

## Vedtak

Dato: 16.07.2025  
Mottaker: Offentlighet

## V2025-11

Offentlig versjon  
Unntatt offentlighet jfr  
Offl. § 13, fvl. § 13.1.2

Saksansvarlig: Vegard Aandal-Nilsen  
Saksbehandler: Magne Geber

2025/0060-209

# Vedtak V2025-11 – Offentlig versjon – Infomedia Retriever Holding AB - Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S - konkurranseloven § 16 - inngrep mot foretakssammenslutning - vilkår

## Innhold

|          |                                                                                      |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Innledning .....</b>                                                              | <b>4</b>  |
| 1.1      | Sakens bakgrunn .....                                                                | 4         |
| 1.2      | Konkurransetilsynets saksbehandling .....                                            | 4         |
| 1.3      | Fristberegning .....                                                                 | 5         |
| 1.4      | Partenes hovedanførsler til varselet .....                                           | 5         |
| 1.5      | Prosessuelle anførsler .....                                                         | 7         |
| <b>2</b> | <b>Partene i saken .....</b>                                                         | <b>8</b>  |
| 2.1      | Infomedia A/S .....                                                                  | 8         |
| 2.1.1    | Opoint A/S .....                                                                     | 8         |
| 2.2      | Retriever Aktiebolag .....                                                           | 9         |
| 2.2.1    | Mediearkivet AS .....                                                                | 9         |
| 2.3      | Infomedia Retriever Holding AB .....                                                 | 9         |
| <b>3</b> | <b>Rettslig utgangspunkt .....</b>                                                   | <b>10</b> |
| 3.1      | Melding av foretakssammenslutninger .....                                            | 10        |
| 3.2      | Forholdet til konkurransereglene i EU og EØS .....                                   | 10        |
| 3.3      | Vilkårene for inngrep .....                                                          | 11        |
| 3.3.1    | Generelt .....                                                                       | 11        |
| 3.3.2    | Foretakssammenslutning .....                                                         | 11        |
| 3.3.3    | Konkurransbegrensningskriteriet – i betydelig grad hindre effektiv konkurranse ..... | 11        |
| 3.3.4    | Nærmere om Konkurransetilsynets bevisvurdering .....                                 | 11        |
| <b>4</b> | <b>Om markedet for medieovervåkningstjenester .....</b>                              | <b>12</b> |
| 4.1      | Verdikjeden for salg av medieovervåkningstjenester .....                             | 12        |

|          |                                                                                                                             |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.2      | <i>Medieovervåkningstjenester</i> .....                                                                                     | 12        |
| 4.2.1    | Mediearkiv .....                                                                                                            | 13        |
| 4.2.2    | Medieanalyse .....                                                                                                          | 14        |
| 4.2.3    | Håndtering av sosiale medier .....                                                                                          | 14        |
| 4.3      | <i>Regulering av bruk av medieinnhold</i> .....                                                                             | 15        |
| 4.4      | <i>Videresalg av innhold</i> .....                                                                                          | 18        |
| 4.5      | <i>Aktører som tilbyr medieovervåkningstjenester</i> .....                                                                  | 18        |
| 4.5.1    | Infomedia .....                                                                                                             | 18        |
| 4.5.2    | Retriever .....                                                                                                             | 19        |
| 4.5.3    | Mynewsdesk .....                                                                                                            | 20        |
| 4.5.4    | Meltwater .....                                                                                                             | 21        |
| 4.5.5    | Cision .....                                                                                                                | 21        |
| 4.5.6    | Notified .....                                                                                                              | 22        |
| 4.6      | <i>Aktører som tilbyr tjenester for nyhetsaggregering</i> .....                                                             | 22        |
| 4.6.1    | Tjenester for nyhetsaggregering .....                                                                                       | 22        |
| 4.6.2    | Google .....                                                                                                                | 22        |
| 4.6.3    | Feeder .....                                                                                                                | 24        |
| 4.7      | <i>Kunder som etterspør medieovervåkningstjenester</i> .....                                                                | 24        |
| <b>5</b> | <b>Markedsavgrensning</b> .....                                                                                             | <b>25</b> |
| 5.1      | <i>Innledning</i> .....                                                                                                     | 25        |
| 5.2      | <i>Produktmarkedsavgrensning</i> .....                                                                                      | 26        |
| 5.2.1    | Innledning .....                                                                                                            | 26        |
| 5.2.2    | Vurdering av hvorvidt overvåkning av medieinnhold fra ulike kilder og mediekanaler inngår i det samme produktmarkedet ..... | 26        |
| 5.2.3    | Vurdering av hvorvidt mediearkiv inngår i det relevante produktmarkedet .....                                               | 30        |
| 5.2.4    | Vurdering av hvorvidt medieanalyse inngår i det relevante produktmarkedet .....                                             | 33        |
| 5.2.5    | Vurdering av hvorvidt nyhetsaggregator-tjenester inngår i samme produktmarked som medieovervåkningstjenester .....          | 38        |
| 5.2.6    | Vurdering av hvorvidt håndtering av sosiale medier inngår i det samme relevante produktmarkedet .....                       | 45        |
| 5.2.7    | Vurdering av hvorvidt medieovervåkningstjenester til ulike kundegrupper inngår i det samme produktmarkedet .....            | 46        |
| 5.2.8    | Konklusjon .....                                                                                                            | 48        |
| 5.3      | <i>Geografisk markedsavgrensning</i> .....                                                                                  | 48        |
| 5.3.1    | Innledning .....                                                                                                            | 48        |
| 5.3.2    | Vurdering av det relevante geografiske markedet for medieovervåkningstjenester .....                                        | 49        |
| 5.3.3    | Konklusjon geografisk markedsavgrensning .....                                                                              | 50        |
| 5.4      | <i>Konklusjon markedsavgrensning</i> .....                                                                                  | 50        |
| <b>6</b> | <b>Alternativsituasjon</b> .....                                                                                            | <b>50</b> |
| <b>7</b> | <b>Konkurransanalyse</b> .....                                                                                              | <b>51</b> |
| 7.1      | <i>Innledning</i> .....                                                                                                     | 51        |
| 7.2      | <i>Kjennetegn ved markedet for medieovervåkningstjenester</i> .....                                                         | 53        |
| 7.2.1    | Konkurransparametere .....                                                                                                  | 53        |
| 7.3      | <i>Horisontale ikke-koordinerte virkninger</i> .....                                                                        | 58        |
| 7.3.1    | Markedsstruktur .....                                                                                                       | 58        |
| 7.3.2    | Konkurransenærhet mellom partene .....                                                                                      | 61        |
| 7.3.3    | Konkurransenærhet mellom partene og andre aktører .....                                                                     | 93        |
| 7.3.4    | Konkurransetilsynets vurdering av partenes anførsler om konkurransepress fra andre aktører .....                            | 107       |
| 7.3.5    | Konkurrentenes respons på prisøkninger .....                                                                                | 116       |
| 7.3.6    | Etablering og ekspansjon .....                                                                                              | 117       |
| 7.3.7    | Kjøpermakt .....                                                                                                            | 136       |
| 7.3.8    | Konklusjon horisontale ikke-koordinerte virkninger i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge .....                  | 139       |

|                |                                                                                              |            |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 7.4            | <i>Om foretakssammenslutningen også vil skape eller styrke en dominerende stilling .....</i> | <i>140</i> |
| 7.5            | <i>Effektivitetsgevinster.....</i>                                                           | <i>141</i> |
| 7.5.1          | <i>Innledning.....</i>                                                                       | <i>141</i> |
| 7.5.2          | <i>Konkurransetilsynets vurdering av effektivitetsgevinster .....</i>                        | <i>142</i> |
| 7.6            | <i>Konklusjon.....</i>                                                                       | <i>143</i> |
| <b>8</b>       | <b>Avhjelpende tiltak og forholdsmessighet.....</b>                                          | <b>143</b> |
| 8.1            | <i>Innledning.....</i>                                                                       | <i>143</i> |
| 8.2            | <i>Beskrivelse og vurdering forslag til avhjelpende tiltak .....</i>                         | <i>144</i> |
| <b>9</b>       | <b>Vedtak .....</b>                                                                          | <b>147</b> |
| <b>Vedlegg</b> | <b>..... Feil! Bokmerke er ikke definert.</b>                                                |            |

## 1 Innledning

- (1) Konkurransetilsynet viser til melding om foretakssammenslutning mottatt 28. januar 2025 ("meldingen"), tilsynets varsel om inngrep mot foretakssammenslutningen 12. mai 2025 ("varselet"), partenes merknader til varselet 3. juni 2025 ("tilsvaret"), samt endelig forslag til avhjelpende tiltak 1. juli 2025.
- (2) Det vises også til øvrig skriftlig korrespondanse og annen kontakt i forbindelse med foretakssammenslutningen.
- (3) Konkurransetilsynet har kommet til at foretakssammenslutningen der Infomedia Retriever Holding AB erverver 100 prosent av aksjene i Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i markedet for medieovervåkingstjenester i Norge.
- (4) Konkurransetilsynet har på denne bakgrunn besluttet å gripe inn mot foretakssammenslutningen med hjemmel i konkurranseloven<sup>1</sup> § 16, jf. § 20 fjerde ledd.

### 1.1 Sakens bakgrunn

- (5) Saken gjelder Infomedia Retriever Holding AB ("Infomedia Retriever Holding") sitt erverv av 100 prosent av aksjene i Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S ("partene"). Infomedia Retriever Holding er et holdingsselskap uten egen og forutgående virksomhet, hvis eneste formål er å eie aksjer i Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S.<sup>2</sup>
- (6) I henhold til aksjekjøpsavtalen inngått 28. juni 2024 ervervet Infomedia Retriever Holding samtlige aksjer i Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S, og har derfor ervervet kontroll over selskapenes virksomhet.<sup>3</sup> Som en del av foretakssammenslutningen avsto Infomedias tidligere eiere Berlingske Media A/S ("Berlingske") og JP/Politikens Hus ("JPP") og Retrievers tidligere eiere Norsk Telegrambyrå AS ("NTB") og TT Nyhetsbyrå AB ("TT") sine aksjer i selskapene til holdingsselskapet. De nye eierne av holdingsselskapet er derfor Berlingske, JPP, NTB og TT, men ingen av eierne har bestemmende innflytelse i Infomedia Retriever Holding.<sup>4</sup>

### 1.2 Konkurransetilsynets saksbehandling

- (7) Infomedia Retriever Holdings erverv av Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S er ikke meldepliktig ettersom omsetningen er lavere enn terskelverdiene i konkurranseloven § 18 annet ledd, jf. kapittel 3.1. Konkurransetilsynet fattet rettidig vedtak om å pålegge meldeplikt for foretakssammenslutningen 27. september 2024, jf. konkurranseloven § 18 tredje ledd.<sup>5</sup>
- (8) Konkurransetilsynet har i anledning saken innhentet informasjon fra flere aktører i markedet, herunder partene, andre aktører som tilbyr medieovervåknings- og analysetjenester, innholdsleverandører, kunder<sup>6</sup> og konkurrenter.
- (9) Partene har utover meldingen besvart flere pålegg fra Konkurransetilsynet om å gi opplysninger, samt på eget initiativ gitt ytterligere informasjon og synspunkter til tilsynet. Videre har det blitt avholdt møter med partene 28. februar 2025, 17. mars 2025, 25. mars 2025, 23. april 2025, 12. juni 2025, 19. juni 2025 og 26. juni 2025. Tilsynet har også hatt

<sup>1</sup> Lov 5. mars 2004 nr. 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger.

<sup>2</sup> Meldingen, side 7.

<sup>3</sup> Meldingen, side 9.

<sup>4</sup> Meldingen, side 9 og 10. Berlingske og JPP har en eierandel på [redacted] prosent [redacted], mens NTB har [redacted] prosent og TT har [redacted] prosent.

<sup>5</sup> [Vedtak V2024-6 - Infomedia A/S - Retriever Aktiebolag - Goldcup 35547 AB \(u.n.c.t Infomedia Retriever Holding AB\) - konkurranseloven § 18 - pålegg om meldeplikt for foretakssammenslutning - Konkurransetilsynet.](#)

<sup>6</sup> Konkurransetilsynet har hentet inn dokumentasjon fra 26 kunder av partene, hvorav halvparten er offentlige og halvparten private. Ti av kundene er valgt ut som et uttrekk fra hver av partenes oppgitte tolv største kunder, rangert etter omsetning. Ni kunder er trukket tilfeldig fra partenes fullstendige kundelister. To kunder er valgt ut fordi det forelå opplysninger om at disse nylig har, eller snart skal, avholde anbudskonkurranser. Videre inngår de fem kundene som har avholdt anbudskonkurranser der partene har oppgitt å ha møtt konkurranse fra andre aktører. I tillegg har tilsynet kontaktet et utvalg av tidligere kunder av partene, jf. kapittel 7.3.2.4.

møter med Meltwater Sweden AB ("Meltwater") og MyNewsdesk AB ("Mynewsdesk"). I tillegg har det vært løpende kontakt mellom tilsynet og partenes advokater.

- (10) Etter at varselet ble sendt 12. mai 2025 har Konkurransetilsynet innhentet ytterligere opplysninger fra partene<sup>7</sup> og hatt møte med Notified.<sup>8</sup>
- (11) Infomedia Retriever Holding har fremsatt forslag til avhjelpende tiltak 16. juni 2025.<sup>9</sup> Revidert forslag til avhjelpende tiltak ble deretter fremsatt 26. juni 2025<sup>10</sup> og 29. juni 2025.<sup>11</sup> Endelig forslag til avhjelpende tiltak ble fremsatt 1. juli 2025 ("forslaget til avhjelpende tiltak").<sup>12</sup> Forslaget om avhjelpende tiltak av 1. juli 2025 ble sendt på høring 2. juli 2025.<sup>13</sup> Konkurransetilsynet har foretatt en nærmere vurdering av det foreslåtte avhjelpende tiltaket i kapittel 8.

### **1.3 Fristberegning**

- (12) Konkurransetilsynet mottok melding om foretakssammenslutningen 28. januar 2025. Varsel om at inngrep kunne bli aktuelt ble rettidig oversendt partene 4. mars 2025, jf. konkurranse-loven § 20 annet ledd første punktum.
- (13) I henhold til konkurranse-loven § 20 fjerde ledd første punktum må Konkurransetilsynet snarest mulig, og senest innen 70 virkedager fra meldingen ble mottatt, fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag til avhjelpende tiltak fra melder, eller legge frem begrunnet forslag til forbudsvedtak. Begrunnet forslag til forbudsvedtak ble rettidig oversendt 12. mai 2025. Dersom det fremsettes nytt eller revidert forslag til avhjelpende tiltak etter at Konkurransetilsynet har lagt frem begrunnet forslag til forbudsvedtak, kan fristen for å treffe vedtak forlenges med 15 virkedager, jf. konkurranse-loven § 20 fjerde ledd.
- (14) Infomedia Retriever Holding fremsatte forslag til avhjelpende tiltak første gang 16. juni 2025, samt reviderte forslag 26. juni 2025 og 29. juni 2025, før endelig forslag til avhjelpende tiltak ble fremsatt 1. juli 2025. Konkurransetilsynets frist for å fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag om avhjelpende tiltak, eller treffe forbudsvedtak ble derfor forlenget med 15 virkedager, jf. konkurranse-loven § 20 fjerde ledd.<sup>14</sup>
- (15) Frist for å fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag med avhjelpende tiltak er med dette 16. juli 2025. Dette vedtaket er således truffet rettidig.

### **1.4 Partenes hovedanførsler til varselet**

- (16) I det følgende gir Konkurransetilsynet en kort redegjørelse for partenes hovedanførsler til varselet. Anførsle-ne vil bli behandlet fortløpende i vedtaket. Partenes prosessuelle anførsler behandles i kapittel 1.5.
- (17) Partene anfører at Konkurransetilsynet ikke har hjemmel for å gripe inn mot foretakssammenslutningen<sup>15</sup>, og at tilsynets vurderinger gjennomgående bygger på faktiske feil eller er foretatt på et svakt grunnlag.<sup>16</sup>
- (18) Partene anfører at Konkurransetilsynets avgrensning av produktmarkedet er beheftet med flere feil. Herunder gjør partene gjeldende at markedsavgrensningen er for snever, og at det relevante produktmarkedet omfatter alle medieovervåkningsløsninger, både løsningene som bygger på tilgangsavtaler og de som benytter søk på åpent nett.<sup>17</sup> I tillegg mener partene at det

<sup>7</sup> Brev fra Infomedia Norge AS og Retriever Norge AS 11. juni 2025.

<sup>8</sup> Referat fra møtet med Notified 11. juni 2025.

<sup>9</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 16. juni 2025.

<sup>10</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 26. juni 2025.

<sup>11</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 29. juni 2025.

<sup>12</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 1. juli 2025.

<sup>13</sup> Høringsbrev av 2. juli 2025 sendt til Meltwater, Mynewsdesk, Notified og Cision.

<sup>14</sup> Brev fra Konkurransetilsynet 18. juni 2025.

<sup>15</sup> Tilsvaret, side 45.

<sup>16</sup> Tilsvaret, side 17.

<sup>17</sup> Tilsvaret, side 42.

er en feilvurdering at produktmarkedet består av en "kurv" med produkter som inkluderer overvåkning av et bredt kildetilfang, mediearkiv og medieanalyse.<sup>18</sup>

- (19) Videre anfører partene at Konkurransetilsynets vurdering av at offentlige kunder utgjør et eget segment i markedet for medieovervåkingstjenester er feil. Partene viser til at behovene til offentlige og private kunder i stor grad er sammenfallende, og at selv om noen offentlige kunder uttrykker sine krav gjennom formelle anbudsdokumenter innebærer dette ikke at behovene er ulike.<sup>19</sup>
- (20) Partene er også uenige i Konkurransetilsynets vurdering av at konkurransesituasjonen som forelå før foretakssammenslutningen vil være den mest sannsynlige alternativsituasjonen uten foretakssammenslutningen.<sup>20</sup> Partene viser til at markedet de opererer i gjennomgår store forandringer som følge av rask teknologisk utvikling, [redacted], og nyetableringer. Ifølge partene foreligger det derfor helt konkrete grunnlag for å legge til grunn en annen konkurransesituasjon enn situasjonen som forelå forut for foretakssammenslutningen.<sup>21</sup>
- (21) Når det gjelder konkurranseanalysen, anfører partene at Konkurransetilsynets vurderinger av Google og konkurransepresset fra Google er feil og mangelfullt.<sup>22</sup> Partene anfører videre at det er flere aktører enn de tilsynet har vurdert som utøver et konkurransepress overfor partene, og at manglende behandling av disse aktørene svekker vurderingsgrunnlaget og reiser spørsmål ved tilsynets metode og konklusjoner.<sup>23</sup>
- (22) Partene anfører også at Konkurransetilsynets vurdering av etableringshindringer er feil når det gjelder lisensavtaler og investeringer.<sup>24</sup> Partene viser til at nødvendige teknologier er [redacted]<sup>25</sup>, og at lisensforhandlinger i praksis er mindre krevende enn tilsynet hevder.<sup>26</sup> Partene mener også at [redacted] reduserer etableringshindringene i markedet.<sup>27</sup>
- (23) Videre gjør partene gjeldende at kunstig intelligens og nyhetsmedier [redacted] i årene som kommer, og at Konkurransetilsynet [redacted] kunstig intelligens ved å konkludere med at KI-aktører ikke vil etablere seg som effektive konkurrenter til medieovervåkere i nær fremtid.<sup>28</sup>
- (24) Partene anfører videre at Konkurransetilsynet [redacted] strategiske mål om ekspansjon på det nordiske markedet. Det vises til at [redacted] har tilkjennegitt at de vil ekspandere til Norge, uttaler at ekspansjonsplanene er "ongoing", aktivt henvender seg til norske kunder og har kontaktet Schibsted om inngåelse av lisensavtaler. [redacted] til Konkurransetilsynets vurdering om at ekspansjon fra [redacted] ikke er "tidsnær".<sup>29</sup>
- (25) Det anføres også at Konkurransetilsynet feilaktig har lagt til grunn at Meltwater og Mynewsdesk ikke vil ekspandere for å bli en effektiv konkurrent i segmentet for offentlige kunder. Det vises til at både "twater og Mynewsdesk har deltatt i anbudskonkurranser, og at tilsynets vurdering av at Meltwater vil ekspandere tilsynelatende bare baseres på at lisensavtaler er tidkrevende å inngå, noe partene anfører at er feil.<sup>30</sup>

---

<sup>18</sup> Tilsvaret, side 32–33.

<sup>19</sup> Tilsvaret, side 23–25.

<sup>20</sup> Tilsvaret, side 37.

<sup>21</sup> Tilsvaret, side 36.

<sup>22</sup> Tilsvaret, side 18.

<sup>23</sup> Tilsvaret, side 27–29.

<sup>24</sup> Tilsvaret, side 29.

<sup>25</sup> Tilsvaret, side 29.

<sup>26</sup> Tilsvaret, side 30.

<sup>27</sup> Tilsvaret, side 30.

<sup>28</sup> Tilsvaret, side 25–27 og 39.

<sup>29</sup> Tilsvaret, side 30–31.

<sup>30</sup> Tilsvaret, side 25.

- (26) Når det gjelder Konkurransetilsynets vurdering av kjøpermakt, anfører partene at tilsynet har misforstått hva som kan betegnes som "egenproduksjon". Det tilsynet i varslet omtaler som egenproduksjon, er ifølge partene å bruke tredjepartsaktører som [REDACTED].<sup>31</sup>

## 1.5 Prosessuelle anførsler

- (27) Partene anfører at Konkurransetilsynet har gjort en rekke saksbehandlingsfeil som både enkeltvis og samlet har fratatt partene sin rett til å utøve kontradiksjon.<sup>32</sup> Partene anfører også at tilsynet bevisst har unnlatt å innhente relevant informasjon, og ikke har oppfylt utredningsplikten i forvaltningsloven § 17. Anførlene vil bli behandlet i det videre.
- (28) Partene anfører at Konkurransetilsynets varsel er påført så omfattende sladdinger at det umuliggjør en gjennomgående vurdering av tilsynets vurderinger, og at dette gjelder informasjon i helt sentrale deler av varselet.<sup>33</sup> Partene peker spesielt på sladdinger av partenes egne markedsandeler og grunndataene til Konkurransetilsynets diversjonsanalyse.<sup>34</sup>
- (29) Partene anfører også at det gjennom saksbehandlingen har blitt gitt for sent innsyn, og at dette har gjort at partene ikke har hatt tilstrekkelig tid til å kommentere dokumentene før Konkurransetilsynets frister utløp.<sup>35</sup>
- (30) Forvaltningsloven § 17 stiller krav til at forvaltningsorganet skal påse at saken er så godt opplyst som mulig før vedtak treffes. Konkurransetilsynet har i anledning saken innhentet omfattende informasjon fra en rekke aktører i markedet, herunder partene, konkurrenter og kunder. Videre har tilsynet også mottatt innspill fra andre aktører og partene har også fremlagt informasjon på eget initiativ på flere stadier av tilsynets saksbehandling. Denne informasjonen er grundig analysert og danner grunnlaget for tilsynets vurderinger og konklusjoner i saken. Partene har fått tilgang til denne informasjonen løpende i saksbehandlingen. Tilsynet bemerker også at partenes kontradiksjon er ivaretatt gjennom begrunnet varsel i saken.
- (31) Partene har videre anført at Konkurransetilsynet ikke har oppfylt utredningsplikten i forvaltningsloven § 17 fordi undersøkelsen av etterspørselssiden i markedet ikke er tilstrekkelig grundig og objektiv til å kartlegge det konkurransepresset partene står overfor i dag og i fremtiden.<sup>36</sup> Partene mener blant annet at det er nødvendig å kartlegge hvordan aktører som etter alle relevante karakteristika burde etterspørre medieovervåkning, men som i dag ikke er kunder hos partene, dekker sine behov for tjenesten.
- (32) Formålet med saksforberedelsen er å skaffe til veie alt det materiale av faktisk og rettslig art som er nødvendig for sakens avgjørelse, se HR-2017-2376-A avsnitt (33)–(36). Hvilke typer undersøkelser som er nødvendige for å oppfylle utredningsplikten vil derfor bero på en konkret vurdering basert på sakens karakter og de relevante spørsmålene i saken.
- (33) Etter Konkurransetilsynets vurdering er både etterspørselssiden i markedet og konkurransepresset partene står overfor tilstrekkelig utredet. Slik tilsynet ser det, er ikke undersøkelsene partene etterlyser undersøkelser av etterspørselssiden i markedet, men undersøkelser av konkurransepresset fra aktører som tilbyr andre tjenester enn medieovervåkning, for eksempel nyhetsaggregering eller andre verktøy for egen overvåkning av mediebildet. Konkurransetilsynet fra slike aktører er undersøkt gjennom tilsynets informasjonsinnhenting, og behandlet i kapittel 7.3.4 og 7.3.6.4. Når det gjelder utredningen av etterspørselssiden vises det til gjennomgangen i kapittel 5, der også partenes innvendinger mot tilsynets markedsavgrensning er behandlet.

<sup>31</sup> Tilsvaret, side 31.

<sup>32</sup> Tilsvaret, side 6

<sup>33</sup> Partene har i brev 21. mai 2025 fremsatt klage på avslag på partsinnsyn i deler av varselet.

Konkurransetilsynet har i tre omganger oversendt partene noe mer informasjon. Klagen ble oversendt Konkurransklagenemnda i brev 28. mai 2025. Konkurransklagenemnda tok i avgjørelse 24. juni klagen ikke til følge.

<sup>34</sup> Tilsvaret side, 6.

<sup>35</sup> Tilsvaret side, 9.

<sup>36</sup> Tilsvaret side, 9

- (34) Partene har videre anført at det ikke er gitt tilstrekkelig partsinnsyn i varselet, og tilsynet forstår det slik at partene mener dette er en saksbehandlingsfeil som vil påvirke gyldigheten til vedtaket, jf. forvaltningsloven § 41.
- (35) Konkurransetilsynet viser til at partene 21. mai 2025 klaget på unntak fra partsinnsyn i varselet.<sup>37</sup> Konkurranseskjagenemnda kom i avgjørelse 24. juni 2025 til at klagen ikke tas til følge, jf. Klagenemndas avgjørelse med saksnummer 2025/0860.<sup>38</sup> Klagenemnda uttalte at partene gjennom varselet og saksbehandlingen for øvrig har mottatt tilstrekkelig informasjon til å ivareta sine interesser og utøve kontradiksjon.
- (36) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at varselet tilfredsstiller de rettslige krav som stilles til sakens opplysning og forsvarlig saksbehandling. Tilsynet kan på denne bakgrunn ikke se at partenes anførsler vedrørende feil og mangler ved saksbehandlingen kan føre frem. Disse anførselene blir ikke ytterligere berørt i fortsettelsen.

## 2 Partene i saken

### 2.1 Infomedia A/S

- (37) Infomedia A/S ble etablert i 2002 som et fellesforetak mellom JPP og Berlingske i Danmark. Selskapet er i dag eid av Infomedia Retriever Holding.<sup>39</sup>
- (38) Infomedia A/S er en nordisk leverandør av løsninger for medieovervåkning, medieanalyse, mediearkiv, kommunikasjonsinnsikt og PR-rådgivning, i tillegg til nyhetsdata i sanntid og programvare for håndtering av sosiale medier.<sup>40</sup>
- (39) Infomedia-konsernet hadde en omsetning på om lag 36 millioner euro i 2023.<sup>41</sup> Virksomheten til konsernet er delt opp i følgende datterselskaper:<sup>42</sup> Infomedia Norge AS, Infomedia Sweden AB, og Infomedia OÜ. Virksomheten i Danmark foregår i Infomedia A/S.<sup>43</sup>
- (40) Konsernet har til sammen om lag 200 ansatte fordelt på sine datterselskaper. Datterselskapene leverer i hovedsak tjenester til private selskaper, offentlige selskaper, organisasjoner og ikke-statlige organisasjoner.<sup>44</sup>
- (41) De norske kundene betjenes av Infomedia Norge AS, mens kundene i de øvrige nordiske landene betjenes av de andre nasjonale selskapene.<sup>45</sup> Infomedia Norge AS hadde 51 millioner kroner i omsetning i 2023.<sup>46</sup> Infomedia Norge AS vil i det følgende omtales som "Infomedia".
- (42) I 2019 kjøpte Infomedia A/S M-brains (nå: Valona) medieovervåkningsvirksomhet i Norge og Sverige.<sup>47</sup> I tillegg eier Infomedia A/S 100 prosent av aksjene i Opoint A/S ("Opoint").

#### 2.1.1 Opoint A/S

- (43) Opoint er leverandør av nyhetsdata og teknologi for global overvåking av nyheter, og er heleid av Infomedia A/S.<sup>48</sup> Selskapet bruker såkalt "crawling-teknologi", som gjør automatiserte og systematiske søk, og henter ut og indekserer data fra globale nyhetskilder.<sup>49</sup>

<sup>37</sup> Brev fra partene 21. mai 2025, vedlagt dokument "Klage på manglende innsyn i grunnlaget for partsoffentlige versjoner av varsel og innsynsbegjæring – sak 2025/0060".

<sup>38</sup> Konkurranseskjagenemndas avgjørelse 24. juni 2025. Avgjørelsen er tilgjengelig her [2025/0860 - Klagenemndssekretariatet](#).

<sup>39</sup> Meldingen, side 11.

<sup>40</sup> Meldingen, side 11 og Vedtak V2024-6, side 2.

<sup>41</sup> [Infomedia og Retriever slår seg sammen | Infomedia](#). Lesedato 7. mai 2025.

<sup>42</sup> Infomedia Finland Oy ble besluttet oppløst 14. august 2024, se Meldingen, side 9, fotnote 6.

<sup>43</sup> Meldingen, side 11.

<sup>44</sup> Meldingen, side 11.

<sup>45</sup> Meldingen, side 11.

<sup>46</sup> Meldingen, side 13.

<sup>47</sup> Meldingen, side 11.

<sup>48</sup> Meldingen, side 11.

<sup>49</sup> Meldingen, side 11–12, [Why Opoint | Discover a World of Data Excellence](#). Lesedato 11. februar 2025.

- (44) Selskapet samler inn nyhetsdata fra over 230 000 globale nettsteder, og omdanner dette til en nyhetsstrøm.<sup>50</sup> Tjenestene til Opoint er utviklet for å brukes i et bredt spekter av bransjer, inkludert medieovervåkning, finansielle tjenester og virksomhetsetterretning.<sup>51</sup>

## 2.2 Retriever Aktiebolag

- (45) Retriever Aktiebolag ble etablert i 2002 da det norske selskapet Nordiska Nyheter fusjonerte med det svenske selskapet Infobilis.<sup>52</sup> Selskapet er i dag eid av Infomedia Retriever Holding.<sup>53</sup>
- (46) Retriever Aktiebolag er en nordisk leverandør av løsninger for medieovervåkning, medieanalyse, mediearkiv og kommunikasjonsinnsikt, i tillegg til nyhetsdata i sanntid og programvare for håndtering av sosiale medier.<sup>54</sup>
- (47) I 2023 hadde Retriever-konsernet en omsetning på om lag 40 millioner euro. Virksomheten til Retriever er delt opp i følgende datterselskaper: Retriever Norge AS, Retriever Sverige AB, Retriever Suomi Oy og Retriever Danmark A/S.<sup>55</sup>
- (48) Konsernet har til sammen om lag 200 ansatte fordelt på sine datterselskaper. Datterselskapene leverer i hovedsak tjenester til private selskaper, offentlige selskaper, organisasjoner og ikke-statlige organisasjoner.<sup>56</sup>
- (49) De norske kundene betjenes av Retriever Norge AS, mens kundene i de øvrige nordiske landene betjenes av de andre nasjonale selskapene.<sup>57</sup> Retriever Norge AS hadde 158 millioner kroner i omsetning i 2023.<sup>58</sup> Retriever Norge AS vil i det følgende omtales som "Retriever".
- (50) Retriever Aktiebolag kjøpte NewsWatch i Danmark i 2011.<sup>59</sup>

### 2.2.1 Mediearkivet AS

- (51) Mediearkivet AS ("Mediearkivet") ble stiftet i 2000 og er heleid av Retriever.<sup>60</sup> Her ligger Retrievers mediearkiv kalt Atekst, som er det mediearkivet Retriever tilbyr sine kunder.<sup>61</sup>
- (52) Mediearkivet er en videreføring av Schibsted/Aftenpostens mediearkiv *Atekst* med artikler tilbake til 1945.<sup>62</sup> Mediearkivet inneholder artikler fra både trykte og digitale redaksjonelle medier, som radio og TV.<sup>63</sup>

## 2.3 Infomedia Retriever Holding AB

- (53) Infomedia Retriever Holding er et svensk holdingselskap, hvis eneste formål er å eie aksjer i Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S.<sup>64</sup> Holdingsselskapet ble opprettet i 2024 og eies som nevnt i kapittel 1.1 av Berlinske, JPP, NTB og TT. Mens NTB, TT og Berlinske [REDACTED], er JPP [REDACTED].<sup>65</sup> Ingen av eierne har bestemmende innflytelse i holdingselskapet.<sup>66</sup>
- (54) NTB er et norsk nyhetsbyrå grunnlagt i 1867, som produserer og leverer nyheter, visuelt innhold, underholdning, kommunikasjonstjenester og teknologi.<sup>67</sup> NTB eies av flere av de

<sup>50</sup> [Why Opoint | Discover a World of Data Excellence](#). Lesedato 4. mars 2025.

<sup>51</sup> [Frequently Asked Questions | Opoint](#). Lesedato 7. mai 2025.

<sup>52</sup> Meldingen, side 12.

<sup>53</sup> Meldingen, side 12.

<sup>54</sup> Meldingen, side 12.

<sup>55</sup> [Infomedia og Retriever slår seg sammen | Infomedia](#). Lesedato 11. februar 2025.

<sup>56</sup> Meldingen, side 12.

<sup>57</sup> Meldingen, side 12.

<sup>58</sup> Meldingen, side 13.

<sup>59</sup> Meldingen, side 12.

<sup>60</sup> Meldingen, side 12.

<sup>61</sup> Meldingen, side 12.

<sup>62</sup> Meldingen, side 21 og [Medieovervåkning & forskning](#). Lesedato 18. februar 2025.

<sup>63</sup> [Medieovervåkning & forskning](#). Lesedato 18. februar 2025.

<sup>64</sup> Meldingen, side 10.

<sup>65</sup> Meldingen, side 10.

<sup>66</sup> Meldingen, side 9.

<sup>67</sup> Meldingen, side 10 og [Om NTB](#). Lesedato 11. februar 2025.

største mediekonsernene i Norge, inkludert Amedia AS ("Amedia"), Norsk Rikskringkasting AS ("NRK") og Schibsted Norge AS ("Schibsted Norge").<sup>68</sup>

- (55) JPP er et dansk mediekonsern opprettet 1. januar 2003 etter en fusjon mellom selskapene Politikens Hus og Jyllands-Posten A/S.<sup>69</sup> JPP står bak en rekke nyhetsmedier, forlag, ukeaviser og nisjemedier, og eies av Jyllands-Posten Holding A/S (50 prosent) og A/S Politiken Holding (50 prosent).<sup>70</sup>
- (56) TT er et svensk nyhetsbyrå som ble grunnlagt i 1921.<sup>71</sup> TT eies av mediekonsernene Bonnier AB ("Bonnier"), Schibsted Media og NTM Media ("NTM").<sup>72</sup>
- (57) Berlingske er et dansk mediekonsern som ble stiftet i 1749. Berlingske eies av Amedia.<sup>73</sup>

### 3 Rettslig utgangspunkt

#### 3.1 Melding av foretakssammenslutninger

- (58) Etter konkurranseloven § 18 første ledd skal partene i en fusjon etter konkurranseloven § 17 første ledd bokstav a, eller den eller de som samlet eller hver for seg varig overtar kontroll etter § 17 første ledd bokstav b, informere Konkurransetilsynet om foretakssammenslutningen ved en melding.
- (59) Plikten til å melde en foretakssammenslutning etter konkurranseloven § 18 første ledd gjelder likevel ikke dersom de involverte foretakene har en samlet årlig omsetning i Norge under en milliard kroner, eller dersom bare ett av de involverte foretakene har en årlig omsetning i Norge over 100 millioner kroner, jf. konkurranseloven § 18 andre ledd.
- (60) Konkurransetilsynet kan pålegge meldeplikt for foretakssammenslutninger under terskelverdiene dersom det foreligger rimelig grunn til å anta at konkurransen påvirkes, eller dersom særlige hensyn tilsier at tilsynet undersøker foretakssammenslutningen nærmere, jf. konkurranseloven § 18 tredje ledd.
- (61) Konkurransetilsynet har pålagt melding for ervervet, jf. kapittel 1.2. Tilsynet har kompetanse til å pålegge melding etter konkurranseloven § 18 tredje ledd og dermed kompetanse til å behandle foretakssammenslutningen.

#### 3.2 Forholdet til konkurransereglene i EU og EØS

- (62) EØS-avtalen artikkel 57 fastsetter regler for kompetansefordeling mellom Europakommisjonen (Kommisjonen), EFTAs overvåkningsorgan og nasjonale konkurransemyndigheter. Konkurransetilsynet har bare kompetanse til å føre tilsyn med foretakssammenslutninger som ikke er av EU- eller EFTA-dimensjon. Hvorvidt en foretakssammenslutning har EU- eller EFTA-dimensjon, avhenger av om de berørte foretak har en omsetning som overstiger terskelverdiene i artikkel 1 nr. 2 eller nr. 3 i rådsforordning 139/2004/EF (fusjonsforordningen) i henholdsvis EU eller EØS EFTA-statene, jf. §§ 12 og 13 i forskrift 21. desember 2011 om gjennomføring av konkurransereglene i EØS-avtalen mv.
- (63) Terskelverdiene for at foretakssammenslutningen skal kunne regnes for å ha EU- eller EFTA-dimensjon er ikke oppfylt i denne saken.

<sup>68</sup> Meldingen, side 10 og [Om NTB](#). Lesedato 11. februar 2025. Per 31. desember 2023 har Amedia Lokal AS 25,5 prosent av eierandelene i NTB, mens Amedia AS har 14,6 prosent. NRK AS har 11,1 prosent eierandel, mens Schibsted Norge AS har 0,8 prosent. Mediehus som eies av Schibsted, som Verdens Gang AS og Bergens Tidende AS eier henholdsvis 10,7 prosent og 4,1 prosent av aksjene i NTB. Se [marked.ntb.no/ntb-aarsregnskap2023](#). Lesedato 8. april 2025.

<sup>69</sup> Meldingen, side 10.

<sup>70</sup> Meldingen, side 10 og [Ejere - JP/Politikens Hus](#). Lesedato 11. februar 2025.

<sup>71</sup> Meldingen, side 10 og [Om oss - TT Nyhetsbyrå - Nyheter, bild och video](#). Lesedato 11. februar 2025.

<sup>72</sup> Meldingen, side 10 og [Om oss - TT Nyhetsbyrå - Nyheter, bild och video](#). Lesedato 11. februar 2025.

<sup>73</sup> Meldingen, side 10 og [Berlingske Media](#). Lesedato 11. februar 2025.

### 3.3 Vilkårene for inngrep

#### 3.3.1 Generelt

- (64) Etter konkurranseloven § 16 første ledd skal Konkurransetilsynet forby en foretakssammenslutning dersom tilsynet finner at den i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, særlig som et resultat av at en dominerende stilling skapes eller styrkes.
- (65) Dersom Konkurransetilsynet finner at avhjelpende tiltak foreslått av melderne vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, skal tilsynet fatte vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkårene, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd.

#### 3.3.2 Foretakssammenslutning

- (66) For at Konkurransetilsynet skal kunne gripe inn mot ervervet, må det foreligge en foretakssammenslutning, jf. konkurranseloven § 17. Etter § 17 første ledd bokstav b foreligger det en foretakssammenslutning dersom ett eller flere foretak, direkte eller indirekte, helt eller delvis, varig overtar kontrollen over ett eller flere andre foretak.
- (67) I henhold til aksjekjøpsavtalen inngått 28. juni 2024 ervervet Infomedia Retriever Holding 100 prosent av aksjene i Infomedia A/S og Retriever Aktiebolag. Transaksjonen resulterer i at Infomedia Retriever Holding har kontroll over Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S.
- (68) Det foreligger dermed en foretakssammenslutning i konkurranselovens forstand, jf. konkurranseloven § 16, jf. § 17.

#### 3.3.3 Konkurransbegrensningskriteriet – i betydelig grad hindre effektiv konkurranse

- (69) Konkurransetilsynet skal forby en foretakssammenslutning som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, særlig som et resultat av at en dominerende stilling skapes eller styrkes, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.<sup>74</sup>
- (70) Dersom en foretakssammenslutning i utgangspunktet medfører en slik betydelig negativ effekt på konkurransen, kan det likevel foreligge omstendigheter som kan motvirke de negative effektene. For eksempel vil kjøpermakt og/eller potensiell konkurranse kunne begrense de fusjonerende virksomhetenes mulighet og insentiv til å utøve økt markedsrett som følge av foretakssammenslutningen. Enkelte foretakssammenslutninger kan også medføre effektivitetsgevinster som vil oppveie et eventuelt tap kundene påføres ved redusert konkurranse. Der slike effektivitetsgevinster kommer kundene til gode og dette kan dokumenteres, vil ervervet ikke kunne anses å hindre effektiv konkurranse i betydelig grad.<sup>75</sup>
- (71) Spørsmålet om foretakssammenslutningen i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse behandles i kapittel (349).

#### 3.3.4 Nærmere om Konkurransetilsynets bevisvurdering

- (72) Beviskravet for at en foretakssammenslutning i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, er alminnelig sannsynlighetsovervekt.<sup>76</sup>
- (73) Bevistemaet ved vurdering av foretakssammenslutninger gjelder forhold som ligger inn i fremtiden, og de prognoser som nyttes til å underbygge transaksjonens konkurranseskadelige effekter må være forsvarlige på det tidspunkt de ble foretatt. Dokumenter som benyttes som bevis skal tolkes i lys av sitt formål og kontekst.<sup>77</sup>
- (74) Konkurransetilsynet har grundig gjennomgått og analysert den informasjon som har dannet grunnlaget for tilsynets vurderinger og konklusjoner. Uttalelser fra blant annet kunder og

<sup>74</sup> Prop. 37 L (2015-2016) kapittel 7.2, jf. NOU 2012: 7 kapittel 8. Jf. også rådsforordning (EF) nr. 139/2004 (fusjonsforordningen) artikkel 2 nr. 3.

<sup>75</sup> Prop. 37 L (2015-2016) kapittel 7.2, jf. NOU 2012: 7 kapittel 8, jf. rådsforordning (EF) nr. 139/2004 (fusjonsforordningen) artikkel 2 nr. 1 b), jf. nr. 2, jf. fortalen avsnitt 29 og Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 76 ff.

<sup>76</sup> Høyesteretts dom 16. februar 2023 (HR-2023-299-A) om Schibsted ASA sitt erverv av Nettbil AS, avsnitt 67.

<sup>77</sup> Høyesteretts dom 16. februar 2023 (HR-2023-299-A) om Schibsted ASA sitt erverv av Nettbil AS, avsnitt 68 flg. Se også Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 77-78.

konkurrenter samt partenes interne dokumenter er tolket i lys av deres formål og vurdert i sin sammenheng. Det er foretatt en konkret vurdering av de ulike dokumentenes bevisverdi, og vurderingene og konklusjonene i saken er basert på et samlet bevisbilde. Den nærmere vurdering av de enkelte bevis og hvordan disse vektlegges, fremgår av tilsynets konkrete vurderinger i dette vedtaket.

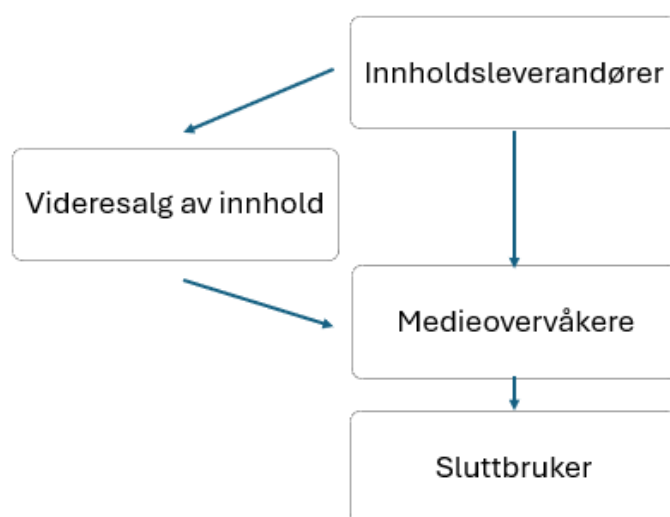
## 4 Om markedet for medieovervåkningstjenester

### 4.1 Verdikjeden for salg av medieovervåkningstjenester

(75) Verdikjeden for norsk medieinnhold kan deles inn i fire ledd: (i) innholdsleverandører, (ii) videresalg av redaksjonelle nyheter og videresalg av nyhetsdata og teknologi, (iii) medieovervåkere og (iv) kunder.

(76) En enkel illustrasjon av verdikjeden framgår i Figur 1 under:

**Figur 1** Verdikjeden for salg av medieovervåkningstjenester



(77) Infomedia og Retriever har overlappende virksomhet i ett ledd av verdikjeden, som er medieovervåkning.

### 4.2 Medieovervåkningstjenester

(78) Partene tilbyr og utvikler medieovervåkning, mediearkiv, medieanalyse og håndtering av sosiale medier.<sup>78</sup>

(79) Medieovervåkning er en tjeneste som går ut på å samle inn medieinnhold fra ulike mediekkanaler som nettaviser, sosiale medier, TV, radio, magasiner og papiraviser.<sup>79</sup> Medieinnholdet analyseres og filtreres etter bestemte søkeord som er relevante for kunder av tjenesten, og kunden orienteres om relevante treff.<sup>80</sup> Medieovervåkningstjenesten kan leveres på ulike måter, som via e-post, en portal, API eller et dashboard.<sup>81</sup>

(80) Medieovervåkning gir med dette oversikt over oppslag, omtaler og trender som er relevante for kundenes omdømme og strategiske beslutninger. Kunden får en systematisk oversikt over

<sup>78</sup> Meldingen, side 8.

<sup>79</sup> Meldingen, side 21.

<sup>80</sup> Meldingen, side 8.

<sup>81</sup> Meldingen, side 21.

resultatene fra medieovervåkningen uten å bruke tid og ressurser på å manuelt søke gjennom store mengder data.<sup>82</sup>

- (81) Medieovervåkere trenger ulike tekniske løsninger og verktøy for å levere medieovervåkning. For det første trenger medieovervåkere teknologi for å gjøre automatiserte og systematiske søk i ulike kilder, og samle inn og indeksere data ("crawling"). Medieovervåkere som ikke har egen teknologi kan kjøpe indeksert data fra tilbydere av dette. For det andre trenger medieovervåkere verktøy for å prosessere innholdet i dataene og for å identifisere nøkkelord og emner. For det tredje trenger medieovervåkere en database for å lagre de behandlede dataene, og for det fjerde et dashboard hvor resultatene av medieovervåkningen samles og vises. Videre trenger medieovervåkere et varslingssystem som sender varsler når kundenes spesifikke nøkkelord eller emner nevnes. Sist trenger medieovervåkere et integrasjonssystem eller en plattform som samler alle verktøyene og dataene på ett sted.<sup>83</sup>
- (82) Medieovervåkernes viktigste innsatsfaktor er medieinnhold.<sup>84</sup> Medieinnhold kan deles opp i papirinnhold og netttinnhold. Papirinnhold er medieinnhold fra trykte publikasjoner, som aviser og magasiner. Betegnelsen papirinnhold vil også benyttes når det refereres til elektroniske utgaver av tradisjonelle trykte aviser og magasiner.
- (83) Netttinnhold er betegnelsen på alt innhold som er tilgjengelig på internett, inkludert tekst, bilder, videoer, lydfiler og andre former for digitale medier. Netttinnhold er tilgjengelig på ulike mediekanaler, som nettaviser og sosiale medier. Det kan videre skilles mellom åpent tilgjengelig netttinnhold og lukket netttinnhold, som ofte betegnes som netttinnhold bak betalingsmur. Betalingsmur er en digital port for netttinnholdet på en nettside eller andre medier, som begrenser besøkendes tilgang til noe av eller alt netttinnholdet før de har betalt.
- (84) TV-kanaler, radiostasjoner, aviser og magasiner (fagpresse, ukeblader, nisje) og sosiale medieplattformer som LinkedIn og Facebook er alle produsenter av medieinnhold. Innholdet blir distribuert via ulike mediekanaler som nett- og papiraviser, etermedier (radio og tv), internett og sosiale medier (heretter omtalt som "mediekanaler").
- (85) Hvilket kildetilfang den enkelte medieovervåker har vil avhenge av hvilke mediekanaler aktøren overvåker, samt hvilket innhold aktøren har tilgang til.<sup>85</sup> Mens noen aktører tilbyr overvåkning av et bredt spekter av mediekanaler, tilbyr nisjeaktører overvåkning av et smalt spekter av mediekanaler, som for eksempel ListenAlert<sup>86</sup> og AllEars<sup>87</sup> som tilbyr overvåkning av lyd- og videomedier.

#### 4.2.1 Mediearkiv

- (86) Medieovervåkning kan tilbys sammen med mediearkivtjenester.
- (87) Mediearkiv er en tjeneste som gir kundene tilgang til ad hoc-søk i et arkiv av historiske presseklipp fra ulike kilder og mediekanaler, hvor kundene selv kan gjøre søk i alle kildene som ligger i aktørens arkiv.
- (88) Retriever sitt mediearkiv Atekst gir tilgang til [redacted] innhold tilbake til 1945 og øvrig [redacted] innhold tilbake til begynnelsen av [redacted].<sup>88</sup> Infomedia sitt mediearkiv gir tilgang til det meste av printinnhold tilbake til [redacted], tilgang til enkelte kilder fra Aftenposten tilbake til slutten av [redacted], et webarkiv tilbake til år [redacted], samt et radio-/TV-arkiv tilbake til [redacted].<sup>89</sup>

<sup>82</sup> Meldingen, side 21.

<sup>83</sup> Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 28 og brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 28.

<sup>84</sup> Se mer om regulering av bruk av medieinnhold i punkt 4.3.

<sup>85</sup> Tilgang til medieinnhold behandles nærmere i kapittel 4.3.

<sup>86</sup> [ListenAlert | Media Intelligence for Podcasts, YouTube, TikTok, and More](#). Lesedato 29. mars 2025.

<sup>87</sup> [All Ears](#). Lesedato 29. mars 2025.

<sup>88</sup> Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 13b.

<sup>89</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [redacted].

- (89) Partenes mediearkiv gir kundene tilgang til fulltekstinnhold fra trykte medier fra et utvalg kilder og mediehus med en embargoperiode på [REDACTED].<sup>90</sup> Embargoperioden avhenger av avtalene med de ulike mediehusene.<sup>91</sup>
- (90) Partene opplyser videre at kunden har tilgang til å gjøre søk i alt materiell som ligger i mediearkivet tilbake til den eldste artikkelen som ligger i arkivet.<sup>92</sup> Aktører som skal tilby et mediearkiv må inngå lisensavtaler med mediehusene for å opprette et mediearkiv med tilgang til innhold som er underlagt mediehusenes opphavsrettigheter.<sup>93</sup>
- (91) I tillegg de nevnte mediearkivtjenestene som gir tilgang til ad hoc-søk i historikk fra ulike kilder og mediekkanaler gir flere medieovervåkningsaktører kundene tilgang til søk i de artikler og kilder som har gitt treff i kundens aktive søkeprofil i den perioden kunden har hatt et kundeforhold til medieovervåkeren.<sup>94</sup>

#### 4.2.2 Medieanalyse

- (92) Medieovervåkning kan tilbys sammen med medieanalysetjenester.
- (93) Medieanalyse går ut på å gi kundene innsikt i bedriftens rekkevidde og medieeksponering, eller hvordan gitte temaer fremstilles i media.<sup>95</sup>
- (94) Medieanalyse kan bestå av både kvantitativ og kvalitativ medieanalyse.<sup>96</sup> Kvantitativ medieanalyse fremstilles ifølge partene gjennom automatiserte prosesser og fokuserer på numeriske data og statistikk for å måle mengden og frekvensen av medieomtale, som for eksempel antall artikler, rekkevidde og engasjement.<sup>97</sup> Kvalitativ medieanalyse går ifølge partene dypere inn i innholdet i medieomtalen for å forstå tone, kontekst og budskap, og analyserer hvordan temaer og selskaper blir fremstilt, samt hvilke følelser og holdninger som uttrykkes.<sup>98</sup>
- (95) En del av medieanalysene er etter Konkurransetilsynets oppfatning standardiserte og kan genereres automatisk, mens de andre delene av medieanalysene utføres ved hjelp av analyseverktøy og personell fra medieovervåkeren.

#### 4.2.3 Håndtering av sosiale medier

- (96) Håndtering av sosiale medier skiller seg fra overvåkning av sosiale medier ved at håndtering av sosiale medier i korte trekk innebærer å administrere kontoer på plattformer som Instagram, LinkedIn og Facebook og engasjere følgere gjennom kommentarer og meldinger, mens overvåkning av sosiale medier innebærer å få oversikt og innsikt over det relevante mediebildet.
- (97) Tjenesten fungerer ved å tilby en plattform som samler bedriftens aktiviteter på sosiale medier i ett dashboard, hvor kunden blant annet kan planlegge og publisere innhold, håndtere kundedialoger og kommentarer. På plattformen kan det også være funksjoner for samarbeid og måling av resultater.<sup>99</sup>

<sup>90</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 14, og brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>91</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 1 og 16. Embargo forstås i denne sammenheng som en tidsbegrensning mot å dele innhold før et bestemt tidspunkt, slik at mediehusene kan kontrollere når innholdet deres gjøres tilgjengelig for medieovervåkernes sluttbrukere. Etter at tidsbegrensningen utløper, vil artiklene være tilgjengelig i mediearkivene i fulltekst.

<sup>92</sup> Brev fra Retriever Norge AS, 18. februar 2025, svar på spørsmål 9a.

<sup>93</sup> Brev fra Retriever Norge AS 18. februar 2025, svar på spørsmål 19a.

<sup>94</sup> Brev fra [REDACTED] brev fra Infomedia Norge AS, 21. februar 2025, svar på spørsmål 9a, og brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025 svar på spørsmål 9b [REDACTED].

<sup>95</sup> Meldingen side 31.

<sup>96</sup> Meldingen side 31.

<sup>97</sup> Meldingen side 31 og 32.

<sup>98</sup> Meldingen side 31.

<sup>99</sup> Meldingen, side 32.

- (98) For å tilby håndtering av sosiale medier kan aktører kjøpe aggregert innhold fra ulike leverandører, eller inngå avtale med ulike sosiale medier-aktører separat, som for eksempel Meta, LinkedIn og TikTok.<sup>100</sup>

### 4.3 Regulering av bruk av medieinnhold

- (99) Den som skaper et åndsverk, har opphavsrett til verket.<sup>101</sup> Opphaveren har enerett til å råde over åndsverket, som både innebærer rett til å nekte andre å utnytte verket og rett til å la andre utnytte verket.<sup>102</sup>
- (100) For redaksjonelt materiale i papiraviser og nettinnhold bak betalingsmur benytter mediehusene avtaler om distribusjon av innhold til overvåkning, arkiv og analyse som i stor grad er standardiserte.<sup>103</sup> Avtalene regulerer blant annet vederlag for formidling av innholdet, samt hvilke kilder som inngår.<sup>104</sup>
- (101) Avtalene fastsetter videre vilkår for bruk av innholdet i medieovervåkernes tjenester.<sup>105</sup> Avtalene gir medieovervåkere enten i) rett til å vise komplett innhold (hele artikler, lydklipp osv.) som ofte omtales som fulltekstfremvisning, eller ii) rett til å kun vise tittel, ingress og en kort trefftekst med lenke ut til mediehusets landingsside.<sup>106</sup>
- (102) Det er i dag kun to mediehus som ikke tillater medieovervåkere å gjengi innhold i fulltekst, Schibsted og DN Media Group.<sup>107</sup> Mens DN Media Group ikke har tillatt visning av fulltekst over lengre tid,<sup>108</sup> sluttet Schibsted med fulltekstfremvisning av papiraviser og e-aviser 1. april 2025.<sup>109</sup>
- (103) Rettighetene til redaksjonelt materiale som det ikke er knyttet noen betalingsbetingelser til, forvaltes i hovedsak av Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS ("Klareringstjenesten").<sup>110</sup>

<sup>100</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 12.

<sup>101</sup> Åndsverkloven § 2.

<sup>102</sup> Se åndsverkloven § 3 og Kielland, Torger, "Karnov lovkommentar til åndsverkloven" i *Lovdata Pro* (2024). Lesedato: 9. april 2025.

<sup>103</sup> Konkurransetilsynet er kun kjent med [redacted] som avviker fra de standardiserte avtalene, som er [redacted]. Innholdsprodusentene som har sendt høringssvar til Konkurransetilsynet oppgir at de ikke deler noe innhold med medieovervåkere uten avtale, se brev fra Klassekampen 5. februar 2025, svar på spørsmål 10, brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, svar på spørsmål 9, brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, svar på spørsmål 10, brev fra Amedia AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 10, brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 10 og brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 10.

<sup>104</sup> Det er bare Retrievers avtale med Hegnar Media som [redacted]

[redacted], jf. Meldingen side 14-16 og fotnote 18.

<sup>105</sup> Meldingen, side 22.

<sup>106</sup> Meldingens vedlegg G.1 – Lisensavtaler Retriever, side 136; Meldingens vedlegg G.2 – Lisensavtaler Infomedia, side 123; brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 2; Meldingen, side 14.

<sup>107</sup> Brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 14. Under svaret på samme spørsmål oppgir Schibsted at de også har initiert endring av mulighet til å vise papirinnhold, da det er strategisk viktig for Schibsted at lesing av innholdet skal foregå på deres egne plattform. Se også brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 2. Dagbladet tilbyr heller ikke fulltekstfremvisning, jf. brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, svar på spørsmål 5a.

<sup>108</sup> Meldingen, side 14.

<sup>109</sup> Se den konkrete endringen i Meldingens vedlegg G.1 – Lisensavtaler Retriever, side 136; Meldingens vedlegg G.2 – Lisensavtaler Infomedia, side 123. [redacted]

[redacted] jf. brev fra Retriever Norge AS 4. april 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>110</sup> Unntaket er Dagens Næringsliv, som forvalter rettighetene til sitt åpne nettinnhold selv, jf. brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 1.

- (104) Klareringstjenesten eies av Mediebedriftenes Landsforening ("MBL"),<sup>111</sup> hvor medlemsavisene representerer om lag 97 prosent av det totale avisopplaget.<sup>112</sup> I tillegg til å opptre på vegne av de fleste medlemsavisene, opptre Klareringstjenesten også på vegne av TV2.no.<sup>113</sup>
- (105) I tillegg til å klarere bruk av åpent nettinnhold, har Klareringstjenesten avtaler med magasiner utgitt av Aller, Bonnier, Storyhouse Egmont og papirutgaven av et mindre antall aviser.<sup>114</sup> I den forbindelse kan medieovervåkingsaktører inngå avtale om overvåkning av papirutgaven (som distribueres via en elektronisk utgave) av magasinene og avisene som Klareringstjenesten opptre på vegne av.<sup>115</sup>
- (106) Avtalen med Klareringstjenesten fastsetter vilkår for bruk av innholdet. For overvåking av åpent nettinnhold kan medieovervåkere velge mellom avtale som gir i) rett til fremvisning av fulltekst eller ii) tillatelse til å vise kontekstuell informasjon som ingress og hvilke søkeord som er omtalt i innholdet.<sup>116</sup>
- (107) For tilgang til å overvåke innhold i sosiale medier, kan medieovervåkere inngå avtale direkte med sosiale plattformer som X, LinkedIn, Facebook og Instagram, eller via en tredjepart.<sup>117</sup>
- (108) Tilgang til overvåkning av etermedier kan oppnås både muntlig og skriftlig.<sup>118</sup> Retriever opplyser i møte med Konkurransetilsynet at selskapet [REDACTED].<sup>119</sup> I samme møte opplyser Retriever at [REDACTED].<sup>120</sup>
- (109) I tillegg til de standardiserte avtalene om distribusjon av redaksjonelt innhold, har enkelte mediehus inngått avtaler med internasjonale søkemotorer og KI-selskap om utnyttelse og tilgjengeliggjøring av redaksjonelt innhold.<sup>121</sup> Blant annet har Google avtale med Schibsted om rett til å indeksere innhold både foran og bak betalingsmur, for å sikre at innholdet rangeres høyt i Googles søkeresultater.<sup>122</sup>
- (110) Schibsted har også inngått et samarbeid med KI-selskapet OpenAI.<sup>123</sup> [REDACTED].<sup>124</sup>

<sup>111</sup> MBL er en landsforening i Næringslivets Hovedorganisasjon som skal ivareta interessene til publisistiske medier med virksomhet i Norge. Les mer her: [Dette er MBL](#). Lesedato: 17. februar 2025. Publisistiske medier refererer til medier som driver med publisering av nyheter, journalistikk og annet redaksjonelt innhold, slik som aviser, tidsskrifter og nettaviser.

<sup>112</sup> [Om Mediebedriftenes landsforening \(MBL\)](#). Lesedato 9. april 2025.

<sup>113</sup> Brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>114</sup> Brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>115</sup> Brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 1 og 4.

<sup>116</sup> Brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 4d.

<sup>117</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 12 og Referat fra møtet med Retriever 26. mars 2025.

Retriever oppgir at [REDACTED], jf.

Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 6a og 6b. Infomedia overvåker sosiale medier [REDACTED]

[REDACTED], jf. Infomedia Norge AS 24. februar 2025, svar på spørsmål 6a.

<sup>118</sup> [REDACTED]

<sup>119</sup> Referat fra møtet med Retriever 26. mars 2025.

<sup>120</sup> Referat fra møtet med Retriever 26. mars 2025.

<sup>121</sup> Søkemotorer, som for eksempel Google, Bing og Yahoo Search er utformet for å søke gjennom digital informasjon på internett. Den grunnleggende funksjonen til søkemotorer er å crawle (utforske) nettet for å finne og hente informasjon fra nettsider. Dette skjer ved at en søkemotor-robot (ofte referert til som "crawler") navigerer mellom ulike nettsider via lenker, for deretter å analysere innholdet på nettsiden og lagre utvalgt informasjon i en database (indeksing). Når det foretas et søk, vil søkemotoren søke gjennom databasen for å finne informasjon som er i samsvar med den enkeltes søkefrase, se [Teknisk SEO - Crawling og indeksing](#). Lesedato 17. februar 2025 og [Søkemotorer - Webspin](#) Lesedato 17. februar 2025.

<sup>122</sup> Brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 5c.

<sup>123</sup> Brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 18.

<sup>124</sup> [Schibsted Media partners with OpenAI | Schibsted](#). Lesedato: 12. februar 2025.

- (111) Enkelte aktører som Google News og Feeder tilbyr nyhetsstrømmer og aggregeringstjenester uten avtale om distribusjon med mediehusene eller Klareringstjenesten.<sup>125</sup> Kildetilfanget til disse aktørene forutsettes imidlertid av at det ikke foreligger strukturelle hindre for crawling og indeksering.
- (112) Betalingsmurer er et strukturelt hinder som kan medføre at aktører uten avtale ikke har tilgang til å overvåke innholdet. Noen ganger er imidlertid en liten del av innhold bak betalingsmur tilgjengelig for alle, som for eksempel overskriften, ingressen og en liten del av teksten. I den utstrekning noe av innholdet er offentlig tilgjengelig, vil aktører uten avtale kunne indeksere innholdet og varsle brukere om treff.
- (113) Aktører som tilbyr medieovervåkning uten avtale kan i utgangspunktet kun vise overskriften og lenke ut til den enkelte landingsside.<sup>126</sup> Aktører må derfor inngå avtaler med mediehus eller Klareringstjenesten for å vise innhold i fulltekst eller vise tittel, ingress og en kort trefftekst med lenke ut til mediehusets landingsside (altså vise kontekst).
- (114) Nedenfor følger en oversikt over aktører som har avtale om medieovervåkning med de største mediehusene og Klareringstjenesten.

---

<sup>125</sup> Klareringstjenesten sendte per e-post 31. oktober 2008 brev til nyhetsaggregatorer om klarering for digital utnyttelse av nyhetsinnhold, jf. brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, vedlagt dokument "Brev til nyhetsaggregatorer\_31102008". Klareringstjenesten orienterte om at selskapet på visse vilkår kunne være villig til å akseptere klarering uten at vederlagsplikt utløses, som blant annet var at *"[t]jenesten skal utelukkende være for privat bruk", "ikke [skal] tillate mer enn et fåtall agenter og/eller predefinerte søkeord pr sluttbruker"* og *"ikke benytte bilder, illustrasjoner o.l. fra de kilder MBK representerer"*.

<sup>126</sup> Det følger av EU-domstolens dom i sak C-466/12 *Svensson mfl. mot Retriever Sverige* at medieovervåkere lovlig kan lenke til åndsverk som er fritt tilgjengelig på nettet, jf. avsnitt 14–28.



redaksjonelle mediene (print, web, kringkasting) og sosiale medier, tilgjengelig via en e-post, portal, API eller et dashboard.<sup>138</sup>

- (119) Plattformen til Infomedia integrerer og samler overvåking av nettmedier, papirmedier, etermedier og sosiale medier, varslinger, feed, fritekst-søk, tags, rapport- og analyseverktøy i ett grensesnitt.<sup>139</sup> I portalen gis det også en statistikk og analysemodul, rapportmodul med tagger, nyhetsvarslinger og feeds.<sup>140</sup> I tillegg fungerer portalen som et arkiv, ettersom alle presseklipp levert til sluttkunden er lagret i portalen.<sup>141</sup> I portalen kan kundene bistås av Infomedias kundeteam for å opprette søkeprofiler, eller opprette dem selv.
- (120) Infomedia tilbyr overvåking av et bredt kildetilfang, inkludert alt innhold både foran og bak betalingsmur fra kilder som publiserer egenproduserte artikler, samt lokalaviser og tilnærmet de fleste trykte utgavene av ukeblad, magasiner og fagtidsskrifter.<sup>142</sup> Infomedia dekker også innhold fra etermedier som leveres både som tekstsammendrag og i form av lyd- og bildefiler, samt sosiale medier [REDACTED].<sup>143</sup> Hvilke kilder Infomedias kunder ønsker å overvåke skreddersys etter kundenes behov.<sup>144</sup>
- (121) Ettersom Infomedia A/S eier datterselskapet Opoint, er Infomedia vertikalt integrert med sin egen teknologi for crawling av både nordiske og internasjonale nyhetskilder.<sup>145</sup>
- (122) Selskapet omsatte for 51 millioner kroner i 2023 i Norge.<sup>146</sup> Infomedias kontor i Norge er lokalisert i Oslo, med [REDACTED] ansatte.<sup>147</sup> Infomedias kunder er private og offentlige selskaper, organisasjoner og ikke-statlige organisasjoner.<sup>148</sup>

#### 4.5.2 Retriever

- (123) Retriever leverer løsninger for medieovervåkning, medieanalyse og kommunikasjonsinnsikt, i tillegg til nyhetsdata i sanntid og programvare for håndtering av sosiale medier.<sup>149</sup> Basert på innhold fra de redaksjonelle mediene (print, web, kringkasting) og sosiale medier, gir Retriever oversikt og innsikt for kundene i en e-post, portal, API eller et dashboard.<sup>150</sup>
- (124) Plattformen til Retriever inneholder en rekke funksjoner, som er lik for alle kunder.<sup>151</sup> Selve innholdet varierer imidlertid basert på den enkelte kundes behov.<sup>152</sup> Videre har plattformen en standardisert analyse- og filtreringsmodul hvor kunden selv kan ta ut statistikk over deres treff i medieovervåkingen.<sup>153</sup> På medieovervåkingsplattformen kan kundene bistås av Retrievers supportavdeling for å sette opp relevante søk, eller opprette dem selv.<sup>154</sup>
- (125) Retriever tilbyr overvåking av et bredt kildetilfang og oppgir at kunder kan velge hvilke kildepakker de ønsker å inkludere i plattformen.<sup>155</sup> Kildepakkene kundene kan kjøpe tilgang til

<sup>138</sup> Meldingen, side 11 og fotnote 12 hvor det vises til at "[e]t "dashboard" er i denne sammenheng en internettside kundene gis tilgang til, der de relevante medieovervåkingsproduktene samles".

<sup>139</sup> Brev fra Infomedia Norge AS, 21. februar 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>140</sup> Brev fra Infomedia Norge AS, 21. februar 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>141</sup> Brev fra Infomedia Norge AS, 21. februar 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>142</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 6c. Infomedia Norge har lisensavtale med [REDACTED]

[REDACTED]. Infomedia opplyser at [REDACTED], jf. brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 6d.

<sup>143</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 5a og 6a.

<sup>144</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 4b.

<sup>145</sup> Meldingen side 11.

<sup>146</sup> Meldingen, side 13.

<sup>147</sup> Antallet ansatte per 1. mai 2024, jf. brev fra Infomedia Norge AS 7. mai 2025, svar på spørsmål 1. [REDACTED]

<sup>148</sup> Meldingen, side 38.

<sup>149</sup> Meldingen, side 12.

