

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

Sendt per e-post: post@kt.no

Ansvarlig advokat:
Karin Fløistad

Oslo
27. mai 2021

FORENKLET MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

TV 2 GRUPPEN AS

ERVERVER ENEKONTROLL I

RIKSTV AS

Innholdsfortegnelse

1	Kontaktinformasjon for de involverte foretak	3
1.1	Melder	3
1.2	Øvrige involverte foretak	3
2	Foretakssammenslutningens art	3
3	Beskrivelse av involverte foretak og foretak i samme konsern	3
3.1	TV 2 Gruppen AS	3
3.2	RiksTV AS	5
4	Relevante markeder	6
4.1	Markedsavgrensning	6
4.2	Hovedtrender for TV- og strømmetjenester til sluttbrukere i Norge	7
5	Nærmere om TV 2s strategi gitt hovedtrendene for TV- og strømmetjenester	8
6	Ingen horisontalt overlappende eller berørte markeder	9
7	Ingen vertikalt berørte markeder	9
8	Viktigste konkurrenter, kunder og leverandører	10
9	Konkurransanalyse	10
10	Effektivitetsgevinster	11
11	Redegjørelse for at vilkårene for å inngi forenklet melding er oppfylt	11
12	Melding til andre konkurransemyndigheter	12
13	Forslag til offentlig versjon av konkurransemeldingen	12

Med dette meldes foretakssammenslutning hvor TV 2 Gruppen AS ("TV 2") erverver 50% av aksjene i RiksTV AS ("RiksTV") fra NRK Aktivum AS ("NRK"), som selger i transaksjonen. TV 2 eier allerede per i dag de resterende 50% av aksjene i RiksTV etter foretakssammenslutning meldt til Konkurransetilsynet den 18. oktober 2019. Foretakssammenslutningen innebærer dermed at TV 2 går fra å ha felleskontroll til å erverve enekontroll i RiksTV, jf. konkurranseloven § 18 første ledd.

Vilkårene for å inngi forenklet melding er oppfylt, jf. nærmere om dette i punkt 11 nedenfor.

Det er TV 2s oppfatning at foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, og at inngrepskriteriet i konkurranseloven § 16 første ledd dermed ikke er oppfylt.

1 Kontaktinformasjon for de involverte foretak

1.1 Melder

TV 2 Gruppen AS
Organisasjonsnummer: 962 925 634
Lars Hilles gate 30, 5008 Bergen
Postboks 7222
5020 Bergen

Melders representant:
Advokat Karin Fløistad
Advokatfirmaet Simonsen Vogt Wiig AS
Postboks 2043 Vika
0125 Oslo

Kontaktperson: Tomas Myrbostad
E-post: tomas.myrbostad@tv2.no
M: (0047) 928 04 883

E-post: kfl@svw.no
T: (0047) 21 95 55 00
M: (0047) 934 51 175

1.2 Øvrige involverte foretak

RiksTV AS
Organisasjonsnummer: 889 099 682
Økern torgvei 13, 0580 Oslo
Postboks 393 Økern
0513 Oslo

Kontaktperson: Jérôme Franck-Sætervoll
E-post: jerome.franck@rikstv.no
T: (0047) 915 27 005
M: (0047) 915 27 005

2 Foretakssammenslutningens art

Forut for foretakssammenslutningen eies RiksTV av hhv. TV 2 Gruppen AS og NRK med 50% av aksjene hver. Tidligere var også Telenor ASA ("Telenor") inne på eiersiden i RiksTV, men Telenors eierandel ble solgt ut til TV 2 og NRK ved foretakssammenslutning meldt til Konkurransetilsynet den 18. oktober 2019. Etter at Telenor solgte seg ut har TV 2 og NRK per i dag felleskontroll i RiksTV. Dette betyr at foretakssammenslutningen innebærer at TV 2, gjennom ervervet av de resterende 50% av aksjene i RiksTV fra NRK (selger), vil gå fra å ha felleskontroll til å erverve enekontroll over RiksTV.

Gjennomføring av foretakssammenslutningen er betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet. Oppkjøpet planlegges gjennomført så snart godkjenning av foretakssammenslutningen foreligger.

