

Parter

1. SBS Discovery Radio AB, 556602-1647, Box 34108, 100 26 Stockholm

Ombud: Advokaterna Malin Wallin och Mango Kask, Maqs Law Firm Advokatbyrå AB, Box 7009, 103 86 Stockholm

2. RBS Broadcasting AB, 556468-4255, Box 5216, 102 45 Stockholm

Ombud: Advokaterna Erik Bergenstråhle och Erik Brändt, Advokatfirman Lindahl KB, Box 1065, 101 39 Stockholm

Saken

Misstänkt konkurrensbegränsande samarbete; nu fråga om godtagande av åtagande förenat med vite enligt 3 kap. 4 § första stycket och 6 kap. 1 § tredje stycket konkurrenslagen (2008:579)

Beslut

Konkurrensverket godtar SBS Discovery Radio AB:s och RBS Broadcasting AB:s åtagande, se bilaga. Åtagandet förenas med vite om tjugo (20) miljoner kronor såvitt avser SBS Discovery Radio AB och med vite om femton (15) miljoner kronor såvitt avser RBS Broadcasting AB.

Konkurrensverkets skäl

Bakgrund

1. Konkurrensverket har efter klagomål utrett om ett samarbetsavtal mellan SBS Discovery Radio AB (nedan SBS Radio) och RBS Broadcasting AB (i det följande NRJ) angående bland annat försäljning av reklamtid i analog kommersiell radio utgör en överträdelse av förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete i 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579) (nedan KL).
2. SBS Radio och NRJ är båda verksamma med att producera och sända analog kommersiell radio i olika s.k. format (radiokanaler) i Sverige. NRJ sänder för närvarande bara ett format – NRJ – medan SBS Radio sänder Mix Megapol, Rockklassiker, The Voice, Radio 107,5 och Vinyl 107,1.
3. Denna verksamhet finansieras huvudsakligen genom försäljning av reklamtid (nedan även kallat annonsförsäljning) i de olika radiokanalerna.
4. För att få sända analog kommersiell radio krävs sändningstillstånd från Myndigheten för radio och tv. Sändningstillståndet innebär en rätt för innehavaren av tillståndet att på en egen frekvens sända en radiokanal inom det sändningsområde som anges i tillståndet. Sändningsområdena varierar i storlek, från att täcka ett helt län till att täcka enbart en mindre stad.
5. Det finns endast ett begränsat antal sändningstillstånd i Sverige, f.n. 103 st. SBS Radio har det största innehavet av sändningstillstånd och är landets största producent av kommersiell radio. Företaget innehar 27 egna sändningstillstånd, men förfogar genom nätverkssamarbete över betydligt fler sändningstillstånd. NRJ innehar 20 egna sändningstillstånd. En tredje aktör, MTG Radio, sänder radio (bl.a. formaten Rix FM, Bandit Rock och Lugna Favoriter) via totalt 27 tillstånd (varav 17 är bolagets egna tillstånd).
6. Den tid som radioaktörerna får använda för att sända reklam i sina radiokanaler är enligt bestämmelser i radio- och tv-lagen begränsad till högst 12 minuter under en timme mellan hela klockslag, eller till högst 15 procent av sändningstiden om sändningstiden inte omfattar en timme mellan hela klockslag.¹
7. Reklamtid i radio erbjuds för lokal, regional och nationell annonsering.
8. Vid lokal annonsering köper annonsören reklamtid i endast ett sändningsområde (i en eller flera radiokanaler). Regional annonsering innebär att annonsören köper reklamtid i ett begränsat antal sändningsområden

¹ 15 kap. 2 § radio- och tv-lagen (2010:696).

(det kan också innebära att annonsören köper reklamtid i ett större antal områden men vid olika tidpunkter). Nationell annonsering innebär, förenklat, att annonsören köper reklamtid i sändningsområden över hela landet (i samtliga radiostationer som sänder ett visst format, exempelvis Mix Megapol).