<sup>150</sup> Meldingen, side 12.

<sup>151</sup> Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 2a.

<sup>152</sup> Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 2a og 2b.

<sup>153</sup> Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 2a og 2b.

<sup>154</sup> Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 3.

<sup>155</sup> Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 4.

er [REDACTED].<sup>156</sup> I tillegg overvåker Retriever sosiale medier som X, Facebook og Instagram.<sup>157</sup>

- (126) Retriever eide [REDACTED] sin egen teknologi som crawlet [REDACTED], i tillegg til å benytte [REDACTED] som leverandør til crawling av [REDACTED].<sup>158</sup>
- (127) Selskapet omsatte for 158 millioner kroner i 2023 i Norge.<sup>159</sup> Retrievers kontor i Norge er lokalisert i Oslo, med [REDACTED] ansatte.<sup>160</sup> Retrievers kunder er private og offentlige selskaper, organisasjoner og ikke-statlige organisasjoner.<sup>161</sup>

#### 4.5.3 Mynewsdesk

- (128) Mynewsdesk ble grunnlagt i 2003 og har 150 ansatte fordelt på syv kontorer i Europa,<sup>162</sup> og tilbyr programvare innenfor PR og kommunikasjon samlet i én plattform.<sup>163</sup> Dette inkluderer tjenester for medieovervåkning, medianalyser samt PR og markedsføring.<sup>164</sup> Mynewsdesk tilbyr ikke tjenester for mediearkiv.<sup>165</sup>
- (129) Mynewsdesk tilbyr overvåkning av innholdet til en rekke norske mediehus både foran og bak betalingsmur, etermedier som [REDACTED], samt sosiale medier, forum og blogger.<sup>166</sup>
- (130) Selskapet omsatte for [REDACTED] norske kroner i Norge i 2023, hvorav medieovervåkningstjenester utgjør omtrent [REDACTED] kroner.<sup>167</sup> Mynewsdesk sitt kontor i Norge er lokalisert i Oslo, med [REDACTED] ansatte.<sup>168</sup> De har [REDACTED].<sup>169</sup>
- (131) Mynewsdesk [REDACTED].<sup>170</sup>
- (132) Mynewsdesk leverer medieovervåkningstjenester hovedsakelig til kommunikasjonsarbeidere som arbeider for foretak og organisasjoner som har behov for kommunikasjonsarbeid eksternt.<sup>171</sup> Dette omfatter både små og mellomstore foretak i privat sektor, samt aktører i offentlig sektor som kommuner og statlig eide foretak.<sup>172</sup>
- (133) Mynewsdesk opplyser at de [REDACTED].<sup>173</sup>

<sup>156</sup> Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 4b.

<sup>157</sup> Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 6a.

<sup>158</sup> Referat fra møte med Opoint 17. mars 2025, svar på spørsmål 6. Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>159</sup> Meldingen, side 13. Partene oppgir på samme side i meldingen at "[REDACTED]".

<sup>160</sup> Antallet ansatte per 1. mai 2024, jf. brev fra Retriever Norge AS 7. mai 2025, svar på spørsmål 1. [REDACTED].

<sup>161</sup> Meldingen, side 38.

<sup>162</sup> Les mer her: [Vi er Mynewsdesk | Mynewsdesk](#). Lesedato 18. februar 2025.

<sup>163</sup> [Produkter og tjenester | Mynewsdesk](#). Lesedato 18. februar 2025.

<sup>164</sup> [Produkter og tjenester | Mynewsdesk](#). Lesedato 18. februar 2025; brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>165</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>166</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 2a, 2c, 2e, 5 og 6. Se brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]" for fullstendig liste over hvilke digitale medier Mynewsdesk overvåker.

<sup>167</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 6. Omsetningen er oppgitt i svenske kroner og konvertert til norske kroner med vekslingskurs 100 svenske kroner ~ 104,80 norske kroner per 24. februar 2025.

<sup>168</sup> [Oslo - Mynewsdesk](#). Lesedato 7. mars 2025. Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 8a.

<sup>169</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 1a.

<sup>170</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>171</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>172</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>173</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 10.

#### 4.5.4 Meltwater

- (134) Meltwater er et globalt medieovervåkningsselskap som ble etablert i 2001. Selskapet har over 2 000 ansatte, med 50 kontorer fordelt på seks kontinenter.<sup>174</sup> Meltwater tilbyr overvåking, analyse og håndtering av sosiale medier, medieovervåking, medianalyse, pressemeldingsdistribusjon og overvåking og administrasjon av sosiale medier.<sup>175</sup> Meltwater tilbyr ikke tilsvarende mediearkiv som Infomedia og Retriever, men [REDACTED].<sup>176</sup> Videre oppgir Meltwater [REDACTED].<sup>177</sup>
- (135) Meltwater tilbyr overvåking av utvalgte trykte norske medier, nettmedier, inkludert innhold bak betalingsmur.<sup>178</sup> Meltwater tilbyr ikke overvåking av [REDACTED].<sup>179</sup>
- (136) Meltwater bruker [REDACTED].<sup>180</sup>
- (137) Selskapet omsatte for 37,4 millioner kroner i 2023 i Norge.<sup>181</sup> Meltwater har [REDACTED] norske ansatte, [REDACTED].<sup>182</sup> Meltwater leverer medieovervåkningstjenester til kunder innenfor markedsføring, PR og kommunikasjon, innenfor alle sektorer.<sup>183</sup>

#### 4.5.5 Cision

- (138) Cision er et globalt medieovervåkningsselskap som tilbyr pressemeldingsdistribusjon og presseromtjeneste, samt medieovervåking, medianalyse og overvåking, analyse og administrasjon av sosiale medier.<sup>184</sup>
- (139) Cision overvåker offentlig tilgjengelig innhold fra innholdsprodusenter, utvalgte radio og TV-kilder og podkaster. For tilgang til overvåking av papiraviser og nettinhold bak betalingsmur i Norge, kjøper Cision innhold fra [REDACTED] eller [REDACTED].<sup>185</sup>
- (140) Cision bruker en "internal web crawler" [REDACTED], og kjøper [REDACTED].<sup>186</sup>
- (141) Selskapet omsatte for [REDACTED] norske kroner i Norge i 2023.<sup>187</sup> Cision har [REDACTED] ansatte i Norge.<sup>188</sup>
- (142) Cision leverer medieovervåkningstjenester i hovedsak til [REDACTED] [REDACTED]<sup>189</sup> for å distribuere pressemeldinger, nyheter og finansielle rapporter, som for eksempel Storebrand, Norconsult og Nordnet.<sup>190</sup>

<sup>174</sup> [About: History, Culture & Teams | Meltwater](#). Lesedato 18. februar 2025.

<sup>175</sup> Les mer her: [The Meltwater Media Intelligence Suite](#). Lesedato 18. februar 2025. Se også brev fra Meltwater News 6. februar, svar på spørsmål 2 og brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 1.

<sup>176</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 2 og Referat fra møtet med Meltwater 3. april 2025.

<sup>177</sup> Referat fra møtet med Meltwater 3. april 2025.

<sup>178</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 1.

<sup>179</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på [REDACTED].

<sup>180</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>181</sup> Brev fra Meltwater News 6. februar 2025, svar på spørsmål 6. Omsetning er oppgitt i USD og konvertert til NOK med vekslingskurs 1 USD ~ 11,12 NOK per 24. februar 2025.

<sup>182</sup> Brev fra Meltwater News 26. mars 2025, svar på spørsmål 5a.

<sup>183</sup> Brev fra Meltwater News 6. februar, svar på spørsmål 5.

<sup>184</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 2. Les mer her: [Cision | PR Software, Marketing, and Media Relations](#). Lesedato 18. februar 2025.

<sup>185</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>186</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 6 og 7.

<sup>187</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>188</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>189</sup> [REDACTED]

<sup>190</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 8 med henvisning til [news.cision.com](https://news.cision.com). Lesedato 10. mars 2025.

#### 4.5.6 Notified

- (143) Notified er et globalt selskap innenfor PR og investor relations, som globalt tilbyr verktøy for pressemeldingsdistribusjon, medieovervåkning, investor relations-nettsted ("IR websites") og investor relations-arrangement ("IR events").<sup>191</sup> I Norge tilbyr Notified de samme tjenestene foruten IR websites.<sup>192</sup>
- (144) Notified tilbyr overvåkning av nettmedier og sosiale medier som er åpent tilgjengelig, som blant annet inkluderer medieinnhold fra Facebook, Instagram, blogger, TV, radio, forum og podkaster, og medieanalyse.<sup>193</sup> Selskapet har ikke lisensavtaler om å søke bak betalingsmur i Norge,<sup>194</sup> og tilbyr ikke mediearkiv.<sup>195</sup>
- (145) Notified har ikke egen crawlingteknologi, og oppgir at selskapet kjøper data fra "*a wide variety of companies depending on media type (online news, social media platforms etc). In general, we buy access to their index to make the search results accessible in our platform*".<sup>196</sup>
- (146) Selskapet omsatte for [REDACTED] norske kroner i Norge innen medieovervåkningstjenester i 2024.<sup>197</sup>
- (147) Notified leverer tjenester til mer enn 10 000 globale kunder, fra bedrifter som er i vekst og nye børsnoteringer til internasjonale merkevarer.<sup>198</sup>

### 4.6 Aktører som tilbyr tjenester for nyhetsaggregering

#### 4.6.1 Tjenester for nyhetsaggregering

- (148) Nyhetsaggregatorer er nyhetsinnsamlere som forenkler søket etter nyhetssaker ved å samle og tilby lenker til nyhetssaker publisert av nyhetsleverandører, som kan være supplert med utdrag av artiklene og bilder.<sup>199</sup> Nyhetene gjøres tilgjengelig på en plattform som kan være tilgjengelig via nettlesere og mobilapplikasjoner. Brukere av tjenesten sparer med dette tid og krefter på å finne nyheter og øker bevisstheten om nyhetsinnhold. Nyhetsaggregatorer har overlappende funksjoner med medieovervåkningstjenester når det kommer til å organisere og finne ulike nyheter man er interessert i samlet i et enkelt grensesnitt, men skiller seg ut når det blant annet kommer til kildetilfang og funksjonalitet. Dette vil behandles i kapittel 5.2.5.

#### 4.6.2 Google

- (149) Google leverer flere tjenester som kan benyttes til å holde oversikt over mediebildet, inkludert Google Søk, Google Alerts og Google News. Google Søk er en søkemotor som er tilgjengelig via nettleser eller mobilapplikasjoner.<sup>200</sup> Når det foretas et søk, vil Google Søk sin crawling- og indekseringsteknologi lete gjennom informasjon for å finne relevante resultat som den enkelte søker etter.<sup>201</sup> Søkeresultatene til den enkelte vises i form av lister med lenker, panel og andre former.<sup>202</sup>
- (150) Google Alerts er en tjeneste hvor den enkelte kan få e-poster når nye resultater for bestemte emner dukker opp i Google Søk. Brukere av tjenesten kan endre hvor ofte det skal sendes

<sup>191</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>192</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>193</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4a og b.

<sup>194</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4c.

<sup>195</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4e.

<sup>196</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 9b.

<sup>197</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 3, vedlagt dokument "Response question 3 filled out".

Omsetningen er oppgitt i USD og konvertert til NOK med valutakurs 0,10 per 30. april 2024.

<sup>198</sup> [About Notified | Notified](#). Lesedato 1. mai 2025.

<sup>199</sup> Calzada, Joan og Gil, Ricard, "What Do News Aggregators Do? Evidence from Google News in Spain and Germany" (2018). DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2837553>, [Hva er aggregeringssider?](#). Lesedato 9. juni 2025, Overland, Jan Arve og Tørdal, Ragna Marie (2022, 8. mars). Kampen om nyhetsbildet. NDLA. <https://ndla.no/article/4880> og brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>200</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>201</sup> [Slik fungerer Søk – Slik fungerer Google Søk](#). Lesedato 7. mai 2025.

<sup>202</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

varsler, hvilke nettsteder som vises, språk, hvilken del av verden informasjonen skal være fra, hvor mange resultater som skal vises og hvilke kontoer som får varslene.<sup>203</sup>

- (151) Google News er en nyhetsaggregator som gir tilgang til kilder og nyheter.<sup>204</sup> Nyhetene gjøres tilgjengelig på en plattform via nettlesere og mobilapplikasjoner.<sup>205</sup> Det er mulig å tilpasse hvilke nyheter man vil følge basert på ulike emner, som bransjer eller geografiske områder. Det kan også settes opp varsler for å få oppdatering på bestemte søkefraser.
- (152) Google oppgir til Konkurransetilsynet at Google News "exists as a mechanism to boost the news ecosystem by promoting user engagement with a diverse range of news sources and creating an additional source of referral traffic for news publishers".<sup>206</sup> Google News viser ikke artikler i fulltekst, men henviser brukerne til utgivernes landingsside eller nettsted.<sup>207</sup>
- (153) Når det gjelder hvilket kildetilfang Google News har tilgang til, oppgir Google i sitt høringssvar at Google ikke tilbyr medieovervåkning i Norge [redacted].<sup>208</sup> Schibsted opplyser imidlertid at selskapet har gitt Google tilgang til sitt medieinnhold for at avisenes innhold skal rangeres høyt i søk.<sup>209</sup>
- (154) Ingen øvrige leverandører av medieinnhold opplyser til Konkurransetilsynet at Google har tilgang til deres medieinnhold på samme måte som Schibsted.<sup>210</sup> Google opplyser imidlertid til tilsynet at "*Norwegian media content that surfaces in Google News may be found by Google through our normal web crawl*".<sup>211</sup> Dette har en sammenheng med at Google News bruker samme crawling- og indekseringsteknologi som Google Søk for å identifisere og organisere innhold på internett.<sup>212</sup> Følgen av dette er at nyhetsinnhold både foran og bak betalingsmur vil være tilgjengelig på Google News så lenge utgivere av nyhetsinnhold; i) ikke blokkerer Google News tilgang til sitt innhold,<sup>213</sup> ii) har riktig strukturerte data for at innhold bak betalingsmur skal vises i søkeresultatene<sup>214</sup> og iii) artiklene er kvalifisert for visning.<sup>215</sup>
- (155) For at en artikkel skal være kvalifisert for visning på Google News, må innholdet følge retningslinjene for Google Nyheter.<sup>216</sup> Ettersom innholdet er begrenset til nyhetsinnhold som kvalifiseres for søkeresultater i Google News, samler ikke Google News nyhetsinnhold fra

<sup>203</sup> [Opprett varsler - Google Søk Hjelp](#). Lesedato 7. mai 2025.

<sup>204</sup> Google opplyser til Konkurransetilsynet at "*Google News is a news aggregation platform that connects users with news from multiple news outlets to help them discover diverse perspectives on current issues, events, and important topics*" og at Google "*does not provide media monitoring and analysis services. It is a free of charge news aggregation service available on desktop or via an App*", jf. Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 2 og 5.

<sup>205</sup> [Google News](#). Lesedato 19. februar 2025.

<sup>206</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>207</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>208</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 8b.

<sup>209</sup> Brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 5c.

<sup>210</sup> Se brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, brev fra Hegnar Media AS 4. februar 2025, brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, brev fra Klassekampen 5. februar 2025, brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, brev fra Amedia AS 6. februar 2025. Dagbladet skriver at "*[s]å vidt oss bekjent så finnes ingen avtale med aktører (søkemotorer) som Google, Bing osv, og her gjelder åndsverkloven. Men Dagbladet som organisasjon har ingen avtaler med disse*" jf. brev fra Dagbladet AS 22. april 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>211</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 8b.

<sup>212</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 5a.

<sup>213</sup> Google opplyser til Konkurransetilsynet at utgivere kan blokkere Google News tilgang til innhold på nettstedet sitt uten at dette påvirker hvorvidt innholdet vises på Google søk, jf. brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 5a med henvisning til [Blokkér tilgangen til innhold på nettstedet ditt - News Publisher Hjelp](#). Lesedato 6. juni 2025.

<sup>214</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 5c med henvisning til [Subscription and Paywalled Content Markup | Google Search Central | Documentation | Google for Developers](#). Lesedato 6. juni 2025.

<sup>215</sup> Dagens Næringsliv opplyser at "*[i] samarbeid med MBL har det vært dialog/arbeid med å regulere søkemotorers bruk av medieinnhold uten avtale*" jf. brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 11a.

<sup>216</sup> Dersom retningslinjene ikke følges kan innholdet likevel vises i Google Søk, så lenge innholdet samsvarer med retningslinjene for Google Søk, se [Retningslinjer for Google Nyheter - News Publisher Hjelp](#). Lesedato 29. april 2025.

sosiale medier, blogger eller forum.<sup>217</sup> Google News må derfor skilles fra Google Søk, siden sistnevnte ikke kun er begrenset til kvalifisert nyhetsinnhold. Innhold kan derfor være tilgjengelig på Google Søk, uten at det vises på Google News.

- (156) Google oppgir til Konkurransetilsynet at Google News "*is not monetised and Google does not run ads on Google News. It therefore does not generate revenue*".<sup>218</sup> Utgangspunktet er derfor at Google ikke genererer omsetning direkte knyttet til Google News, og tjenesten tilbys gratis til brukerne.<sup>219</sup>

#### 4.6.3 Feeder

- (157) Feeder er en nyhetstjeneste levert av Really Simple i Stockholm AB, et svensk selskap med hovedkontor i Stockholm.<sup>220</sup> Feeder bruker RSS for å koble ulike kilder på Internett, som blant annet blogger, nyheter, vær, offentlige databaser og nyhetsbrev.<sup>221</sup> Nyhetstjenesten innebærer at brukeren legger til innholdskilder for å tilpasse sin egen nyhetsstrøm, og kan motta varsler når det publiseres nytt relevant innhold.<sup>222</sup> Tjenesten kan brukes via nettlesere og er tilgjengelig via app både på Android- og IOS-enheter.<sup>223</sup>
- (158) Feeder genererer inntekter gjennom en såkalt freemium-modell, som er en forretningsmodell hvor det tilbys en grunnleggende tjeneste helt gratis (free) i tillegg til en mer avansert tjeneste eller tilleggsfunksjoner mot betaling (premium).<sup>224</sup> Feeder tilbyr følgende abonnementsnivå; i) Free, ii) Plus, iii) Professional og iv) Enterprise.<sup>225</sup> Sistnevnte innebærer en skreddersydd tjeneste til bedrifter, der den enkelte bedrift må kontakte Feeder for å be om et tilbud.
- (159) Selskapet oppgir at de omsatte [REDACTED] kroner innen medieovervåkning i Norge i 2024 og 2024.<sup>226</sup>
- (160) Feeder har ikke avtale med noen av de norske mediehusene eller Klareringstjenesten. I sitt svarbrev oppgir Feeder at de kun overvåker offentlige nettstedet.<sup>227</sup> Selskapet oppgir videre at det ikke overvåker sosiale medieplattformer som krever innlogging for å vise innhold, samt innhold som er bak betalingsmur.<sup>228</sup> På spørsmål om det er noen norske innholdsprodusenter som selskapet ikke overvåker innholdet fra, oppgir Feeder at de ikke overvåker dn.no.<sup>229</sup>

#### 4.7 Kunder som etterspør medieovervåkningstjenester

- (161) Det er i hovedsak tre kundegrupper som kjøper medieovervåkningstjenester: offentlige selskap, private selskap og interesseorganisasjoner.<sup>230</sup> Kundemassen er fragmentert og består av en del store kunder og mange små og mellomstore kunder.<sup>231</sup>

<sup>217</sup> [Retningslinjer for Google Nyheter - News Publisher Hjelp](#). Lesedato 29. april 2025.

<sup>218</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 2. Google opplyser at Google News ikke genererer omsetning i hverken Norge eller noe annet land, jf. brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 3.

<sup>219</sup> Partene anfører i tilsvaret at det er en feilslutning at Google og selskapets tjenester ikke genererer inntekter, se tilsvaret, side 20. Konkurransetilsynet har ikke foretatt nærmere undersøkelser av om dette er riktig, da det uansett ikke har betydning for konklusjonen i saken.

<sup>220</sup> [About us | Feeder – RSS Feed Reader](#). Lesedato 28. april 2025.

<sup>221</sup> [Feeder – RSS Feed Reader](#). Lesedato 19. februar 2025.

<sup>222</sup> Les mer her: [Feeder – RSS Feed Reader](#). Lesedato 28. april 2025.

<sup>223</sup> [Feeder – RSS Feed Reader](#). Lesedato 19. februar 2025.

<sup>224</sup> Se også brev fra Infomedia og Retriever 25. april 2025, vedlagt dokument "Rapport: Sammenligning av medieovervåkeres søk og fremvisning av norsk medieinnhold" side 5.

<sup>225</sup> [Feeder Pricing | Feeder – RSS Feed Reader](#). Lesedato 28. april 2025.

<sup>226</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 2 og 3. Valutakurs per 26. mars 2025 på 10,51 norske kroner per amerikansk dollar.

<sup>227</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 4a.

<sup>228</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 4a og 4c.

<sup>229</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 4b.

<sup>230</sup> Meldingen, side 38. Se også brev fra Mynewsdesk 6. februar, svar på spørsmål 5c.

<sup>231</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 21 og brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23.

- (162) Alle kundegruppene etterspør medieovervåkningstjenester for å følge med på omtalen av selskapet eller organisasjonen i media, samt for å følge med på relevante medieoppslag.<sup>232</sup>
- (163) Når offentlige selskap<sup>233</sup> anskaffer medieovervåkningstjenester foregår dette normalt gjennom offentlige anbudprosesser.<sup>234</sup> Det utlyses ofte avtaler for flere tjenester, og gjerne for to år om gangen.<sup>235</sup> I offentlige anbudskonkurranser stilles det ofte minstekrav til medieovervåkningstjenesten, for eksempel knyttet til kildetilfang, fulltekstfremvisning, produktbredde eller supporttjenester, jf. avsnitt (376).
- (164) Private selskap og interesseorganisasjoner anskaffer medieovervåkningstjenester gjennom direkteforespørsler til utvalgte leverandører<sup>236</sup> eller gjennom anbudslignende konkurranser.<sup>237, 238</sup>

## 5 Markedsavgrensning

### 5.1 Innledning

- (165) Markedsavgrensning gir et rammeverk for analysen av foretakssammenslutningers konkurransemessige virkninger. Hovedformålet med avgrensningen er på en systematisk måte å identifisere umiddelbare begrensninger i den konkurransemessige handlefriheten de fusjonerende foretakene står overfor.<sup>239</sup> Normalt vil både markedets produktmessige og geografiske dimensjon vurderes.<sup>240</sup> Med utgangspunkt i markedsavgrensningen vil Konkurransetilsynet i konkurranseanalysen ta hensyn til forhold som tilsier at konkurransepress fra enkelte aktører er viktigere enn fra andre, segmentering innenfor det relevante markedet, samt vurdere i hvilken grad det er relevant å trekke inn konkurransepress fra aktører utenfor det relevante markedet.
- (166) Konkurransetilsynets utgangspunkt for markedsavgrensningen er partenes produkter. Tilsynet vurderer videre, primært basert på substitusjon på etterspørselssiden, om markedet skal utvides. Substitusjon på tilbudssiden kan også tas i betraktning ved markedsavgrensningen dersom den har de samme umiddelbare og direkte virkningene som etterspørselssubstitusjon. Konkurransetilsynet vil ved markedsavgrensningen se hen til vurderingskriteriene som fremgår av Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante marked.<sup>241</sup>

<sup>232</sup> Se for eksempel brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, svar på spørsmål 4, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 3 og brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 4.

<sup>233</sup> Med offentlige selskap, også omtalt som "offentlige kunder", menes foretak som er underlagt anskaffelsesregelverket, jf. [forskrift 12. august 2016 om offentlige anskaffelser \(anskaffelsesforskriften\)](#), §1-2.

<sup>234</sup> [Forskrift 12. august 2016 om offentlige anskaffelser \(anskaffelsesforskriften\) - Del I. Alminnelige bestemmelser](#). Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 27.

<sup>235</sup> Se for eksempel brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 9, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 9, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 9, brev fra Oslo Kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 9.

<sup>236</sup> Se for eksempel brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 7 som oppgir at anskaffelsen i deres organisasjon "var basert på tidligere erfaring og kjennskap til markedet. Med bakgrunn i tidligere anskaffelser og bruk av slike tjenester valgte vi leverandøren vi hadde best erfaring med, uten en omfattende anbudsprosess". Se også brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 9h.

<sup>237</sup> Se for eksempel brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 8, som oppgir at "[b]asert på våre behov og en tilhørende kravspesifikasjon undersøker vi hvilke leverandører i markedet som kan tilby det vi har behov for. Vi innhenter så tilbud, evaluerer disse basert på definerte kriterier [...]. Vi ber om demo av interessante løsninger, ber om tilbud og beslutter".

<sup>238</sup> Infomedia oppgir at "[o]ffentlig sektor har mye anbud og er oversiktlig, mens privat sektor er mindre gjennomiktig slik at oppsøkende salg blir viktigere", jf. brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 27.

<sup>239</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 10.

<sup>240</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 10.

<sup>241</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 23.

- (167) Dersom det ikke er avgjørende for vurderingen av de konkurransebegrensende virkningene i en sak, er det ikke nødvendig for Konkurransetilsynet å konkludere endelig med hensyn til utstrekningen eller omfanget av det relevante markedet.<sup>242</sup>
- (168) Konkurransetilsynet avgrenset det relevante produktmarkedet for medieovervåkning i Vedtak V2013-5.<sup>243</sup> Tilsynet finner imidlertid i gjeldende sak grunn til å avvike fra den tidligere markedsavgrensningen ettersom markedet har endret seg siden 2013, jf. vurderingene i kapittel 5.2.

## **5.2 Produktmarkedsavgrensning**

### **5.2.1 Innledning**

- (169) Avgrensningen av det relevante produktmarkedet gjøres med utgangspunkt i de produktene partene tilbyr i markedet. Partene er begge tilbydere av tjenester innen medieovervåkning, mediearkiv, medieanalyse og håndtering av sosiale medier.
- (170) I det følgende vil Konkurransetilsynet vurdere om overvåkning av medieinnhold fra ulike kilder og ulike mediekkanaler inngår i det samme produktmarkedet. Videre vurderes det om mediearkiv- og medieanalysetjenester inngår i det samme produktmarkedet, om nyhetsaggregatortjenester inngår i det samme produktmarkedet og om håndtering av sosiale medier inngår i det samme produktmarkedet. Til slutt vurderer tilsynet om medieovervåkningstjenester til ulike kundegrupper inngår i det samme produktmarkedet.

### **5.2.2 Vurdering av hvorvidt overvåkning av medieinnhold fra ulike kilder og mediekkanaler inngår i det samme produktmarkedet**

- (171) Medieovervåkning innebærer at aktører samler inn medieinnhold fra ulike mediekkanaler, som nettaviser, papiraviser, magasiner, sosiale medier og TV og radio. Innenfor hver mediekkanal samles det inn medieinnhold fra ulike kilder, for eksempel papir- eller nettaviser fra ulike innholdsprodusenter. Medieinnholdet som hentes inn, filtreres etter bestemte søkeord som er relevant for kunder av tjenesten, og kunden orienteres om relevante treff, jf. avsnitt (79).
- (172) Overvåkning av ulike typer medieinnhold dekker ulike behov for kundene. For de fleste kunder vil for eksempel overvåkning av sosiale medier ikke kunne erstatte overvåkning av papiraviser. Dersom kundene ønsker overvåking av en bestemt mediekkanal, eller en bestemt kilde, vil ikke en liten, men signifikant prisøkning på denne overvåkingstjenesten medføre at kundene vil bytte til overvåking av en annen mediekkanal eller en annen kilde. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil det derfor være begrenset etterspørselssubstitusjon mellom ulike typer medieinnhold.
- (173) En aktør som tilbyr overvåkning av en type medieinnhold, kan i noen tilfeller benytte samme teknologi til å overvåke andre typer medieinnhold. For å tilby overvåkning av en annen type medieinnhold vil det imidlertid etter Konkurransetilsynets vurdering påføre denne aktøren investeringer og risiko, samt at det i mange tilfeller vil ta tid å tilrettelegge for å tilby en slik tjeneste.<sup>244</sup> Etter tilsynets vurdering er det derfor begrenset tilbudssubstitusjon mellom overvåkning av ulike typer medieinnhold.
- (174) Medieovervåkning er en tjeneste som går ut på å samle inn og filtrere medieinnhold fra ulike kilder og mediekkanaler etter bestemte søkeord som er relevante for kunder av tjenesten, før kunden orienteres om relevante treff for eksempel på e-post, en portal, API eller et dashboard, jf. avsnitt (79). Etter Konkurransetilsynets vurdering etterspør de fleste kundene en bred mediedekning både i form av ulike kilder og ulike mediekkanaler, og de fleste kundene ønsker å kjøpe en slik bred tjeneste fra én aktør, heller enn å kjøpe enkeltkilder eller enkeltkanaler fra ulike aktører, jf. avsnitt (180)–(186). I slike tilfeller vil en "one-stop-shop" strategi kunne medføre at produktmarkedet består av en "kurv" eller en "portefølje" med produkter istedenfor

<sup>242</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 20.

<sup>243</sup> Vedtaket V2013-5 Retriever Norge AS – Innholdsutvikling AS: [V2013-5 - Retriever Norge AS - Innholdsutvikling AS – konkurranse-loven § 16 jf. 20 – inngrep mot foretakssammenslutning - Konkurransetilsynet](#).

<sup>244</sup> Referat fra møte med Retriever 26. mars 2025, side 2–3.

enkeltprodukter.<sup>245</sup> Etter tilsynets vurdering vil ikke en liten, men signifikant prisøkning på en slik "kurv" med overvåkningstjenester medføre at kundene vil kjøpe enkelttjenester av ulike leverandører, jf. avsnitt (176)–(177). Produktmarkedet vil derfor etter tilsynets vurdering inkludere aktører som tilbyr overvåkning av en bred mediedekning, både i form av ulike kilder og ulike mediekanaler.

- (175) Partene anfører at det ikke er tilstrekkelig utredet, og en feilvurdering, at produktmarkedet består av en "kurv" med produkter.<sup>246</sup> Partene hevder at denne typen markedsdefinisjoner stort sett blir anvendt i detaljistmarkeder der man står overfor forbrukere, og at eksemplene som vises til i Kommisjonens fotnote ikke har overføringsverdi i denne saken.
- (176) Konkurransetilsynets vurdering er at produktmarkedsavgrensninger som består av en "kurv" eller portefølje med produkter, ikke kan forbeholdes detaljistmarkeder der man står overfor forbrukere. For det første vises det til at tilsynet i Mekonomen/Meca<sup>247</sup> og Validus/Sunkost<sup>248</sup> vurderte hvorvidt henholdsvis verksteder og helsekostbutikker etterspør en samlet pakke av produkter i form av et bredt sortiment fra leverandørene, istedenfor enkeltprodukter. Disse sakene har etter tilsynets vurdering overføringsverdi til gjeldende sak ved at de både gjelder salg til forbruker og salg til næringsdrivende som skal kjøpe inn produkter eller tjenester, og i hovedsak ønsker å kjøpe en kurv/portefølje av disse produktene/tjenestene fra én leverandør med et bredt sortiment.
- (177) Konkurransetilsynet viser videre til Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, hvor det fremgår at i markeder hvor kunder etterspør en kurv av produkter kan det relevante produktmarkedet bestå av et totalsortiment, i motsetning til enkeltprodukter.<sup>249</sup> Dette er etter tilsynets vurdering relevant for gjeldende sak, ettersom kundene etterspør en kurv eller portefølje av tjenester, som i hovedsak kjøpes samlet av én leverandør, jf. avsnitt (180)–(186) (179)(186). Kommisjonen viser i kunngjøringen blant annet til sak M.7555 *Staples/Office Depot*.<sup>250</sup> Saken gjelder leveranser av ulike typer kontorrekvisita, og siden bedriftskundene som oftest kjøper varekategoriene samlet, vurderer Kommisjonen, basert på et "one-stop-shop" prinsipp, at kurven av ulike typer kontorrekvisita kan utgjøre et eget produktmarked.<sup>251</sup> Saken har etter tilsynets vurdering overføringsverdi til gjeldende sak, ettersom både Kommisjonens sak, og gjeldende sak, omhandler bedriftskunder som etterspør en kurv eller portefølje av produkter/tjenester fra leverandører som tilbyr et bredt tilbud av produkter/tjenester.
- (178) På bakgrunn av det ovenstående er det Konkurransetilsynets vurdering at produktmarkedsavgrensninger av et totalsortiment ikke kan forbeholdes detaljistmarkeder der man står overfor forbrukere.
- (179) Etter Konkurransetilsynets oppfatning er det en fordel for kundene å kjøpe medieovervåkning fra én leverandør, ettersom innkjøpet forenkles ved at kunden får flere resultater på én plattform, og oppfølging av tjenesten vil bli mindre tidkrevende for kunden. Det vil dermed være ressursbesparende for kunden å kjøpe medieovervåkning av én aktør som tilbyr en bred mediedekning av ulike kilder og ulike mediekanaler.
- (180) At kundene etterspør en bred medieovervåkningstjeneste fra én leverandør underbygges av hvordan produktet tilbys. Medieovervåkningskunder kan kjøpe ulike kildepakker, eller få skreddersydd hvilke kilder og kanaler de ønsker å overvåke, jf. avsnitt(120) (120) og (125)(125). Partene oppgir i meldingen at "[v]ed å integrere flere kilder kan [medieovervåkere] sikre at kundene får en mer omfattende og nøyaktig medieovervåkning, som dekker et bredt spekter av emner og søkerord".<sup>252</sup> Både Retriever og Infomedia

<sup>245</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 103.

<sup>246</sup> Tilsvaret, side 32–33.

<sup>247</sup> V2012-10 Mekonomen AB (publ) - MECA Scandinavia AB.

<sup>248</sup> V2009-14 Validus AS - Sunkost ASA.

<sup>249</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 103.

<sup>250</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 103 med henvisning til fotnote 141.

<sup>251</sup> Sak M.7555 *Staples/Office Depot*, avsnitt 91.

<sup>252</sup> Meldingen, side 23.

markedsfører på egne nettsider at kundene ved bruk av deres tjenester vil få en komplett medieovervåking av etermedier, trykte medier, nettmedier og sosiale medier i én digital plattform.<sup>253</sup> Etter Konkurransetilsynets vurdering underbygges dette av tilsynets informasjonsinnhenting, hvor Infomedia skriver at [REDACTED]

[REDACTED].<sup>254</sup>

- (181) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting blant sluttkunder underbygger at de fleste kundene i undersøkelsen anser det som en fordel å kjøpe medieovervåking av én aktør som tilbyr en bred mediedekning av ulike kilder og ulike mediekkanaler. Tilsynet viser til at de fleste kundene i undersøkelsen er opptatt av å få flest mulig treff på sine søkekriterier.<sup>255</sup> Videre viser tilsynets informasjonsinnhenting at de fleste kundene i undersøkelsen etterspør en bred dekning av kilder i lokale, nasjonale og regionale papir- og nettaviser, foran og bak betalingsmur fra én leverandør.<sup>256</sup> Tilsynets informasjonsinnhenting viser også at de fleste kundene etterspør overvåking av flere ulike mediekkanaler, som nettaviser, papiraviser, magasiner, sosiale medier og tv eller radio fra én leverandør.<sup>257</sup> Et mulig unntak er NRK, som opplyser at de "vurdere[r] å lyse ut forskjellige tjenester separat".<sup>258</sup> NRK presiserer ikke om "forskjellige tjenester" innebærer at NRK vurderer å lyse ut overvåking av ulike kilder og

<sup>253</sup> [Medieovervåkning & forskning](#) Lesedato 11. juni 2025, og [Medieovervåkning og -analyse i én løsning](#) Lesedato 11. juni 2025.

<sup>254</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>255</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 7, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4, 5 og 9b, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 7, brev fra Equinor ASA 20. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 7, brev fra Haver 25. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Havindustritilsynet 24. april 2025, svar på spørsmål 1 med tilhørende vedlagte "Konkurransesgrunnlag – Abonnement på nyhetsovervåking", brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 5, 7 og 9, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 7, 9 og 16, brev fra Kulturmeidlerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 5, Referat fra møte med NHH 1. april 2025, punkt 2.2 og 2.3, brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 2 og 7, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 9b, brev fra [REDACTED], svar på spørsmål 5, brev fra Vinmonopolet 22. april 2025, og brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 7 og 9f.

<sup>256</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 7, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4, 5 og 9b, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 7, brev fra Equinor ASA 20. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Haver 25. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Havindustritilsynet 24. april 2025, svar på spørsmål 1 med tilhørende vedlagte "Konkurransesgrunnlag – Abonnement på nyhetsovervåking", brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 7 og 9, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 7, 9 og 16, brev fra Kulturmeidlerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 5, referat fra møte med NHH 1. april 2025, punkt 2.2 og 2.3, brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 2 og 7, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 9b, brev fra [REDACTED], svar på spørsmål 5, brev fra Vinmonopolet 22. april 2025, og brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 7 og 9f.

<sup>257</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 7, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 7, brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Havindustritilsynet 24. april 2025, svar på spørsmål 1 med tilhørende vedlagte "Konkurransesgrunnlag – Abonnement på nyhetsovervåking", brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 9, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 7, 9 og 16, brev fra Kulturmeidlerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra Norsk Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 5, Referat fra møte med NHH 1. april 2025, punkt 2.2 og 2.3, brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 2 og 7, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 9b, brev fra [REDACTED], svar på spørsmål 5, brev fra Vinmonopolet 22. april 2025, og brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 7 og 9f.

<sup>258</sup> Brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 15.

mediekanaler som separate tjenester, eller om det innebærer at NRK vurderer å lyse ut medieanalyse og mediearkiv som separate tjenester. Uavhengig av hvordan NRKs høringssvar tolkes, viser tilsynets informasjonsinnhenting blant slutt kunder at det for de fleste kundene kun er aktuelt å kjøpe medieovervåkning fra aktører som tilbyr en bred mediedekning av ulike kilder og ulike mediekanaler.<sup>259</sup>

- (182) At kundene etterspør en bred medieovervåkning, framgår også av høringssvar fra aktører i markedet.<sup>260</sup> Meltwater skriver for eksempel at "[redacted]

" , og videre at "[redacted]

"<sup>261</sup>

- (183) Det følger videre av Infomedias og Retrievers kundelister, som viser hvilke produktkategorier kundene kjøper samlet, at kundene kjøper innhold fra flere ulike kilder samlet.<sup>262</sup> Det fremgår av Retrievers kundeliste at [redacted] prosent av kundene deres minst kjøper overvåkning [redacted]

[redacted].<sup>263</sup> Blant disse er det kunder [redacted]

[redacted].<sup>264</sup> Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser videre at [redacted] prosent av Retrievers kunder kjøper overvåkning av [redacted]

[redacted].<sup>265</sup> Videre viser tilsynets informasjonsinnhenting at [redacted] prosent av Retrievers kunder kjøper overvåkning av [redacted], og [redacted]

[redacted].<sup>266</sup>

- (184) Infomedias kundelister viser at [redacted] prosent av Infomedias kunder kjøper [redacted]

[redacted].<sup>267</sup>

- (185) Retrievers interne dokumenter indikerer også at det er viktig å tilby bred dekning av ulike mediekanaler. I forbindelse med at [redacted], skriver analysesalgssjef, [redacted] i Retriever i en e-post til key account manager, [redacted] at det [redacted]

[redacted].<sup>268</sup>

- (186) At en bred mediedekning av ulike kilder og ulike mediekanaler er viktig for å være konkurransedyktig, underbygges også av en intern korrespondanse mellom landssjef i Norge, [redacted], og chief business officer i Retriever, [redacted], i 2022 [redacted]

<sup>259</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 7, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 9a og b, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Haver 25. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Havindustritilsynet 24. april 2025, svar på spørsmål 5 med tilhørende vedlagte "Anskaffelsesprotokoll – Abonnent på nyhetsovervåking", brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 7 og 9, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 7, 9 og 16, brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 5, Referat fra møte med NHH 1. april 2025, punkt 2.2 og 2.3, brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 2 og 7, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7.

<sup>260</sup> Brev fra Cision 27. februar 2025, svar på spørsmål 6, referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025, side 2, og brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 6.

<sup>261</sup> Referat fra møte med Meltwater 3. april 2025, side 2 og 3.

<sup>262</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21, 22 og 23, Retriever Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21.

<sup>263</sup> Brev fra Retriever Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21.

<sup>264</sup> Brev fra Retriever Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21.

<sup>265</sup> Brev fra Retriever Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21.

<sup>266</sup> Brev fra Retriever Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21.

<sup>267</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>268</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

- [REDACTED] 269 [REDACTED] 270
- (187) Partene har i tilsvaret anført at Konkurransetilsynet ikke i tilstrekkelig grad har vurdert produktenes substituerbarhet fra kundenes synspunkt, og viser blant annet til NRKs høringssvar, som partene hevder må tas til inntekt for at kundene ikke etterspør et bredt spekter av medieovervåkningstjenester fra én enkelt leverandør.
- (188) Til dette viser Konkurransetilsynet til at flertallet av kundene i tilsynets informasjonsinnhenting svarer at de etterspør en bred mediedekning av både kilder og mediekkanaler fra én leverandør, jf. avsnitt (181), og at kunders etterspørsel av en bred medieovervåkning underbygges av aktører i markedet, jf. avsnitt (182). Videre viser tilsynet til at [REDACTED] prosent av Retrievers kunder kjøper medieovervåkning av flere kilder samlet i én produktpakke, og at [REDACTED] overvåkning av tv og radio som en selvstendig tjeneste, jf. avsnitt (183). Tilsynet viser endelig til at [REDACTED] av Infomedias kunder kjøper tv og radio som en selvstendig tjeneste, jf. avsnitt (184).
- (189) Videre anfører partene at det har formodningen mot seg at kundene har en generell preferanse for å kjøpe en bred medieovervåkning samlet fra én aktør når det finnes aktører som for eksempel ListenAlert og AllEars, som utelukkende tilbyr overvåkning av etermedier.
- (190) Konkurransetilsynet viser til at både kunder, aktører i markedet, og partenes egne kundelister og interne dokumenter viser at kundene etterspør en bred mediedekning av innhold fra ulike kilder og ulike mediekkanaler, fra én leverandør, jf. avsnitt (180)–(186). Det at det eksisterer et marked for overvåkning av medieinnhold fra ulike kilder og ulike mediekkanaler, er etter tilsynets vurdering ikke til hinder for at det kan eksistere aktører som spesialiserer seg på overvåkning av enkeltkanaler. Noen kunder vil eksempelvis kunne ha et særskilt behov for overvåkning av etermedier, og vil etterspørre denne tjenesten hos en leverandør som har spesialisert seg på dette.
- (191) På bakgrunn av ovennevnte vurderer Konkurransetilsynet at overvåkning av medieinnhold fra ulike kilder og ulike mediekkanaler inngår i det samme produktmarkedet. Ettersom kundene i hovedsak etterspør overvåkning av en bred mediedekning av innhold fra ulike kilder og ulike mediekkanaler fra én leverandør, er det tilsynets vurdering at aktører som ikke tilbyr en bred mediedekning, for eksempel overvåkning av kun etermedier, ikke inngår i produktmarkedet.

### 5.2.3 Vurdering av hvorvidt mediearkiv inngår i det relevante produktmarkedet

- (192) Partene har videre overlappende virksomhet innen mediearkiv.<sup>271</sup>
- (193) Flere av aktørene som tilbyr medieovervåkningstjenester, gir kundene tilgang til søk i de artikler og kilder som har gitt treff i kundens aktive søkeprofil i den perioden kunden har hatt et kundeforhold til medieovervåkeren.<sup>272</sup>
- (194) I tillegg til søk i egen kundeprofil tilbyr noen aktører et mediearkiv som gir kundene tilgang til ad hoc-søk i et arkiv av historiske presseklipp fra ulike kilder og mediekkanaler, hvor kundene selv kan gjøre søk i alle kildene som ligger i aktørens arkiv.<sup>273</sup> Partene selger slike mediearkivtjenester til sine kunder. Videre oppgir Meltwater at [REDACTED], jf. avsnitt (134).
- (195) Det er Konkurransetilsynets vurdering at kundene etterspør et totalsortiment fra én leverandør, jf. avsnitt (175)–(178), der overvåkning av medieinnhold fra ulike kilder og kanaler inngår i produktmarkedet, jf. avsnitt (191). Tilsynet vil i det videre vurdere om kundene, som en del av

<sup>269</sup> [REDACTED]

<sup>270</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>271</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 9a, og brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 9a.

<sup>272</sup> Brev fra [REDACTED] brev fra Infomedia Norge AS, 21. februar 2025, svar på spørsmål 9a, og brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025 svar på spørsmål 9b, [REDACTED].

<sup>273</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 9a, og brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 9a.

- totalsortimentet, etterspør en bred medieovervåkning som inkluderer mediearkivtjenester fra én leverandør, eller om kundene i hovedsak etterspør mediearkiv som en separat tjeneste.
- (196) Mediearkiv og medieovervåkning dekker etter Konkurransetilsynets vurdering ikke samme behov for kundene, og det vil derfor være begrenset etterspørselssubstitusjon mellom mediearkiv og medieovervåkning.
- (197) For en aktør som tilbyr mediearkiv vil det etter Konkurransetilsynets vurdering medføre investeringer og risiko for å kunne tilby en medieovervåkningstjeneste, samt at det vil ta tid å tilrettelegge for å tilby en slik tjeneste. Etter tilsynets vurdering er det derfor begrenset tilbudssubstitusjon mellom mediearkiv- og medieovervåkningstjenester.
- (198) Etter Konkurransetilsynets vurdering etterspør flere av kundene en bred medieovervåkningstjeneste som inkluderer mediearkiv fra én leverandør, og etter tilsynets vurdering vil ikke en liten, men signifikant prisøkning på en slik "kurv" med tjenester medføre at kundene vil kjøpe medieovervåkning og mediearkiv av ulike leverandører.<sup>274</sup> Dette underbygges etter tilsynets vurdering av kunders høringssvar, jf. avsnitt (199)–(205), samt partenes kundelister, jf. avsnitt (208)–(209).
- (199) If Skadeforsikring NUF ("If Skadeforsikring") oppgir at de endret medieovervåker fra Infomedia til Retriever blant annet begrunnet i Retrievers "arkivfunksjoner".<sup>275</sup>
- (200) Norsk boligbyggelag skriver at tilgang til mediearkiv er "viktig for å kunne finne tilbake til NBBL saker og andre som blir aktuelle igjen".<sup>276</sup>
- (201) Haver Advokatfirma ("Haver") skriver at tilgang til mediearkiv er av "[s]tor betydning. Som beskrevet over; mediearkivet gir oss mulighet for å sjekke opp hvordan konkrete saker og situasjoner utspilte seg tilbake i tid, noe som tidvis er av stor betydning for oss".<sup>277</sup> Videre oppgir Haver at de i dag kjøper medieovervåkning, medieanalyse og mediearkivtjenester fra Infomedia, og at partene etter foretakssammenslutningen "vil bli det eneste norske alternativet for omfattende medieovervåkings- og arkivtjenester".<sup>278</sup>
- (202) Norges Idrettshøgskole skriver at tilgang til mediearkiv har "høy" relevans og at mediearkiv og medieovervåkning bør kjøpes samlet fra én leverandør fordi "*[m]ediearkiv gir tilgang til historiske data, mens medieovervåkning fokuserer på nåværende data. Ved å samle disse tjenestene hos én leverandør, kan høgskolen lettere kombinere nåværende og historiske data for dyptgående analyser og trendidentifikasjon*".<sup>279</sup> Også Kulturmeglerne, Advokatfirmaet Thommessen AS ("Thommessen") og Rådet for Psykisk helse skriver henholdsvis at tilgang til mediearkiv er "viktig" og av "stor betydning".<sup>280</sup> Thommessen utdyper at "*Ja, det er en fordel å samle [medieovervåkning, medieanalyse, mediearkiv og håndtering av sosiale medier] hos en leverandør*".<sup>281</sup>
- (203) DFØ skriver at "[REDACTED]".<sup>282</sup>
- (204) Norges Handelshøyskole ("NHH") skriver at "*[v]iktige faktorer ved valg av leverandør var kildeomfang, kvaliteten på data og tilgang til mediearkiv*".<sup>283</sup>

<sup>274</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 103.

<sup>275</sup> Brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 5.

<sup>276</sup> Brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 6g.

<sup>277</sup> Brev fra Haver 27. februar 2025, svar på spørsmål 6g.

<sup>278</sup> Brev fra Haver 27. februar 2025, svar på spørsmål 18d.

<sup>279</sup> Brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 6g og 9a.

<sup>280</sup> Brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 6g, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 6g, og brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 6g.

<sup>281</sup> brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 9a.

<sup>282</sup> Brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 6.

<sup>283</sup> Referat fra møte med NHH 1. april 2025, punkt 2.2.

- (205) Sykehusinnkjøp nevner blant annet "arkivuttak" som en helt nødvendig del av tjenesten for at en aktør skal være aktuell for levering av medieovervåkning.<sup>284</sup>
- (206) NRK utlyste derimot to separate anbud for medieovervåkning og mediearkiv,<sup>285</sup> noe som etter Konkurransetilsynets vurdering indikerer at det ved forrige anbud ikke var avgjørende for NRK at tjenestene måtte kjøpes samlet. Videre er det noen få kunder som skriver lite eller ingenting om hvorvidt tilgang til mediearkiv er viktig ved kjøp av medieovervåkning.<sup>286</sup>
- (207) Etter Konkurransetilsynets vurdering tilsier kundeuttalelsene at mediearkiv kjøpes i en produktpakke sammen med medieovervåkning og inngår i det sortimentet som kundene velger ut i en "kurv" av tjenester, jf. avsnitt (175)–(178).
- (208) At kundene etterspør mediearkiv sammen med medieovervåkning fra samme leverandør underbygges etter Konkurransetilsynets vurdering av kundelistene til aktørene i markedet. Retrievers kundelister fra 2023 viser at av alle Retrievers ■ medieovervåkningskunder, kjøpte ■ prosent tilgang til Retrievers historiske mediearkiv i en produktpakke sammen med medieovervåkning.<sup>287</sup> Videre viser Retrievers kundelister at av Retrievers totalt ■ kunder som kjøpte tilgang til Retrievers historiske mediearkiv, var det ■ prosent som kjøpte mediearkiv i en produktpakke sammen med medieovervåkning, ■ prosent<sup>288</sup> kjøpte mediearkiv som en separat tjeneste.<sup>289</sup>
- (209) Infomedia opplyser at ■  
 ■  
 ■<sup>290</sup> Videre kan kunder ■  
 ■.<sup>291</sup> Infomedias kundelister fra 2023 viser at av alle Infomedias ■ medieovervåkningskunder, kjøpte ■ prosent tilgang til Infomedias historiske mediearkiv i en produktpakke sammen med medieovervåkning.<sup>292</sup> Infomedia opplyser at ■  
 ■  
 ■ medieovervåkning.<sup>293</sup> Infomedia beskriver at "  
 ■  
 ■".<sup>294</sup>
- (210) Etter Konkurransetilsynets vurdering tilsier partenes kundelister, som viser at ■  
 ■ kunder som kjøper mediearkiv som en selvstendig tjeneste, at mediearkiv kjøpes i en produktpakke sammen med medieovervåkning og inngår i det sortimentet som kundene velger ut i en "kurv" av tjenester.
- (211) Partene anfører at Konkurransetilsynet har gjort en feilvurdering av mediearkiv som en del av produktmarkedet. Dette begrunner partene med at det ■ medieovervåkningskunder som etterspør mediearkiv, og at mediearkiv og medieovervåkning i hovedsak tilbys som separate produkter.<sup>295</sup>
- (212) Konkurransetilsynet viser til at selv om en del kunder kjøper medieovervåkning uten å samtidig kjøpe eller etterspørre mediearkiv, er det en begrenset andel kunder som etterspør mediearkiv som en selvstendig tjeneste. Tilsynet viser til at ■ prosent av Retrievers mediearkivkunder kjøper produktet som en selvstendig tjeneste, og ■ prosent av Infomedias mediearkivkunder kjøper produktet som en selvstendig tjeneste, jf. avsnitt (208)–(209). Etter

<sup>284</sup> brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7.

<sup>285</sup> Brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 9.

<sup>286</sup> Brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, brev fra Equinor ASA 20. desember 2024.

<sup>287</sup> Konkurransetilsynets beregninger basert på brev fra Retriever Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>288</sup> Konkurransetilsynet har ikke kjennskap til om disse kundene kun hadde behov for mediearkivtjenester eller om noen av dem kjøpte medieovervåkningstjenester fra en konkurrent til Retriever.

<sup>289</sup> Brev fra Retriever Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>290</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 9b.

<sup>291</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 9a.

<sup>292</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23.

<sup>293</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 14.

<sup>294</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 9a.

<sup>295</sup> Tilsvaret, side 34–35.

tilsynets vurdering underbygger kundenes høringsuttalelser at kundene etterspør mediearkiv i en produktpakke sammen med medieovervåkning, jf. avsnitt (199)–(205).

- (213) På denne bakgrunn legger Konkurransetilsynets til grunn at mediearkivtjenester inngår i samme produktmarked som medieovervåkningstjenester. Mediearkivtjenester som selges separat til kunder som ikke har behov for medieovervåkning inngår ikke i samme produktmarked som medieovervåkningstjenester.

#### 5.2.4 Vurdering av hvorvidt medieanalyse inngår i det relevante produktmarkedet

- (214) Partene har overlappende virksomhet innen medieanalyse. Overordnet går medieanalyse ut på å gi kundene innsikt i bedriftens rekkevidde og medieeksponering, eller hvordan gitte temaer fremstilles i media, jf. kapittel 4.2.2.
- (215) Konkurransetilsynets forståelse er at en del av medieanalysene er standardiserte og kan genereres automatisk, mens andre deler av medieanalysene utføres ved hjelp av analyseverktøy og personell fra medieovervåkeren, jf. avsnitt (95).
- (216) Det er Konkurransetilsynets vurdering at kundene etterspør et totalsortiment fra én leverandør, jf. avsnitt (175)–(178), der overvåkning av medieinnhold fra ulike kilder og kanaler, samt mediearkivtjenester, inngår i produktmarkedet, jf. avsnitt (191) og (213). Tilsynet vil i det videre vurdere om kundene, som en del av totalsortimentet, etterspør en bred medieovervåkning som også inkluderer medieanalyse fra én leverandør, eller om kundene i hovedsak etterspør medieanalyse som en separat tjeneste.
- (217) Medieanalyse og medieovervåkning dekker etter Konkurransetilsynets vurdering ikke samme behov for kundene. Etter tilsynets vurdering vil imidlertid medieovervåkning være en viktig innsatsfaktor for å kunne tilby medieanalyse, og det vil kunne være en glidende overgang fra hva som er presentasjon av resultater fra medieovervåkingen, og hva som er medieanalyse. Siden medieovervåkning er en viktig innsatsfaktor i medieanalyse, og medieanalyse dekker et analysebehov utover medieovervåkingen, vil det etter tilsynets vurdering være begrenset etterspørselssubstitusjon mellom medieanalyse og medieovervåkning.
- (218) For en aktør som tilbyr medieanalyse vil det etter Konkurransetilsynets vurdering medføre investeringer og risiko for å kunne tilby en medieovervåkningstjeneste, samt at det vil ta tid å tilrettelegge for å tilby en slik tjeneste. Etter tilsynets vurdering er det derfor begrenset tilbudssubstitusjon mellom medieanalyse- og medieovervåkningstjenester.
- (219) Partene anfører at Konkurransetilsynet i varselet ikke skiller mellom kvantitativ og kvalitativ medieanalyse, som etter partenes vurdering er to fundamentalt ulike tjenester som ikke bør behandles samlet under betegnelsen "*medieanalyse*".<sup>296</sup>
- (220) Konkurransetilsynet viser til at medieanalyse kan variere i både dybde og innhold, og at det også varierer hvorvidt medieanalyse utføres automatisk eller manuelt, og at det derfor kan være glidende overganger mellom hva som av ulike aktører anses som kvantitative og kvalitative medieanalyser. Etter tilsynets vurdering underbygges dette både av Infomedia og andre aktørers svar på Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting i saken. Infomedia skriver at medieanalyse blant annet inkluderer "[redacted]".<sup>297</sup> Meltwater skriver at "[redacted]".<sup>298</sup> Videre skriver Mynewsdesk at "[redacted]",<sup>299</sup> og at det er vanskelig å klassifisere medieanalyser som enten kvantitativ eller kvalitativ.<sup>300</sup> Dette begrunner Mynewsdesk med at kvalitative analyser historisk [redacted]

<sup>296</sup> Tilsvaret, side 35.

<sup>297</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>298</sup> Brev fra Meltwater 26. mars 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>299</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 20b.

<sup>300</sup> E-post fra Mynewsdesk 20. mars 2025.



- [REDACTED] <sup>307</sup>
- (227) Infomedia utdyper, og forklarer nærmere at "[REDACTED]".
- (228) Det er Konkurransetilsynets vurdering at det ovennevnte viser at medianalyser er nært knyttet til medieovervåkning ettersom [REDACTED] av Infomedias kunder velger å kjøpe medieovervåkning av samme leverandør de kjøper medianalyser av [REDACTED]. Etter tilsynets vurdering underbygges dette ytterligere av at partene markedsfører medianalyser som et produkt som gir kundens medieovervåkning mer verdi i form av ytterligere innsikt i mediebildet, jf. avsnitt (223).
- (229) Retriever oppgir at de tilbyr "[REDACTED]" som utgjør "[REDACTED]" av medieovervåkningstjenesten.<sup>308</sup> Dette er etter Konkurransetilsynets oppfatning analyser Retriever omtaler som kvantitative, og som utgjør en [REDACTED] del av medieovervåkningstjenesten til [REDACTED] Retrievers medieovervåkingskunder.
- (230) Retriever tilbyr i tillegg til de ovennevnte [REDACTED] analysene, analyser som Retriever omtaler som "[REDACTED]" samt "[REDACTED]".<sup>309</sup>
- (231) Retriever oppgir at de har "[REDACTED]".<sup>310</sup> Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at av Retrievers [REDACTED] faste analyse- og rådgivningskunder i 2023, var det [REDACTED] prosent som kjøpte tjenesten som et selvstendig produkt uten å kjøpe medieovervåkning.<sup>311</sup>
- (232) Videre viser Retrievers kundelister at [REDACTED] prosent av Retrievers ad hoc analysekunder også kjøpte medieovervåkning av Retriever i 2023, mens [REDACTED] prosent av ad hoc analysekundene kjøpte tjenesten som et selvstendig produkt uten å kjøpe medieovervåkning.<sup>312</sup>
- (233) Det er Konkurransetilsynets vurdering at Retrievers kundelister underbygger at [REDACTED] av Retrievers kunder som etterspør ad-hoc og faste analyse- og rådgivningstjenester, etterspør dette sammen med medieovervåkningstjenester.
- (234) Videre viser Konkurransetilsynets til at også aktører i markedet anser medianalyse som en tjeneste som inngår i en produktpakke sammen med medieovervåkning. Meltwater forklarer at medianalyse [REDACTED].<sup>313</sup> Videre forklarer Meltwater at de opplever at noen kunder kjøper medianalyse og medieovervåkning samlet, og noen kunder kjøper fra forskjellige aktører, men at "[c]ustomer's user experience is always impacted by the fact that they would need to use multiple platforms that do not integrate with one another".<sup>314</sup>
- (235) Mynewsdesk selger kun medianalyse som et tilleggsprodukt til medieovervåkning og [REDACTED].<sup>315</sup>

<sup>307</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 10a.

<sup>308</sup> Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 2e.

<sup>309</sup> Brev fra Retriever Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>310</sup> Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 2e og 11.

<sup>311</sup> Brev fra Retriever Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>312</sup> Brev fra Retriever Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 21. Konkurransetilsynet kjenner ikke til om disse kundene ikke hadde behov for medieovervåkning, eller kjøpte denne tjenesten hos en annen aktør.

<sup>313</sup> Brev fra Meltwater 26. mars 2025, svar på spørsmål 10a og c.

<sup>314</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 20b.

<sup>315</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 11, og brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 20a.

- (236) Konkurransetilsynet viser videre til at tilsynets informasjonsinnhenting blant partenes kunder viser at flere kunder peker på at tilbud av medieanalyse har betydning for valg av aktør for kjøp av medieovervåkningstjenester.
- (237) Oslo Kommune skriver at "Gjennom analyse og evaluering skal Oslo Kommunes virksomheter kunne få en oversikt over utvikling og tendenser i mediebildet og innrette kommunikasjonsarbeidet deretter".<sup>316</sup> I sine evalueringskrav til kontrakten for medieovervåkning peker kommunen videre på at:
- "Verktøyet bør gi tilgang til statistikk over mediedekningen. Statistikken bør inneholde antall artikler og innslag over tid, geografiske forskjeller og leser-, lytter- og seertall samt andre relevante analysefunksjoner som for eksempel vektning av artikler eller "share of voice".*"<sup>317</sup>
- (238) Nordea peker på at både medieovervåkning og analyse i form av "alerts/statistics/updates for distribution, quartal analysis of coverage, share of voice, sentiment, analysis of financial reporting" er inkludert i avtalen.<sup>318</sup>
- (239) If Skadeforsikring trekker fram at kvalitativ medieanalyse inngår sammen med medieovervåkning i deres kontrakt.<sup>319</sup>
- (240) NHH vurderte at mulighet til å selv utarbeide oversiktlig statistikk var en viktig faktor når NHH skulle velge leverandør av medieovervåkning ved forrige anbudskonkurranse.<sup>320</sup>
- (241) Uno-X oppgir at de kjøper "medieovervåkningstjenester og medieanalysetjenester (på ad-hoc basis) for å sikre at vi til enhver tid har oversikt over omtalen av selskapet, våre tjenester og bransjen vi opererer i",<sup>321</sup> og at viktige faktorer ved valg av leverandør er "[redacted]"<sup>322</sup> Uno-X skriver at de har valgt "[redacted]"<sup>323</sup>
- (242) Circle K opplyser at de kjøper "månedlig[e] rapport[er] med oppsummering av alle saker som er skrevet om oss eller vi er nevnt", samt "tilgang på enkle analyseverktøy i dashboard på nett (bak login)".<sup>324</sup> Videre skriver Circle K at "vi må enkelt kunne se hva som påvirker oss positivt og negativt og hvordan våre produkter og tjenester i markedet mottas. Det er også behov for skreddersydde analyser for enkelte hendelser eller kartlegging av pressemeldinger for å se effekter".<sup>325</sup> Circle K skriver også at "det er viktig å ha hele bildet og at analyse og overvåkning leveres fra en og samme leverandør. I kritiske saker er det viktig at vi har en god oversikt og få aktører å forholde oss til".<sup>326</sup>
- (243) Norges Idrettshøgskole oppgir at "effektive rapporterings- og analyseverktøy er viktige for å omdanne data til innsikt",<sup>327</sup> og at "[m]edieovervåkning og medieanalyse er nært knyttet ettersom medieovervåkning gir dataene som analysene baserer seg på. Å ha én leverandør for begge kan sikre en mer sømløs integrasjon og effektiv dataflyt, som igjen gir mer presise og konsistente analyser".<sup>328</sup>
- (244) Bane NOR fremhever at Infomedia pekte seg ut ved forrige anbudskonkurranse for medieovervåkningstjenester "ved også å tilby egne konkrete analyser av mediedekning av en spesiell sak".<sup>329</sup>

<sup>316</sup> Brev fra Oslo Kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 4.

<sup>317</sup> Vedlegg til brev fra Oslo kommune 6. februar 2025, evalueringsrapport medieovervåkning.

<sup>318</sup> Brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024 svar på spørsmål 9a.

<sup>319</sup> Brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 9a

<sup>320</sup> Referat fra møte med NHH 1. april 2025, punkt 2.2.

<sup>321</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 4.

<sup>322</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 5.

<sup>323</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 12.

<sup>324</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 7.

<sup>325</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 9c.

<sup>326</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 9a.

<sup>327</sup> Brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>328</sup> Brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 9a.

<sup>329</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 6.

- (245) DFØ oppgir at de viktigste faktorene for valg av leverandør av medieovervåkning er "kvalitet og omfang av overvåkingen, tilgang til den redaksjonelle omtalen, mulighet for å lage analyser".<sup>330</sup>
- (246) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser videre at det ble stilt krav om samlet levering av medieovervåkning og medieanalyse i [REDAKERT] prosent av anbudskonkurransene som Infomedia har deltatt i fra 2022 til i dag.<sup>331</sup> At det stilles krav om samlet levering av medieanalyse og medieovervåkning i de fleste anbudskonkurranser underbygges av [REDAKERT]<sup>332</sup>
- [REDAKERT]<sup>333</sup>
- (247) Etter Konkurransetilsynets vurdering underbygger det ovennevnte at medieanalyse har betydning for kundenes valg av aktør for kjøp av medieovervåkning, og at medieanalyse inngår i det sortimentet som kundene velger ut i en "kurv" av tjenester.
- (248) Partene anfører videre at Konkurransetilsynet har gjort en feilvurdering ved å legge til grunn at kvalitativ medieanalyse inngår i det relevante produktmarkedet. Dette begrunner partene med at tilsynet i V2023-5 la til grunn at kvalitativ medieanalyse ikke inngår i det relevante produktmarkedet og at tilsynet i varselet ikke har gitt en begrunnelse for hvordan markedet har endret seg med hensyn til kvalitativ medieanalyse.
- (249) Konkurransetilsynet viser til at partene markedsfører medieanalyser som et naturlig tilleggsprodukt til medieovervåkingen, at Infomedia [REDAKERT]  
[REDAKERT], partenes kundelister, uttalelser fra aktører i markedet, og kunders høringssvar, som underbygger at kundene etterspør medieanalyse sammen med medieovervåkingstjenester fra samme leverandør, jf. avsnitt (223)–(246). Etter tilsynets vurdering tilsier dette at både analyser som partene omtaler som kvantitative og analyser som partene omtaler som kvalitative, inngår i det sortimentet som kundene velger ut i en "kurv" av tjenester.
- (250) Partene anfører videre at Konkurransetilsynet impliserer at det kun er medieovervåkningsaktører som tilbyr medieanalyse, og at markedet for kvalitativ medieanalyse i Norge er betydelig og preget av flere aktører, blant annet [REDAKERT]  
[REDAKERT].<sup>334</sup>
- (251) Konkurransetilsynet viser til at de nevnte aktørene ikke selger medieovervåkning, og at de fleste av disse aktørene er kunder av en eller flere av partene.<sup>335</sup> Videre er det tilsynets vurdering at de nevnte aktørene er rådgivningsaktører som typisk spesialiserer seg på strategisk rådgivning.<sup>336</sup> [REDAKERT] beskriver at de hjelper kundene med virksomhetskommunikasjon og strategi, og at de kan bistå med blant annet analyser.<sup>337</sup> [REDAKERT] oppgir til tilsynet at de blant annet monitorerer når kunder er i media, produserer rapporter til kunder om hvordan, og hvor mange ganger, kunden har vært framstilt i media, og hvorvidt omtalen var negativ eller positiv. [REDAKERT] gir deretter råd til sine kunder basert på resultatet av analysen. [REDAKERT] tilbyr ikke selv medieovervåkning og oppgir at de kjøper Infomedias tjenester for overvåking av redaksjonelle medier, som brukes

<sup>330</sup> Brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 5.

<sup>331</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 22.

<sup>332</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>333</sup> Brev fra

<sup>334</sup> Tilsvaret, side 35–36.

<sup>335</sup> Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23, og brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 21.

336 Se for eksempel [REDACTED] lesedato 26. juni 2025, [REDACTED], lesedato 26. juni 2025, [REDACTED]  
[REDACTED] lesedato 26. juni 2025, [REDACTED], lesedato 26. juni 2025, [REDACTED], lesedato 26.  
juni 2025, [REDACTED], lesedato 26. juni 2025, [REDACTED], lesedato 26. juni 2025.

337 [REDACTED], lesedato 26. juni 2025, og [REDACTED], lesedato 26. juni 2025.

til input i deres tjenester.<sup>338</sup> [redacted] vurderer ikke Infomedia eller Retriever som konkurrenter for medianalysjetjenester til kunder.<sup>339</sup>

- (252) Ettersom Konkurransetilsynet er av den oppfatning at medianalysjer kjøpes i en produktpakke sammen med medieovervåkning og inngår i det sortimentet som kundene velger ut i en "kurv" av tjenester, jf. avsnitt (247), vurderer tilsynet at tjenester fra aktører som utelukkende tilbyr medianalysjer, ikke er en del av det relevante produktmarkedet. Dette vil typisk gjelde medianalyse og rådgivningstjenester fra aktører som for eksempel [redacted].
- (253) På bakgrunn av det ovennevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at medianalysjetjenester inngår i samme produktmarked som medieovervåkningstjenester. Rådgivningstjenester og medianalyse som tilbys av typiske rådgivningsaktører inngår ikke i samme produktmarked som medieovervåkningstjenester.