3 Beskrivelse av involverte foretak og foretak i samme konsern

3.1 TV 2 Gruppen AS

TV 2 Gruppen AS er et norskregistrert aksjeselskap, og er et heleid datterselskap av Egmont Holding AS. Egmont Holding AS er et norsk holdingselskap og en del av det nordiske Egmont-konsernet. Egmont-konsernet er kontrollert av den danske stiftelsen Egmont Fonden, som konsernspiss og

ultimat eier. Øvrige norske hovedvirksomheter under Egmont Holding AS ligger i Story House Egmont AS (100%), Cappelen Damm Holding AS (50%) og Nordisk Film AS.
Se vedlagte organisasjonskart for en fullstendig oversikt:

Bilag 1: Organisasjonskart for Egmont Group (30.04.2021)

Se også Egmonts årsrapport, som er offentlig tilgjengelig på følgende nettside:

<https://www.egmont.com/key-figures-reports>

Egmont-konsernet hadde konsolidert omsetning i 2020 på ca. EUR 1,5 milliarder og et driftsresultat på ca. EUR 85 millioner, hvorav det meste av dette er omsetning fra de nordiske landene. Egmont-konsernet rapporterer ikke konsolidert omsetning for hvert land, men omsetningen overstiger uansett terskelverdiene for meldeplikt kun fra TV 2s norske omsetning, jf. konkurranseloven § 18.

Ytterligere informasjon om Egmont-konsernet er tilgjengelig på konsernets nettsider:

<https://www.egmont.com/>

Den største virksomheten i TV 2-konsernet er TV-selskapet og mediehuset TV 2 AS, som er et norskregistrert aksjeselskap og en kommersiell allmennkringkaster i Norge. TV 2 har virksomhet innenfor innholdsproduksjon, kjøp av TV-rettigheter, TV-reklame, salg av distribusjonsrettigheter (TV-grossistvirksomhet overfor TV-distributørene), samt egen distribusjon av TV-innhold og salg til sluttbrukere av abonnement via internett gjennom strømmetjenesten TV 2 Sumo. Selskapets hovedinntektskilder er distribusjonsinntekter, reklameinntekter og direkte abonnementsinntekter.

TV 2 har hovedkontor i Bergen og selskapet har ca. 920 ansatte.

TV 2 tilbyr per i dag følgende TV-kanaler: TV 2 Hovedkanalen, TV 2 Nyhetskanalen, TV 2 Zebra, TV 2 Humor, TV 2 Livsstil, TV 2 Sport 1, TV 2 Sport 2 og TV 2 Sport Premium, i tillegg til C More-kanalene. Med unntak for TV 2 Sport Premium og C More-kanalene tilbys alle TV 2s TV-kanaler som en del av TV-distributørens grunnpakker eller utvidede grunnpakker/familiepakker, dvs. med bred distribusjon til TV-seerne. Samtlige kanaler distribuerer også på TV 2 Sumo plattformen.

TV 2s innholdsportefølje omfatter både egenproduksjoner, i første rekke nyhetssendinger, og innkjøpte eksterne produksjoner/innhold. TV 2 tilbyr nyheter, aktualitet, underholdning, film og serier og sport. TV 2 tilbyr, som nevnt, også sin egen abonnements-tjeneste, TV 2 Sumo, samt nyhetsnettstedet TV2.no. TV 2 Sumo har også innhold utover det som går på TV-kanalene.

TV 2s inntekter kommer dels fra reklamesalg på TV-kanalene og digitale flater (herunder tv2.no) og dels fra brukerinntekter, enten indirekte fra distribusjonspartnere, eller direkte gjennom TV 2 Sumo. En betydelig del av TV 2s inntekter og kostnader er knyttet til eksklusive sportsrettigheter som kjøpes inn og distribueres av selskapet, som f.eks. Premier League og Champions League.

Utover det felleskontrollerte RiksTV, kontrollerer TV 2 i tillegg følgende datterselskaper:

- Broom.no AS (100%) og Broommarked AS (100%), som er et nettsted for motor og bil.
- Electric Friends AS (73%), som er en leverandør av studio- og teknologiløsninger.
- Screen Media AS (100%), som er et produksjonsselskap og kontrollerer datterselskapene Screen Story AS (91%) og Aventura Media AS (70%), som også er produksjonsselskaper.

