

Oslo, 19.10.2023

Deres ref:
Vår ref: 17879 #1454814

Ansvarlig advokat:
Rune Nordengen

FORENKLET MELDING OM FORETAKSSAMMENSLUTNING – OPPRETTELSE AV FELLESFORETAK - TRY SCHJÆRVEN MEDIA AS (UNDER STIFTELSE)

0. INNLEDNING

Dette dokumentet er en melding om foretakssammenslutning. Meldingen er begrunnet i at Try Opt AS og Re:Media AS sammen har besluttet å etablere Try Schjærven Media AS (heretter TSM), et felles foretak for medieformidlingstjenester.

Denne meldingen sendes Konkurransetilsynet i samsvar med konkurranselovens § 18, jfr. §§ 1 – 3 i forskrift nr. 673 av 28. april 2004 om melding av foretakssammenslutninger.

Dersom tilsynet mener meldingen mangler opplysninger, inneholder uklarheter eller for øvrig har spørsmål, ber vi om tilbakemelding så snart som mulig slik at nødvendige avklaringer kan gis.

1. NAVN OG ADRESSE PÅ PARTENE I FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN, ELLER DEN ELLER DE SOM OVERTAR KONTROLL

1.1 Melder/erhverver

Selskapene som er ansvarlige for å melde den aktuelle foretakssammenslutningen, sett i forhold til den meldeplikt som følger av konkurranselovens § 18, er:

1.1.1 Try Opt AS

Navn: Try Opt AS
Org.nr.: 915 054 730
Adresse: Øvre Slottsgate 8, 0157 Oslo
Kontaktperson: Bull & Co advokatfirma AS ved advokat Rune Nordengen
Adresse: Postboks 6604 St. Olavs plass, 0129 Oslo
Telefon: Rune Nordengen +47 951 07 590
E-post: rn@bull.no



1.1.2 Re:Media AS

Navn: Re:Media AS
Org.nr.: 990 649 537
Adresse: Mølleparken 4, 0459 Oslo
Kontaktperson: CMS Kluge Advokatfirma AS ved advokat Torill Hasle Aamelfot
Adresse: Postboks 1548 Vika, 0117 Oslo
Telefon: 959 26 807
E-post: torill.aamelfot@cms-kluge.com

1.2 Representant for melder

Representant: Bull & Co Advokatfirma AS
Att.: Rune Nordengen
Adresse: Postboks 6604 St. Olavs plass, 0129 Oslo
E-post: rn@bull.no
Telefon: 23 01 01 01
Mobil: 951 07 590

Vi ber om at all kontakt skjer via melders representant, Bull & Co Advokatfirma AS.

1.3 Målselskap

Navn: Try Schjærven Media AS (under stiftelse)
Org.nr.: [Foreligger ikke per innsendingstidspunkt]
Adresse: [Foreligger ikke per innsendingstidspunkt]
Kontaktperson: Bull & Co Advokatfirma AS ved advokat Rune Nordengen
Adresse: Postboks 6604 St. Olavs plass, 0129 Oslo
Telefon: Rune Nordengen +47 951 07 590
E-post: rn@bull.no

2. OPPLYSNINGER OM FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART

Try Opt AS (“**Try Opt**”) og Re:Media AS (“**ReMedia**”) har etablert et felles foretak TSM der Try Opt eier 51 prosent av aksjene og ReMedia eier 49 prosent av aksjene («**Transaksjonen**»). I forbindelse med etableringen av TSM er det inngått følgende avtaler:

1. Try Opt og TSM vil inngå «Avtale om overdragelse av deler av virksomheten fra Try Opt AS» som innebærer at Try Opt overfører 5 ansatte til TSM i tillegg til Try Opts GMP-sertifisering (Google Marketing Platform) til TSM så snart meldingen er klarert.
2. ReMedia og TSM vil inngå «Avtale om overdragelse av deler av virksomheten fra ReMedia til TSM» som innebærer at ReMedia overfører 5 av sine ansatte til TSM samt IT-løsningen «Mio52» til TSM så snart meldingen er klarert.
3. Try Opt og ReMedia inngikk den 18. oktober 2023 aksjonæravtale vedrørende eierskapet i TSM



4. Try Opt og ReMedia vil inngå Avtale om medieformidling med TSM så snart meldingen er klarert

Bilag 1: Avtale mellom Try Opt og TSM

Bilag 2: Avtale mellom ReMedia og TSM

Bilag 3: Aksjonæravtale mellom ReMedia og Try Opt

Bilag 4: Avtale om medieformidling mellom ReMedia/Try Opt og TSM

Try Opt er kontrollert av Try AS. ReMedia er kontrollert av Schjærven AS. Try Opt, ReMedia og TSM omtales samlet som partene.