### 5.2.5 Vurdering av hvorvidt nyhetsaggregator tjenester inngår i samme produktmarked som medieovervåkningstjenester

- (254) I dette kapittelet vurderes det hvorvidt nyhetsaggregator tjenester inngår i samme produktmarked som medieovervåkningstjenester.
- (255) Nyhetsaggregatorer er nyhetsinnsamlere som samler og tilbyr lenker til nyhetssaker publisert av nyhetsleverandører, som kan være supplert med utdrag av artiklene og bilder, jf. avsnitt (148). Nyhetene kan gjøres tilgjengelig på en plattform via nettlesere og mobilapplikasjoner. Det er ofte mulig å tilpasse hvilke nyheter man vil følge basert på ulike emner, som bransjer eller geografiske områder. Det kan ofte også settes opp varsler for å få oppdatering på bestemte søkefraser, jf. avsnitt (151) og (157).
- (256) Etter Konkurransetilsynets vurdering leverer en nyhetsaggregator en tjeneste med lavere kvalitet enn tjenesten til medieovervåkere, sett fra en medieovervåkningskunde sitt perspektiv. For det første forutsettes kildetilfanget til nyhetsaggregator tjenestene av at det ikke foreligger strukturelle hindre for crawling og indeksering, til forskjell fra tilbydere av medieovervåkningstjenester som er sikret tilgang til innholdet de overvåker gjennom lisensavtaler.<sup>340</sup> For det andre må kunder av nyhetsaggregatorer gjøre en del arbeidsoppgaver selv, som blant annet sette opp og vedlikeholde søk. I tillegg tilbyr medieovervåkere mye høyere kvalitet på kundeservice og opplæring i bruk av medieovervåkningstjenesten enn det nyhetsaggregatorer gjør. For det tredje tilbyr nyhetsaggregatorene oppsett av enkle søkeprofiler og filtreringsmuligheter, i motsetning til medieovervåkere som tilbyr mer avanserte filtre og skreddersydde søkeprofiler. For det fjerde vil ikke nyhetsaggregatorer fra et kundeperspektiv anses som like pålitelige med hensyn til om kunden får søkeresultat av alt relevant innhold. For det femte tilbyr ikke nyhetsaggregatorer medianalyse og mediearkiv, noe som for mange kunder anses som viktige tjenester i en bred medieovervåkningstjeneste, jf. avsnitt (198) og (222).
- (257) Etter Konkurransetilsynets vurdering dekker en nyhetsaggregator tjeneste og en medieovervåkningstjeneste ulike behov for de fleste kundene som etterspør en medieovervåkningstjeneste. Nyhetsaggregator tjenesten er etter tilsynets vurdering en tjeneste av lavere kvalitet og selv om tjenesten i utgangspunktet leveres gratis, vil den ikke dekke behovet til de fleste kundene som etterspør en bred medieovervåkningstjeneste. Etter tilsynets vurdering vil det derfor være lønnsomt for en hypotetisk monopolist i markedet for medieovervåkningstjenester med en liten men signifikant økning i prisen, fordi kun en liten andel av omsetningen vil forsvinne til aktører som tilbyr nyhetsaggregator tjenesten. Det er videre tilsynets vurdering at de som eventuelt vil gå over til nyhetsaggregator tjenesten ved en prisøkning, vil være de kundene med lavest betalingsvillighet for medieovervåkningstjenesten. Dertil kommer at medieovervåkningstjenesten i stor grad kjøpes ved anbudskonkurranser eller

<sup>338</sup> Referat fra telefonsamtale med [redacted].

<sup>339</sup> Referat fra telefonsamtale med [redacted].

<sup>340</sup> Unntaket her er at Schibsted har gitt Google tilgang til sitt medieinnhold for at avisenes innhold skal rangeres høyt i søk, jf. brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 5c.

anbudslignende prosesser, og at pris i stor grad kan settes separat for den enkelte kunde.<sup>341</sup> Spesielt offentlige kunder benytter anbudskonkurranser eller anbudslignende prosesser. I slike tilfeller vil det være mulig å prisdiskriminere mellom kunder slik at gevinsten for en prisøkning for en hypotetisk monopolist blir høyere. Ut fra dette vil det etter tilsynets vurdering være begrenset etterspørselssubstitusjon mellom medieovervåkningstjenesten og nyhetsaggregatortjenesten.

- (258) For en aktør som tilbyr nyhetsaggregatortjeneste vil det etter Konkurransetilsynets vurdering medføre investeringer og risiko for å kunne tilby en medieovervåkningstjeneste, samt at det vil ta tid å tilrettelegge for å tilby en slik tjeneste. Etter tilsynets vurdering er det derfor begrenset tilbudssubstitusjon mellom nyhetsaggregatortjenester og medieovervåkningstjenester.
- (259) Partene anfører i tilsvaret at ingen leverandører tilbyr helt like tjenester ettersom det er variasjon i kildegrunnlag og evne til å vise kontekstuell informasjon. Til dette viser partene til at tilgang og visningsmuligheter blant annet avhenger av hvilke rettigheter medieovervåkere har til medieinnholdet, og at norske mediehus tilrettelegger for ulike medieovervåkningsløsninger og forretningsmodeller.<sup>342</sup>
- (260) Konkurransetilsynet viser til at lisensavtaler har betydning for kvalitetsforskjeller mellom tjenester til nyhetsaggregatorer og medieovervåkere, jf. avsnitt (256). Som nevnt i kapittel 4.3 blir medieovervåkere gjennom avtaler om distribusjon av redaksjonelt materiale med Klareringstjenesten eller mediehus gitt tilgang til å søke i alt innhold til mediehusene det inngås avtale med, både foran og bak betalingsmur. Aktørene er derfor sikret tilgang til alle kildene til leverandørene de har inngått avtale med. I den forbindelse har leverandørene av medieinnhold som Konkurransetilsynet har vært i kontakt med, opplyst at de ikke gir tilgang til innhold uten at det foreligger en avtale.<sup>343</sup>
- (261) Videre opplyser leverandørene av medieinnhold at aktørene må ha avtaler for å kunne vise de såkalte "treffordene" til kundene sine.<sup>344</sup> Schibsted opplyser at "*det er [en lisensavtale] som muliggjør at medieovervåkerne kan gi sine kunder treff på tittel, ingress og første hitline, dvs. første setning med treff på søkeord/trefford i det redaksjonelle innholdet*".<sup>345</sup>
- (262) Det er også kun lisensavtaler som muliggjør fremvisning av fulltekst, for mediehusene som tillater medieovervåkere å vise dette til kundene sine.<sup>346</sup>
- (263) Etter Konkurransetilsynets vurdering er en viktig forskjell fra et kundeperspektiv at nyhetsaggregatorer ikke tilbyr fulltekstfremvisning. Fulltekstfremvisning av åpent nettinnsinnhold er kun tilgjengelig for aktører som har inngått avtale med Klareringstjenesten om dette, jf. avsnitt (106). Fulltekstfremvisning av innhold bak betalingsmur er tilgjengelig for aktører som har inngått avtale med blant annet Amedia, Hegnar Media [REDAKERT], Polaris og Hamar Arbeiderblad.<sup>347</sup>
- (264) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at fulltekstfremvisning av både åpent nettinnsinnhold og innhold bak betalingsmur anses som en viktig faktor for flere av kundene som etterspør medieovervåkningstjenester.

<sup>341</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 88 og 89.

<sup>342</sup> Tilsvaret, side 42. I meldingen anfører partene at aktører som i dag ikke tilbyr produkter basert på lisensavtaler "[REDAKERT]" jf. meldingen, side 311

<sup>343</sup> Brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 10, brev fra Hamar Arbeiderbladet 14. februar 2025, svar på spørsmål 10, brev fra [REDAKERT] og brev fra Hegnar Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 10.

<sup>344</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 5b.

<sup>345</sup> Brev fra Schibsted Media AS 15. februar 2025, svar på spørsmål 5b.

<sup>346</sup> Det er kun Schibsted, DN Media Group og Dagbladet som ikke tillater fulltekstfremvisning.

<sup>347</sup> Brev fra Amedia AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 6a, brev fra Hegnar Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 6a, brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 6a og brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, svar på spørsmål 6a.

- (265) Haver oppgir at en av de viktigste faktorene for valg av leverandør blant annet er at "[...] vi kan søke i medieinnhold som ligger bak betalingsmur med behov for opprettelse av færrest mulig ekstra lisenser for å få tilgang til innholdet".<sup>348</sup>
- (266) På spørsmål om valg av leverandør påvirkes av hvilke typer medieinnhold som overvåkes, oppgir Circle K at "[m]ye er bak betalingsmur og avtaler med mediehusene må gjøres. Er det for stor grad av artikler og saker vi ikke får lest forsvinner verdien da vi må opprette tilleggesabonnement [sic] med mediene det gjelder for å kunne lese disse".<sup>349</sup>
- (267) At nyhetsklipp skal være tilgjengelig i fulltekst vil kunne fremgå som et krav i offentlige anbudskonkurranser, som anbudskonkurransen til Direktoratet for eksportkontroll og sanksjoner,<sup>350</sup> Digitaliserings- og forvaltningsdepartementet<sup>351</sup> og Kunnskapsdepartementet.<sup>352</sup>
- (268) Tilbyderne av medieovervåkning som Konkurransetilsynet har vært i kontakt med, oppgir at lisensavtaler er viktig for å tilby et konkurransedyktig produkt. På spørsmål om det hadde vært aktuelt for Mynewsdesk å si opp lisensavtaler med innholdsprodusentene svarer Mynewsdesk [redacted].<sup>353</sup> I tillegg oppgir Mynewsdesk at [redacted].<sup>354</sup>
- (269) Meltwater skriver at selskapet "cannot offer its services without copyright/licensing agreements in Norway [...]. If we were to cancel these agreements we could no longer offer media monitoring services".<sup>355</sup> Meltwater oppgir også at [redacted].<sup>356</sup>
- (270) Cision oppgir at "[l]icensing agreements are required for the ability for media monitoring companies to share full article text to end users; there are rarely, if ever, legal alternatives to displaying the full text of an article to a user".<sup>357</sup>
- (271) Løsningene til nyhetsaggregatorer vil kreve at den enkelte setter opp søk selv, hvilket krever at en person tilknyttet selskapene eller organisasjonene som har behov for medieovervåkning utfører jobben med å opprette og vedlikeholde søk, samt filtrere bort irrelevante søketreff, jf. avsnitt (256). Forskjellen i egeninnsats og krav til egenkompetanse fremgår av Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting.
- (272) Informasjonen Konkurransetilsynet har hentet inn viser at det for flere kunder verken er ønskelig eller mulig å utføre medieovervåkning selv.<sup>358</sup> Dette skyldes både kostnader og

<sup>348</sup> Brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>349</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 9b.

<sup>350</sup> Brev fra [redacted].

<sup>351</sup> Brev fra [redacted].

<sup>352</sup> Brev fra [redacted].

Se også kravspesifikasjonen i Arbeids- og inkluderingsdepartementets kunngjøring av konkurranse, tilgjengelig her: [eu-supply.com](https://supply.com) titulert "4 Vedlegg 1 til SSA-L – Bilag 1\_Medieovervåkning.xlsx". Lesedato 25. juni 2025 og kravspesifikasjonen i Kommunal- og distriktsdepartementets kunngjøring av konkurranse, tilgjengelig her: [eu-supply.com](https://supply.com) titulert "Vedlegg 1 til SSA-L Bilag 1.xlsx". Lesedato 25. juni 2025.

<sup>353</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 11c.

<sup>354</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 11d.

<sup>355</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 9.

<sup>356</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 2.

<sup>357</sup> Brev fra Cision 27. februar 2025, svar på spørsmål 7b.

<sup>358</sup> Brev fra Bane NOR SF 16. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra [redacted], svar på spørsmål 11, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra Haver Advokatfirma 26. februar 2025, svar på spørsmål 13, brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 11, brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 16, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 16 og brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 11.

ressursbruk, samt at egen overvåkning mangler funksjonene, kvaliteten og den løpende tilpasningen som profesjonelle medieovervåkningstjenester tilbyr.

- (273) I den forbindelse vises det til Uno-X Mobility, som oppgir at "[redacted]".<sup>359</sup> Selskapet viser [redacted].<sup>360</sup>
- (274) If Skadeforsikring oppgir at "[i]ntern medieovervåking krever bemanning og abonnement (og forvaltning) av betydelig mengde av medier, noe vi ikke er rustet for".<sup>361</sup> Nordea opplyser at "[w]e follow media ourselves too in our daily work, as we work closely and coordinate the media inquiries. We prefer using a specialised media monitoring service and their tools to cover all markets and to be able to have equal, simultaneous and prompt news alert and statistics about the news and coverage".<sup>362</sup>
- (275) Circle K oppgir at tjenester selskapet kan utføre selv er "[m]anuelle søk i medier gjennom ulike søkeverktøy (AI, Google osv), egen organisasjon som deler det de ser i sine lokalmedier (ustabil kilde)".<sup>363</sup> På spørsmål om å utføre medieovervåkning selv vil være et alternativ til å inngå avtale med en medieovervåker oppgir Circle K [redacted].<sup>364</sup>
- (276) Etter Konkurransetilsynets vurdering er en viktig kvalitetsforskjell fra et kundeperspektiv at nyhetsaggregatorer primært tilbyr enkle internettbaserte søk med begrensede søke- og filtreringsmuligheter, jf. avsnitt (256). Medieovervåkningstjenester derimot, tilbyr avanserte og skreddersydde søkeprofiler, fortløpende justeringer med kundeservice, samt opplæring i bruk av medieovervåkningstjenesten.
- (277) Infomedia oppgir i løsningsbeskrivelsen til [redacted] at "[redacted]".<sup>365</sup>
- (278) I avtalen mellom Retriever og [redacted] fremgår det at "[redacted]".<sup>366</sup>
- (279) I høringssvar til Konkurransetilsynet skriver Infomedia at "[redacted]".<sup>367</sup> Retriever skriver at [redacted].<sup>368</sup>
- (280) Meltwater oppgir at filtreringsteknologi er [redacted].<sup>369</sup> I tillegg oppgir Meltwater at selskapet [redacted].

<sup>359</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 11.

<sup>360</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 11.

<sup>361</sup> Brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 11.

<sup>362</sup> Brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, svar på spørsmål 11.

<sup>363</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 16a.

<sup>364</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>365</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 15.

<sup>366</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 4.

<sup>367</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 7b.

<sup>368</sup> Brev fra Retriever Norge AS 18. februar 2025, svar på spørsmål 7c.

<sup>369</sup> Referat fra møtet med Meltwater 3. april 2025.

- [redacted], blant annet fordi "[redacted]"<sup>370</sup>
- (281) Det fremgår på Google News' nettside at nyhetsartikler filtreres basert på kvalitet og hvor originalt og nytt innholdet er.<sup>371</sup> I høringssvar til Konkurransetilsynet skriver Google at innholdet filtreres basert på hvorvidt innholdet anses å "(i) *having high levels of expertise, authority, and trustworthiness; (ii) having a consistent history of producing original news-related content; and (iii) complying with our News Policies*".<sup>372</sup> Google News har også en supportside som gir tips til bruk av tjenesten, og det er mulig å ta kontakt med Google dersom svar på vanlig stilte spørsmål ikke er dekket.<sup>373</sup> Den enkelte bruker kan tilpasse hvilke nyhetssaker som skal vises på Google News, i tillegg til at brukerens tidligere søk og bruk av andre Google-produkter kan brukes for å tilpasse søkene basert på brukerens aktivitet.<sup>374</sup> Konkurransetilsynet vurderer at denne typen support er mindre omfattende enn det kunder mottar gjennom medieovervåkingstjenester.
- (282) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil ikke nyhetsaggregatorer fra et kundeperspektiv være like pålitelige med hensyn til at kunden får søkeresultat av alt relevant innhold, på samme måte som en medieovervåkingstjeneste, jf. avsnitt (256). Dette underbygges av informasjonsinnhentingen til tilsynet.
- (283) På spørsmål om NHH kunne utført medieovervåking selv, for eksempel gjennom Google News eller OpenAI, avviste NHH at dette var aktuelt av flere grunner.<sup>375</sup> Blant annet ville ikke NHH stolt på at alt relevant innhold blir overvåket av Google News og at «*Google kan på langt nær garantere at alt relevant skriftlig medieinnhold blir fanget opp*». <sup>376</sup> Når det gjelder OpenAI viste NHH til at kildegrunnlaget ikke vil være godt nok, og at selv om OpenAI får avtaler med de store norske mediehusene ville ikke NHH vært sikker på at andre relevante kilder overvåkes av aktøren.<sup>377</sup>
- (284) Som vist til i avsnitt (155) og (281) må artikler følge retningslinjene til Google News for å kvalifiseres for visning i Google News. Dette kan innebære at relevant innhold filtreres bort og ikke blir vist som et relevant søkeresultat for brukeren av nyhetstjenesten, fordi innholdet ikke oppfyller kravene til Google News.
- (285) En [redacted]<sup>378</sup> Det er Konkurransetilsynets vurdering at kvalifikasjonskravene til Google News likevel kan føre til at ikke alle relevante artikler vises i søkeresultatet til brukerne av tjenesten, selv om Googles søkemotor indekserer innholdet.
- (286) Videre er Google News avhengig av at utgivere ikke har blokkert tilgangen til innholdet sitt for at artiklene skal vises på nyhetsplattformen. I sitt høringssvar til Konkurransetilsynet oppgir Google at "[p]ublishers can opt out of Google News by blocking access to content on their site without affecting their continued indexing and ranking in Google Search".<sup>379</sup> Som svar på spørsmål om Google News søker etter innhold bak betalingsmur, oppgir Google videre

<sup>370</sup> Referat fra møtet med Meltwater 3. april 2025.

<sup>371</sup> [Google Nyheter](#). Lesedato 26. april 2025.

<sup>372</sup> Brev fra Google Norway 27. februar 2025, svar på spørsmål 5a.

<sup>373</sup> [Tilpass hva du ser på Google Nyheter - Datamaskin - Google News Hjelp](#). Lesedato 26. april 2025.

<sup>374</sup> [Tilpass hva du ser på Google Nyheter - Datamaskin - Google News Hjelp](#). Lesedato 26. april 2025.

<sup>375</sup> Referat fra møte med NHH 1. april 2025, side 2.

<sup>376</sup> Referat fra møte med NHH 1. april 2025, side 2.

<sup>377</sup> Referat fra møte med NHH 1. april 2025, side 2.

<sup>378</sup> Brev fra Infomedia og Retriever 25. april 2025, vedlagt dokument "[redacted]" side 6.

<sup>379</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 5a med henvisning til [Blokkér tilgangen til innhold på nettstedet ditt - News Publisher Hjelp](#). Lesedato 29. april 2025.

at "[p]aywalled content is eligible to appear in Google News results, provided the website operator has put in place the appropriate structured data".<sup>380</sup>

- (287) Videre viser Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting at verken Google eller konkurrenter til partene anser nyhetsaggregatorer som konkurrenter. Meltwater skriver til tilsynet at selskapet [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>381</sup> Meltwater påpeker at [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>382</sup> .
- (288) I møte med Konkurransetilsynet opplyser Meltwater at " [REDACTED]  
[REDACTED] " <sup>383</sup> .  
Meltwater [REDACTED] <sup>384</sup> .
- (289) Mynewsdesk oppgir i møte med Konkurransetilsynet at Google Alerts ikke vurderes som en sammenlignbar tjeneste med det som leveres av dem og partene.<sup>385</sup> Mynewsdesk viser videre til at kunder aldri nevner Google som et reelt alternativ i kundemøter, og at [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>386</sup> Mynewsdesk oppgir også at ChatGPT og AI-tjenester ikke er konkurrenter innen markedet for medieovervåkningstjenester.<sup>387</sup> Dette tilsier at partenes konkurrenter ikke anser at nyhetsaggregatorer utøver et betydelig konkurransepress.
- (290) Google News skriver at de ikke kan oppgi selskapets fem største konkurrenter innen medieovervåkning og medieanalyse i Norge som følge av at "we are not active in these services and therefore do not have detailed knowledge of these markets".<sup>388</sup> Flertallet av aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester oppgir ikke Google som en konkurrent.<sup>389</sup>
- (291) Partene anfører i meldingen at alle som kan tilby en løsning som kan brukes til å overvåke mediebildet må betraktes som en del av markedet.<sup>390</sup> Etter Konkurransetilsynets vurdering viser gjennomgangen ovenfor at en aktør må tilby en bred medieovervåkningstjeneste for at tjenesten skal inngå i produktmarkedet.
- (292) Videre anfører partene at aktører som i dag ikke tilbyr produkter basert på lisensavtaler " [REDACTED]  
[REDACTED] " <sup>391</sup> .
- (293) For å utvide nyhetsaggregator tjenester til løsninger som inkluderer et kundeteam som bistår til å opprette søke- og filtreringsprofiler samt skreddersydde løsninger, vil det kreve ansettelser og utvidelse av driften. Videre, for å kunne tilby sikker og omfattende dekning av norsk innhold vil det kreve investeringer i lisensavtaler, og dermed også økt risiko.

<sup>380</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 5c med henvisning til [Subscription and Paywalled Content Markup | Google Search Central | Documentation | Google for Developers](#). Lesedato 29. april 2025.

<sup>381</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 1–2.

<sup>382</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 2.

<sup>383</sup> Referat fra møtet med Meltwater 3. april 2025.

<sup>384</sup> Referat fra møtet med Meltwater 3. april 2025.

<sup>385</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>386</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>387</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>388</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar, svar på spørsmål 15.

<sup>389</sup> Brev fra [REDACTED], brev fra [REDACTED], brev fra [REDACTED]  
[REDACTED], brev fra [REDACTED].

<sup>390</sup> Meldingen, side 31.

<sup>391</sup> Meldingen, side 31.

- (294) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at det er utfordrende å inngå lisensavtaler med leverandører av norsk redaksjonelt materiale. Meltwater oppgir at "[c]ontent partnership with media outlets" utgjør en etableringshindring for å tilby medieovervåkning.<sup>392</sup> I møtet med Konkurransetilsynet oppgir Meltwater at [REDACTED].<sup>393</sup>
- (295) Mynewsdesk oppgir at den viktigste etableringshindringen er [REDACTED].<sup>394</sup> I møte med Konkurransetilsynet oppgir Mynewsdesk at det er krevende å inngå lisensavtaler med mediehusene, og at det er mange aktører å forholde seg til.<sup>395</sup> Videre viser selskapet til at [REDACTED], mens andre aktører bruker svært lang tid på avtaleinngåelsen.<sup>396</sup> I tillegg peker Mynewsdesk på at det er en kompleks oppfølgingsmodell i Norge, og at det kreves mye administrasjon for å opprettholde avtalene.<sup>397</sup>
- (296) I forbindelse med inngåelse av lisensavtaler opplyser Cision at "[REDACTED]".<sup>398</sup> Videre oppgir Cision at "[REDACTED]".<sup>399</sup>
- (297) Etter Konkurransetilsynets vurdering viser høringssvar fra aktørene i markedet at det er utfordrende å inngå lisensavtaler, og at dette særlig er vanskelig for tilgang til norsk innhold. Tilsynet er derfor av den oppfatning at kravene til den umiddelbare omstillingen som vil kvalifisere til tilbudssidesubstitusjon ikke er oppfylt.<sup>400</sup>
- (298) Partene anfører i meldingen at nyhetsaggregator tjenester og medieovervåkningstjenester som tilbys til norske kunder har få forskjeller sett fra et kundeperspektiv.<sup>401</sup> Konkurransetilsynet viser i den forbindelse til gjennomgangen ovenfor som etter tilsynets vurdering blant annet viser at det er betydelig kvalitetsforskjeller mellom nyhetsaggregator tjenester og medieovervåkningstjenester.
- (299) Det finnes likevel tidligere kunder av partene som finner nyhetsaggregator tjenester tilstrekkelige. Dette kan gjelde kunder som ikke har behov for en fullstendig og profesjonell medieovervåkning, eller som har lavere betalingsvillighet for slike tjenester.
- (300) Et eksempel på en slik tidligere kunde er Frydenbø Group. Frydenbø Group opplyser til Konkurransetilsynet at selskapet bruker Google Alerts istedenfor en medieovervåker, og skriver at "[d]et er åpenbart at [REDACTED] leverer en tjeneste som vi ikke dekker internt i dag uten en medieovervåkningstjeneste".<sup>402</sup> Frydenbø oppgir videre at Google Alerts "inkluderer ikke radio/tv og gir ikke tilgang til å lese saker bak betalingsmur, men vi får varsler på treff fra digitale saker i aviser, lokalaviser og bransjemagasiner er tilstrekkelig for å dekke vårt behov".<sup>403</sup> Det at det finnes slike kunder betyr ikke etter tilsynets vurdering at nyhetsaggregator tjenester og medieovervåkningstjenester inngår i samme produktmarked.
- (301) Partene anfører at det relevante produktmarkedet omfatter alle medieovervåkingsløsninger, både løsningene som bygger på tilgangsavtaler og de som benytter søk på åpent nett. Partene viser til at dette blant annet inkluderer Googles tjenester som Google News og Google Alerts, og at markedet defineres som "salg av tjenester for innsamling av medieinnhold fra ulike

<sup>392</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 17.

<sup>393</sup> Referat fra møtet med Meltwater 3. april 2025.

<sup>394</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 17.

<sup>395</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>396</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>397</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>398</sup> Brev fra Cision 13. mars 2025, svar på spørsmål 1a.

<sup>399</sup> Brev fra Cision 13. mars 2025, svar på spørsmål 1b og 1c.

<sup>400</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 37.

<sup>401</sup> Meldingen, side 30.

<sup>402</sup> E-post fra Frydenbø Group AS 20. mars 2025.

<sup>403</sup> E-post fra Frydenbø Group AS 20. mars 2025.

*kilder, kombinert med varsling basert på forhåndsdefinerte søkeord eller emner, og presentasjon av relevant kontekstuell informasjon".<sup>404</sup>*

- (302) Konkurransetilsynet viser til vurderingene i avsnitt (256) og (257) om at nyhetsaggregatorer leverer en tjeneste med lavere kvalitet enn medieovervåkere, og ikke vil dekke behovet til de fleste kundene som etterspør en bred medieovervåkningstjeneste. Videre viser tilsynet til vurderingene i avsnitt (260)-(262) hvor tilsynet vurderer at lisensavtaler har betydning for kvalitetsforskjeller mellom tjenester til nyhetsaggregatorer og medieovervåkere, herunder at lisensavtaler sikrer tilgang til alle kildene til leverandørene de har inngått avtaler med og at det kun er lisensavtaler som muliggjør fremvisning av fulltekst. Tilsynet viser videre til vurderingen i avsnitt (271), hvor det er tilsynets vurdering at nyhetsaggregatorer krever egeninnsats og krav til egenkompetanse for å bruke tjenesten. Dette er til forskjell fra medieovervåkningstjenester som tilbyr avanserte og skreddersydde søkeprofiler, fortløpende justeringer med kundeservice, samt opplæring i bruk av medieovervåkningstjenesten, jf. avsnitt (263). Videre vises det til vurderingen i avsnitt (282) og (297) hvor det er tilsynets vurdering at nyhetsaggregatorer ikke er like pålitelige med hensyn til at kunden får søkeresultat av alt relevant innhold og at det er utfordrende å inngå lisensavtaler, og at dette er særlig vanskelig for tilgang til norsk innhold. I tillegg fremkommer det av avsnitt (256) at nyhetsaggregatorer ikke tilbyr ad hoc-søk i et arkiv av historiske presseklipp fra ulike kilder og mediekanaler og medieanalyse. Det er på bakgrunn av dette tilsynets vurdering at nyhetsaggregatorer ikke inngår i det relevante produktmarkedet for medieovervåkningstjenester.
- (303) På bakgrunn av det ovennevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at nyhetsaggregatortjenester ikke inngår i produktmarkedet. Tilsynet vil likevel vurdere konkurransepresset fra aktører som tilbyr slike tjenester i konkurranseanalysen.

#### **5.2.6 Vurdering av hvorvidt håndtering av sosiale medier inngår i det samme relevante produktmarkedet**

- (304) Håndtering av sosiale medier fungerer ved å tilby en plattform som samler bedriftens sosiale mediekanaler i ett dashboard, hvor kunden blant annet kan planlegge og publisere innhold, håndtere kundedialoger og kommentarer, jf. avsnitt (97).
- (305) Håndtering av sosiale medier og medieovervåkning dekker etter Konkurransetilsynets vurdering ikke samme behov for kundene, og det vil derfor være begrenset etterspørselssubstitusjon mellom håndtering av sosiale medier og medieovervåkning.
- (306) For en aktør som tilbyr håndtering av sosiale medier vil det etter Konkurransetilsynets vurdering medføre investeringer og risiko for å kunne tilby en medieovervåkningstjeneste, samt at det vil ta tid å tilrettelegge for å tilby en slik tjeneste. Etter tilsynets vurdering er det derfor begrenset tilbudssubstitusjon mellom håndtering av sosiale medier og medieovervåkningstjenester.
- (307) For å tilby håndtering av sosiale medier har aktøren som tilbyr tjenesten behov for avtaler med sosiale medieplattformer hvor kunder behøver administrering av sine kontoer. Dette er til forskjell fra medieovervåkning, hvor aktører er avhengig av tilgang og visning av et bredt kildetilfang for å imøtekomme kundenes behov. I den forbindelse kan det etter Konkurransetilsynets vurdering være andre aktører som tilbyr håndtering av sosiale medier enn tilbydere av medieovervåkningstjenester.<sup>405</sup>
- (308) Det at konkurranseforholdene er ulike for håndtering av sosiale medier og medieovervåkning fremkommer også fra aktørbildet i konkrete anbudskonkurranse. I [redacted] anbudskonkurranse var rangeringen av aktørene som følger: [redacted].<sup>406</sup> I [redacted] anbudskonkurranse for leverandør av håndtering av sosiale medier [redacted]

<sup>404</sup> Tilsvaret, side 42.

<sup>405</sup> I meldingen oppgis Brandwatch, Sprinklr, Sprout og Buffer som store konkurrenter på det globale markedet for håndtering av sosiale medier, jf. meldingen s. 41.

<sup>406</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 1.

- [REDACTED] 407 [REDACTED]  
[REDACTED] 408
- (309) Partene skiller ut håndtering av sosiale medier som et eget marked i meldingen.<sup>409</sup>
- (310) På bakgrunn av dette er det Konkurransetilsynets vurdering at håndtering av sosiale medier ikke inngår i det relevante produktmarkedet.
- 5.2.7 Vurdering av hvorvidt medieovervåkningstjenester til ulike kundegrupper inngår i det samme produktmarkedet**
- (311) Det er i hovedsak tre kundegrupper som kjøper medieovervåkningstjenester: offentlige selskap, private selskap og organisasjoner.<sup>410</sup> Alle kundegruppene etterspør medieovervåkning for å følge med på omtalen av selskapet eller organisasjonen i media, samt for å følge med på relevante medieoppslag.<sup>411</sup> Kundene etterspør ofte medieovervåkning, mediearkiv og medieanalyse samlet, hvor kombinasjonen av tjenester avhenger av kundens behov.
- (312) Partene oppgir i meldingen at salgskanalene i markedet for medieovervåkning kan deles inn i tre hovedtyper av kundeakkvisisjon, som er oppsøkende salg, innkommende salg og offentlige anbudskonkurranser.<sup>412</sup> Private selskap og organisasjoner som etterspør medieovervåkningstjenester, kan kontakte flere medieovervåkere og gjennomføre en privat anbudskonkurranse<sup>413</sup> eller sende direkteforespørsler til aktører.<sup>414</sup>
- (313) De offentlige selskapene må forholde seg til regelverket for offentlige anskaffelser. Avtaler om kjøp av tjenester må derfor som hovedregel inngås på bakgrunn av offentlige anbudsprosesser.<sup>415</sup> Det utlyses ofte avtaler for flere tjenester samlet, gjerne med en varighet på to år om gangen.<sup>416</sup> Videre stilles det ofte høyere krav til medieovervåkningsproduktet sammenlignet med kravene som stilles av private selskap og organisasjoner, jf. kapittel 7.2.1.1.<sup>417</sup>
- (314) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting indikerer at offentlige selskap ofte har et annet behov enn private selskap og organisasjoner. Mynewsdesk oppgir at "[b]ehoven är den samma mellan kundgrupperna, dock har offentlig sektor en tydlig kravlista med skall-krav som produkten och tjänsten måste uppfylla".<sup>418</sup> Meltwater skriver til tilsynet at [REDACTED]

<sup>407</sup> Brev fra Infomedia Norge, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>408</sup> Brev fra Infomedia Norge, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>409</sup> Meldingen side 32.

<sup>410</sup> Meldingen, side 38. Se også brev fra Mynewsdesk 6. februar, svar på spørsmål 5c.

<sup>411</sup> Se for eksempel brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, svar på spørsmål 4, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 3 og brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 4.

<sup>412</sup> Meldingen, side 38. Se også brev fra Mynewsdesk 6. februar, svar på spørsmål 5c, hvor Mynewsdesk oppgir at salg til privat sektor foregår gjennom oppsøkende salg eller gjennom markedsføring, mens salg til offentlig sektor foregår gjennom offentlige anbudskonkurranser.

<sup>413</sup> Se for eksempel brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 8, som oppgir at "[b]asert på våre behov og en tilhørende kravspesifikasjon undersøker vi hvilke leverandører i markedet som kan tilby det vi har behov for. Vi innhenter så tilbud, evaluerer disse basert på definerte kriterier [...]. Vi ber om demo av interessante løsninger, ber om tilbud og beslutter".

<sup>414</sup> Se for eksempel brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 7 som oppgir at anskaffelsen i deres organisasjon "var basert på tidligere erfaring og kjennskap til markedet. Med bakgrunn i tidligere anskaffelser og bruk av slike tjenester valgte vi leverandøren vi hadde best erfaring med, uten en omfattende anbudsprosess". Se også brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 9h.

<sup>415</sup> Meldingen, side 38–39. Se også brev fra Mynewsdesk 6. februar, svar på spørsmål 5c.

<sup>416</sup> Brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 9, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 9, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 9, brev fra Oslo Kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 9b.

<sup>417</sup> Se også Meldingen, side 39 hvor partene skriver at det historisk bare er medieovervåkere som tilbyr løsninger med lisensavtaler med mediehusene som har deltatt i offentlige anbudskonkurranser, som blant annet kan begrunnes med at offentlige oppdragsgivere har etterspurt overvåkning av norske papiraviser i sine konkurranser, hvilket det i utgangspunktet bare er medieovervåkere med lisensavtaler som kan tilby.

<sup>418</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 5c.

- (315) Forskjeller i behov mellom offentlige kunder og andre kunder kan medføre begrensninger i etterspørselssubstitusjon mellom en ordinær medieovervåkningstjeneste og en tjeneste som tilfredsstiller de høye kravene som mange offentlige kunder krever i anbudskonkurranser.
- (316) For en aktør som tilbyr en ordinær medieovervåkningstjeneste vil det etter Konkurransetilsynets vurdering kunne medføre investeringer og risiko for å tilby en medieovervåkningstjeneste som tilfredsstiller de høye kravene som mange offentlige kunder krever i anbudskonkurranser, samt at det vil ta tid å tilrettelegge for å tilby en slik tjeneste. Etter tilsynets vurdering kan det derfor være begrenset tilbudssubstitusjon mellom ordinære medieovervåkningstjenester og medieovervåkningstjenester som tilfredsstiller de høye kravene som mange offentlige kunder stiller i anbudskonkurranser.
- (317) Begrensninger i etterspørsels- og tilbudssubstitusjon kan medføre at det finnes et eget produktmarked eller et eget markedssegment for offentlige kunder.<sup>419</sup> Etter Konkurransetilsynets vurdering er det imidlertid ikke nødvendig å ta stilling til om det eksisterer et eget produktmarked for offentlige kunder fordi det ikke har betydning for konklusjonen i saken. Tilsynet vil i konkurranseanalysen se nærmere på et eget segment for offentlige kunder.<sup>421</sup>
- (318) Partene anfører at offentlige kunder ikke er et eget markedssegment med spesielle preferanser. Partene viser til at behovene til offentlige og private kunder i stor grad er sammenfallende, og at selv om noen offentlige kunder uttrykker sine krav gjennom formelle anbudsdokumenter innebærer dette ikke at behovene er ulike. Videre anfører partene at det kun er del av offentlige virksomheter som er kunder hos partene, og at det faktisk at underbygger at offentlige kunder ikke utgjør et eget markedssegment som kan tilskrives egne og særlige behov.<sup>422</sup>
- (319) Konkurransetilsynet viser til vurderingen i avsnitt (314) om at offentlige kunder ofte har et annet behov enn private selskap og organisasjoner. Tilsynet viser videre til at offentlig kunder ofte stiller minstekrav til medieovervåkningstjenesten i offentlige anbudskonkurranser og at aktører som ikke oppfyller minstekravene kan bli avvist fra konkurransen, jf. avsnitt (376).<sup>423</sup> Dette innebærer at aktører som ikke oppfyller eller kun delvis oppfyller minstekravene er mindre konkurransedyktig i offentlige anbudskonkurranser.
- (320) At utformingen av minstekrav og anskaffelsesprosess har betydning for konkurransen, fremgår av høringssvar fra Mynewsdesk. Selskapet skriver at forskjellen mellom offentlige anbudskonkurranser og andre anskaffelsesmetoder. Mynewsdesk oppgir at

<sup>419</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 2.

<sup>420</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 88 og 89.

<sup>421</sup> Kommisjonen vurderer at markeder i enkelte tilfeller kan deles opp i ulike kundesegment, jf. Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante marked, C/2024/1645, kapittel 4.2.

<sup>422</sup> Tilsvaret, side 23 og 24.

<sup>423</sup> "Leverandør som har god kapasitet og tilgjengelighet til opplæring og support av medieovervåkningstjeneste", jf. brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, vedlagt dokument "(UO) 4600004148 Medieovervåkning", side 26. "De oppgitte kravene er minstekrav, og må følgelig oppfylles. Om et krav ikke oppfylles vil avvisningsbestemmelsene i regelverket komme til anvendelse", jf. [22/03237 Rammeavtale for levering av medieovervåking til Havforskningsinstituttet](#), vedlagt dokument "Konkurransegrunnlag – Rammeavtale for medieovervåkning.pdf", side 4. "Minstekravene (O-krav) er viktige for oppdragsgiver, men ingen avvik fra noen av disse medfører automatisk avvisning fra konkurransen. Dersom tilbyder har ett eller flere avvik fra disse vil de bli gjenstand for en konkret vurdering opp mot avvisningsreglene i anskaffelsesregelverket. Dersom ett eller flere avvik samlet anses som vesentlige vil det medføre avvisning. Dersom avvikene ikke medfører avvisning vil de kunne få innvirkning på evalueringen, enten gjennom påslag i prisen eller trekk i kvalitetsvurderingen. Det kan ikke tas forbehold mot O-krav", jf. Utenriksdepartementet [Offenlige udbud - Avtale om medieovervåkning](#). Lesedato 11. juni 2025.

424  
Ifølge Mynewsdesk gir dette en

425

- (321) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at det er få aktører som deltar i og vinner offentlige anbudskontrakter, jf. Tabell 4. Tilsynet viser videre til at flertallet av aktørene i det relevante markedet har lav omsetning fra offentlige kunder, jf. Tabell 3. Dette tilsier etter tilsynets vurdering at konkurranseforholdene er ulike for offentlige kunder sammenlignet med andre kundegrupper, ettersom det er færre aktører som konkurrerer i de fleste anbudskonkurransene.
- (322) På bakgrunn av overnevnte vurderer Konkurransetilsynet at offentlige kunder utgjør et eget segment i markedet for medieovervåkningstjenester. Det er tilsynets vurdering at enkelte private virksomheter kan stille tilsvarende høye krav til medieovervåkningstjenesten som offentlige kunder, og at disse selskapene kunne vært inkludert i markedssegmentet. Tilsvarende vurderer tilsynet at enkelte offentlige kunder har et mindre behov for en omfattende medieovervåkningstjenester, og at disse kundene kan skille seg noe fra andre offentlige kunder i segmentet. Det er likevel tilsynets vurdering at avgrensningen av et eget segment for offentlige kunder gir et godt grunnlag for vurderingene i konkurranseanalysen.
- (323) Når det gjelder anførselen fra partene om at kun en liten del av offentlige virksomheter er kunder hos partene, viser Konkurransetilsynet til at det finnes virksomheter som ikke har behov for en fullstendig og profesjonell medieovervåkning, eller som har lavere betalingsvillighet for slike tjenester, jf. avsnitt (299). Kunder som ikke utfører medieovervåkning eller utfører medieovervåkning selv, for eksempel ved bruk av nyhetsaggregatortjenester, er ikke en del av det relevante markedet, jf. kapittel 5.2.5
- (324) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at medieovervåkning til ulike kundegrupper inngår i det samme produktmarkedet, men at tilsynet i konkurranseanalysen vil se nærmere på et markedssegment for offentlige kunder.

### 5.2.8 Konklusjon

- (325) Konkurransetilsynet legger til grunn et relevant produktmarked for medieovervåkningstjenester som inkluderer en bred overvåkning av innhold fra ulike kilder og flere mediekanaler, mediearkiv og medieanalyse. Dette markedet blir i det videre omtalt som markedet for medieovervåkningstjenester. Videre er det tilsynets vurdering at det finnes et eget segment i dette produktmarkedet som består av medieovervåkningstjenester til offentlige kunder. Dette segmentet vil i det videre bli omtalt som segment for offentlige kunder.
- (326) Konkurransetilsynet vil i konkurranseanalysen både vurdere et relevant produktmarked for medieovervåkningstjenester og et markedssegment for offentlige kunder.

## 5.3 Geografisk markedsavgrensning

### 5.3.1 Innledning

- (327) Et relevant geografisk marked er et område hvor en virksomhet ved salg eller etterspørsel av produkter og tjenester møter tilstrekkelig ensartede konkurransevilkår. Et relevant geografisk marked holdes adskilt fra tilgrensede områder der konkurransevilkårene er merkbart forskjellige.<sup>426</sup>
- (328) Utgangspunktet for geografisk avgrensning av det relevante markedet er området der en foretakssammenslutning sannsynligvis har effekt, typisk basert på beliggenheten til partene og deres kunder. Andre faktorer som kan ha betydning for et markeds geografiske utstrekning er blant annet hvorvidt aktørbildet er det samme i området, likheter i aktørenes markedsandeler

<sup>424</sup> Flere minstekrav i anbudskonkurranser [redacted], jf. Utenriksdepartementet [Offenlige udbud - Avtale om medieovervåkning](#). Lesedato 11. juni 2025, [22/03237 Rammeavtale for levering av medieovervåking til Havforskningsinstituttet](#), vedlagt dokument "Konkurransegrunnlag – Rammeavtale for medieovervåkning.pdf", side 5.

<sup>425</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>426</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 38.

og prissetting, kundenes preferanser og kjøpsadferd, samt om det er barrierer og/eller kostnader knyttet til å levere varen eller tjenesten til kunder ulike steder.<sup>427</sup>

### 5.3.2 Vurdering av det relevante geografiske markedet for medieovervåkningstjenester

- (329) Konkurransetilsynet viser til at kunder og aktører oppgir lokalt og nasjonalt innhold, samt kjennskap til norske medier som viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. avsnitt (368). Det er tilsynets vurdering at disse faktorene indikerer at det relevante geografiske markedet kan være nasjonalt.
- (330) Av høringssvar fra kunder fremgår det at det er viktig at aktøren har kjennskap til norske medier.<sup>428</sup> Haver oppgir at "[s]om nevnt tidligere er kompetanse, rådgivning og support som bidrar til optimalisering av vår bruk av tjenesten, viktig for oss. Dette krever kjennskap til norske medier".<sup>429</sup> Circle K oppgir at det er "avgjørende å forstå det lokale medielandskapet spesielt da Norge har veldig mye lokale nyhetsmedier".<sup>430</sup>
- (331) At det er viktig at aktøren har kjennskap til norske medier underbygges også av høringssvar fra aktører i markedet. Meltwater oppgir at "[w]e believe that it's a competitive advantage to have employees with a strong commercial understanding of the market in place" og at "[i]t's of great importance to know the local market, its opportunities and challenges in order to be able to consult and support our customers in the best possible way".<sup>431</sup>
- (332) Mynewsdesk oppgir at "[v]i anser att det är av stor betydelse att ha egna anställda i Norge för att kunna konkurrera om norska kunder. Lokal närvaro innebär en djupare förståelse för marknaden, kundernas behov och den kulturella kontexten".<sup>432</sup>
- (333) Det er Konkurransetilsynets vurdering at det ovennevnte tilsier at det ikke nødvendigvis er et krav at aktører har fysisk tilstedeværelse i Norge, men at det er en fordel med norske ansatte som kjenner til det norske medielandskapet og behovet til norske kunder.
- (334) For flere av kundene er det viktig at medieovervåkningstjenester tilbys på norsk og at aktøren tilbyr norsk kundeservice.<sup>433</sup> Norsk Boligbyggelags Landsforbund ("NBBL") oppgir at det er "[a]vgjørende for oss" at tjenestene tilbys på norsk.<sup>434</sup> At tjenestene tilbys på norsk kan videre være et viktig krav i anbudskonkurranser. Oslo kommune oppgir at et viktig krav i deres anbudskonkurranse var at kundeservice skulle beherske norsk, både muntlig og skriftlig.<sup>435</sup> I Norsk helsenetts kravspesifikasjon fremgår det at "[d]et stilles krav til gode norskkunnskaper, både muntlig og skriftlig. Kommunikasjonen skal være på norsk".<sup>436</sup>
- (335) Konkurransetilsynet legger foreløpig til grunn at lokalt og nasjonalt innhold, samt kjennskap til norske medier er av betydning for om kunden anser selskapet som en mulig leverandør av medieovervåkningstjenester.
- (336) Partene legger til grunn at markedet for medieovervåkningstjenester er nasjonalt, siden norske kunder primært etterspør analyse av norske medier.<sup>437</sup> Partene peker likevel på at utenlandske aktører opererer på det norske markedet ved å tilby medieovervåkning til norske kunder, som

<sup>427</sup> Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 39.

<sup>428</sup> Se blant annet brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 6c, brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 6c, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 6c, brev fra Equinor ASA 20. desember 2024, svar på spørsmål 14c og brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 14.

<sup>429</sup> Brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 6c.

<sup>430</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 6c.

<sup>431</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 1c og 1d.

<sup>432</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 1c.

<sup>433</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 14b og 14d.

<sup>434</sup> Brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 6d.

<sup>435</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 14b.

<sup>436</sup> [Rammeavtale Medieovervåking](#), dokument "23-02228 Kravspesifikasjon Medieovervåking.xlsx", krav 1.6. Lesedato 9. mai 2025.

<sup>437</sup> Meldingen, side 31.

for eksempel Meltwater, slik at fysisk tilstedeværelse i Norge ikke er nødvendig for å tilby norske kunder medieovervåkning.<sup>438</sup>

- (337) Det ovennevnte tilsier etter Konkurransetilsynets vurdering at det relevante geografiske markedet er nasjonalt.

### 5.3.3 Konklusjon geografisk markedsavgrensning

- (338) På bakgrunn av vurderingene i kapittel 5.3.2 har Konkurransetilsynet avgrenset det relevante markedet til Norge.

## 5.4 Konklusjon markedsavgrensning

- (339) Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn et relevant produktmarked for medieovervåkingstjenester. Det relevante produktmarkedet omfatter et markedssegment for offentlige kunder. Det relevante markedet er avgrenset til Norge.

## 6 Alternativsituasjon

- (340) Konkurransetilsynet skal forby foretakssammenslutninger som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse. Det er ikke grunnlag for å forby en transaksjon der det er sannsynlig at konkurranseforholdene vil svekkes i like stor, eller i større grad, uten foretakssammenslutningen. I dette ligger et krav om årsakssammenheng.<sup>439</sup>
- (341) Kravet til årsakssammenheng innebærer at Konkurransetilsynet må sammenligne konkurransesituasjonen som vil oppstå dersom foretakssammenslutningen gjennomføres med den mest sannsynlige markedsutviklingen uten foretakssammenslutningen (alternativsituasjonen).<sup>440</sup>
- (342) I de fleste tilfeller vil det være mest relevant å sammenligne med konkurransesituasjonen slik den var før foretakssammenslutningen, når man skal vurdere transaksjonens virkninger. Dette er også i samsvar med Kommisjonens praksis og retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger.<sup>441</sup> I *Universal/EMI* uttalte Kommisjonen blant annet at:
- "Absent exceptional circumstances (for example, a failing firm situation), this pre-merger situation is the relevant framework against which to assess the likely effects on competition of the proposed concentration. [...] The notifying party did not put forward convincing arguments or evidence as to why the Commission should deviate from this principle".*<sup>442</sup>
- (343) I enkelte saker kan det imidlertid, etter en konkret vurdering, være holdepunkter for å legge en annen alternativsituasjon til grunn.<sup>443</sup>
- (344) Dersom en annen markedsutvikling skal anses som mer sannsynlig enn konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen, må den alternative markedsutviklingen således ha støtte i fremlagt dokumentasjon eller andre konkrete holdepunkter og analyser.
- (345) Konkurransetilsynet varslet i gjeldende sak at tilsynet ikke har funnet grunnlag for å legge til grunn en annen konkurransesituasjon enn den konkurransesituasjonen som forelå før foretakssammenslutningen.
- (346) Partene anfører i tilsvaret at markedet partene opererer i gjennomgår store, fundamentale og akselererende forandringer som følge av rask teknologisk utvikling, [redacted] og nyetableringer som har medført [redacted], og at det foreligger helt konkrete grunnlag for å legge til grunn en annen konkurransesituasjon enn situasjonen som forelå forut for foretakssammenslutningen.<sup>444</sup> Det vises til at de endrede markedsforholdene var

<sup>438</sup> Meldingen side 32.

<sup>439</sup> Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 9, jf. avsnitt 2, og sak M.6360 *Nynas/Shell/Harburg Refinery*, avsnitt 307 til 311.

<sup>440</sup> Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 9.

<sup>441</sup> Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 9.

<sup>442</sup> Sak M.6458 *Universal/EMI*, avsnitt 410.

<sup>443</sup> Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 9.

<sup>444</sup> Tilsvaret, side 36.

observerbare før foretakssammenslutningen og [REDACTED].<sup>445</sup> Partene framhever samarbeid mellom mediehus og KI-aktører, at [REDACTED], [REDACTED] og at konkurrenter i stor grad integrerer KI som de største endringene i markedet.<sup>446</sup>

- (347) Konkurransetilsynet viser til at status quo normalt vil være det beste anslaget på hvordan markedet hadde utviklet seg uten foretakssammenslutningen. Med status quo menes de markedsforholdene som eksisterer i det relevante markedet på tidspunktet for foretakssammenslutningen. Tilsynet påpeker at forhold som allerede har inntrådt i markedet således vil bli lagt til grunn for vurderingen av hvordan markedet ville vært uten foretakssammenslutningen. Fremtidige forhold som ikke er tilstrekkelig sannsynliggjort gjennom konkret og objektiv dokumentasjon vil derimot ikke kunne tas hensyn til i vurderingen. Herunder vil potensielle endringer i markedsforhold som følge av vedvarende teknologisk utvikling, eller mulige endrede avtaleforhold ikke kunne vektlegges. Det er tilsynets vurdering at partenes anførte fremtidige markedsforhold ikke er tilstrekkelig konkrete eller dokumenterte til at det er grunnlag for å legge til grunn en annen alternativsituasjon enn status quo.
- (348) Konkurransetilsynet opprettholder derfor sin vurdering om at situasjonen slik den var før foretakssammenslutningen vil være den mest sannsynlige alternativsituasjonen uten foretakssammenslutningen.
- (349) Det gjøres oppmerksom på at Konkurransetilsynet vil vurdere fremtidig konkurransepress i markedet i konkurranseanalysen i kapittel 7.

## 7 Konkurransanalyse

### 7.1 Innledning

- (350) Det følger av ordlyden i konkurranseloven § 16 første ledd at Konkurransetilsynet skal forby en foretakssammenslutning som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, særlig som et resultat av at en dominerende stilling skapes eller styrkes. Beviskravet for at en foretakssammenslutning har slike negative effekter, er alminnelig sannsynlighetsovervekt, jf. avsnitt (72).
- (351) Den rettslige terskelen "i betydelig grad" innebærer at virkningen må være kvalifisert og derfor ligge over en viss terskel. Denne terskelen kan ikke angis generelt eller eksakt, men må vurderes konkret.<sup>447</sup> Vilårene for å påvise at inngrepsterskelen er oppfylt er de samme for alle foretakssammenslutninger, uavhengig av hvilken skadehypotese som legges til grunn eller hvilke karakteristikk det relevante markedet har.<sup>448</sup> Kommisjonens horisontale retningslinjer angir en rekke ikke-uttømmende momenter for analysen, og det må gjøres en samlet vurdering av de momenter som anses relevante i den konkrete sak.<sup>449</sup>
- (352) Foretakssammenslutninger mellom faktiske eller potensielle konkurrenter i samme marked kan hindre effektiv konkurranse ved at det oppstår horisontale ikke-koordinerte virkninger og/eller horisontale koordinerte virkninger.<sup>450</sup>
- (353) Ikke-koordinerte virkninger kan oppstå ved at konkurransepress som tidligere har vært utøvd mellom en eller flere tilbydere fjernes. Gjennom dette får tilbyderer økt markedsrett.
- (354) Den direkte virkningen av en foretakssammenslutning er at konkurransen mellom de fusjonerende virksomhetene opphører.<sup>451</sup> Dersom en av de fusjonerende virksomhetene hadde

<sup>445</sup> Tilsvaret, side 39.

<sup>446</sup> Tilsvaret, side 39–40.

<sup>447</sup> Høyesteretts dom 16. februar 2023 (HR-2023-299-A) om Schibsted ASA sitt erverv av Nettbil AS, avsnitt 109. Se også Konkurransetilsynets vedtak 16. mars 2022 (V01-2022) om DNB Bank ASA sitt erverv av Sbanken ASA, avsnitt 38.

<sup>448</sup> Sak C-376/20 P *Kommisjonen mot CK Telecoms UK Investments*, avsnitt 109–114.

<sup>449</sup> Kommisjonens retningslinjer for vurdering av horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, se særlig avsnitt 10–13.

<sup>450</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 22.

<sup>451</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 24.

økt sine priser før foretakssammenslutningen, ville den ha mistet noe av sin omsetning til den andre virksomheten. Foretakssammenslutningen fjerner dette konkurransepresset, og kan således gi de fusjonerende virksomhetene økt markedsrett. Økt markedsrett kan utøves gjennom prisøkninger, reduksjon i produksjonen, dårligere utvalg og kvalitet på varer og tjenester, mindre innovasjon eller endring av andre konkurranseparametere.<sup>452</sup>

- (355) Andre virksomheter i samme marked kan, som en følge av de fusjonerende virksomhetenes prisøkning, oppleve en økning i etterspørselen. Dette kan gi de andre virksomhetene i markedet insentiver til også å gjennomføre lønnsomme prisøkninger.
- (356) Markedsandeler kan gi en nyttig første indikasjon på markedsstrukturen og den konkurransemessige betydningen av de fusjonerende virksomhetene og deres konkurrenter.<sup>453</sup> Markedsandeler, eller andre mål på konsentrasjonen i markedet, vil imidlertid ikke alltid reflektere konkurranseintensiteten mellom aktørene. Årsaken er at markedsandeler kan over- eller underestimere hvor nære konkurrenter aktørene i markedet er. I vurderingen av foretakssammenslutningens konkurransemessige virkninger vil derfor Konkurransetilsynet i denne saken også legge vekt på hvor nære konkurrenter partene er.
- (357) I markeder med differensierte produkter har produktenes substituerbarhet stor betydning for hvor sterkt konkurransepress markedsaktørene utøver på hverandre. Jo mer substituerbare partenes produkter er, jo sterkere er konkurransepresset de fusjonerende virksomhetene utøver på hverandre før foretakssammenslutningen, og desto mer sannsynlig er det at de fusjonerende virksomhetene vil øke prisene etter foretakssammenslutningen.<sup>454</sup> I markeder med høy grad av produktdifferensiering vil Konkurransetilsynet derfor legge større vekt på hvor nære konkurrenter partene er enn på konsentrasjonen i markedet.
- (358) De fusjonerende virksomhetenes muligheter og insentiver til å utøve markedsrett kan begrenses dersom kundene har motvirkende kjøperrett<sup>455</sup> eller dersom nyetablering(er) både er sannsynlig, tidsnær og effektiv nok til å forhindre eller motvirke de potensielle konkurransebegrensende virkningene av foretakssammenslutningen.<sup>456</sup>
- (359) Hvorvidt en dominerende stilling skapes eller styrkes som følge av foretakssammenslutningen, vil bero på en vurdering av flere forhold, som hver for seg ikke nødvendigvis er avgjørende.<sup>457</sup> Etter praksis fra EU-domstolen vil et foretaks markedsandel normalt være den viktigste indikatoren på om et foretak innehar en dominerende stilling. I vurderingen av om en dominerende stilling skapes eller styrkes, vil markedsandeler på 50 prosent eller mer i henhold til rettspraksis være en presumsjon for dominans.<sup>458</sup> Andre sentrale momenter er om markedsandelene har vært stabile over tid,<sup>459</sup> øvrige konkurrenters markedsandeler,<sup>460</sup> hvilke etablerings- og ekspansjonshindringer som foreligger, samt kunders eventuelle kjøperrett.<sup>461</sup>

<sup>452</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 8. Begrepet "prisøkning" er i vedtaket en samlebetegnelse for disse måtene å utøve markedsrett på. Med prisøkning menes også en mindre reduksjon i priser enn hva som ville vært tilfellet uten foretakssammenslutningen.

<sup>453</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 14.

<sup>454</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 28.

<sup>455</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 64.

<sup>456</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 68.

<sup>457</sup> Sak C-27/76 *United Brands mot Kommisjonen*, avsnitt 66 og sak C-85/76 *Hoffmann La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 39 tredje ledd. Se også NOU 2003:12, side 58.

<sup>458</sup> Sakene C-85/76 *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 41, T-65/98 *Van den Bergh Foods mot Kommisjonen*, avsnitt 154, C-62/86 *AKZO Chemie mot Kommisjonen*, avsnitt 60, T-340/03 *France Telecom mot Kommisjonen*, avsnitt 100, T-336/07 *Telefonica og Telefonica de Espana mot Kommisjonen*, avsnitt 150 og E-14/15 *Holship Norge AS og Norsk Transportarbeiderforbund*, avsnitt 83. Se også NOU 2003:12, side 58.

<sup>459</sup> Sakene C-85/76 *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 41, T-139/98 *AAMS mot Kommisjonen*, avsnitt 51, T-65/98 *Van den Bergh Foods mot Kommisjonen*, avsnitt 154 og T-336/07 *Telefonica mot Kommisjonen*, avsnitt 149.

<sup>460</sup> NOU 2003:12, side 58. Se også sak C-85/76 *Hoffmann-La Roche mot Kommisjonen*, avsnitt 48 og sak T-219/99 *British Airways mot Kommisjonen*, avsnitt 210.

<sup>461</sup> NOU 2003:12, side 58. Se også sak T-228/97 *Irish Sugar mot Kommisjonen*, avsnitt 97–104.

- (360) Effektivitetsgevinster kan motvirke de negative følgene for konkurransen i markedene som berøres av foretakssammenslutningen, jf. avsnitt (70).
- (361) I det følgende vil Konkurransetilsynet vurdere hvert av de ovennevnte forholdene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge for å vurdere om foretakssammenslutningen i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse.

## 7.2 Kjennetegn ved markedet for medieovervåkningstjenester

### 7.2.1 Konkurransparametere

- (362) I markeder med differensierte produkter er flere parametere enn pris av betydning for kundenes valg av produkt eller leverandør, og dermed for hvordan de ulike aktørene konkurrerer. Hva som er de sentrale konkurranseparametere i et marked avdekkes ofte av hva kundene selv oppgir som viktig for valg av leverandør, men kan også belyses av andre bevis.<sup>462</sup> Partenes egne vurderinger og andre aktører i markedet sine vurderinger er normalt også relevant for å identifisere de sentrale konkurranseparametere i et marked.
- (363) De fleste kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting oppgir at kildetilfang er viktig for valg av leverandør.<sup>463</sup> Med kildetilfang menes det totale antall kilder som en medieovervåker dekker, både foran og bak betalingsmur, innenfor en enkelt mediekanal og på tvers av ulike mediekkanaler. At kildetilfang er viktig kan illustreres av høringssvar fra Norges idrettshøgskole som skriver at "[d]et er avgjørende at leverandøren har bred dekning av ulike mediekkanaler (tradisjonelle medier, sosiale medier, blogger osv.)".<sup>464</sup>
- (364) I tillegg oppgir flere kunder at pris er en viktig faktor,<sup>465</sup> og enkelte fremhever også tilgang til fulltekstinnhold.<sup>466</sup>

<sup>462</sup> Eksempler på slike bevis er kundeanalyser eller andre undersøkelser som avdekker kundenes preferanser.

<sup>463</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 2 og 7, brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund SA (NBBL) 21. februar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra Haver AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Norsk rikskringkasting AS 20. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra [redacted], svar på spørsmål 5, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 5, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 7, brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, svar på spørsmål 5, 7 og 13, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 5 og 7, brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 7, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 4, brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 5 og møtereferat med NHH Norges Handelshøyskole 1. april 2025, side 1 og 2.

<sup>464</sup> Brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>465</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Haver AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra [redacted], brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra [redacted], brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 5 og brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>466</sup> Haver skriver at en viktig faktor for valg av leverandør er at "vi kan søke i medieinnhold som ligger bak betalingsmur med behov for opprettelse av færrest mulig ekstra lisenser for å få tilgang til innholdet", jf. brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 4. Mulighet til å lese artikler bak betalingsmur direkte i Retrievers portal ble ansett som en viktig fordel i anbudskonkurransen til NHH, jf. møtereferat med NHH Norges Handelshøyskole 1. april 2025, side 2. Brev fra [redacted], brev fra Circle K 24. mars 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 7, referat fra møte med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025.

- (365) Flertallet av kundene oppgir at kjennskap til norske medier er viktig for valg av leverandør,<sup>467</sup> og flere kunder oppgir at rådgivnings- og supporttjenester er av betydning.<sup>468</sup> Dette kan illustreres av høringssvar fra Circle K, som oppgir at kjennskap til norske medier og rådgivnings- og supporttjenester er "[...] avgjørende å forstå det lokale medielandskapet spesielt da Norge har veldig mye lokale nyhetsmedier. Spesielt viktig også når spesialsøk skal settes opp og vi har behov for rådgivning på det".<sup>469</sup>
- (366) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at faktorer som påvirker kvaliteten på tjenesten, som plattformens brukervennlighet, funksjonalitet og nøyaktigheten av resultatene, også er av betydning for valg av leverandør.<sup>470</sup> Rådet for psykisk helse trekker blant annet frem pålitelighet, raske varsler, treffsikre varsler og god søkemotor som viktig.<sup>471</sup>
- (367) Flere kunder oppgir at bredde i produkttilbudet er viktig.<sup>472</sup> Med bredde i produkttilbud menes leverandørens evne til å tilby både medianalysjetjenester og medicarkivtjenester som en del av medieovervåkningen. Dette fremgår blant annet av høringssvar fra Circle K som skriver: "[...] det er viktig å ha hele bildet og at analyse og overvåkning leveres fra en og samme leverandør. I kritiske saker er det viktig at vi har en god oversikt og få aktører å forholde oss

<sup>467</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund SA (NBBL) 21. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Kulturmeaglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Haver AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Equinor ASA 20. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Norsk rikskringkasting AS 20. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 14 og brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 6.

<sup>468</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund SA (NBBL) 21. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Kulturmeaglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Haver AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra [redacted], brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 14 og vedlagt dokument "(UO) 4600004148 Medieovervåkning", brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 14, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 5 og 6, brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 6, og brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 6.

<sup>469</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars, svar på spørsmål 6.

<sup>470</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 5 og vedlagt dokument "Evalueringsrapport medieovervåkning 240228", brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4, brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 4, [redacted], brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 4. GRID Arendal vektla brukervennlighet og funksjonalitet til plattformen [redacted] prosent i anbudskonkurransen i 2024, jf. brev fra GRID Arendal 25. april 2025.

<sup>471</sup> Brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 4.

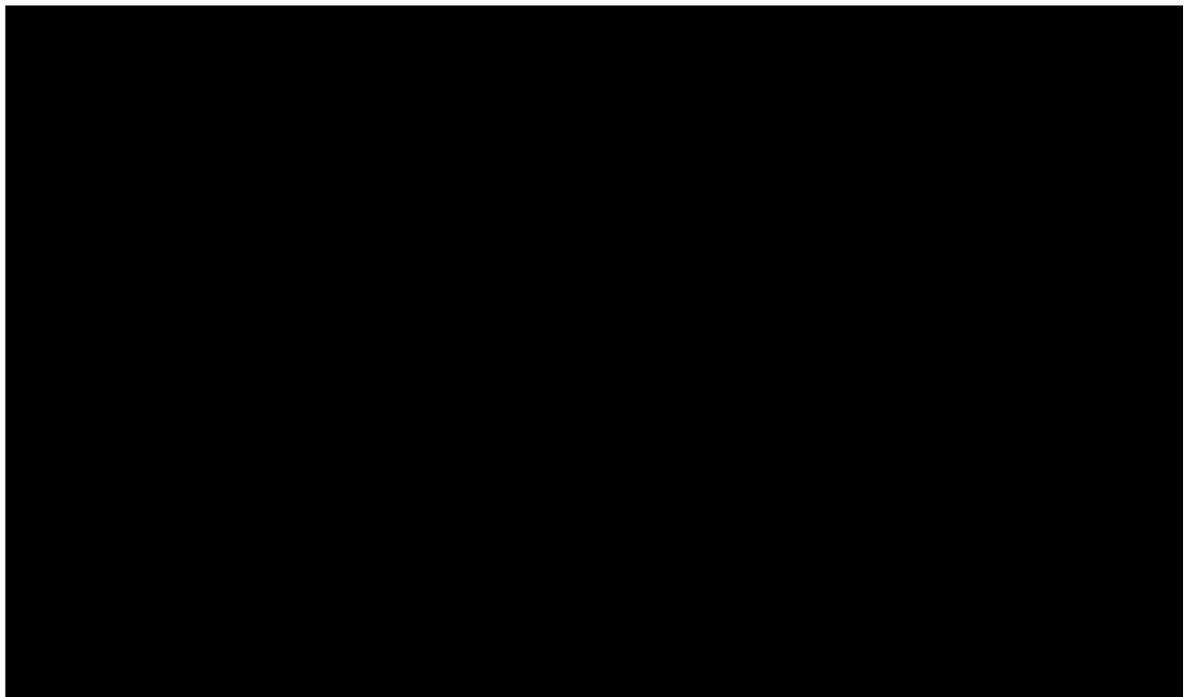
<sup>472</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 2 og 7, brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund SA (NBBL) 21. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 4 og 6, brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7, brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Kulturmeaglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra [redacted], brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 2 og 4, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 5, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 5, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 6 og møtereferat med NHH Norges Handelshøyskole 1. april 2025, side 1 og 2.

*til. Det forenkler for oss i å kunne raskt gi et bilde av nåsituasjonen og ha etterrettelige og kvalitativt gode rapporter og oversikt".<sup>473</sup>*

- (368) På bakgrunn av høringssvar fra kunder i markedet vurderer Konkurransetilsynet at pris, kildetilfang, fulltekstfremvisning, rådgivningstjenester og support, kjennskap til norske medier, bredde i produkttilbudet (i hvilken grad aktøren tilbyr medieanalyse og arkivtjenester) og kvalitet i form av blant annet plattformens funksjonalitet/brukervennlighet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkingstjenester.<sup>474</sup>
- (369) Høringssvar fra aktører i markedet viser også til at de ovennevnte faktorene er viktige konkurranseparametere.<sup>475</sup> Mynewsdesk oppgir blant annet at "[redacted]" er de viktigste konkurranseparametere for medieovervåking, og at "[redacted]" er viktig for medieanalyse.<sup>476</sup>
- (370) Retriever oppgir at "[redacted]" og "[redacted]" er viktige konkurranseparametere. Videre skriver de at de "[...] antar at [redacted] er en viktig kvalitetsparameter, det vil si [redacted]".<sup>477</sup>
- (371) Infomedia oppgir at "[redacted]"<sup>478</sup>
- (372) Retrievers interne dokumenter underbygger [redacted]. I en presentasjon for styret i Retriever Aktiebolag i 2023 vurderer selskapet [redacted], vist i Figur 2.

**Figur 2**

Retrievers vurdering [redacted]<sup>479</sup>



<sup>473</sup> Brev fra Circle K AS 24. mars, svar på spørsmål 9.

<sup>474</sup> I anbudet til GRID Arendal er brukervennlighet og funksjonalitet til plattformen vektet [redacted] prosent, kildetilgang [redacted] prosent, miljø [redacted] prosent og pris [redacted] prosent, jf. brev fra GRID Arendal 25. april 2025.

<sup>475</sup> Referat fra møte med Mynewsdesk 24. mars 2025 og brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 1, 10 og 20, brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 1, 20 og 21, brev fra [redacted], brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 6, 12 og 13, brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 6.

<sup>476</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 20.

<sup>477</sup> Brev fra Retriever Norge AS 4. april 2025 og 10. april 2025.