- TV 2 Invest AS (100%), som er et investeringsselskap.
- TV 2 Skole AS (100%), som er en leverandør av digitale læremidler.
- Vimond Media Solutions AS (100%), teknologi/plattformleverandør for strømmetjenester.
- Wolftech Broadcast Solutions AS (91%), leverandør av teknologi og publiseringsløsninger.
- Norges televisjon AS (50 %), drifter av det digitale bakkenettet i Norge, med to faste kunder; NRK, som distribuerer fjernsynssignalene åpent, og RiksTV, som er en norsk TV-distributør.

For fullstendighetens skyld nevnes at TV 2, utover eierskapet i selskapene nevnt ovenfor, også kontrollerer Nydalen Studios AS (100 %), Eventyrkanalen AS (100 %), samt det inaktive selskapet TV 2 Torget AS (100 %) med tilhørende datterselskaper, og har eierinteresser i Publish Lab. AS (50 %), Faktisk.no AS (25 %), My Game AS (22,3 %) og The Oslo Company AS (20 %).

TV 2 rapporterer ikke konsolidert omsetning på gruppenivå. Omsetning og driftsresultat i TV 2 i 2020 fordeler seg som følger for selskaper med omsetning i konsernet (NOK hele 1000):

Selskap	Omsetning	Driftsresultat
TV 2 Gruppen AS		
TV 2 AS		
TV 2 Invest AS		
Vimond Media Solutions AS		
Broom.no AS		
Broommarked AS		
TV 2 Skole AS		
Electric Friends AS		
Wolftech Broadcast Solutions AS		
Aventia Media AS		
Screen Story AS		
Screen Story Film & TV AS		
Norges Televisjon AS (50 %)		

TV 2s årsberetning og årsregnskap for 2020 er ennå ikke signert, men tentative tall for 2020 følger ovenfor. Årsberetning og årsregnskap for 2019 er offentlig tilgjengelig i Brønnøysundregistrene.

Ytterligere informasjon om TV 2 er tilgjengelig på selskapets nettsider:

<https://www.tv2.no/>

3.2 RiksTV AS

RiksTV er et norskregistrert aksjeselskap, som forut for foretakssammenslutningen er kontrollert i fellesskap av TV 2 og NRK med hhv. 50% av aksjene hver. Etter foretakssammenslutningen, hvor NRKs eierandel på 50% erverves av TV 2, vil RiksTV bli et heleid datterselskap av TV 2.

RiksTV er en norsk TV-distributør som selger kanalpakker til publikum/seerne gjennom det digitale bakkenettet (DTT). Selskapets hovedformål er å drive betal-TV virksomhet i det digitale bakkenettet. RiksTV tilbyr imidlertid også et TV-tilbud via fibernett (IPTV), via fiberpartnere som enten selger direkte til private husstander eller til boligsammenslutninger og borettslag.

RiksTV tilbyr TV-pakkene "RiksPakken", "RiksPakken Basis" og "Favoritter" til sluttbrukere levert over det digitale bakkenettet/IPTV via ulike løsninger, som dekoder, kortleser, mobil, nettbrett og Apple TV. Sluttbrukere som abonnerer på RiksTV og får TV-signal levert via bakkenettet/IPTV, får dermed samtidig tilgang til innholdet via internett på RiksTVs nettside og gjennom RiksTV-appen.

De siste årene har RiksTVs markedsandel vært fallende, primært som følge av at flere husholdninger er tilknyttet fibernett og får TV-produktet levert sammen med bredbåndstjenesten. Begge de trådløse plattformene, bakkenettet og satellitt (DTH), har fallende andeler, men DTH faller raskere.

Utover tilbudet i bakkenettet tilbyr RiksTV et internettbasert TV-produkt gjennom merkevaren Strim. Strim leveres som en strømmetjeneste, eller såkalt OTT («over-the-top»). OTT-distribusjon er uavhengig av distribusjonsteknologi og leveres til alle typer skjermenheter; mobil, PC, nettbrett, smart-TV, Apple-TV osv. I motsetning til IPTV, som også formidles via internett, krever OTT-distribusjon heller ingen dedikert «set-top-boks» eller tilsvarende TV-sentrisk sluttbrukerutstyr.