Formålet med Transaksjonen og etableringen av TSM er å etablere et felles foretak for kjøp av medietjenester (annonser). TSM vil dermed ved gjennomføring av Transaksjonen foreta mediekjøp på vegne av Try Opt og ReMedia.

TSM skal ikke overta Try Opt og ReMedias kunderelasjoner eller virksomhet knyttet til salg av medietjenestene. Try Opt og ReMedia vil beholde alle sine kunderelasjoner. Try Opt og ReMedia vil mao. fortsatt konkurrere fullt mot kunder og marked i markedet for salg av medietjenester.

3. BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN, HERUNDER FORETAKENES VIRKSOMHETSOMRÅDER

3.1 Beskrivelse av melder(ne) og andre involverte foretak

3.1.1 Try Schjærven Media AS

TSM er under stiftelse og har uten de transaksjoner som er beskrevet i meldingen ingen virksomhet.

3.2 Konsernet som Try er del av

3.2.1 Ferd AS

Ferd AS er majoritetseier i Try AS gjennom det heleide datterselskapet Ferd Vekstpartner AS som igjen eier 100 % av aksjene i Try Holding AS. Try Holding AS eier 56 % av aksjene i Try AS.

Ferd er et familieeid investeringsselskap. Selskapet er organisert i seks forretningsområder:

- Ferd Capital investerer i både privateide og børsnoterte selskaper, samt andre kapitalinstrumenter. Per september 2023 har Ferd Capital eierandeler i Aibel, Aidan, Brav, Fjord Line, Broodstock Capital, Fürst, Interwell, Mestergruppen, Mnemonic, Norkart, Servi og Simployer i tillegg til Try. I tillegg har Ferd Capital eierinteresser i de børsnoterte selskapene Benchmark Holdings, Elopak, Nilfisk og Boozt. En nærmere beskrivelse av investeringene finnes på <https://ferd.no/capital/vare-virksomheter/>.
- Ferd Eiendom har virksomhet innen aktiv utvikling, forvaltning og gjennomføring av miljøvennlige prosjekter. I porteføljen er flere eiendommer i Oslo sentrum, blant annet den tidligere NRK-tomten på Marienlyst, Trekanttomten i Vika og Tidemannbyen på Ensjø.
- Ferd Ekstern Forvaltning har ansvar for konsernets investeringer hos eksterne forvaltere. Investeringsuniverset er globalt, og omfatter et bredt utvalg av investeringsstrategier. Forvaltningskapitalen er fordelt på de to mandatene Global Equities og Global Fund Opportunities.



- Ferd Impact Investing investerer i tidlig fase selskaper som har potensiale til å både levere en positiv effekt på FNs bærekraftsmål og risikjustert avkastning, særlig innen fornybar energi, proptech og akvakultur. Investeringene skjer primært gjennom fond og andre former for partnerskap.
- Ferd Sosiale Entreprenører AS investerer i sosiale entreprenører og den aktive porteføljen besto per september 2021 av 13 selskaper, blant annet Atlas Kompetanse, Auticon og No Isolation. Mer informasjon om Ferd finnes på <http://www.ferd.no>.

3.2.2 Try AS

Try AS, foretaksregistreringsnummer 980 129 942, er morselskap i Try Gruppen. Try gruppen tilbyr selv og gjennom sine datterselskaper, komplementære tjenester innenfor reklame- og markedsføring, kommunikasjonsrådgivning, medieveiledning, teknisk design, innholdsmarkedsføring og tilknyttede tjenester.

Try AS har om lag 400 ansatte fordelt på Try AS og datterselskapene TRY Råd AS, TRY Apt AS, TRY Opt AS, TRY Pluss AS, TRY Dig AS, T/A POL AS og Netlife Bergen AS.