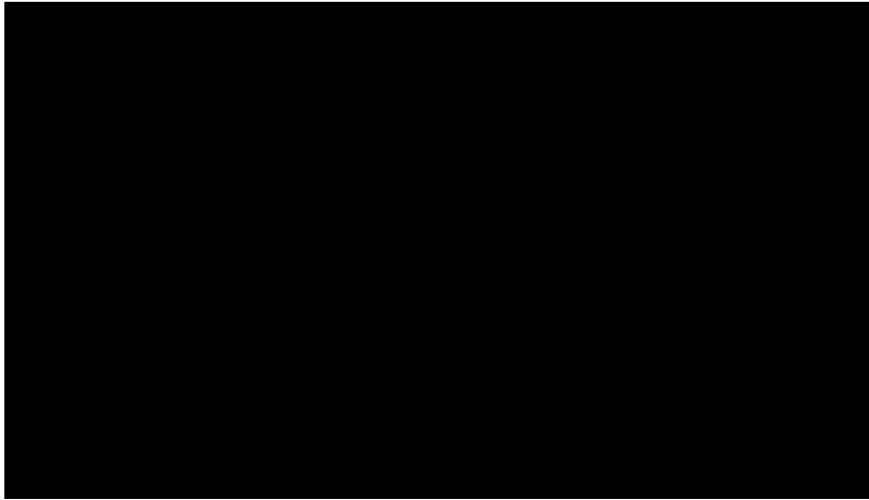
<sup>478</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 11.

<sup>479</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 4.

(373) Figur 2 viser at Retriever vurderer at [REDACTED].

(374) I den samme presentasjonen har Retriever utarbeidet en [REDACTED], vist i Figur 3.

**Figur 3** [REDACTED] for Retriever fra 2023<sup>480</sup>



(375) Fra figuren ovenfor fremgår det at Retriever vurderer [REDACTED]<sup>481</sup>, [REDACTED]. Dette indikerer, etter Konkurransetilsynets vurdering at dette er sentrale konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester.

#### 7.2.1.1 Særlig om offentlige kunder

(376) Offentlige kunder utlyser som regel anskaffelser gjennom åpne eller lukkede anbudsprosesser, jf. avsnitt (163). I anbudskonkurransene stilles det ofte minstekrav til medieovervåkningstjenesten, for eksempel knyttet til kildetilfang, fulltekstfremvisning, produktbredde eller supporttjenester.<sup>482</sup>

<sup>480</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 15.

<sup>481</sup> Fra den samme presentasjonen oppgir Retriever [REDACTED], side 26. Konkurransetilsynet vurderer på bakgrunn av dette at [REDACTED], jf. brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 26.

<sup>482</sup> Overvåkning av et bredt kildegrunnlag av åpne nettbaserte og trykte kilder, betalingsbaserte nettkilder og trykte kilder og etermedier og en fast kontaktperson var blant minstekravene i anbudet til Utenriksdepartementet [Offenlige udbud - Avtale om medieovervåkning](#). Lesedato 10. april 2025. En fast kontaktperson hos tilbyder, beredskap 24/7, overvåkning av videoklipp i nettbaserte kilder var blant minstekravene til Sykehusinnkjøp HF, jf. [Medieovervåkningstjenester til helseforetakene i Norge](#), "vedlegg – kravspesifikasjon". Lesedato 10. april 2025. Havforskningsinstituttet stilte absolutte krav om blant annet at kildegrunnlaget skulle inkludere norske trykte medium, norske nettaviser foran og bak betalingsmur, sosiale medium og norsk kringkastingsmedium, kundeservice i alminnelig arbeidstid og at all muntlig og skriftlig kommunikasjon knyttet til tjenesten skulle være på norsk, jf. [22/03237 Rammeavtale for levering av medieovervåking til Havforskningsinstituttet](#), vedlagt dokument "Konkurransegrunnlag – Rammeavtale for medieovervåkning.pdf", side 5. Overvåkning av åpne og betalingsbaserte nettkilder og trykte kilder, overvåkning av etermedier, at nyhetsklipp skal være tilgjengelig i fulltekst, støtte/supporttjenester skal leveres hverdager mellom 9-15 og at kunden skal ha en fast kontaktperson var blant minstekravene i anbudskonkurransene til Direktoratet for eksportkontroll og sanksjoner, brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]". I Direktoratet for utviklingssamarbeid (Norad) sin anbudskonkurranse var det krav om at "[e]tter kontraktsinngåelse skal det gis opplæring i bruk av medieportalen. Norad skal også ha mulighet for support i kontortiden (8-16). Det er behov for en fast kontaktperson fra support som kan kontaktes ved behov, som for eksempel ved endring i søk og oppsett", jf. brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]". Se også brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]" hvor det fremgår av kravlisten at [REDACTED] ønsker "en Leverandør som har [REDACTED]".

- (377) Sykehusinnkjøp HF skriver: "*Ved forrige utlysning måtte leverandør kunne tilby overvåkning på følgende medier for å kunne delta i konkurransen: • Medieovervåkning av åpne kilder på nett • Medieovervåkning av betalingsbaserte kilder på nett • Medieovervåkning av sosiale medier • Medieovervåkning av radio/podkaster/tv, herunder nett-TV • Medieovervåkning av trykte kilder, inkludert medieovervåking av betalingsbaserte nettkilder • Medieovervåkning av trykte kilder, pris per kilde • Analysetjenester • arkivuttak*".<sup>483</sup>
- (378) I Forsvarets anbudskonkurranse i 2023, ble det blant annet stilt følgende minstekrav: portalen skal overvåke trykte medier som leveres som fulltekst i portalen, portalen skal overvåke blant annet nettaviser, norske etermedier og sosiale medier, portalen skal inneholde søkefunksjon i eget arkiv, portalen skal ha et integrert analyseverktøy, personer på kundeservice skal beherske skriftlig og muntlig norsk og leverandøren skal tilby rådgivnings- og analysetjenester.<sup>484</sup> Det fremgår av konkurransegrunnlaget at dersom minimumskravene ikke er oppfylt eller kun delvis oppfylt kan det medføre at leverandøren avvises fra konkurransen.<sup>485</sup>
- (379) I anbudskonkurransene til Digitaliserings- og forvaltningsdepartementet i 2024, Kommunal- og distriktsdepartementet i 2025 og Arbeids- og inkluderingsdepartementet i 2025, ble det blant annet stilt minstekrav om overvåkning av åpne og betalingsbaserte nettkilder, trykte medier og etermedier, at nyhetsklippene skal være tilgjengelig i fulltekst på alle flater<sup>486</sup>, søkeprofiler og søkeord skal settes opp av tilbyder, portalen skal inneholde analysefunksjoner for statistikk og at departementet skal ha en fast kontaktperson til support.<sup>487</sup>
- (380) At det ofte stilles minstekrav i offentlige anbudskonkurranser, fremgår også av høringssvar fra aktører i markedet. Meltwater oppgir at offentlige anbud ofte inneholder høye krav til [redacted].<sup>488</sup> Selskapet skriver:
- "[redacted]"<sup>489</sup>
- (381) Infomedia skriver at "[redacted]"<sup>490</sup>
- (382) Mynewsdesk oppgir i sitt høringssvar at [redacted].<sup>491</sup>
- (383) På bakgrunn av ovennevnte vurderer Konkurransetilsynet at pris, kildetilfang, fulltekstfremvisning, rådgivningstjenester og support, kjennskap til norske medier, bredde i produkttilbudet (i hvilken grad aktøren tilbyr medieanalyse og arkivtjenester) og kvalitet i

[redacted] og at selskapet "vil ha behov for [redacted]".

<sup>483</sup> Brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 7.

<sup>484</sup> Brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, vedlagt dokument "(UO) 4600004148 Medieovervåkning", side 27–41.

<sup>485</sup> Brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, vedlagt dokument "(UO) 4600004148 Medieovervåkning", side 26.

<sup>486</sup> Det fremgår av kravspesifikasjonen at "alle flater" omfatter PC, MAC, nettbrett og mobil.

<sup>487</sup> [Public RFT - Avtale om medieovervåkning](#), dokument "Vedlegg 1 til SSA-L Bilag 1.xlsx", [Public RFT - Avtale om medieovervåkning](#), dokument "Vedlegg 1 til SSA-L Bilag 1.xlsx" og [Public RFT - Avtale om medieovervåkning](#), dokument "4 Vedlegg 1 til SSA-L - Bilag 1\_Medieovervåkning.xlsx". Lesedato 10. april 2025.

<sup>488</sup> Referat fra møte med Meltwater News AS 3. april 2025.

<sup>489</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>490</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 11.

<sup>491</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 10. Mynewsdesk tilbyr "medieanalys i form av en automatisk generert rapport som besvarer de vanligaste/viktigaste spørsmåla", [redacted], jf. brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 11 og 22.

form av blant annet plattformens funksjonalitet/brukervennlighet også er viktige konkurranseparametere i segmentet for offentlige kunder, men at enkelte faktorer er særlig viktige for offentlige kunder da de ofte stilles som minstekrav i anbudskonkurranser.

#### 7.2.1.2 Konklusjon konkurranseparametere

- (384) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at pris, kildetilfang, fulltekstfremvisning, rådgivningstjenester og support, kjennskap til norske medier, bredde i tilbudet (i hvilken grad aktøren tilbyr medianalyse og arkivtjenester) og kvalitet i form av blant annet plattformens funksjonalitet/brukervennlighet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester. Videre er det tilsynets vurdering at enkelte av faktorene er særlig viktige for offentlige kunder, der de ofte stilles som mistekrav i anbudskonkurranser.

### 7.3 Horisontale ikke-koordinerte virkninger

#### 7.3.1 Markedsstruktur

- (385) Samlet konsentrasjonsgrad i markedet og endringen i samlet konsentrasjonsgrad kan gi nyttig informasjon om konkurransesituasjonen og hvordan denne endres som følge av foretakssammenslutningen.<sup>492</sup> Jo høyere markedsandel en virksomhet har, desto mer sannsynlig er det at den har markedsrett, og jo større økning i markedsandel en foretakssammenslutning medfører, desto mer sannsynlig er det at foretakssammenslutningen vil føre til en økning i markedsrett.<sup>493</sup>
- (386) Konkurransetilsynet har lagt til grunn et relevant produktmarked for medieovervåkningstjenester som inkluderer en bred overvåkning av innhold fra ulike kilder og flere mediekanaler, mediearkiv og medianalyse, jf. kapittel 5.2.8. Tilsynet har avgrenset det relevante geografiske markedet til Norge, jf. kapittel 5.3.3.
- (387) Tabell 2 viser omsetning og markedsandeler i det relevante markedet for medieovervåkningstjenester.<sup>494</sup>

**Tabell 2** Omsetning og markedsandeler i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, oppgitt i kroner.<sup>495</sup>

|                           | 2022      |              | 2023      |              | 2024      |              |
|---------------------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| Aktører                   | Omsetning | Markedsandel | Omsetning | Markedsandel | Omsetning | Markedsandel |
| Retriever <sup>496</sup>  |           |              |           |              |           |              |
| Infomedia <sup>497</sup>  |           |              |           |              |           |              |
| Partene samlet            |           |              |           |              |           |              |
| Meltwater <sup>498</sup>  |           |              |           |              |           |              |
| Mynewsdesk <sup>499</sup> |           |              |           |              |           |              |
| Notified <sup>500</sup>   |           |              |           |              |           |              |

<sup>492</sup> Samlet konsentrasjonsgrad måles gjerne med Herfindahl-Hirschmann-indeksen (HHI), jf. Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 16.

<sup>493</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 27.

<sup>494</sup> Markedsandeler er beregnet basert på aktørens omsetning i det relevante markedet.

<sup>495</sup> Konkurransetilsynet har utarbeidet tabellen basert på informasjon mottatt fra aktørene.

<sup>496</sup> Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23. Omsetning knyttet til kunder som utelukkende kjøper mediearkivtjenester i Mediearkivet AS er ikke inkludert i beregningen.

<sup>497</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23.

<sup>498</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 3, vedlagt dokument "(Confidential) Norway Competition Authority Support - March 2025". Omsetning er oppgitt i USD og konvertert til NOK med valutakurs 11,14 per 19. februar 2025.

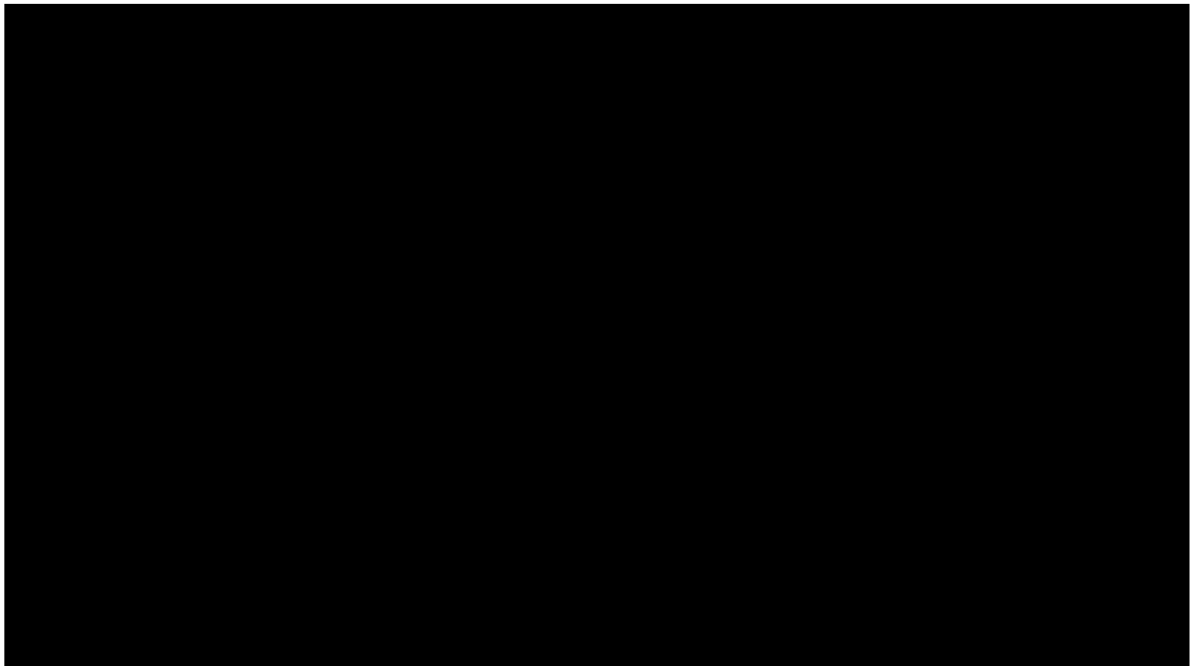
<sup>499</sup> Brev fra Mynewsdesk 20. mars 2025, svar på spørsmål 3, vedlagt dokument "Request for information - Norwegian Competition Act § 24 – competitors". Omsetningen er oppgitt i svenske kroner og konvertert til norske kroner med valutakurs 1,04 per 19. februar 2025.

<sup>500</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 3. Omsetning er oppgitt i USD og konvertert til NOK med valutakurs 11,14 per 19. februar 2025.

|                       |  |       |  |       |  |       |  |  |
|-----------------------|--|-------|--|-------|--|-------|--|--|
| Cision <sup>501</sup> |  |       |  |       |  |       |  |  |
| Totalt                |  | 100 % |  | 100 % |  | 100 % |  |  |

- (388) Det fremgår av tabellen over at partenes markedsandeler har vært relativt stabile i perioden 2022 til 2024. Partene har en samlet markedsandel på ■■■ prosent i 2023 og ■■■ prosent i 2024. Den største aktøren etter partene hadde til sammenligning en markedsandel på ■■■ prosent i 2023 og ■■■ prosent i 2024.
- (389) I 2023 er Herfindahl-Hirschmann-indeksen ("HHI") beregnet til ■■■ uten foretakssammenslutningen og indikerer at markedet er sterkt konsentrert.<sup>502</sup> Etter foretakssammenslutningen vil konsentrasjonen øke til ■■■, som er en økning på ■■■. I 2024 øker HHI i markedet med ■■■, fra ■■■ før fusjonen til ■■■ etter fusjonen. Med foretakssammenslutningen vil markedet bli ytterligere konsentrert.
- (390) Antall aktører som tilbyr medieovervåkningstjenester vil bli redusert som følge av foretakssammenslutningen. Partene vil etter foretakssammenslutningen samlet sett få en høy markedsandel i markedet for medieovervåkningstjenester. I tillegg er endringen i markedsandel stor, noe som indikerer at svekkelsen i konkurransen er betydelig.<sup>503</sup>
- (391) ■■■ en presentasjon til styret i Retriever Aktiebolag i forbindelse med en strategikonferanse i 2023, vist i Figur 4.

**Figur 4** Retrievers vurdering av markedet i Norge, 2023.<sup>504</sup>



- (392) Det fremgår av figuren over at Retriever vurderer ■■■

<sup>501</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, vedlagt dokument "Template question 3".

<sup>502</sup> Herfindahl-Hirschmann-indeksen (HHI) beregnes ved å summere kvadratet av markedsandelene til aktørene i et marked. Kommisjonen opererer i de horisontale retningslinjene med følgende terskelverdier for HHI: Verdier over 2000 er et uttrykk for at markedet har høy konsentrasjon. I et konsentrert marked tilsier endringer på mindre enn 150 at transaksjonen som hovedregel ikke reiser konkurransemessige bekymringer.

<sup>503</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 27, der det fremgår at "the larger the addition of market share, the more likely it is that a merger will lead to a significant increase in market power". Se også M.8900 Wieland/Aurubis Rolled Products/Schwermetall, avsnitt 249.

<sup>504</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "■■■", side 11.

<sup>505</sup> Det er Konkurransetilsynets vurdering at presentasjonen er relevant selv om

Dette på bakgrunn av at omsetningen til Infomedia og Retriever i Norge er knyttet til markedet for medieovervåkningstjenester.<sup>506</sup>

- (393) Konkurransetilsynet har vurdert at offentlige kunder er et eget segment i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 5.4. Dersom foretakssammenslutningen i betydelig grad hindrer effektiv konkurranse innenfor dette segmentet, vil det kunne være et selvstendig inngrepsgrunnlag.<sup>507</sup>
- (394) Tabell 3 viser markedsandeler i et segment for offentlige kunder i Norge.<sup>508</sup>

**Tabell 3** Omsetning og markedsandeler i segmentet for offentlige kunder i Norge, oppgitt i kroner.<sup>509</sup>

|                           | 2022      |              | 2023      |              | 2024      |              |
|---------------------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| Aktører                   | Omsetning | Markedsandel | Omsetning | Markedsandel | Omsetning | Markedsandel |
| Retriever <sup>510</sup>  |           |              |           |              |           |              |
| Infomedia <sup>511</sup>  |           |              |           |              |           |              |
| Partene samlet            |           |              |           |              |           |              |
| Meltwater <sup>512</sup>  |           |              |           |              |           |              |
| Mynewsdesk <sup>513</sup> |           |              |           |              |           |              |
| <b>Totalt</b>             |           | 100 %        |           | 100 %        |           | 100 %        |

<sup>505</sup>

Lesedato 30. april 2025.

<sup>506</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23 og brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23.

<sup>507</sup> Se Underrettens avgjørelse i sak T-251/19 *Wieland-Werke mot Kommisjonen*, avsnitt 67 og Kommisjonens kunngjøring om avgrensning av det relevante markedet, C/2024/1645, avsnitt 88 og 89.

<sup>508</sup> Markedsandeler er beregnet basert på aktørens omsetning i det relevante markedet.

<sup>509</sup> Konkurransetilsynet er ikke kjent med om Cision og Notified har offentlige kunder, men viser til at Cision ikke har deltatt i anbudskonkurranser i Norge de tre siste årene, jf. brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 9. Notified oppgir at de kan ha deltatt i offentlige anbudskonkurranser de tre siste årene, men at de "have not been able to locate any records" jf. brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 5. Konkurransetilsynet har på denne bakgrunn ikke inkludert Cision og Notified i segmentet for offentlige kunder.

<sup>510</sup> Omsetningen er beregnet basert på kundelister mottatt fra Retriever for 2024 der selskapet har definert hvilke kunder som er offentlige, jf. brev fra Retriever Norge AS 6. mai 2025. Konkurransetilsynet har med utgangspunkt i denne oversikten identifisert de fleste av Retrievers kunder i 2022 og 2023. For kunder som har avsluttet kundeforholdet før 2024 har Konkurransetilsynet gjort en vurdering av om kunden er offentlig eller privat. Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23. Omsetning knyttet til kunder som utelukkende kjøper mediearkivtjenester i Mediearkivet AS er ikke inkludert i beregningen.

<sup>511</sup> Infomedia oppgir at offentlige kunder utgjør om lag prosent av deres omsetning. Infomedia har definert offentlige kunder som foretak som er omfattet av det norske anskaffelsesregelverket, jf. brev fra Infomedia Norge AS 7. mai 2025 og brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23.

<sup>512</sup> Meltwater anslår at offentlige anbudskonkurranser prosent av deres årlige omsetning, jf. brev fra Meltwater News AS 6. mai 2025. Konkurransetilsynets analyser av selskapets kundeportefølje for 2022 og 2024 indikerer at omsetningen fra offentlige kunder er prosent, men tilsynet har lagt til grunn prosent ved beregning av markedsandeler i segmentet for offentlige kunder.

<sup>513</sup> Omsetningen er basert på Konkurransetilsynets analyser av selskapets kundeportefølje for 2021, 2022 og 2023, jf. brev fra Mynewsdesk 20. mars 2025, svar på spørsmål 3, vedlagt dokument "Request for information - Norwegian Competition Act § 24 – competitors" og brev fra Mynewsdesk 15. april 2025, vedlagt dokument "14 April Pålegg om å gi opplysninger – konkurranse-loven § 24 – Mynewsdesk". Omsetningen for 2023 er oppgitt i svenske kroner og konvertert til norske kroner med valutakurs 1,04 per 19. februar 2025. Konkurransetilsynet har benyttet Mynewsdesk sin oversikt over kunder vunnet gjennom anbudskonkurranser, kundenes organisasjonsform og individuelle vurderinger for å definere om selskapet er en offentlig kunde.

- (395) Det fremgår av tabellen over at partene har en samlet markedsandel på ■■■ prosent i 2023 og ■■■ prosent i 2024 i et segment for offentlige kunder. Den største aktøren etter partene hadde til sammenligning en markedsandel på ■■■ prosent i både 2023 og 2024.
- (396) I 2023 øker HHI i segmentet for offentlige kunder med ■■■, fra ■■■ før foretakssammenslutningen til ■■■ etter foretakssammenslutningen. I 2024 øker HHI i segmentet for offentlige kunder med ■■■, fra ■■■ før foretakssammenslutningen til ■■■ etter foretakssammenslutningen. HHI indikerer at segmentet for offentlige kunder er sterkt konsentrert, og med foretakssammenslutningen vil segmentet bli ytterligere konsentrert.
- (397) Partene vil etter foretakssammenslutningen samlet sett få en høy markedsandel i et segment for offentlige kunder. I tillegg er endringen i markedsandel stor, noe som indikerer at svekkelsen i konkurransen er betydelig.
- (398) Partene anfører at det ikke er mulig å anslå totalomsetningen i markedet blant annet som følge av at aktører som Google News tilbyr sine tjenester gratis til deres kunder. Partene anfører videre at markedsandeler bør beregnes basert på den totale kundemassen, med utgangspunkt i alle norske foretak som tilfredsstiller visse kriterier. Partene har identifisert en kundemasse bestående av mellom ■■■ og ■■■ selskap basert på ulike terskelverdier. Med en slik avgrensning anslår partene at de får en samlet markedsandel på ■■■ prosent, målt i antall kunder.<sup>514</sup>
- (399) Konkurransetilsynet har vurdert at aktører som tilbyr en smal medieovervåkning og nyhetsaggregatortjenester, ikke inngår i det relevante produktmarkedet, jf. kapittel 5.2.2 og 5.2.5.
- (400) Videre har Konkurransetilsynet lagt til grunn et relevant produktmarked for medieovervåkningstjenester som inkluderer en bred overvåkning av innhold fra ulike mediekilder og flere mediekkanaler, mediearkiv og medieanalyse, jf. avsnitt 5.2.8. Tilsynet vurderer derfor at kun omsetning til aktører som tilbyr en bred medieovervåkningstjeneste skal inkluderes i markedsandelsberegningen.
- (401) Konkurransetilsynet har innhentet omsetningstall fra aktørene i det relevante markedet, og har på bakgrunn av dette beregnet totalomsetningen i markedet for medieovervåkningstjenester og i et segment for offentlige kunder, jf. Tabell 2 og Tabell 3. Samlet sett er det tilsynets vurdering at omsetning og markedsandeler i markedet for medieovervåkningstjenester viser at partene vil få en sterk posisjon i markedet etter foretakssammenslutningen, og at foretakssammenslutningen vil føre til en sterk økning i markedskonsentrasjon. Markedsandelene partene oppnår tilsier at det foreligger en presumsjon for at foretakssammenslutningen forsterker en dominerende stilling både i markedet for medieovervåkningstjenester og et segment for offentlige kunder, jf. Tabell 2 og Tabell 3. Videre vil partene etter foretakssammenslutningen ha en vesentlig høyere markedsandel enn den nest største aktøren i markedet.
- (402) Markedsandeler, konsentrasjonsgrad og endring i konsentrasjon kan gi nyttig informasjon om konkurransesituasjonen i markedet, og hvordan denne endres som følge av foretakssammenslutningen, jf. avsnitt (385). Markedsandeler alene vil imidlertid ikke nødvendigvis gi et fullt bilde av konkurransesituasjonen. For å vurdere hvorvidt foretakssammenslutningen vil føre til ikke-koordinerte konkurransebegrensende virkninger i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, vil Konkurransetilsynet derfor i det videre vurdere konkurransenærhet mellom partene.

### **7.3.2 Konkurransenærhet mellom partene**

#### **7.3.2.1 Innledning**

- (403) Konkurransepresset de fusjonerende virksomhetene utøver på hverandre har stor betydning for foretakssammenslutningens virkninger, jf. avsnitt (356)–(357).

<sup>514</sup> Meldingen, side 33–35 og tilsvaret, side 42–43.

- (404) Ikke-koordinerte virkninger er mer sannsynlig dersom partene leverer tjenester som for kundene utgjør nære substitutter.<sup>515</sup> Partene trenger imidlertid ikke være hverandres næreste konkurrenter for at foretakssammenslutningen i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse.<sup>516</sup> Konkurransetilsynet vil i det følgende vurdere ulike faktorer som har betydning for hvor sterkt konkurransepress partene utøver på hverandre, herunder hvor nære substitutter partenes produkter er.
- (405) Vurderingen av konkurransenærhet er en helhetsvurdering som kan gjøres kvalitativt og/eller kvantitativt. En kvantitativ vurdering kan for eksempel være en analyse av kundeoveranger, en regresjonsanalyse eller en spørreundersøkelse.
- (406) En kvalitativ vurdering tar utgangspunkt i aktørenes tjenestetilbud, og vurderer hvor nært dette tilbudet er etter sentrale konkurranseparametere.<sup>517</sup> Hva som er de sentrale konkurranseparametere bestemmes av hva som er av betydning for kundenes valg av tjeneste, jf. avsnitt (362). Kundenes valg av tjeneste kan også påvirkes av andre, uobserverte egenskaper som kunden verdsetter ved aktørenes tjenester. Dette kan fanges opp av aktørenes egne beskrivelser og vurderinger i interne dokumenter. Slike dokumenter kan derfor ha betydning for konkurransenærhetsvurderingen ettersom de kan gi et inntrykk av vurderingene aktørene selv har gjort av hvilke aktører de konkurrerer hardest mot.<sup>518</sup>
- (407) Hvilke aktører kundene selv vurderer som alternative leverandører, samt hvilke leverandører kundene faktisk har benyttet, er også relevant i en konkurransenærhetsvurdering. I markeder med anbudskonkurranser, kan spesifiserte krav, samt vurderinger av aktørene som har deltatt i anbudskonkurranser være relevant for konkurransenærhetsvurderingen.
- (408) I markeder der kundegrupper skiller seg fra hverandre, kan uobserverte egenskaper som ulike kunder verdsetter også komme til uttrykk ved at aktørene har ulik grad av overlapp i kundegrupper.<sup>519</sup> Der to aktører tiltrekker seg svært ulike typer kunder, vil de normalt utøve et mindre konkurransepress på hverandre.<sup>520</sup>
- (409) I det følgende vurderes konkurransenærhet mellom partene etter de sentrale konkurranseparametere identifisert i kapittel 7.2.1, der det fremgår at pris, kildetilfang, fulltekstfremvisning, rådgivningstjenester og support, kjennskap til norske medier, bredde i produkttilbudet (i hvilken grad de tilbyr medieanalyse og arkivtjenester) og kvalitet i form av blant annet plattformens funksjonalitet/brukervennlighet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester. Videre fremgår det at enkelte av konkurranseparametere er særlig viktige for offentlige kunder, da de ofte stilles som minstekrav i anbudskonkurranser. Deretter vurderes i hvilken grad partene er ansett som nære alternativer for kunder i markedet, konkurransenærhet mellom partene i offentlige anbudskonkurranser og Konkurransetilsynets vurderinger av partenes analyser av kundeoverganger, og tilsynets egne analyser. Til sist vurderes øvrige momenter som er relevante for vurderingen av konkurransenærhet mellom partene.

### 7.3.2.2 Kvalitativ vurdering av konkurranseparametere

#### 7.3.2.2.1 Kildetilfang

<sup>515</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 28.

<sup>516</sup> Vedtak V2015-24 Coop Norge Handel AS – ICA Norge AS, side 20 og Vedtak V2015-1 TeliaSonera AB – TeliaSonera AB (publ) – Tele2 Norge AS/Network Norway AS, side 42. Tilsvarende legges til grunn i sak M.6992 *Hutchinson 3G UK/Telefonica Ireland*, avsnitt 200 med henvisning til Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 28. Se også sak C-376/20 P *Kommisjonen mot CK Telecoms UK Investments*, avsnitt 189.

<sup>517</sup> Konkurransklagenemndas vedtak 16. mars 2022 (V01-2022) om DNB Bank ASA sitt erverv av Sbanken ASA, avsnitt 156.

<sup>518</sup> Konkurransklagenemndas vedtak 16. mars 2022 (V01-2022) om DNB Bank ASA sitt erverv av Sbanken ASA, avsnitt 161.

<sup>519</sup> Kundegrupper kan for eksempel etterspørre ulike kombinasjoner av tjenester, ulikt omfang av tjenester eller stille krav til for eksempel kvalitet eller dokumentasjon. Kundegrupper kan også skille seg etter geografi.

<sup>520</sup> Konkurransklagenemndas vedtak 16. mars 2022 (V01-2022) om DNB Bank ASA sitt erverv av Sbanken ASA, avsnitt 158.

- (410) Konkurransetilsynet viser til at kildetilfang er en viktig konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2. Jo bredere kildetilfang en aktør har, desto sterkere antas det at denne aktøren stiller i konkurransen om kundene.
- (411) Retriever og Infomedia tilbyr begge overvåkning av et bredt spekter av mediekkanaler, herunder overvåkning av nettaviser, trykte medier, etermedier og sosiale medier.<sup>521</sup> Videre har selskapene avtaler med Klareringstjenesten og flere mediehus i Norge, og tilbyr overvåkning av både lokalt og nasjonalt medieinnhold foran og bak betalingsmur, jf. kapittel 4.3.
- (412) At partene har et stort kildetilfang og at de på bakgrunn av dette kan være alternativer for kunder i markedet, fremgår av høringssvar fra enkelte kunder.<sup>522</sup> If Skadeforsikring oppgir at de har benyttet begge parter som medieovervåkningsleverandør, og vurderer at partenes tilbud er relativt likt, men at Retriever tilbyr en bredere overvåkning enn Infomedia.<sup>523</sup>
- (413) Bane NOR skriver at det "[...] kun er Infomedia og Retriever som tilbyr et så stort kildetilfang at det faktisk er en overvåking av alle norske medier, inkludert etermediene og fagmediene".<sup>524</sup>
- (414) I en [redacted] konkurrentanalyse utarbeidet av Retriever i 2023 er [redacted], vist i Figur 3. Dette indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at Retriever vurderer at [redacted].
- (415) Videre fremgår det fra konkurrentanalysen at Retriever vurderer [redacted].<sup>525</sup>
- (416) Det er Konkurransetilsynets vurdering at konkurrentanalysen er relevant, [redacted]. Tilsynet viser til at selskapet i den samme presentasjonen skriver at de møter [redacted], jf. Figur 4.
- (417) At kildetilfang er viktig i konkurransen mellom partene [redacted]<sup>526</sup> "[redacted]"<sup>527</sup>.
- (418) I en intern e-post 20. oktober 2022 fra analysis sales manager, [redacted], til blant annet landssjef i Retriever Norge, [redacted], fremgår det at det [redacted] skriver [redacted].<sup>528</sup>
- (419) Fra Retrievers svar på kravspesifikasjonen, punkt "3.1.3 Portalen skal overvåke norsk innhold i sosiale medier", i siste anbudskonkurranse til Forsvaret i januar 2024, fremgår det at de vurderer [redacted]:  
"[redacted]"

<sup>521</sup> Brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 1 og brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>522</sup> Oslo kommune skriver i evalueringsrapporten i forrige anbud: "Begge leverandørene leverte et svært bredt kildegrunnlag som dekket Oslo- og Akershusområdet godt, og vurderingen er at begge leverandørene får maksimal poengscore på dette kriteriet", jf. brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, vedlagt dokument "Evalueringsrapport medieovervåkning 240228", brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 12, og brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 27.

<sup>523</sup> Brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 12.

<sup>524</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 27.

<sup>525</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 15.

<sup>526</sup> [redacted]  
<sup>527</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>528</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

- <sup>529</sup> [REDACTED]  
[REDACTED] " <sup>530</sup> [REDACTED]
- (420) Retrievers svar på kravspesifikasjonen er utarbeidet i salgssøyemed, og dette kan etter Konkurransetilsynets vurdering påvirke [REDACTED]. Tilsynet vurderer likevel at dokumentet viser at [REDACTED].
- (421) I e-post 10. april 2024 i forbindelse med [REDACTED] fra daværende commercial lead i Infomedia Norge, [REDACTED], til landssjef i Infomedia Norge, [REDACTED] kommer det frem at <sup>531</sup> [REDACTED] skriver til [REDACTED]:  
" [REDACTED]  
[REDACTED] " <sup>532</sup> [REDACTED]
- (422) Dette indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at Infomedia [REDACTED] <sup>533</sup> [REDACTED]
- (423) I e-post 5. april 2024 fra Infomedias salgssjef, [REDACTED], til en potensiell kunde, fremgår det at Infomedia [REDACTED] I e-posten skriver salgssjefen at [REDACTED] <sup>534</sup> [REDACTED]
- (424) Korrespondansen mellom Infomedia og kunden [REDACTED]. Dette kan påvirke salgssjefens [REDACTED]. Konkurransetilsynet vurderer likevel at dokumentet gir innsikt i hvordan Infomedia [REDACTED]. Det er tilsynets vurdering at korrespondansen viser at Infomedia [REDACTED].
- (425) På bakgrunn av ovennevnte interne dokumenter er det Konkurransetilsynets vurdering at partene vurderer hverandre [REDACTED].
- (426) At partene har et stort kildetilfang og at dette kan være et konkurransefortrinn fremgår også av svar fra andre aktører i markedet. [REDACTED] opplyser at [REDACTED] <sup>535</sup> [REDACTED] oppgir at [REDACTED] <sup>536</sup> [REDACTED]
- (427) Kildetilfang vurderes å være spesielt viktig for offentlige kunder, da enkelte offentlige kunder stiller minstekrav knyttet til dette når de anskaffer medieovervåkingstjenester, jf. kapittel 7.2.1.1. Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at enkelte av de offentlige kundene

<sup>529</sup> [REDACTED]

<sup>530</sup> Brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, vedlagt dokument "(UO) 4600004148 Medieovervåkning", side 47.

<sup>531</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>532</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>533</sup> At Infomedia vurderer at [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED], jf. brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>534</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>535</sup> Brev fra [REDACTED]

<sup>536</sup> Brev fra [REDACTED]

vrderer kildetilfanget til Infomedia og Retriever som relativt likt, men at det er noen variasjoner i hvor mange treff kundene får hos de to aktørene. NRK opplyser "*Retriever og InfoMedia [sic] har relativt like medieovervåkningstjenester, men det er flere medieformer for norske medier i Retriever.*"<sup>537</sup>

- (428) Oslo kommune skriver at: "*Når det legges inn søk hos Retriever kommer det opp gode og relevante treff. Under testingen kom det opp flere resultater/antall artikler enn hos Infomedia.*"<sup>538</sup>

- (429) Kristiansand kommune [REDACTED]

[REDACTED]<sup>539</sup>

- (430) Både Infomedia og Retriever har en høy markedsandel i segmentet for offentlige kunder og de har begge vunnet flere offentlige anbudskonkurranser de tre siste årene, jf. Tabell 3 og Tabell 4. På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at både Infomedia og Retriever har et stort kildetilfang som gjør at de kan konkurrere effektivt i konkurransen om offentlige kunder. Dette tilsier etter tilsynets vurdering at partene er nære konkurrenter i segmentet for offentlige kunder.

- (431) Samlet sett er det Konkurransetilsynets vurdering at både Infomedia og Retriever har et stort kildetilfang, og at dette tilsier at partene er nære konkurrenter. Det er videre tilsynets vurdering at kildetilfang er spesielt viktig for offentlige kunder, og at dette tilsier at partene også er nære konkurrenter i dette segmentet.

#### 7.3.2.2.2 Fulltekstfremvisning

- (432) Konkurransetilsynet viser til at fulltekstfremvisning er en konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2.

- (433) Det er kun lisensavtaler som muliggjør fremvisning av fulltekst, for mediehusene som tillater medieovervåkere å vise dette til kundene sine.<sup>540</sup> Fulltekstfremvisning av åpent netttinnhold er kun tilgjengelig for aktører som har inngått avtale med Klareringstjenesten om dette, jf. avsnitt (103) og (106). Fulltekstfremvisning av innhold bak betalingsmur er tilgjengelig kun for aktører som har inngått avtale om distribusjon av innhold med mediehus, jf. avsnitt (100).

- (434) Retriever og Infomedia har avtaler med blant annet Klareringstjenesten [REDACTED] [REDACTED] som tillater at medieovervåkere viser fulltekst av papirinnhold og/eller netttinnhold bak betalingsmur til medieovervåkningskundene sine.<sup>541</sup> Det er [REDACTED]

[REDACTED]<sup>542</sup>

- (435) Konkurransetilsynet vurderer at ovennevnte viser at begge parter kan vise fulltekst av et stort utvalg medier, og at dette isolert sett tilsier at partene er nære konkurrenter. Som nevnt i avsnitt (383) er det tilsynets vurdering at fulltekstfremvisning er spesielt viktig for offentlige kunder. Det er tilsynets vurdering at partenes likhet når det gjelder fulltekstfremvisning, isolert sett, tilsier at partene er nære konkurrenter i dette segmentet.

- (436) Partene anfører at endringen i Schibsted-avtalen fra 1. april 2025, omtalt i avsnitt (102), vil [REDACTED]

[REDACTED]<sup>543</sup>

<sup>537</sup> Brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 12.

<sup>538</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, vedlagt dokument "Evalueringsrapport medieovervåkning 240228", side 5.

<sup>539</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>540</sup> Det er kun Schibsted, DN Media Group og Dagbladet som ikke tillater fulltekstfremvisning, se kapittel 4.

<sup>541</sup> Meldingen, vedlagt dokument "Vedlegg G.1 – Lisensavtaler Retriever" og "Vedlegg G.2 – Lisensavtaler Infomedia", brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>542</sup> Brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 4. Det følger av svar på samme spørsmål at [REDACTED] har tillatelse til å vise kontekstuell informasjon, som ingress og hvilke søkeord som er omtalt i innholdet.

<sup>543</sup> Meldingen, side 39.

- (437) Konkurransetilsynet viser til at kunder i markedet for medieovervåkningstjenester etterspør et bredt kildetilfang, jf. kapittel 5.2.2. Endringen som nå skjer gjelder kun for Schibsteds aviser, og partene kan fortsatt vise fulltekstinnhold fra mediehus som [REDACTED] og [REDACTED] til deres kunder.<sup>544</sup> Videre viser tilsynet til at endringen knyttet til fremvisning av Schibsteds innhold er lik for alle aktører i markedet. Etter tilsynets oppfatning medfører derfor ikke endringen i avtalen med Schibsted en endring i konkurransepresset mellom partene.

### 7.3.2.2.3 Produktbredde

- (438) Konkurransetilsynet viser til at produktbredde er en konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2. Aktører som tilbyr flere produkter gir bedre dekning av behovet til kunder som etterspør flere produkter samlet, og slike aktører vil ha en fordel i konkurransen om disse kundene.
- (439) Retriever og Infomedia er begge spesialisert innen medieovervåkningstjenester og tilbyr et bredt spekter av produkter, herunder medieovervåkning, medieanalyse og mediearkiv, jf. kapittel 4.5.2 og 4.5.1. Infomedia [REDACTED].<sup>545</sup>
- (440) At partene har stor produktbredde fremgår av høringssvar fra enkelte kunder i markedet.<sup>546</sup> Haver oppgir at de i dag kjøper medieovervåkning, medieanalyse og mediearkivtjenester fra Infomedia, og at partene etter foretakssammenslutningen "*vil bli det eneste norske alternativet for omfattende medieovervåkings- og arkivtjenester*".<sup>547</sup> Uno-X beskriver [REDACTED] som leverandører av et bredt tjenestetilbud, som inkluderer medieovervåkning, medieanalyse og arkivtjenester.<sup>548</sup>
- (441) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at både Infomedia og Retriever har et bredt produkttilbud.
- (442) At partene har et relativt likt produkttilbud fremgår også av en [REDACTED] utarbeidet av Retrievers nordiske markedsteam i 2021, vist i Figur 5.

<sup>544</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra Amedia AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 14.

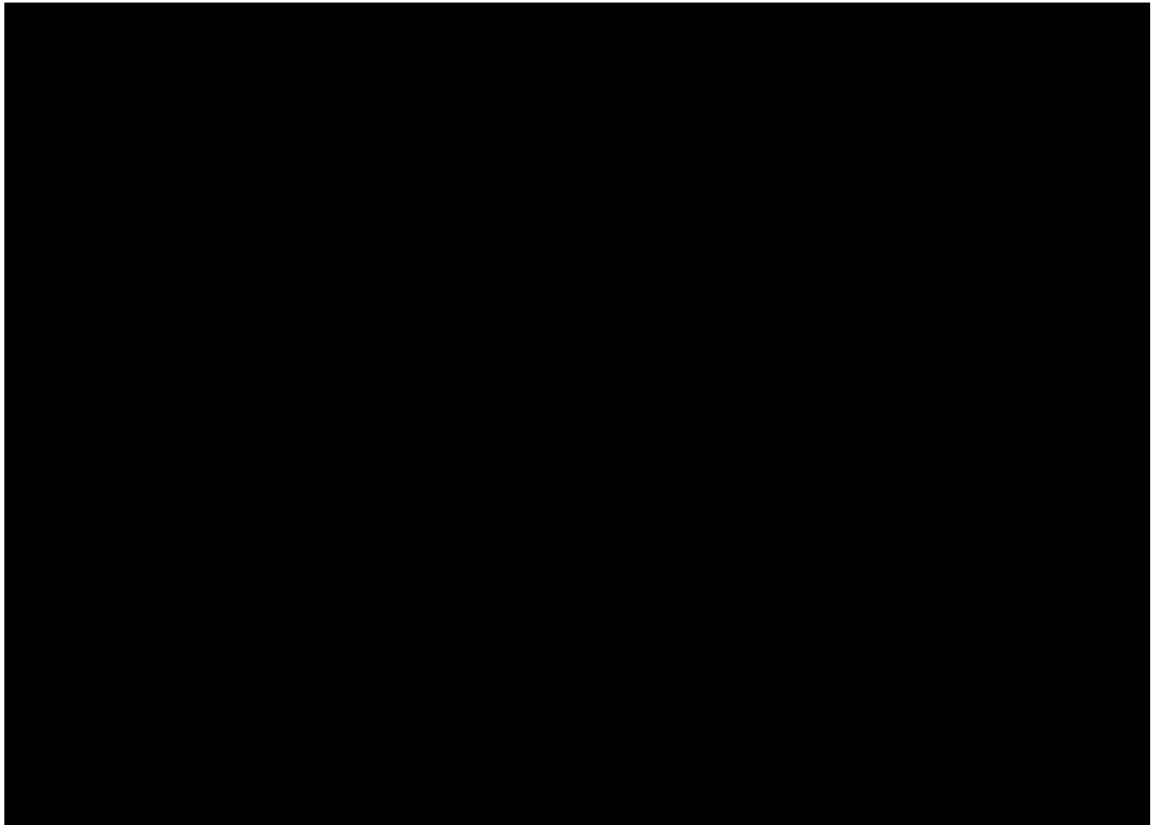
<sup>545</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2.

<sup>546</sup> Circle K skriver at de kjøper [REDACTED], og oppgir [REDACTED], jf. brev fra Circle K AS 24. mars, svar på spørsmål 10 og 13.

Medieovervåkning, medieanalyse og mediearkivtjenester inngikk i anbudet til Sykehusinnkjøp HF og Innovasjon Norge, hvor både Infomedia og Retriever deltok, jf. brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 7 og brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 5 og 16.

<sup>547</sup> Brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 18.

<sup>548</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 6.

**Figur 5**Utklipp fra Nordisk [redacted] for Retriever fra 2021<sup>549</sup>

- (443) Det fremgår av [redacted]. Selv om analysen er fra 2021, vurderer Konkurransetilsynet at den fortsatt gir relevant informasjon om Retrievers vurdering [redacted].
- (444) Infomedia og Retriever tilbyr både kvalitative og kvantitative medieanalyser og partene er de to største tilbyderne av medieanalyser i markedet for medieovervåkningstjenester.<sup>550</sup>
- (445) Det fremgår av enkelte av Retrievers interne dokumenter at de vurderer [redacted]. I en konkurrentanalyse utarbeidet av Retriever i 2023 er [redacted] fremhevet som en av [redacted] styrker, vist i Figur 3. I den samme presentasjonen trekker Retriever frem "[redacted] leverer til deres kunder, jf. Figur 2. Dette indikerer, etter Konkurransetilsynets vurdering, at Retriever vurderer at [redacted] som en konkurransefordel for både Retriever og Infomedia.
- (446) I e-post 31. oktober 2023 fra landssjef i Retriever, [redacted], til chief revenue officer, [redacted] skriver [redacted] at [redacted].<sup>551</sup> Videre er [redacted] trukket frem som en av Retrievers [redacted] i en presentasjon for konsernledelsen i 2024, hvor [redacted]

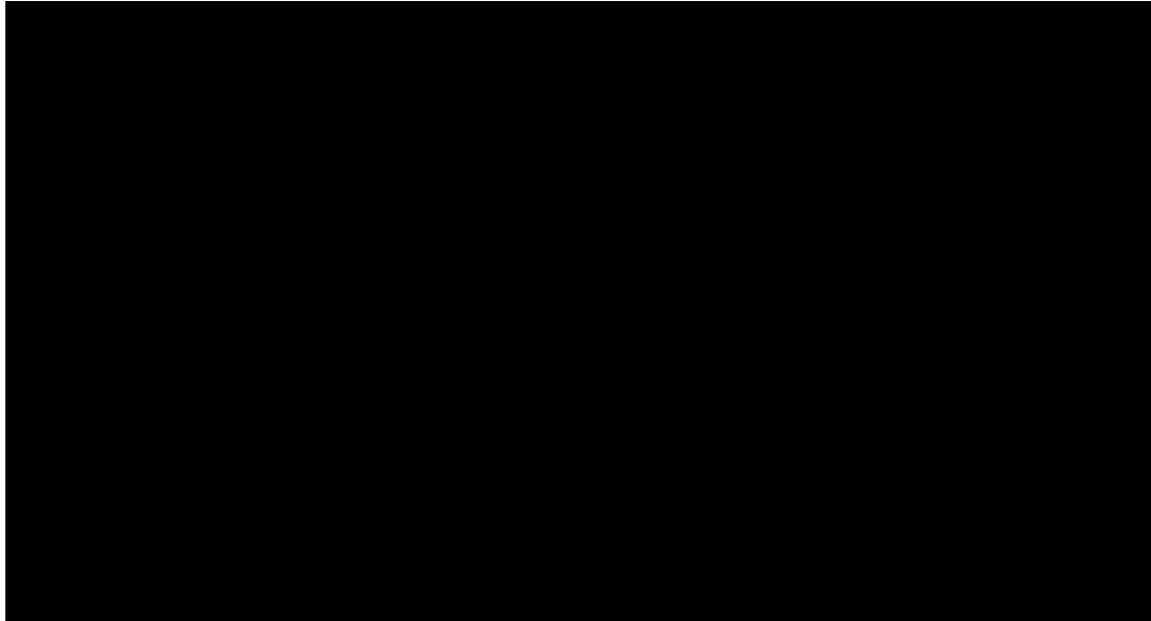
<sup>549</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>550</sup> Retriever omsatte for [redacted] millioner kroner innen kvalitativ medieanalyse i 2024, selskapet har ikke omsetningstall for kvantitativ medieanalyse [redacted] jf. brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23 og 24. Infomedia omsatte for [redacted] millioner kroner innen medieanalyse i 2024, hvorav kvantitativ medieanalyse utgjorde om lag [redacted] prosent, jf. brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 23 og 24. Mynewsdesk og Meltwater hadde en omsetning knyttet til medieanalyse på henholdsvis [redacted] millioner kroner og [redacted] millioner kroner i 2024. [redacted] jf. brev fra Mynewsdesk 20. mars 2025 og brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>551</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

presenterte [REDACTED]. Et utklipp fra presentasjonen er vist i Figur 6.<sup>552</sup>

**Figur 6** [REDACTED], 2024<sup>553</sup>



- (447) Infomedia oppgir at medieanalyse er et [REDACTED] i markedet for medieovervåkningstjenester, og at aktører som ikke tilbyr kvalitative analyser [REDACTED].<sup>554</sup> Dette indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at Infomedia anser medieanalyser [REDACTED], og at dette isolert sett tilsier at partene er nære konkurrenter.
- (448) Etter Konkurransetilsynets vurdering tilsier partens tilbud innen medieanalyse at de er nære konkurrenter.
- (449) I tillegg til medieanalysetjenester tilbyr både Infomedia og Retriever mediearkivtjenester, jf. kapittel 4.5.2 og 4.5.1. Partene er de eneste medieovervåkerne i Norge som i dag selger mediearkivtjenester til slutt kunder, hvor kunden får tilgang til ad hoc-søk i et arkiv av historiske presseklipp fra ulike kilder, jf. kapittel 5.2.3. Mynewsdesk oppgir at Infomedia og Retriever har mediearkiv som kan være viktige i anbudskonkurranser.<sup>555</sup> På Konkurransetilsynets spørsmål om å oppgi sine fem næreste konkurrenter som tilbyr mediearkivtjenester, svarer Infomedia at "[REDACTED]".<sup>556</sup>
- (450) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at det er noen forskjeller i mediearkivtjenestene til Retriever og Infomedia, men at tjenestene likevel tilfredsstillere flere av kundenes behov. Det vises til at Skatteetaten i forbindelse med anbud i 2021 vurderte kvaliteten på arkivtjenesten til hver av partene, herunder bredden og omfanget på mediedekningen, antall år som var omfattet av arkivløsningen og funksjonalitet og brukervennlighet. Retriever fikk best score på tjenesten, med en score på 10, mens Infomedia fikk en score på 9.<sup>557</sup>
- (451) Videre fremgår det fra Universitetet i Bergens tildelingsbrev i 2022 at "[n]år det gjelder arkivsøk så scorer Retriever bedre enn Infomedia Norge AS med en bedre og mer oversiktlig

<sup>552</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>553</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>554</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, svar på spørsmål 11.

<sup>555</sup> Referat fra møte med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>556</sup> Brev fra Infomedia Norge AS, 21. februar 2025, svar på spørsmål 20.

<sup>557</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 5.



- (460) Samlet sett er det Konkurransetilsynets vurdering at aktørene i markedet, kundene, og [REDACTED], viser at både Retriever og Infomedia har et stort mediearkiv, og at partenes mediearkivtjenester vurderes som relativt like. Dette tilsier isolert sett at partene er nære konkurrenter.
- (461) Konkurransetilsynet vurderer videre at produktbredde er særlig viktig for offentlige kunder, jf. avsnitt (383). Dette skyldes at enkelte offentlige kunder enten stiller krav om at leverandøren skal levere flere produkter samlet, eller har dette med som et evalueringskrav i anbudskonkurranser. Både Infomedia og Retriever har deltatt i og vunnet flere offentlige anbudskonkurranser der medieanalyse og/eller mediearkiv omfattes av tjenestene som etterspørres.<sup>564</sup>
- (462) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at aktører som tilbyr bredde i form av å både medieovervåking og andre tjenester, som medieanalyse og mediearkiv, har en konkurransefordel i segmentet for offentlige kunder, og at dette tilsier at partene er nære konkurrenter i dette segmentet.
- (463) På bakgrunn av overnevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at partenes produktbredde isolert sett tilsier at de er nære konkurrenter.

#### 7.3.2.2.4 Support- og rådgivningstjenester

- (464) Konkurransetilsynet viser til at support- og rådgivningstjenester er en viktig konkurranseparameter i markedet for medieovervåkingstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2.
- (465) Både Retriever og Infomedia tilbyr en bredde i deres support- og rådgivningstjenester, blant annet egne kontaktpersoner for deres kunder, bistand til oppsett av relevante søk, filtrering av irrelevante treff, opplæring i verktøy, webinar, medierådgivning og kundeservice via telefon, jf. avsnitt (465).<sup>565</sup>
- (466) Det fremgår av Figur 2 at Retriever vurderer at [REDACTED] er en verdi for kunder av Retriever. Dette tilsier etter Konkurransetilsynets vurdering at Retriever vurderer at de [REDACTED].
- (467) Uttalelser fra enkelte kunder i markedet understøtter at Infomedia og Retriever har gode support- og rådgivningstjenester. NBBL opplyser at de ikke har vurdert andre medieovervåkere etter de inngikk avtale med Retriever da selskapet "[...] har gode produkter, leverer det vi trenger, har god service og er et selskap det er positivt å være kunde hos".<sup>566</sup>
- (468) Bane NOR skriver at "[REDACTED]".<sup>567</sup>
- (469) Videre skriver Bane NOR at en av faktorene som var viktig for valg av leverandør når de inngikk kontrakt med Retriever, var at "[d]et teamet av personer vi fikk dedikert hadde en god, bred og relevant bakgrunn".<sup>568</sup>
- (470) At support- og rådgivningstjenester er viktig i konkurransen mellom partene, [REDACTED]. I en [REDACTED] utarbeidet av Retriever i 2023 er [REDACTED] fremhevet som [REDACTED], vist i Figur 3. Retriever opplyser at å [REDACTED] er en måte selskapet [REDACTED].<sup>569</sup> Konkurransetilsynet viser til at [REDACTED] er presentert i Retriever Aktiebolags styre og er utarbeidet i oktober 2023. Det er tilsynets vurdering at den fortsatt er

<sup>564</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 22. Mediearkivarkiv og medieanalyse inngikk i vurderingen ved tildeling av Skatteetatens anbudskontrakt i 2021, jf. brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2 og 5.

<sup>565</sup> [Kontakt Infomedia, Retriever- Trenger du kundestøtte?, Bli med på våre gratis webinarer, Retriever Academy](#). Lesedato 29. april 2025.

<sup>566</sup> Brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>567</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 6.

<sup>568</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 5.

<sup>569</sup> Brev fra Retriever Norge AS 4. april 2025, svar på spørsmål 3.

relevant, og at Retriever vurderer at det å [redacted] som en [redacted].

- (471) Videre vises det til en e-postkorrespondanse 13. februar 2023 mellom key account manager, [redacted], til analysis sales manager, [redacted], hvor det fremgår at Retriever har [redacted], og at [redacted]

skriver:

Som svar på e-posten skriver

570

- (472) I e-post 27. januar 2022 sendt fra key account manager, [redacted] til blant annet landssjef i Retriever, [redacted], opplyser [redacted] om at [redacted]

571

- (473) I Retrievers [redacted] presentert juni 2024, står det at "[redacted]

". Videre fremgår det av presentasjonen at "[redacted]

". 572

- (474) Det er Konkurransetilsynets vurdering at Retriever vurderer Infomedia [redacted]. Retrievers interne dokumenter viser etter tilsynets vurdering at dette [redacted].

- (475) At support- og rådgivningstjenester er viktig i konkurransen [redacted]. I en e-postkorrespondanse fra 4. januar 2022 diskuterer head of sales i Infomedia, [redacted], og landssjef i Infomedia, [redacted], om [redacted]

573

- (476) I e-post 19. november 2023 fra daværende commercial lead i Infomedia, [redacted], til landssjef i Infomedia, [redacted], kommer det frem at [redacted]

skriver

574

- (477) Det er Konkurransetilsynets vurdering at [redacted] Infomedia anser Retriever [redacted]

- (478) Konkurransetilsynet vurderer videre at support- og rådgivningstjenester er særlig viktig for offentlige kunder, der dette kan være stilt som minimumskrav i anbudskonkurransen eller blir vektlagt som et evalueringskrav, jf. avsnitt 7.2.1.1.<sup>575</sup>

<sup>570</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>571</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>572</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>573</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>574</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>575</sup> I anbudskonkurransen til Kulturdirektoratet i 2023 ble det blant annet stilt absolutt krav om at "[l]everandøren skal bistå slik at søk blir satt opp med gode filtre for å få mest mulig relevante treff" og "[b]er om at fast kontaktperson, for avtalerelaterte spørsmål" jf. [Medieovervåkings- og pressemeldingstjeneste](#), "Vedlegg 1 - Bilag SSA-L 23-5504". Lesedato 25. april 2024. Se også et av kravene stilt fra Direktoratet for eksportkontroll og sanksjoner om at "[t]ilbyderen skal levere støtte/supporttjeneste hverdager mellom klokken 9-15", jf. brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]". NHH hadde blant annet følgende krav: "Support/service/brukerstøtte (bør være min. tilgjengelighet fra

- (479) Dette kan illustreres av NHHs meddelelse om tildeling av kontrakt, hvor det under deres evaluering av kvalitet på teknisk løsning fremgår at [REDACTED]<sup>576</sup> Landbruks- og matdepartementet vurderte i sin anbudskonkurranse om medieovervåkning at: [REDACTED]

[REDACTED]<sup>577</sup>

- (480) Support og service ble vektet med 15 prosent i anbudskonkurransen til Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet ("NTNU").<sup>578</sup> I evalueringen ble det [REDACTED] til Infomedia og Retriever.<sup>579</sup>

- (481) Brukerstøtte og service var et tildelingskriterium i anbudskonkurransen til Vestland fylkeskommune, hvor kriteriet ble vektlagt 20 prosent.<sup>580</sup> I kontraktstildelingen skriver fylkeskommunen at på tildelingskriteriet brukerstøtte og service [REDACTED]

[REDACTED]<sup>581</sup>

- (482) Det er Konkurransetilsynets vurdering at ovennevnte tilsier at Infomedia og Retrievers support- og rådgivningstjenester, isolert sett, trekker i retning av at partene er nære konkurrenter i segmentet for offentlige kunder.

- (483) På bakgrunn av vurderingene i dette kapitlet er det Konkurransetilsynets vurdering at Infomedia og Retrievers support- og rådgivningstjenester, tilsier at partene er nære konkurrenter.

#### 7.3.2.2.5 Kjennskap til norske medier

- (484) Konkurransetilsynet viser til at kjennskap til norske medier er en konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2.

- (485) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at det er viktig at aktøren har kjennskap til norske medier, jf. kapittel 5.3.2 og 7.2.1.2. Etter tilsynets vurdering kan selskaper med norske ansatte eller annen tilknytning til Norge tilby en dypere forståelse og mer presis analyse av norske nyheter og medietrender, sammenlignet med internasjonale aktører som opererer fra utlandet.

- (486) Infomedia og Retriever har begge ansatte i Norge, jf. henholdsvis avsnitt (122) og (127). Av Infomedias ansatte er det [REDACTED] som arbeider med rådgivning, [REDACTED] som arbeider med support og [REDACTED] som arbeider med analyse.<sup>582</sup> Blant Retrievers ansatte er det [REDACTED] som arbeider med support og [REDACTED] som arbeider med analyse.<sup>583</sup>

- (487) Omstendigheten at begge partene har ansatte i Norge som arbeider mot de norske kundene til konsernene innebærer at selskapene har kjennskap til norske medier, som isolert sett trekker i retning av at partene er nære konkurrenter.

#### 7.3.2.2.6 Funksjonalitet og brukervennlighet

08:00-16:00 man-fre i ordinære arbeidsdager" jf. brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2.

<sup>576</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2–3.

<sup>577</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2.

<sup>578</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 1.

<sup>579</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2.

<sup>580</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 1.

<sup>581</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2.

<sup>582</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 7. mai 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>583</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. mai 2025, svar på spørsmål 1.

- (488) Konkurransetilsynet viser til at kvalitet i form av blant annet plattformens funksjonalitet/brukervennlighet er en konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2.
- (489) Haver oppgir at det er lite som skiller Infomedia og Retriever når det gjelder "kvalitet, tjenestene som tilbys, og pris, og at det er mindre forskjeller når det gjelder brukergrensesnitt". Videre skriver selskapet at "[v]alget falt på den leverandøren vi har vært mest fornøyd med tidligere, særlig med tanke på brukergrensesnitt".<sup>584</sup>
- (490) I svar fra If Skadeforsikring er "tjenestens brukervennlighet" trukket frem som en av grunnene til at de byttet leverandør fra Infomedia og Retriever.<sup>585</sup>
- (491) DFØ gjennomførte en anbudskonkurranse i 2025, og oppgir at "Infomedia leverte et tilbud som [redacted]. Kvaliteten [redacted]. Infomedias [redacted]".<sup>586</sup>
- (492) At tjenestens funksjonalitet og brukervennlighet har betydning for konkurransen [redacted], fremgår av Retriever sine interne dokumenter. Det vises til e-post 24. august 2023 fra landssjef i Retriever, [redacted], til chief product officer, [redacted], og head of UX design, [redacted], der [redacted] trekker frem [redacted] skriver:
- [redacted]
- [redacted]<sup>587</sup>
- (493) Bakgrunnen for e-posten er [redacted]. Det er Konkurransetilsynets vurdering at dette viser at funksjonalitet og brukervennlighet er viktig for kunder, og at Retriever, isolert sett, vurderer at Infomedia er [redacted].
- (494) Det fremgår også av Infomedia sine interne dokumenter at funksjonalitet og brukervennlighet har betydning for konkurransen [redacted]. I e-post 19. september 2024 fra senior client executive, [redacted], til Infomedias salgssjef, [redacted], skriver [redacted] at [redacted]. Bakgrunnen for e-posten er en henvendelse fra [redacted] i forbindelse med [redacted] han ber om [redacted].
- [redacted]<sup>588</sup>
- (495) Funksjonalitet og brukervennlighet er viktig for offentlige kunder, og inngår ofte som en del av evalueringskriteriene i anbudskonkurranser.<sup>589</sup> Både Infomedia og Retriever har en høy

<sup>584</sup> Brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 7 og 11.

<sup>585</sup> Brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 5.

<sup>586</sup> Referat fra telefonsamtale med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025.

<sup>587</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [redacted].

<sup>588</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [redacted].

<sup>589</sup> Innovasjon Norge oppgir at "brukervennlighet i løsningen" er et av kriteriene de vurderte ved valg av leverandør i forrige anbudskonkurranse, jf. brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 5. I anbudskonkurransen til Kulturdirektoratet i 2023 ble det blant annet stilt absolutt krav til at "Søkefunksjon der man kan skille mellom papir, nett og andre kilder", mens blant kravene som må oppfylles, men der det finnes ulike måter å oppfylle disse på var blant annet at portalen skal være intuitiv og brukervennlig, og at brukeren selv skal kunne lage oversikt over treff som kan sorteres, benytte statistikkverktøy og administrere brukere og sette opp egne varsler, jf. [Medieovervåknings- og pressemeldingstjeneste](#), "Vedlegg 1 - Bilag SSA-L 23-5504". Lesedato 25. april 2024. Høgskulen på Vestlandet skriver at i forrige anbudskonkurranse vektla selskapet "pris, teknisk løsning og brukerstøtte. Teknisk og funksjonell løsning: 60%, Totale kostnader 40%", jf. brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 4. Forsvaret oppgir at funksjoner og brukervennlighet er viktig ved valg av leverandør, og hadde både minstekrav og evalueringskrav knyttet til





- (505) Ovennevnte viser at Retriever og Infomedia møter hverandre hyppig i offentlige anbudskonkurranser og at partene [REDACTED] leverandørene som deltar. Samlet viser dette etter Konkurransetilsynets vurdering at partene er nære konkurrenter.
- (506) At Infomedia og Retriever [REDACTED] i anbudskonkurranser fremgår av [REDACTED] interne dokumenter. I en e-post 5. november 2024 fra landssjef i Retriever, [REDACTED], til landssjef i Infomedia, [REDACTED], etterspør [REDACTED] anbudsdata og oversikter over kundeflyt fra Infomedia. [REDACTED] skriver at "[REDACTED]".<sup>600</sup> Som svar på e-posten skriver [REDACTED]:  
 "[REDACTED]".  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]  
 "[REDACTED]"<sup>601</sup>
- (507) Det er Konkurransetilsynets vurdering at ovennevnte viser at både Infomedia og Retriever vurderer [REDACTED] i anbudskonkurranser. Dette tilsier isolert sett at de anser [REDACTED] i anbudskonkurranser.
- (508) At Infomedia vurderer [REDACTED] anbudskonkurranser fremgår også av en e-post 18. januar 2022, fra daværende salgssjef i Infomedia, [REDACTED], til ledere i Infomedia i Norge, Sverige og Danmark. I e-posten skriver [REDACTED].<sup>602</sup>
- (509) I en e-post 20. april 2023 i forbindelse med [REDACTED] spør landssjef i Infomedia Norge, [REDACTED], til daværende commercial lead, [REDACTED], [REDACTED].<sup>603</sup>
- (510) At Infomedia [REDACTED], indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at Infomedia anser [REDACTED].
- (511) I en e-post 5. april 2024 [REDACTED] Infomedia Norge, [REDACTED].<sup>604</sup> Det er Konkurransetilsynets vurdering at dette viser at Infomedia vurderer [REDACTED] i offentlige anbudskonkurranser.
- (512) Infomedia har [REDACTED]. Det er likevel Konkurransetilsynets vurdering at de øvrige interne dokumentene som vist til over, tilsier at de anser [REDACTED] i anbudskonkurranser.
- (513) At Retriever vurderer [REDACTED] i anbudskonkurranser fremgår av selskapets interne dokumenter. I en e-post 22. november 2023 fra analysis sales manager, [REDACTED], til sales manager, [REDACTED], og landssjef i Retriever, [REDACTED], fremgår det at [REDACTED].<sup>605</sup>
- (514) Dette viser etter Konkurransetilsynets vurdering at Retriever anser [REDACTED] konkurrent i anbudskonkurranser, og at Retriever [REDACTED].

<sup>600</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>601</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>602</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>603</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>604</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>605</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

- (515) I en presentasjon for styret i Retriever Aktiebolag 5. desember 2023 kommer det frem at Retriever [REDACTED]  
[REDACTED]<sup>606</sup>
- (516) I e-post 9. januar 2024 fra Retrievers landssjef, [REDACTED], til landssjef i Retriever Sverige, [REDACTED], administrerende direktør i Retriever Finland, [REDACTED], og administrerende direktør i Retriever Danmark, [REDACTED], skriver [REDACTED] at:  
[REDACTED]<sup>607</sup>
- (517) Bakgrunnen for e-posten er [REDACTED]  
[REDACTED]<sup>608</sup>
- (518) Det er Konkurransetilsynets vurdering at ovennevnte interne dokumenter viser at Retriever anser [REDACTED] i anbudskonkurranser, og at Retriever vurderer at de [REDACTED] i anbudskonkurranser.
- (519) Det at partene deltar i de samme anbudskonkurransene, ofte [REDACTED] aktørene som inngir tilbud, og har en [REDACTED] vinnerrate, tilsier at disse kundene anser partene som de to mest konkurransedyktige aktørene. At dette er sentralt for analysen av konkurransenærhet, er også noe som fremgår av Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, hvor det fremgår at:  
*"a merger between two producers offering products which a substantial number of customers regard as their first and second choices could generate a significant price increase. Thus, the fact that rivalry between the parties has been an important source of competition on the market may be a central factor in the analysis."*<sup>609</sup>
- (520) Partenes deltakelse og rangering i anbudskonkurranser er etter Konkurransetilsynets vurdering et uttrykk for deres konkurransekraft, og tilsier at de utøver et effektivt konkurransepress overfor hverandre, jf. avsnitt (499).
- (521) Melder anfører at anbudskonkurranser generelt er av mindre betydning i markedet, og viser til at "[t]apte anbudskonkurranser varierer fra år til år, men utgjør ikke mer enn [REDACTED] % av kundeavganger. Samtidig står vunnede anbudskonkurranser bak ca. [REDACTED] til [REDACTED] % av nye kunder i de siste årene."<sup>610</sup>
- (522) Konkurransetilsynet viser til at omsetning fra kunder vunnet gjennom offentlige anbudskonkurranser utgjør om lag [REDACTED] prosent av partenes samlede omsetning.<sup>611</sup> Videre viser tilsynet til at partene deltar aktivt i anbudskonkurranser, jf. Tabell 4. Partenes interne dokumenter tilsier etter tilsynets vurdering at Infomedia og Retriever [REDACTED]. På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at offentlige anbudskonkurranser er viktig for partene.
- (523) Konkurransetilsynet vurderer at partenes deltakelse og vinnerrate i offentlige anbudskonkurranser viser at de er konkurransedyktige overfor offentlige kunder, og at dette isolert sett tilsier at de er nære konkurrenter. Videre er det tilsynets vurdering at partenes interne dokumenter indikerer at partene vurderer hverandre [REDACTED] i

<sup>606</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 13.