Strim-tjenesten ble lansert høsten 2018. Per i dag har Strim-tjenesten ca. [REDACTED] betalende kunder.

Ytterligere informasjon om Strim er tilgjengelig på følgende nettside:

<https://www.strim.no/>

RiksTV har hovedkontor på Økern i Oslo og selskapet hadde 98 ansatte i slutten av 2020.

RiksTV hadde omsetning i 2019 på ca. NOK 1,3 milliarder, og et driftsresultat på ca. NOK 53,3 millioner. RiksTVs årsberetning og årsregnskap for 2020 er ikke godkjent og klart, men tentative tall for 2020 er en omsetning på ca. NOK [REDACTED] og driftsresultat på ca. NOK [REDACTED]. Siste tilgjengelige årsberetning og årsregnskap er offentlig tilgjengelig i Brønnøysundregistrene.

Ytterligere informasjon om RiksTV er tilgjengelig på selskapets nettsider:

<https://www.rikstv.no/>

RiksTV har ett datterselskap, Strim AS (100 %), et tomt selskap uten drift som ble stiftet i 2017 av merkevaregrunner. Årsberetning og årsregnskap er offentlig tilgjengelig i Brønnøysundregistrene.

4 Relevante markeder

4.1 Markedsavgrensning

Markedsavgrensning gir et rammeverk for analysen av foretakssammenslutningers virkninger på konkurransen, og avgrenses etter en produktdimensjon og en geografisk dimensjon. Utgangspunkt for avgrensningen er de produkter og tjenester partene leverer, primært basert på substitusjon på etterspørselssiden ved små, varige prisøkninger. Tilbudssubstitusjon kan også tas i betraktning dersom den kan ha de samme umiddelbare og direkte virkningene som etterspørselssubstitusjon.

I konkurransemeldingen av 18. oktober 2019 la melder til grunn følgende markedsavgrensning, basert bl.a. på EU-kommisjonens avgrensninger av markedet i tidligere fusjonssaker i TV-markedet:


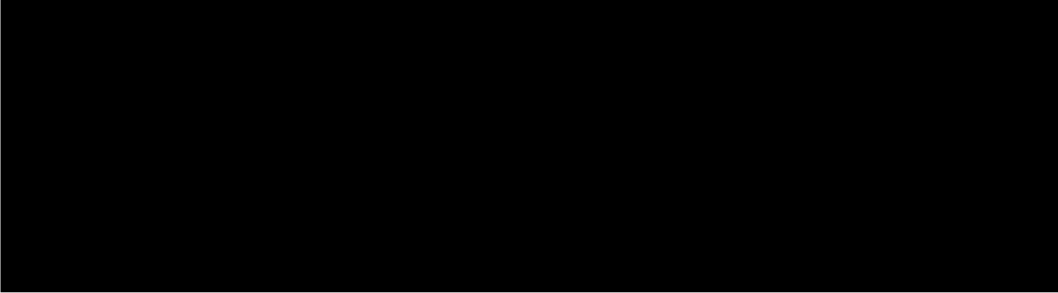
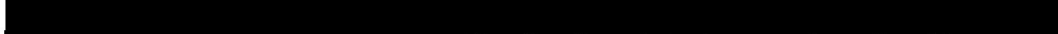

- TV-rettighetsmarkedet i Norge (produksjon av TV-innhold og TV-rettigheter).

- TV-grossistmarkedet i Norge (leveranse av TV-innhold og kanalpakker til distributører).
- TV-distribusjonsmarkedet i Norge (distribusjon av TV-innhold og kanaler til sluttbrukere).
- TV-reklamemarkedet i Norge (salg av annonseplass i sendeflater på TV).

Konkurransesvurderinger, herunder markedsavgrensninger og konkurranseanalyser, skal være dynamiske og fremoverskuende. Det er derfor viktig å bemerke også noen hovedtrender for TV- og strømmetjenester til sluttbrukere i Norge, og melder vil redegjøre for sitt syn på dette rett nedenfor.