9. Av den tid som får användas för reklaminslag i radiokanalerna utnyttjar SBS Radio och NRJ cirka hälften till att sända nationella reklamkampanjer och resterande del till att sända regionala/lokala reklamkampanjer.
10. Priset för reklamtid i radio bestäms individuellt för respektive kund, efter en förhandling mellan säljaren och köparen. Priserna som annonsköparna får betala för att annonsera i radio varierar starkt eftersom priset bland annat påverkas av vilken radiokanal reklamen ska sändas i, hur många s.k. spottar (korta reklaminslag) som annonsören vill ha, reklaminslagets längd, vilken tid på dygnet och under hur lång tidsperiod som reklamen ska sändas samt om annonsköparen får rabatt från det bruttopris som säljaren utgår från. Även faktorer som köparens och säljarens erfarenhet av radioreklam och om köparen är en återkommande kund kan spela in vid bestämmande av priset.
11. I sändningsområden där det finns mer än en säljare av reklamtid i radio har annonsköparna möjlighet att förhandla med båda dessa säljare och försöka spela ut dem mot varandra, för att på så sätt kunna erhålla rabatter och/eller annonsprodukter av större värde (exempelvis i form av fler reklaminslag eller bättre placering).

Samarbetsavtalet mellan SBS Radio och NRJ

12. Sedan den 1 januari 2013 samarbetar SBS Radio och NRJ i fråga om produktionen och distributionen av sina radioformat liksom vad gäller försäljningen av reklamtid i radiokanalerna (formaten).
13. Samarbetet, som regleras i ett samarbetsavtal undertecknat den 23 november 2012², innebär i huvudsak och i korthet
 - att SBS Radio har getts exklusiv rätt till försäljning av reklamtid på NRJ:s sändningstillstånd/i NRJ:s format och
 - att parterna delvis nyttjar varandras sändningstillstånd för att sända ut sina respektive format.
14. Samarbetet löper till och med den [REDACTED].

² Radio Co-Operation Agreement between SBS Radio AB and RBS Broadcasting AB, aktbilaga 526.

*Secretens enligt
306ap 1§ 1p-
offentlighets- och
secretesskydd
/GP*

15. Den del av överenskommelsen som rör samarbetet om försäljning av reklamtid innebär att SBS Radio svarar för all annonsförsäljning, på samtliga parternas sändningstillstånd. NRJ har åtagit sig att använda SBS Radio som exklusiv kanal för all annonsförsäljning och SBS Radio har genom avtalet en exklusiv rätt att sälja reklamtid i sändningar som sänds på NRJ:s sändningstillstånd. NRJ ska, enligt åtagande i avtalet, tillgängliggöra tid för sändning av reklamen.
16. Samarbetsavtalet mellan SBS Radio och NRJ har resulterat i att annonsköpare som vill köpa reklamtid i analog kommersiell radio numera i vissa områden endast kan vända sig till SBS Radio³. Det gäller följande sändningsområden: K 01 Blekinge, F 02 Västra Småland, H 01 Kalmar/Öland (Kalmar och Öland är formellt två sändningsområden), I 01 Gotland, N 01 Halmstad, O 02 Norra Bohuslän, R 01 Skövde, W 01 och W 02 Dalarna (formellt består Dalarna av två sändningsområden⁴), X 02 Hudiksvall och Y 02 Örnsköldsvik.

Konkurrensverkets preliminära bedömning

17. Enligt Konkurrensverkets mening ger utredningen stöd för att försäljning av reklamtid i analog kommersiell radio på lokal och regional nivå utgör en egen produktmarknad, skild från försäljning av annonsutrymme i andra mediaslag. Denna marknad bör geografiskt avgränsas till respektive sändningsområde (varje sändningsområde utgör således en egen relevant marknad).
18. Som framgått ovan har annonsköparna, till följd av samarbetsavtalet mellan SBS Radio och NRJ, i de ovan angivna sändningsområdena inte längre möjlighet att välja mellan alternativa leverantörer vid sina köp av reklamtid i analog kommersiell radio. Konsekvensen av samarbetsavtalet är således att den konkurrens som fram till utgången av december 2012 fanns på marknaden för försäljning av reklamtid i analog kommersiell radio i de aktuella områdena nu har eliminerats helt.