<sup>607</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>608</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>609</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 28.

<sup>610</sup> Meldingen, side 39.

<sup>611</sup> Infomedia oppgir en omsetning fra offentlige anbudskontrakter på [REDACTED] kroner i 2024, jf. brev fra Infomedia Norge AS 7. mai 2025. Retriever oppgir at de har en omsetning fra offentlige anbudskontrakter på [REDACTED] kroner i 2024, jf. brev fra Retriever Norge AS 7. mai 2025. Total omsetning til partene i markedet for medieovervåkningstjenester var [REDACTED] millioner kroner i 2024, jf. tabell 2. Det er Konkurransetilsynets vurdering at Retrievers omsetning fra offentlige anbudskontrakter kan være noe høyere ettersom Retriever i denne beregningen kun har inkludert kunder hvor de har identifisert at kunden har gjennomført en anbudskonkurranse i perioden 2021 til 2024.

anbudskonkurranser. På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at partene er hverandres næreste konkurrenter i offentlige anbudskonkurranser.

- (524) Konkurransetilsynets vurderinger av partenes kildetilfang, fulltekstfremvisning, produktbredde, support- og rådgivningstjenester, kjennskap til norske medier og Funksjonalitet og brukervennlighet i kapittel 7.3.2.2, tilsier at partene er nære konkurrenter i segmentet for offentlige kunder. Denne vurderingen understøttes av resultatene fra anbudsanalysen, jf. avsnitt (523). Dette tilsier etter tilsynets vurdering at partene er hverandres næreste konkurrenter i segmentet for offentlige kunder.
- (525) Partene anfører at det ikke kan legges vekt på anbudskonkurranser for [REDACTED], eller interne dokumenter som omhandler anbudskonkurranser i samme tidsrom. Partene begrunner dette med at [REDACTED] i [REDACTED] kunne [REDACTED] pris enn i dag, og at [REDACTED] ikke var tilgjengelig for offentligheten på samme måte som i dag.<sup>612</sup>
- (526) Konkurransetilsynet er ikke enig i partenes vurdering, og vurderer at anbudskonkurranser gjennomført i [REDACTED] gir et godt og representativt grunnlag for å vurdere konkurranseforholdene i segmentet for offentlige kunder. Anbudskonkurransene anses også som relevante ved vurderingen av dagens markedssituasjon og konkurransenærheten mellom aktørene i det relevante markedet. Denne vurderingen er basert på flere forhold.
- (527) For det første viser Konkurransetilsynet til at endring i fulltekstfremvisning av innhold kun gjelder for Schibsteds aviser, og at Schibsted endret avtalen sin på samme måte for alle aktører i markedet, jf. avsnitt (437). Denne endringen i seg selv tilsier derfor ikke endrede konkurranseforhold mellom de tilstedeværende aktørene. Tilsynets informasjonsinnhenting indikerer at det heller ikke har vært en endring i hvilke aktører som har deltatt i anbudskonkurranser i 2024 og 2025, sammenlignet med [REDACTED].<sup>613</sup> Videre har offentlige kunder både tildelt anbudskontrakter og utlyst nye anbud etter at de har blitt kjent med endringen til Schibsted.<sup>614</sup> Tilsynet har derfor ikke grunnlag for å legge til grunn en endret konkurransesituasjon innen offentlige anbud basert på endringer Schibsted gjorde i sine avtaler fra og med april 2025.
- (528) For det andre viser Konkurransetilsynet til at lisensavgiften medieovervåkerne betaler til Schibsted er lik for alle aktører i markedet, [REDACTED]. Gjennom [REDACTED] [REDACTED]<sup>615</sup> [REDACTED], jf. kapittel 7.3.2.6.2. Det er tilsynets vurdering at [REDACTED]

<sup>612</sup> Tilsvaret, side 25.

<sup>613</sup> Vurderingen er basert på en gjennomgang av anbudsdata innhentet fra aktører i markedet, jf. brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, vedlagt dokument "Vedlegg C Anbud 2021-2024" og brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 22, brev fra Mynewsdesk 20. mars 2025, brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 2. Videre er vurderingen basert på høringssvar fra kunder og konkurrenter, offentlig tilgjengelig informasjon om tildeling av anbudskontrakter og partenes interne dokumenter, jf. brev fra Husbanken 29. april 2025, brev fra Norges Handelshøyskole 1. april 2025, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, referat fra telefonsamtale med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025, referat fra møte med Meltwater News 3. april 2025, Norad – Direktoratet for utviklingssamarbeid anbud: [Tjenester knyttet til medieovervåking og medieanalyse | Doffin, Database for offentlige anskaffelser](#), brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", brev fra Retriever Norge AS 10. juni 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>614</sup> Politiets Fellestjenester, Bergen Kommune og Innovasjon Norge har utlyst anbud etter at tilgangen til innhold fra Schibsted ble stengt 1. april 2025, jf. [Anskaffelse av medieovervåking | Doffin, Database for offentlige anskaffelser](#), [IK-FOR 066-2025 Medieovervåking | Doffin, Database for offentlige anskaffelser](#) og [Medieovervåking | Doffin, Database for offentlige anskaffelser](#). DFØ og Husbanken var kjent med at de ikke får fulltekstinnsinnhold fra Schibsted ved tildeling av kontrakter i 2024 og 2025, jf. brev fra Husbanken 29. april 2025 og referat fra møte med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025. Endringer i fulltekstfremvisning av innhold fra Schibsted fremgår også av Infomedias tilbud til Oslo kommune datert 25. januar 2024 og i løsningsbeskrivelsen til Norges Handelshøyskole 26. oktober 2024, hvor det fremgår at dette er likt for alle medieovervåkere, jf. brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025 vedlagt dokument "[REDACTED]" og "[REDACTED]".

<sup>615</sup>

[REDACTED], jf. Meldingen, vedlagt dokument "Vedlegg G.1 - Lisensavtaler Retriever", side 137.

isolert sett ikke vil endre på konkurranseforholdet mellom aktørene i offentlige anbudskonkurranser, men at

<sup>616</sup>

- (529) For det tredje viser Konkurransetilsynet til at offentlige kunder i anbudskonkurranser ofte etterspør et bredt kildetilfang, fulltekstfremvisning, bredde i tilbudet (i hvilken grad aktøren tilbyr medieanalyse og/eller arkivtjenester) og menneskelige faktorer som rådgivning, jf. avsnitt (383). Slike krav gjør at løsninger, slik de foreligger i dag, fremstår som lite relevante alternativer for denne delen av markedet. Tilsynet har videre vurdert at ikke vil etablere seg som effektive konkurrenter til medieovervåkerne i nær fremtid, jf. kapittel 7.3.6.4.2.
- (530) Konkurransetilsynet vurderer på denne bakgrunn at anbudskonkurranser gjennomført i gir et relevant bilde av konkurransesituasjonen i markedet for medieovervåkningstjenester. Videre viser tilsynet til at partenes deltakelse og rangering i offentlige anbudskonkurranser i viser at de er konkurransedyktige i offentlige anbudskonkurranser, og at de over tid har vært hverandres næreste konkurrenter i offentlige anbudskonkurranser, jf. avsnitt (523).

#### 7.3.2.4 Diversjon mellom partene

- (531) Partene har estimert diversjonsrater mellom Infomedia og Retriever for årene 2022, 2023 og 2024.<sup>617</sup> Resultatene fra partenes analyser viser en estimert diversjon fra Retriever til Infomedia på prosent i gjennomsnitt for perioden 2022–2023.<sup>618, 619</sup> Fra Infomedia til Retriever er tilsvarende estimert diversjon prosent.<sup>620</sup>
- (532) Ifølge partene viser resultatene at diversjonen mellom selskapene er det er relativt få tilbydere av tradisjonell medieovervåkning.<sup>621</sup> Videre indikerer dette ifølge partene at konkurransepresset mellom dem er av begrenset betydning for det samlede konkurransepresset partene står overfor.<sup>622</sup>
- (533) Grunnlaget for partenes analyse er partenes kundelister fra 2022–2024. Med unntak av totalt ti identifiserte konkurser blant partenes totale antall tapte kunder i 2022–2023<sup>623</sup>, legges det i partenes analyse til grunn at samtlige av de kundene en part har tapt, som ikke dukker opp i den andre partenes kundelister, har gått til en annen dedikert medieovervåker eller løser sitt behov for medieovervåkning på en annen måte.<sup>624</sup> Basert på dette konkluderes det med at det finnes alternativer for kundene som effektivt disiplinerer partene.
- (534) Det er Konkurransetilsynets vurdering at partenes analyse er mangelfull. Tilsynet har gjennomgått analysene, og blant annet funnet observasjoner kategorisert som kundeoverganger, der kunden likevel er kunde av samme selskap året etter. I tillegg har

<sup>616</sup> Schibsted oppgir at bakgrunnen for

. Konkurransetilsynet tolker utsagn fra Schibsted at

, jf. brev fra Retriever Norge AS 28. april 2025, brev fra Infomedia Norge AS 28. april 2025, brev fra Mynewsdesk 15. april 2025, brev fra Meltwater News AS 23. april 2025, og brev fra Schibsted Media AS 4. april 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>617</sup> Partene beskriver at "Churn-analysen ble utført ved å krysskoble innkommende og utgående kunder mellom Retriever og Infomedia. Alle nye kunder hos Retriever ble matchet med de som forlot Infomedia, og alle kunder som forlot Retriever ble matchet med Infomedias nye kunder. Vi definerer en kunde som churnet fra aktør A til aktør B når avgangsdato hos A er mindre enn seks måneder før tilgangsdato hos B. Om det er mer enn seks måneder mellom avgangsdato og tilgangsdato, blir dette ikke ansett som et bytte mellom partene", jf. Meldingen, vedlagt dokument "Vedlegg H - Nærmere redegjørelse for utregning av markedsandeler og diversjon", side 2.

<sup>618</sup> Meldingen, tabell 6, side 35–36.

<sup>619</sup> For 2024 benyttes tall fra 1. januar til 31. oktober. Det oppgis at det ikke kan utelukkes at kundeoverganger er upåvirket av transaksjonen, og beregninger for dette året tas derfor ikke med i gjennomsnittsberegningen. Se meldingen, "Vedlegg H - Nærmere redegjørelse for utregning av markedsandeler og diversjon", side 2.

<sup>620</sup> Meldingen, tabell 6, side 35–36.

<sup>621</sup> Meldingen, avsnitt 185.

<sup>622</sup> Meldingen, side 35 og 36.

<sup>623</sup> Meldingen, tabell 6, side 35–36.

<sup>624</sup> Meldingen, side 36.

tilsynet funnet to tilfeller der enheter på den samme kontrakten er registrert som flere kundeoverganger. Dette forklares nærmere i avsnitt (537) og Tabell 5.

- (535) Videre er det Konkurransetilsynets vurdering at partenes analyse av kundeoverganger gir et uriktig bilde av konkurransepresset mellom partene. Det er to hovedgrunner til dette. For det første er det en relativt stor gruppe med kunder som ikke er gjort rede for. Denne gruppen kan bestå av kunder som ikke lenger har behov for medieovervåkningstjenester, og derfor må regnes som å ha gått ut av markedet. Å inkludere slike kunder i analysen kan undervurdere diversjonen mellom partene. Tilsynet har innhentet mer informasjon om denne gruppen, jf. avsnitt (538)–(539).
- (536) For det andre karakteriseres markedet for medieovervåkningstjenester av en differensiert kundegruppe, der kundene genererer varierende omsetning for selskapene. I et marked med en slik karakteristikk gir inntektsdiversjon, i.e. diversjon vektet etter kundenes størrelse (generert omsetning) et riktigere bilde av konkurransepresset mellom aktører.<sup>625</sup>
- (537) Konkurransetilsynet har gjennomført egne analyser som tar utgangspunkt i partenes tallgrunnlag. Først har tilsynet droppet kundeavganger etter mai 2024, ettersom disse kan være påvirket av transaksjonen. Videre har tilsynet, som i partenes analyse, droppet konkurser.<sup>626</sup> I tillegg har tilsynet droppet observasjoner der det etter tilsynets egne undersøkelser av partenes kundelister er funnet at en registrert kundeovergang i realiteten ikke er en avgang. Tilsynet har også droppet observasjoner der en kunde har oppgitt til tilsynet i informasjonspålegg at de har gått ut av markedet og der kundeoverganger er registrert som flere observasjoner, men i realiteten er kunder på samme kontrakt. Antall observasjoner som er droppet på denne måten, er gjengitt i øverste del av Tabell 5.
- (538) For å få økt informasjonsgrunnlaget om kundebevegelser, har Konkurransetilsynet hentet inn kundelister fra andre aktører i markedet<sup>627</sup> og kontaktet en andel av de kundene som partene har tapt og som ikke er registrert vunnet av den andre parten, jf. beskrivelsen i avsnitt (539). En gjennomgang av høringssvar fra kunder og partenes interne dokumenter har også bidratt til å identifisere enkelte kundeoverganger.<sup>628</sup>
- (539) Når det gjelder de kundene som i partenes analyse ikke er gjort rede for, har Konkurransetilsynet gjort et randomisert (tilfeldig) uttrekk av halvparten av de aktuelle kundeovergangene fra Retriever, og tilsvarende fra Infomedia.<sup>629, 630</sup> Disse kundene er forsøkt kontaktet både via telefon og via e-post, og blitt bedt om å bekrefte kundeovergangen, hvilken

<sup>625</sup> Se for eksempel Vedtak V2016-6 Umoe Restaurants AS – Dolly Dimple's Norge AS, side 42; Konkurrencerådet's afgørelse den 27. februar 2019, Royal Unibrews køb af Cult, side 51.

<sup>626</sup> Konkurransetilsynet har kun lagt til grunn partenes identifiserte konkurser, og ikke gjort egne undersøkelser av hvorvidt flere av kundene det ikke er gjort rede for har gått konkurs. Enkelte av kundeovergangene er selskap som har fusjonert eller blitt kjøpt opp av andre selskaper i perioden. Disse kan ha samlet medieovervåkningstjenesten i en eksisterende avtale, men tilsynet har foreløpig ikke gjort en grundig undersøkelse av disse tilfellene.

<sup>627</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, vedlagt dokument "(Confidential) Norway Competition Authority Support - March 2025", brev fra Meltwater News AS 8. mai 2025, vedlagt dokument (Confidential) Norway Competition Authority Support - Organisation numbers May 2025", brev fra Mynewsdesk 20. mars 2025, vedlagt dokument "Request for information - Norwegian Competition Act § 24 - competitors (1)", brev fra Mynewsdesk 15. april 2025, vedlagt dokument "14 April\_ Pålegg om å gi opplysninger – konkurranseloven § 24 – Mynewsdesk".

<sup>628</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 5 og 6.

<sup>629</sup> Konkurransetilsynet har fått informasjon om enkelte av de kundene som det i utgangspunktet ikke var gjort rede for etter det randomiserte uttrekket ble gjort. Dette betyr i praksis at det randomiserte uttrekket tilsynet har gjort, utgjør noe mer enn halvparten av kundene det i partenes analyse ikke er gjort rede for.

<sup>630</sup> Fordi uttrekket er randomisert, kan det antas at fordelingen i uttrekket tilsvarer fordelingen for hele populasjonen av kundeovergangene som det ikke er gjort rede for, og det kan legges til grunn at svarene fra de kundene tilsynet har kontaktet er representative for hele populasjonen av kunder som i partenes analyse ikke er gjort rede for.

ny leverandør de gikk til, samt begrunnelse for avgangen.<sup>631</sup> Informasjonen tilsynet fikk inn resulterte i at ytterligere observasjoner ble droppet fra analysen av kundeoverganger. Dette begrunnes i at enkelte kunder oppga å ikke ha byttet leverandør, og enkelte hadde gått ut av markedet. Disse gjengis i nedre del av Tabell 5.

**Tabell 5** Konkurransetilsynets tallgrunnlag for diversjonsanalyse

|                                                                                                                      | Kundeoveranger<br>fra Retriever | Kundeoverganger<br>fra Infomedia |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| <b>Antall observasjoner i partenes analyse:</b>                                                                      |                                 |                                  |
| <b>Antall observasjoner droppet i Konkurransetilsynets analyser grunnet:</b>                                         |                                 |                                  |
| - Avgang etter mai 2024                                                                                              |                                 |                                  |
| - Konkurser                                                                                                          |                                 |                                  |
| - I realiteten ingen avgang                                                                                          | <sup>632</sup>                  | <sup>633</sup>                   |
| - Kunder oppgir å ha gått ut av markedet i informasjonsspålegg                                                       | <sup>634</sup>                  |                                  |
| - Observasjoner i samme kontrakt                                                                                     | <sup>635</sup>                  | <sup>636</sup>                   |
| <b>Antall observasjoner droppet etter informasjon fra et randomisert uttrekk kunder kontaktet på telefon/e-post:</b> |                                 |                                  |
| - Kunder oppgir å ikke ha endret leverandør                                                                          |                                 |                                  |
| - Kunder som har gått ut av markedet                                                                                 |                                 |                                  |
| <b>Totalt antall kundeoverganger i Konkurransetilsynets analyser</b>                                                 |                                 |                                  |

- (540) Konkurransetilsynets egne undersøkelser og informasjonsinnhenting resulterte også i at flere kundeoverganger ble identifisert. Tilsynet har derfor estimert nye diversjonsrater basert på det samlede tallmaterialet, med utgangspunkt i totalt ■ kundeoverganger for Retriever i perioden 2021 til mai 2024, og ■ kundeoverganger for Infomedia i samme periode.
- (541) Resultatene fra Konkurransetilsynets analyse er gjengitt i Tabell 6. Øvre del av tabellen viser kundeoverganger i 2021 til 31. mai 2024, som har gått fra Retriever til Infomedia, til andre identifiserte aktører og en rest-kategori, som kan bestå av kunder som går til en uidentifisert leverandør eller går ut av markedet.<sup>637</sup> Nedre del av tabellen viser tilsvarende for kundeoverganger fra Infomedia.

<sup>631</sup> Spørsmål i informasjonsspålegg omhandler kundens nåværende og tidligere leverandør, tidspunkt for leverandørbytte og eventuelle bytteårsaker. De samme spørsmålene er lagt til grunn i telefonsamtalene som er gjennomført.

<sup>632</sup> ■

<sup>633</sup> ■

<sup>634</sup> ■

<sup>635</sup> ■: 31 observasjoner av kundeforhold under samme kontrakt. Skal kun regnes som én kundeovergang.

<sup>636</sup> ■: ti observasjoner av kundeforhold under samme kontrakt. Skal kun regnes som én kundeovergang.

<sup>637</sup> Rest-kategorien består i hovedsak av de kundene som ikke var gjort rede for i partenes analyse og som ikke var inkludert i Konkurransetilsynets randomiserte uttrekk. Rest-kategorien består i tillegg av de kundene i tilsynets randomiserte uttrekk som tilsynet ikke fikk kontakt med.

- (542) Tabell 6 viser antall kundeoverganger til hver av de andre aktørene, og andel kundeoverganger, andel kundeoverganger vektet etter kundens omsetning og andel kundeoverganger der det er gjort en antakelse om rest-kategorien har tilsvarende fordeling for kundebevegelser som det randomiserte uttrekket tilsynet har kontaktet.<sup>638</sup>

**Tabell 6** Estimert diversjon mellom partene og andre aktører

|                                                                         | Totalt antall kundeoverganger | Estimert diversjon fra <b>Retriever</b> |            |           |                      |      |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------|------------|-----------|----------------------|------|
|                                                                         |                               | Infomedia                               | Mynewsdesk | Meltwater | Cision               | Rest |
| Antall kundeoverganger                                                  | ■                             | ■                                       | ■          | ■         | ■                    | ■    |
| Andel                                                                   |                               | ■                                       | ■          | ■         | ■                    | ■    |
| Andel vektet etter omsetning (inntekstdiversjon)                        |                               | ■                                       | ■          | ■         | ■                    | ■    |
| Andel (uvektet) med antatt fordeling for rest-kategorien <sup>639</sup> |                               | ■                                       | ■          | ■         | ■                    | ■    |
|                                                                         | Totalt antall kundeoverganger | Estimert diversjon fra <b>Infomedia</b> |            |           |                      |      |
|                                                                         |                               | Retriever                               | Mynewsdesk | Meltwater | CARMA <sup>640</sup> | Rest |
| Antall kundeoverganger                                                  | ■                             | ■                                       | ■          | ■         | ■ <sup>641</sup>     | ■    |
| Andel (uvektet)                                                         |                               | ■                                       | ■          | ■         | ■                    | ■    |
| Andel vektet etter omsetning (inntekstdiversjon)                        |                               | ■                                       | ■          | ■         | ■                    | ■    |
| Andel (uvektet) med antatt fordeling for rest-kategorien <sup>642</sup> |                               | ■                                       | ■          | ■         | ■                    | ■    |

- (543) Resultatene i Tabell 6 viser at samtlige av diversjonsratene mellom partene som Konkurransetilsynet har estimert, er høyere enn partenes anslag. Estimert diversjon fra Retriever til Infomedia ligger mellom ■ prosent, og estimert diversjon fra Infomedia til Retriever ligger mellom ■ prosent.

<sup>638</sup> Som nevnt har Konkurransetilsynet gjort et randomisert uttrekk av halvparten av de kundene det ikke var gjort rede for i partenes analyser, og kan derfor legge til grunn at fordelingen av kundebevegelser for kundene som det fortsatt ikke er gjort rede for er den samme som fordelingen i det randomiserte uttrekket.

<sup>639</sup> For Retriever er rest-kategorien fordelt på følgende måte: ■

<sup>640</sup> CARMA er et globalt selskap som tilbyr medieovervåking, medianalyse og kommunikasjonsrådgivning. De har hovedkontor i Dubai og opererer i over 20 land. Selskapet har ikke kontor i Norge. Lesedato 9. mai: [About Us - CARMA](#).

<sup>641</sup> ■

<sup>642</sup> For Infomedia er rest-kategorien fordelt på følgende måte: ■

- (544) Estimert diversjon mellom partene er [redacted] når de vektes etter omsetning. Dette reflekterer at en høyere andel av de kundene som en av partene mister til den andre parten [redacted], sammenlignet med de som går til en annen aktør eller som fortsatt er i rest-kategorien.
- (545) [redacted] Estimert diversjon mellom partene tilsier at partene er [redacted]. I tillegg, ettersom [redacted] kunder i stor grad gjenspeiler [redacted] kunder, støtter dette også opp om en konklusjon om at partene er [redacted] konkurrenter i segmentet for offentlige kunder.
- (546) Som nevnt består rest-kategorien av kunder det ikke er gjort rede for, og dette kan være kunder som har gått ut av markedet eller gått til en annen aktør.<sup>643</sup> Å inkludere kunder som har gått ut av markedet fører til en underestimert diversjon. Det nøyaktige antallet kunder som har gått ut av markedet er ukjent, og Konkurransetilsynets beste grunnlag for en tilnærming er å fordele rest-kategorien etter fordelingen av kundebevegelser i det randomiserte uttrekket. Som vist i Tabell 6 er estimert diversjon mellom partene høyere der denne antakelsen om rest-kategorien legges til grunn enn der rest-kategorien inkluderes: [redacted] prosent mot [redacted] prosent for diversjonen mellom Retriever og Infomedia, og [redacted] prosent mot [redacted] prosent for estimert diversjon mellom Infomedia og Retriever. Tilsynet bemerker imidlertid at dette diversjonsmålet ikke er vektet etter omsetning, og derfor fortsatt kan være underestimert.
- (547) Basert på analysene over konkluderer Konkurransetilsynet med at uavhengig av hvilket estimat som legges til grunn, er diversjonen mellom partene [redacted] høyere enn partene har kommet frem til i meldingen. Videre er estimert diversjon mellom partene [redacted] diversjonen til andre aktører. De estimerte diversjonsratene tilsier isolert sett at partene er [redacted] konkurrenter, og støtter opp om den kvalitative vurderingen over.
- (548) Partene anfører at det er metodiske svakheter knyttet til spørsmålene som er stilt i diversjonsanalysen. Partene peker på at begrepet "leverandør" utelukker at partenes tidligere kunder oppgir tjenester uten direkte betaling [redacted]. Videre skriver partene at Konkurransetilsynets henvendelser til tidligere kunder ikke synes å være innrettet for å avklare hvordan de dekker sitt medieovervåkningsbehov, etter at kunden har sagt opp avtalen med partene. Videre anfører partene at svarene fra churn-kunder blir brukt som grunnlag for flere konklusjoner i varselet.<sup>644</sup>
- (549) Konkurransetilsynet viser til at hovedformålet med tilsynets analyse er å ettergå partenes analyse av diversjon i meldingen, som etter partenes syn ga grunnlag for å konkludere med at konkurransepresset mellom partene er av begrenset betydning for det samlede konkurransepresset partene står overfor, jf. avsnitt (532). Tilsynets egen analyse gir også etter tilsynets mening grunnlag for konklusjonen om at partene utøver et sterkt konkurransepress på hverandre. Som redegjort for i varselet, jf. avsnitt (534)–(539), har tilsynet gjennomgått partenes analyse og gjort endringer der tilsynet mener partenes analyse er gjort på feil grunnlag, samt innhentet mer informasjon for å få et bredere informasjonsgrunnlag. Tilsynet har i tillegg beregnet inntektsdiversjon, som etter tilsynet mening bedre reflekterer konkurransepresset mellom aktører, jf. avsnitt (536).
- (550) En diversjonsrate mellom to aktører måler andelen av salget en aktør mister til en den andre aktøren som følge av en prisøkning. Formålet med diversjonsrater er å belyse substituerbarheten mellom produktene, og dermed konkurransenærheten mellom aktørene i et marked.<sup>645</sup> I saker der data er tilgjengelig, er diversjonsrater et ofte benyttet mål i konkurranseanalysen. Data fra spørreundersøkelser blir vanligvis benyttet til å estimere diversjonsrater, der et utvalg kunder blir spurt om sitt foretrukket andrevalg dersom dagens leverandør skulle øke prisene, men diversjonsrater kan også estimeres på andre måter.
- (551) Partene har i sin analyse benyttet data på kundeavganger (churn) for å estimere diversjon. Dette er dermed det datagrunnlaget Konkurransetilsynet også har tatt utgangspunkt i.

<sup>643</sup> Enten en av aktørene nevnt i tabellen eller en uidentifisert aktør.

<sup>644</sup> Tilsvaret, side 11–14.

<sup>645</sup> Kommisjonens horisontale retningslinjer, avsnitt 29.

- (552) Konkurransetilsynet viser videre til at i kontakten med partenes tidligere kunder, ble disse bedt om å oppgi bakgrunnen for kundeavgangen, jf. avsnitt (539).<sup>646</sup> Denne informasjonen, sammen med den tidligere kundens svar på spørsmålet om hvem som eventuelt er ny leverandør, er bakgrunnen for tilsynets antakelse om at enkelte kunder er "ute av markedet" i form av å ikke lenger ha behov eller betalingsvillighet for medieovervåkningstjenester.
- (553) For anførselen om at svar fra diversjonsundersøkelsen blir brukt som grunnlag for flere konklusjoner i varselet viser Konkurransetilsynet til at diversjonsundersøkelsen er benyttet i diversjonsanalysen og vurdering av konkurransenærhet mellom aktører i det relevante markedet.<sup>647</sup>
- (554) Det er Konkurransetilsynets vurdering at diversjonsanalysen viser at partene oppfattes som nære alternativ for kundene, og at partene er hverandres næreste konkurrenter.

#### 7.3.2.5 *Kundenes vurderinger av partene som markedsaktører*

- (555) En viktig del av konkurransenærhetsvurderingen er i hvilken grad aktørene har blitt ansett som nære alternativer av kundene i markedet. Dette er også fremhevet i Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, hvor det fremgår at:
- "a merger between two producers offering products which a substantial number of customers regard as their first and second choices could generate a significant price increase. Thus, the fact that rivalry between the parties has been an important source of competition on the market may be a central factor in the analysis."<sup>648</sup>
- (556) Konkurransetilsynets vurdering av de sentrale konkurranseparameterne i kapittel 7.3.2.2 tilsier at partene er nære alternativer for kunder i markedet.<sup>649</sup> At partene vurderes som nære alternativer for kunder i markedet fremgår også av høringssvar fra kunder.
- (557) Flere av kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting oppgir partene som de eneste aktuelle leverandørene av medieovervåkningstjenester.<sup>650</sup> Haver skriver at de ikke er "[...] kjent med andre totalleverandører av slike tjenester".<sup>651</sup>
- (558) [redacted] oppgir Retriever og Infomedia som de eneste relevante leverandører av medieovervåkning og mediearkivtjenester.<sup>652</sup>

<sup>646</sup> Konkurransetilsynet har kontaktet kunder på telefon hvor det er redegjort for formålet med undersøkelsen. Kunder som tilsynet ikke har kommet i kontakt med på telefon har mottatt et informasjonspålegg, der tilsynet informerer om foretakssammenslutningen og ber kundene blant annet redegjøre for hvem deres nåværende leverandør av medieovervåkningstjenester er og hvem deres tidligere leverandør av medieovervåkningstjenester var. Tilsynet oppgir at med medieovervåkningstjenester menes for eksempel overvåking av nettaviser, papiraviser, tv, radio og/eller sosiale medier, medianalysjetjenester og mediearkivtjenester.

<sup>647</sup> Konkurransetilsynet har sendt informasjonspålegg til Frydenbø og Astrup Fearnley, som er tidligere kunder av partene. Dette ble gjort som en del av tilsynets informasjonsinnhenting fra kunder av partene, der det ble foretatt et tilfeldig uttrekk fra partenes kundelister. Informasjonsinnhenting er ikke gjort i forbindelse med diversjonsundersøkelsen. Svarene fra de to aktørene har inngått som en del av enkelte av tilsynets vurderinger.

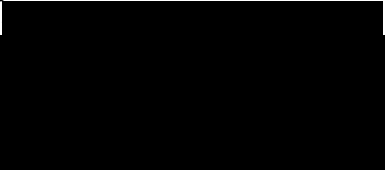
<sup>648</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, avsnitt 28.

<sup>649</sup> De sentrale konkurranseparameterne er identifisert på bakgrunn av kundeuttalelser, jf. kapittel 7.2.1.

<sup>650</sup> Brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 11, brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 10, brev fra [redacted], brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 6, brev fra [redacted], brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 6, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 15, brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 15, brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 11, og brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 6, 15 og 27.

<sup>651</sup> Haver oppgir at de etterspør både medieovervåkning av et bredt kildetilfang og arkivtjenester, jf. brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 4, 7 og 10.

<sup>652</sup> [redacted], jf. brev fra [redacted].

- (559) Bane NOR skriver: *"Det finnes et par leverandører av medieovervåking i tillegg til Retriever og Infomedia, men deres tilfang av mediekilder er mye mer begrenset, og derfor ikke et godt nok eller relevant alternativ for oss."*<sup>653</sup>
- (560) Forsvaret skriver at det kun var Infomedia og Retriever som innga tilbud i forrige anbudskonkurranse i 2023, og at "[a]ndre aktører vi har kjennskap til: Meltwater og Brandwatch er sannsynligvis ikke gode nok på norske trykte kilder/kilder bak betalingsmur."<sup>654</sup>
- (561) Andre kunder oppgir andre aktører som aktuelle leverandører, i tillegg til partene.<sup>655</sup> Flere av disse kundene er imidlertid av den oppfatningen at én eller flere av de andre aktuelle leverandørene ikke kan tilby tilsvarende tjenester eller tjenester av samme kvalitet som partene.<sup>656</sup>
- (562) Kulturmeglerne oppgir Retriever, Infomedia, Meltwater og Mynewsdesk som relevante leverandører av medieovervåkningstjenester, men skriver at: "".<sup>657</sup>
- (563) Kundenes vurdering av relevante leverandører tilsier etter Konkurransetilsynets vurdering at partene er nære konkurrenter.
- (564) Konkurransetilsynet viser videre til at flere av kundene har uttrykt bekymring for at foretakssammenslutningen vil føre til redusert konkurranse og/eller økte priser.<sup>658</sup> Haver skriver at de "[...] forventer at foretakssammenslutningen vil føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for medieovervåking som inkluderer digitale presseklipp" og at "[d]en fusjonerte virksomheten vil bli det eneste norske alternativet for omfattende medieovervåkings- og arkivtjenester".<sup>659</sup>
- (565) Uno-X skriver: "".<sup>660</sup>
- (566) Bane NOR skriver: *"Negativt. Det vil ikke være reell konkurranse da det kun er Infomedia og Retriever som tilbyr et så stort kildetilfang at det faktisk er en overvåking av alle norske medier, inkludert etermediene og fagmediene"*.<sup>661</sup>
- (567) DFØ oppgir *"Dersom det blir en situasjon der kun én leverandør har reell tilgang på medieinnhold fra papiraviser og bak betalingsmurer (se svar på spm 6), så vil det kunne gi*

<sup>653</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 7.

<sup>654</sup> Brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 13.

<sup>655</sup> Brev fra , brev fra , brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 6, brev fra , brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 11.

<sup>656</sup> Brev , brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 6 og 16, brev fra .

<sup>657</sup> Brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 11 og 12.

<sup>658</sup> Brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 27, brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 27, brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 27, brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 19, brev fra , brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 19, brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 18 og 19, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 27, brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 27.

<sup>659</sup> Brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 18.

<sup>660</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 27.

<sup>661</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 27.

*lavere insentiver for å utvikle bedre brukervennlighet, funksjonalitet, ytterligere tilgang på medieinnhold, og liten reell konkurranse vil også kunne påvirke hvordan produktet prises.*"<sup>662</sup>

- (568) Enkelte kunder oppgir at foretakssammenslutningen kan ha både positive og negative virkninger for dem som kunde.<sup>663</sup> [redacted] skriver:

[redacted]

"<sup>664</sup>

- (569) Innovasjon Norge oppgir at "[d]et at to velfungerende leverandører skal jobbe sammen kan bidra til mer utvikling av aktuelle tjenester og innovasjon innenfor fagfeltet. Håper at denne utviklingen også bidrar positivt til bedre arbeidsflyt og mindre tid som skal brukes på administrering. Samtidig er det en fare for at mindre konkurranse gjør at leverandøren mindre aktivt videreutvikler tjenesten, samtidig som det er mindre press på pris."<sup>665</sup>
- (570) Andre kunder har ikke oppgitt eller er usikker på hvilken effekt foretakssammenslutningen vil ha for dem.<sup>666</sup>
- (571) I offentlige anbudskonkurranser er partene i [redacted] aktørene som inngir tilbud, jf. kapittel 7.3.2.3. Fra høringssvar fra flere offentlige kunder fremgår det at konkurransen i markedet for medieovervåkningstjenester vil opphøre som følge av foretakssammenslutningen.<sup>667</sup> Oslo kommune skriver "[v]i forventer at det ikke lenger vil være reell konkurranse i markedet ettersom vi da blir stående igjen med kun én leverandør som er av en slik størrelse at de kan betjene hele Oslo kommune".<sup>668</sup>
- (572) At flere kunder er bekymret for redusert konkurranse etter foretakssammenslutningen, underbygger etter Konkurransetilsynets vurdering at partene er nære konkurrenter og utøver et betydelig konkurransepress overfor hverandre i konkurransen om disse kundene før foretakssammenslutningen.

### 7.3.2.6 Øvrige momenter som har betydning for konkurransenærheten

#### 7.3.2.6.1 Crawling-teknologi

- (573) Aktørene i markedet skiller seg fra hverandre med hensyn til om de er vertikalt integrert med egen teknologi som crawler nyhetsdata, jf. kapittel 4.5.
- (574) Tilgang til teknologi som crawler nyhetskilder er etter Konkurransetilsynets vurdering en viktig innsatsfaktor i markedet for medieovervåkningstjenester.<sup>669</sup> Til Konkurransetilsynets spørsmål om hvilken rolle teknologien har for kvaliteten og nøyaktigheten i Meltwaters medieovervåkningstjeneste, svarer Meltwater at "[redacted]"

<sup>662</sup> Brev fra Direktoratet for økonomistyring 17. desember 2024, svar på spørsmål 27.

<sup>663</sup> Brev fra [redacted], brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 27

<sup>664</sup> Brev fra [redacted]

<sup>665</sup> Brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 27.

<sup>666</sup> Brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, svar på spørsmål 27 og brev fra Equinor ASA 20. desember 2024, svar på spørsmål 27, brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 19 og 20, brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 27, brev fra Advokatfirmaet Thommessen AS 21. mars 2023, svar på spørsmål 21.

<sup>667</sup> Sykehusinnkjøp skriver: "[f]oretakssammenslutningen medføre at vi kun mottar tilbud fra bare en leverandør", jf. brev fra Sykehusinnkjøp HF 17. desember 2024, svar på spørsmål 27, Bane NOR skriver: "[d]et vil ikke være reell konkurranse da det kun er Infomedia og Retriever som tilbyr [...]", jf. brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 27, Forsvaret skriver: "[e]n foretakssammenslutning mellom Retriever og Infomedia vil [...], føre til at konkurransen opphører", jf. brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 27. DFØ oppgir at de kun mottok tilbud fra partene i anbudskonkurransen i 2025, jf. referat fra telefonsamtale med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025.

<sup>668</sup> Brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 27.

<sup>669</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 9b, og brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 16f og 16g.

- "<sup>670</sup> De oppgir videre at "
- "<sup>671</sup>
- (575) Infomedia-konsernet er vertikalt integrert med datterselskapet Opoint, som crawler både nordiske og internasjonale nyhetskilder.<sup>672</sup> Opoint selger sine crawlingtjenester til aktører i markedet, jf. kapittel 4.5.
- (576) " var Retriever-konsernet vertikalt integrert med sin egen teknologi som crawllet " , men benyttet " som leverandør til crawling av "<sup>673</sup>
- (577) Det er Konkurransetilsynets vurdering at aktører som har sin egen crawlingteknologi kan ha en kostnadsfordel mot øvrige aktører, ettersom vertikalt integrerte aktører vil kunne ha lavere variable kostnader knyttet til medieovervåkning enn aktører som må kjøpe crawlingtjenester fra tredjeparter.
- (578) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at både Infomedia og Retriever kan ha en konkurransefordel i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, sammenlignet med aktører som ikke eier sin egen crawling-teknologi, og at dette isolert sett tilsier at partene er nære konkurrenter.

#### 7.3.2.6.2 Lisensavtalen med Schibsted

- (579) I 2024 endret Schibsted vilkårene i sin lisensavtale slik at medieovervåkere fra 1. april 2025 ikke lenger kan vise innhold fra e-avis og papiravis i fulltekst til sine kunder, jf. avsnitt (102).
- (580) I forbindelse med " "<sup>674</sup> Som en " Retriever " Schibsted, "<sup>675</sup>
- (581) Videre oppgir Retriever at:

- " "<sup>676</sup>
- (582) Schibsted opplyser at alle forhandlinger med kunder foregår individuelt, " "<sup>677</sup> Videre oppgir Schibsted at "
- " "<sup>678</sup>

<sup>670</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 9.

<sup>671</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 24a.

<sup>672</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument " , og meldingen side 11.

<sup>673</sup> Referat fra møte med Opoint 17. mars 2025, svar på spørsmål 6. Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument " og brev fra Retriever Norge AS 12 februar 2025, vedlagt dokument " , side 13.

<sup>674</sup> Schibsted oppgir

" og "

april 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>675</sup> " , jf. Meldingen, vedlagt dokument "Vedlegg G.1 - Lisensavtaler Retriever", side 137.

<sup>676</sup> Brev fra Retriever Norge AS 4. april 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>677</sup> Brev fra Schibsted Media AS 11. april 2025, svar på spørsmål 6.

<sup>678</sup> Brev fra Schibsted Media AS 20. mars 2025, svar på spørsmål 3.

- (583) Det er Konkurransetilsynets vurdering at [redacted] i markedet for medieovervåkingstjenester. Det er videre tilsynets vurdering at [redacted] i anbudsmarkedet enn før [redacted]. Dette på bakgrunn av at partene [redacted]. Tilsynet viser til at [redacted]. Tilsynet vurderer at dette kan [redacted].
- (584) Schibsted skriver at "[redacted]".<sup>679</sup> Konkurransetilsynet [redacted]. Det er Konkurransetilsynets vurdering at Infomedia kan utøve et tilsvarende konkurransepress mot Retriever som Retriever i dag utøver på Infomedia [redacted].
- (585) På bakgrunn av ovennevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at dette isolert sett indikerer at partene er nære konkurrenter, [redacted].

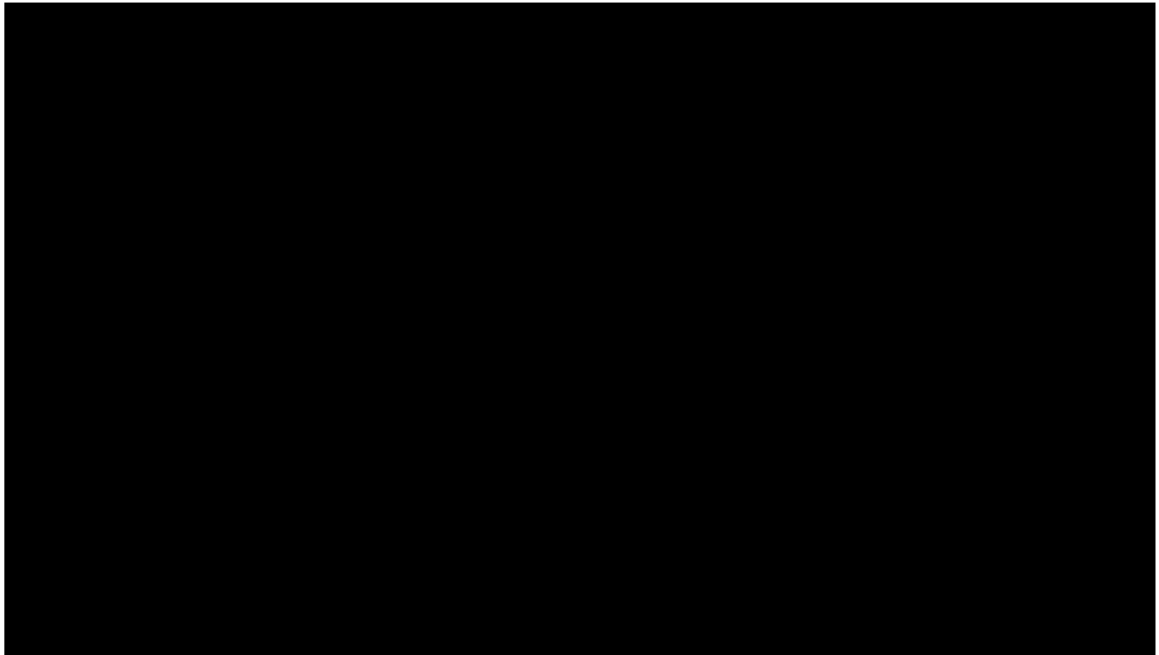
#### 7.3.2.6.3 Øvrige interne dokumenter som viser at partene er nære konkurrenter

- (586) Konkurransetilsynet viser til at flere av partenes øvrige interne dokumenter også tilsier at de anser hverandre som konkurrenter i markedet for medieovervåkingstjenester.
- (587) Basert på en gjennomgang av Infomedias interne dokumenter, er det Konkurransetilsynets vurdering at selskapet [redacted]. Av de interne dokumentene til Infomedia fremgår det blant annet i en presentasjon i Nordic Management Meeting april 2022, at et av målene til Infomedia i 2022 er å være [redacted].<sup>680</sup> Infomedias [redacted] omfatter medieovervåkning, medieanalyse, mediearkivtjenester og håndtering av sosiale medier. Det er Konkurransetilsynets vurdering at presentasjonen er relevant, selv om den gjelder hele Infomedias [redacted], og at den isolert sett indikerer at Infomedia vurderer [redacted] innen markedet for medieovervåkingstjenester.
- (588) Videre følger det av en presentasjon for styret i Infomedia A/S i en strategisamling 28. mars 2023 at [redacted] er Infomedias [redacted], vist i Figur 8.

<sup>679</sup> Brev fra Schibsted Media AS 11. april 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>680</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2024, vedlagt dokument "[redacted]", side 4. I forbindelse med [redacted]

[redacted], jf. brev fra 21. februar 2025. Konkurransetilsynet legger til grunn at de oversendte dokumentene er [redacted].

**Figur 8**Infomedias vurdering av [REDACTED] i 2023<sup>681</sup>

- (589) Figur 8 ovenfor viser at Infomedia vurderer [REDACTED] konkurrenter i Norden. I det samme dokumentet fremgår det at konkurransesituasjonen er [REDACTED], og at analyser [REDACTED], og at "[REDACTED]"<sup>682</sup>.
- (590) Det fremgår ikke direkte hvilke deler av Infomedia sin virksomhet [REDACTED] vist i Figur 8 er knyttet til. Konkurransetilsynet viser til at [REDACTED]. Dette indikerer etter tilsynets vurdering at [REDACTED] omfatter alle deler av Infomedias virksomhet.
- (591) Det er Konkurransetilsynets vurdering at [REDACTED] vist i Figur 8 er relevant for det norske markedet, selv om den er utarbeidet for Infomedia i Norden, samt hele virksomheten til Infomedia, og at dokumentet viser at Infomedia vurderer [REDACTED]. Flere steder i presentasjonen presiseres det dersom en vurdering gjelder særlig for enkelte land, blant annet fremkommer det i [REDACTED], mens [REDACTED].
- (592) De interne dokumentene til Infomedia viser at Infomedia [REDACTED]. I en presentasjon til Nordic management group i 2022 er [REDACTED] oppgitt som ett av flere tiltak for vekst i 2022.<sup>683</sup> Videre fremgår det av Infomedias strategiplan for 2023, presentert for Nordic management group i januar 2023, under [REDACTED] at Infomedia [REDACTED]. I den samme presentasjonen kommer det frem at [REDACTED]<sup>684</sup>. Det fremgår videre i en presentasjon for Nordisk ledergruppe i april 2023 at selskapet blant annet [REDACTED]<sup>685</sup>. I tillegg fremgår det av [REDACTED] for 2024, presentert i Nordic management group, at [REDACTED]<sup>686</sup>. I samme presentasjon kommer det frem at en [REDACTED] er et av

<sup>681</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 25. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 2 og "[REDACTED]", side 38.

<sup>682</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 25. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 38.

<sup>683</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 16.

<sup>684</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 21. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

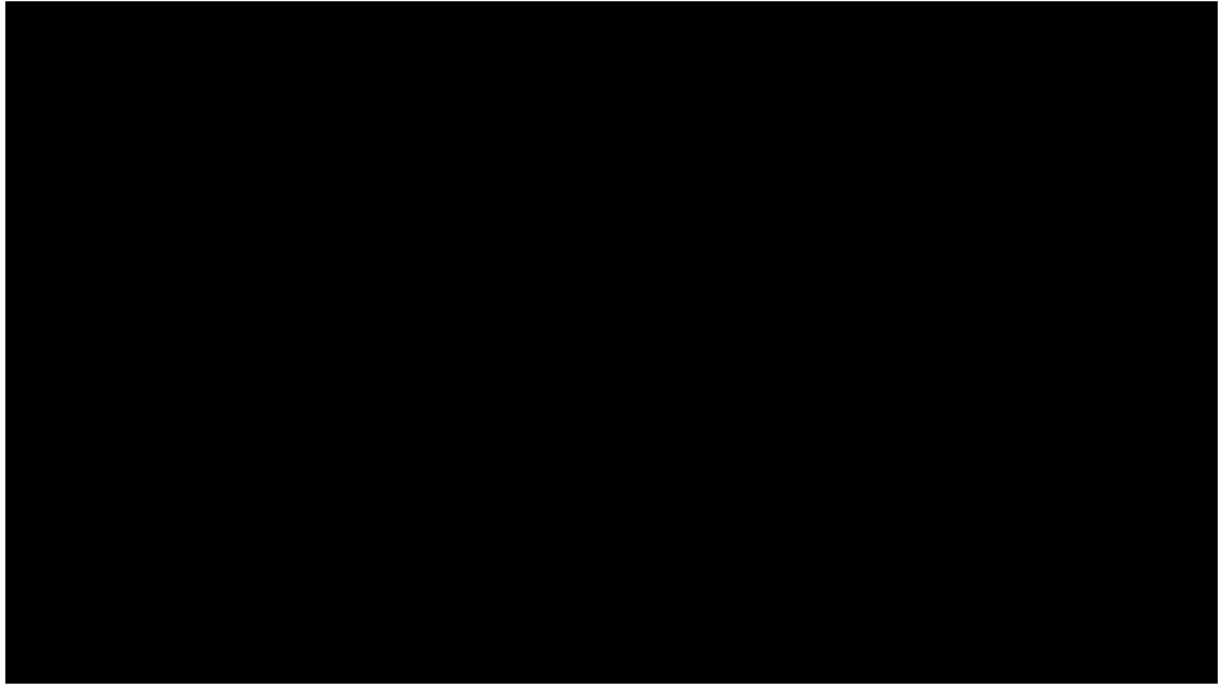
<sup>685</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 3.

<sup>686</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 4.

initiativene for å oppnå selskapets mål om [REDACTED].<sup>687</sup> Etter Konkurransetilsynets vurdering viser dette at Infomedia har [REDACTED], samt at Infomedia vurderer [REDACTED].

- (593) De interne dokumentene til Infomedia viser også at Infomedia [REDACTED]. Dette fremgår blant annet av en e-post sendt fra commercial lead – Partnerships, [REDACTED], til landssjef i Infomedia, [REDACTED] 12. april 2023, hvor [REDACTED] nevner [REDACTED] at Retriever er [REDACTED].<sup>688</sup> Videre fremgår det av en presentasjon for [REDACTED] i april 2023 at Infomedia [REDACTED], vist i Figur 9 nedenfor.

**Figur 9** Infomedias "top of mind" 2023<sup>689</sup>



- (594) På den påfølgende siden i presentasjonen som omhandler [REDACTED] 2023 kommer det blant annet frem at "[REDACTED]"<sup>690</sup>.
- (595) Videre fremgår det i en e-post sendt fra landssjef i Infomedia, [REDACTED] til finansdirektør i Infomedia-konsernet, [REDACTED] 13. desember 2023 at "[REDACTED]"<sup>691</sup>.
- (596) Konkurransetilsynet viser til at e-postene og presentasjonen til Infomedia ovenfor er presentert for eller sendt fra øverste ledelse i Infomedia, noe som tilsier at de har en høy bevismessig verdi. E-postene viser etter tilsynets vurdering at Infomedia [REDACTED].
- (597) De interne dokumentene til Retriever viser etter Konkurransetilsynets vurdering at selskapet anser [REDACTED]. I forbindelse med Schibsted sin endring av avtalen med medieovervåkerne, omtalt i kapittel 7.3.2.6.2, har Retriever [REDACTED], vist i Figur 10 nedenfor. At [REDACTED] indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at Retriever vurderer [REDACTED].

<sup>687</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 6.

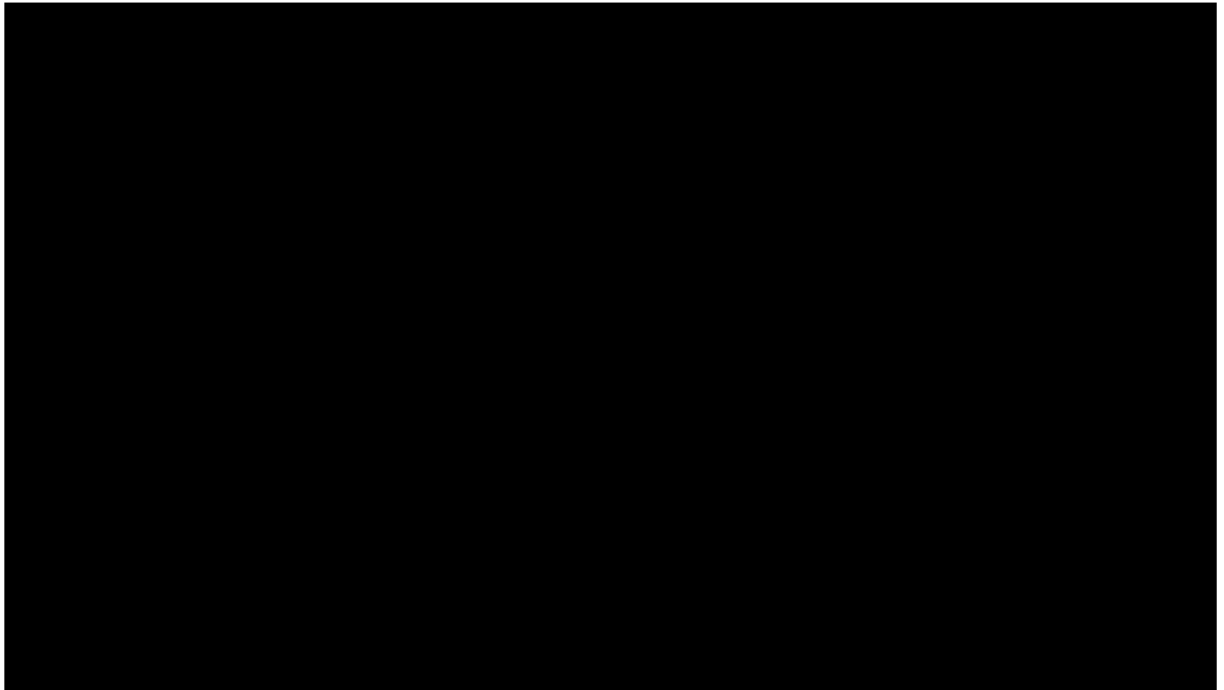
<sup>688</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>689</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 2.

<sup>690</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 3.

<sup>691</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

Figur 10

[REDACTED]<sup>692</sup>

- (598) De interne dokumentene til Retriever viser også at selskapet [REDACTED]. I en e-post til blant annet landssjef i Retriever Sverige 31. oktober 2023, trekker landssjef i Retriever Norge frem at [REDACTED], og at de konkurrerer mot [REDACTED] som i sin standardpakke [REDACTED]. Landssjefen skriver at [REDACTED].<sup>693</sup> I samme e-post skriver landssjefen videre at [REDACTED].<sup>694</sup> Videre fremgår det av et sammendrag fra møte i Retrievers commercial board i mai 2024, at salgsorganisasjonen i Norge [REDACTED].<sup>695</sup> Det fremgår ikke av dokumentet [REDACTED].
- (599) De interne dokumentene til NTB, som er på eiersiden av Retriever, viser at partene er [REDACTED]. I en [REDACTED] utarbeidet i 2021 av [REDACTED] på vegne av NTB, er det [REDACTED], vist i Figur 11 nedenfor.

<sup>692</sup> Meldingen, vedlagt dokument "vedlegg I", side 15.

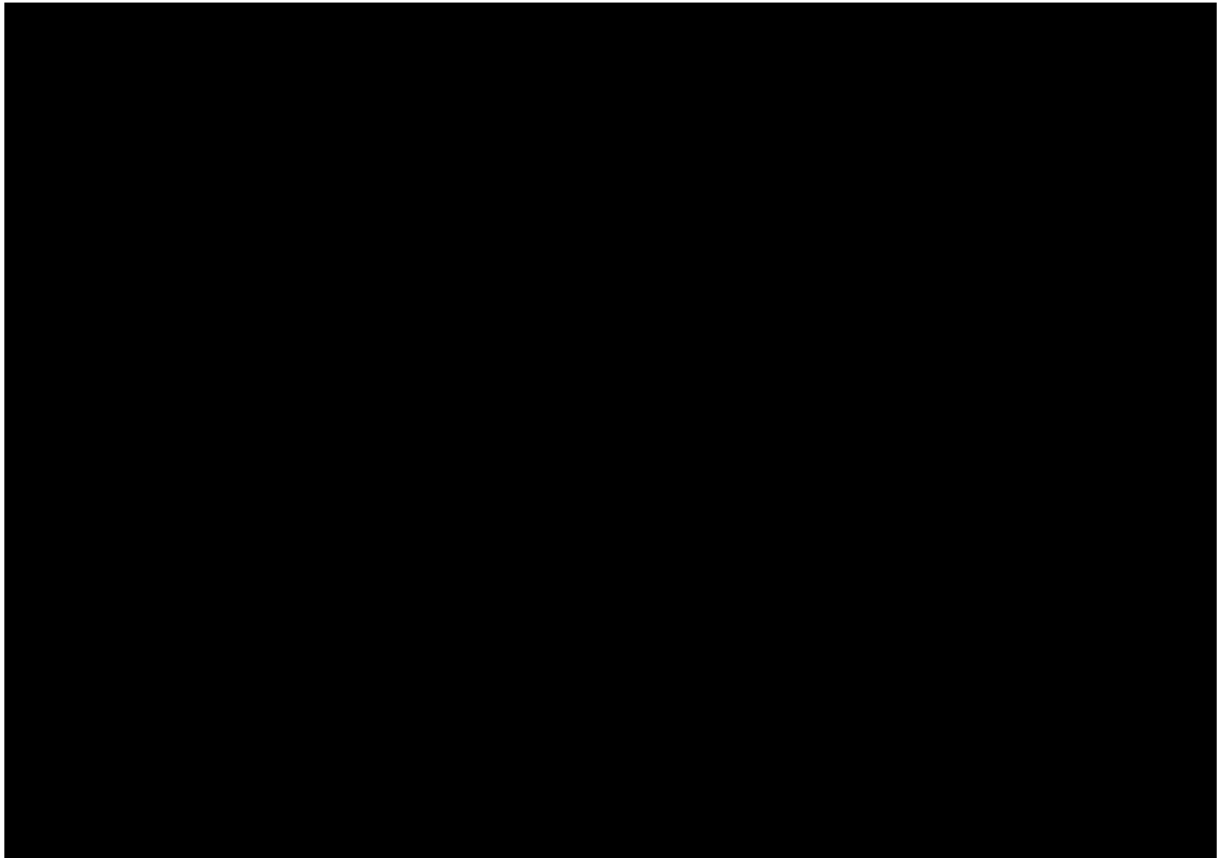
<sup>693</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>694</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>695</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED] side 2.

Figur 11

696



- (600) I analysen vist i Figur 11 ovenfor skrives det at " [redacted] " .
- (601) Videre har [redacted] vurdert [redacted] , der det fremgår at " [redacted] " .<sup>697</sup>
- (602) Det fremgår av presentasjonen at den er utarbeidet [redacted] NTB i 2021. Det fremgår også at [redacted] har [redacted] .<sup>698</sup>
- (603) Rapporten er utarbeidet på oppdrag for NTB, med hensikt om å [redacted] . Bakgrunnen for at [redacted] " "699
- (604) [redacted] skisserer [redacted] " "700
- (605) Selv om rapporten er fra 2021, mener Konkurransetilsynet at rapportens vurderinger når det gjelder [redacted] er gyldige også i dag. Tilsynet viser til at markedsforholdene i 2025 er relativt like som i 2021. Aktørbildet og aktørenes

<sup>696</sup> Brev fra Norsk telegrambyrå AS 11. april 2025, vedlagt dokument " [redacted] " , side 24.

<sup>697</sup> Brev fra Norsk telegrambyrå AS 11. april 2025, vedlagt dokument " [redacted] " , side 40.

<sup>698</sup> Brev fra Norsk telegrambyrå AS 11. april 2025, vedlagt dokument " [redacted] " , side 12.

<sup>699</sup> Brev fra Norsk telegrambyrå AS 11. april 2025, vedlagt dokument " [redacted] " , side 38.

<sup>700</sup> Brev fra Norsk telegrambyrå AS 11. april 2025, vedlagt dokument " [redacted] " , side 47.

markedsandeler har holdt seg stabile fra 2022 til 2024, jf. Tabell 2. Tilsvarende gjelder også i segmentet for offentlige kunder i Norge, jf. Tabell 3. Tilsynet mener derfor at rapporten viser at både [REDACTED], helt siden 2021.

- (606) Samlet sett er det Konkurransetilsynets vurdering at [REDACTED] viser at partene [REDACTED] konkurrenter, noe som underbygger at partene utøver et [REDACTED] konkurransepress overfor hverandre i markedet.

#### 7.3.2.7 Konklusjon konkurransenærhet mellom partene

- (607) Retriever og Infomedia er de to største tilbyderne av medieovervåkningstjenester i Norge. Partene har et stort kildetilfang og produktbredde, og kan konkurrere effektivt om kunder som har behov for hele eller deler av medieinnholdet eller produktbredden. Videre vurderer tilsynet at både Infomedia og Retriever kan fremvise fulltekst av et stort utvalg medier, tilbyr rådgivningstjenester og support av god kvalitet, har god kjennskap til norske medier og har en plattform som tilfredsstiller flere kunders behov.
- (608) Videre viser Konkurransetilsynet til at Infomedia og Retriever blir ansett som nære alternativer for kundene i markedet, har vunnet [REDACTED] offentlige anbud som de har deltatt i, og at estimerte diversjonsrater tilsier at partene er [REDACTED] konkurrenter. Partenes interne dokumenter, tolket i lys av deres formål og vurdert i sin kontekst, viser at partene [REDACTED] konkurrenter.
- (609) Basert på en samlet bevisvurdering er det Konkurransetilsynets vurdering at partene er nære konkurrenter i markedet for medieovervåkningstjenester og segmentet for offentlige kunder, og at de utøver et betydelig konkurransepress overfor hverandre. Etter foretakssammenslutningen vil dette konkurransepresset falle bort og isolert sett gi partene insentiver til å øke prisene og/eller redusere kvaliteten i markedet.

#### 7.3.3 Konkurransenærhet mellom partene og andre aktører

- (610) Konkurransetilsynet vil i det følgende vurdere hvor nære konkurrenter partene og øvrige konkurrenter er i markedet for medieovervåkningstjenester.

##### 7.3.3.1 Meltwater

- (611) Meltwater er en medieovervåker som tilbyr medieovervåking, medieanalyse og arkivtjenester, jf. kapittel 4.5.4.
- (612) Selskapet er den [REDACTED] største aktøren i markedet for medieovervåkningstjenester, målt i omsetning. I 2023 og 2024 hadde selskapet en markedsandel på henholdsvis [REDACTED] prosent og [REDACTED] prosent, jf. Tabell 2. I segmentet for offentlige kunder i Norge hadde selskapet i 2023 og 2024 en markedsandel på henholdsvis [REDACTED] og [REDACTED] prosent, jf. Tabell 3. Målt etter omsetning er dermed Meltwater mindre enn partene.
- (613) Meltwater har [REDACTED] avtaler med [REDACTED], og kan tilby innhold både foran og bak betalingsmur, jf. kapittel 4.5.4 og Tabell 1. I tillegg har de avtale med Klareringstjenesten som omfatter åpent innhold. Selskapet har ikke avtale med [REDACTED]<sup>701</sup> Klareringstjenesten for tilgang til trykte medier, eller med [REDACTED] for innhold bak betalingsmur, jf. Tabell 1. Meltwater tilbyr [REDACTED] i Norge, jf. avsnitt (135).
- (614) Meltwater oppgir at deres kildetilfang [REDACTED]<sup>702</sup> Videre oppgir selskapet at "[REDACTED]<sup>703</sup>

<sup>701</sup> Meltwater opplyser at de "[REDACTED]", jf. brev fra [REDACTED]

Meltwater News AS 28. april 2025, side 2.

<sup>702</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 19.

<sup>703</sup> Referat fra møte med Meltwater News 3. april 2025, side 2.

- (615) At selskapet har [redacted] enn Infomedia og Retriever fremgår også av høringssvar fra enkelte kunder.<sup>704</sup> Dette kan illustreres av høringssvar fra [redacted],<sup>705</sup> og Innovasjon Norge som skriver at de "[...] opplever dekningen i tradisjonelle medier – inkludert avis og etermedier – som for dårlig".<sup>706</sup>
- (616) Det er Konkurransetilsynets vurdering at Meltwaters kildetilfang isolert sett tilsier at Meltwater er en noe mindre nær konkurrent til partene enn partene er til hverandre.
- (617) I likhet med partene har Meltwater avtaler med mediehus som tillater fulltekstfremvisning av innhold bak betalingsmur og/eller papiraviser.<sup>707</sup> Meltwater har [redacted] avtaler med [redacted] mediehus som tilbyr fulltekstfremvisning, som er [redacted].<sup>708</sup>
- (618) Meltwater tilbyr en produktbredde med medianalysjetjenester og arkivtjenester, jf. avsnitt (134). Meltwater tilbyr [redacted] medianalysjer [redacted].<sup>709</sup>
- (619) Når det gjelder mediearkiv tilbyr ikke Meltwater tilsvarende mediearkiv som Infomedia og Retriever, men tilbyr [redacted], jf. avsnitt (134). Selskapet opplyser at "[redacted]".<sup>710</sup> Dette indikerer, etter Konkurransetilsynets vurdering at Meltwater har et noe smalere produkttilbud enn partene.
- (620) Konkurransetilsynet vurderer at omstendigheten at Meltwater [redacted] fulltekstfremvisning av innhold som partene og at selskapet har en smalere produktbredde, isolert sett tilsier at selskapet er en mindre nær konkurrent.
- (621) Service- og rådgivningstjenester, kjennskap til norske medier og kvalitet i form av blant annet plattformens funksjonalitet/brukervennlighet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkingstjenester, jf. avsnitt (384). Meltwater tilbyr i likhet med partene rådgivnings- og supporttjenester til deres kunder, og skriver at "[w]e offer our clients support throughout their entire customer lifecycle, starting with onboarding to ensure high adoption and usage of the services as well as continuous support throughout their contract with everything from technical support to consulting on how to best utilize the services".<sup>711</sup>
- (622) Meltwater oppgir på deres hjemmesider at de tilbyr "email Support: 24/7 Access to Our Product Experts", og at de har en "in-app chat" hvor kunder kan kontakte deres supportteam.<sup>712</sup> Selskapet oppgir videre at de tilbyr "[redacted]".

<sup>704</sup> Forsvaret opplyser at Meltwater "[...] sannsynligvis ikke [er] gode nok på norske trykte kilder/kilder bak betalingsmur", jf. brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 18. NHH oppgir at "Meltwater anses å være mer spesialisert innen overvåking av sosiale medier, og vurderes å være noe svakere innen medieovervåking av andre kilder sammenlignet med Retriever.", jf. møte med Norges Handelshøyskole 1. april 2025. I evaluering av tilbud mottatt i anbudskonkurranse i 2024 skriver [redacted] at "[redacted]", jf. brev fra [redacted] 29. april 2025, vedlagt dokument "[redacted]". Havindustritilsynet opplyser at Meltwater kunne levere de etterspurte tjenestene i anbudskonkurranse i 2022, men at Meltwater [redacted], jf. brev fra Havindustritilsynet 24. april 2025, svar på spørsmål 4 og vedlagt dokument "Anskaffelsesprotokoll - Abonnement på nyhetsovervåking", GRID Arendal [redacted].

[redacted], jf. brev fra GRID Arendal 25. april 2025, vedlagt dokument "Selection protocol MMS 5065".

<sup>705</sup> Brev fra [redacted].

<sup>706</sup> Brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>707</sup> Meltwater har også avtale om overvåking av nettinhold med Klareringstjenesten, [redacted], jf. brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 4 og brev fra Meltwater News 6. februar 2025, svar på spørsmål 11.

<sup>708</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 2a.

<sup>709</sup> Referat fra møte med Meltwater News AS 3. april 2025, side 3.

<sup>710</sup> Referat fra møte med Meltwater News AS 3. april 2024, side 3.

<sup>711</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. april 2025, svar på spørsmål 8.

<sup>712</sup> [Accessing Product & Account Support | Meltwater Help Center](#), Lesedato 29. april 2025.

- [REDACTED]", og at dette er viktig for å kunne levere [REDACTED].<sup>713</sup>
- (623) Etter Konkurransetilsynets vurdering kan selskaper med norske ansatte eller annen tilknytning til Norge tilby en dypere forståelse og mer presis analyse av norske nyheter og medietrender, sammenlignet med internasjonale aktører som opererer fra utlandet, jf. avsnitt (485). Meltwater har [REDACTED]. I motsetning til partene har ikke Melwater ansatte i Norge [REDACTED].<sup>714</sup>
- (624) Det er Konkurransetilsynets vurdering at Meltwaters support- og rådgivningstjenester, kjennskap til norske medier og kvalitet i form av [REDACTED] på medieovervåkningsplattformen isolert sett trekker i retning av at selskapet er en nær konkurrent til partene.
- (625) Meltwaters kundeportefølje består i hovedsak av [REDACTED].<sup>715</sup> Selskapet opplyser: "[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]"<sup>716</sup>
- (626) Selskapet opplyser videre at de konkurrerer om [REDACTED]. Dette som følge av at [REDACTED].<sup>717</sup>
- (627) Meltwater har [REDACTED] markedsandel i segmentet for offentlige kunder, jf. Tabell 4. Selskapet opplyser at [REDACTED] og begrunner dette med følgende:  
"[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]"<sup>718</sup>
- (628) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at Meltwater har deltatt i [REDACTED] offentlige anbudskonkurranser med oppstart i perioden 2022 til og med mai 2024, jf. Tabell 4.<sup>719</sup> I en anbudskonkurranse utlyst av Vinmonopolet i 2023, ble Meltwater rangert som nummer to samlet sett, mens Infomedia og Retriever ble rangert som henholdsvis nummer én og tre.<sup>720</sup> I en anbudskonkurranse utlyst av Havindustritilsynet fikk Meltwater den laveste samlede scoren av aktørene som innga tilbud.<sup>721</sup>
- (629) Meltwater skriver at de har levert tjenester [REDACTED], men at de i løpet av [REDACTED]

<sup>713</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. april 2025, svar på spørsmål 9a og b.

