

Forenklet melding om foretakssammenslutning

jf. konkurranseloven § 18 først ledd og forskrift om melding av foretakssammenslutninger mv. § 3 første ledd nr. 3

vedrørende

Schibsted Media AS'

ervert av enekontroll i

TV4 Media Holding AB

Oslo, 25. april 2025

*Konfidensielt
Inneholder forretningshemmeligheter*

Innhold

Punkt	Side
1. KONTAKTINFORMASJON	3
2. ORDLISTE	4
3. FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	5
3.1 Beskrivelse av foretakssammenslutningen	5
4. BEGRUNNELSE FOR AT VILKÅRENE FOR Å INNGI FORENKLET MELDING ER OPPFYLT	5
5. BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE	6
5.1 Schibsted Media	6
5.2 TV4 Media	7
5.3 Salgsinntekter i Norge	8
6. FORRETNINGSMESSIG RASJONALE	9
7. INGEN MARKEDER BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN	9
7.1 Oversikt	9
7.2 Audiovisuelle tjenester.....	10
7.2.1 Oversikt	10
7.2.2 Lisensiering av rettigheter for eksisterende AV-innhold	11
7.2.3 Grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold	13
7.3 Andre markeder som ikke er berørt av foretakssammenslutningen	15
7.3.1 Digitale publiseringstjenester.....	15
7.3.2 Produksjon av AV-innhold	15
7.3.3 Markedet for distribusjon av AV-innhold til sluttbruker	17
7.3.4 Podkaster	18
7.3.5 Salg av annonseplass i audiovisuelle tjenester	19
7.4 Ingen vertikale berørte markeder	19
8. PARTENES VIKTIGSTE KUNDER, KONKURRENTER OG LEVERANDØRER	21
8.1 Markedet for lisensiering av rettigheter for eksisterende AV-innhold.....	21
8.1.1 Partenes viktigste kunder	21
8.1.2 Partenes viktigste konkurrenter	21
8.1.3 Partenes viktigste leverandører	21
8.2 Grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold.....	21
8.2.1 Partenes viktigste kunder	21
8.2.2 Partenes viktigste konkurrenter	22
8.2.3 Partenes viktigste leverandører	22
9. EFFEKTIVITETSGEVINSTER	22
10. ÅRSREGNSKAP	23
11. OFFENTLIGHET	23

1. KONTAKTINFORMASJON

Melder

Navn: Schibsted Media AS
Org.nr.: 996334767
Adresse: Postboks 490 Sentrum, 0105 Oslo, Norge

Kontaktperson

Navn: Konsernadvokat Tone Solbakk
Telefon: +47 959 73 705
E-post: tone.solbakk@schibsted.com

Melders representant

Navn: Advokatfirmaet BAHR AS
Kontaktperson: Advokat Haakon Rønn Stensæth
Saksansvarlig advokat: Advokat Elin Moen
Adresse: Postboks 1524 Vika, 0117 Oslo, Norge
Telefon: +47 415 26 541
E-post: emo@bahr.no / haste@bahr.no

Målselskap

Navn: TV4 Media Holding AB
Org.nr.: 556906-0824
Adresse: Tegeluddsvägen 3-5, 115 41 Stockholm

Målselskapets representant

Navn: Mannheimer Swartling Advokatbyrå AB
Kontaktperson: Stefan Perván Lindeborg & Petter Klockhoff
Adresse: Norrlandsgatan 21, Box 1171, 111 87, Stockholm, Sweden
Telefon: +46 709 777 127 / +46 709 777 375
E-post: stefan.pervan.lindeborg@msa.se / petter.klockhoff@msa.se

2. Ordliste

I denne meldingen, med mindre noe annet uttrykkelig angis, skal følgende begreper ha følgende betydning.

Begrep	Betydning
AV	Audiovisuelt
AVOD	såkalt 'Advertising-based Video on Demand'
OTT	såkalt 'over-the-top'-levering av TV-kanaler, filmer, serier og sport direkte til forbrukere via internett
Partene	TV4 Media og Schibsted Media omtalt samlet
Schibsted Media	Schibsted Media AS
Telia	Telia Company AB
Tinius	Stiftelsen Tinius
TV4 Media	TV4 Media Holding AB
UBON	Union of Broadcasting Organizations Norway

3. FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN**3.1 Beskrivelse av foretakssammenslutningen**

- (1) I henhold til aksjekjøpsavtale av 25. februar 2025 selger aksjonærene i TV4 Media 100 % av aksjene i selskapet til Schibsted Media.

Vedlegg 1 Aksjekjøpsavtale, datert 25. februar 2025

- (2) TV4 Media eies og kontrolleres i dag av Telia.
- (3) Som et resultat av transaksjonen vil Schibsted bli eier av alle aksjene i TV4 Media og oppnå enekontroll i selskapet. Det foreligger dermed en foretakssammenslutning i konkurranselovens forstand, jf. konkurranseloven § 17 første ledd.
- (4) Partenes omsetning er over terskelverdiene i konkurranseloven § 18 andre ledd, og transaksjonen er dermed underlagt meldeplikt til Konkurransetilsynet.
- (5) Transaksjonen er også meldepliktig til Konkurrensverket i Sverige.
- (6) Transaksjonen vil ikke gjennomføres før samtlige regulatoriske godkjenninger er mottatt.

4. BEGRUNNELSE FOR AT VILKÅRENE FOR Å INNGI FORENKLET MELDING ER OPPFYLT

- (7) TV4 Medias hovedprodukt er utenlandske TV-kanaler, og virksomheten er ikke innrettet mot det norske markedet. Enkelte av TV-kanalene er imidlertid tilgjengelig for norske seere gjennom avtaler med norske distributører, og TV4 Media har også [REDACTED]
- (8) Schibsted Media sin virksomhet er i all hovedsak avisproduksjon, men Schibsted Media tilbyr TV-kanalen VGTV til norske seere gjennom distribusjonsavtale med norske TV-distributører.
- (9) Som følge av dette er Partene begge aktive innen lisensiering av rettigheter for eksisterende AV-innhold, samt i grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold. Partenes samlede markedsandeler overstiger imidlertid ikke 20 % i noen av disse markedene, uavhengig av den nærmere markedsavgrensningen. Dette beskrives i punkt 7.2.
- (10) Når det gjelder faktiske eller potensielle vertikale berøringspunkter, har Partene, verken enkeltvis eller samlet, markedsandeler som overstiger 30 % i noen av de eventuelt vertikalt forbundne markedene. Dette beskrives i punkt 7.4.
- (11) Vilkårene for å inngi forenklet melding er etter dette oppfylt, jf. forskrift om melding av foretakssammenslutninger mv. § 3 første ledd nr. 3 bokstav b og c.

5. BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE

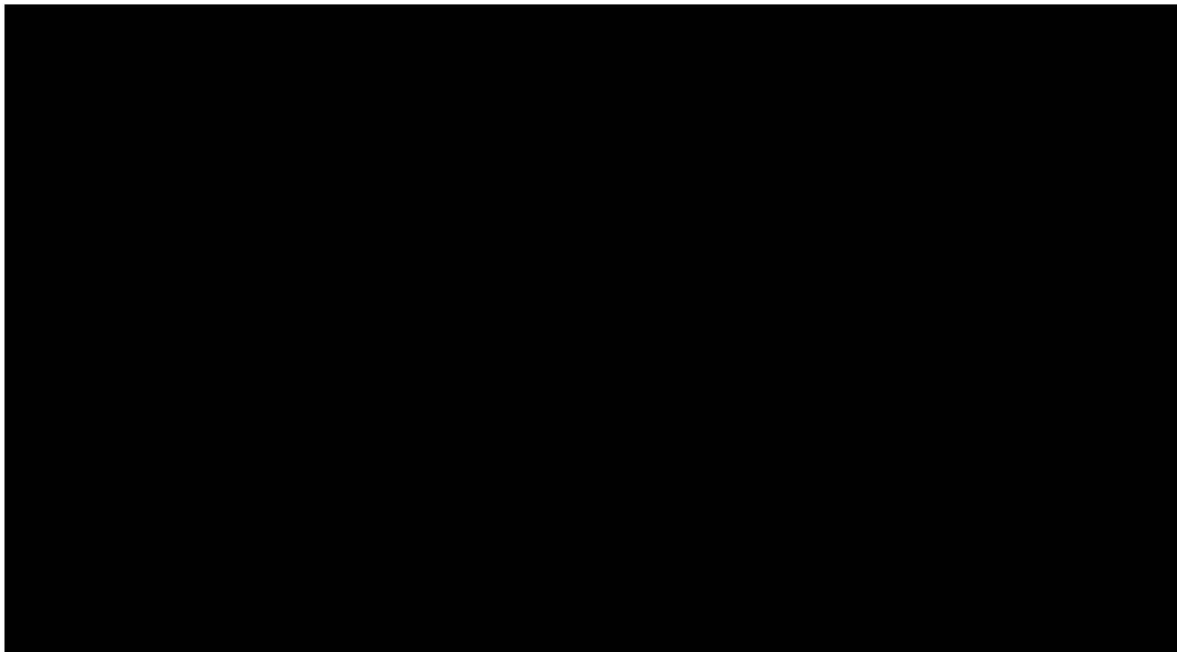
5.1 Schibsted Media

- (12) Schibsted Media er et mediekonsern grunnlagt i 2024 i forbindelse med at Schibsted ASA solgte sin medievirksomhet til Blommenholm Industrier AS, som eies og kontrolleres av Tinius.
- (13) Tinius er en norsk stiftelse som ble grunnlagt i 1996 med formål å eie og forvalte Schibsted-aksjene som ble etterlatt av den tidligere hovedaksjonæren Einar Fredrik Åke «Tinius» Nagell-Erichsen, som var en etterkommer av Schibsted-grunnleggeren Christian Michael Schibsted. Tinius har som hovedmål å arbeide for en langsiktig bærekraftig økonomi i Schibsted og å opprettholde frie og uavhengige redaksjoner. Stiftelsen arbeider også for å styrke de generelle virksomhetsvilkårene som er vesentlige for å sikre en fri og uavhengig presse. For ytterligere informasjon, se www.tinius.com/no.

(14)

- (15) Schibsted Media er morselskap i konsernet og samler hovedkontorfunksjoner for de øvrige konsernselskapene. Disse funksjonene inkluderer konsernledelsen og fellesfunksjoner som finans, HR, juridisk, M&A og kommunikasjon. Konsernets øvrige virksomhet skjer i konsernselskapene.

- (16) Schibsted Medias konsernstruktur fremgår av illustrasjonen nedenfor. [illustrasjonen under skal unntas]



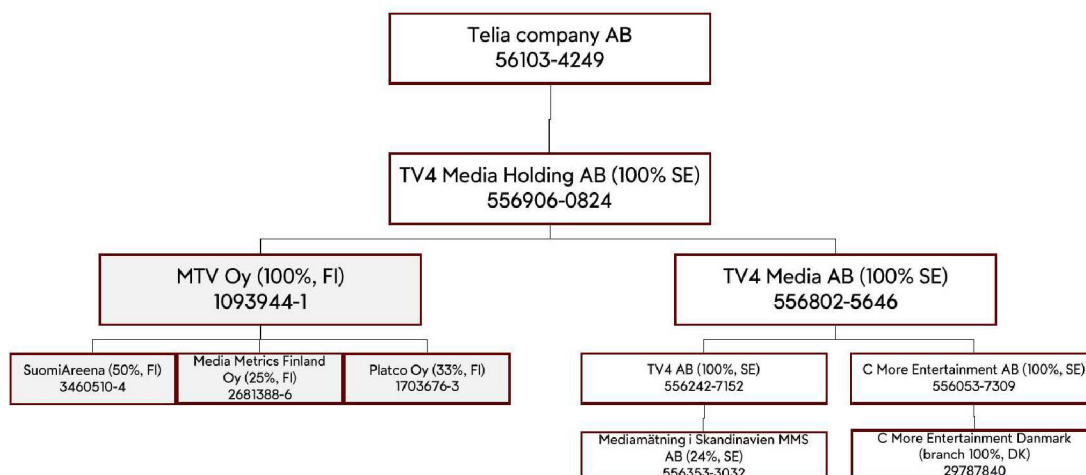
INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELIGHETER - PRIVILEGED AND CONFIDENTIAL