Try konsernets operative morselskap leverer tradisjonelle reklame- og kommunikasjonstjenester til ulike medieflater og kommunikasjonskanaler. Det innebærer blant annet (i) innsikt og analyse, (ii) strategi, idé og konseptutvikling, (iii) markedsføringsplanlegging, strategi og merkevarebygging, (iv) massekommunikasjon og (v) grafisk design og produksjon. Try AS har 15 ansatte i konsernfunksjoner og om lag 60 ansatte fordelt på kreative team, konsulenter, planleggere, prosjektledere og designere.

Selskap	Omsetning 2022	Resultat før skatt 2022
Try AS	417 300'	100 996'

Try AS har følgende datterselskap:

Datterselskap	Eierandel i %	Omsetning 2022	Resultat før skatt 2022	Virkosomhet/Datterselskaper
Try Råd AS Org. nr. 919 742 968	100	154 752'	9 081'	Try Råd AS er et PR-, konsulent- og kommunikasjonsselskap med om lag 90 ansatte som tilbyr rådgivning tilknyttet (i) strategisk kommunikasjon, analyse og innsikt, (ii) krisehåndtering og medietrening, (iii) pressemelding og distribusjon, (iv) kampanjer for samfunnskommunikasjon og (v) kulturbygging og endringsledelse. Videre innholdstjenester og diverse tilknyttet produksjon.
Try Dig AS Org. nr. 925 173 452	100	81 270'	-4 635'	Try Dig AS er et teknologiselskap med ca. 70 ansatte som bygger og drifter kundefokuserte digitale tjenester, herunder (i) webutvikling, (ii) UX design, (iii) CRM/CVM-strategi og (iv)



Datterselskap	Eierandel i %	Omsetning 2022	Resultat før skatt 2022	Virksomhet/Datterselskaper
				kundereiser. Selskapet har datterselskap i Riga og i Gøteborg.
Try Pluss AS Org. nr. 917 657 866	100	-	-1064	Try Pluss AS er Gruppens investeringselskap. Try Pluss har ingen ansatte.
Try Apt AS Org. nr. 981 385 748	100	33 968'	538'	Try Apt AS er et designelskap med ca. 20 ansatte som tilbyr tjenester innenfor merkevarestrategi, merkeidentitet, business design, grafisk design og digital design.
Try Opt AS Org.nr. 915 054 730	100	681 561'	14 910'	Try Opt AS er et mediebyrå med rundt 110 ansatte som tilbyr markedsføringstjenester som kombinerer medieinnkjøpsstrategier og innholdsproduksjon på tvers av digitale kanaler. Det inkluderer (i) medieplanlegging og medieinnkjøp, (ii) performance marketing, (iii) kreativ utvikling og (iv) søkemotoroptimalisering, (v) webanalyse og innsikt samt (vi) GDPR og personvern. I tillegg tilbyr selskapet produksjonstjenester innen filmproduksjon og motion.
Netlife Bergen AS Org.nr. 826 808 462	56, 111	29 924'	2 197'	Netlife Bergen er et design og teknologiselskap med ca. 25 ansatte.
Pol Ansatt Invest AS Org.nr. 927 901 145	98,912	N/A	140'	Pol Ansatt Invest AS er et investeringselskap uten omsetning.
T/A Pol AS Org.nr. 912 671 941	71,95	179 191'	7 019'	POL har ca. 35 ansatte og leverer tradisjonelle reklame- og kommunikasjonstjenester til ulike medieflater og kommunikasjonskanaler. Selskapet konkurrerer med TRY i markedet.

3.3 Schjærven konsernet

Schjærven AS er et frittstående konsern som har tre aksjonærer fra samme familie. Ståle Invest AS, Leni Invest AS og Sivje Invest AS. De tre selskapene er holdingselskaper og har ingen eierinteresser i andre medieselskaper eller vesentlige aksjeposter i noe selskap.