<sup>714</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. april 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>715</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, vedlagt dokument "(Confidential) Norway Competition Authority Support - March 2025".

<sup>716</sup> Referat fra møte med Meltwater News AS 3. april 2025, side 1.

<sup>717</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 19.

<sup>718</sup> Referat fra møte med Meltwater News 3. april 2025.

<sup>719</sup> Meltwater oppgir at de [REDACTED], jf. brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 2. Dette kan medføre at selskapets deltakelsesrate er noe undervurdert i Tabell 4. Tilsynet vurderer likevel at Tabell 4 gir et overordnet bilde av deltakelsen i anbudskonkurranser, og viser til partenes interne dokumenter og anbudsdata mottatt fra partene, konkurrenter og kunder i markedet viser at [REDACTED].

<sup>720</sup> Meltwater fikk høyest score på kvalitet av aktørene som deltok, men lavest score på pris, jf. brev fra Vinmonopolet 23. april 2025.

<sup>721</sup> Retriever ble rangert som nummer én, Infomedia som nummer to og Meltwater som nummer tre i anbudskonkurransen til Havindustritilsynet i 2022, jf. brev fra Havindustritilsynet 24. april 2025.

" [REDACTED]

" 722

(630) Videre skriver selskapet:

" [REDACTED]

" 723

- (631) På bakgrunn av at Meltwater i [REDACTED] offentlige kunder, [REDACTED] deltar i anbudskonkurranse og har [REDACTED] markedsandel i segmentet for offentlige kunder vurderer Konkurransetilsynet at selskapet er en mindre nær konkurrent til partene i segmentet for offentlige kunder.
- (632) I hvilken grad aktørene blir ansett som konkurransedyktige alternativer for kundene er relevant for konkurransenærhetsvurderingen. Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at seks kunder<sup>724</sup> har oppgitt Meltwater som en aktuell leverandør av medieovervåkingstjenester.<sup>725</sup> Enkelte av disse opplyser imidlertid at de vurderer at selskapet ikke kan levere alle tjenestene de etterspør.<sup>726</sup> Innovasjon Norge oppgir at dekningen av tradisjonelle medier og etermedier ikke er god nok.<sup>727</sup> Forsvaret skriver at Meltwater ikke deltok i forrige anbudskonkurranse i 2023 og at selskapet "*sannsynligvis ikke gode nok på norske trykte kilder/kilder bak betalingsmur*".<sup>728</sup>
- (633) I tillegg til kundene omtalt over, oppgir [REDACTED] kunder at Meltwater er vurdert som en aktuell leverandør i anbudskonkurranse.<sup>729</sup>
- (634) Høringssvar fra kunder i markedet viser at noen kunder anser Meltwater som en alternativ leverandør til partene. Enkelte av disse kundene oppgir at Meltwaters kildetilfang ikke er stort nok til å dekke deres behov. Konkurransetilsynet vurderer derfor at Meltwater ikke vil være et konkurransedyktig alternativ for disse kundene sammenlignet med partene.

<sup>722</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 3.

<sup>723</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 3 og 4.

<sup>724</sup> Dette er kunder som har mottatt informasjonsspørgsmål fra Konkurransetilsynet, hvor tilsynet har stilt følgende spørsmål: "Hvilke aktører vurderer dere som relevante leverandører av medieovervåkingstjenester for deres organisasjon?".

<sup>725</sup> Brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 6, brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 6, brev fra Kulturmeaglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 11, brev fra Equinor ASA 20. desember 2024, svar på spørsmål 6 og brev fra [REDACTED].

<sup>726</sup> [REDACTED], jf. brev fra [REDACTED].

<sup>727</sup> Brev fra Innovasjon Norge 17. januar 2025, svar på spørsmål 6 og 16.

<sup>728</sup> Brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 6 og 15.

<sup>729</sup> [REDACTED]

- (635) Videre viser Konkurransetilsynets diversjonsanalyse at estimert diversjon fra Retriever til Meltwater ligger mellom [REDACTED] prosent, og estimert diversjon fra Infomedia til Meltwater ligger mellom [REDACTED] prosent, jf. Tabell 6.
- (636) På bakgrunn av høringssvar fra kunder i markedet og Konkurransetilsynets diversjonsanalyse vurderer tilsynet at Meltwater er en mindre nær konkurrent til partene, enn det partene er til hverandre.
- (637) Meltwater [REDACTED]  
[REDACTED], som etter Konkurransetilsynets vurdering isolert sett trekker i retning av at selskapet er en nær konkurrent til partene.
- (638) Til Konkurransetilsynets spørsmål om hvilken rolle [REDACTED] har for kvaliteten og nøyaktigheten i Meltwaters medieovervåkingstjeneste, svarer Meltwater at "[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]".<sup>730</sup>
- (639) Meltwater opplyser at de anser [REDACTED] som sine næreste konkurrenter, men at for medieovervåking og medieanalyse er [REDACTED] de næreste.<sup>731</sup> Meltwater utdyper dette med at "[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]".<sup>732</sup>
- (640) I enkelte av partenes interne vurderinger fremgår det at [REDACTED]. I en presentasjon for styret i Infomedia A/S i 2023 fremgår det at [REDACTED], jf. Figur 8.
- (641) I en [REDACTED] utarbeidet av Retrievers nordiske markedsteam i 2021, er [REDACTED]. Det fremgår av analysen at [REDACTED], vist i Figur 5.
- (642) Fra en presentasjon i styret i Retriever Aktiebolag 27. september 2023 fremgår det at Retriever [REDACTED].<sup>733</sup>
- (643) I en presentasjon for styret i Retriever Aktiebolag utarbeidet i oktober 2023 kommer det frem at Retriever [REDACTED], vist i Figur 12.

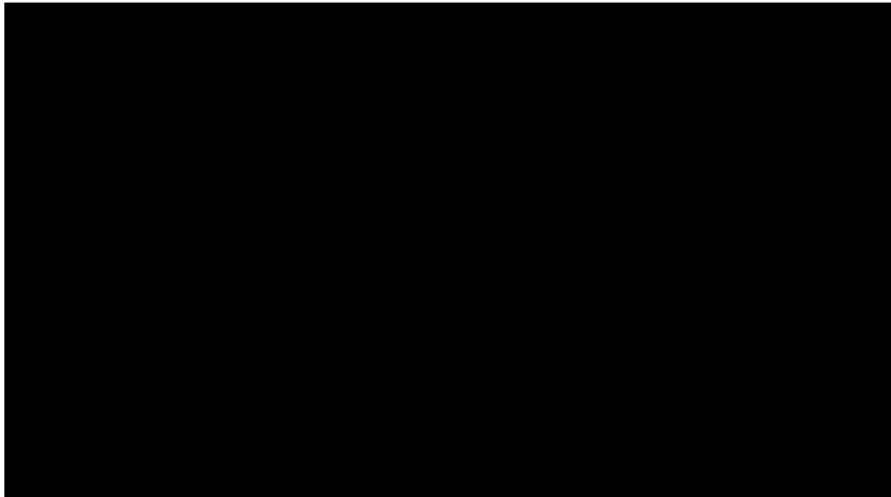
<sup>730</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål [REDACTED].

<sup>731</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>732</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 19a.

<sup>733</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side

**Figur 12** [redacted], 2023<sup>734</sup>



- (644) I den samme presentasjonen har Retriever utarbeidet en [redacted], og fra analysen fremgår det under "[redacted]" at en [redacted].<sup>735</sup> Figur 12 og [redacted] viser etter Konkurransetilsynets vurdering at Retriever [redacted].
- (645) I den samme presentasjonen er det utarbeidet en nordisk konkurrentanalyse hvor [redacted], jf. Figur 3. [redacted]<sup>736</sup>, [redacted].
- (646) Konkurrentanalysen viser etter Konkurransetilsynets vurdering at Retriever [redacted].
- (647) Det er Konkurransetilsynets vurdering at den ovennevnte presentasjonen er relevant, selv om den gjelder for hele Norden. Tilsynet viser blant annet til at [redacted], jf. Figur 4.
- (648) Videre viser Konkurransetilsynet til en presentasjon utarbeidet av styreleder i Retriever, [redacted], i desember 2023. Presentasjonen omhandler blant annet [redacted]<sup>737</sup>.  
Ettersom [redacted].
- (649) I e-post 9. januar 2024 fra landssjef i Retriever Norge, [redacted], til administrerende direktør i Retriever Group, [redacted], [redacted]<sup>738</sup>.

<sup>734</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 83.

<sup>735</sup> Brev fra Retriever Norge AS 7. februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 86.

<sup>736</sup> Fra konkurrentanalysen fremgår det at Retriever vurderer Infomedia og Retriever som en "[redacted]", jf. avsnitt 485. Retriever opplyser at dette er en måte selskapet [redacted], jf. brev fra Retriever Norge AS 4. april 2025. Det er på bakgrunn av dette Konkurransetilsynets vurdering at Retriever [redacted].

<sup>737</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>738</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

(650) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting tilsier at [redacted] særlig etterspørres i offentlige anbudskonkurranser hvor Meltwater [redacted] deltar, jf. kapittel 7.3.2.3. Videre viser tilsynet til at papiraviser er [redacted]

[redacted] <sup>739</sup> Det er tilsynets vurdering at e-posten fra [redacted] viser at Retriever vurderer [redacted].

(651) Retriever har [redacted], jf. avsnitt (580). Det er Konkurransetilsynets vurdering at [redacted].

(652) Meltwater er den [redacted] største aktøren i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge. Meltwater har et mindre kildetilfang og produkttilbud enn partene, noe som etter Konkurransetilsynets vurdering begrenser deres evne til å utøve et effektivt konkurransepress. Enkelte kunder nevner likevel Meltwater som en aktuell leverandør av medieovervåkningstjenester. Det er på denne bakgrunn tilsynets vurdering at Meltwater er en noe nær konkurrent til partene.

(653) På bakgrunn av Meltwaters kildetilfang, kundestrategi og deltakelse i anbudskonkurranser vurderer Konkurransetilsynet at selskapet ikke er en nær konkurrent av partene i segmentet for offentlige kunder, og at de ikke utøver et effektivt konkurransepress overfor partene.

(654) I kapittel 7.3.6.5.2 vil Konkurransetilsynet vurdere Meltwater sine muligheter til å ekspandere.

#### 7.3.3.2 Mynewsdesk

(655) Mynewsdesk er en medieovervåker som tilbyr medieovervåking, analyse og håndtering av sosiale medier, jf. kapittel 4.5.3. Selskapet tilbyr [redacted]

[redacted] <sup>740, 741</sup>

(656) Mynewsdesk er den [redacted] største aktøren i markedet for medieovervåkningstjenester, målt i omsetning. I 2023 og 2024 hadde selskapet en markedsandel på henholdsvis [redacted] prosent og [redacted] prosent, jf. Tabell 2. I segmentet for offentlige kunder i Norge hadde selskapet i 2023 og 2024 en markedsandel på henholdsvis [redacted] prosent og [redacted] prosent, jf. Tabell 3. Målt etter omsetning er dermed Mynewsdesk [redacted] mindre enn partene.

(657) I likhet med partene har Mynewsdesk [redacted], og kan tilby innhold både foran og bak betalingsmur, jf. kapittel 4.5.3 og Tabell 1. I tillegg har de avtale med Klareringstjenesten som omfatter åpent innhold og papiraviser, jf. Tabell 1. Selskapet tilbyr også overvåking av etermedier, jf. avsnitt (129).

(658) Mynewsdesk opplyser at det er deres oppfatning at [redacted]

[redacted] <sup>742</sup>

(659) Det er Konkurransetilsynets vurdering at bredden i kildetilfang isolert sett tilsier at Mynewsdesk er en nær konkurrent til partene.

(660) I likhet med partene har Mynewsdesk avtale med mediehus som tillater fulltekstfremvisning av innhold bak betalingsmur og/eller papiraviser. Mynewsdesk har avtaler [redacted] <sup>743</sup> I tillegg har Mynewsdesk avtale om overvåking av nettinhold med Klareringstjenesten, [redacted] <sup>744</sup>

<sup>739</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 1.

<sup>740</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 13 og 14.

<sup>741</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>742</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 22.

<sup>743</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 2a.

<sup>744</sup> Brev fra Mediebedriftenes Klareringstjeneste AS 14. mars 2025, svar på spørsmål 4d.

- (661) Ovennevnte innebærer at Mynewsdesk [REDACTED]  
[REDACTED].
- (662) Konkurransetilsynet vurderer at dette isolert sett tilsier at Mynewsdesk er en nær konkurrent til partene.
- (663) Mynewsdesk skiller seg fra partene ved at de [REDACTED]  
[REDACTED]. På [REDACTED]<sup>745</sup> [REDACTED] viser partene innhold bak betalingsmur i egen portal, for medier hvor de har lisensavtaler med mediehus som gir tillatelse til dette, jf. kapittel 4.
- (664) Når det gjelder produktbredde vurderer Konkurransetilsynet at Mynewsdesk har et smalere tilbud enn partene. Mynewsdesk tilbyr medieanalyse som en tilleggstjeneste, i form av automatisk genererte rapporter blant annet ved bruk av KI, [REDACTED]  
[REDACTED]. Videre oppgir Mynewsdesk at de [REDACTED]  
[REDACTED]. Mynewsdesk oppgir at de har [REDACTED]  
[REDACTED].<sup>746</sup> Det er tilsynets vurdering at dette isolert sett taler i retning av at selskapet er en mindre nær konkurrent av partene.
- (665) Support- og rådgivningstjenester, kjennskap til norske medier, brukergrensesnitt og funksjonalitet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2. Mynewsdesk oppgir at de tilbyr kundeservice, service/rådgivning og førstelinjesupport til deres kunder. For teknisk support henter selskapet kompetanse fra Sverige, mens for rådgivning til medieovervåkning benytter selskapet ansatte i Norge.<sup>747</sup>
- (666) På Mynewsdesk sin hjemmeside fremgår det at selskapet tilbyr kundesupport på kundens "lokale språk" og at de gir "tips, råd og støtte", og at supporttelefonen er bemannet hverdager mellom klokken 9 og 17.<sup>748</sup>
- (667) Mynewsdesk sin kundeportefølje [REDACTED]. Selskapet oppgir at de [REDACTED]. Årsaken til at dette er "[REDACTED]"  
[REDACTED].<sup>749</sup>
- (668) Mynewsdesk har i perioden 2022 til 2024 [REDACTED] anbudskonkurranser, jf. Tabell 4.<sup>750</sup> Selskapet oppgir [REDACTED]  
[REDACTED].<sup>751</sup>
- (669) [REDACTED]  
[REDACTED].<sup>752</sup>
- (670) Mynewsdesk har [REDACTED] markedsandel i segmentet for offentlige kunder, jf. Tabell 3. Det er Konkurransetilsynets vurdering at selskapets lave omsetning fra offentlige kunder og

<sup>745</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 6.

<sup>746</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 11, 13 og 22.

<sup>747</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 1.

<sup>748</sup> [Kundesupport | Mynewsdesk](#). Lesedato 29. april 2025.

<sup>749</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 10 og 22.

<sup>750</sup> Mynewsdesk oppgir at de ikke klassifiserer "privata förfrågningar som anbud utan ser det som direktanskaffelse". Vi spar heller inte nödvändigtvis alltid information om förlorade upphandlingar", jf. brev fra Mynewsdesk 20. mars 2025. Dette kan medføre at selskapets deltakelsesrate er noe undervurdert i tabell 4. Tilsynet vurderer likevel at Tabell 4 gir et overordnet bilde av deltakelsen i anbudskonkurranser, og viser til partenes interne dokumenter og anbudsdata mottatt fra partene, konkurrenter og kunder i markedet viser at Mynewsdesk i liten grad deltar i anbud, jf. kapittel 7.3.2.3.

<sup>751</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 17. februar 2025, svar på spørsmål 22, brev fra Retriever Norge AS 17. februar 2025, vedlagt dokument "Vedlegg C Anbud 2021-2024".

<sup>752</sup> Brev fra Mynewsdesk 20. mars 2025, vedlagt dokument "Request for information - Norwegian Competition Act § 24 - competitors (1)".

begrensende deltakelse i anbudskonkurranser, isolert sett, tilsier at de er en mindre nær konkurrent til partene i segmentet for offentlige kunder.

- (671) I hvilken grad aktørene blir ansett som konkurransedyktige alternativer for kundene er relevant for konkurransenærhetsvurderingen. Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at det kun er fire kunder, som i dag kjøper medieovervåkningstjenester, som oppgir Mynewsdesk som en aktuell leverandør.<sup>753</sup> En av kundene er DFØ, som oppgir at de inviterte Mynewsdesk til å delta i forrige anbudskonkurranse, men at selskapet ikke svarte på invitasjonen. Kulturmegleren oppgir Mynewsdesk som en aktuell leverandør, [REDACTED]<sup>754</sup>.
- (672) Norges Idrettshøgskole oppgir Mynewsdesk som den aktøren de mest sannsynlig ville benyttet dersom tilbudet fra deres nåværende leverandør ikke hadde vært tilgjengelig i markedet. Selskapet skriver *"Mynewsdesk kan være en aktuell leverandør både fordi de er rimeligere og har utviklet sin tekniske løsning betraktelig. Vi skal konkurranseutsette tjenesten kommende høst"*.<sup>755</sup>
- (673) Høringssvar fra kunder i markedet viser at kun enkelte kunder anser Mynewsdesk som en alternativ leverandør til partene.
- (674) Videre viser Konkurransetilsynets diversjonsanalyse at estimert diversjon fra Retriever til Mynewsdesk ligger mellom [REDACTED] prosent, og estimert diversjon fra Infomedia til Mynewsdesk ligger mellom [REDACTED] prosent, jf. Tabell 6. Dette er lavere enn for partene, og tilsier etter tilsynets vurdering at selskapet er en mindre nær konkurrent til partene enn det partene er til hverandre.
- (675) På bakgrunn av høringssvar fra kunder i markedet og Konkurransetilsynets diversjonsanalyse vurderer tilsynet at Mynewsdesk er en mindre nær konkurrent til partene, enn det partene er til hverandre.
- (676) Mynewsdesk kjøper [REDACTED]<sup>756</sup>.
- (677) Etter Konkurransetilsynets vurdering trekker det faktum at [REDACTED], i retning av at de utøver et lavere konkurransepress i markedet [REDACTED].
- (678) Mynewsdesk, som har avtale om [REDACTED], skriver at "[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]<sup>757</sup> Mynewsdesk skriver videre at "[REDACTED]  
[REDACTED]", og at [REDACTED]<sup>758</sup>.
- (679) Foretakssammenslutningen vil gi partene [REDACTED]. På denne bakgrunn vurderer Konkurransetilsynet at partene etter foretakssammenslutningen kan [REDACTED].
- (680) I en intern e-postkorrespondanse fra 7. november 2023 skriver Country Manager i Infomedia, [REDACTED] at [REDACTED]<sup>759</sup>.

<sup>753</sup> Rådet for psykisk helse nevner Mynewsdesk som en mulig leverandør, men skriver at de foreløpig ikke har vurdert hvilke tjenester Mynewsdesk kan levere, jf. brev fra Rådet for psykisk helse 27. februar 2025, svar på spørsmål 2, referat fra telefonsamtale med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025, brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 11, brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>754</sup> Referat fra telefonsamtale med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025 og brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 11, brev fra Rådet for psykisk helse 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>755</sup> Brev fra Norges Idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>756</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>757</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>758</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 16f og 16g.

<sup>759</sup> Brev fra [REDACTED].

- (681) At Mynewsdesk [REDACTED]  
[REDACTED] "760 Mynewsdesk skriver [REDACTED]  
[REDACTED]  
761
- (682) Det er Konkurransetilsynets vurdering at det at Mynewsdesk [REDACTED] taler for at Mynewsdesk ikke er en veldig nær konkurrent av partene, ettersom Mynewsdesk vil utøve et lavere konkurransepress i markedet [REDACTED].
- (683) Mynewsdesk opplyser at de anser [REDACTED] som sine næreste konkurrenter innen markedet for medieovervåkningstjenester.<sup>762</sup>
- (684) I enkelte av partenes interne vurderinger fremgår det at de har vurdert [REDACTED]. I en presentasjon for styret i Infomedia A/S i 2023 fremgår det at selskapet vurderer [REDACTED]  
[REDACTED]
- (685) I en konkurrentanalyse utarbeidet av Retrievers nordiske markedsteam i 2021, er [REDACTED]. Det fremgår av analysen at [REDACTED].
- (686) I en presentasjon til styret i Retriever Aktiebolag i 2023 [REDACTED]  
[REDACTED].
- (687) I e-post fra landssjef i Norge, [REDACTED], til administrerende direktør i Retriever Group, [REDACTED], 9. januar 2024 [REDACTED]  
[REDACTED] "763
- (688) Det fremgår ikke av e-postkorrespondansen hvorvidt [REDACTED] omtaler [REDACTED] imidlertid at [REDACTED] særlig etterspørres i offentlige anbudskonkurranser hvor Mynewsdesk [REDACTED]. Det er tilsynets vurdering at uttalelsen fra [REDACTED] indikerer at Retriever har ansett Mynewsdesk [REDACTED] konkurrent i konkurransen om kunder som etterspør [REDACTED] i Norge.
- (689) Retriever har [REDACTED]. Det er Konkurransetilsynets vurdering at [REDACTED], og at dette isolert sett gjør Mynewsdesk til en noe mindre nær konkurrent til Retriever.
- (690) Mynewsdesk er [REDACTED] av de større aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge. Selskapet har et bredt kildetilfang, men en noe mindre produktbredde enn partene, og retter seg mot et smalere kundesegment enn partene. Det er kun enkelte kunder som har omtalt Mynewsdesk som en aktuell leverandør, og analysen av partenes kundeavganger viser at en liten andel av kundene går til Mynewsdesk, jf. kapittel 7.3.2.4. Det er på denne bakgrunn tilsynets vurdering at Mynewsdesk er en noe nær konkurrent av partene.
- (691) På bakgrunn av Mynewsdesks produktbredde, [REDACTED] og deltakelse i offentlige anbudskonkurranser, vurderer Konkurransetilsynet at selskapet ikke er en nær konkurrent av partene i segmentet for offentlige kunder.
- (692) I kapittel 7.3.6.5.1 vil Konkurransetilsynet vurdere Mynewsdesk sine muligheter til å ekspandere.

<sup>760</sup> Brev fra Mynewsdesk 15. april 2025, svar på spørsmål 2a.

<sup>761</sup> Brev fra Mynewsdesk 15. april 2025, svar på spørsmål 2a.

<sup>762</sup> Brev fra Mynewsdesk 15. april 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>763</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]"

### 7.3.3.3 *Notified*

- (693) Notified er et globalt selskap innenfor PR og *investor relations*, som i Norge blant annet tilbyr verktøy for medieovervåkning, pressemeldingsdistribusjon, samt kundeservice til norske kunder, jf. kapittel 4.5.6.
- (694) Notified er den [redacted] aktøren i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, målt i omsetning.<sup>764</sup> I 2023 og 2024 hadde selskapet en markedsandel på henholdsvis [redacted] og [redacted] prosent, jf. Tabell 2. Målt etter omsetning er dermed Notified [redacted] mindre enn partene.
- (695) Notified overvåker åpent og offentlig tilgjengelig innhold av blant annet nettaviser, medieinnhold fra Facebook, Instagram, blogger, TV, radio, webforum og podkaster.<sup>765</sup>
- (696) Notified har ikke lisensavtaler med innholdsprodusenter om å søke bak betalingsmur i Norge.<sup>766</sup> Notified vurderer det som en sentralt konkurranseparameter å ha lisensavtaler med mediehusene som dekker "(a) *online content behind paywalls and in some cases also for publicly available content and (b) to cover print content and make it available in fulltext on our platform*".<sup>767</sup>
- (697) Notified opplyser videre at de ikke overvåker papiraviser eller innhold bak betalingsmur, og at konkurransen er hardere i dette segmentet fordi det i dette segmentet finnes større aktører som fokuserer mer på print og overvåking av innhold bak betalingsmur.<sup>768</sup>
- (698) Det er Konkurransetilsynets vurdering at ovennevnte viser at Notified har et smalt kildetilfang i Norge, sammenlignet med øvrige aktører i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (699) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at produktbredde, support- og rådgivningstjenester, kjennskap til norske medier, og brukergrensesnitt og funksjonalitet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2.
- (700) Notified opplyser at de tilbyr medieanalyse til deres kunder, men at "*we have not penetrated this market space in a large-scale in Norway yet*".<sup>769</sup>
- (701) Til forskjell fra partene tilbyr ikke Notified mediearkiv med tilgang til ad hoc-søk i et arkiv av historiske presseklipp fra ulike kilder og mediekanaler, hvor kundene selv kan gjøre søk i alle kildene som ligger i aktørens arkiv.<sup>770</sup> Etter Konkurransetilsynets vurdering innebærer dette at selskapet ikke har tilsvarende produktbredde som partene.
- (702) Notified opplyser at de i tillegg til medieovervåkning også blant annet tilbyr "*customer service and compliance tools for Norway*", og videre at "[w]ith ongoing expansion plans in Norway, we are targeting cross-sell opportunities, many of our Norwegian clients already use our press release distribution, IR websites and IR event services, making media monitoring a natural next step".<sup>771</sup>
- (703) En viktig del av konkurransenærhetsvurderingen er i hvilken grad aktørene blir ansett som alternativer for kundene som kjøper medieovervåkningstjenester. Norges Idrettshøgskole er den eneste av kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting som har omtalt Notified som en aktør som tilbyr medieovervåkning.<sup>772</sup> Norge Idrettshøgskole skriver at de fram til 2020 benyttet Notified som leverandør av medieovervåkning, men at de i 2020 skiftet tilbyder til Retriever grunnet "*kvalitet på tjenesten, mangelfull overvåkning og en deling mellom*

<sup>764</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 3.

<sup>765</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4a og b.

<sup>766</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4c.

<sup>767</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 6a.

<sup>768</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4c, 7 og 8.

<sup>769</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4d og 10.

<sup>770</sup> Notified tilbyr "[redacted]

", jf. referat fra møte med Notified 11. juni

2025 og brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 4e.

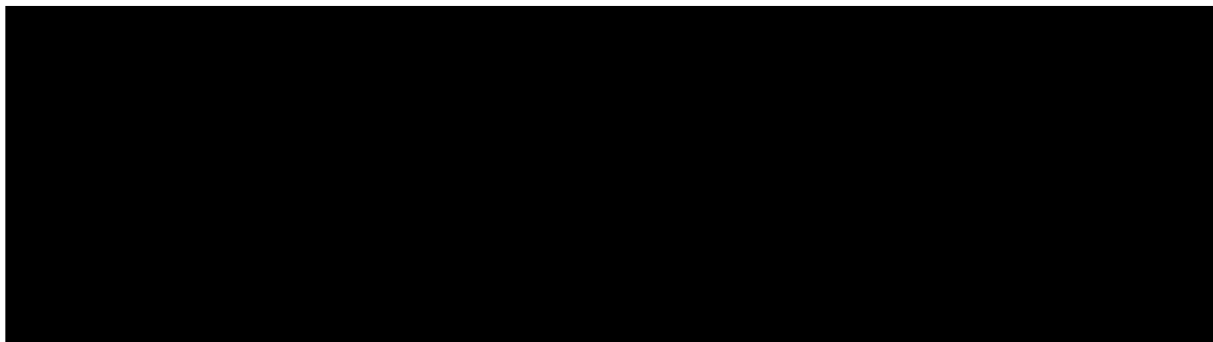
<sup>771</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 2 og 11.

<sup>772</sup> Brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 11b.

etermedier og andre medier [som] gjorde løsningen upraktisk".<sup>773</sup> Norges Idrettshøgskole viser ikke til at Notified i dag er vurdert som en relevant leverandør av medieovervåkingstjenester for deres organisasjon.<sup>774</sup>

- (704) Høringssvar fra kunder indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at Notified i svært liten grad er et alternativ for kunder i markedet for medieovervåkingstjenester.
- (705) Notified er ikke vertikalt integrert med egen crawlingteknologi, og oppgir at selskapet kjøper data fra *"a wide variety of companies depending on media type (online news, social media platforms etc). In general, we buy access to their index to make the search results accessible in our platform"*.<sup>775</sup> Det er Konkurransetilsynets vurdering at det å ikke være vertikalt integrert med egen crawlingteknologi er noe som isolert trekker i retning av at Notified utøver et lavere konkurransepress i markedet enn aktører som har egen crawlingteknologi, jf. kapittel 7.3.2.6.1.
- (706) Notified opplyser at de anser [redacted]<sup>776</sup> og [redacted] som sine næreste konkurrenter innen medieovervåking, og [redacted] er oppgitt som de næreste konkurrentene innen medieanalyse.<sup>777</sup>
- (707) Av aktørene i markedet for medieovervåkingstjenester er det kun partene som har nevnt Notified som en konkurrent. I meldingen er Notified nevnt av partene blant konkurrenter som opererer fra andre land, men som likevel betjener norske kunder.<sup>778</sup> [redacted]<sup>779</sup> [redacted]<sup>780</sup>
- (708) I enkelte av partenes interne vurderinger er [redacted]. I en presentasjon for styret i Infomedia A/S i 2023 fremgår det at [redacted].
- (709) Det fremgår av en konkurrentanalyse utarbeidet av Retrievers nordiske markedsteam i 2021, at [redacted].
- (710) Videre fremgår det av en konkurrentanalyse [redacted].

**Figur 13** [redacted]<sup>781</sup>



- (711) [redacted].

<sup>773</sup> Brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 11c.

<sup>774</sup> Brev fra Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>775</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 9.

<sup>776</sup> Notified oppgir at "[redacted]", jf. møte med Notified 11. juni 2025.

<sup>777</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 10.

<sup>778</sup> Meldingen, side 33.

<sup>779</sup> Meldingen, vedlegg J.

<sup>780</sup> Meldingen, vedlegg J.

<sup>781</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

(712) Fra konkurrentanalysen fremgår det at [REDACTED]. Det er Konkurransetilsynets vurdering at [REDACTED]. Tilsynet viser til at Notified [REDACTED]. Videre viser tilsynet til at Notified har hatt [REDACTED] lav omsetning innen medieovervåkningstjenester i Norge i perioden 2022 til 2023, jf. Tabell 2.

(713) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at Notified ikke er en nær konkurrent av partene, og at de ikke utøver et effektivt konkurransepress overfor partene.

(714) I kapittel 7.3.6. vil Konkurransetilsynet vurdere Notified sine muligheter til å ekspandere.

#### 7.3.3.4 Cision

(715) Cision er et globalt medieovervåkningsselskap som tilbyr pressemeldingsdistribusjon og presseromtjeneste, samt medieovervåkning og medieanalyse, jf. kapittel 4.5.5. Cision tilbyr ikke mediearkivtjenester.<sup>782</sup>

(716) Cision er den [REDACTED] aktøren i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, målt i omsetning. I 2023 og 2024 hadde selskapet en markedsandel i på [REDACTED] prosent, jf. Tabell 2. Målt etter omsetning er dermed Cision [REDACTED] mindre enn partene.

(717) Cision overvåker offentlig tilgjengelig innhold fra innholdsprodusenter, utvalgte radio og TV-kilder og podkaster. I Norge har selskapet [REDACTED].<sup>783</sup>

(718) Cision har ikke lisensavtaler med innholdsprodusenter i Norge.<sup>784</sup> Videre oppgir selskapet at [REDACTED], og at deres "[i]nternal web crawler scraping" [REDACTED].<sup>785</sup>

(719) Det er Konkurransetilsynets vurdering at ovennevnte viser at Cision har et smalt kildetilfang i Norge sammenlignet med øvrige aktører i markedet for medieovervåkningstjenester.

(720) Cision opplyser at de tilbyr analysetjenester til deres kunder. Omsetningstall fra selskapet viser at Cision [REDACTED] i Norge i perioden 2022 til 2024.<sup>786</sup>

(721) Cision opplyser at de retter seg mot [REDACTED]. Videre opplyser selskapet at de ikke har deltatt i anbud i Norge de tre siste årene.<sup>787</sup>

(722) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at produktbredde, support- og rådgivningstjenester, kjennskap til norske medier, og brukergrensesnitt og funksjonalitet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.2.

(723) Til forskjell fra partene tilbyr ikke Cision mediearkiv. Etter Konkurransetilsynets vurdering innebærer dette at selskapet ikke har tilsvarende produktbredde som partene.

(724) I motsetning til de andre aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester [REDACTED] Cision [REDACTED] i Norge.<sup>788</sup> Selskapet tilbyr supporttjenester til deres kunder i plattformen, og selskapets "team of trainers know the Cision product portfolio inside-out and will conduct interactive and engaging training sessions for you and your team".<sup>789</sup>

(725) Cision tilbyr en "all-in-one platform for media monitoring, analytics, reporting, journalist outreach, social listening, and engagement".<sup>790</sup> Cision opplyser at resultater fra

<sup>782</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>783</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>784</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 7.

<sup>785</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 4, 6 og 7.

<sup>786</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 3 og 4.

<sup>787</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 8 og 9.

<sup>788</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>789</sup> [Contact | Cision NO](#). Lesedato 29. april 2025.

<sup>790</sup> [Cision: AI-Powered Media Monitoring & Intelligence for PR & Comms](#). Lesedato 29. april 2025.

medieovervåkningen normalt inkluderer "the headline and full text (where we have acquired rights to show the full text) or will include headline, short length of text (anything visible in front of a paywall) and a hyperlink".<sup>791</sup>

- (726) En viktig del av konkurransenærhetsvurderingen er i hvilken grad aktørene blir ansett som alternativer for kundene som kjøper medieovervåkningstjenester. [redacted] er den eneste av kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting som har oppgitt Cision som en aktuell leverandør av medieovervåkningstjenester. [redacted] skriver at Cision [redacted]. Selskapet oppgir at [redacted] og oppgir at [redacted].<sup>792</sup>
- (727) Høringssvar fra kunder indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at Cision i svært liten grad er et alternativ for kunder i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (728) Cision er delvis vertikalt integrert ved at selskapet bruker en "internal web crawler" som skrapet [redacted], samtidig som de kjøper tilgang til papirinnhold i Norge av [redacted] eller [redacted], og [redacted].<sup>793</sup> Å være vertikalt integrert med egen crawlingteknologi vil etter Konkurransetilsynets vurdering normalt innebære at aktøren har lavere variable kostnader knyttet til crawling av nyhetskilder, jf. kapittel 7.3.2.6.1. At Cision, i tillegg til å crawle [redacted] selv, også kjøper tilgang til papirinnhold [redacted] av tredjeparter, tilsier likevel etter Konkurransetilsynets vurdering at Cision ikke er en veldig nær konkurrent av partene.
- (729) Cision opplyser at de anser [redacted] som sine næreste konkurrenter innen medieovervåkning, mens [redacted] er oppgitt som de eneste konkurrentene innen medieanalyse.<sup>794</sup>
- (730) [redacted] oppgir Cision som en av deres næreste konkurrenter, jf. [redacted]. Videre skriver [redacted] at "[redacted]".<sup>795</sup> [redacted] oppgir ikke Cision som en konkurrent innen [redacted], men oppgir selskapet som en konkurrent innen [redacted].<sup>796</sup>
- (731) I enkelte av partenes interne vurderinger er [redacted]. I en presentasjon for styret i Infomedia A/S i 2023 fremgår det at [redacted].
- (732) Det fremgår av en konkurrentanalyse utarbeidet av Retrievers nordiske markedsteam i 2021, at [redacted].
- (733) Videre fremgår det av en konkurrentanalyse [redacted].<sup>797</sup> Figur 13. [redacted].
- (734) Fra konkurrentanalysen fremgår det at [redacted]. Det er Konkurransetilsynets vurdering at Retriever vurderer [redacted]. Tilsynet viser til at Cision [redacted], Figur 4. Videre viser tilsynet til at Cision har [redacted] lav omsetning innen medieovervåkningstjenester i Norge i perioden 2022 til 2024, jf. Tabell 2.
- (735) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at Cision ikke er en nær konkurrent av partene, og at de ikke utøver et effektivt konkurransepress overfor partene.

<sup>791</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>792</sup> [redacted].

<sup>793</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 6c og 7b.

<sup>794</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 14.

<sup>795</sup> Brev fra [redacted].

<sup>796</sup> Brev fra [redacted].

<sup>797</sup> [redacted].

(736) I kapittel 7.3.6 vil Konkurransetilsynet vurdere Cision sine muligheter til å ekspandere.

#### 7.3.3.5 Konklusjon konkurransenærhet mellom partene og øvrige konkurrenter

(737) Det er Konkurransetilsynets vurdering at Meltwater og Mynewsdesk er noe nære konkurrenter av partene, men at de i begrenset grad utøver et effektivt konkurransepress overfor partene.

(738) Videre vurderer Konkurransetilsynet at Notified og Cision ikke er nære konkurrenter av partene, og at selskapene ikke utøver et effektivt konkurransepress overfor partene.

(739) Det er Konkurransetilsynets vurdering at Meltwater, Mynewsdesk, Notified og Cision ikke er nære konkurrenter av partene i segmentet for offentlige kunder, og at de ikke utøver et effektivt konkurransepress overfor partene i dette segmentet.

(740) På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at partene er hverandres næreste konkurrenter.

#### 7.3.4 Konkurransetilsynets vurdering av partenes anførsler om konkurransepress fra andre aktører

(741) Konkurransetilsynets vurdering er at aktører som tilbyr nyhetsaggregatortjenester ikke inngår i det relevante produktmarkedet, jf. tilsynets vurderinger i kapittel 5.2.5.

(742) I meldingen anfører partene at Schibsteds stenging av fulltekstfremvisning fra våren 2025 for medieovervåkere med lisensavtaler, [redacted]<sup>798</sup> anfører partene at situasjonen i dag er preget av konkurranse fra utenlandske aktører som Google News [redacted], som overvåker "det norske nyhetsbildet" foran, og i noen tilfeller også bak, betalingsmur.<sup>799</sup>

(743) Videre anfører partene at:

"[f]orbedrede søkeverktøy som Google og Bing, kombinert med digitalt innhold, innebærer også at bedrifter selv kan identifisere relevant innhold gjennom andre teknologiske løsninger, [redacted]. Partenes interne kommersielle vurdering tilsier at [redacted]"<sup>800</sup>

(744) Aktørene Google News og Feeder leverer etter Konkurransetilsynets vurdering nyhetsaggregatortjenester, som etter tilsynets vurdering ikke inngår i det relevante markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 5.2.5. På bakgrunn av partenes anførsler gjengitt i avsnitt (742) og (743) vil tilsynet i det videre vurdere om aktørene Google News og Feeder utøver et effektivt konkurransepress på partene.

##### 7.3.4.1 Google News

(745) Google News er en nyhetsaggregator utviklet av Google, som gir tilgang til kilder og nyheter. Google News gjør det mulig å tilpasse hvilke nyheter man vil følge basert på ulike emner, som bransjer eller geografiske områder. I tillegg til at brukere kan følge ulike emner, kan det også settes opp varsler for å få oppdatering på bestemte søkefraser, jf. avsnitt (151).

(746) Konkurransetilsynet viser til at kildetilfang er en viktig konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1.

(747) Google oppgir at [redacted]<sup>801</sup> Schibsted har gitt Google tilgang til sitt medieinnhold for at avisenes innhold skal rangeres høyt i søk, jf. avsnitt (153). Ettersom Google News bruker samme teknologi som Google Søk, får også Google News tilgang til Schibsteds innhold.<sup>802</sup>

<sup>798</sup> Meldingen, avsnitt 66.

<sup>799</sup> Meldingen, avsnitt 68.

<sup>800</sup> Meldingen, avsnitt 77.

<sup>801</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 8b.

<sup>802</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 5a.

- (748) Når det gjelder innhold bak betalingsmur, oppgir Google at innholdet er *"eligible to appear in Google News results, provided the website operator has put in place the appropriate structured data"*.<sup>803</sup> Google oppgir videre at Google News *"displays links and headlines, sometimes with a small thumbnail image or snippet. Users must click on the headline links and navigate to the news publisher's site in order to read the underlying article. Google News does not display full articles"*.<sup>804</sup>
- (749) Google News overvåker ikke sosiale medier, blogger, forum eller etermedier ettersom overvåkingen er begrenset til kvalifisert nyhetsinnhold,<sup>805</sup> jf. avsnitt (155).
- (750) Det er Konkurransetilsynets vurdering at kvalifikasjonskravene til Google News kan føre til at ikke alle relevante artikler vises i kundenes søkeresultat, og at det derfor kan være vanskelig for kunder å ha oversikt over hvilke kilder som omfattes av Google News' nyhetsaggregator, jf. avsnitt (281)–(284). Ettersom Google News heller ikke overvåker sosiale medier, blogger, forum eller etermedier, jf. avsnitt (749), er det videre tilsynets vurdering at Google News har et smalt kildetilfang sammenlignet med aktører i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (751) At Google News overvåker et begrenset omfang av kilder og mediekanaler, og at kunder ikke stoler på at relevant innhold blir overvåket av Google, underbygges etter Konkurransetilsynets vurdering også av svar fra kunder i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kundenes svar gjengitt i avsnitt (761)–(762). Google News' kildetilfang tilsier etter tilsynets vurdering at Google News utøver et begrenset konkurransepress på partene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.
- (752) Retriever [redacted] fem næreste konkurrenter.<sup>806</sup>  
Infomedia [redacted] fem næreste konkurrenter.<sup>807</sup>
- (753) Konkurransetilsynets informasjonsinnhentning viser at andre aktører i markedet ikke ser på Google som en konkurrent av medieovervåkningstjenester. Meltwater skriver at aktører som Google News *"[...] cater to a very limited use case [redacted]"*. Videre opplyser Meltwater at *"most organisations strive for a supplier that can fulfill more needs than one, [redacted]"*.<sup>808</sup>
- (754) Mynewsdesk skriver at de *"[redacted]"*.<sup>809</sup> Videre opplyser selskapet at de *"[redacted]"*.<sup>810</sup>
- (755) Verken [redacted] eller [redacted] oppgir Google som en konkurrent i markedet for medieovervåkningstjenester.<sup>811</sup>
- (756) Google News skriver at de ikke kan oppgi selskapets fem største konkurrenter innen medieovervåkning og medieanalyse i Norge som følge av at *"we are not active in these services and therefore do not have detailed knowledge of these markets"*.<sup>812</sup>
- (757) At flertallet av aktørene i markedet ikke oppfatter Google som en konkurrent, tilsier etter Konkurransetilsynets vurdering at Google News ikke utøver et effektivt konkurransepress på

<sup>803</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 5d med henvisning til [Subscription and Paywalled Content Markup | Google Search Central | Documentation | Google for Developers](#). Lesedato 28. mars 2025.

<sup>804</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>805</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 5a.

<sup>806</sup> Meldingen, side 24 og vedlagt dokument "J – Største konkurrenter, leverandører og kunder".

<sup>807</sup> Meldingen, side 24 og vedlagt dokument "J – Største konkurrenter, leverandører og kunder".

<sup>808</sup> Brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 20. Meltwater [redacted], jf. brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>809</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 23.

<sup>810</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 23, referat fra møte med Mynewsdesk 24. mars 2025. [redacted], jf. brev fra Mynewsdesk 15. april 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>811</sup> Brev fra [redacted], brev fra [redacted].

<sup>812</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar, svar på spørsmål 15.

aktører i markedet for medieovervåkningstjenester. Dette underbygges etter tilsynets vurdering av at [redacted] og at heller ikke Google anser seg selv som en konkurrent i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.

- (758) Sentralt for vurderingen av om Google utøver et konkurransepress i markedet for medieovervåkningstjenester er i hvilken grad Google har blitt ansett som et konkurransedyktig alternativ for kundene i det relevante markedet.
- (759) Av kundene som i dag kjøper medieovervåkningstjenester er det ingen av kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting som oppgir Google som en aktuell leverandør av medieovervåkningstjenester.<sup>813</sup>
- (760) På spørsmål om det er mulig for selskapet å utføre medieovervåkning på egen hånd svarer alle kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting, som i dag kjøper medieovervåkningstjenester, nei.<sup>814</sup> Circle K opplyser at egen medieovervåkning ville omfattet "*manuelle søk i medier og gjennom ulike søkeverktøy (AI, Google osv), egen organisasjon som deler det de ser i sine lokalmedier (ustabil kilde)*", og at [redacted].<sup>815</sup> Kulturmeaglerne oppgir at det er mulig å bruke Google, men at det ikke dekker deres behov.<sup>816</sup>
- (761) DFØ oppgir at Google News ikke gir tilstrekkelig treff bak betalingsmurer, ettersom de kun har indeksert en begrenset mengde innhold. Videre oppgir selskapet at det "[...] *viktigste er å kunne bli varslet om omtale bak betalingsmur [...]*".<sup>817</sup>
- (762) Videre oppgir NHH at det ikke vil være aktuelt for dem å bruke Google News av flere grunner:
- "Kildetilfanget. NHH ville ikke stolt på at alt relevant innhold blir overvåket av Google News. Google kan på langt nær garantere at alt relevant skriftlig medieinnhold blir fanget opp. Google overvåker heller ikke innhold fra TV og radio, noe som ble ansett som en vesentlig begrensning. Google tilbyr ikke samme funksjonalitet som for eksempel Retriever for å utføre kvantitativ statistikk og medieanalyser".*<sup>818</sup>
- (763) Ovennevnte kundesvar indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at kunder mener Google News har et smalt kildetilfang og ikke tilbyr overvåkning av den bredden av innhold og tjenester som kundene har behov for. Videre vurderer tilsynet at kundesvarene indikerer at

<sup>813</sup> Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at en av aktørene som tidligere har vært kunde av partene, i dag benytter "Google Alert", men at dette "*ikke [inkluderer] radio/tv og gir ikke tilgang til å lese saker bak betalingsmur, men vi får varsler på treff fra digitale saker i aviser, lokalaviser og bransjemagasiner [som] er tilstrekkelig for å dekke vårt behov*". Videre skriver Frydenbø at "[d]et er åpenbart at [redacted] leverer en tjeneste som vi ikke dekker internt i dag uten en medieovervåkningstjeneste", se e-post fra Frydenbø Group 20. mars 2025.

<sup>814</sup> Blant annet opplyser NBBL at det ikke er aktuelt for dem å utføre medieovervåkning på egenhånd, da det ikke er det de skal bruke ressurser på, jf. brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 14, Rådet for psykisk helse oppgir at de ikke har kapasitet til å utføre medieovervåkingen selv, jf. brev fra Rådet for psykisk helse 27. februar 2025, svar på spørsmål 1. If Skadeforsikring NUF skriver "*Intern medieovervåking krever bemanning og abonnement (og forvaltning) av betydelig mengder medier, noe vi ikke er rustet for*", jf. brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 11. Forsvaret oppgir at de ikke kan utføre medieovervåking selv med dagens bemanning og oppdrag, og at de ikke har verktøy/software til det, jf. brev fra Forsvaret kommunikasjon 18. desember 2024, svar på spørsmål 11. NRK opplyser at: "*Vi har ikke mulighet til å utføre medieovervåking på egenhånd i dag. Vi har ikke tilgang til data eller et verktøy for å samle inn og sortere data*", jf. brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 11. Norges Idrettshøgskole oppgir at de ikke har kompetanse og ressurser til å utføre medieovervåking selv, og at de har lite innsikt i hvilke investeringer og kompetanse som kreves for å gjøre dette på egenhånd, men at dette "*muligens på sikt*" kan være et alternativ til en medieovervåker, jf. Norges idrettshøgskole 29. april 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>815</sup> Circle K opplyser at egen medieovervåking ikke vil være et alternativ til å inngå avtale med en medieovervåker, jf. brev fra Circle K AS 24. mars 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>816</sup> Kulturmeaglerne oppgir at de ikke har vurdert om egen medieovervåking vil være et alternativ til å inngå avtale med en medieovervåker, jf. brev fra Kulturmeaglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 14.

<sup>817</sup> Referat fra telefonsamtale med Direktoratet for økonomistyring 25. mars 2025.

<sup>818</sup> Referat fra møte med Norges Handelshøyskole 1. april 2025.

Google News krever manuelt arbeid som kundene ikke har kapasitet til å gjennomføre selv. At kundene ikke anser Google som et konkurransedyktig alternativ innen medieovervåkningstjenester, tilsier etter tilsynets vurdering at Google ikke utøver et effektivt konkurransepress på aktører i markedet for medieovervåkningstjenester.

- (764) At Googles tjenester dekker et annet behov enn det kunden får gjennom medieovervåkningstjenester fremgår også av hørings svar fra enkelte tidligere kunder av partene. Astrup Fearnley oppgir at de har avsluttet kundeforholdet i [REDACTED] med bakgrunn i bruk og kostnader, og at de vil *"gjennomføre ein redusert medieovervåking med egne ressurser via tenester som Google Alerts, Talkwalker Alerts og Feedly for nyheiter"*.<sup>819</sup> Selskapet vil benytte andre verktøy for å overvåke sosiale medier og etermedier.<sup>820</sup> Frydenbø oppgir at de avsluttet kundeforholdet i [REDACTED] på bakgrunn av at behovet for tjenesten ikke var til stede. Selskapet oppgir at de har redusert omfanget av medieovervåkingen sammenlignet med tidligere, og at Google Alerts, som de benytter i dag, ikke inkluderer tv/radio, jf. avsnitt (300). Videre oppgir selskapet at de holder *"[...] oversikten gjennom våre representanter på våre lokasjoner, som informerer videre internt ved medieoppslag eller relevante hendelser [...]"*.<sup>821</sup> Hørings svar fra Astrup Fearnley og Frydenbø viser etter tilsynets vurdering at kildetilfanget til Google er smalere enn partenes og at det krever manuelt arbeid.<sup>822</sup>
- (765) Det at enkelte tidligere medieovervåkningskunder benytter Google i dag tilsier ikke at Google er et fullverdig alternativ til en medieovervåkningsaktør, jf. avsnitt (302). Etter tilsynets vurdering viser informasjonen over at Google dekker et annet behov enn det kundene etterspør i markedet for medieovervåkningstjenester, og at Google ikke utøver et effektivt konkurransepress på aktører i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (766) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser videre at rådgivningstjenester og support, kjennskap til norske medier, og kvalitet i form av plattformens brukervennlighet og funksjonalitet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. avsnitt (384).
- (767) Det er Konkurransetilsynets vurdering at den typen support som Google tilbyr i Google News er mindre omfattende enn det kunder mottar gjennom medieovervåkningstjenester, jf. avsnitt (281). Videre krever løsningene til Google News at den enkelte setter opp søk selv, hvilket krever at en person hos kunden utfører jobben med å opprette og vedlikeholde søk, samt filtrere bort irrelevante søketreff, jf. avsnitt (271).
- (768) Etter Konkurransetilsynets vurdering er en viktig kvalitetsforskjell fra et kundeferspektiv at nyhetsaggregatorer primært tilbyr enkle internetbaserte søk med begrensede søke- og filtreringsmuligheter, jf. avsnitt (272)–(276). Dette er i motsetning til medieovervåkningstjenester, som tilbyr avanserte og skreddersydde søkeprofiler, fortløpende justeringer med kundeservice, samt opplæring i bruk av medieovervåkningstjenesten, jf. avsnitt (276).
- (769) At Google News primært tilbyr enkle internetbaserte søk med begrensede søke- og filtreringsmuligheter, support- og rådgivningstjenester og kjennskap til norske medier, skiller etter tilsynets vurdering Googles tjenester fra aktører som tilbyr medieovervåkningstjenester. Dette tilsier etter tilsynets vurdering isolert at Google utøver et begrenset konkurransepress på partene.
- (770) Konkurransetilsynet viser videre til at medieanalyse er en viktig konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester, og at samtlige aktører i det relevante markedet tilbyr analyser som en integrert del av medieovervåkningstjenesten eller som et tilleggprodukt, jf. kapittel 4.5.

<sup>819</sup> Brev fra Astrup Fearnley 20. februar spørsmål 13 og 14.

<sup>820</sup> Brev fra Astrup Fearnley 20. februar spørsmål 13 og 14, brev fra Astrup Fearnley 12. mars spørsmål 4a.

<sup>821</sup> E-post fra Frydenbø Group AS 20. mars 2025.

<sup>822</sup> Konkurransetilsynet viser til at nyhetsaggregatortjenester kan være tilstrekkelig for kunder som ikke har behov for en fullstendig og profesjonell medieovervåking, eller som har lavere betalingsvillighet for slike tjenester.

- (771) Google News skiller seg fra aktører i markedet for medieovervåkningstjenester ved at plattformen ikke inneholder analyseverktøy. Google oppgir at "*Google does not provide media monitoring and analysis services*".<sup>823</sup>
- (772) Fraværet av tilbudet om medieanalyse er en av grunnene til at [REDACTED] markedet for medieovervåkningstjenester.
- (773) Meltwater skriver:  
 "[REDACTED]  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]"<sup>824</sup>
- (774) Meltwater underbygger videre:  
 "[REDACTED]  
 [REDACTED]  
 [REDACTED]"<sup>825</sup>
- (775) Det er Konkurransetilsynets vurdering at det at Google ikke tilbyr medieanalyse indikerer at Google ikke utøver et konkurransepress på aktører i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.
- (776) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at Google News er [REDACTED].
- (777) I Infomedias [REDACTED]  
<sup>826</sup> I [REDACTED] skriver Infomedia at [REDACTED]  
 [REDACTED]  
<sup>827</sup> I [REDACTED] skriver Infomedia at [REDACTED]  
 [REDACTED]  
<sup>828</sup> [REDACTED]
- (778) Konkurransetilsynet har gjennom sin informasjonsinnhenting ikke identifisert andre interne dokumenter fra Infomedia [REDACTED]. Dette tilsier etter Konkurransetilsynets vurdering at Infomedia [REDACTED] vurderer at Google [REDACTED] i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (779) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser videre at Google News er [REDACTED].
- (780) I en presentasjon [REDACTED] i Retriever i 2023, vurderer Retriever [REDACTED]  
 [REDACTED]  
<sup>829</sup> Den samme presentasjonen viser også at Retriever [REDACTED]  
 [REDACTED]  
 vurderer at [REDACTED]  
<sup>830</sup> [REDACTED]
- (781) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at selv om Schibsted fjernet medieovervåkernes mulighet til å fremvise nettinhold bak betalingsmur i 2020 og innhold fra papiraviser fra april 2025, gir Amedia, Polaris, Hegnar Media, Klassekampen og Hamar

<sup>823</sup> Brev fra Google News 27. februar 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>824</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 2.

<sup>825</sup> Referat fra møte med Meltwater 3. april 2025.

<sup>826</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 6.

<sup>827</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 6.

<sup>828</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 26.

<sup>829</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12 februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 24.

<sup>830</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12 februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED], side 24.

Arbeiderblad fremdeles aktører med lisensavtaler tilgang til å fremvise fulltekstartikler av innhold bak betalingsmur både på nett og papiraviser, jf. kapittel 4.3 Tilsynets informasjonsinnhenting viser videre at disse mediehusene ikke planlegger å gjøre endringer i medieovervåkeres mulighet til å fremvise fulltekstinnhold de neste årene.<sup>831</sup> På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at [REDACTED], ettersom flertallet av de største norske mediehusene fortsatt gir aktører tilgang til fulltekstinnhold og at lisensiert innhold følgelig fortsatt vil være en styrke for aktører som har avtaler med mediehus.

- (782) I Retrievers [REDACTED] 5. desember 2023 [REDACTED], har Retriever vurdert at [REDACTED], vurderer Retriever at "[REDACTED]"<sup>832</sup> Videre fremgår det i samme presentasjon at [REDACTED]<sup>833</sup>
- (783) Samtidig peker Retriever, i presentasjonen [REDACTED], på flere faktorer [REDACTED]<sup>834</sup> I en nyere presentasjon [REDACTED] i 2024, vist til i Figur 6, vurderer Retriever at [REDACTED]<sup>835</sup>
- (784) Det er Konkurransetilsynets vurdering at selv om [REDACTED]  
[REDACTED]. På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at Google utøver et begrenset konkurransepress på Retriever i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (785) Samlet viser Konkurransetilsynet til at Google News har et smalt kildetilfang sammenlignet med aktører i markedet for medieovervåkningstjenester, ettersom innholdet er begrenset til nyhetsinnhold som kvalifiseres for søkerresultater i Google News, og at Google blant annet ikke overvåker etermedier, sosiale medier, blogger eller forum, jf. avsnitt (749)–(750). Det vises videre til at Google News med henvisning til blant annet manuelle søk og kildetilfang ikke har blitt ansett som et konkurransedyktig alternativ for kundene i det relevante markedet, jf. avsnitt (763). Tilsynet viser også til at flertallet av de største norske mediehusene fortsatt vil gi medieovervåkningsaktører tilgang til å vise fulltekstinnhold, slik at dette fremdeles vil være en styrke for aktører som har avtaler med mediehus, jf. avsnitt (781). Tilsynet viser videre til at den typen support som Google tilbyr i Google News er mindre omfattende enn det kunder mottar gjennom medieovervåkningstjenester, og at Google heller ikke tilbyr medieanalyser, som Retriever [REDACTED] anser som [REDACTED] og noe kunder forventer av medieovervåkere, jf. avsnitt (784). Dette tilsier etter tilsynets vurdering at Google News utøver et begrenset konkurransepress på partene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.
- (786) I segmentet for offentlige kunder viser Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting at disse kundene etterspør et bredt kildetilfang, og at kunder som utlyser anbudskonkurranser mottar utfyllende oversikt over hvilke kilder som dekkes av tilbudet.<sup>836</sup> Videre viser tilsynets informasjonsinnhenting at Google [REDACTED] anbudskonkurranser i Norge de tre siste

<sup>831</sup> Brev fra Hegnar Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 14a, brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 14a, brev fra Klassekampen 5. februar 2025, svar på spørsmål 14a, brev fra Amedia AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 14a. Hamar Arbeiderblad oppgir: "*I utgangspunktet ikke, men vi følger Amedias holdninger og retningslinjer*", jf. brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, svar på spørsmål 14a.

<sup>832</sup> Meldingen, vedlagt dokument "I – Strategidokument fra desember 2023", side 15.

<sup>833</sup> Meldingen, vedlagt dokument "I – Strategidokument fra desember 2023", side 16.

<sup>834</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12 februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED] side 24.

<sup>835</sup> Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

<sup>836</sup> Se for eksempel brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED] og brev fra Infomedia Norge AS 12. februar 2025, vedlagt dokument [REDACTED].

årene.<sup>837</sup> Dette tilsier etter tilsynets vurdering at Google News ikke utøver et konkurransepress i segmentet for offentlige kunder i Norge.

- (787) Partene anfører at Google har et [redacted] og at vurderingen om at Google utøver et "begrenset konkurransepress" på grunn av kildetilfang bygger på faktiske feil. Partene viser til en undersøkelse [redacted], sendt Konkurransetilsynet 25. april 2025, der [redacted].<sup>838</sup> Partene påpeker at tilsynet, fremfor å bygge sin vurdering av kildetilfang på [redacted], bygger vurderingen på to kundeuttalelser fra henholdsvis DFØ og NHH.<sup>839</sup> Partene viser til at dette utgjør et utilstrekkelig faktisk grunnlag for å trekke konklusjoner om hvordan markedet oppfatter Google, og fremholder at en slik vurdering er sterkt kontraintuitivt [redacted].<sup>840</sup>
- (788) Konkurransetilsynet viser til at "kildetilfang" er definert som det totale antallet kilder en medieovervåker dekker foran og bak betalingsmur, både innenfor én mediekanal og på tvers av ulike kanaler, jf. avsnitt (363). Google News overvåker ikke etermedier, sosiale medier, blogger eller forum, jf. avsnitt (749). Dette tilsier etter Konkurransetilsynets vurdering at Google News har et smalt kildetilfang.
- (789) At Google News har et smalt kildetilfang understøttes av kundeuttalelser omtalt i avsnitt (760)–(763) og avsnitt (764).
- (790) Undersøkelsen [redacted].<sup>841</sup> Tilsynet har ikke etterprøvd undersøkelsen eller metoden som er benyttet,<sup>842</sup> men anerkjenner at den viser at det er mulig å få treff i Google, både i artikler foran og bak betalingsmur, fra de innholdsprodusentene som omfattes av undersøkelsen. Undersøkelsen tyder på at disse mediehusene, på samme måte som Schibsted, gir Google News tilgang til sitt medieinnhold ved ikke å blokkere Google News' tilgang til sitt innhold, har riktig strukturerte data for at innhold bak betalingsmur skal vises i søkeresultatene, og at artiklene er kvalifisert for visning, jf. avsnitt (154).
- (791) Undersøkelsen [redacted] omfatter ikke sosiale medier, blogger, forum eller etermedier.<sup>843</sup>
- (792) Konkurransetilsynet viser til at bredt kildetilfang er viktig for kunder i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. avsnitt (363). Det er tilsynets vurdering at Google har et smalt kildetilfang, og at Google ikke alene vil dekke behovet til kunder som etterspør en bred medieovervåkning av flere mediekkanaler samlet, jf. avsnitt (788). Dette tilsier isolert sett at selskapet utøver et begrenset konkurransepress på Infomedia og Retriever.
- (793) Konkurransetilsynets konklusjon om at Google utøver et begrenset konkurransepress overfor partene bygger på en helhetsvurdering, der kildetilfang kun er ett av flere forhold som inngår, jf. avsnitt (785) og (786). Tilsynet har også vist til at Google News skiller seg fra partene ved at de primært tilbyr internettbaserte søk med begrensede søke- og filtreringsmuligheter, support- og rådgivningstjenester og kjennskap til norske medier, ikke tilbyr medieanalyse, ikke tilbyr fulltekstfremvisning, ikke er oppfattet som en konkurrent av andre aktører i det

<sup>837</sup> Brev fra Google Norway 27. februar 2025, svar på spørsmål 9.

<sup>838</sup> Brev fra Infomedia og Retriever 25. april 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

<sup>839</sup> Tilsvaret, side 21 og 22.

<sup>840</sup> Tilsvaret, side 22.

<sup>841</sup> [redacted] av 25. april 2025.

<sup>842</sup> Metoden som er benyttet fremgår ikke av [redacted], herunder hvordan artiklene er valgt ut, hvilke søkeord som er benyttet til søk på plattformen til medieovervåkere og nyhetsaggregatorer og hvordan disse søkeordene er valgt. Konkurransetilsynet viser blant annet til at artiklene som er omfattet av undersøkelsen er fra ulike datoer, som for eksempel siste døgn, syv dager siden, 6. mars 2025 og 13. mars 2025, jf. [redacted] av 25. april 2025, vedlegg L.

<sup>843</sup> Brev fra Infomedia og Retriever 25. april 2025, vedlagt dokument "[redacted]".

relevante markedet og ikke er oppgitt som en aktuell leverandør<sup>844</sup> av kunder i det relevante markedet.

- (794) På bakgrunn av det ovennevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at Google News utøver et begrenset konkurransepress på partene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, og at Google News ikke utøver et konkurransepress på partene i segmentet for offentlige kunder i Norge.
- (795) I kapittel 7.3.6. vil Konkurransetilsynet vurdere Google News sine muligheter til å ekspandere.

#### 7.3.4.2 Feeder

- (796) Feeder bruker RSS for å koble ulike kilder på Internett, som blant annet blogger, nyheter, vær, offentlige databaser og nyhetsbrev.<sup>845</sup> Nyhetstjenesten innebærer at brukeren legger til innholdskilder for å tilpasse sin egen nyhetsstrøm, og kan motta varsler når det publiseres nytt relevant innhold, jf. kapittel 4.6.3.
- (797) I 2023 og 2024 hadde selskapet en omsetning innen medieovervåkning i Norge på i underkant av [REDACTED] kroner.<sup>846</sup>
- (798) Feeder oppgir at de overvåker "*any public website*" og at de har et verktøy som fanger opp endringer på nettsidene. Konkurransetilsynet er ikke kjent med at Feeder har avtale med noen av de norske innholdsprodusentene eller Klareringstjenesten. I sitt kundesvar oppgir Feeder at de ikke har tilgang til å overvåke DN.no, eller innhold som er bak betalingsmur, jf. avsnitt (160). Videre oppgir selskapet at de ikke overvåker sosiale medier som krever innlogging som for eksempel X og Instagram.<sup>847</sup>
- (799) I meldingen [REDACTED] <sup>848</sup>.
- (800) I motsetning til aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester tilbyr ikke Feeder medieanalysetjenester.<sup>849</sup>
- (801) Feeder oppgir at deres kundeportefølje i Norge består av "*[...] regular non-commercial uses-cases all the way to news media using it to monitor news and other public sources for fast updates*". Selskapet skriver videre at de ikke har deltatt i anbudskonkurranser i Norge de tre sist årene.<sup>850</sup>
- (802) Retriever oppgir Feeder [REDACTED] konkurrent innen medieovervåkning i Norge.<sup>851</sup> Infomedia oppgir [REDACTED].<sup>852</sup>
- (803) Ingen av kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting har oppgitt Feeder som en aktuell leverandør av medieovervåkningstjenester, og verken [REDACTED] har oppgitt selskapet som en konkurrent.<sup>853</sup> Videre har ikke tilsynet gjennom sin informasjonsinnhenting identifisert [REDACTED].
- (804) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at Feeder ikke utøver et effektivt konkurransepress på partene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge. Videre er det

<sup>844</sup> Konkurransetilsynet viser også til at ingen av kundene som i dag kjøper medieovervåkningstjenester oppgir at de kan utføre medieovervåkning på egen hånd.

<sup>845</sup> [Feeder – RSS Feed Reader](#). Lesedato 19. februar 2025.

<sup>846</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 2 og 3. Valutakurs per 26. mars 2025 på 10,51 norske kroner per amerikansk dollar.

<sup>847</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>848</sup> Meldingen, avsnitt 152.

<sup>849</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 4 og 6.

<sup>850</sup> Brev fra Feeder 28. februar 2025, svar på spørsmål 2 og 5.

<sup>851</sup> Meldingen, vedlegg J.

<sup>852</sup> Meldingen, vedlegg J.

<sup>853</sup> Brev fra [REDACTED], brev fra [REDACTED].

tilsynets vurdering at Feeder heller ikke utøver et effektivt konkurransepress på partene i segmentet for offentlige kunder i Norge.

#### 7.3.4.3 Konklusjon konkurransepress fra aktører utenfor markedet

- (805) På bakgrunn av vurderingene i kapittel 7.3.4. er det Konkurransetilsynets vurdering at aktørene Google og Feeder, som etter tilsynets vurdering tilbyr tjenester utenfor markedet for medieovervåkningstjenester, ikke utøver et effektivt konkurransepress på partene. Videre er det tilsynets vurdering at disse aktørene heller ikke utøver et effektivt konkurransepress på partene i segmentet for offentlige kunder i Norge.

#### 7.3.4.4 Øvrige aktører

- (806) Partene har i tilsvaret vist til at flere aktører enn de Konkurransetilsynet har vurdert, utøver et konkurransepress overfor partene. Partene anfører at manglende vurdering av konkurransepress fra [REDACTED] <sup>854</sup> svekker tilsynets vurderingsgrunnlag og reiser spørsmål ved tilsynets metode og konklusjoner. <sup>855</sup>
- (807) Konkurransetilsynet har vurdert konkurransepresset fra aktører i det relevante markedet i kapittel 7.3.2. Videre har tilsynet vurdert konkurransepress fra to aktører utenfor det relevante markedet, henholdsvis Google News og Feeder, i kapittel 7.3.4.1 og 7.3.4.2. Tilsynet har også vurdert etablering og ekspansjon fra nye og eksisterende aktører i kapittel 7.3.6.
- (808) Konkurransetilsynet vurderer at utvalget av aktører som er vurdert i ovennevnte kapitler gir et riktig bilde av markedet for medieovervåkningstjenester. Tilsynet viser til at aktører i det relevante markedet hovedsakelig kun har oppgitt aktører som er behandlet i vedtaket som sine næreste konkurrenter innen medieovervåkning, vist i Tabell 7.

**Tabell 7** Medieovervåkernes næreste konkurrenter

| Aktør                     | Konkurrenter              |
|---------------------------|---------------------------|
| Infomedia <sup>856</sup>  | [REDACTED]                |
| Retriever <sup>857</sup>  | [REDACTED]                |
| Meltwater <sup>858</sup>  | [REDACTED]                |
| Mynewsdeks <sup>859</sup> | [REDACTED]                |
| Cision <sup>860</sup>     | [REDACTED]                |
| Notified <sup>861</sup>   | [REDACTED] <sup>862</sup> |

- (809) At flertallet av aktørene i det relevante markedet [REDACTED] aktører vurdert i kapittel 7.3.2 som deres næreste konkurrenter, indikerer etter Konkurransetilsynets vurdering at andre aktører i begrenset grad utøver et effektivt konkurransepress overfor aktører i markedet for medieovervåkningstjenester.