4.2 Hovedtrender for TV- og strømmetjenester til sluttbrukere i Norge

Etter TV 2s syn vil følgende hovedtrender prege markedet for salg av TV- og strømmetjenester til sluttbrukere i årene fremover, hvilket er relevant for konkurranseanalyser i denne og øvrige saker:

- 
- 
- Norske forbrukere konsumerer stadig mer innhold via strømming. Lineær-TV faller jevnt og trutt, men på grunn av samlet økt konsum, ikke like mye som økningen i strømmetjenester.  De aller fleste kringkasterne har nå etablert egne strømmetjenester for å kunne tilby innholdet til kunder som ønsker å strømme.
- Globale strømmeaktører som Netflix, HBO og Disney, som i hovedsak tilbyr internasjonalt innhold, har på kort tid oppnådd høye markedsandeler og en stor del av det samlede innholdskonsumet. Flere nye aktører, f.eks. Amazon Prime, er i en vekstfase. Flere av de globale strømmetjenestene har latt seg aggregere av TV-distributører, gjerne etter en innledende fase hvor tjenesten tilbys kun direkte til sluttbruker. Alle de store distributørene tilbyr i dag strømmetjenester som en del av sitt TV-produkt.
- 
- TV 2 møter derfor i økende grad konkurransepress både oppstrøms; om rettigheter til innhold, og nedstrøms; i konkurransen om tilgang til distributørenes pakker og tilbud, og

om TV-seernes oppmerksomhet, tidsbruk og "share of wallet" (med dette menes andelen av TV-seernes totale "budsjett" for kjøp av TV-innhold via ulike plattformer).

- 

Denne utviklingen berører i liten grad avgrensning av markedene for hhv. TV-rettigheter og TV-reklame, men reiser noen spørsmål knyttet til TV-grossistmarkedet og TV-distribusjonsmarkedet.

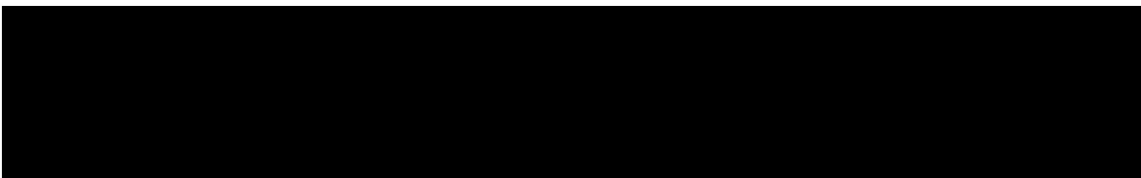
TV 2 anser at strømmetjenester i stadig økende grad konkurrerer direkte med TV-kanalene, både i grossistmarkedet og i sluttbrukermarkedet.

TV 2 mener videre at det fortsatt er et eget sluttbrukermarked for distribusjon av aggregerte TV-tjenester fordi de enkeltstående strømmetjenestene ikke er et substitutt for en bred pakke som samler innhold fra mange innholdsleverandører. Det er imidlertid ikke nødvendig å konkludere endelig på markedsavgrensningen i denne saken, fordi oppkjøpet uansett ikke vil kunne hindre effektiv konkurranse på noe relevant marked.



5 Nærmere om TV 2s strategi gitt hovedtrendene for TV- og strømmetjenester

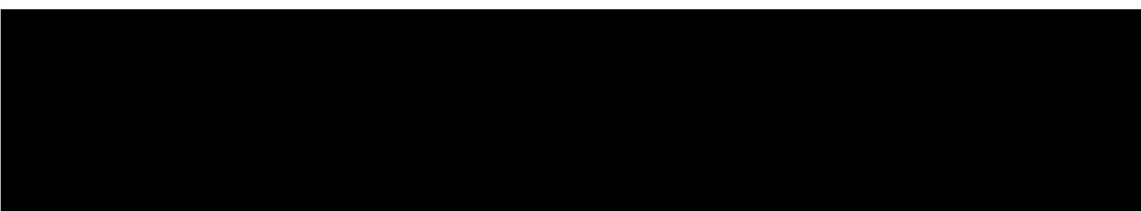
En stor del av TV 2s inntekter er fortsatt knyttet til tradisjonell, lineær distribusjon. TV 2s største utfordring er å opprettholde markedsposisjonen, i den økte konkurransen med aktører som har store konkurransefortrinn: Globale strømmeaktører produserer innhold for et globalt marked og har store skalafordeler på både produksjon/innkjøp av innhold og tekniske løsninger.