- (17) Schibsted Medias virksomhet er sentrert rundt å eie og tilby aviser (trykte og nettbaserte) i Norge og Sverige, men konsernet har også i en viss grad aktivitet knyttet til andre typer publikasjoner i form av magasiner, TV og podkaster.
- (18) Schibsted Medias virksomhet i Norge består i hovedsak av mediene VG, Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, E24, Shifter samt podkastplattformen Podme. I tillegg eier Schibsted Media Inzpire.me, som er en plattform for håndtering av influenser-samarbeid, samt Penger.no, som tilbyr forbrukere informasjon om finansielle produkter.
- (19) Som en del av VG driver Schibsted Media VGTV. I tillegg til å være en integrert del av avisen VGs nettavistilbud, er også noe av innholdet tilgjengelig gjennom en tradisjonell TV-kanal tilbudt ut i markedet gjennom TV-distributører. Kanalen sender hovedsakelig nyhetsinnhold, samt dokumentarer som VG har kjøpt lisensrettigheter til.
- (20) Gjennom VGTV på nett sendes programinnhold knyttet primært til underholdning og sport. VGTV på nett satser på humor og underholdning til en ung målgruppe under 35 år, og inngår i abonnementstjenestene til VG (VG+). Det er ikke mulig å kjøpe abonnement utelukkende på VGTV på nett (uten avisabonnement) eller på VG (uten VGTV på nett).
- (21) Når det gjelder underholdning, produserer VGTV innhold internt eller bestiller produksjon fra produksjonsselskaper spesielt for VG, for eksempel underholdningskonsepter som «Ikke lov å le på hytta», «Rikets Roast», «Takk for alt», «VegardxFunkygine» og «Plan Baby».
- (22) Hva gjelder sport, kjøpes rettigheter inn fra eksterne rettighetshavere. Dette gjelder i all hovedsak «tier 2» rettigheter i norsk sammenheng, som er mindre attraktive rettigheter. Dette gjelder for eksempel rettigheter i Norge for spansk fotballcup, fransk fotballcup, italiensk fotballcup, tysk fotballcup, tyrkisk fotballcup, portugisisk fotballcup, klubb-VM for fotballag, italienske Serie A, belgiske Jupiler Pro League, VM-kvalifiseringen i Sør-Amerika, kvalifiseringskamper for norske lag til europeiske cuper, treningskamper for norske eliteserielag, sommertreningskamper for engelske Premier League-fotballag, og Klubb-TV for utenlandske fotballag med stor fanskare i Norge, slik som Liverpool. I tillegg kjøper VGTV inn rettigheter til enkeltarrangementer, for eksempel innen kampsport, skisport, tennis, samt NBA, kvinnelig Champions League i fotball og svensk hockey (SHL).
- (23) I Sverige eier Schibsted Media aviser som Svenska Dagbladet og Aftonbladet, nyhetstjenesten Omni, TV-kanalen Godare, helsetjenesten Wellobe, værtjenesten Klart.se, TV-guiden Tv.nu og markedsplassen Vinguiden.com.
- (24) Mer informasjon om Schibsted Media finnes tilgjengelig på <https://schibstedmedia.com/>.

5.2 TV4 Media

- (25) TV4 Media eies og kontrolleres av Telia, hvis aksjer er notert på Nasdaq Stockholm. Per meldetidspunktet er den svenske staten største aksjonær i Telia med 41,1 % av aksjene og stemmene. Ingen annen aksjeeier eier mer enn 5 % av aksjene eller stemmene.
- (26) TV4 Medias konsernstruktur fremgår av illustrasjonen nedenfor.

TV4 Media company structure



- (27) TV4 Media er et svensk mediekonsern med hovedfokus på å tilby TV-kanaler og AV-innhold i Sverige og Finland.
- (28) I Sverige tilbyr TV4 Media et antall TV-kanaler gjennom forskjellige distribusjonsformer og med ulike betalingsmodeller. Distribusjon skjer både lineært (hovedsakelig gjennom distribusjon via bakkenett, fiber og kabel) og digitalt (OTT).
- (29) TV4 Media driver også i begrenset omfang nettsider, som i hovedsak publiserer innhold knyttet til programinnholdet i TV-kanalene. På TV4.se publiseres videoklipp, for det meste i form av nyhetsinnslag fra TV4, sammen med noe redaksjonell tekst knyttet til hvert videoklipp. På Köket.se publiseres oppskrifter og videoklipp fra matlagingsinnslagene i TV-kanalene, og på Fotbollskanalen.se publiseres kortere videoklipp og kronikker om svensk og internasjonal fotball knyttet til TV-kanalenes fotballsendinger.
- (30) I Finland opererer TV4 Media gjennom MTV Oy og MTV Katsomo.
- (31) TV4 Media har svært begrenset virksomhet i Norge, og inntektene genereres i det alt vesentlige gjennom [REDACTED]. De begrensede berøringspunktene med norske markeder beskrives under.

5.3 Salgsinntekter i Norge

Foretak	Salgsinntekter i Norge (2023) (MNOK)
Schibsted Media	NOK [REDACTED] ²
TV4 Media	NOK [REDACTED] ³

² I henhold til foreløpig regnskap for 2024 hadde selskapet NOK [REDACTED] i omsetning i Norge. Regnskapet er ikke godkjent av generalforsamlingen på signeringstidspunktet.

³ I henhold til foreløpig regnskap for 2024 hadde selskapet NOK [REDACTED] i omsetning i Norge. Regnskapet er ikke godkjent av generalforsamlingen på signeringstidspunktet.

6. Forretningsmessig rasjonale

- (32) Gjennom transaksjonen utvider Schibsted Media sitt tilbud innen den svenske dagspressen med et tilbud innen kommersiell TV i Sverige. Transaksjonen gir også Schibsted Media et større fotavtrykk i Finland hvor selskapets tilstedeværelse per nå er marginal (via Podme). Transaksjonen er en del av Schibsted Medias strategi for å styrke tilbudet innen medietjenester i Norden.
- (33) Ettersom TV4 Media har begrenset virksomhet i Norge, påvirker transaksjonen i realiteten ikke norske markeder eller markeder som Norge er en del av. Det foreligger likevel meldeplikt til Konkurransetilsynet da TV4 Media har tilstrekkelig omsetning i Norge som følge av [REDACTED] Dette er nærmere beskrevet i punkt 7.1.

7. INGEN MARKEDER BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

7.1 Oversikt

- (34) EU-kommisjonen har i en rekke avgjørelser de seneste år definert ulike relevante markeder innen TV- og mediesektoren som dekker virksomhetsområder hos Schibsted Media og TV4 Media:
- Digitale publiseringstjenester
 - Produksjon av AV-innhold
 - Lisensiering av rettigheter for AV-innhold
 - Grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold
 - Markedet for distribusjon av AV-innhold til sluttbruker
 - Salg av annonseplass i AV-tjenester
- (35) Ettersom TV4 Media har begrenset virksomhet i Norge, har Partene i liten utstrekning overlappende virksomhet. Det er likevel en begrenset horisontal overlap i markedet for lisensiering av rettigheter for eksisterende AV-innhold (tilbuds- og etterspørselssiden), samt grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold (tilbudssiden). Det er imidlertid etter Melders syn ingen markeder som berøres av foretakssammenslutningen. Dette vil beskrives nærmere i det følgende.
- (36) TV4 Medias virksomhet med betydning for det norske territoriet er primært et resultat av [REDACTED]
- [REDACTED]
- (37) Den lineære TV-kanalen TV4 er tilgjengeliggjort i Norge ved at TV4 Media tilbyr denne til norske distributører gjennom UBON. UBON er et samarbeid mellom nordiske og europeiske kringkastere som NRK, TV2 DK, SVT, TV4, Sat1, RTL med flere, i kombinasjon med de lokale

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELIGHETER - PRIVILEGED AND CONFIDENTIAL

vederlagsorganisasjonene CopyDan, Norwaco, Copyswede og Kopiosto, om distribusjon av rettigheter til å vise TV-kanaler.⁴ Inntektene som genereres fordeles mellom kringkasterne som inngår i samarbeidet.