Selskap	Omsetning 2022	Resultat før skatt 2022
Schjærven AS Org.nr. 937 452 071	29 456'	9 905'

Schjærven AS er morselskap i Schjærven konsernet. Schjærven AS har følgende datterselskaper:

Datterselskap	Eierandel i %	Omsetning 2022	Resultat før skatt 2022	Virksomhet/Datterselskaper
Schjærven Reklambyrå AS	100	108 368'	8 440'	Schjærven Reklamebyrå er et byrå som arbeider med rådgivning om kommersielle strategier, kommunikasjon mot kunder, kommunikasjonsløsninger. Schjærven tilbyr alle former for slike kommunikasjonstjenester, både digitalt og fysisk
Re:Media AS	100	462 832'	6 564'	Re:Media er et mediebyrå i Schjærven konsernet. Re:Media jobber fullservice med innsikt, strategi, kreasjon, planlegging, kjøp og evaluering.
Clockwork AS	100	29 037'	2 177'	Clockwork AS er et filmbyrå som jobber innen ulike kategorier av levende bilder. Små og større reklamefilmer, pris- & produktfilmer, oppdragsfilmer, produksjoner for SOME/content m.m.
Produksjonssjefen AS	100	91 974'	2 033'	Produksjonssjefen AS leverer alt innen grafisk produksjon Selskapet tilbyr grafiske tjenester, trykking/ produksjon av reklamemateriell, oppfølging, pakking og distribusjon.
S/Pluss AS	100	N/A	- 40'	Selskapet har som S/Pluss AS å drive produksjon av film, video samt ved aksjetegning eller på annen måte å gjøre seg interessert i annen virksomhet. Selskapet hadde ikke omsetning i 2022



3.4 Markeder

3.4.1 Markeds og kommunikasjonstjenester

EU-Kommisjonen har tidligere definert markedsførings- og kommunikasjonstjenester som et eget produktmarked.¹ Dette markedet omfatter en rekke tilgrensende tjenester; tradisjonell og digital reklame og markedsføring, innsikts- og rådgivningstjenester, PR- og annet påvirkningsarbeid, forbrukerforvaltning, merkevarebygging, design og spesialkommunikasjon. Markedet omfatter også produksjon av innhold til bruk i markedsføring og reklame.²

EU-Kommisjonen har definert markedet for markedsførings- og kommunikasjonstjenester som nasjonalt i utstrekning. Selv om enkelte markedsførings- og kommunikasjonsbyråer tilbyr tjenester på tvers av landegrensler, tilsier språkkunnskap, kunnskap om nasjonale medieforhold, prisforskjeller og behovet for eventuell kontakt med relevante myndigheter at nasjonal tilstedeværelse er avgjørende.

3.4.2 Medietjenester

Markedet for Medietjenester omfatter omsetning av reklametid og/eller plass i ulike typer medier, som kringkasting og kabel-TV, aviser og magasiner, radio, reklameplakater og internett, for kunder som kjører reklamekampanjer. Medietjenester inkluderer også medieplanlegging, strategisk rådgivning og kjøp av tid og/eller rom i ulike typer medier på vegne av klienter som driver reklamekampanjer. Strategisk rådgivning innebærer forskning på målgrupper, hvilke medier som skal brukes og overvåking/sporing av kampanjens suksess.³

Når det gjelder mediekjøp har EU-kommisjonen i tidligere saker ansett at markedet er adskilt i to markeder, hhv.:

- 1) Markedet for salg av medietjenester, der mediekjøpsbyråer opptrer som leverandører av Medietjenester til slutt kunder (annonsører), og
- 2) Markedet for kjøp av medie plass, der mediekjøpsbyråer kjøper reklametid eller -plass i mediene fra medieeierne (f.eks. TV-kringkastere, forlag o.l.).

3.4.2.1 Salgsmarkedet, der mediekjøpsbyråer opptrer som leverandører av Medietjenester til slutt kunder (annonsører)

Markedet for salg av medietjenester omfatter salg av reklametid og/eller plass i ulike typer medier, som kringkasting og kabel-TV, aviser og magasiner, radio, reklameplakater og internett, for kunder som kjører reklamekampanjer. Markedet for salg av medietjenester inkluderer også tjenester som medieplanlegging, strategisk rådgivning og kjøp av tid og/eller rom i ulike typer medier på vegne av klienter som driver reklamekampanjer. Strategisk rådgivning inkluderer også vurdering av målgrupper, hvilke medier som skal brukes og overvåking/sporing av kampanjens suksess.

EU-Kommisjonen har så vidt oss bekjent ikke segmentert markedet ytterligere hverken når det kommer til type tjeneste, media, sektor eller størrelse på kunder. EU-kommisjonen har også vurdert om direkte salg skal anses som del av markedet. EU-kommisjonen kom til at det ikke var korrekt å skille dette ut som et eget marked. Det er verdt å merke seg at EU-kommisjonen fant at direkte salg utgjorde en ganske stor andel av salget.⁴

¹ COMP/M. 3579 – WPP/Grey, avsnitt 13 og COMP/M. 7023 – Publicis/Omnicom, avsnitt 60 fig.