TV 2 Sumo har lyktes godt i strømmemarkedet, og har i dag en markedspenetrasjon på ca. 25% av husholdningene (TV 2s andel av antall strømmeabonnementer er likevel en del lavere, fordi snitthusholdningen har mer enn én strømmetjeneste).



TV 2s distribusjonsstrategi er derfor å sørge for at egen strømmetjeneste er bredt tilgjengelig hos aktører som tilbyr aggregerte TV- og strømmepakker, ved siden av sitt eget direktesalg til kundene.



TV 2 har interesse i å sikre konkurranse i TV-distribusjonsmarkedet. Dette var i sin tid ett av hovedformålene med etableringen av RiksTV og betal-tv-tilbudet i det digitale bakkenettet. Det er derfor ønskelig for TV 2 å gjøre flere aktører i stand til å tilby et komplett innholdstilbud, og med dette styrke konkurransen. Herunder ønsker TV 2 i tiden fremover å gjøre det mulig for flere aktører å tilby et TV-produkt via bredbåndsinfrastruktur som kontrolleres av andre.

TV 2 har på denne bakgrunn, som del av sin distribusjonsstrategi, tilbudt [redacted] en rett til å distribuere TV-tilbudet over internett som OTT, dvs. uavhengig av tilknytning til henholdsvis satellitt og bakkenett og uten en dedikert TV-boks. Dette er således rettigheter som går vesentlig lengre enn IPTV-rettigheter og såkalte "TV Everywhere"-rettigheter. Sistnevnte gir distributøren en rett til å formidle innholdet over internett gjennom egne apper til mobil, PC osv, på forutsetning om at forbrukeren har et TV-abonnement på en tradisjonell TV-plattform (kabel, IPTV, DTH eller DTT).

Den første avtalen om OTT-rettigheter til TV 2s innhold ble inngått med [redacted]

[redacted] TV 2 ønsker derfor at grunntilbudet i TV 2 Sumo gjøres tilgjengelig som del av de tradisjonelle TV-distributørens grunnprodukter, slik som TV-kanalene har vært det til nå.

6 Ingen horisontalt overlappende eller berørte markeder

Et marked er horisontalt berørt hvis minst to av partene er aktive på det samme relevante markedet og partenes samlede markedsandel overstiger 20%, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav e.

TV 2 anser det slik at markedet for TV-distribusjon må avgrenses til aggregerte TV-tjenester. I dette markedet er det kun RiksTV som opererer, i konkurranse med de andre TV-distributørene som leverer aggregerte tjenester. RiksTVs markedsandel (målt i andel tilknyttede husholdninger) er ca. 10%. TV 2 Sumo tilbyr en strømmetjeneste med eget innhold, som ikke kan erstatte en bred TV-pakke som samler innhold fra de viktigste kringkasterne og strømmetjenestene. Enkeltstående strømmetjenester er et supplement til en bred TV-pakke, ikke et substitutt. Dette vises ved at de fleste strømmekunder også har abonnement på en TV-pakke. 86% av norske husholdninger har fortsatt en TV-pakke, samtidig som 57% har abonnement på minst én strømmetjeneste.

RiksTV har ingen produksjon av TV-innhold og er ikke aktiv i markedet for TV-rettigheter. RiksTV er heller ikke til stede i markedene for TV-grossister eller TV-reklame; RiksTV tilbyr kun aggregerte tjenester til sluttbrukere. I disse markedene er det derfor kun TV 2 som er til stede i dag.

7 Ingen vertikalt berørte markeder

Vertikalt berørte markeder er de markeder der en part opererer i et forutgående eller etterfølgende ledd til et marked hvor en annen part opererer, og deres samlede markedsandel overstiger 30% på hvert av de respektive forbundne markedene, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav e.