Åtagande enligt 3 kap. 4 § KL

19. Efter att ha tagit del av Konkurrensverkets preliminära bedömning har SBS Radio och NRJ i syfte att avhjälpa det konkurrensproblem som verket påtalat, erbjudit sig att göra vissa förändringar i sitt samarbetsavtal, vilka framgår av det "Åtagande" som bifogas detta beslut.

³ Eller, i förekommande fall, till den aktör som genom samarbete med SBS Radio sköter radioannonsförsäljningen i området.

⁴ W 01 Falun/Borlänge och W 02 Mora/Sälen. Båda dessa sändningsområden omfattar emellertid hela Dalarnas län.

20. Konkurrensverket har möjlighet att besluta att godta ett åtagande som företag lämnat i samband med en utredning av om något av förbuden i KL eller EUF-fördraget har överträtts. Detta följer av 3 kap. 4 § första stycket KL.
21. Det åtagande som SBS Radio och NRJ har erbjudit innebär i korthet framför allt att SBS Radio fransäger sig rätten till en del av den lokala annonsförsäljning som är hänförlig till NRJ:s respektive sändningstillstånd i sändningsområdena K 01 Blekinge, F 02 Västra Småland, H 01 Kalmar/Öland, I 01 Gotland, N 01 Halmstad, O 02 Norra Bohuslän, R 01 Skövde, W 01 och W 02 Dalarna, X 02 Hudiksvall och Y 02 Örnsköldsvik, närmare bestämt [REDACTED] minuter per timme (av parterna benämnt "Reserverat utrymme").
22. Detta innebär att det Reserverade utrymmet inte längre omfattas av parternas samarbetsavtal, vilket betyder att den aktuella reklamtiden istället kan säljas av NRJ eller annan aktör (annan än SBS Radio) som NRJ anlitar för utförandet av annonsförsäljningen.
23. I åtagandet anges dock att om det Reserverade utrymmet inte utnyttjas⁵ i god tid före aktuellt sändningstillfälle, så äger SBS Radio rätten att fylla icke-utnyttjat Reserverat utrymme (dvs. SBS Radio har rätt att sälja reklamtid som inte sålts av NRJ eller dess samarbetspartner).
24. NRJ har för egen del även åtagit sig att följa den "Affärsplan" som företaget gett in till Konkurrensverket i anslutning till åtagandet (se p. 5 i åtagandet). Vidare har NRJ åtagit sig att halvårsvis ge in skriftliga rapporter till Konkurrensverket, med det innehåll som framgår närmare av åtagandet.
25. Parterna har därutöver åtagit sig att inte tillämpa vissa avtalsvillkor i samarbetsavtalet (som reglerar ersättningsfrågor parterna emellan) i vissa avseenden som rör lokal annonsförsäljning avseende de ovan angivna sändningsområdena. Åtagandet, som börjar gälla om sex (6) månader fr.o.m. den 15 december 2014, innehåller även vissa andra delar som inte redovisas här.

Sebreterens enligt
30 sep 18 / p. offent-
lighets- och sekretess-
lagen / g p

Konkurrensverkets bedömning av åtagandet

26. Åtagandet har potential att förbättra konkurrenssituationen i de sändningsområden där samarbetsavtalet mellan SBS Radio och NRJ har fått till följd att annonsköparna inte längre har möjlighet att välja mellan alternativa leverantörer vid sina köp av reklamtid i analog kommersiell radio. Genom åtagandet möjliggörs att SBS Radio kommer att möta konkurrens om den

⁵ Dvs. om utrymmet inte utnyttjas av NRJ eller aktör som NRJ anlitar för utförandet av annonsförsäljningen.

lokala radioannonsförsäljningen i dessa områden, antingen från NRJ eller någon annan aktör som NRJ anlitar för utförandet av annonsförsäljningen.