² Case No COMP/M.3209 - WPP / CORDIANT

³ Case No COMP/M.7023 - PUBLICIS / OMNICO

⁴ I Case No COMP/M.7023 - PUBLICIS / OMNICO uttales at direkte salg i Sverige og Danmark utgjør hhv 50-55 % og 55-60 %.



EU-Kommisjonen har definert markedet for salg av medietjenester som nasjonalt⁵. Selv om flere aktører tilbyr tjenester på tvers av landegrensar, tilsier språkkunnskap, kunnskap om nasjonale medieforhold, prisforskjeller og behovet for eventuell kontakt med relevante myndigheter at nasjonal tilstedeværelse er avgjørende.

3.4.2.2 Innkjøpsmarkedet, der mediekjøpsbyråer kjøper plass i mediene fra medieeierne (f.eks. TV-kringkastere, forlag)

Markedet som direkte berøres av foretakssammenslutningen er innkjøpsmarkedet for medietjenester, der mediekjøpsbyråer kjøper plass i mediene fra medieeierne (f.eks. TV-kringkastere og forlag). EU-kommisjonen har tidligere lagt til grunn at det er et eget marked.

EU-Kommisjonen har vurdert om markedet må segmenteres ytterligere basert på ulike typer medier, og konkludert at det kan være ulike innkjøpsmarkeder for TV og papir, på grunn av generell mangel på substituerbarhet når det kommer til etterspørsel mellom ulike typer medier og det faktum at medieeiere ikke kan bytte fra en type medier til en annen uten betydelig investering og kunnskap. I tillegg lot Kommisjonen stå åpent spørsmål om det er nødvendig med en ytterligere segmentering i anskaffelsesmarkedet for bestemte medier.⁶

Det gjøres gjeldende at det i den konkrete saken er tilstrekkelig å legge til grunn at det er et felles marked for innkjøp av medietjenester som omfatter alle typer medier, og som også inkluderer direkte salg.

EU Kommisjonen har i tidligere saker vurdert det slik at markedet for innkjøp av medietjenester var nasjonalt. Bakgrunnen for denne konklusjonen var blant annet at mediekjøpsbyråene må innhente nødvendig kunnskap om kundemønsteret i ulike mediekanaler og ulike nasjonale rammebetingelser. Partene mener det er korrekt å legge til grunn at markedet for innkjøp av medietjenester er nasjonalt.

4. NAVN PÅ DE FEM VIKTIGSTE KONKURRENTENE, KUNDER OG LEVERANDØRER I MARKEDER I NORGE, ELLER SOM NORGE ER EN DEL AV, HVOR DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN ER AKTIVE PÅ DET SAMME PRODUKTMARKED OG DET SAMME GEOGRAFISKE MARKED (HORIZONTAL OVERLAPP)

Markedene som beskrives i meldingen er til dels uoversiktlig. Markedsandeler er derfor gjort ved skjønsmessige anslag. Tall som er brukt for å beregne markedsandeler er beregnet med utgangspunkt i omsetning fra SSB⁷. Dette er oss bekjent de eneste offentlige tilgjengelige tallene om markedene. Siste tilgjengelige tall er fra 2021, men det legges til grunn at tallene er representative også for 2022.

4.1 Markeds og kommunikasjonstjenester

4.1.1 Viktigste konkurrenter

Trys viktigste konkurrenter	Samlet markedsandel	Kontaktinfo
Noa Ignite AS	3,4%	Nedre Vollgate 11, 0158, OSLO

⁵ Case No COMP/M.7023 - PUBLICIS / OMNICOM

⁶ Case No COMP/M.7023 - PUBLICIS / OMNICOM, pReMediaiss 37 flg.