TV 2 er aktiv på TV-grossistmarkedet i Norge og selger sine kanaler og tjenester "oppstrøms" til TV-distributørene (aggregatorer) gjennom tredjeparts TV-distributører, som f.eks. RiksTV, Allente, Telenor, Altibox og Telia, i konkurranse med andre kringkastere og strømmetjenester.

RiksTV er, som TV-distributør av aggregert innhold, på kjøpersiden (etterfølgende omsetningsledd) i grossistmarkedet, og erverver rettigheter fra innholdsleverandører i konkurranse med andre TV-distributører. Aktivitetene gir derfor opphav til vertikalt overlappende virksomhet.

I Kantar TNS TVOV-målinger, som blant annet benyttes som grunnlag for avregning i TV-reklamemarkedet, har TV 2 en markedsandel på ca. 30% (2020-tall, totalunivers 12+). Her er imidlertid ikke bruk av strømmetjenester inkludert, da flere av de største strømmetjenestene, deriblant Netflix, Viaplay og HBO, ikke deltar i TVOV-målingen. I et marked hvor også all seing på strømmetjenester var inkludert, vil derfor TV 2s markedsandel være betydelig lavere. TV 2 sitter imidlertid ikke på slike tall.

På TV-distribusjonsmarkedet (markedet for aggregerte TV-tjenester) i Norge har RiksTV ifølge Nkoms statistikk (1. halvår, 2020) en estimert markedsandel på ca. 10% basert på antall TV-abonnement. Skulle markedet også ha inkludert abonnement enkeltstående strømmetjenester, f.eks. fra aktører som Netflix, HBO og øvrige, ville også RiksTVs markedsandel ha vært betydelig lavere, jf. ovenfor.

Det følger av dette at TV-grossist- og TV-distribusjonsmarkedene ikke er vertikalt berørt.

8 Viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

TV 2s viktigste konkurrenter på TV-grossistmarkedet i Norge er NRK, Discovery og NENT. I tillegg anser TV 2 også globale strømmeaktører som Netflix, HBO og Disney som konkurrenter i TV-grossistmarkedet. TV 2s viktigste kunder i dette markedet er Telenor, Telia, Allente, Altibox og RiksTV. Viktigste leverandører [REDACTED]

RiksTVs viktigste konkurrenter på TV-distribusjonsmarkedet i Norge er Telenor, Telia, Allente, Altibox og NextGenTel. RiksTVs viktigste kunder på markedet er private, hvorav ca. [REDACTED] er privatkunder, mot ca. [REDACTED] bedriftskunder, f.eks. hoteller og andre med bedriftsabonnement. Det gir liten mening å rangere bedriftskundene ut fra viktighet, ettersom det dreier seg om et svært stort antall bedriftskunder, nærmere bestemt totalt ca. [REDACTED] individuelle bedriftskunder med en snittomsetning på ca. NOK [REDACTED]. RiksTVs viktigste leverandører er [REDACTED]

9 Konkurransanalyse

Innledningsvis bemerkes at TV 2 allerede utøver felles kontroll i RiksTV, sammen med NRK, og foretakssammenslutningen er derfor som utgangspunkt ikke egnet til å gi noen ensidige (ikke-koordinerte) negative effekter. Sammenslutningen vil også medføre at felles eierskap mellom to kringkastere, og eventuelle negative effekter av dette, vil opphøre.

Melder anser som nevnt at TV 2 (inkludert TV 2 Sumo) og RiksTV (inkludert Strim) opptre i ulike markeder, da enkeltstående strømmetjenester, som f.eks. TV 2 Sumo, ikke kan substituere en bred pakke med TV- og strømmetjenester fra mange innholdsleverandører, som f.eks. Strim.

Skulle man anse at det finnes ett marked for både aggregerte og enkeltstående TV- og strømmetjenester, vil dette markedet likevel ikke være berørt marked i foretakssammenslutningen. Partenes samlede markedsandel på et slikt marked vil være godt under 20%, jf. ovenfor.

Fordi verken RiksTV eller TV 2 disponerer egen bredbåndsinfrastruktur, vil partene også samlet ha betydelige konkurranseulempesammenlignet med TV-distributører som kontrollerer fibernett og andre bredbåndsnett, og som kan flytte denne markedsmakten inn i TV-distribusjonsmarkedet.