<sup>854</sup> Partene tar forbehold om at det finnes flere aktører enn de som er omtalt, jf. tilsvaret, side 28. [REDACTED]

<sup>855</sup> Tilsvaret, side 28.

<sup>856</sup> Tabellen viser Infomedias konkurrenter innen medieovervåkning, jf. meldingen, vedlegg J, "tabell 2.1. medieovervåkning".

<sup>857</sup> Tabellen viser Retriever konkurrenter innen medieovervåkning, jf. meldingen, vedlegg J, "tabell 1.1. medieovervåkning".

<sup>858</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 13. Meltwater oppgir at for medieovervåkning og medianalyse samlet er [REDACTED].

<sup>859</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>860</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 14.

<sup>861</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 10.

<sup>862</sup> Notified oppgir at "[REDACTED]", jf.

- (810) Videre viser Konkurransetilsynet til at kun et fåtall av kundene tilsynet har vært i kontakt med som i dag kjøper medieovervåkningstjenester, oppgir aktører utenfor det relevante markedet som relevante leverandører av medieovervåkningstjenester.<sup>863</sup>
- (811) Til sist har Konkurransetilsynet i liten grad identifisert interne dokumenter fra Infomedia og Retriever som omtaler [redacted] som konkurrenter. I en konkurrentanalyse for Retrievers " [redacted] " fra 2023 er [redacted], i tillegg til [redacted],<sup>864</sup> I den samme presentasjonen har Retriever vurdert [redacted] og [redacted], jf. Figur 13.<sup>865</sup> At Retriever vurderer [redacted] som konkurrenter [redacted] indikerer etter tilsynets vurdering at utvalget av aktører som tilsynet har behandlet i vedtaket gir et godt bilde av markedet for medieovervåkningstjenester. Videre vurderer tilsynet at det at andre aktører i liten grad er omtalt i interne dokumenter indikerer at Infomedia og Retriever i liten grad vurderer at disse aktørene utøver et konkurransepress i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (812) På bakgrunn av ovennevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at utvalget av aktører som tilsynet har behandlet i vedtaket gir et riktig bilde av markedet for medieovervåkningstjenester og konkurransenærheten mellom partene og mellom partene og andre aktører.

### 7.3.5 Konkurrentenes respons på prisøkninger

- (813) Incentivene til å utøve markedsrett gjennom å eksempelvis øke prisene, kan påvirkes av hvordan konkurrentene vil respondere på en prisøkning. Dersom konkurrentene responderer med også å øke sine priser, vil de fusjonerende selskapene finne en prisøkning som følge av foretakssammenslutningen mer lønnsom.<sup>866</sup> Dermed vil ikke bare kunder av de fusjonerende partene, men også kunder av partenes konkurrenter oppleve prisøkninger.<sup>867</sup> I et marked med differensierte produkter og hvor aktørenes kapasitet ikke er bindende, er det generelt akseptert i økonomisk teori at den profittmaksimerende responsen fra konkurrentene på en prisøkning fra den fusjonerte enheten, vil være å selv øke prisene.
- (814) At konkurrentene til den fusjonerende enheten kan dra fordeler av en foretakssammenslutning, er også lagt til grunn i Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger.<sup>868</sup>
- (815) En slik tilnærming legges også til grunn av Kommisjonen i Hutchison 3G Austria/Orange Austria: *"Since the products are endogenously differentiated in terms of their market*

<sup>863</sup> Konkurransetilsynet har stilt kundene spørsmål om hvilke aktører kundene vurderer som relevante leverandører av medieovervåkningstjenester. Rådet for psykisk helse oppgir at det er flere utenlandske aktører som har kommet på banen, men at de ikke har vurdert hvilke tjenester disse aktørene kan levere eller om de vil være aktuelle leverandører for selskapet når de skal bytte leverandør, jf. brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 13 og brev fra Rådet for psykisk helse 27. februar 2025, svar på spørsmål 2.

[redacted] NRK oppgir All ears og Media Catch som relevante leverandører, men oppgir at de ikke kjenner aktørenes leveranser inngående, jf. brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 6. Nordea oppgir [redacted],

[redacted], jf. brev fra Nordea Bank AB filial Norge 26. februar 2025 og 5. mars 2025, spørsmål 6.

<sup>864</sup> Konkurrentanalysen er utarbeidet av administrerende direktør i Retriever Group, [redacted], i 2023, og presentert for styreleder i Retriever Aktiebolag, [redacted]. Brev fra Retriever Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument " [redacted] ".

<sup>865</sup> Retriever vurderer også [redacted]

### 7.3.6.

<sup>866</sup> Se for eksempel CMAs "Merger Assessment Guidelines" av 18. mars 2021, avsnitt 4.18.

<sup>867</sup> Motta (2005), *Competition Policy, Theory and Practice*, side 243–250. Se også Davis and Carces (2010), *Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis*, side 50–53. Konkurrentenes prisøkning vil være mindre enn fusjonspartnerenes prisøkninger.

<sup>868</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 24.

*positioning, generally accepted and robust economic theory demonstrates that the profitmaximising response of competitors to a price increase would be to increase prices themselves”.*<sup>869</sup>

- (816) Konkurransetilsynet vurderer at aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester er differensierte, og at de konkurrerer på pris, jf. kapittel 7.2.1.2. Dersom partene etter foretakssammenslutningen øker sine priser, vil enkelte kunder vurdere å kjøpe medieovervåkningstjenester fra andre aktører, selv om disse i utgangspunktet er noe mindre nære konkurrenter. Etter foretakssammenslutningen vil partenes konkurrenter kunne oppleve noe økt etterspørsel etter medieovervåkningstjenester fra enkelte kunder i markedet. Dette vil isolert sett gi disse aktørene insentiver til å sette opp sine priser. Dersom konkurrentene som følge av den økte etterspørselen ender opp med å øke sine priser, vil partene finne det mer lønnsomt å øke sine priser etter foretakssammenslutningen.
- (817) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at det må forventes at dersom partene som følge av foretakssammenslutningen, utøver markedsrett ved å heve prisene, vil øvrige aktører også ha insentiver til å øke sine priser i markedet.
- (818) Partene anfører at Konkurransetilsynets vurdering av at foretakssammenslutningen vil føre til økte priser er feil. Partene viser til at konkurransepress fra [redacted], vil forhindre partene fra å øke sine priser.<sup>870, 871</sup>
- (819) Konkurransetilsynet er ikke enig med partene i at denne type aktører utøver et effektivt konkurransepress overfor partene. Det vises i den forbindelse til vurderingene gjort i kapittel 5.2.2, 5.2.5 og 7.3.4. Det er videre tilsynets vurdering at denne type aktører ikke vil etablere seg som en effektiv konkurrent til medieovervåkerne i nær fremtid, jf. kapittel 7.3.6.
- (820) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at [redacted] ikke effektivt vil disiplinere partene etter foretakssammenslutningen, og at partene etter foretakssammenslutningen vil ha insentiver til å utøve markedsrett gjennom å øke sine priser.

### **7.3.6 Etablering og ekspansjon**

#### **7.3.6.1 Innledning**

- (821) Tilstrekkelig konkurransepress fra aktører som ikke er etablert i det relevante markedet kan begrense de fusjonerende virksomhetenes insentiver og muligheter til å utøve markedsrett. For at etablering skal utøve et tilstrekkelig konkurransepress på de fusjonerende virksomhetene må den være sannsynlig, tidsnær og effektiv nok til å hindre de konkurransebegrensede virkningene foretakssammenslutningen fører til.<sup>872</sup> Etableringen må skje raskt og være vedvarende, slik at den forhindrer eller imøtegår utnyttelsen av markedsrett. Hva som er tidsnært avhenger av det aktuelle markedet, men normalt bør etableringen skje innenfor en periode på to år.<sup>873</sup>
- (822) I kapittel 7.3.6.2 vurderes etablering fra av nye aktører, og i kapittel 7.3.6.3. vurderes etablering fra aktører i tilgrensende geografiske markeder. Etablering fra søkemotorer, nyhetsaggregatorer og KI-aktører vurderes i kapittel 7.3.6.4. Til sist, i kapittel 7.3.6.5, vurderes ekspansjon fra allerede eksisterende aktører.

#### **7.3.6.2 Etablering av nye aktører**

- (823) Konkurransetilsynets vurdering er at pris, kildetilfang, fulltekstfremvisning, rådgivningstjenester og support, kjennskap til norske medier, bredde i tilbudet (i hvilken grad aktøren tilbyr medieanalyse og arkivtjenester) og kvalitet i form av blant annet plattformens

<sup>869</sup> Sak M.6497 *Hutchison 3G Austria/Orange Austria*, avsnitt 367. Se også Underrettens dom i sak T-584/19 *Thyssenkrupp mot Kommissjonen*, avsnitt 615. Dommen er påanket og ikke rettskraftig.

<sup>870</sup> Partene viser til aktører som [redacted], jf. tilsvaret, side 44.

<sup>871</sup> Tilsvaret, side 44.

<sup>872</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 68.

<sup>873</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 74.

funksjonalitet/brukervennlighet er viktige konkurranseparametere i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.2.1. Enkelte av faktorene er særlig viktige for offentlige kunder, der de ofte stilles som minimumskrav i anbudskonkurranser, jf. avsnitt (384). På bakgrunn av dette er tilsynets vurdering at en ny aktør må ha et tilbud kundene anser som tilfredsstillende på disse parameterne for å konkurrere effektivt i markedet.

- (824) Konkurransetilsynet har innhentet opplysninger fra nåværende og potensielle konkurrenter om hvilke investeringer som må gjøres for å etablere en virksomhet innen markedet for medieovervåkningstjenester. Svarene kan deles inn i følgende kategorier: Utvikling av teknologi og innkjøp av teknisk utstyr, tilgang til innhold, kostnader til salg/markedsføring/merkevarebygging, og ansettelse av relevant personell, eksempelvis salgsorganisasjon, kundesupport, medianalytikere og IT-eksperter.<sup>874</sup>
- (825) På spørsmål om kostnadene knyttet til etablering svarer Mynewsdesk at det vil koste rundt [REDACTED].<sup>875</sup> Cision uttaler at kostnaden vil avhenge av omfanget av investeringene, men "*probably not below \$5 million to be competitive*."<sup>876</sup> Hypefactors, en medieovervåker som er aktiv i det danske markedet og er omtalt i kapittel 7.3.6.37.3.6.3, har brukt rundt [REDACTED].<sup>877</sup>
- (826) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at det er behov for investering i teknologi og teknisk kompetanse for å kunne være en effektiv konkurrent i markedet for medieovervåkningstjenester. Hypefactors uttaler at egen teknologi er helt nødvendig for å kunne konkurrere fordi det da er mulig å gjøre tilpasninger etter behov og det gjør dem mer konkurransedyktige på pris. Selskapets teknologi er ifølge Hypefactors grunnlaget for virksomheten. For å utvikle sin plattform [REDACTED]. Disse brukte sju år på å utvikle plattformen. De uttaler videre at det nesten er umulig å få tak i kompetansen som kreves for utvikling av denne teknologien. Videre mener de at det ikke vil være mulig for en ny aktør å komme inn og være konkurransedyktig, og at kostnadene og utfordringene knyttet til teknologiutvikling trolig er grunnen til at det er så få aktører i det danske og norske markedet.<sup>878</sup>
- (827) På spørsmål om hvilken kompetanse som kreves for å levere medieovervåkning, svarer Mynewsdesk at det "[REDACTED]."<sup>879</sup> Videre oppgir de at det er behov for et system som kan håndtere store datamengder, samt verktøy for innhenting, lagring og analysering av informasjonen.<sup>880</sup> Ifølge Mynewsdesk er denne teknologien [REDACTED]. Mynewsdesk oppgir videre at [REDACTED].<sup>881</sup>
- (828) Kostnader knyttet til utvikling og drift av teknologi og digital infrastruktur (plattform for fremvisning av treff) er faste og vil trolig ikke øke dersom en aktør får flere kunder. At stordriftsfordeler er til stede i markedet for medieovervåkningstjenester, bekreftes av [REDACTED], som uttaler at "[REDACTED]".<sup>882</sup> Kostandene til salgsorganisasjon, markedsføring, merkevarebygging og regnskap er trolig også faste kostnader. Dette støttes av [REDACTED], som uttaler at det finnes stordriftsfordeler i alle kostnadskomponenter som kreves for å etablere en virksomhet innen medieovervåkning i

<sup>874</sup> Se blant annet brev fra [REDACTED] og brev fra [REDACTED].

<sup>875</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 31.

<sup>876</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 17.

<sup>877</sup> Referat fra møte med Hypefactors 2. mai 2025.

<sup>878</sup> Referat fra møte med Hypefactors 2. mai 2025.

<sup>879</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 28a.

<sup>880</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 29a.

<sup>881</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 28 og 29.

<sup>882</sup> Brev fra [REDACTED].

Norge, med unntak av lisensavtaler.<sup>883</sup> Samtidig mener de at "[REDACTED]"<sup>884</sup>

- (829) Partene anfører i sitt tilsvare at den nødvendige teknologien er [REDACTED].<sup>885</sup> Etter Konkurransetilsynets vurdering viser uttalelser fra partenes konkurrenter, gjengitt i avsnitt (825)-(827), at utvikling av plattform og crawlingteknologi er tidkrevende, kostbart og krever kompetanse som ikke er lett tilgjengelig. Det finnes i tillegg stordriftsfordeler knyttet til teknologi som gir de etablerte aktørene en konkurransefordel sammenlignet med nye aktører, jf. avsnitt (828).
- (830) Sett opp mot totalomsetningen i markedet for medieovervåkningstjenester, vurderer Konkurransetilsynet at de betydelige investeringene som kreves for en nyetablering gjør en etablering mindre sannsynlig. Store investeringskostnader øker risikoen ved etablering og reduserer sannsynligheten for at nye aktører kommer inn.<sup>886</sup> Stordriftsfordeler som følger av betydelige faste kostnader gjør også etablering mindre sannsynlig grunnet risikoen for å ikke oppnå et tilstrekkelig antall kunder.<sup>887</sup>
- (831) På bakgrunn av det ovennevnte er det Konkurransetilsynets vurdering at det vil kreve en betydelig investering for nye aktører som skal etablere seg i markedet for medieovervåkningstjenester, særlig knyttet til utvikling av teknologi og en brukervennlig plattform der kundene kan se sine treff. Det er tilsynets vurdering at utvikling av den nødvendige teknologien, isolert sett, er en etableringshindring i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (832) Tilgang til medieinnhold trekkes frem av et flertall av konkurrenter som en etableringshindring i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. avsnitt (824). Høringsuttalelser fra aktører i markedet tyder på at kontraktsforhandlinger om lisensavtaler er noe som er vanskelig og som kan ta tid. [REDACTED] uttaler for eksempel at "[REDACTED]"<sup>888</sup> er den største etableringshindringen i markedet for nye aktører, og trekker [REDACTED].<sup>889</sup> Videre utdyper de at hinderet er knyttet [REDACTED].<sup>890</sup>
- (833) Ifølge Mynewsdesk er en av årsakene til at det er krevende å inngå lisensavtaler at det er mange aktører å forholde seg til.<sup>891</sup> Noen aktører bruker svært lang tid på avtaleinngåelsen, slik at det blir krevende å få på plass avtaler med en bredde av mediehus.<sup>892</sup> At det er krevende å inngå avtaler fordi det er mange aktører støttes også av uttalelser fra [REDACTED].<sup>893</sup>
- (834) Meltwater påpeker [REDACTED].<sup>894</sup> Uttalelsen fra Meltwater trekker etter Konkurransetilsynets vurdering i retning av at foretakssammenslutningen forsterker etablerings- og ekspansjonsbarrierer.
- (835) Ovennevnte tilsier etter Konkurransetilsynets vurdering at det er tidkrevende å inngå avtaler med en bredde av innholdsprodusenter.
- (836) For å kunne utøve et effektivt konkurransepress i markedet for medieovervåkningstjenester, er man avhengig av tilgang til innhold på konkurransedyktige vilkår. Det innebærer blant annet

<sup>883</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>884</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>885</sup> Tilsvaret, side 30.

<sup>886</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 69.

<sup>887</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 69 og 72.

<sup>888</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>889</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>890</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>891</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025 side 2.

<sup>892</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025 side 2.

<sup>893</sup> Brev fra [REDACTED].

<sup>894</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 4.

at mediehusene ikke er bundet opp av eksklusivitetsavtaler med eksisterende medieovervåkere.

- (837) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at lisensavtalene medieovervåkerne kan inngå med mediehusene er i stor grad standardiserte, og tilbys alle aktører som ønsker det.<sup>895</sup> Unntakene er Hegnar Media, som har eksklusivavtale med Retriever,<sup>896</sup> og Schibsted<sup>897,898</sup>
- (838) Ifølge partene har Retriever<sup>899</sup> Uttalelser fra konkurrenter kan imidlertid indikere at de anser det som at de ikke kan forhandle med Hegnar Media direkte. Mynewsdesk uttaler at det er utfordrende å inngå lisensavtaler med mediehusene, Mynewsdesk<sup>900</sup>
- (839) Etter Konkurransetilsynets vurdering kan langsiktig og sikker tilgang til sentrale innsatsfaktorer være avgjørende for aktører som vurderer å etablere seg i markedet for medieovervåkingstjenester. Eksklusivavtaler, som avtalen mellom Hegnar Media og Retriever, kan skape usikkerhet rundt slik tilgang.
- (840) Partene viser til Schibsted som et eksempel på at avtalene med mediehus i stor grad er standardisert, og tilbys alle aktører med få justeringer, jf. avsnitt 842. Konkurransetilsynet viser til at<sup>901</sup> . Avtalen med Schibsted
- (841) Schibsted oppgir selv at " " <sup>902</sup> De uttaler videre at , og at <sup>903</sup>
- (842) Det er Konkurransetilsynets vurdering at uttalelsene fra Schibsted

<sup>895</sup> Brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 2–4, brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 2–4, brev fra Klassekampen 5. februar 2025, svar på spørsmål 3–4, brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, svar på spørsmål 2–4, brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, svar på spørsmål 2–4, brev fra Amedia AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 2–4. På spørsmål om det er aktuelt å ikke inngå samarbeid med enkelte medieovervåkere svarer Klassekampen: "Det er helt avhengig av forretningsmodell og vilkår, hele dette feltet er i spill, som det vel har vært siden pluss-stoff og abonnement begynte å prege det redaksjonelle innholdet, og andre søkeaktører – som Google og div AI-klienter - kom i spill. Generelt er vi tilhenger av at medieovervåkere kan lage en oversiktlig offentlighet, men har ikke noe ønske om å gjøre eksklusive avtaler," se brev fra Klassekampen 5. februar 2025, svar på spørsmål 4. Konkurransetilsynet tolker dette svaret som at alle aktører i dag tilbys innhold på like vilkår og at det ikke finnes konkrete planer for å endre dette.

<sup>896</sup> Eksklusivitetsavtalen mellom Hegnar Media og Retriever<sup>897</sup> Omsetningen fra medieovervåkingen av<sup>898</sup> , jf. meldingen, side 16.

<sup>897</sup> I 2024 reforhandlet Schibsted avtalen med aktørene i markedet, og i den forbindelse har selskapet<sup>899</sup> jf. brev fra Schibsted Media AS 20. mars 2025, svar på spørsmål 7. Schibsted uttaler at de forventer at<sup>900</sup> , og at<sup>901</sup> , jf. brev fra Schibsted Media AS 20. mars 2025, svar på spørsmål 3.

<sup>898</sup> Infomedia Norge AS<sup>899</sup>

<sup>899</sup> Meldingen, side 16.

<sup>900</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025.

<sup>901</sup> , jf. kapittel 7.3.2.6.2.

<sup>902</sup> Brev fra Schibsted Media AS 4. april 2025, svar på spørsmål 5.

<sup>903</sup> Brev fra Schibsted Media AS 11. april 2025, svar på spørsmål 3.

- [REDACTED]
- (843) På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at selv om lisensavtaler med de største mediehusene, med noen få unntak, er tilgjengelig for nye aktører på like vilkår, vil det være vanskelige og tidkrevende å inngå avtaler med et stort antall innholdsprodusenter. Tilsynet vurderer etter dette at det er tidkrevende for en ny aktør å få tilgang til et tilstrekkelig kildetilfang og at dette reduserer sannsynligheten for at det tidsnært etableres en tilstrekkelig effektiv konkurrent. Videre vurderer tilsynet at strategiske samarbeid mellom medieovervåkere og innholdsprodusenter [REDACTED], gjør det vanskeligere for nye aktører å etablere seg som en effektiv konkurrent.
- (844) Partene etterlyser videre at Konkurransetilsynet i større grad tar hensyn til at Retriever [REDACTED]. Ifølge partene [REDACTED], og det bidrar til å redusere etableringshindringene.<sup>904</sup>
- (845) Konkurransetilsynet er ikke enig i at [REDACTED], bidrar til å redusere etableringshindringene. Tilsynets informasjonsinnhenting viser at partenes konkurrenter oppfatter [REDACTED]. [REDACTED] uttaler at [REDACTED].<sup>905</sup> De uttaler videre at dette er informasjon som selskapet under normale omstendigheter ikke ville delt med deres konkurrenter.<sup>906</sup>
- (846) Som beskrevet i avsnitt (839) finner Konkurransetilsynet at avtaler mellom innholdsleverandører og partene kan skape usikkerhet hos konkurrenter knyttet til hvilken tilgang de vil ha til kilder i fremtiden. Videre er det tilsynets vurdering at partene grunnet sin sterke posisjon i markedet etter foretakssammenslutningen kan få insentiver til å ytterligere vanskeliggjøre andres tilgang til innholdet, på samme måte som partene kan få insentiver til å utestenge andre aktører fra Opoint grunnet sin sterke markedsstilling etter foretakssammenslutningen, jf. avsnitt (876).
- (847) Partene argumenterer for at [REDACTED] i avtalene mellom mediehusene og medieovervåkerne, [REDACTED], bidrar til at etableringshindringene i markedet er lave.<sup>907</sup>
- (848) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at dagens prisstruktur i de fleste avtalene mellom innholdsprodusent og medieovervåkere innebærer at medieovervåkerens betaling avhenger av hvor mange ansatte sluttbrukerne deres har.<sup>908</sup> For tilgang til mediearkiv tar de fleste innholdsprodusentene en fast pris per nedlastede artikkel.<sup>909, 910</sup> Isolert sett vil en slik kostnadsstruktur innebære at risikoen ved etablering går ned. Konkurransetilsynet viser til at det likevel ikke er sannsynlig med en effektiv etablering grunnet blant annet betydelige

<sup>904</sup> Tilsvaret, side 30.

<sup>905</sup> Brev fra [REDACTED]

<sup>906</sup> Brev fra [REDACTED]

<sup>907</sup> Meldingen, side 36.

<sup>908</sup> Brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 7, brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 7, brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, svar på spørsmål 7, brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, svar på spørsmål 7, brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 7.

<sup>909</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 8, brev fra [REDACTED], svar på spørsmål 8, brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, svar på spørsmål 8, brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, svar på spørsmål 8.

<sup>910</sup> To innholdsprodusenter opererer med andre prismodeller. Dagens Næringsliv tar en fast grunnavgift i tillegg til en pris per artikkel, se brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 8. Schibsted tilbyr en fast pris per måned basert på antall ansatte hos sluttkunde som alternativ til en fast pris per artikkel, se brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 8.

investeringskostnader og stordriftsfordeler knyttet til teknologi og digital infrastruktur, jf. avsnitt (830).

- (849) Samlet sett er det Konkurransetilsynets vurdering at det er betydelige etableringshindringer i markedet for medieovervåkningstjenester grunnet investeringskostnader, stordriftsfordeler og utfordringer med å inngå avtaler med et bredt omfang av mediehus. En effektiv nyetablering er derfor ikke sannsynlig, og vil også være tidkrevende, grunnet blant annet utvikling av teknologi og digital infrastruktur, avtaler med innholdsprodusenter, samt for å få tak i ansatte med nødvendig kompetanse innen teknologi og innen kjennskap til norske medier.
- (850) Partene viser i meldingen til at det har vært flere nyetableringer de siste årene, og nevner ListenAlert, Hypefactors, Analyse & Tall og Mention.<sup>911</sup> Som beskrevet i avsnitt (85) vurderer Konkurransetilsynet at ListenAlert en nisjeaktør som tilbyr overvåkning av lyd- og videomedier og mangler dermed den bredden i kilder som kundene etterspør for å kunne være i det relevante markedet. Hypefactors har forsøkt å etablere seg, men er ikke i det norske markedet i dag, og vil derfor omtales nærmere i kapittel 7.3.6.3. Analyse & Tall tilbyr verken medieovervåkning eller mediearkiv, og mangler derfor den bredden i tjenestetilbud som kreves for å være i samme marked som partene. Mention ble kjøpt opp av Mynewsdesk i 2018.<sup>912</sup>
- (851) Etter en samlet vurdering legger Konkurransetilsynet til grunn at etablering fra en ny aktør i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge ikke er tilstrekkelig sannsynlig, tidsnær eller effektiv.

#### 7.3.6.2.1 Partenes anførsler om at etablering vil bli enklere i fremtiden

- (852) Partene mener at fremveksten av KI-teknologi reduserer etableringshindringene fordi det har *"gjort det enklere billigere å lage medieovervåkningsteknologi"*.<sup>913</sup> I tillegg uttales det at driftskostnadene vil reduseres fordi KI *"raskt kan behandle og analysere store datamengder, samt automatisere oppgaver som tidligere ble løst av mennesker."*<sup>914</sup> Partene skriver videre at fremveksten av KI gjør det enklere for utenlandske aktører å komme inn på markedet fordi *"kildene for overvåkning i dag uansett finnes på Internett og dermed er tilgjengelige uavhengig av medieovervåkerens etableringssted. Den teknologiske utviklingen har fjernet språk som barriere og fremveksten av AI gjør medieovervåkningsmarkedet svært dynamisk og tilgjengelig for et stort antall teknologi-aktører og oppstartsbedrifter."*<sup>915</sup>
- (853) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at konkurrenter mener at KI kan ha en effekt i markedet. Mynewsdesk uttaler at [REDACTED] <sup>916</sup>
- (854) Hypefactors, nærmere omtalt i kapittel 7.3.6.3, uttaler at KI kan brukes til deler av analysearbeidet som tidligere måtte gjøres av mennesker, men det er fremdeles behov for noe menneskelig kompetanse.<sup>917 918</sup>
- (855) Konkurransetilsynet anser det som sannsynlig at ny teknologi, herunder KI-verktøy, kan tas i bruk for en del av oppgavene som i dag utføres manuelt, og på den måten redusere ressursbruken hos medieovervåkere i noe grad. Samtidig vurderer tilsynet at det fortsatt vil være nødvendig med egne ansatte med kjennskap til norske medier og relevant fagkompetanse blant annet for å kunne tilby rådgivningstjenester, som antas å være sentralt for en effektiv etablering i markedet.

<sup>911</sup> Meldingen, side 37.

<sup>912</sup> [Mynewsdesk acquires Mention to create a global leader in real-time web and social listening | Mynewsdesk](#). Lesedato: 22. april 2025.

<sup>913</sup> Meldingen, side 36.

<sup>914</sup> Meldingen, side 18.

<sup>915</sup> Meldingen, side 6.

<sup>916</sup> Referat fra møtet med Mynewsdesk 24. mars 2025, side 3.

<sup>917</sup> Hypefactors nevner som eksempel at kunder kan ha preferanser for noen artikler uten at det er mulig å finne et mønster i preferansene som en KI-robot kan lære seg.

<sup>918</sup> Referat fra møte med Hypefactors 2. mai 2025.

- (856) Partene peker på at aktørene i medieovervåkningsmarkedet *"i løpet av det siste tiåret [har] gått over til en 'Software as a Service' (SaaS)-forretningsmodell. Denne modellen eliminerer behovet for lokal infrastruktur og vedlikehold, noe som reduserer både etablerings- og driftskostnadene generelt."*<sup>919</sup>
- (857) En SaaS-modell er en distribusjonsmodell for programvare hvor brukere av en tjeneste normalt får tilgang via en app eller nettside i stedet for å installere og vedlikeholde programvaren lokalt på en datamaskin eller server. Leverandøren tar seg av oppdateringer, sikkerhet og infrastruktur, noe som reduserer behovet for teknisk kompetanse hos kunden. Løsningen kan enkelt skaleres opp ved flere brukere.
- (858) Ifølge partene vil *"[k]ombinasjonen av AI og skalerbarheten i en SaaS-forretningsmodell [...] gi internasjonale medieovervåkingsselskaper en betydelig fordel sammenlignet med lokale konkurrenter."*<sup>920</sup>
- (859) Andre aktører i markedet vurderer også at ny teknologi kan redusere kostnader og øke kvaliteten på medieovervåkingstjenester.
- (860) Schibsted uttaler at den teknologiske utviklingen gjør *"softwaren og systemet som er nødvendig for å tilby [medieovervåkingstjenester] mer tilgjengelig"*<sup>921</sup> og at de ikke ser noen åpenbare etableringshindringer i dette markedet.

- (861) Meltwater mener at [REDACTED]

[REDACTED]:

"

[REDACTED]

"<sup>922</sup>

- (862) Konkurransetilsynets vurdering er at bruk av teknologi som KI og SaaS-modeller kan bidra til noe lavere etableringshindringer over tid, men at utvikling av en medieovervåkningsplattform som blant annet tilfredsstiller kunders krav til kvalitet i form av brukervennlighet og funksjonalitet og crawlingteknologi fortsatt vil medføre høye investeringskostnader og ta tid å utvikle. Stordriftsfordelene i disse løsningene gir samtidig de etablerte aktørene et konkurransefortrinn over nye aktører som kan gjøre etablering vanskeligere. Videre viser tilsynet til at aktører i markedet peker på investeringer i tilgang til innhold, kostnader til salg/markedsføring/merkevarebygging, og ansettelse av relevant personell, eksempelvis salgsorganisasjon og kundesupport som etableringshindringer, jf. avsnitt (824). Dette er faktorer som etter tilsynets vurdering ikke eller i begrenset grad vil endre seg som følge av utviklingen av KI.
- (863) Samlet er det Konkurransetilsynets vurdering at det vil ta tid å utvikle de teknologiske løsningene som kreves for å motta innhold, behandle informasjonen og videreformidle dette til sluttbruker – løsninger som anses som nødvendige for å konkurrere i markedet for medieovervåkingstjenester. Det foreligger også stordriftsfordeler som kan innebære at nye aktører må oppnå en viss markedsandel for å konkurrere effektivt mot de etablerte aktørene.

#### 7.3.6.2.2 Partenes eierskap i Opoint

- (864) En foretakssammenslutning kan begrense konkurransen der den fører til at den sammenslåtte enheten har mulighet og insentiv til å vanskeliggjøre etablering eller ekspansjon fra mindre aktører.<sup>923</sup>
- (865) Aktører som skal operere i markedet for medieovervåkingstjenester må som nevnt ha tilgang til nødvendig crawling-teknologi som crawler nordiske og internasjonale nyhetskilder, og vil

<sup>919</sup> Meldingen, side 18.

<sup>920</sup> Meldingen, side 18.

<sup>921</sup> Brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 19.

<sup>922</sup> Referat fra møte med Meltwater 3. april 2025.

<sup>923</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, avsnitt 36.

enten måtte utvikle denne selv eller kjøpe den av andre. [REDACTED] har sin egen teknologi, [REDACTED] Retriever, etter foretakssammenslutningen, [REDACTED] Infomedias Opoint, jf. kapittel 4.5.1–4.5.4.

- (866) Det er Konkurransetilsynets vurdering at Opoint har en særlig sterk posisjon innen crawling-teknologi.
- (867) Fra Retrievers styremøte 12. juni 2024 skriver Retriever at [REDACTED]  
[REDACTED] " <sup>924</sup> Polaris [REDACTED]  
[REDACTED], og oppgir at " [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>925</sup>
- (868) At Opoint har en teknologi med høy kvalitet og [REDACTED] dekningsgrad enn andre underbygges også av Infomedias [REDACTED], der det fremgår at [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>926</sup>
- (869) Mynewsdesk, [REDACTED], oppgir at [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>927</sup> De oppgir også at " [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>928</sup> Mynewsdesk skriver videre at " [REDACTED]  
[REDACTED] <sup>929</sup>
- (870) I en intern e-postkorrespondanse fra 7. november 2023 skriver Country Manager i Infomedia, [REDACTED], at " [REDACTED] <sup>930</sup>
- (871) I møte med Konkurransetilsynet trekker Opoint frem [REDACTED] globale konkurrenter til deres tjenester; [REDACTED]. I tillegg til disse [REDACTED] globale konkurrentene mener Opoint at det finnes [REDACTED] <sup>931</sup>
- (872) Det er Konkurransetilsynets vurdering at av disse aktørene er det kun er Opoint som leverer teknologi som crawler, overvåker, samler og henter ut data fra nordiske og internasjonale nyhetskilder til medieovervåkere. LexisNexis leverer teknologi som crawler, overvåker, samler og henter ut data fra internasjonale nyhetskilder til medieovervåkere, men medieovervåkeren må fremdeles kjøpe teknologi for crawling av nordiske nyhetskilder fra Opoint, eller utvikle sin egen crawling-teknologi. <sup>932</sup>
- (873) Etter Konkurransetilsynets vurdering finnes det ikke konkurrenter som gir like god tilgang, særlig til innhold fra nordiske kilder, som Infomedias Opoint. Det er dermed ingen gode alternativer for aktører som har behov for tilgang til crawling-teknologi.
- (874) En av aktørene, Mynewsdesk, oppgir selv å [REDACTED]  
[REDACTED], jf. avsnitt (869), og tilgang til teknologi vurderes å være en [REDACTED]. Andre [REDACTED]

<sup>924</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12 februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 13.

<sup>925</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 24 og 25.

<sup>926</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 13. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 11 og 25.

<sup>927</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>928</sup> Brev fra Mynewsdesk 6. februar 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>929</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>930</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 20. mars 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>931</sup> Møte med Opoint 17. mars 2025.

<sup>932</sup> [REDACTED].

aktører i markedet uttrykker også bekymring for foretakssammenslutningen på dette området. Cision skriver blant annet at:

*"Over the long term, the deal will most likely raise the barriers for entry to Media monitoring, Media analyses, Media archive and Social media management due to the fact that the merged company most likely will be more powerful and with sheer size dominate the market conditions and set the standards as regards pricing and potentially also limit the access to content in various ways from a dominance, technical and feasibility perspective."*<sup>933</sup>

- (875) På bakgrunn av det ovenstående er det Konkurransetilsynets vurdering at Opoint har en sterk stilling innen crawling-teknologi, og at det ikke er gode alternativer for aktører som ikke har egenutviklet teknologi. Foretakssammenslutningen kan således etter tilsynets vurdering føre til økte etableringsbarrierer gjennom at partene kan utestenge andre aktører fra Opoints teknologi, øke prisene eller redusere kvaliteten på tjenesten.
- (876) Konkurransetilsynet vurderer i tillegg at partene etter foretakssammenslutningen vil ha insentiver til utestengelse. Som det fremgår av kapittel 7.3.1, vil foretakssammenslutningen føre til at partene får en høy samlet markedsandel. Partene kan etter foretakssammenslutningen få insentiver til å iverksette mottiltak for å beskytte sin markedsposisjon, og helt eller delvis utestengelse fra Opoints teknologi vil kunne være et effektivt tiltak for å beskytte egen markedsposisjon.

#### 7.3.6.3 Etablering av aktører som er aktive i tilgrensende geografiske markeder

- (877) Aktører som er aktive i tilgrensende geografiske markeder inkluderer aktører som tilbyr medieovervåkningstjenester utenfor Norge. Etter Konkurransetilsynets vurdering kan disse aktørene møte lavere etableringshindringer enn aktører som er helt nye i markedet fordi de allerede besitter nødvendig teknologi og kompetanse som kreves for å levere medieovervåkningstjenester.
- (878) Likevel vil slike aktører stå overfor flere av de samme barrierene som nye aktører. Aktører som er aktive i tilgrensende geografiske markeder vil ha behov for markedsføring og merkevarebygging i Norge, noe som krever irreversible investeringer, jf. avsnitt (830). De vil også måtte inngå lisensavtaler med norske innholdsprodusenter.
- (879) Konkurransetilsynet har innhentet informasjon fra aktører i markedet om potensielle konkurrenter til partene i tilgrensende geografiske markeder. Hypefactors er nevnt av partene som eksempel på en nyetablering de siste årene, jf. avsnitt (850). I tillegg uttaler Polaris at Hypefactors har forsøkt eller vurdert etablering i Norge.<sup>934</sup>
- (880) Hypefactors er en dansk virksomhet som overvåker digitale aviser, papiraviser, TV, radio og sosiale medier i Danmark. Hypefactors overvåker innhold fra norske digitale aviser, men ikke innhold bak betalingsmur. Selskapet tilbyr både kvalitative og kvantitative analyser, og er vertikalt integrert med sin egen crawlingteknologi.<sup>935</sup>
- (881) Hypefactors oppgir til Konkurransetilsynet at de ikke har kunder i Norge, og heller ingen konkrete planer om å etablere seg i det norske markedet. Selskapet opprettet et kontor og et team i Oslo for noen år siden, men kontoret ble etter hvert stengt. Årsaken var ifølge Hypefactors konkurransesituasjonen. Hypefactors opplevde det norske markedet som et monopolmarked hvor Retriever, som den store aktøren, var eiet av mediehusene.<sup>936</sup>
- (882) Basert på dette er det Konkurransetilsynets vurdering at det vil være enklere for Hypefactors å etablere seg i det norske markedet enn det ville være for en ny aktør å etablere seg. Hypefactors har allerede utviklet en crawlingtjeneste og plattform, og har en etablert kundemasse. Hypefactors tilbyr både medieanalyse og medieovervåkning og har dermed en viss bredde i produkttilbudet. En effektiv etablering krever imidlertid inngåelse av lisensavtaler, som er vurdert å være tidkrevende og utfordrende, jf. avsnitt (847). Det krever også investeringer som helt eller delvis vil være irreversible, for eksempel investeringer i

<sup>933</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>934</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 23.

<sup>935</sup> Referat fra møte med Hypefactors 2. mai 2025.

<sup>936</sup> Referat fra møte med Hypefactors 2. mai 2025.

merkevare. Det finnes ingen konkrete etableringsplaner fra Hypefactors i dag, og tidligere etableringsforsøk var ifølge Hypefactors selv mislykket. Tilsynet vurderer på denne bakgrunn at en effektiv etablering fra Hypefactors ikke er tidsnær eller sannsynlig.

- (883) Konkurransetilsynet er ikke kjent med at andre aktører i tilgrensende geografiske markeder vil etablere seg i Norge. Slike eventuelle aktører vil stå overfor de samme utfordringene som Hypefactors, og tilsynet legger på denne bakgrunn til grunn at en effektiv etablering av aktører i andre geografiske markeder ikke er sannsynlig eller tidsnær.

#### 7.3.6.4 Etablering fra søkemotorer og KI-aktører

##### 7.3.6.4.1 Etablering fra nyhetsaggregatortjenester

- (884) Som omtalt i henholdsvis kapittel 5.2.5 og 7.3.4.1 vurderer Konkurransetilsynet at Google News ikke er en del av det relevante markedet, og heller ikke utøver et konkurransepress på partene. For å bli en effektiv konkurrent må Google News blant annet utvide sitt kildetilfang til å tilby overvåkning av etermedier og sosiale medier. Videre er det tilsynets vurdering at det kan være vanskelig for kunder å ha oversikt over hvilke kilder som fremvises av Google News, ettersom innholdet er begrenset til nyhetsinnhold som kvalifiseres for søkeresultater i Google News, jf. avsnitt (750). I tillegg er det nødvendig for Google News å øke bredden i sitt produkttilbud for å bli en effektiv konkurrent, særlig gjennom å tilby medieanalyse. Et tilbud for rådgivning og kundesupport må også etableres, ettersom Google News i dag er en selvbetjeningsløsning. Google News bistår heller ikke kunder med å sette opp søk og filtrere resultater, som også anses som nødvendig for å bli en effektiv konkurrent.
- (885) Konkurransetilsynet viser til kapittel 5.2.5, hvor det konkluderes med at det vil medføre investeringer og risiko dersom en aktør som tilbyr nyhetsaggregatortjenester skal gå over til å tilby medieovervåkningstjenester. Slike tilpasninger krever både organisatoriske og teknologiske omstillinger, herunder rekruttering av kvalifisert personell.
- (886) Google uttaler i sitt høringssvar at [REDACTED], og at de ikke planlegger å ekspandere sin virksomhet innen medieovervåkning, medieanalyse eller mediearkiv i Norge på nåværende tidspunkt.<sup>937</sup> Konkurransetilsynet viser i den forbindelse til at blant annet kildetilfang og produktbredde er sentrale konkurranseparameter, jf. kapittel 7.2.1, og er særlig viktig i offentlige anbudskonkurranser, ettersom enkelte offentlige kunder enten stiller krav om at leverandøren skal levere et bredt kildetilfang og flere produkter samlet, eller har dette med som et evalueringskrav, jf. kapittel 7.2.1.1.
- (887) Basert på det ovenstående er Konkurransetilsynets vurdering at etablering fra Google News ikke er tidsnært, effektivt eller sannsynlig.
- (888) Partene anfører at markedet er i endring ved at mediehusene både [REDACTED] og reduserer medieovervåkernes mulighet til å vise innhold i fulltekst til sine sluttkunder, og anfører at [REDACTED].<sup>938, 939</sup> Til støtte for anførselen viser partene til et notat om utviklingen i markedet, som Oslo Economics har utarbeidet på partenes vegne. I notatet konkluderes det med at [REDACTED]. Notatet konkluderer med at det er mer [REDACTED].<sup>940</sup>
- (889) Oslo Economics viser videre til at [REDACTED]

<sup>937</sup> Brev fra Google Norway AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 7c og 21.

<sup>938</sup> Brev fra partene 11. april 2025, "Merknader til Konkurransetilsynets saksbehandling", side 6.

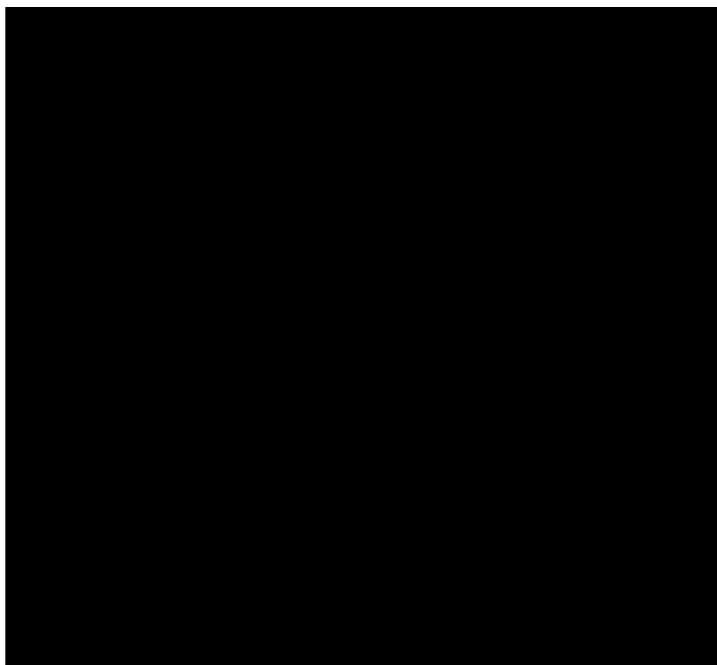
<sup>939</sup> Meldingen, side 14.

<sup>940</sup> Meldingen, vedlagt dokument "Vedlegg L - Notat forfattet av Oslo Economics om endringer i markedet for medieovervåkning", side 1.

941

- (890) Konkurransetilsynet viser til at det på nåværende tidspunkt kun er Schibsted og DN Media Group som ikke tillater medieovervåkere å gjengi innhold i fulltekst, jf. avsnitt (102). Schibsted stengte for fulltekstvisning 1. april 2025.
- (891) Videre har ingen av innholdsleverandørene Konkurransetilsynet har vært i kontakt med planer om å redusere medieovervåkeres adgang til å vise innhold bak betalingsmur de neste par årene, jf. avsnitt (781). Etter tilsynets vurdering tilsier dette at den situasjonen partene beskriver ikke er tidsnær.
- (892) I en presentasjon til Retrievers styre i 2023 vurderes det at [REDACTED], jf. Figur 14 under.<sup>942</sup>

**Figur 14** [REDACTED] presentert til Retrievers styre i 2023



- (893) Etter Konkurransetilsynets vurdering indikerer innholdet i presentasjonen at Retriever selv vurderer å [REDACTED].
- (894) Partene anfører i sitt tilsvarende at Konkurransetilsynet ikke i tilstrekkelig grad har hensyntatt endringen i fulltekstfremvisning for Schibsted, og at tilsynet underspiller Schibsteds betydning for nyhetsdekningen, da Schibsted alene sto for 36 prosent av daglig nyhetsdekning i første kvartal 2025.<sup>943</sup>
- (895) Konkurransetilsynet viser i denne sammenheng til at endringen i fulltekstfremvisning for Schibsted er lik for alle aktører i markedet, og at aktørene i markedet fortsatt vil kunne vise fulltekstinnsinnhold fra Amedia og Polaris, i tillegg til innhold fra Klareringstjenesten og andre nisjeaviser og fagblader de ulike aktørene har avtaler med. Tilsynet er ikke uenige med partene i at Schibsted, og også DN Media Group, er sentrale aktører i den norske nyhetsdekningen, men viser til at kundene peker på at et bredt kildetilfang med både regional og lokal

<sup>941</sup> Meldingen, vedlagt dokument "Vedlegg L - Notat forfattet av Oslo Economics om endringer i markedet for medieovervåkning", kapittel 4.1.

<sup>942</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12 februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 26.

<sup>943</sup> Tilsvaret side 17 og 18.

nyhetsdekning er viktig, jf. kapittel 5.2.2 og 7.2.1. Tilsynets informasjonsinnhenting viser videre at Retriever har [redacted] kunder som kjøper medieovervåkning av innhold fra henholdsvis Polaris, [redacted] og Schibsted, mens Infomedia har [redacted] kunder som kjøper innhold fra henholdsvis [redacted] og Schibsted, [redacted] kunder som kjøper innhold fra Polaris.<sup>944</sup>

#### 7.3.6.4.2 Etablering fra KI-aktører

- (896) Partene anfører i meldingen at markedet er utsatt for et teknologisk sjokk,<sup>945</sup> som konkurranse fra KI og teknologiselskaper er en del av, og beskriver markedet for medieovervåkning som et marked i rask endring, blant annet grunnet inntoget av ny teknologi, som maskinlæring og generativ KI.<sup>946</sup> Bakgrunnen for foretakssammenslutningen beskrives også som et motsvar på teknologiske endringer.<sup>947</sup>
- (897) Også Schibsted gir uttrykk for at den teknologiske utviklingen påvirker markedet for medieovervåkningstjenester: *"den nye teknologiske utviklingen med KI gir nye muligheter som utfordrer de tradisjonelle medieovervåkerne, de må drive kontinuerlig innovasjon for å beholde sin posisjon i markedet."*<sup>948</sup>
- (898) Både [redacted] og Meltwater erkjenner at KI-aktører i økende grad vil være tilstede i markedet, og at de kan være potensielle konkurrenter dersom de får avtaler med alle relevante mediehus.<sup>949</sup> Samtidig uttaler begge at tilgangen til lisensavtaler vil være en barriere for disse aktørene.<sup>950</sup>
- (899) Partene mener det er *"tydelig i markedet at det inngås stadig flere avtaler mellom selskaper som tilbyr AI-verktøy og forskjellige mediehus."*<sup>951</sup>
- (900) I tilsvaret vises det til en nylig inngått samarbeidsavtale mellom OpenAI og den internasjonale foreningen for nyhetsmedier (INMA), hvor blant annet Schibsted, Polaris, Amedia og DN Media Group er medlemmer.<sup>952</sup>
- (901) Konkurransetilsynet er kjent med at det finnes en avtale mellom Schibsted og OpenAI, jf. avsnitt (110). Avtalen gir brukere av OpenAIs produkter, som ChatGPT, tilgang til oppdaterte nyhetssammendrag med tydelig kildehenvisning til Schibsteds aviser.<sup>953</sup> [redacted]<sup>954</sup> Tilsynet er ikke kjent med andre norske mediehus som har inngått lignende avtaler med KI-aktører, men finner flere eksempler på dette internasjonalt.<sup>955</sup>
- (902) Avtalen mellom Schibsted og OpenAI gir etter Konkurransetilsynets oppfatning tilgang til et mindre kildetilfang sammenlignet med medieovervåkere som har lisensavtaler med Schibsted, ettersom [redacted].<sup>956</sup> I tillegg [redacted]

<sup>944</sup> I fjerde kvartal 2023 har Retriever hatt om lag [redacted] kunder som har kjøpt innhold fra Polaris, om lag [redacted] som har kjøpt innhold fra [redacted] og om lag [redacted] som har kjøpt innhold fra Schibsted, jf. brev fra Retriever Norge AS 28. april 2025. I fjerde kvartal 2023 har Infomedia hatt om lag [redacted] kunder som har kjøpt innhold fra Polaris, om lag [redacted] som har kjøpt innhold fra [redacted] og om lag [redacted] som har kjøpt innhold fra Schibsted, jf. brev fra Infomedia Norge AS 28. april 2025.

<sup>945</sup> Meldingen, side 19.

<sup>946</sup> Meldingen, side 16.

<sup>947</sup> Meldingen, side 4.

<sup>948</sup> Brev fra Schibsted Media AS 14. februar 2025, svar på spørsmål 17.

<sup>949</sup> Brev fra [redacted] brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 20c, og brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 10.

<sup>950</sup> [redacted], brev fra [redacted], og brev fra Meltwater News AS 26. mars 2025, svar på spørsmål 20c.

<sup>951</sup> Meldingen, side 16.

<sup>952</sup> Tilsvaret, side 39.

<sup>953</sup> [Schibsted Media partners with OpenAI | Schibsted](#). Lesedato: 12. februar 2025.

<sup>954</sup> Brev fra Schibsted Media AS 20. mars 2025, svar på spørsmål 9a.

<sup>955</sup> Se for eksempel Guardians avtale med OpenAI, [OpenAI and Guardian Media Group launch content partnership | OpenAI](#). Lesedato: 12. februar 2025; Financial Times avtale med OpenAI, [The Financial Times and OpenAI . strike content licensing deal](#). Lesedato: 12. februar 2025.

<sup>956</sup> Brev fra Schibsted Media AS 20. mars 2025, svar på spørsmål 9a.

gi sammendrag.<sup>957</sup> På bakgrunn av dette vurderer tilsynet at produktet OpenAI kan tilby kunder med slike avtaler vil skille seg fra det produktet partene tilbyr.

- (903) Som beskrevet i kapittel 7.2.1 er bredde i kildetilfanget en viktig konkurranseparameter i markedet for medieovervåkningstjenester. For at Open-AI eller andre KI-aktører skal kunne være en effektiv konkurrent som kan disiplinere partene legges det derfor til grunn at aktøren må få på plass avtaler med en rekke mediehus, ikke bare med Schibsted.
- (904) Konkurransetilsynet har stilt spørsmål til innholdsleverandørene om hvorvidt de har inngått samarbeid med KI-aktører, enten for å bruke innholdet deres til å trene språkmodeller eller for å levere KI-genererte resultater til sluttbrukerne. Kun Schibsted har inngått en slik form for avtale på nåværende tidspunkt.<sup>958</sup> På spørsmål om dette er noe de planlegger i løpet av de neste par årene, svarer Polaris at "[d]et vurderes fortløpende"<sup>959</sup> og Dagbladet at "[d]ette er en aktuell problemstilling, og kan bli aktuelt."<sup>960</sup> Etter tilsynets vurdering gir disse uttalelsene uttrykk for hypotetiske fremtidige muligheter, snarere enn tilstrekkelige konkrete og tidsnære planer. Det er heller ikke gitt at eventuelle samarbeid vil være direkte knyttet til medieovervåkningsvirksomhet.
- (905) Partene anfører at det er feil når tilsynet konkluderer med at KI-aktører må inngå avtaler med en rekke mediehus for å fungere som reelle konkurrenter, ettersom KI-aktører allerede benytter alt tilgjengelig innhold på internett i utviklingen av sine tjenester.<sup>961</sup>
- (906) Etter hva Konkurransetilsynet er kjent med er det kun inngåelse av lisensavtaler som sikrer tilgang til fulltekstvisning av mediehusenes innhold foran og bak betalingsmur. En tjeneste som ikke har lisensavtaler kan mangle innhold på grunn av strukturelle hindre for crawling, eksempelvis betalingsmurer, omtalt i avsnitt (112).
- (907) Konkurransetilsynet viser videre til konkurrentsvar der [redacted] uttaler at inngåelse av lisensavtaler er en viktig forutsetning for at de skal kunne se ChatGPT som en potensiell konkurrent, og Meltwater trekker frem at lisensavtaler vil være en etableringshindring for KI-aktører i det norske markedet, jf. avsnitt (898).
- (908) Konkurransetilsynet viser videre til sine vurderinger i avsnitt (910) og (911) om at det vil være kvalitetsforskjeller mellom KI-aktører og partene utover tilgang til innhold gjennom lisensavtaler.
- (909) I en presentasjon til Retrievers styre i 2023 vurderes det at [redacted]  
[redacted] .<sup>962</sup>

<sup>957</sup> Brev fra Schibsted Media AS 20. mars 2025.

<sup>958</sup> Brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, svar på spørsmål 18, brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 18, brev fra Klassekampen 5. februar 2025, svar på spørsmål 18, brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, svar på spørsmål 18, brev fra Hamar Arbeiderblad 14. februar 2025, svar på spørsmål 18, brev fra Hegnar Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 18. Amedia skriver: "[redacted]"

[redacted] " se brev fra Amedia AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 18. [redacted]"

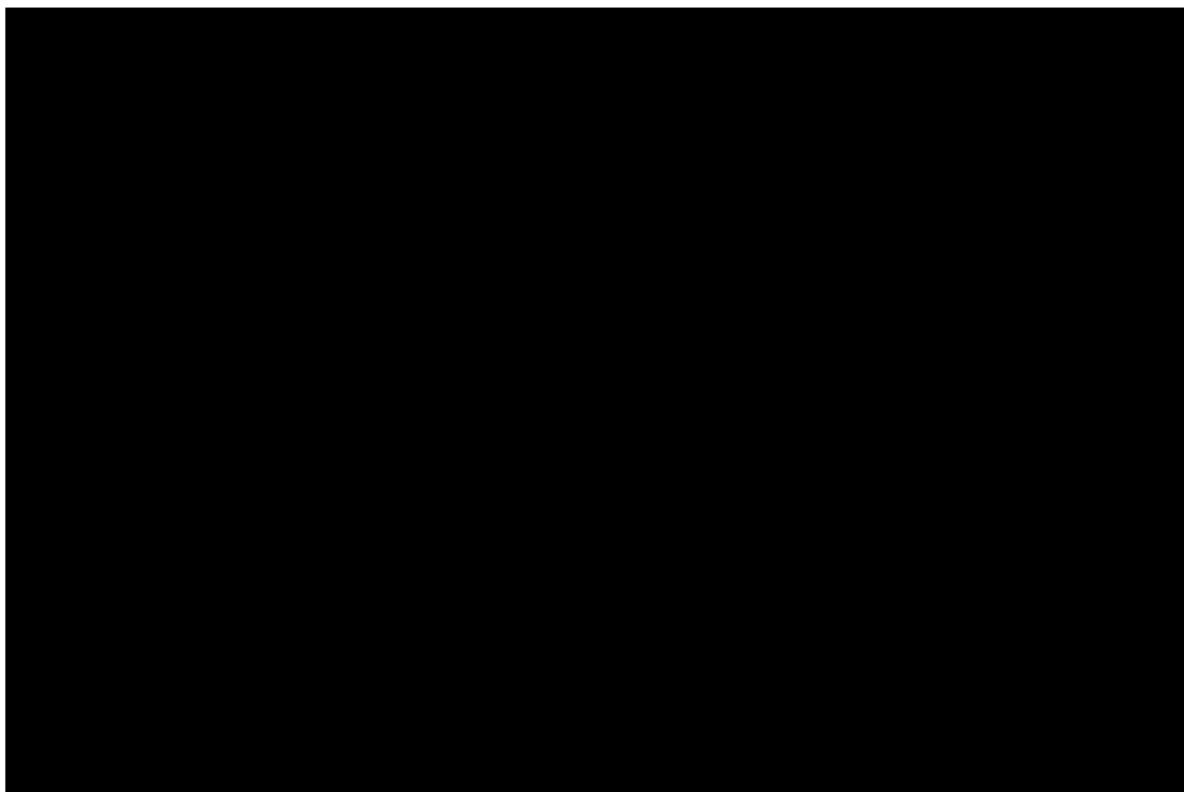
<sup>959</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 18.

<sup>960</sup> Brev fra Dagbladet AS 5. februar 2025, svar på spørsmål 17.

<sup>961</sup> Tilsvaret, side 26.

<sup>962</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12 februar 2025, vedlagt dokument "[redacted]", side 41.

**Figur 15** [redacted] presentert til Retrievers styre i 2023



- (910) Etter Konkurransetilsynets vurdering indikerer dette at Retriever mener at det er [redacted] og at Retriever [redacted].
- (911) Videre er det Konkurransetilsynets vurdering at KI kan fungere som supplement til menneskelig kompetanse innen markedet for medieovervåkningstjenester, men kan ikke tidsnært erstatte den. Det er for eksempel veldokumentert at KI i stor grad har en tendens til å "hallusinere" innhold som ikke er tro mot kildedokumentet.<sup>963</sup> Slike begrensninger gjør at det ikke kan anses som sannsynlig at KI-løsninger tidsnært kan erstatte menneskelig kompetanse.
- (912) Partene anfører at Konkurransetilsynet [redacted] KI når det vurderes at KI-aktører ikke vil etablere seg som effektive konkurrenter til medieovervåkere i nær fremtid.<sup>964</sup>
- (913) Konkurransetilsynet kan ikke utelukke at KI til en viss grad vil kunne påvirke markedet for medieovervåkningstjenester over tid, men etter tilsynets vurdering vil KI-teknologi kunne være til nytte for de tradisjonelle medieovervåkerne ved å effektivisere søk og analyse, heller enn at KI-aktører vil etablere seg som effektive konkurrenter til partene. Konkurransetilsynet bemerker videre at tilsynet må finne en nyetablering tilstrekkelig sannsynlig, tidsnær og effektiv for at den skal kunne vektlegges.
- (914) Basert på den innhentede informasjonen er det Konkurransetilsynets vurdering at KI-aktører ikke vil etablere seg som effektive konkurrenter til medieovervåkerne i nær fremtid.

#### 7.3.6.5 Ekspansjon fra eksisterende aktører i markedet

- (915) Konkurransenærhet mellom partene og de øvrige aktørene i markedet, Mynewsdesk, Meltwater, Cision og Notified, er omtalt i kapittel 7.3.3. I dette delkapittelet vurderes hvorvidt

<sup>963</sup> Se for eksempel *On Faithfulness and Factuality in Abstractive Summarization* av Maynez, Narayan, Bohnet og McDonald, 2020: <https://aclanthology.org/2020.acl-main.173/>, *Survey of Hallucination in Natural Language Generation* av Ji, Ziwei; Lee, Nayeon; Frieske, Rita; Yu, Tiezheng; Su, Dan; Xu, Yan; Ishii, Etsuko; Bang, Ye Jin; Madotto, Andrea; Fung og Pascale, 2023: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3571730>.  
*ChatGPT is bullshit* av Hicks, Humphries og Slater, 2024: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10676-024-09775-5>; Norges Høyesterett, "Advokatveiledningen om KI-bruk": [Advokatveiledningen om KI-bruk](https://www.hoyesterett.no/advokatveiledningen-om-ki-bruk/), lesedato 7. juli. 2025.

<sup>964</sup> Tilsvaret, side 25.

ekspansjon fra de samme aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge er tidsnært, sannsynlig og effektivt.

- (916) Konkurransetilsynet vurderer at aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester er differensierte, og at de konkurrerer på pris, jf. kapittel 7.2.1. Dersom partene etter foretakssammenslutningen øker sine priser, vil enkelte kunder vurdere å kjøpe medieovervåkningstjenester fra andre aktører, selv om disse i utgangspunktet er noe mindre nære konkurrenter.
- (917) Etter foretakssammenslutningen vil partenes konkurrenter kunne oppleve noe økt etterspørsel etter medieovervåkningstjenester fra enkelte kunder i markedet. Dette vil isolert sett gi disse aktørene insentiver til å sette opp sine priser. Dersom konkurrentene som følge av den økte etterspørselen ender opp med å øke sine priser, vil partene finne det mer lønnsomt å øke sine priser etter foretakssammenslutningen, jf. kapittel 7.3.5. Konkurransetilsynet vil i det følgende vise at konkurrentene, i tillegg til å ha begrensede insentiver, også har begrensede muligheter til å ekspandere sin virksomhet.

#### 7.3.6.5.1 Mynewsdesk

- (918) Mynewsdesk har [redacted] og Klareringstjenesten, [redacted].<sup>965</sup> De deltar i mindre grad enn partene i offentlige anbudskonkurranser og konkurrerer dermed ikke like hardt om de offentlige kundene. Mynewsdesk oppgir at [redacted], jf. avsnitt (667).
- (919) Mynewsdesk uttaler at de [redacted].<sup>966</sup>
- (920) På bakgrunn av dette er det Konkurransetilsynets vurdering at Mynewsdesk blant annet, til tross for at de allerede dekker et noe bredt spekter av medier, må utvide sitt kildetilfang, samt øke kvaliteten på sitt tilbud av medieanalyse, for å bli en effektiv konkurrent til partene. Dette gjelder særlig for å konkurrere om offentlige kunder, som ofte stiller minstekrav knyttet til kildetilfang og produktbredde i anbudskonkurranser, jf. kapittel 7.2.1.1.
- (921) Mynewsdesk [redacted], jf. kapittel 4.5.3. Etter Konkurransetilsynets vurdering [redacted], jf. avsnitt (869).
- (922) Basert på dette er det Konkurransetilsynets vurdering at det vil være enklere for Mynewsdesk å ekspandere og bli en effektiv konkurrent til partene enn det vil være for en ny aktør. Likevel vil Mynewsdesk møte flere av de samme hindrene som en ny aktør, blant annet tilgang til innhold, utvikling av analysetjenester og [redacted]. Det vises her til at både forhandlinger om lisensavtaler og [redacted] er krevende og tar tid, som beskrevet i kapittel 7.3.6.2. Vekst i det norske markedet kan i tillegg innebære helt eller delvis irreversible investeringer i markedsføring og merkevare, samt en økt tilstedeværelse i Norge. Basert på dette vurderer Konkurransetilsynet at det ikke er sannsynlig med en tidsnær og effektiv ekspansjon fra Mynewsdesk.
- (923) I tilsvaret anfører partene at Konkurransetilsynets konklusjon om at det er mindre sannsynlig at Mynewsdesk etablerer seg i segmentet for offentlige kunder er feil. Det vises til [redacted] anskaffelse i februar/mars 2025, hvor [redacted] ifølge partene hadde [redacted].<sup>967</sup>
- (924) Konkurransetilsynet er kjent med at Mynewsdesk har deltatt i anbudskonkurranser om offentlige kunder. Tilsynets vurdering er likevel at Mynewsdesk i liten grad retter seg mot offentlige kunder, ettersom de sjelden deltar i anbudskonkurranser og har en lav markedsandel i dette segmentet, jf. Tabell 3 og Tabell 4. Mynewsdesk har også uttalt at det er [redacted]

<sup>965</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 2 og 22.

<sup>966</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 27.

<sup>967</sup> Tilsvaret, side 25.

anbudskonkurranser fordi det er [REDACTED].<sup>968</sup>  
 I tillegg uttaler de at [REDACTED]  
 [REDACTED] jf. avsnitt [REDACTED].

- (925) I [REDACTED] anskaffelse hadde [REDACTED] høyest totalscore og ble rangert som nummer en, [REDACTED] som nummer to og [REDACTED] som nummer tre. Det stemmer altså ikke at [REDACTED] hadde høyere totalscore enn [REDACTED].<sup>969</sup>
- (926) Partene har anført at "[REDACTED]" og at "[d]ette kan ha svekket andre medieovervåkeres insentiv til å delta". Partene uttaler videre at det i så fall "er [...] grunn til å tro at andre medieovervåkere raskt vil respondere med å delta i anbudskonkurranser [REDACTED]".<sup>970</sup>
- (927) Konkurransetilsynet viser til at en foretakssammenslutning kan føre til at prisene øker fordi konkurransepresset forsvinner og gjøre det attraktivt for Mynewsdesk å ekspandere. Dersom ekspansjonen er effektiv og konkurransepresset erstattes, vil prisene gå ned igjen til nivået uten en foretakssammenslutning. I det tilfellet vil det ikke være attraktivt med ekspansjon likevel. For at ekspansjon skal være rasjonelt er det tilsynets vurdering at Mynewsdesk må anse at det er lønnsomt å konkurrere, gitt dagens prisnivå.
- (928) På bakgrunn av det ovenstående er Konkurransetilsynets vurdering at tidsnær og effektiv ekspansjon fra Mynewsdesk i segmentet for offentlige kunder ikke er sannsynlig.

#### 7.3.6.5.2 Meltwater

- (929) Meltwater har avtaler med en rekke mediehus og Klareringstjenesten, [REDACTED] kildetilfang enn partene, jf. avsnitt (613) og (614). Meltwater tilbyr i mindre grad dekning av [REDACTED], jf. avsnitt (614).
- (930) Meltwater deltar i [REDACTED] partene i offentlige anbudskonkurranser og oppgir at dette [REDACTED], jf. avsnitt (629). De [REDACTED], jf. avsnitt (630).
- (931) Meltwater har [REDACTED] for arkivtjeneste sammenlignet med partene, jf. avsnitt (619).
- (932) For å bli en effektiv konkurrent til partene må Meltwater øke sin mediedekning i form av antall kilder og mediekanaler. Det kan også være behov for å videreutvikle tilbudet innen medieanalyse og arkivtjenester. Dette gjelder særlig for å konkurrere om offentlige kunder.
- (933) Meltwater uttaler at "[REDACTED]", men har ut fra deres høringsvar etter Konkurransetilsynets oppfatning [REDACTED] norske markedet.<sup>971</sup>
- (934) Konkurransetilsynet vurderer at det vil være enklere for Meltwater å ekspandere og bli en effektiv konkurrent til partene, enn det vil være for en ny aktør. Meltwater har allerede avtaler med en rekke aktører og tilbyr en bredde i produktutvalg. De tilbyr også rådgivnings- og servicetjenester og har kunnskap om norske medier. Meltwater [REDACTED]. Det vil likevel ta tid før Meltwater kan konkurrere effektivt mot partene, ettersom forhandlinger [REDACTED] kan være tidkrevende, som beskrevet i kapittel 7.3.6.2. Meltwater har særlig behov for å øke [REDACTED] for å konkurrere om offentlige kunder. Det kan også være behov for helt eller delvis irreversible investeringer i markedsføring, merkevarebygging og økt tilstedeværelse i Norge. [REDACTED].
- (935) I tilsvaret anfører partene at Konkurransetilsynets konklusjon om at det er mindre sannsynlig at Meltwater etablerer seg i segmentet for offentlige kunder er feil. Det vises til at Meltwater

<sup>968</sup> Brev fra Mynewsdesk 26. mars 2025, svar på spørsmål 21.

<sup>969</sup> Brev fra Retriever Norge AS 10. juni 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]".

<sup>970</sup> Meldingen, side 39.

<sup>971</sup> Brev fra Meltwater News AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 19.

har deltatt i anbudskonkurranser. Videre anføres det at tilsynets konklusjon baseres på et svakt grunnlag fordi man kun fokuserer på at forhandlinger om lisensavtaler er tidkrevende.<sup>972</sup>

- (936) Konkurransetilsynet er kjent med at Meltwater har deltatt i offentlige anbudskonkurranser. Tilsynets vurdering er likevel at Meltwater i liten grad retter seg mot offentlige kunder, ettersom de [REDACTED] i anbudskonkurranser og har [REDACTED] markedsandel i dette segmentet, jf. Tabell 4 og avsnitt (628). Meltwater uttaler at de har [REDACTED] offentlige anbud [REDACTED] offentlige anbudskonkurranser, jf. avsnitt (625)-(630). Videre uttaler Meltwater at de har "[REDACTED]"<sup>973</sup>

- (937) [REDACTED], jf. kapittel 7.3.2.6.2, og vil gjøre det enda vanskeligere for Meltwater å konkurrere med partene på pris. Det gjelder særlig for store kunder, ettersom [REDACTED], og for både offentlige og private kunder. Konkurransetilsynet viser videre til argumentasjonen i avsnitt (926) og at dette vil gjelde også for Meltwater.

- (938) Konkurransetilsynet vurderer at Meltwater er etablert i segmentet for offentlige kunder, men at selskapet ikke er en nær konkurrent til partene og at tidsnær og effektiv ekspansjon ikke er sannsynlig. Konklusjonen er basert både på at det vil ta tid å opparbeide seg et konkurransedyktig kildetilfang, at uttalelser fra Meltwater indikerer at de [REDACTED] innenfor dette segmentet, at det ifølge Meltwater er [REDACTED], og at [REDACTED] vil gjøre det enda vanskeligere.

