykking av lokalaviser og trykking av riksaviser og større regionsaviser. I vedtaket ble det lagt til grunn at trykkerimarkedene må geografisk avgrenses basert på en kjøretid på omtrent fire timer, med utgangspunkt i det enkelte trykkeri. Melder legger dette til grunn for denne meldingen ettersom markedsavgrensningen uansett ikke er av betydning.

Amedia har beregnet markedsandeler ved å se på omsetningen og avispapirvolumet til de største trykkeriene som ligger mindre enn fire timer fra Budstikkas nedslagsområde. Markedet omfatter Amedias trykkerier i Lillestrøm, Innlandet og Larvik, samt Schibsteds trykkeri i Nydalen og Polaris'

trykkeri i Arendal.⁷ Melder har estimert totalmarkedet til å ha en verdi på ca. [REDACTED] millioner kr (målt i omsetning) og volum på [REDACTED] tonn (målt i avisepapir), hvilket gir Amedia markedsandeler innen trykking på henholdsvis ca. [REDACTED] og [REDACTED] prosent. Melder har ved beregningen ikke skilt mellom trykking av redaktørstyrte aviser og 'retailaviser'. Alle de nevnte trykkeriene er imidlertid typiske avistrykkerier, men konkurrentene trykker i større grad 'retailaviser' enn det Amedia gjør. Amedia har som kjøper av trykkeritjenester markedsandeler på ca. [REDACTED] og [REDACTED] prosent, målt i henholdsvis verdi og volum.

Foretakssammenslutningen kan ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse innen trykkeri-markedet. Amedias markedsandeler er ganske beskjedne, markedet tatt i betraktning. Videre er Budstikka allerede en kunde hos Amedia, og dessuten av svært liten betydning for konkurransen i markedet. Inntekter fra Budstikka utgjør bare ca. [REDACTED] og [REDACTED] prosent, målt i henholdsvis verdi og volum. Foretakssammenslutningen kan derfor ikke ha utestengende virkninger på konkurrerende avistrykkerier.

5.1.2 Amedia og Budstikkas tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Det er en vertikal overlapp mellom Amedia og Budstikka ettersom Amedia har en markedsandel som overstiger 30 prosent i trykkerimarkedet. I henhold til konkurranseloven § 18a første ledd bokstav f er det derfor i tabellene nedenfor gitt en oversikt over partenes tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører.

Tabell 3: Amedias tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører innen trykkeri

Konkurrenter	Kunder	Leverandører
Schibsted Trykk Oslo (Nydalén)	[REDACTED]	[REDACTED]
Polaris Trykk Sør (Arendal)	[REDACTED]	[REDACTED]
Andre mindre eller utenlandske	[REDACTED]	[REDACTED]

Tabell 4: Budstikkas tre viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Leserkonk.	Annonsekonk.	Kunder	Leverandører
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

5.2 Distribusjonsmarkedet

Budstikka blir distribuert av Schibsted Distribusjon Øst AS. Amedia har ingen egen distribusjon i Budstikkas nedslagsområdet, og det er derfor heller ingen vertikal forbindelse mellom Budstikka og Amedia i distribusjonsmarkedet.

⁷ Som opplyst i brev til Konkurransetilsynet 21. desember 2020, har Hamar Media AS besluttet å legge ned sin trykkerivirksomhet i Hamar. Dette trykkeriet ligger også innenfor fire timer fra nedslagsområdet til Budstikka.

Melder viser i den sammenheng til at EU-kommisjonen tidligere har ment at distribusjon av avis utgjør et eget produktmarked. Avisdistribusjon er særegent ved at det krever punktlige og daglige leveringer til abonnementskunder, hvilket fører til at slik distribusjon krever en annen organisering enn for eksempel distribusjon av blader og magasiner. Melder mener at distribusjonsmarkedene i Norge må anses som regionale ettersom distribusjonen må skje innenfor et smalt tidsvindu hvor leveransen til sluttkunden blir gjennomført om natta eller tidlig om morgenen.

5.3 Potensielle markeder for innloggingsløsninger og publiseringsystemer

Amedia tilbyr ulike digitale tjenester til mediehus, blant annet en identitets- og innloggingsløsning (aID) og en plattform for drift av mediehus hvor kunden får tilgang til flere publiseringsystemer og arbeidsverktøy. Budstikka benytter fra før Amedias identitets- og innloggingsløsning (aID), og løsningene til Aptoma AS/DrPublish for publisering av nettaviser. Det er derfor både en aktuell og potensiell vertikal forbindelse mellom partene i dette markedet.

Melder kjenner ikke til praksis fra Konkurransetilsynet eller andre lands konkurransemyndigheter som analyserer innloggingsløsninger og publiseringsystemer. Det er likevel inntatt en kortfattet beskrivelse av disse produktene ettersom Konkurransetilsynets vedtak V2020-14 la til grunn et marked for digitale tjenester for nyhetsformidling, som omfattet nødvendige digitale tjenester for nyhetsformidling gjennom nettaviser, herunder løsninger for publisering, annonsering, fakturering, påloggingsløsninger, abonnementsløsninger og betalingsløsninger. Markedsavgrensningen ble ikke nærmere begrunnet av Konkurransetilsynet.