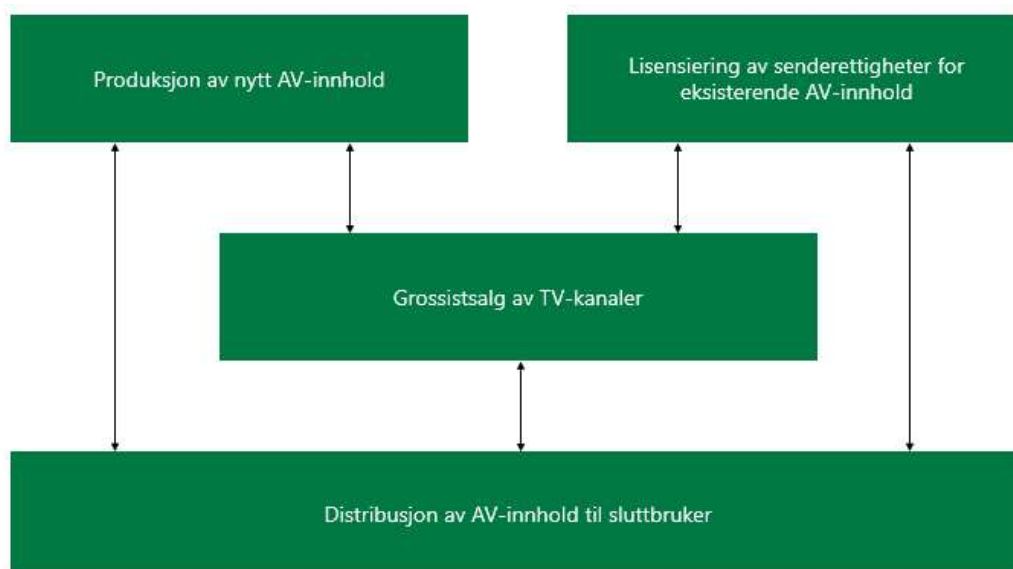
7.2 Audiovisuelle tjenester

7.2.1 Oversikt

(38) EU-kommisjonen har i tidligere saker⁵ evaluert verdikjeden for AV-innhold med utgangspunkt i følgende markeder:

- (i) produksjon av nytt AV-innhold,
- (ii) lisensiering av senderrettigheter for eksisterende AV-innhold,
- (iii) grossistsalg av TV-kanaler, og
- (iv) distribusjon av AV-innhold til sluttbruker.

(39) Markedene ligger på flere nivå, og kan illustreres ved følgende figur:



(40) EU-kommisjonen har vurdert markedene både fra tilbudssiden (supply-side) og etterspørselssiden (demand-side). Så vidt Melder bekjent, har Konkurransetilsynet i nyere tid ikke vurdert verdikjeden for AV-innhold.⁶

(41) Når det gjelder (i) produksjon av nytt AV-innhold og (iv) distribusjon av AV-innhold til sluttbruker, er det ingen overlap mellom Partene og disse er dermed ikke berørt av foretakssammenslutningen. Se likevel kort om disse nedenfor under punkt 7.3 om andre markedet som ikke er berørt.

⁴ Se <https://www.ubod.dk/organisation/>.

⁵ Markedet for AV-tjenester har tidligere blitt vurdert av EU-kommisjonen i flere saker, som M.9064 Telia / Bonnier, M.10815 Deutsche Telekom / Orange / Telefonica / Vodafone, M.10349 Amazon / MGM, og M.10343 Discovery / Warner Media.

⁶ Konkurransetilsynet publiserte imidlertid en rapport i 2009 som blant annet vurderte konkurransen i TV-markedet: <https://konkurransetilsynet.no/publications/konkurransen-i-norge/>.

7.2.2 Lisensiering av rettigheter for eksisterende AV-innhold

- (42) EU-kommisjonen har i tidligere praksis konstatert at den som ønsker å anskaffe AV-innhold enten kan (i) produsere nytt innhold eller (ii) anskaffe lisenser for senderrettigheter til eksisterende innhold (for eksempel kataloginnhold og sportsrettigheter) som noen andre eier.⁷ Dette avsnittet behandler tilbuds- og etterspørselssiden når det gjelder lisensiering av rettigheter for eksisterende AV-innhold.
- (43) Uten å endelig ta stilling har EU-kommisjonen vurdert om dette markedet bør avgrenses ytterligere basert på ulike typer innhold (for eksempel filmer eller sport) eller basert på distribusjonsform (for eksempel abonnementstjenester eller free-to-air-TV). EU-kommisjonen avgrenset dette markedet geografisk som nasjonalt eller omfattende et språklig homogent område.⁸
- (44) Etter Melders syn er det ikke nødvendig å endelig avgrense produktmarkedet, ettersom det kun vil være begrenset overlapp i ethvert tenkelig marked.
- (45) Når det gjelder tilbudssiden av markedet (supply-side), er Schibsted Medias virksomhet knyttet til utlisensiering av rettigheter svært beskjedne i Norge, og begrenset til å omfatte klipprettigheter (korte videoer) til innhold Schibsted Media har produsert eller har rettighetene til. Dette kan typisk være klipp fra nyhetsendinger, som deles med andre nyhetsredaksjoner i Norge, eller videoklipp fra sportsarrangementer, som deles med aktører som NRK, TV2, Viaplay, Discovery mv. Schibsted Media hadde i 2024 [REDACTED] fra slik utlisensiering, [REDACTED]
- (46) I tillegg utlisensierer Schibsted Media i begrenset grad rettigheter til å vise AV-innhold i form av [REDACTED]. Dette kan skje der VGTV [REDACTED] For eksempel har VGTV [REDACTED] Schibsted Medias inntekter fra slik utlisensiering av [REDACTED] er svært begrenset, og utgjorde i 2024 [REDACTED].
- (47) TV4 Media utlisensierer også eksisterende AV-innhold til aktører i Norge, [REDACTED] I 2024 utgjorde TV4 Medias inntekter [REDACTED]

⁷ M.9064 Telia/Bonnier, avsnitt 114 og 115 med videre henvisninger.

⁸ M.9064 Telia/Bonnier, avsnitt 114 til 125, M.10343 Discovery / Warner Media, avsnitt 15 til 25 samt M.10349 Amazon / MGM, avsnitt 23 til 36.