⁷ <https://www.ssb.no/statbank/table/08209>



Publicis Communications Norway AS	4,5%	PB 504 Sentrum, 0105 Oslo
Oceans AS	0,8%	Postboks 398 Sentrum, 0103 Oslo
Nord DDB Oslo AS Org.nr. 979 497 725	N/A	Torggata 1, 0181 Oslo
Morgenstern AS	0,3%	Karl Johans gate 21, 0159 Oslo

Schjærvens viktigste konkurrenter	Samlet markedsandel	Kontaktinfo
Noa Ignite AS	3,4%	Nedre Vollgate 11, 0158, OSLO
Publicis Communications Norway AS	4,5%	PB 504 Sentrum, 0105 Oslo
TRY AS	5,1%	Øvre Slottsgate 8, 0157 Oslo
Oceans AS	0,8%	Postboks 398 Sentrum, 0103 Oslo
Dinamo AS	0,5%	Storgata 2, 0155 Oslo

4.1.2 Kunder

Trys viktigste kunder:	Kontaktinfo

Schjærvens viktigste kunder:	Kontaktinfo



4.1.3 Leverandører

Trys viktigste leverandører:	Kontaktinfo

Schjærvens viktigste leverandører:	Kontaktinfo

4.2 Medieformidlingsvirksomhet – salgsmarkedet, der mediekjøpsbyråer opptre som leverandører av Medietjenester til slutt kunder (annonsører)

4.2.1 Viktigste konkurrenter

Trys viktigste konkurrenter	Samlet markedsandel	Kontaktinfo
Dentsu Norge AS ⁸	30%	Kristian Augusts gate 23, 0164 Oslo

⁸ Tall for Dentsu er for 2021, øvrige tall er for 2022



Groupm Norway AS	20%	Postboks 740 Sentrum, 0105 Oslo
Omnicom Media Group AS	16%	Postboks 1165 Sentrum, 0107 Oslo
Publicis Communications Norway AS	7%	Postboks 504 Sentrum, 0105 Oslo
Mediabrand AS	6%	Postboks 1714 Vika, 0121 Oslo

Schjærvens viktigste konkurrenter	Samlet markedsandel	Kontaktinfo
Dentsu Norge AS	30%	Kristian Augusts gate 23, 0164 Oslo
Groupm Norway AS	20%	Postboks 740 Sentrum, 0105 Oslo
Omnicom Media Group AS	16%	Postboks 1165 Sentrum, 0107 Oslo
Publicis Communications Norway AS	7%	Postboks 504 Sentrum, 0105 Oslo
Mediabrand AS	6%	Postboks 1714 Vika, 0121 Oslo

4.2.2 Kunder

Trys viktigste kunder:	Kontaktinfo

Schjærvens viktigste kunder:	Kontaktinfo



4.2.3 Leverandører

Trys viktigste leverandører:	Kontaktinfo

Schjærvens viktigste leverandører:	Kontaktinfo

4.3 Mediekjøpsmarkedet - innkjøpsmarkedet, der mediekjøpsbyråer kjøper reklametid eller -plass i mediene fra medieeierne (f.eks. TV-kringkastere, forlag)

4.3.1 Viktigste konkurrenter

De 5 viktigste konkurrentene i markedet for Try er:

Trys viktigste konkurrenter	Består av byråene	Samlet markedsandel	Kontaktinfo
Dentsu Norge AS	Carat, RED dentsuX og iProspect	ca. 30%	Kristian Augusts gate 23, 0164 Oslo



Groupm Norway AS	MediaCom, Mindshare og Wavemaker	ca. 20%	Postboks 740 Sentrum, 0105 Oslo
Omnicom Media Group AS	OMD og PHD.	ca. 16%	Postboks 1165 Sentrum, 0107 Oslo
Publicis Communications Norway AS	Starcom	ca. 7%	Postboks 504 Sentrum, 0105 Oslo
Mediabrand AS	Initiative, UM, Magma og Matterkind	ca. 6%	Postboks 1714 Vika, 0121 Oslo

Schjærvens viktigste konkurrenter	Består av byråene	Samlet markedsandel	Kontaktinfo
Dentsu Norge AS	Carat, RED dentsuX og iProspect	ca. 30%	Kristian Augusts gate 23, 0164 Oslo
Groupm Norway AS	MediaCom, Mindshare og Wavemaker	ca. 20%	Postboks 740 Sentrum, 0105 Oslo
Omnicom Media Group AS	OMD og PHD.	ca. 16%	Postboks 1165 Sentrum, 0107 Oslo
Publicis Communications	Starcom	ca. 7%	Postboks 504 Sentrum, 0105 Oslo
Mediabrand AS	Initiative, UM, Magma og Matterkind	ca. 6%	Postboks 1714 Vika, 0121 Oslo