27. Genom att NRJ även åtagit sig att dels följa den affärsplan som företaget upprättat, dels regelbundet rapportera vissa uppgifter till Konkurrensverket, får åtagandet anses vara tillräckligt effektivt för att åtgärda de konkurrensproblem som verket identifierat.
28. Konkurrensverket bedömer att de förändringar av samarbetet som parterna har erbjudit sig att göra, tillsammans med NRJ:s åtaganden i fråga om affärsplanen och rapporteringsskyldigheten, kan avhjälpa de negativa effekter på konkurrensen som det aktuella samarbetsavtalet gett upphov till enligt verkets preliminära bedömning.
29. Med hänsyn härtill finner Konkurrensverket att det inte längre finns skäl att ingripa mot samarbetet mellan SBS Radio och NRJ. Konkurrensverket godtar därför i enlighet med 3 kap. 4 § första stycket KL det åtagande som SBS Radio och NRJ lämnat.
30. Konkurrensverket kommer, bl.a. med hjälp av de rapporter som NRJ har åtagit sig att ge in till verket, att noga följa upp hur parterna efterlever åtagandet och utvärdera genomförandet av de åtgärder som parterna ska vidta. Verket erinrar om att detta beslut att godta parternas åtagande kan komma att återkallas om SBS Radio och NRJ inte följer åtagandet.⁶
31. Åtagandet bör förenas med vite (jfr 6 kap. 1 § KL).
32. Enligt 3 § lagen (1985:206) om viten (viteslagen) ska vite fastställas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska förhållanden och till omständigheterna i övrigt kan antas förmå denne att följa det föreläggande som är förenat med vitet.
33. Av förarbetena till den ovan nämnda bestämmelsen i viteslagen framgår att vitet bör bestämmas så högt att det inte blir ekonomiskt fördelaktigt för adressaten att underlåta att iaktta det.⁷
34. När det gäller de "omständigheter i övrigt" som ska beaktas nämns i förarbetena och kommentarer särskilt värdet av det föremål som avses med föreläggandet samt angelägenheten att föreläggandets föreskrifter vinner efterrättelse.

⁶ Beslutet kan också komma att återkallas enligt någon av de övriga förhållanden som anges i 3 kap. 4 § andra stycket KL, t.ex. om de omständigheter som låg till grund för beslutet har förändrats i något väsentligt avseende (andra punkten).

⁷ Prop. 1984/85:96 med förslag till lag om viten m.m., s. 27.

35. Konkurrensverket anser vid en samlad bedömning att vitesbeloppet ska bestämmas till 20 miljoner kr för SBS Radio och till 15 miljoner kr för NRJ.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit sakkunnige Fredrik Ahlstedt.


Dan Sjöblom


Fredrik Ahlstedt

Bilaga:
SBS Radios och NRJ:s åtagande (inklusive NRJ:s affärsplan)

ÅTAGANDE

SBS Discovery Radio AB, 556602-1647, Box 34108, 100 26 Stockholm (nedan "SBS Radio") och RBS Broadcasting AB, 556468-4255, Box 5216, 102 45 Stockholm (nedan "NRJ") gör enligt 3 kap 4 § konkurrenslagen (2008:579) följande åtagande.