- [REDACTED]
- (48) Partenes virksomhet overlapper således på dette markedet selv om overlappen er svært begrenset.
- (49) Partene mangler eksakte tall, men anslår at den totale verdien av et marked for lisensiering av eksisterende AV-innhold i Norge utgjorde omkring NOK 3 milliarder i 2024, hvorav omkring NOK 2,5 milliarder gjelder sportsrettigheter. Dermed anser Melder at TV4 Medias og Schibsted Medias markedsandeler er marginale, både isolert og samlet.
- (50) På bakgrunn av ovenstående vil foretakssammenslutningen ikke berøre noe tenkelig marked for lisensiering av AV-innhold i Norge når det gjelder tilbudssiden av markedet.
- (51) Også når det gjelder etterspørselssiden av markedet (demand-side), er Partenes virksomhet i Norge begrenset.
- (52) I 2024 kjøpte Schibsted Media gjennom VGTV inn senderrettigheter fra eksterne parter til en verdi av ca. [REDACTED]. Av denne summen var ca. [REDACTED] knyttet til sportsrettigheter.
- (53) Schibsted Media kjøper primært inn sportsrettigheter utenfor «premium»-segmentet. Schibsted Medias største innkjøp de siste tre årene gjaldt, for eksempel, [REDACTED].
[REDACTED] Som nevnt over har Schibsted Media for eksempel kjøpt inn og holder rettigheter til blant annet Serie A (italiensk eliteserie i fotball for herrer), treningskamper for norske eliteserielag i fotball, diverse nasjonale fotballcuper i Europa og enkelte andre sportsarrangementer.
- (54) TV4 Media kjøper [REDACTED]
- (55) TV4 Media kjøper [REDACTED]
- (56) TV4 Medias innkjøp av rettigheter [REDACTED]
- (57) Foruten at TV4 Media [REDACTED]
- (58) Som nevnt over er den totale verdien av et marked for lisensiering av eksisterende AV-innhold i Norge anslått av Partene å utgjøre minst ca. NOK 3 milliarder i 2024, hvorav minst NOK 2,5

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELEIGHETER - PRIVILEGED AND CONFIDENTIAL

milliarder gjelder sportsrettigheter. Dermed anser Melder at TV4 Medias og Schibsted Medias markedsandeler er marginale i etterspørselssiden av markedet.

- (59) I alle tilfelle har Partene ulike fokusområder ved innkjøp av rettigheter til AV-innhold. For det norske markedet kjøper TV4 Media primært rettigheter til [REDACTED] Schibsted Media kjøper primært rettigheter til [REDACTED]
- (60) På bakgrunn av ovenstående vil foretakssammenslutningen ikke berøre noe tenkelig marked for lisensiering av AV-innhold når det gjelder etterspørselssiden av markedet.

7.2.3 Grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold

- (61) TV-programleverandører (som TV4 Media) pakker AV-innhold i ulike TV-kanaler for å tilby disse (tilbudssiden) til TV-distributører (etterspørselssiden), for eksempel Allente, Telia, Telenor og Altibox, som distribuerer TV-kanalen til sluttkunden. I tidligere beslutninger har EU-kommisjonen vurdert at dette grossistleddet utgjør et separat marked fra den endelige distribusjonen til sluttkunden.⁹
- (62) I Telia/Bonnier vurderte EU-kommisjonen at markedet for tilbud av lineære TV-kanaler til TV-distributører kunne avgrenses ytterligere basert på (i) non-premium betal-TV og free-to-air-TV; og (ii) premium betal-TV.¹⁰ EU-kommisjonen lot det være åpent om det skulle gjøres skille mellom ulike typer programinnhold som sport og film, samt ulike distribusjonsinfrastrukturer (kabel, satellitt m.m.). Den geografiske avgrensningen ble vurdert som nasjonal.¹¹ I Amazon/MGM lot kommisjonen spørsmålet om ytterligere avgrensninger være åpent (for eksempel avgrensninger mellom betal-TV og free-to-air-TV).¹² Året etter vendte EU-kommisjonen i Orange/Voo tilbake til avgrensningen i Telia/Bonnier mellom non-premium betal-TV/fri-TV og premium betal-TV.¹³
- (63) Partene mener at det i dette tilfellet ikke er nødvendig å endelig avgrense produktmarkedet, ettersom foretakssammenslutningen uansett ikke gir opphav til at noe tenkelig marked berøres.
- (64) Markedets etterspørselsside (demand-side) aktualiseres ikke i denne saken da verken Schibsted Media eller TV4 Media kjøper inn TV-kanaler fra TV-programleverandører med hensikt å distribuere disse til sluttbrukere.
- (65) Når det gjelder tilbudssiden av markedet (supply-side), er det marginal overlapp.
- (66) TV4 Media distribuerer ikke MTV Oys TV-kanaler eller AV-innhold til Norge.
- (67) TV4 Media tilbyr [REDACTED]

⁹ M.9064 Telia/Bonnier, avsnitt 163.

¹⁰ M.9064 Telia/Bonnier, avsnitt 134 samt 163.

¹¹ M.9064 Telia/Bonnier, avsnitt 169.

¹² M.10349 Amazon/MGM, avsnitt 43 til 58.

¹³ M.10663 Orange/Voo, avsnitt 169.

- [REDACTED]
- (68) Når det gjelder TV-kanalen TV4, tilbys denne kanalen til norske distributører gjennom samarbeidet i UBON (Union of Broadcasting Organizations Norway). UBON er et samarbeid mellom kringkastere om distribusjon av rettigheter til TV-kanaler i Norge.¹⁴
- (69) TV4 Media hadde i 2024 begrensede inntekter fra distribusjon av TV4-kanalen i Norge, på omkring [REDACTED]
- (70) TV4 Medias kanaler er i Norge av helt marginal betydning i distribusjonsmarkedet. I en analyse av hvor stor andel av den norske befolkningen som så på ulike TV-kanaler i 2023, inkludert lineær og ikke-lineær TV-seing, var det kun 1 prosent av den norske befolkningen som så på svenske TV-kanaler for nyheter, og 1 prosent for film, serier, underholdning, debatt eller sport på TV en gjennomsnittsdag.¹⁵ Svenske TV-kanaler omfatter i tillegg SVTs kanaler.
- (71) Også Schibsted Medias virksomhet på dette markedet er svært begrenset. Den eneste TV-kanalen som Schibsted Media tilbyr til distributører er VGTV. Innholdet i kanalen er primært dokumentarfilmer som VGTV holder rettighetene til, samt nyhetsoppdateringer. VGTVs underholdningsinnhold er kun tilgjengelig digitalt gjennom abonnementstjenestene, og ikke på den lineære kanalen.
- (72) Schibsted Media hadde i 2024 omsetning knyttet til grossistsalg av TV-kanalen VGTV til distributører på [REDACTED]
- (73) Kanalen er tilgjengelig for rundt [REDACTED]. VGTVs lineære kanal er imidlertid helt marginal i norsk sammenheng. I en analyse av hvor stor andel av den norske befolkningen som så på ulike TV-kanaler i 2023, inkludert lineær og ikke-lineær TV-seing, var det kun 1 prosent av den norske befolkningen som så på VGTV for nyheter og 0 prosent for film, serier, underholdning, debatt eller sport på TV en gjennomsnittsdag.¹⁶
- (74) Partenes TV-kanaler retter seg videre inn mot ulike segmenter. Stars, Hits og SF-kanalen sender primært amerikanske, britiske og svenske filmer og tv-serier, mens VGTV sender dokumentarfilmer. TV4 sender primært svenske nyhets-, aktualitets- og underholdningsprogrammer.
- (75) På bakgrunn av ovennevnte vil foretakssammenslutningen ikke berøre grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold.