Partene vil videre fremover også møte generelt økt konkurranse både i grossistmarkedet og TV-distribusjonsmarkedet fra en rekke nye, sterke aktører, i første rekke globale strømmetjenester.

Etter melderens syn er den eneste (teoretisk) mulige skadehypotesen i saken knyttet til eventuelle vertikale effekter som følge av at TV 2 vil bli ytterligere vertikalt integrert med egen TV-distribusjon etter oppkjøpet. TV 2 er allerede vertikalt integrert med RiksTV gjennom eierskapet på 50%.

Verken erverv av felles kontroll (fra 33% til 50%), som beskrevet i meldingen 18. oktober 2019 eller full kontroll (fra 50% til 100%) vil kunne gi opphav til utestengende effekter. Foretakssammenslutningen vil ikke medføre at TV 2 vil ha mulighet til eller ønske om å distribuere TV-innhold eksklusivt til RiksTV eller diskriminere RiksTVs konkurrenter på pris ("input foreclosure"), da TV 2 gjennom sin forretningsmodell er avhengig av bred distribusjon. Det vises i den forbindelse til at TV 2 har avtaler med alle TV-distributørene, og [REDACTED]

Foretakssammenslutningen vil heller ikke gi muligheter for eller insentiver til at RiksTV avstår fra å distribuere konkurrerende TV-kanaler og strømmetjenester ("customer foreclosure"). RiksTV er avhengig av å levere et bredt innholdstilbud for å kunne konkurrere effektivt i markedet for aggregerte TV- og strømmetjenester. Dette gjelder både for RiksTVs tradisjonelle distribusjon i bakkenettet og via IPTV, samt OTT-distribusjon gjennom tjenesten Strim.

Vi bemerker også for ordens skyld at for distribusjon i det digitale bakkenettet er RiksTV, gjennom avtalen med Norges Televisjon AS, pålagt å etterleve konsesjonens krav om ikke-diskriminering og objektive kriterier ved utvelgelse av kringkastere, hvilket også forhindrer diskriminering.

Kontrollendringen i form av en økning fra kontrollerende eierandel på 50% (felleskontroll) i RiksTV til 100% (enkontroll), vil for øvrig heller ikke endre TV 2 og RiksTVs muligheter eller insentiver til å forfølge eventuelle utestengende strategier, og det vil ikke være årsakssammenheng mellom foretakssammenslutningen og hypotetisk konkurranseskade basert på vertikale effekter.

Det følger av dette at foretakssammenslutningen etter melderens syn ikke i betydelig grad hindrer effektiv konkurranse. Inngrepskriteriet i konkurranseloven § 16 første ledd er derfor ikke oppfylt.

10 Effektivitetsgevinster

Ettersom inngrepskriteriet i konkurranseloven § 16 etter melderens syn uansett ikke er oppfylt, går melder ikke nærmere inn på effektivitetsgevinster, selv om oppkjøpet vil kunne gi synergiefer mv.

11 Redegjørelse for at vilkårene for å inngi forenklet melding er oppfylt

Det følger av bestemmelsen i meldepliktforordningen § 3 første ledd nr. 2 at forenklet melding kan inngis for foretakssammenslutninger hvor en part overtar enekontroll over et foretak som den før foretakssammenslutningen kontrollerte sammen med en eller flere andre parter, dvs. ved såkalt "change in the quality of control". TV 2 kontrollerer forut for foretakssammenslutningen RiksTV som et felleskontrollert foretak sammen med NRK, og vil etter transaksjonen erverve enekontroll.

Meldingen kan dermed inngis forenklet, jf. meldepliktforordningen § 3 første ledd nr. 2.

12

12 Melding til andre konkurransemyndigheter

Foretakssammenslutningen er ikke meldepliktig i andre jurisdiksjoner enn Norge.

13 Forslag til offentlig versjon av konkurransemeldingen

Begrunnet forslag til offentlig versjon følger vedlagt:

Bilag 2: Begrunnet forslag til offentlig versjon av konkurransemeldingen

Med vennlig hilsen
Simonsen Vogt Wiig

Karin Fløistad
Partner - Advokat
kfl@svw.no