#### 7.3.6.5.3 Cision

- (939) Cision har et smalt kildetilfang sammenlignet med øvrige aktører i markedet og de tilbyr heller ikke arkiv, jf. avsnitt (715). Cision har [REDACTED] i Norge i dag, og har en digital supporttjeneste som etter det tilsynet forstår er på engelsk, noe som kan gjøre selskapet mindre attraktivt for kunder som krever norsk kundeservice og kjennskap til norske medier.
- (940) Cision er delvis vertikalt integrert med egen crawlingteknologi, men kjøper tilgang til [REDACTED], jf. avsnitt (140).
- (941) For å bli en effektiv konkurrent til partene må Cision utvide sitt kildetilfang ved å inngå avtaler med flere innholdsprodusenter. Som beskrevet i kapittel 7.3.6.2 er det vanskelig og tidkrevende å inngå lisensavtaler.
- (942) Dersom Cision skulle etablert seg med en lokal tilstedeværelse, vil det etter Konkurransetilsynets vurdering innebære større investeringer i en lokal salgsorganisasjon og merkevarebygging. Behov for store, irreversible investeringen gjør etablering mindre sannsynlig.
- (943) Basert på høringsuttalelser har Cision [REDACTED]<sup>974</sup>
- (944) Etter Konkurransetilsynets vurdering er ikke effektiv ekspansjon fra Cision sannsynlig eller tidsnær.
- (945) Et lokalt nærvær og bredde i kildetilfang er særlig viktig dersom Cision skulle konkurrere med partene om offentlige kunder, jf. kapittel 7.2.1.1. Konkurransetilsynet vurderer derfor at det er mindre sannsynlig med effektiv og tidsnær etablering i dette segmentet.

#### 7.3.6.5.4 Notified

- (946) Konkurransetilsynet har vurdert konkurransepresset fra Notified i kapittel 7.3.3.3, og konkludert med at selskapet ikke utøver et effektivt konkurransepress overfor partene i dag, jf. avsnitt (713). Notified har i dag en markedsandel på [REDACTED] prosent, jf. Tabell 2, men uttaler til

<sup>972</sup> Tilsvaret, side 25.

<sup>973</sup> Brev fra Meltwater News AS 28. april 2025, side 3 og 4.

<sup>974</sup> Brev fra Cision Norge AS 27. februar 2025, svar på spørsmål 20.

Konkurransetilsynet at de, som del av en plan om å vokse i Norden, vil tilby medieovervåkning til norske kunder som i dag bruker deres presstjenester, og at de aktivt kontakter disse kundene.<sup>975</sup>

- (947) Konkurransetilsynet vurderer at det vil være enklere for Notified å ekspandere i det norske markedet, sammenlignet med en nyetablering. Notified har trolig tilgang til tekniske løsninger og kompetanse innen salg, markedsføring og medieanalyse, og de tilbyr en bredde i antall tjenester. For å være en effektiv konkurrent til partene må Notified inngå lisensavtaler, noe som er vurdert som tidkrevende og vanskelig, som beskrevet i kapittel 7.3.6.2. [REDACTED],<sup>976</sup> men ifølge tilsynets informasjonsinnhenting [REDACTED], og Notified har [REDACTED].<sup>977</sup> For å være en effektiv konkurrent til partene, er det også nødvendig blant annet med aktiv markedsføring, og det kan i tillegg være nødvendig for Notified å utvikle egen crawlingteknologi. Som beskrevet i avsnitt (829) er utvikling av crawlingteknologi kostbart, tidkrevende og krever kompetanse som ikke er lett tilgjengelig. Både markedsføring og utvikling av teknologi innebærer irreversible investeringer som gjør risikoen ved ekspansjon høyere og reduserer sannsynligheten, jf. avsnitt (830)-(831). Disse forholdene taler for at effektiv ekspansjon fra Notified ikke er sannsynlig og tidsnær.
- (948) Et lokalt nærvær og bredde i kildetilfang er særlig viktig i konkurransen om offentlige kunder, jf. kapittel 7.2.1.1. Konkurransetilsynet vurderer at en effektiv ekspansjon fra Notified er mindre sannsynlig og tidsnær i dette segmentet.
- (949) Partene anfører at Konkurransetilsynet [REDACTED] Notifieds strategiske mål om ekspansjon på det nordiske markedet. [REDACTED] at Notified har tilkjennegitt at de vil ekspandere til Norge, uttaler at ekspansjonsplanene er "ongoing", aktivt henvender seg til norske kunder og har kontaktet Schibsted om inngåelse av lisensavtaler. [REDACTED] til Konkurransetilsynets vurdering om at ekspansjon fra Notified ikke er "tidsnær".<sup>978</sup>
- (950) Konkurransetilsynet har innhentet ytterligere informasjon om Notifieds planlagte ekspansjon.
- (951) Notified uttaler at de har planer om å ekspandere innen medieovervåkning, både i Norge og globalt. Selskapet opplyser at de planlegger å ekspandere i Norge de neste fem årene, [REDACTED].<sup>979</sup>
- (952) Notified oppgir at de [REDACTED]. Videre sier Notified at de [REDACTED] avsnitt [REDACTED]. Notified oppgir at de [REDACTED].<sup>980</sup>
- (953) Notified ser ingen betydelige ekspansjonshindringer innen medieovervåkningstjenester i Norge, men mener at inngåelse av lisensavtaler kan være en mulig utfordring dersom partene på grunn av sin størrelse kan fremforhandle bedre priser eller eksklusivitetsavtaler med innholdsleverandører. Notified har ikke undersøkt om det finnes eksklusivitetsavtaler i Norge.<sup>981</sup>
- (954) Notified har i dag [REDACTED] Norge, som [REDACTED]. Selskapet har på nåværende tidspunkt [REDACTED] Norge, men oppgir at [REDACTED].<sup>982</sup>

<sup>975</sup> Brev fra Notified 25. april 2025, svar på spørsmål 11.

<sup>976</sup> Brev fra [REDACTED]

<sup>977</sup> Notified [REDACTED]

<sup>978</sup> Tilsvaret, side 30-31.

<sup>979</sup> Referat fra møte med Notified 11. juni 2025.

<sup>980</sup> Referat fra møte med Notified 11. juni 2025.

<sup>981</sup> Referat fra møte med Notified 11. juni 2025.

<sup>982</sup> Referat fra møte med Notified 11. juni 2025.

- (955) Notified uttaler videre at de kjøper nettinnhold fra Opoint og at de ikke har planer om å utvikle egen crawlingteknologi.<sup>983</sup>
- (956) Uttalesene fra Notified bekrefter etter Konkurransetilsynets vurdering at selskapet har ambisjoner om vekst i Norden, og at dette også inkluderer å vokse i Norge. Samtidig er planene lite konkrete, illustrert både av at selskapet uttaler at de foreløpig ikke har skaffet seg kunnskap om detaljer ved det norske markedet, som hvorvidt det finnes eksklusivitetsavtaler mellom norske mediehus og konkurrentene, samt at de ikke enda vet om de [REDACTED] kunder.
- (957) Basert på uttalelsene foregår ekspansjonen i Norge parallelt med ekspansjon i resten av verden. Det innebærer at kostnadene, og de potensielle gevinstene knyttet til videre vekst i Norge, blant annet ved å inngå lisensavtaler eller ved å øke sitt nærvær i Norge gjennom å ansette flere i Norge, vil måles opp mot kostnader og potensielle gevinster i andre land. Konkurransetilsynet viser i den forbindelse til at Notified tidligere har [REDACTED].
- (958) Notified uttaler at det finnes kundegrupper som [REDACTED].<sup>984</sup> Det er Konkurransetilsynets vurdering at dersom selskapet velger å konsentrere sine vekstplaner rundt disse kundene, og ikke [REDACTED], vil de ikke være en effektiv konkurrent til partene innen markedet for medieovervåkning, der kildetilfang er en viktig konkurranseparameter, jf. avsnitt (363).
- (959) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil Notified ha en konkurranseulempa mot aktører som er vertikalt integrert med egen crawlingteknologi. Som vurdert i kapittel 7.3.2.6.1, kan partene etter foretakssammenslutningen ha muligheter og insentiver til å utestenge aktører som Notified fra Opoint for å beskytte egne markedsandeler, og således gjøre det vanskeligere for Notified å ekspandere til å bli en effektiv konkurrent til partene i Norge.
- (960) Konkurransetilsynet viser til at hva som utgjør en rimelig tidsperiode for tidsnær etablering, må vurderes ut fra egenskapene til markedet, samt den spesifikke kapasiteten til potensielle nykommere. Normalt vurderes etablering som tidsnær om den skjer innen to år. Videre må etableringen være av tilstrekkelig omfang og størrelse for å kunne avbøte konkurransebegrensende virkninger av foretakssammenslutningen.<sup>985</sup> Tilsynet vurderer at en tidsnær ekspansjon fra Notified er mindre sannsynlig fordi selskapet tidligere har prioritert å inngå avtaler i andre land enn Norge [REDACTED]. Videre foreligger det ingen konkrete ekspansjonsplaner utover en uttrykt ambisjon om vekst i Norge. Notified nevnes heller ikke [REDACTED] på spørsmål om de kjenner til potensielle aktører som planlegger ekspansjon eller etablering i markedet for medieovervåkningstjenester. En ekspansjon fra Notified vil etter tilsynets vurdering heller ikke være effektiv så lenge selskapet [REDACTED] og egen crawlingteknologi, som samlet vurderes å være utfordrende, tidkrevende og kostbart å anskaffe, jf. avsnitt (829) og (843). Etter tilsynets vurdering fremstår det heller ikke som om Notified [REDACTED], og heller ikke om [REDACTED]. Samlet taler dette for at det ikke er sannsynlig med en tidsnær og effektiv ekspansjon fra Notified.

#### 7.3.6.6 Konklusjon

- (961) Etableringshindringene i markedet for medieovervåkningstjenester er etter Konkurransetilsynets vurdering høye for nye aktører. For aktører som er aktive i tilgrensede geografiske markeder, samt for ekspansjon fra søkemotorer, KI-aktører og eksisterende aktører i markedet, vil etableringsbarrierene kunne være noe lavere. Det er likevel tilsynets vurdering at slik etablering og ekspansjon ikke vil være sannsynlig, tidsnær og effektiv, og dermed ikke i stand til å utøve et tilstrekkelig konkurransepress på partene etter foretakssammenslutningen.

<sup>983</sup> Referat fra møte med Notified 11. juni 2025.

<sup>984</sup> Referat fra møte med Notified 11. juni 2025.

<sup>985</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 74.

- (962) Konkurransetilsynet legger på bakgrunn av en samlet vurdering til grunn at etablering av nye aktører, etablering fra aktører i tilgrensede markeder, samt ekspansjon fra søkemotorer, KI-aktører og eksisterende aktører, ikke er tilstrekkelig sannsynlig, tidsnær og effektiv.

### 7.3.7 Kjøpermakt

#### 7.3.7.1 Innledning

- (963) Kundenes kjøpermakt kan i noen tilfeller hindre tilbyderne i å utøve markedsrett. Graden av kjøpermakt vil normalt bestemmes av hvor avhengig kunden er av tilbyderen, samt hvor avhengig tilbyderen er av kundene som avsetningskanal.
- (964) En kunde vil kunne være mindre avhengig av en tilbyder dersom kunden har muligheter og insentiver til å bytte tilbyder, foreta en vertikal integrasjon i oppstrømsmarkedet, få nye aktører til å etablere seg i oppstrømsmarkedet, utsette innkjøp eller avstå fra å kjøpe andre produkter som tilbyderen produserer.<sup>986</sup>
- (965) Det at enkelte kunder har en betydelig grad av kjøpermakt er ikke i seg selv tilstrekkelig til å motvirke potensielle konkurransebegrensende virkninger dersom de fusjonerende virksomhetene kan utøve markedsrett overfor andre kunder med mindre kjøpermakt.<sup>987</sup> Videre kan foretakssammenslutningen redusere kjøpermakten til kunder som tidligere har hatt kjøpermakt.<sup>988</sup>

#### 7.3.7.2 Konkurransetilsynets vurdering av kjøpermakt

- (966) Kundene i markedet for medieovervåkingstjenester i Norge består av offentlige selskaper, private selskaper og interesseorganisasjoner, jf. kapittel 5.2.7. Noen kunder etterspør enkelttjenester, mens de fleste etterspør en kombinasjon av flere tjenester, for eksempel både medieovervåking, mediearkiv- og medieanalysetjenester, jf. kapittel 5.2.8. Offentlige selskaper anskaffer normalt tjenestene via offentlige anbudskonkurranser, mens private aktører bruker direkteforespørsler til utvalgte leverandører eller anbudslignende konkurranser i sine anskaffelsesprosesser.
- (967) Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at markedet for medieovervåkingstjenester består av mange små og mellomstore kunder målt i partenes omsetning tilknyttet hver kunde.<sup>989</sup> Det er tilsynets vurdering at dette tilsier at den enkelte leverandør i liten grad vil være avhengig av hver enkelt av disse kundene, som tilsier at de små og mellomstore kundene har lav kjøpermakt.
- (968) Når det gjelder kunders muligheter til å bytte leverandør, er det Konkurransetilsynets vurdering at byttekostnadene er forholdsvis lave mellom tilgjengelige tilbydere. Kundenes muligheter og insentiver til å bytte tilbyder avhenger imidlertid av i hvilken grad kundene har mulighet til å sette alternative leverandører opp mot hverandre.
- (969) NRK skriver at "[s]elv om NRK er Norges største medieselskap, har vi begrenset kjøpermakt ovenfor leverandørene av mediaovervåkingstjenester. Kontraktsverdien med leverandørene er ikke spesielt stor sett opp mot leverandørenes totale omsetning."<sup>990</sup>
- (970) Oslo Kommune viser til at "[i] dette tilfellet vil markedsstrukturen kunne begrense kjøpermakten ved at det kun er to, og etter hvert kanskje kun én, leverandør igjen i det norske markedet."<sup>991</sup>
- (971) Bane NOR skriver at "at det finnes to reelle store medieovervåkningsbyråer, som det har gjort i dag gir oss kjøpermakt." Videre skriver de at "hvis Infomedia og Retriever er ett selskap er det en betydelig begrensning på kjøpermakt".<sup>992</sup>

<sup>986</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 65.

<sup>987</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 67.

<sup>988</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 68.

<sup>989</sup> Brev fra Infomedia Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21, brev fra Retriever Norge AS 18. februar 2025, vedlagt svar på spørsmål 21

<sup>990</sup> Brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 24.

<sup>991</sup> Brev fra Oslo Kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 24.

<sup>992</sup> Brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 23 og 24.

- (972) Equinor viser til at de *"utøver kjøpermakt gjennom måten vi etablerer våre rammeavtaler på, måten vi følger opp leveransen og leverandøren på, og hvordan kontrakten er utformet."* Videre skriver de på spørsmål om det foreligger begrensninger på kjøpermakt at [REDACTED]

[REDACTED]<sup>993</sup>

- (973) På bakgrunn av innhentet informasjon i saken er det etter Konkurransetilsynets vurdering grunnlag for å legge til grunn at kundene har begrenset kjøpermakt, utover en mulighet til å bytte leverandør før foretakssammenslutningen. Det er tilsynets vurdering at partene i dag er de største aktørene og hverandres næreste konkurrenter i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, jf. kapittel 7.3.2. For mange kunder vil partene dermed være de to mest konkurransedyktige tilbyderne. Etter foretakssammenslutningen vil kundene miste en alternativ tilbyder i det berørte markedet. Dette vil etter tilsynets vurdering redusere kundenes muligheter til å sette alternative leverandører av medieovervåkningstjenester opp mot hverandre, og begrense kjøpermakten.

### 7.3.7.3 Egenproduksjon

- (974) Partene argumenterer for at *"bedre søketeknologi gjennom AI [gjør]* [REDACTED]

[REDACTED]<sup>994</sup>

- (975) Partene skriver videre at de forventer at "[REDACTED]

[REDACTED]<sup>995</sup>

- (976) Flere innholdsprodusenter tilbyr bedriftsabonnement.<sup>996</sup> I tillegg finnes det abonnementer som gir tilgang til flere aviser i samme abonnement.<sup>997</sup> Amedia har i tillegg et +Alt abonnement, men dette tilbys primært til privatpersoner.<sup>998</sup>

- (977) På spørsmål om organisasjonen selv har mulighet til å drive medieovervåkning på egenhånd, svarer alle kundene i Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting, som i dag kjøper medieovervåkningstjenester, nei, jf. avsnitt (760). De peker på at det krever spesiell kompetanse, samt egne verktøy og IT-løsninger.<sup>999</sup> Eksempelvis skriver Uno-X at:

*"Det er ikke et alternativ å utføre medieovervåking på egen hånd per i dag. Uno-X Mobility med datterselskaper har ikke IT-løsninger for dette,* [REDACTED]

[REDACTED]<sup>1000</sup>

- (978) Et fåtall av kundene svarer at det er aktuelt å gjøre egen overvåkning, som Astrup Fearnley Museet, som fra februar vil starte med sin egen medieovervåkning.<sup>1001</sup>
- (979) Konkurransetilsynet har også kontaktet en rekke tidligere kunder av Retriever, og spurt hvordan de ivaretar sine medieovervåkningsbehov i dag. Enkelte av disse svarer at de nå gjør

<sup>993</sup> Brev fra Equinor ASA 20. desember 2024, svar på spørsmål 23 og 24.

<sup>994</sup> Meldingen, side 6.

<sup>995</sup> Meldingen, side 6.

<sup>996</sup> Brev fra Dagens Næringsliv AS 29. januar 2025, brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, brev fra Hamar Arbeiderblad AS 14. februar 2025, brev fra Schibsted 14. februar 2025, brev fra Amedia AS 25. februar 2025.

<sup>997</sup> +Alt Lesedato: 25. februar 2025 og Full tilgang Lesedato: 25. februar 2025.

<sup>998</sup> Brev fra Amedia AS 6. februar 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>999</sup> Se eksempelvis brev fra Nordea Bank AB filial Norge 20. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra If Skadeforsikring NUF 19. desember 2024, svar på spørsmål 11, brev fra [REDACTED], brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NBBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra Høgskulen på Vestlandet 27. februar 2025, svar på spørsmål 14, brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 11.

<sup>1000</sup> Brev fra Uno-X Mobility Norge AS 17. desember 2024, svar på spørsmål 11.

<sup>1001</sup> Brev fra Astrup Fearnley Museet AS 20. februar 2025, svar på spørsmål 14.

en form for medieovervåkning selv.<sup>1002</sup> Andre svarer at de ikke har behov for medieovervåkningstjenester.<sup>1003</sup> Disse kundene er adressert nærmere i kapittel 7.3.2.4.

- (980) Konkurransetilsynet bemerker at det heller ikke er gitt at innholdsleverandører vil inngå direkte avtaler med bedriftene. Polaris skriver: *"Det er per i dag ikke aktuelt å inngå direkteavtaler med bedrifter knyttet til medieovervåkning eller tilgang til arkiv."*<sup>1004</sup>
- (981) På bakgrunn av innhentet informasjon vurderer Konkurransetilsynet at det for noen av kundene vil være tilstrekkelig å dekke sine medieovervåkningsbehov selv, eller ved hjelp av nyhetsaggregatortjenester som Google News. Etter tilsynets vurdering er det likevel betydelig forskjell mellom i) produkter der ansatte gir kunder av medieovervåkning støtte og rådgivning til å optimalisere søkestrenger og filtreringsmetoder, og ii) produkter der kunder må gjøre alt selv, jf. kapittel 5.2.5.
- (982) Partene anfører i tilsvaret at Konkurransetilsynet mangler nyanser når tilsynet definerer kunders "egenproduksjon". Dette er ifølge partene kunder som driver medieovervåkning selv, med eller uten hjelp av tredjeparter [REDACTED].<sup>1005</sup> Partene mener at kundene ikke driver med egenproduksjon når de benytter tredjepartsaktører [REDACTED], og at ingen driver med medieovervåkning "selv".
- (983) Konkurransetilsynet vil til dette bemerke at kunder som bruker et lett tilgjengelig verktøy for søk i media, i denne sammenhengen blir betegnet som kunder som driver "egenproduksjon". Dette inkluderer kunder som benytter seg av nyhetsaggregatortjenester som Google News, som tilsynet har definert ut av det relevante markedet i kapittel 5.2.5.
- (984) Basert på det ovennevnte vurderer Konkurransetilsynet at medieovervåkingen kundene selv kan oppnå ved hjelp av nyhetsaggregatortjenester, vil skille seg vesentlig fra det partene leverer.

#### 7.3.7.4 Kundenes mulighet til å bytte leverandør

- (985) Kundenes mulighet og insentiver til å bytte tilbyder avhenger av i hvilken grad kundene har mulighet til å sette alternative leverandører opp mot hverandre. Som beskrevet i kapittel 7.3.2.3 møtes partene jevnlig i anbudskonkurranser. I [REDACTED] konkurranser er Infomedia og Retriever de eneste som har inngitt anbud, og i disse tilfellene vil ikke kjøperne ha andre leverandører å bytte til når partene slås sammen.
- (986) Flere av kundene peker på at det er begrenset konkurranse, og det er få leverandører å velge mellom.<sup>1006</sup> Flere peker på at de bare ser på Retriever og Infomedia som tilbydere som kan levere medieovervåkningstjenester som kan fylle deres behov.<sup>1007</sup>
- (987) På bakgrunn av innhentet informasjon er det Konkurransetilsynets vurdering at selv om noen av de større kundene kan ha noe kjøpermakt for foretakssammenslutningen vil foretakssammenslutningen føre til at kundene mister en alternativ tilbyder i det berørte markedet, i mange tilfeller den eneste alternative tilbyderen. Dette vil etter tilsynets vurdering redusere kundenes muligheter til å sette konkurransedyktige tilbud opp mot hverandre og begrense kjøpermakten.
- (988) Som beskrevet i kapittel 4.5, har partene en supportavdeling som bistår kunder i å sette opp relevante søk. Relevante søk er viktig og noe kundene bruker mye tid på i samarbeid med supportavdelingene til aktørene. Dersom kundene mister søkene sine ved bytte av leverandør og må bruke tid på å bygge opp søkene på nytt vil det redusere viljen til å utføre et bytte.

<sup>1002</sup> Se svar blant annet brev fra Kantega, Avarn Security, Embriq, Tinfos, Norsk Filminstitutt, Friskus, Active Brands og Sustainability 22. og 23. april 2025.

<sup>1003</sup> Svar fra blant annet Finansklagenemnda 23. april 2025 og Havnevik AS 7. april 2025.

<sup>1004</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 13.

<sup>1005</sup> Tilsvaret side 31.

<sup>1006</sup> Se eksempelvis brev [REDACTED] brev fra [REDACTED] og brev fra Rådet for psykisk helse 26. februar 2025, svar på spørsmål 16.

<sup>1007</sup> Se eksempelvis brev fra Oslo kommune 16. desember 2024, svar på spørsmål 15, 23 og 24, og brev fra Bane NOR 16. desember 2024, svar på spørsmål 23 og 24.

- (989) Polaris skriver i sitt svar: [REDACTED]  
[REDACTED]<sup>1008</sup>
- (990) Flere kunder gir uttrykk for at det er viktig å ha tilgang til historiske søk.<sup>1009</sup> Kundene peker på at mediesøk og treff fra tidligere år er viktig, for kontinuitet og å sjekke hvordan tidligere saker og situasjoner har utspilt seg.<sup>1010</sup>
- (991) Retriever nevner også [REDACTED]  
[REDACTED]<sup>1011</sup>
- (992) Basert på dette er det Konkurransetilsynets vurdering at tilgang til historiske søk gir en verdi til kundene som øker byttekostnadene og reduserer viljen til å bytte leverandør.

#### 7.3.7.5 Konklusjon

- (993) På bakgrunn av informasjonen som er hentet inn er det Konkurransetilsynets vurdering at kundene etter foretakssammenslutningen vil miste én av de to mest konkurransedyktige tilbyderne i det berørte markedet. Kundene vil ha reduserte muligheter til å sette alternative leverandører av medieovervåkningstjenester opp mot hverandre, og dermed også redusert kjøpermakten.
- (994) Samlet sett er det Konkurransetilsynets vurdering at kundene ikke kan motvirke at partene øker prisene etter foretakssammenslutningen.

#### 7.3.8 Konklusjon horisontale ikke-koordinerte virkninger i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge

- (995) Partene er de to største aktørene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge. Etter foretakssammenslutningen vil partene få en høy markedsandel. Foretakssammenslutningen vil medføre at antall aktører som konkurrerer om kundene, vil reduseres.
- (996) Konkurransetilsynet vurderer at offentlige kunder utgjør et eget segment i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. avsnitt (393). Etter foretakssammenslutningen vil partene få en høy markedsandel i dette segmentet. I tillegg er endringen i markedsandel stor, noe som indikerer at svekkelsen i konkurransen er betydelig.
- (997) Konkurransetilsynet legger til grunn at partene er hverandres næreste konkurrenter i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge og i segmentet for offentlige kunder. På denne bakgrunn finner tilsynet at partene utøver et konkurransepress på hverandre før foretakssammenslutningen. Etter foretakssammenslutningen vil dette konkurransepresset falle bort og isolert sett føre til at partene vil få insentiver til å øke prisene og/eller redusere kvaliteten i dette markedet.
- (998) Øvrige konkurrenter anses ikke som like nære konkurrenter som partene i Norge i markedet for medieovervåkningstjenester og i segmentet for offentlige kunder. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil disse aktørene også få insentiver til å øke prisene etter foretakssammenslutningen.
- (999) Det er høye etableringshindringer i markedet i forhold til markedets størrelse, og den potensielle konkurransen vil ikke være tilstrekkelig til å disiplinere etablerte aktører. Kjøpermakten vurderes til å ikke være tilstrekkelig til å disiplinere partene.

<sup>1008</sup> Brev fra Polaris Media AS 4. februar 2025, svar på spørsmål 19.

<sup>1009</sup> Se eksempelvis brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NNBL 21. februar 2025 svar på spørsmål 6, brev fra Circle K 24. mars 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Kulturmeglerne AS 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Haver 26. februar 2025 svar på spørsmål 6, brev fra Advokatfirmaet Thommessen 21. mars 2025, svar på spørsmål 6.

<sup>1010</sup> Se eksempelvis brev fra Norske Boligbyggelags Landsforbund NNBL 21. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Haver 26. februar 2025, svar på spørsmål 6, brev fra Circle K AS 24. mars, svar på spørsmål 6 og brev fra NRK Norsk rikskringkasting 20. desember 2024, svar på spørsmål 5.

<sup>1011</sup> Brev fra Retriever Norge AS 12. februar 2025, vedlegg 4.1.5, side 14.

- (1000) På bakgrunn av ovenstående har Konkurransetilsynet kommet til at foretakssammenslutningen vil medføre ikke-koordinerte virkninger som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i markedet for medieovervåkningstjenester.
- (1001) Videre har Konkurransetilsynet kommet til at foretakssammenslutningen vil medføre ikke-koordinerte virkninger som i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i segmentet for offentlige kunder.

#### **7.4 Om foretakssammenslutningen også vil skape eller styrke en dominerende stilling**

- (1002) Konkurransetilsynet vil i det følgende vurdere om foretakssammenslutningen også vil skape eller styrke en dominerende stilling i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, jf. avsnitt (401).
- (1003) Konkurransetilsynet viser til at foretakssammenslutningen vil føre til at partene samlet vil få høye markedsandeler innen medieovervåkningstjenester, målt etter omsetning, jf. kapittel 7.3.1. Markedsandelene beregnet ved omsetningstall for medieovervåkningstjenester i 2024 er før foretakssammenslutningen henholdsvis ■■■prosent for Retriever, ■■■prosent for Infomedia, og ■■■prosent for partene samlet, jf. Tabell 2. Partene får også høye markedsandeler på til sammen ■■■prosent i et segment for offentlige kunder, jf. Tabell 3.
- (1004) Den høye samlede markedsandelen til partene på ■■■prosent innen medieovervåkningstjenester indikerer at partene vil kunne utøve betydelig markedspekt etter foretakssammenslutningen. I henhold til praksis fra EU-domstolen vil et foretaks markedsandel normalt være den viktigste indikatoren på om et foretak innehar en dominerende stilling, jf. avsnitt (359). Det er Konkurransetilsynets vurdering at partenes høye samlede markedsandeler i denne saken tilsier at foretakssammenslutningen vil skape eller styrke en dominerende stilling for partene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.
- (1005) Konkurransetilsynet viser videre til at det også er andre faktorer som tilsier at foretakssammenslutningen vil skape eller styrke en dominerende stilling.
- (1006) Foretakssammenslutningen fjerner en viktig konkurrent i et allerede konsentrert marked, jf. kapittel 7.3.1 og 7.3.2. Konkurransetilsynet har funnet at partene er hverandres næreste konkurrenter i Norge, og at partene utøver et betydelig konkurransepress overfor hverandre før foretakssammenslutningen. Begge partene er leverandører av medieinnhold fra ulike kilder og mediekanaler, og tilbyr mediearkivtjenester av høy kvalitet. Partene overvåker videre et bredere kildegrunnlag enn konkurrentene, med tilgang både foran og bak betalingsmur, og viser fulltekst fra innholdsprodusenter som tillater dette. Flertallet av kundene i markedet har benyttet én eller begge partene, og vurderer begge partene som aktuelle leverandører. I segmentet for offentlige kunder har partene en samlet markedsandel på ■■■prosent. I anbudskonkurransene har partene høy betinget deltakelsesrate, og i de aller fleste anbudene er det bare partene som har inngitt tilbud. Foretakssammenslutningen vil føre til at konkurransepresset mellom partene faller bort.
- (1007) Øvrige konkurrenter har lave markedsandeler i markedet på til sammen ■■■prosent i 2024, jf. Tabell 2. I segmentet for offentlige kunder er konkurrentenes samlede markedsandel på ■■■prosent, jf. Tabell 3. Konkurransetilsynet har vurdert at disse aktørene ikke er like nære konkurrenter som partene, jf. kapittel 7.3.3. Selv om Meltwater og Mynewsdesk delvis tilbyr samme tjenester som partene, er det tilsynets vurdering at disse overvåker et mer begrenset kildetilfang, og har et smalere produkttilbud enn partene. Etter tilsynets vurdering medfører dette at disse aktørene har en konkurranseulempe sammenlignet med partene. I segmentet for offentlige kunder, der det ofte etterspørres overvåkning av et bredere kildegrunnlag og et samlet tjenestetilbud, er det tilsynets vurdering at Meltwater og Mynewsdesk ikke er nære konkurrenter av partene, og dermed heller ikke utøver et effektivt konkurransepress overfor partene. Det er derfor tilsynets vurdering at konkurrentene ikke vil disiplinere partene i tilstrekkelig grad etter foretakssammenslutningen.
- (1008) Etableringshindringene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge er etter Konkurransetilsynets vurdering høye for nye aktører. For aktører som er aktive i tilgrensede markeder vil etableringshindringene kunne være noe lavere, men tilsynet har vurdert at både nyetablering og etablering av aktører i tilgrensede markeder ikke vil være sannsynlig, tidsnær

og effektivt nok for å begrense de fusjonerende virksomhetenes insentiver og muligheter til å utøve markedsrett. Foretakssammenslutningen vil også gi partene kontroll over crawling-teknologien i Opoint. Crawling-teknologi er en viktig innsatsfaktor i markedet for medieovervåkingstjenester, og Opoint vurderes til å ha en sterk stilling på dette området. Det finnes få eller ingen alternativer for aktører som trenger tilgang til slik teknologi for medieovervåking på det norske markedet. Opoints sterke stilling og den høye markedsandelen partene får i markedet for medieovervåkingstjenester etter foretakssammenslutningen, vil etter tilsynets vurdering gi partene insentiver og muligheter til å forsterke etableringshindringene ved å helt eller delvis stenge ute aktører fra bruk av Opoints teknologi, og dermed ha mulighet til å forsterke sin allerede dominerende posisjon i det relevante markedet.

- (1009) Konkurransetilsynet har videre funnet at kjøpermakten etter foretakssammenslutningen vil bli begrenset, og at den ikke vil være tilstrekkelig til å disiplinere partene, jf. kapittel 7.3.7. Tilsynet har begrunnet dette med at kundene i mindre grad vil ha mulighet til å sette alternative leverandører opp mot hverandre etter foretakssammenslutningen, og at det er lite sannsynlig at kunder vil etablere seg eller sponse nyetableringer i markedet for medieovervåkingstjenester.
- (1010) På denne bakgrunn legger Konkurransetilsynet til grunn at foretakssammenslutningen vil skape eller styrke en dominerende stilling for partene i markedet for medieovervåkingstjenester i Norge. Partene vil således kunne utøve betydelig markedsrett etter foretakssammenslutningen.
- (1011) Med mindre det foreligger effektivitetsgevinster som er tilstrekkelige til å motvirke konkurransebegrensningen, vil foretakssammenslutningen i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i markedet for medieovervåkingstjenester i Norge.

## 7.5 Effektivitetsgevinster

### 7.5.1 Innledning

- (1012) Konkurransetilsynet skal forby en foretakssammenslutning dersom tilsynet finner at den i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.
- (1013) En foretakssammenslutning kan ikke forbys dersom den medfører effektivitetsgevinster som kommer kundene til gode, og disse gevinstene oppveier tapet kundene vil kunne bli påført ved redusert konkurranse som følge av foretakssammenslutningen. Foretakssammenslutningen vil da ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse.<sup>1012</sup>
- (1014) Dersom effektivitetsgevinster skal kunne vektlegges må de komme kundene til gode, være ervervsspesifikke og dokumenterte. Disse tre vilkårene er kumulative.<sup>1013</sup>
- (1015) Ved vurderingen av om effektivitetsgevinstene kommer kundene til gode er vurderingstemaet hvorvidt kundene kommer dårligere ut med foretakssammenslutningen enn om den ikke hadde funnet sted. Dette innebærer at gevinstene må være relevante og tilstrekkelige, realisert innen rimelig tid, og at de må komme kundene til gode i de relevante markeder hvor de potensielle skadevirkningene oppstår.<sup>1014</sup>
- (1016) Effektivitetsgevinstene må videreføres til kundene.<sup>1015</sup> Besparelser som fører til lavere variable eller marginale kostnader vil derfor normalt være mer relevant ved vurderingen av

<sup>1012</sup> Sak M.7630 *FedEx/TNT*, avsnitt 498 og 499 og sak T-175/12 *Deutsche Börse mot Kommisjonen*, avsnitt 236–238 jf. sak M.6166 *Deutsche Börse/NYSE*, avsnitt 1134 og 1135. Se også Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 76 ff, jf. avsnitt 29 i fortalen i fusjonsforordningen.

<sup>1013</sup> Sak M.7630 *FedEx/TNT*, avsnitt 501 og sak T-175/12 *Deutsche Börse mot Kommisjonen*, avsnitt 238, jf. sak M.6166 *Deutsche Börse/NYSE* avsnitt 1134 og 1135. Se også Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03 kapittel VII, avsnitt 79.

<sup>1014</sup> Sak M.7630 *FedEx/TNT*, avsnitt 502 og sak M.6166 *Deutsche Börse/NYSE*, avsnitt 1137, jf. Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 79.

<sup>1015</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 84.

effektivitetsgevinstene enn besparelser i faste kostnader.<sup>1016</sup> Årsaken er at de førstnevnte besparelsene i større grad vil påvirke tilbyderens prissetting og således komme kundene til gode.<sup>1017</sup>

- (1017) Det er videre et krav om at effektivitetsgevinstene er spesifikt knyttet til den aktuelle foretakssammenslutningen. Dette er formulert som et vilkår om at kostnadsbesparelsen må være ervervsspesifikk. Det må følgelig vurderes i hvilken grad de anførte kostnadsbesparelsene vil kunne realiseres uavhengig av foretakssammenslutningen. Dersom det er sannsynlig at gevinstene kan bli realisert uavhengig av denne og på en mindre konkurransebegrensende måte, vil de ikke bli hensyntatt.<sup>1018</sup>
- (1018) Effektivitetsgevinstene må også kunne dokumenteres og etterprøves på en slik måte at Konkurransetilsynet vurderer det som sannsynlig at disse vil materialisere seg og være tilstrekkelige til å oppveie potensielle skadevirkninger for kundene som følge av transaksjonen.<sup>1019</sup> Det er således kun kostnadsbesparelser som er tilstrekkelig godt dokumentert og konkretisert som vil bli vurdert.<sup>1020</sup>
- (1019) De anførte effektivitetsgevinstene vil bli gjennomgått og vurdert nedenfor.

### 7.5.2 Konkurransetilsynets vurdering av effektivitetsgevinster

- (1020) Partene anfører at transaksjonen vil gi effektivitetsgevinster gjennom reduserte kostnader for blant annet ansatte, ledelse, administrasjon, IT og produksjon.<sup>1021</sup> Partene viser til at beregninger for foretakssammenslutningen identifiserte kostnadssynergier på mellom [REDACTED] svenske kroner.<sup>1022</sup> Videre peker de på gevinster knyttet til økt økonomisk robusthet for foretakene.<sup>1023</sup>
- (1021) Det fremgår også av interne dokumenter hos Retriever [REDACTED] [REDACTED].<sup>1024</sup> [REDACTED].<sup>1025</sup>
- (1022) Når det gjelder anførte kostnadsbesparelser, har Konkurransetilsynet ikke mottatt dokumentasjon fra partene som viser hvilke kostnader som blir redusert, størrelsen på disse og hvorvidt det er snakk om faste eller variable kostnader.
- (1023) Det er etter Konkurransetilsynets vurdering sannsynlig at partene vil kunne oppnå kostnadsbesparelser som følge av blant annet felles administrasjon. Partene har imidlertid ikke tilstrekkelig dokumentert de anførte kostnadsbesparelsene eller andre anførte effektivitetsgevinster til at tilsynet kan vurdere dem, og heller ikke godtgjort at disse besparelsene vil komme kundene til gode.
- (1024) Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at partene ikke har dokumentert og sannsynliggjort effektivitetsgevinster som oppveier foretakssammenslutningens konkurransebegrensende virkninger.
- (1025) Som det fremgår av kapittel 7.3, har Konkurransetilsynet basert på en samlet bevisvurdering funnet at foretakssammenslutningen med tilstrekkelig grad av sannsynlighet vil medføre ikke-

<sup>1016</sup> Med variable kostnader menes kostnader som varierer med produksjons- eller salgsnivået i den relevante periode. Marginalkostnadene er de kostnadene som er forbundet med økning av produksjon eller salg på marginen.

<sup>1017</sup> Sak M.7630 *FedEx/TNT*, avsnitt 504, jf. Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 80.

<sup>1018</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 85.

<sup>1019</sup> Kommisjonens retningslinjer for horisontale foretakssammenslutninger, 2004/C 31/03, avsnitt 86.

<sup>1020</sup> Sak T-175/12 *Deutsche Börse mot Kommisjonen*, avsnitt 275.

<sup>1021</sup> Meldingen, side 41 og 42, samt meldingens vedlegg A.

<sup>1022</sup> Meldingen, side 41.

<sup>1023</sup> Meldingen, side 42.

<sup>1024</sup> Brev fra Retriever Norge AS 10. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 4.

<sup>1025</sup> Brev fra Retriever Norge AS 10. februar 2025, vedlagt dokument "[REDACTED]", side 9.

koordinerte konkurransebegrensende virkninger i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge som følge av at konkurransepresset mellom partene faller bort.

- (1026) Partene har ikke i tilstrekkelig grad dokumentert ervervsspesifikke effektivitetsgevinster som vil kunne oppveie de potensielle negative skadevirkningene for kundene som følge av redusert konkurranse, jf. kapittel 7.5.
- (1027) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil foretakssammenslutningen derfor i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.

## **7.6 Konklusjon**

- (1028) Som det fremgår av kapittel 7.3.8, har Konkurransetilsynet basert på en samlet bevisvurdering funnet at foretakssammenslutningen med tilstrekkelig grad av sannsynlighet vil medføre ikke-koordinerte konkurransebegrensende virkninger i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge som følge av at konkurransepresset mellom partene faller bort.
- (1029) Videre har tilsynet funnet at foretakssammenslutningen vil skape eller styrke en dominerende stilling i markedet for medieovervåkningstjenester, jf. kapittel 7.4.
- (1030) Partene har ikke i tilstrekkelig grad dokumentert ervervsspesifikke effektivitetsgevinster som vil kunne oppveie de potensielle negative skadevirkningene for kundene som følge av redusert konkurranse, jf. kapittel 7.5.
- (1031) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil foretakssammenslutningen derfor i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.
- (1032) Partene har fremsatt tilbud om avhjelpende tiltak.

## **8 Avhjelpende tiltak og forholdsmessighet**

### **8.1 Innledning**

- (1033) Konkurransetilsynet har kommet til at foretakssammenslutningen i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse. Etter konkurranseloven § 16 skal tilsynet da gripe inn mot foretakssammenslutningen.
- (1034) Dersom Konkurransetilsynet finner at avhjelpende tiltak foreslått av melderne vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, skal tilsynet fatte vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkår, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd.
- (1035) I vurderingen av hvorvidt de foreslåtte tiltak vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene, skal Konkurransetilsynet vurdere alle relevante faktorer, blant annet arten, omfanget og rekkevidden av tiltakene. Disse faktorene må vurderes konkret opp mot de særskilte markeds karakteristika i de markeder det er identifisert konkurransebegrensende virkninger, herunder også en vurdering av partenes og andre aktørers posisjon i markedet.<sup>1026</sup>
- (1036) De avhjelpende tiltak må videre være egnet til å kunne implementeres effektivt innenfor en relativt kort tidsperiode. Er det ikke mulig for Konkurransetilsynet å vurdere egnetheten av tiltak med tilstrekkelig grad av sikkerhet på tidspunktet for vedtaket, for eksempel fordi partene har foreslått tiltak som er for omfattende og komplekse, vil ikke foretakssammenslutningen tillates.<sup>1027</sup>
- (1037) Strukturelle tiltak, som salg av hele eller deler av en virksomhet, er normalt best egnet til å avbøte de konkurransebegrensende virkningene ved horisontale foretakssammenslutninger. Andre former for tiltak vil imidlertid også kunne godtas i særlige tilfeller. Det sentrale vurderingstemaet er uansett hvorvidt de foreslåtte tiltak er egnet til å forhindre at foretakssammenslutningen i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse.<sup>1028</sup>

<sup>1026</sup> Kommisjonens retningslinjer om avhjelpende tiltak (2008/C 267/01), avsnitt 12.

<sup>1027</sup> Kommisjonens retningslinjer om avhjelpende tiltak (2008/C 267/01), avsnitt 9 og 14.

<sup>1028</sup> Kommisjonens retningslinjer om avhjelpende tiltak (2008/C 267/01), avsnitt 15f.

- (1038) Det følger videre av det alminnelige kravet til forholdsmessighet i norsk rett at Konkurransetilsynets vedtak ikke må gå lenger enn det som er nødvendig for å avbøte de konkurransebegrensende virkningene tilsynet har identifisert ved foretakssammenslutningen.
- (1039) Melders fremsatte forslag til avhjelpende tiltak og hvorvidt disse er egnet til å avbøte de konkurransebegrensende virkningene på en effektiv måte, samt forholdsmessigheten av et eventuelt inngrep, vurderes nedenfor.

## 8.2 Beskrivelse og vurdering forslag til avhjelpende tiltak

- (1040) Infomedia Retriever Holding har fremsatt forslag til avhjelpende tiltak 16. juni 2025,<sup>1029</sup> og reviderte forslag 25. juni 2025<sup>1030</sup> og 29. juni 2025.<sup>1031</sup> Endelig forslag til avhjelpende tiltak ble fremsatt 1. juli 2025 ("forslaget til avhjelpende tiltak").<sup>1032</sup>
- (1041) Konkurransetilsynet har som ledd i saksbehandlingen sendt forslaget til avhjelpende tiltak av 1. juli 2025 på høring til Meltwater, Mynewsdesk, Notified og Cision, jf. avsnitt (11). Markedsaktørene ble bedt om å vurdere om de foreslåtte tiltakene kan avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge.
- (1042) Cision har valgt å ikke inngi et svar, med begrunnelse i at de [REDACTED]  
[REDACTED].<sup>1033</sup> Høringssvar fra Meltwater, Mynewsdesk og Notified gjennomgås nedenfor.
- (1043) Som det fremgår av kapittel (349), finner Konkurransetilsynet at foretakssammenslutningen i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse. Tilsynet finner at foretakssammenslutningen vil føre til ikke-koordinerte konkurransebegrensende virkninger i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge, som følge av at konkurransepresset mellom partene faller bort.
- (1044) Infomedia Retriever Holding har fremsatt forslag til avhjelpende tiltak som etter deres oppfatning avbøter de konkurransebegrensende virkningene foretakssammenslutningen vil føre til i markedet for medieovervåkingstjenester i Norge.<sup>1034</sup> Formålet med tiltakene er at *"Infomedia Norge AS skal kunne drive virksomheten videre på samme måte som før foretakssammenslutningen."*<sup>1035</sup>
- (1045) I forslaget til avhjelpende tiltak underkapittel I forplikter Infomedia Retriever Holding seg til å selge Infomedia, enten som avhendelse av aksjer eller som innmatssalg, til én eller flere uavhengige og egnede kjøpere, godkjent av Konkurransetilsynet. Salget skal gjennomføres innen [REDACTED] måneder fra 15. august 2025. Dersom salget ikke er gjennomført innen fristen, kan det oppnevnes en forvalter til å forestå salget, jf. forslaget til avhjelpende tiltak punk 2.
- (1046) Det er Konkurransetilsynet vurdering at salg av Infomedia som en fullt operativ enhet til en uavhengig kjøper legger til rette for at en tilstrekkelig del av konkurransepresset som eksisterer mellom partene i markedet for medieovervåkningstjenester før foretakssammenslutningen, opprettholdes. Denne effekten vil videre være tilstrekkelig varig, gjennom at kjøper sikres tilgang til alle avtaler og rettigheter som er nødvendig for å drive Infomedia videre som en effektiv konkurrent i fem år. På denne bakgrunn er det Konkurransetilsynets vurdering at avhendelse av Infomedia isolert sett vil være egnet til å avbøte de konkurransebegrensende virkningene av foretakssammenslutningen.
- (1047) Tiltakenes egnethet avhenger av at selskapet som avhendes kan fungere som en fullt operativ enhet og på denne måten være en effektiv konkurrent til Infomedia Retriever Holding AB og andre aktører i markedet.

<sup>1029</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 16. juni 2025.

<sup>1030</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 25. juni 2025.

<sup>1031</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 29. juni 2025.

<sup>1032</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 1. juli 2025.

<sup>1033</sup> Brev fra Cision 2. juli 2025.

<sup>1034</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 25. juni 2025, side 2.

<sup>1035</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 25. juni 2025, svar på spørsmål 2.

- (1048) Forslaget til avhjelpende tiltak underkapittel II regulerer kjøpers tilgang til avtaler og rettigheter som skal sikre at Infomedia kan driftes videre som en effektiv konkurrent i markedet. Kjøper skal, på markedsmessige vilkår, få tilgang til eksisterende kontrakter, produkter og immaterielle rettigheter som er nødvendige for å drive virksomheten videre som en fullt operativ enhet, jf. forslaget til avhjelpende tiltak punkt 3. Dette innebærer blant annet at kjøper skal tilbys en ikke eksklusiv bruksrett til Opoint sin tekniske plattform, lisens for bruk av varemerket "Infomedia", støttetjenestene Infomedia mottar fra [REDACTED], rett til å forlenge den eksisterende avtalen med Opoint om levering av nyhetsstrømmer, og å forlenge den eksisterende avtalen om distribusjon av Hegnar Medias digitale redaksjonelle materiale.<sup>1036</sup>
- (1049) Mynewsdesk og Meltwater har gitt uttrykk for at de mener avtalene i forslaget til avhjelpende tiltak punkt 3 ikke er egnede og tilstrekkelig for å drive Infomedia videre på en slik måte at konkurransesituasjonen i markedet blir videreført.<sup>1037</sup>
- (1050) Meltwater viser til at det ikke er presisert om kundekontrakter og ansatte følger med i salget, og [REDACTED]. Meltwater [REDACTED].<sup>1038</sup>
- (1051) Konkurransetilsynet viser til at forslaget til avhjelpende tiltak innebærer at virksomheten som overdras skal være en fullt operativ enhet, jf. forslagens punkt 1 og 3. Kjøper skal, i tråd med forslagens punkt 1 bokstav b, få tilgang til Infomedia sin virksomhet innen medieovervåkning, medianalyse, mediearkiv, kommunikasjonsinnsikt og håndtering av sosiale medier. Virksomheten som overdras omfatter dermed alle deler av Infomedia sin virksomhet innen medieovervåkningstjenester slik den eksisterte før foretakssammenslutningen.<sup>1039</sup> Dette innebærer at både kundekontrakter og ansatte er omfattet av overdragelsen, med unntak av ansatte som formelt er ansatt i Infomedia, men utfører arbeid for konsernets virksomhet utenfor medieovervåkningstjenester.<sup>1040</sup>
- (1052) Videre forplikter Infomedia Retriever Holding seg i perioden frem til salget er gjennomført til å treffe ethvert rimelig tiltak for å sikre at verdien av Infomedia ikke forringes. Dette omfatter tiltak for å sikre at Infomedia bevarer sine kunderelasjoner og ansatte. Tilsvarende skal selskapet avstå fra å avslutte kundekontrakter eller foreta andre handlinger som svekker konkurransekraften til Infomedia, jf. forslag til avhjelpende tiltak punkt 6.
- (1053) Mynewsdesk oppgir i høringssvaret at et salg av Infomedia uten tilgang til teknologi, immaterielle rettigheter og mediearkiv ikke vil være tilstrekkelig til å avbøte de konkurransebegrensende virkningene. Mynewsdesk anfører at det er en risiko for at Infomedia ikke vil være tilstrekkelig operativt med kommersiell styrke for å konkurrere effektivt i markedet.<sup>1041</sup>
- (1054) Konkurransetilsynet viser til at kjøper skal tilbys tilgang til alle eksisterende kontrakter, produkter og immaterielle rettigheter som er nødvendig for å drive virksomheten videre som en fullt operativ enhet, jf. forslaget til avhjelpende tiltak punkt 3. Der det ikke finnes eksisterende kontrakter, skal kjøper tilbys slike til markedsmessige vilkår. Tilgang til nødvendig teknologi, immaterielle rettigheter og mediearkiv vil dermed inngå i salget, enten gjennom at eksisterende avtaler forlenges, eller gjennom etablering av nye avtaler på markedsmessige vilkår.
- (1055) Videre anfører Mynewsdesk at en bruksrett til plattformen fra Opoint slik den er i dag, uten rett til teknologisk utvikling, innebærer at Infomedia ikke kan konkurrere på likeverdig

<sup>1036</sup> Forslaget til avhjelpende tiltak, punkt 3 bokstav a-e.

<sup>1037</sup> Brev fra Mynewsdesk 4. juli 2025, og brev fra Meltwater 7. juli 2025, begge svar på spørsmål 2.

<sup>1038</sup> Brev fra Meltwater 7. juli 2025, svar på spørsmål 1, spørsmål 2 og spørsmål 6.

<sup>1039</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 29. juni 2025, svar på spørsmål 2 og spørsmål 4.

<sup>1040</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 29. juni 2025, svar på spørsmål 2 og spørsmål 4, og brev fra Infomedia Retriever Holding 9. juli 2025.

<sup>1041</sup> Brev fra Mynewsdesk 4. juli 2025, svar på spørsmål 1.

vilkår.<sup>1042</sup> Meltwater viser også til en utfordring ved at Infomedia er avhengig av Opoint sin plattform, [REDACTED]

[REDACTED]. Meltwater uttrykker

[REDACTED].<sup>1043</sup>

- (1056) Konkurransetilsynet viser til at de avhjelpende tiltakene samlet sett må være egnet til å avbøte de konkurransebegrensende virkningene foretakssammenslutningen fører til, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd. Tilsynet viser til at forslaget til avhjelpende tiltak punkt 3 sikrer kjøper tilgang til eksisterende produkter som er nødvendig for å drive virksomheten videre som en fullt operativ enhet. Infomedia Retriever Holding forplikter seg til å utføre teknisk vedlikehold av plattformen, slik at Infomedia skal kunne utføre sentrale funksjoner i plattformen på samme måte som før foretakssammenslutningen.<sup>1044</sup> Dette innebærer blant annet at Infomedia Retriever Holding forplikter seg til å tilby en plattformtjeneste til Infomedia som sikrer at Infomedia kan konkurrere effektivt i markedet.
- (1057) Etter Konkurransetilsynets vurdering innebærer dette at tiltakene sikrer at plattformen opprettholdes og vedlikeholdes i avtalens levetid for å legge til rette for at Infomedia kan drives videre som en fullt operativ enhet. Videre kan det oppnevnes en forvalter som påser at denne, og øvrige, forpliktelser overholdes, jf. forslaget til avhjelpende tiltak punkt 12. Tilsynet kan gjennom forvalter sikre effektiv kontroll med vilkårene som stilles i vedtaket.
- (1058) Forslaget til avhjelpende tiltak punkt 3 har en varighet på fem år. Infomedia Retriever Holding med datterselskaper kan ikke ensidig si opp avtalene innenfor det angitte tidsrommet. Vedtaket er likevel ikke til hinder for at partene kan reforhandle hele eller deler av eksisterende eller forlengede avtaler på kommersielt grunnlag, dersom det i avtaleperioden oppstår endringer i forutsetningene som kan tilsi reforhandling.<sup>1045</sup> Det følger videre av forslaget til avhjelpende tiltak punkt 5 at slike endringer må godkjennes av Konkurransetilsynet eller forvalter før de kan iverksettes.
- (1059) I markedstesting av forslaget til avhjelpende tiltakene har markedsaktørene gitt uttrykk for nødvendigheten av langsiktig varighet for avtalene i forslagets punkt 3. Mynewsdesk og Meltwater opplyser at avtalene må ha en varighet på [REDACTED].<sup>1046</sup> Notified påpeker viktigheten av en varig og ikke-diskriminerende tilgang til Opoint.<sup>1047</sup> Det er Konkurransetilsynets vurdering at en varighetsperiode på fem år vil kunne være tilstrekkelig for å sikre at Infomedia kan drives videre som en fullt operativ enhet. Det vises også til at tilsynet har mulighet til å forlenge varigheten av vedtaket dersom dette anses nødvendig ved vedtaksperiodens utløp, jf. konkurranseloven § 6 annet ledd, jf. konkurranseloven § 16.
- (1060) Forslagets underkapittel III regulerer perioden fram til salget av Infomedia er gjennomført. I perioden er Infomedia Retriever Holding forpliktet til å treffe ethvert rimelig tiltak for å sikre at verdien av Infomedia ikke forringes før salget er gjennomført, samt ikke avslutte kontrakter eller foreta handlinger som svekker konkurransekraften til Infomedia.<sup>1048</sup> Infomedia Retriever Holding skal videreføre gjeldende avtaler og praksis Infomedia har med Retriever Aktiebolag og Opoint for levering av nyhetsdata til salget er gjennomført.<sup>1049</sup> I den grad kjøper har behov for konserninterne tjenester Infomedia mottar fra andre deler av konsernet, skal dette tilbys kjøper for en overgangsperiode.<sup>1050</sup>
- (1061) Infomedia Retriever Holding forplikter seg videre til å holde Infomedia adskilt fra sin øvrige virksomhet. Det skal sikres at konkurranse sensitiv informasjon holdes adskilt, og at

<sup>1042</sup> Brev fra Mynewsdesk 4. juli 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>1043</sup> Brev fra Meltwater 7. juli 2025, svar på spørsmål 2.

<sup>1044</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 29. juni 2025, svar på spørsmål 6.

<sup>1045</sup> Forslaget til avhjelpende tiltak, punkt 4 og punkt 5.

<sup>1046</sup> Brev fra Mynewsdesk 4. juli 2025 og brev fra Meltwater 7. juli 2025, begge svar på spørsmål 3.

<sup>1047</sup> Brev fra Notified 4. juli 2025, svar på spørsmål 1 og 3.

<sup>1048</sup> Forslaget til avhjelpende tiltak, punkt 6.

<sup>1049</sup> Forslaget til avhjelpende tiltak, punkt 7.

<sup>1050</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 25. juni 2025, svar på spørsmål 2.

konkurransesensitiv informasjon ervervet før vedtaket blir eliminert og ikke benyttet at Retriever Aktiebolag med datterselskaper.<sup>1051</sup>

- (1062) Forpliktelsene til å holde Infomedia adskilt fra øvrig virksomhet bidrar etter Konkurransetilsynets vurdering til å sikre at Infomedia fortsetter sin aktivitet i markedet, også i påvente av et salg. Videre vil forpliktelsene til å sikre at verdien av Infomedia ikke forringes, jf. forslaget til avhjelpende tiltak punkt 6, bidra til å øke attraktiviteten av salgsobjektet, og mulighetene for at selskapet kan fortsette som en effektiv konkurrent etter salget. Dette legger etter tilsynets vurdering til rette for at Infomedia vil ha muligheter og insentiver til å konkurrere i markedet frem til salget, og dermed utøve et konkurransepress på de andre aktørene i markedet.
- (1063) Forslaget til avhjelpende tiltak punkt 10 gir Infomedia Retriever Holding adgang til å foreta organisatoriske endringer i Infomedia Norge etter ikrafttredelse av vedtaket. Infomedia Retriever Holding presiserer at Infomedia sin virksomhet innen medieovervåkning, som definert i forslagens punkt 1 bokstav b, overføres ved salg. Det er således ansatte som formelt er ansatt i Infomedia Norge AS, men reelt arbeider for andre konsernselskaper og andre tjenestetyper, som omfattes av tiltakets punkt 10.<sup>1052</sup>
- (1064) Som det fremgår av avsnitt (1050), har Meltwater fremhevet betydningen av at Infomedia beholder nøkkelpersonell, og uttrykt bekymring for at sentrale ansatte ikke følger med salget. Konkurransetilsynet viser til at utover ansatte som er omfattet av forslaget til avhjelpende tiltak punkt 10, og som reelt sett ikke jobber for Infomedia sin virksomhet innen medieovervåkningstjenester, er Infomedia Retriever Holding forpliktet til ikke å avslutte kontrakter, og for øvrig treffe ethvert rimelig tiltak som sikrer at nøkkelpersonell i Infomedia blir værende i selskapet. Videre kan forvalter oppnevnes for å påse at disse og øvrige forpliktelser overholdes, jf. avsnitt (1056).
- (1065) Samlet sett finner Konkurransetilsynet at et salg av Infomedia som en fullt operativ enhet til en egnet og uavhengig kjøper vil fjerne overlappet mellom partene i markedet for medieovervåkningstjenester i Norge. De forpliktelsene som er foreslått, og som innebærer en videreføring av alle eksisterende avtaler som er nødvendig for å drive Infomedia videre som en effektiv konkurrent, medfører etter tilsynets vurdering at forslaget til avhjelpende tiltak i utgangspunktet vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene av foretakssammenslutningen.
- (1066) Forslaget til avhjelpende tiltak underkapittel IV gir også Konkurransetilsynet mulighet til å oppnevne en forvalter for å sikre at Infomedia Retriever Holding oppfyller forpliktelsene i vedtaket.<sup>1053</sup> Mulighetene for å benytte forvalter, samt rapporteringsplikt til Konkurransetilsynet og/eller forvalter, gjør etter tilsynets vurdering at det kan føres effektiv kontroll med at partene overholder de vilkår som stilles i vedtaket.
- (1067) Konkurransetilsynet har etter dette kommet til at forslaget til avhjelpende tiltak samlet sett vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd.
- (1068) Konkurransetilsynet har også funnet at vedtaket ikke går lenger enn det som må anses som nødvendig for å avbøte de konkurransebegrensende virkningene av foretakssammenslutningen. Vedtaket om å tillate foretakssammenslutningen på vilkår oppfyller således kravet til forholdsmessighet.

## 9 Vedtak

- (1069) På denne bakgrunn og med hjemmel i konkurranseloven § 16 jf. §20 fjerde ledd fatter Konkurransetilsynet følgende vedtak:

<sup>1051</sup> Forslaget til avhjelpende tiltak, punkt 8 og punkt 9.

<sup>1052</sup> Brev fra Infomedia Retriever Holding 29. juni 2025, svar på spørsmål 4.

<sup>1053</sup> Forslaget til avhjelpende tiltak, punkt 12.

Foretakssammenslutningen der Infomedia Retriever Holding AB erverver 100 prosent av aksjene i Retriever Aktiebolag og Infomedia A/S tillates på følgende vilkår:

## I.

### Utsalg av Infomedia Norge AS (aksjer eller innmat)

1. Infomedia Retriever Holding AB påtar seg å selge Infomedia Norge AS (Org.nr 977 349 850), enten i form av avhendelse av aksjer i selskapet eller i form av et innmatssalg til én eller flere uavhengige og egnede kjøpere, godkjent av Konkurransetilsynet (heretter "Oppdraget").
  - a. Med "innmatssalg" menes at kjøper overtar virksomheten til Infomedia Norge AS, uten å kjøpe aksjene i selskapet.
  - b. Med "virksomheten" menes Infomedia Norge AS sin virksomhet innen medieovervåkning, medieanalyse, mediearkiv, kommunikasjonsinnsikt og håndtering av sosiale medier (heretter "virksomheten").
  - c. Med "egnet kjøper" menes blant annet kjøper som på kjøpstidspunktet har tilstrekkelig med ressurser, den relevante ekspertisen, offentlige godkjenninger, og registreringer som er nødvendig for å drive eller eie virksomheten, samt mulighet og insentiv til å opprettholde og videreutvikle virksomheten som en effektiv konkurrent til Retriever Norge AS og andre konkurrenter i markedet.
  - d. Med "uavhengig kjøper" menes blant annet kjøper som på tidspunktet for Konkurransetilsynets vurdering i henhold til punkt 1, er tilstrekkelig uavhengig av Infomedia Retriever Holding AB. Kjøper kan ikke være noen som står Infomedia Retriever Holding AB eller sentrale personer i samme konsern nær.
2. Oppdraget skal gjennomføres innen [REDACTED] måneder fra 15. august 2025.  
Dersom Oppdraget ikke er gjennomført innen fristen kan det oppnevnes en forvalter til å forestå Oppdraget på de vilkår som fremgår her.

## II.

### Avtaler og rettigheter som skal tilbys kjøper

3. Kjøper skal på markedsmessige vilkår tilbys tilgang til eksisterende kontrakter, produkter og immaterielle rettigheter som er nødvendig for å drive virksomheten videre som en fullt operativ enhet, jf. bokstav a-e under, forutsatt at avtalene kan overføres. Der det ikke finnes eksisterende kontrakter, skal kjøper tilbys slike til markedsmessige vilkår.
  - a. Kjøper skal tilbys en fem år ikke-eksklusiv bruksrett til Opoint A/S sin tekniske plattformløsning slik den er i dag, for bruk innen, men også begrenset til, medieovervåkning, medieanalyse og mediearkiv i Norge. Kjøper skal ha adgang til å si opp avtalen med 12 måneders varsel.
  - b. Kjøper skal tilbys en lisens for bruk i fem år av varemerket "Infomedia" i Norge. Kjøper skal ha adgang til å si opp avtalen med 12 måneders varsel.
  - c. Kjøper skal tilbys de støttetjenestene Infomedia Norge AS i dag mottar fra [REDACTED] i fem år, forutsatt at konsernet Infomedia Retriever Holding AB fortsatt produserer slike tjenester i hele perioden. Kjøper skal ha adgang til å si opp avtalene med 12 måneders varsel.
  - d. Kjøper skal tilbys rett til å forlenge den eksisterende avtalen med Opoint A/S om levering av nyhetsstrømmer ("Web Feed Agreement") i fem år fra gjennomføringen av Oppdraget.
  - e. Kjøper tilbys å forlenge den eksisterende avtalen om distribusjon av Hegnar Medias digitale redaksjonelle materiale i fem år fra gjennomføringen av Oppdraget. Forlengelse forutsetter at Mediearkivet AS har tillatelse fra

**Hegnar Media til å videreselge innholdet i hele perioden.**

**Kjøper som ønsker å inngå avtale for en kortere periode enn angitt over skal også tilbys dette.**

- 4. Hverken gjeldende eller eventuelle forlengede avtaler som er omfattet av punkt 3 ovenfor skal kunne sies opp av Infomedia Retriever Holding AB eller deres datterselskaper innenfor tidsrommet angitt i punkt 3 ovenfor, med unntak for misligholdsbeføyelse i tråd med bestemmelser nedfelt i gjeldende avtaleverk eller som følger av bakgrunnsretten.**
- 5. Vedtaket er ikke til hinder for at partene kan reforhandle hele eller deler av eksisterende eller forlengede avtaler på kommersielt grunnlag dersom det i avtaleperioden oppstår vesentlige endringer i forutsetningene for hele eller deler av avtalen, og dersom det som følge av slike endringer vil virke urimelig å gjøre avtalen gjeldende. Infomedia Retriever Holding AB kan ikke ensidig kreve gjennomført endringer til ugunst for avtalemotparten som følge av endringer i andre avtaleforhold mellom partene.**

**Endringsforslag i henhold til avsnittet over skal innrapporteres til Konkurransetilsynet eller forvalter for godkjenning før de avtales.**

### **III.**

#### **Perioden frem til Oppdraget er gjennomført**

- 6. Infomedia Retriever Holding AB pålegges å treffe ethvert rimelig tiltak for å sikre at verdien av Infomedia Norge AS ikke forringes frem til Oppdraget er gjennomført. Tilsvarende skal Infomedia Retriever Holding AB ikke avslutte kontrakter eller foreta andre handlinger som svekker konkurransekraften til Infomedia Norge AS frem til Oppdraget er gjennomført.**
- 7. Infomedia Retriever Holding AB pålegges å videreføre gjeldende avtaler og praksis som Infomedia Norge AS har med Retriever Aktiebolag og Opoint A/S for levering av nyhetsdata inntil Oppdraget er gjennomført.**
- 8. Infomedia Retriever Holding AB skal, fra vedtaksdato og frem til Oppdraget er gjennomført, holde virksomheten i Infomedia Norge AS atskilt fra øvrig virksomhet. Virksomheten til Infomedia Norge AS skal drives på armlengdes avstand og i henhold til alminnelig selskapsrettslig styring.**
- 9. Infomedia Retriever Holding AB skal umiddelbart etter vedtaket er truffet iverksette alle nødvendige tiltak for å sikre at Retriever Aktiebolag med datterselskaper ikke mottar eller tilegner seg konkurranse-sensitive opplysninger om Infomedia Norge AS. Infomedia Retriever Holding AB skal også iverksette alle nødvendige tiltak for å sikre at konkurranse-sensitive opplysninger om Infomedia Norge AS ervervet før vedtaket blir eliminert og ikke benyttes av Retriever Aktiebolag med datterselskaper.**

**Infomedia Retriever Holding AB, herunder ledelsen i Infomedia Retriever Holding AB, og dets rådgivere, kan innhente eller oppbevare informasjon relatert til Infomedia Norge AS, dersom dette er nødvendig for Oppdraget, ordinær selskapsstyring eller for å oppfylle andre lovpålagte forpliktelser som Infomedia Retriever Holding AB er underlagt.**

- 10. Infomedia Retriever Holding AB skal i perioden etter vedtakets ikrafttredelse ha rett til å foreta organisatoriske endringer i Infomedia Norge AS med det formål å forberede virksomheten for Oppdraget, i samsvar med bestemmelsene i Bilag 1.**
- 11. Partene skal rapportere om fremgangen av Oppdraget til Konkurransetilsynet en gang i måneden.**

- a. **Dersom det oppnevnes en forvalter, skal det også rapporteres til forvalteren. Partene skal samtidig med første rapport fremlegge en plan for den videre fremgangen av Oppdraget.**

#### IV.

##### Forvalter i vedtaksperioden

- 12. Konkurransetilsynet kan oppnevne forvalter som påser at Infomedia Retriever Holding AB oppfyller forpliktelsene i disse avhjelpende tiltakene i vedtaksperioden. Infomedia Retriever Holding AB skal legge frem forslag til forvalter innen de frister tilsynet fastsetter jf. forskrift om forvalter § 3.**

**Vedtaket trer i kraft straks. Vilkårene satt i dette vedtaket gjelder frem til partene har oppfylt alle sine forpliktelser som fremgår av de fremsatte avhjelpende tiltakene med vedlegg og dette vedtaket.**

- (1070) Vedtaket kan i henhold til konkurranseloven § 20 a første ledd første punktum påklages innen 15 virkedager. En eventuell klage stiles til Konkurransklagenemnda, men sendes til Konkurransetilsynet.
- (1071) Konkurransetilsynet har med hjemmel i forvaltningsloven § 19 første ledd bokstav b gjort unntak for innsyn i enkelte opplysninger i vedtaket. Disse opplysningene er sladdet. Merinnsyn etter forvaltningsloven § 18 annet ledd er vurdert, men tilsynet har kommet til at behovet for unntak veier tyngre enn behovet for innsyn i dette tilfellet.
- (1072) Unntaket fra partsinnsyn kan påklages i samsvar med reglene i forvaltningsloven § 21 annet ledd. En eventuell klage stiles til Konkurransklagenemnda, men sendes til Konkurransetilsynet. Klagefristen for unntaket fra partsinnsyn er tre uker, jf. forvaltningsloven § 29.

Med hilsen

Vegard Aandal-Nilsen (e.f.)  
*fungerende avdelingsdirektør*

*Dokumentet er elektronisk godkjent*