¹⁴ Se <https://www.ubod.dk/organisation/>.

¹⁵ Norsk Mediebarometer 2023, tabell 7.12 og 7.14

¹⁶ Norsk Mediebarometer 2023, tabell 7.12 og 7.14

7.3 Andre markeder som ikke er berørt av foretakssammenslutningen

7.3.1 Digitale publiseringstjenester

- (76) Etter Melders syn foreligger ingen overlapp mellom Partenes virksomheter i markedet for digitale publiseringstjenester. Dette vil begrunnes i det følgende.
- (77) Schibsted Media er aktiv innen digitale publiseringstjenester gjennom flere norske avis- og nyhetsmedier slik som VG, Aftenposten, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad, E24 og Shifter.
- (78) TV4 Media er aktive innen digitale publiseringstjenester i Sverige gjennom TV4.se, Köket.se og Fotbollskanalen.se, men i mye mindre skala enn Schibsted Media og kun utenfor Norge.
- (79) EU-kommisjonen har i sine avgjørelser vurdert at det geografiske markedet for nasjonale aviser er nasjonalt.¹⁷
- (80) Så vidt Melder kjenner til, har Konkurransetilsynet ikke avgrenset lesermarkedet for aviser mellom publisering i trykt format og digitalt, eller vurdert om nettsider med for eksempel nyhetsinnhold uten tilknytning til en avis tilhører et slikt lesermarked.
- (81) EU-kommisjonen har vurdert om publisering av nyheter online (Eng.: online news services) utgjør et eget marked fra publisering av nyheter i fysisk avisformat. Imidlertid har EU-kommisjonen latt den endelige markedsavgrensningen stå åpen.¹⁸
- (82) I samsvar med Konkurransetilsynets og EU-kommisjonens praksis foreligger det ingen overlapp mellom TV4 Media og Schibsted Media, ettersom TV4 Media ikke driver noen avisvirksomhet, verken i trykt format eller digitalt.
- (83) Det faktum at det finnes et visst redaksjonelt innhold på TV4 Medias nettsider som kan sammenlignes med innholdet som finnes i Schibsted Medias avispublikasjoner, innebærer ikke at produktene er utskiftbare eller at det foreligger noe reelt konkurranseforhold.
- (84) Det er uansett ikke overlapp mellom TV4 Media og Schibsted Media i Norge, ettersom TV4 Medias innhold ikke retter seg mot det norske markedet. Selv om norske brukere kan ha tilgang til innholdet via svenske nettsider, er dette kun en rent teknisk overlapp som ikke representerer noen reell konkurranseflate mellom Partene. Markedet er under enhver omstendighet ikke berørt av foretakssammenslutningen.

7.3.2 Produksjon av AV-innhold

- (85) Etter Melders syn foreligger ingen overlapp mellom Partenes virksomheter i markedet for produksjon av AV-innhold. Dette vil begrunnes i det følgende.
- (86) Som nevnt over har EU-kommisjonen konstatert at den som ønsker å anskaffe AV-innhold enten kan (i) produsere nytt innhold eller (ii) anskaffe lisenser for senderrettigheter til eksisterende innhold (for eksempel kataloginnhold og sportsrettigheter) som noen andre

¹⁷ M.8354 - Fox/Sky, punkt 135

¹⁸ M.8354 - Fox/Sky, avsnitt 129, 133 og 135 samt M.5932 - News Corp/BSkyB, avsnitt 216.

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELEIGHETER - PRIVILEGED AND CONFIDENTIAL

eier. Dette punktet gjelder tilbuds- og etterspørselssiden så vidt gjelder produksjon av nytt innhold.

- (87) EU-kommisjonen har lagt til grunn at det relevante markedet er begrenset til produksjon av innhold (enten in-house eller gjennom underleverandør) som selges til en ekstern part (såkalt non-captive produksjon av AV-innhold), mens produksjon av slikt innhold for bruk i egne kanaler (såkalt captive produksjon av AV-innhold) ikke utgjør en del av markedet.¹⁹ I *Telia/Bonnier* avgrenset EU-kommisjonen dette markedet geografisk som nasjonalt eller til å omfatte et språklig homogent område.²⁰
- (88) Etter Melders syn er det ikke nødvendig å endelig avgrense produktmarkedet, ettersom foretakssammenslutningen ikke vil berøre markedet uansett hvordan det defineres.
- (89) Når det gjelder tilbudssiden av markedet (supply-side), produserer verken TV4 Media eller Schibsted Media nytt AV-innhold med hensikt å selge til utenforstående parter. I den grad Partene bestiller produksjon av innhold fra utenforstående parter, er det primære formålet å bruke slikt innhold i sine egne virksomheter.
- (90) For å gi så komplett bilde som mulig, informeres det om at Schibsted Media, gjennom VG, i enkelte tilfeller har vært med på å delfinansiere produksjon av AV-innhold som senere har blitt solgt internasjonalt. Dette gjelder [REDACTED]
- (91) Det foreligger således ingen overlappl mellom Partenes virksomheter på tilbudssiden av markedet for produksjon av AV-innhold.
- (92) Når det gjelder etterspørselssiden av markedet (demand-side), bestilte Schibsted Media i 2024 i Norge nyproduksjoner til en verdi av [REDACTED] TV4 Media bestiller [REDACTED]
- (93) [REDACTED]
- (94) I alle tilfelle finnes det svært mange aktører som bestiller nytt AV-innhold, og markedet må anses stort, selv om Partene ikke har noe estimat for den totale verdien av innkjøpmarkedet. Det vises til at for eksempel store internasjonale aktører som Viaplay, Netflix, Warner Bros Discovery, Amazon og Disney alle produserer eller kjøper inn nytt AV-

¹⁹ M.9064 *Telia/Bonnier*, avsnitt 114 til 125, M.10343 *Discovery / Warner Media*, avsnitt 15 til 25 samt M.10349 *Amazon / MGM*, avsnitt 23 til 36.