Åtagande

1. SBS Radio frångår sig rätten till en del av försäljning av reklamtid i radio av den lokala annonsförsäljningen för respektive NRJ:s sändningstillstånd avseende sändningsområdena K 01 Blekinge, F 02 Västra Småland, H 01 Kalmar/Öland (Kalmar och Öland är formellt två sändningsområden), 101 Gotland, N 01 Halmstad, O 02 Norra Bohuslän, R 01 Skövde, W 01 och W 02 Dalarna (formellt består Dalarna av två sändningsområden), Y 02 Örnsköldsvik och X 02 Hudiksvall av den i mellan parterna den 23 november 2012 träffade samarbetsavtalet (Radio Co-Operation Agreement between SBS Radio AB and RBS Broadcasting AB), allt i den omfattning på det sätt som specificeras nedan:

- Den del av den lokala annonsförsäljningen som åtagandet avser uppgår till [REDACTED] [REDACTED] som därmed lyfts ut från samarbetsavtalet ("Reserverat utrymme"). Om inte det Reserverade utrymmet utnyttjas [REDACTED] före aktuellt sändningstillfälle, äger dock SBS Radio rätten att fylla icke-utnyttjat Reserverat utrymme.
- Det Reserverade utrymmet ska hålla samma kvalitet som det utrymme som SBS Radio i övrigt förfogar över så att det råder konkurrensneutralitet i fråga om t.ex. placering i ett reklamblock.

- I den mån [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

3. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

4. SBS Radio äger rätt att [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] enligt följande:

Maskerade

delar!

sekretess enligt offentlighet och sekretess

12/2012/gp

- [REDACTED]
- [REDACTED]
- [REDACTED]

5. NRJ åtar sig att följa den "Affärsplan" som NRJ gett in till Konkurrensverket i anslutning till detta åtagande.

NRJ åtar sig vidare att halvårsvis (kalenderhalvår) ge in en skriftlig rapport till Konkurrensverket i vilken NRJ redovisar

- i vilken omfattning som NRJ/aktör (annan än SBS Radio) som NRJ anlitar för försäljning av reklamtid i radio i det Reserverade utrymmet har utnyttjat det Reserverade utrymmet, varvid NRJ tydligt ska ange, för respektive sändningsområde, hur många minuter av det Reserverade utrymmet som NRJ eller samarbetspartnern har utnyttjat,
- vilka åtgärder som NRJ har vidtagit för att, i enlighet med sitt åtagande i Affärsplanen, kommersialisera det Reserverade utrymmet.

Rapporten ska ha inkommit till Konkurrensverket senast en månad efter utgången av respektive kalenderhalvår.

6. Åtagandet börjar gälla om sex (6) månader från och med 15 december 2014.

Paris den 26 november 2014

SBS Discovery Radio AB

RBS Broadcasting AB

Staffan Rosell

Jean-Francois Moinard

Richard Mazeret

AFFÄRSPLAN

RBS Broadcasting AB, 556468-4255, Box 5216, 102 45 Stockholm (nedan "NRJ") inkommer med följande affärsplan ("NRJs Affärsplan") som NRJ åtar sig att följa i enlighet med SBS Discovery Radio ABs ("SBS Radio") och NRJs åtagande av den 21 november 2014 ("Åtagandet").¹

Inledning

NRJ:s Affärsplan innebär att, utan inbördes prioritetsordning, pröva de möjligheter som listas nedan.²

Secretess enligt
30 kap 1 § 1 p.
offentlighets-
och sekretess-
lagen/90

¹ De definitioner som används i Åtagandet används även i NRJs Affärsplan.

² Listan kan naturligtvis komma att utökas eller förändras under tiden som NRJ undersöker möjligheterna i vart och ett av de sändningsområden som Åtagandet avser.


sekretess
ulgr
Dkzp 18
2 offent-
ghets-
ch
sekretess-
agen/af
3

SEKRETESS

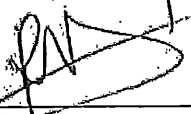
NRJs Affärsplan innehåller uppgifter om NRJ:s nuvarande och framtida affärs- och driftförhållanden och NRJ kommer därför lida skada om uppgifterna röjs. NRJ begär att detta beaktas vid en eventuell prövning enligt offentlighets- och sekretesslagen (2009:400) samt att NRJ kontaktas vid en sådan prövning.

Paris den 26 november 2014

RBS Broadcasting AB



Jean-Francois Moirard



Richard Mazeret