4.3.2 5 viktigste kunder i markedet

Try viktigste kunder:	Kontaktinfo
-----------------------	-------------



[Redacted]		[Redacted]	

Schjærvens viktigste kunder:	Kontaktinfo
[Redacted]	

4.3.3 5 viktigste leverandører i markedet

Trys viktigste leverandører:	Kontaktinfo
[Redacted]	

Schjærvens viktigste leverandører:	Kontaktinfo
[Redacted]	



5. ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP FOR DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN, DERSOM DISSE IKKE ER OFFENTLIG TILGJENGELIGE

For årsberetning for Try AS og selskapene i Try konsernet, samt for Schjærven AS og selskaper i Schjærven konsernet henvises til regnskapsregisteret i Brønnøysund, hvor årsberetningene er tilgjengelige.

6. VILKÅRENE FOR Å INNGI FORENKLET MELDING ER OPPFYLT

Det følger av forskrift om melding av foretakssammenslutninger mv. § 3, at melder av en foretakssammenslutning kan inngi en forenklet melding til et fellesforetak

«hvor et eller flere foretak fusjonerer, eller et eller flere foretak eller personer erverver ene- eller felleskontroll over et annet foretak, og hvor

- a. ...-
- b. *to eller flere av partene er aktive på det samme produktmarked og geografiske marked (horisontalt overlapp), men hvor partenes samlede markedsandel ikke overstiger 20 prosent,*
- c. ...»

Try og Schjærven har en overlappende virksomhet innenfor følgendevirksomhetsområder/markeder:

- Markeds og kommunikasjonstjenester
- Salg av medietjenester.
- Mediekjøp

Markedene er til dels uoversiktlige så markedsandelene er skjønnsmessige anslag.

TRY konsernet totalt har en markedsandel innenfor markedet for markeds- og kommunikasjonstjenester på [REDACTED] Schjærven konsernet totalt har en markedsandel på [REDACTED]

TRY Opt har en markedsandel innen medieformidling/salg på [REDACTED] ReMedia har en tilsvarende markedsandel på [REDACTED] Samlet vil de ha en markedsandel på ca. [REDACTED]

Innen mediekjøp vil TRY Opt og ReMedia til sammen ha en markedsandel på [REDACTED]

Som det fremgå] over er samlet markedsandel i samtlige markeder lavere enn 20 %.

Dermed gir forskrift om melding av foretakssammenslutninger mv. § 3 anvisning på en forenklet melding.

7. OPPLYSNINGER OM HVORVIDT MORSELSKAPENE FORTSATT ER VIRKSOMME PÅ DET SAMME MARKEDET SOM FELLEFORETAKET ELLER PÅ ET TIDLIGERE ELLER SENERE LEDD I OMSETNINGSKJEDEN ELLER PÅ ET TILGRESENDE MARKED

Foretakssammenslutningen innebærer en vertikal overlapp som er nærmere beskrevet i punkt 2 og 3.



Markedet for media og kommunikasjonstjenester, men også kjøp og salg av medietjenester er i dag preget av store innkjøpere. Anskaffelser av tjenester gjøres normalt i form av store byråavtaler som omfatter kundens samtlige, eller store deler av kundens behov for tjenester innenfor markedene. Kontraktene har ofte relativt lang varighet. Byråavtaler inngås ofte etter anbudskonkurranser.

Formålet med selskapet er å oppnå stordriftsfordeler og økt konkurransekraft ved å kunne håndtere et høyere innkjøpsvolum, med effektive og standardiserte /automatiserte prosesser for mediekjøp på vegne av eierselskapene. Dette vil skape et større og mer robust miljø for mediekampanjer og et styrket tjenestetilbud for eierselskapene.

TSM vil bli en av Norges større innkjøpere av media. Økt størrelse vil gi økt konkurranse- /forhandlingskraft mot medier og leverandører enn eier-byråene har hver for seg. Det forventes en

TSM vil kunne vinne og betjene kunder på tvers av Norden.