²⁰ M.9064 *Telia/Bonnier*, avsnitt 131.

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELIGHETER - PRIVILEGED AND CONFIDENTIAL

innhold rettet mot enkeltland eller Norden, i tillegg til nasjonale aktører slik som NRK, TV2, TVN og TV3 med flere.

- (95) Det foreligger således ingen overlapp mellom Partenes virksomheter på etterspørselssiden av markedet for produksjon av AV-innhold.

7.3.3 Markedet for distribusjon av AV-innhold til sluttbruker

- (96) Etter Melders syn foreligger ingen overlapp mellom Partenes virksomheter i markedet for distribusjon av AV-innhold til sluttbruker. Dette vil begrunnes i det følgende.
- (97) Dette leddet i AV-verdikjeden gjelder distribusjon av innhold til sluttbruker. Sluttbruker kan få tilgang til AV-innhold gjennom ulike tekniske løsninger. Den tradisjonelle distribusjonen via bakkenett, kabel, fiber og satellitt suppleres nå av distribusjon via såkalte OTT-tjenester over internett, noe som også gjør at TV-programsselskaper kan distribuere sitt innhold direkte til sluttbruker uten å måtte benytte eksterne distributører.
- (98) I tidligere beslutninger har EU-kommisjonen definert et overordnet marked for distribusjon av AV-innhold uten videre oppdeling basert på distribusjonsmåte (OTT, kabel, satellitt mv.) eller type sluttkunde.²¹ EU-kommisjonen har også latt det være åpent om det skal gjøres skille for eksempel mellom (i) lineær og ikke-lineær distribusjon; (ii) gratis AV-tjenester og betal-AV-tjenester; (iii) ikke-lineære betal-AV-tjenester og lineære betal-AV-tjenester; samt (iv) premium betal-AV-tjenester (som sportsinnhold) og andre betal-AV-tjenester.²²
- (99) EU-kommisjonen har i tidligere beslutninger definert det geografiske markedet som nasjonalt.²³
- (100) Det svenske Konkurrentverket har tidligere vurdert et svensk marked for TV-distributørers levering av lineære TV-kanaler (eksklusiv OTT).²⁴
- (101) Partene anser imidlertid at den eksakte markedsavgrensningen kan stå åpen ettersom foretakssammenslutning ikke vil begrense konkurransen på noe tenkelig marked.
- (102) Schibsted Media tilbyr et visst AV-innhold på sine digitale flater i Norge, for eksempel korte videoklipp som vises på en liten del av skjermen når en bruker leser en artikkel på VG.no. På VGTV.no kan sluttbrukere også se AV-innhold relatert til nyheter, underholdning, sport, livsstil, mv. Dette videoinnholdet bidrar til å generere annonse- og abonnementsinntekter for Schibsted Media. For eksempel trenger en bruker en Schibsted-konto og et abonnement på VG+ for å få tilgang til visse sports- og underholdningsinnhold på VGTV.no.

²¹ M.9064 *Telia/Bonnier*, avsnitt 195.

²² M.9064 *Telia/Bonnier*, avsnitt 199 og 200.

²³ M.9064 *Telia/Bonnier*, avsnitt 207. EU-kommisjonens praksis fra *Telia/Bonnier* har blitt bekreftet i senere vedtak som M.10475 *United Group / Wind Hellas*, avsnitt 48 og 50, M.10343 *Discovery / Warner Media*, avsnitt 63 og 67, samt M.10815 *Deutsche Telekom / Orange / Telefonica / Vodafone*, avsnitt 95 og 100. EU-kommisjonen har i visse vedtak, som M.10994 *Liberty Global / Fluvis / Netco*, punkt 135, gjort skilnad på distribusjon av free-to-air-tv og betal-tv.

²⁴ *Com Hem/Boxer* dnr 411/2016, avsnitt 54, der Konkurrentverkets utredning indikerte at OTT-tjenester var et komplement til lineær-TV.

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELEIGHETER - PRIVILEGED AND CONFIDENTIAL

- (103) Partene er ikke kjent med at det finnes noen beregninger av totalverdien av markedet for distribusjon av AV-innhold til sluttbruker som inkluderer OTT-tjenester og online video.
- (104) Det var i 2024 samlet omkring [REDACTED] abonnenter på VG+, VG+ Sport og VG+ Total, og som dermed har tilgang til online AV-innhold på VGTV. Schibsted Media hadde i 2024 abonnementsinntekter på [REDACTED] fra salg av VG+, VG+ Sport og VG+ Total.
- (105) TV4 Media driver OTT-tjenesten TV4 Play i Sverige, der sluttbrukere kan få tilgang til innhold som produseres for, eller kjøpes inn av, TV4 Media. Tjenesten genererer annonse- og abonnementsinntekter i Sverige.
- (106) Ettersom TV4 Media ikke driver virksomhet i Norge, er det ingen overlapp mellom Partene i markedet for distribusjon av AV-innhold til sluttbruker i Norge.

7.3.4 Podkaster

- (107) Etter Melders syn foreligger ingen overlapp mellom Partenes virksomheter i et marked for podkaster. Dette vil begrunnes i det følgende.
- (108) Så vidt Melder kjenner til, har verken EU-kommisjonen eller Konkurransetilsynet publisert noe vedtak hvor et relevant marked for podkaster er avgrenset, verken i produksjonsleddet eller distribusjonsleddet.
- (109) Melder antar imidlertid at produksjonsleddet bør betraktes som et separat marked fra et marked for distribusjon av podkaster, og at produksjonsleddet og distribusjonsleddet avgrenses nasjonalt, tilsvarende den geografiske definisjonen for digitale publikasjoner i punkt 7.3.1 og distribusjon av AV-innhold i punkt 7.3.3.
- (110) Etter Melders syn er det ikke nødvendig å endelig avgrense markedet, ettersom foretakssammenslutningen ikke vil berøre markedet uansett hvordan det defineres.
- (111) Schibsted Media produserer i Norge podkaster med nær tilknytning til de digitale publiseringstjenestene i for eksempel VG og Aftenposten, slik som «Aftenpodden» og «Krimpodden». Schibsted Media produserer også underholdningspodkaster gjennom plattformen Podme, jf. avsnitt (113) nedenfor.
- (112) TV4 Media produserer også podkaster, men rettet mot det svenske markedet. TV4 Medias mest populære podkaster i Sverige er «TV4 Hockeypodden» og «Lundh». TV4 Medias podkaster hostes av Acast, som er en plattform der man kan publisere podkaster og distribuere dem til lyttere. Gjennom Acast er podkastene tilgjengelige på andre, ulike plattformer gjennom en RSS-feed. En RSS-feed er en åpen lenke som muliggjør lytting på forskjellige podkastplattformer.
- (113) Schibsted Media tilbyr også Podme, en plattform hvor podkastprodusenter (både Schibsted Medias egne og eksterne produsenter) kan distribuere podkaster til lyttere. Podme konkurrerer med andre tilsvarende plattformer som for eksempel Spotify, Apple Podcast, Google Podcast og NRKs Radioapp.