Amedias markedsandeler som tilbyder, samt Amedias og Budstikkas markedsandeler som etter-spørger, av slike tjenester er anslått å være langt under 30 prosent. Markedet for slike systemer er som utgangspunkt internasjonalt, og det finnes en rekke aktører som tilbyr både funksjonalitet og rådgivning – enten basert på egenutviklet programvare, lisensierte moduler eller åpen kildekode publiseringsløsninger som *Wordpress* og *Drupal*.

Videre finnes det en hel rekke norske tilbydere av publiseringsystemer som spesifikt retter seg mot aviser, herunder løsningene til Hamar Media AS, Polaris Media AS, Appex AS/Appex Publishing, Publishlab AS/Labrador og Ramsalt AS. Listen er ikke uttømmende. Det skal i tillegg lite til før utenlandske foretak kan tilby løsninger i Norge. En rekke norske aviser bruker allerede *Wordpress*, en amerikansk løsning, uten lokale tilpasninger ved programvaren.

Også dersom en ser nærmere på identitets- og innloggingsløsninger vil Amedias markedsandeler være langt under 30 prosent. Tilsvarende vil være tilfellet for partenes samlede markedsandeler som kjøpere av identitets- og innloggingstjenester. Markedet for slike systemer er som utgangspunkt internasjonalt. Amedias løsning aID møter konkurranse fra Schibsteds løsning Schibsted Konto (benyttet av blant annet Schibsted, FINN og Polaris),⁸ samt ConnectID fra MediaConnect (benyttet av blant annet Hegnar, Klassekampen, Morgenbladet og Mentor Media). I tillegg har enkelte mediehus egne løsninger, for eksempel Dagens Næringsliv, og det er en rekke andre nasjonale identitets- og innloggingsløsninger fra andre bransjer og internasjonale tilbydere som

⁸ Gikk tidligere under navnet SPiD.

Google, Facebook mv. Vipps Login fra Vipps vokser også frem som en konkurrent som følge av det store antallet brukere tjenesten har.

Det er således ingen vertikal overlapp innenfor potensielle markeder for innloggingsløsninger og publiseringssystemer, jf. konkurranseloven § 18a første ledd bokstav f. Uansett utgjør Budstikka en så liten andel av kundegrnlaget for tilbydere av slike løsninger at foretakssammenslutningen ikke kan ha utestengende virkninger på Amedias konkurrenter.

5.4 Annonsesamkjøring

Annonsesamkjøring er en form for horisontalt salgssamarbeid mellom ikke-konkurrerende aviser. Budstikka er allerede deltaker i Amedias annonsesamkjøring, og foretakssammenslutningen medfører derfor ingen endring i Amedias markedsposisjon.

Det er etter melders syn unaturlig å anse forholdet mellom Amedia og Budstikka som et vertikalt forhold med tanke på annonsesamkjøring. Samkjøringen innebærer at Amedia selger annonseplass på vegne av alle deltakende aviser, som et alternativ til å inngå separate kontrakter med hver enkelt avis.

At annonsesamkjøring er et horisontalt forhold og ikke et vertikalt forhold, harmonerer godt med Konkurransetilsynets vedtak V2012-11. Tilsynet vurderte i vedtaket innlemmelsen av Edda Medias aviser i A-pressens annonsesamkjøring som et mulig horisontal problemstilling, og ikke som en vertikal problemstilling. Det vises i denne sammenheng særlig til vedtaket side 20.

På denne bakgrunn legger melder til grunn at transaksjonen ikke kan gi opphav til noen vertikale konkurransebegrensninger innen annonsesamkjøring.

6 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Foretakssammenslutningen vil føre til effektivitetsgevinster ettersom det ikke vil være behov for dupliserte støttetjenester. Budstikka vil få levert administrative tjenester innen lønn og regnskap, kundeservice, annonsesalg, data og produkt- og teknisk utvikling gjennom Amedia. Amedia har ikke vurdert akkurat hvor store effektivitetsgevinster transaksjonen vil gi opphav til, og dette er derfor ikke kvantifisert i meldingen. Foretakssammenslutningen fører uansett ikke til konkurransebegrensende virkninger som effektivitetsgevinstene skal måles opp mot. Amedia vil kunne redegjøre nærmere for gevinstene på et senere tidspunkt dersom Konkurransetilsynet skulle ha behov for det.

7 ÅRSRAPPORTER

Årsberetning og årsregnskap for Amedia og Budstikka for 2019 følger vedlagt som henholdsvis Bilag 1 og Bilag 2, referert til ovenfor.

8 FORRETNINGSCHEMELIGHETER

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter. Forslag til offentlig versjon av meldingen, samt en begrunnelse for forslaget, følger vedlagt som

Bilag 3: Begrunnelse for forslag til offentlig versjon

Bilag 4: Forslag til offentlig versjon av konkurransemeldingen

Oslo, 19. januar 2021
WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS

Knut Alexander Johnsen