7.1 Horisontal relasjon

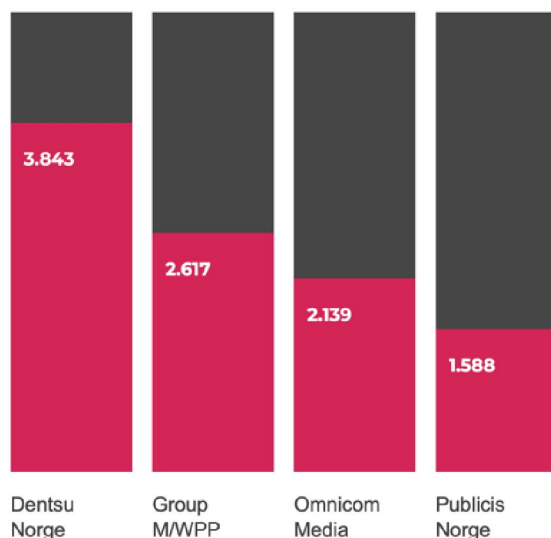
7.1.1 Innkjøpsmarkedet for medieplass

Produktmarkedet hvor TSM skal drive virksomhet er i innkjøpsmarkedet for medieplass i henhold til hvordan dette markedet er definert av EU Kommisjonen f.eks. i sak Case No COMP/M.7023 - PUBLICIS / OMNICO. TSM skal kjøpe plass fra medieeierne.

TSM er før overdragelsen uten virksomhet. Etter opprettelsen av TSM får partene felles virksomhet i innkjøpsmarkedet for medieplass.

Det geografiske markedet er etter Partenes vurdering Norge.

Try Opt og ReMedia har til sammen en markedsandel på ca. [redacted] i innkjøpsmarkedet for medieplass i Norge. TSM vil dermed få en markedsandel [redacted]. De fire største aktørene i markedet omsetter for ca. 11 mrd. NOK. Dentsu, som er markedsleder, har en markedsandel på ca. 30 % og opererer flere selskaper innen samme marked. På samme måte opererer også GroupM og Omnicom flere operative selskaper som alle vil være større enn TSM.



7.1.2 Markedet for markedsførings- og kommunikasjonstjenester

Både Try og Schjærven har før Transaksjonen virksomhet innen markedsførings- og kommunikasjonstjenester i Norge. Partene opererer innen produktmarkedet «markedsførings- og kommunikasjonstjenester». Dette omfatter forskjellige tjenester som tradisjonell og digital reklame og markedsføring, innsikts- og rådgivningstjenester, PR og annet påvirkningsarbeid, forbrukerforvaltning, merkevarebygging, design og spesialkommunikasjon.

7.1.3 Salgsmarkedet for medieplass

Partene skal hver for seg fortsatt drive konkurrerende medieformidlingsvirksomhet i salgsmarkedet for medieplass, dvs. at de fortsatt skal selge medietjenester (annonseplass) til slutt kunder (annonsører). Dette betyr at kundene som er angitt i meldingens punkt 4.3.2 fortsatt vil ligge i hhv. Try og Schjærven slik situasjonen var før foretakssammenslutningen.

7.2 Vertikal relasjon

TSM vil være Trys og ReMedias felles innkjøper for mediekjøp. Transaksjonen innebærer ikke vertikalt overlapp utover det.

8. OM MORSELSKAPENE FORTSATT ER VIRKSOMME PÅ DET SAMME MARKEDET SOM FELLEFORETAKET, ELLER PÅ ET TIDLIGERE ELLER SENERE LEDD I OMSETNINGSKJEDEN, ELLER PÅ ET TILGRESENDE MARKED

9. KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter, jf. konkurranseloven § 18b. Forslag til offentlig versjon av meldingen er vedlagt denne meldingen. Begrunnelse for unntak fra offentlighet er også vedlagt meldingen.

Bilag 5: Forslag til offentlig versjon av meldingen

Bilag 6: Begrunnelse for anmodning om unntak fra offentlighet



10. AVSLUTTENDE BEMERKNINGER

Partene anser at foretakssammenslutningen ikke under noen markedsavgrensning vil ha noen negativ virkning på konkurransen.

Vi ber om å bli kontaktet dersom det skulle være spørsmål til meldingen.

Dersom Konkurransetilsynet mottar innsynsbegjæringer i meldingen eller andre dokumenter i saken, ber vi om å bli underrettet.

Med vennlig hilsen
Bull & Co Advokatfirma AS

Rune Nordengen
Advokat