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELEIGHETER - PRIVILEGED AND CONFIDENTIAL

- (114) Det er dermed ingen overlapp mellom Partenes virksomheter når det gjelder produksjon av podkaster i Norge. Det finnes heller ingen overlapp i distribusjonsleddet siden TV4 Media ikke tilbyr noen distribusjonsplattform.

7.3.5 Salg av annonseplass i audiovisuelle tjenester

- (115) Etter Melders syn foreligger ingen overlapp mellom Partenes virksomheter i markedet for salg av annonseplass i AV-tjenester. Dette vil begrunnes i det følgende.
- (116) I Telia/Bonnier definerte EU-kommisjonen et nasjonalt marked for salg av annonseplass på TV, men lot det være åpent om markedet skulle segmenteres ytterligere basert på salg av annonseplass på free-to-air-TV versus betal-TV, samt hvorvidt annonsering på OTT AVOD-tjenester skulle anses å tilhøre dette markedet.²⁵
- (117) I senere avgjørelser har EU-kommisjonen avgrenset et antall ulike kategorier av markeder for salg av annonseplass.²⁶ EU-kommisjonen har også overveid om salg av annonseplass for video (eng. online video display advertising services) utgjør et separat marked fra annet salg av annonseplass online (eng. non-video display advertising services), men holdt dette åpent.²⁷
- (118) I Google/Fitbit vurderte Kommisjonen at de geografiske markedene var nasjonale eller omfattet et språklig homogent område.²⁸
- (119) Partene anser at det ikke er grunn til å endelig avgrense markedene i denne saken, ettersom foretakssammenslutningen ikke fører til noen konkurranseproblemer eller noe berørt marked uansett markedsdefinisjon.
- (120) Schibsted Media tilbyr i Norge annonseplass på sine digitale flater, inkludert VG.no, Aftenposten.no og Podme mv. TV4 Media tilbyr annonseplass på sine svenske digitale flater, slik som TV4 Play og TV4.se, Fotbollskanalen.se og Köket.se. Begge parter tilbyr dermed plass for nettannonser på et overordnet marked for nettannonser. Schibsted Medias digitale annonseplasser omfatter hovedsakelig publikasjoner, mens TV4 Medias digitale annonseplasser primært består av TV-annonser på TV4 Play.
- (121) Ettersom TV4 Media ikke driver virksomhet i det norske markedet, foreligger ingen overlapp mellom Partenes virksomheter når det gjelder salg av annonseplass i AV-tjenester i Norge.

7.4 Ingen vertikale berørte markeder

- (122) Schibsted Media driver hovedsakelig avispubliseringsvirksomhet, mens TV4 Media hovedsakelig driver TV-virksomhet. Partenes virksomheter skiller seg derfor fra hverandre.
- (123) Som en følge av samfunnets økte digitalisering, som har påvirket både TV- og publiseringsvirksomhet, kan det imidlertid oppstå visse berøringspunkter mellom Partenes virksomheter.

²⁵ M.9064 Telia/Bonnier, avsnitt 276, 282, 291.

²⁶ M.9660 Google/Fitbit, avsnitt 148.

²⁷ Se f.eks. M.10262 Meta/Kustomer, avsnitt 153 og 154.

²⁸ M.9660 Google/Fitbit, avsnitt 163.

- #34672222/1

8. PARTENES VIKTIGSTE KUNDER, KONKURRENTER OG LEVERANDØRER

8.1 Markedet for lisensiering av rettigheter for eksisterende AV-innhold

8.1.1 Partenes viktigste kunder

Schibsted Media	TV4 Media

8.1.2 Partenes viktigste konkurrenter

Schibsted Media	TV4 Media

8.1.3 Partenes viktigste leverandører

Schibsted Media	TV4 Media

8.2 Grossistmarkedet for distribusjon av AV-innhold

8.2.1 Partenes viktigste kunder

Schibsted Media	TV4 Media

8.2.2 Partenes viktigste konkurrenter

Schibsted Media	TV4 Media

8.2.3 Partenes viktigste leverandører

Schibsted Media	TV4 Media

9. Effektivitetsgevinster

- (131) Transaksjonen vil medføre effektivitetsgevinster som følge av Partenes komplementære tjenestetilbud. Foretakssammenslutningen vil gi Partene mulighet til å gi kundene et bredere og bedre tilbud, samt til å kunne konkurrere mer effektivt mot langt større aktører i de aktuelle markedene. Videre vil foretakssammenslutningen innebære at foretakene får felles administrasjon, hvilket må forventes å innebære reduserte kostnader. Foretakssammenslutningen vil også bety bedre nedstrømløsninger for Partene.

10. Årsregnskap

- (132) Årsregnskap for 2023 for Schibsted ASA (konsern) er inntatt som Vedlegg 2. Årsregnskap for Schibsted Media (tidligere foretaksnavn: Schibsted Norge AS) og datterselskap finnes offentlig tilgjengelig. Årsregnskap for 2023 for TV4 Media Holding AB samt datterselskapene TV4 Media AB, MTV Oy, TV4 AB og Cmore Entertainment AB er inntatt som Vedlegg 3 til Vedlegg 7.

Vedlegg 2	Årsrapport 2023 - Schibsted ASA (konsern)
Vedlegg 3	Årsrapport 2023 - TV4 Media Holding AB
Vedlegg 4	Årsrapport 2023 - TV4 Media AB
Vedlegg 5	Årsrapport 2023 - MTV Oy
Vedlegg 6	Årsrapport 2023 - TV4 AB
Vedlegg 7	Årsrapport 2023 - Cmore Entertainment AB

11. Offentlighet

- (133) Denne konkurransemeldingen og enkelte vedlegg inneholder forretningshemmeligheter som er underlagt taushetsplikt og unntatt fra offentlighet. Slike opplysninger er i meldingen merket med grønnfarge. Begrunnelse for at opplysningene skal unntas offentlighet er inntatt i Vedlegg 8.

Vedlegg 8	Begrunnelse for forretningshemmeligheter
------------------	--

Med vennlig hilsen

Advokatfirmaet BAHR AS

Haakon Rønn Stensæth

Advokat

Saksansvarlig advokat: Elin Moen