

Anmälände företag

Tidningarnas Telegrambyrå AB, org.nr 556564-5487, Katarinavägen 15, 6 tr,
105 12 Stockholm

Ombud: advokaten Jonathan Clauss, Advokatfirman Westermark Anjou AB,
Box 16030, 103 21 Stockholm, och advokaten Eric Ericsson, Höjdgatan 6,
134 31 Gustavsberg

Saken

Anmälan enligt 4 kap. 7 § 1 konkurrenslagen (2008:579) om företagskoncentration;
mediebevakning, mediearkiv och medieanalys

Beslut

Konkurrensverket lämnar Tidningarnas Telegrambyrå AB:s förvärv av ensam
kontroll över Retriever AB, org.nr 556638-0738, utan åtgärd.

Anmälan

- 1 Tidningarnas Telegrambyrå AB (TT) har enligt ett aktieöverlåtelseavtal daterat den 27 augusti 2009 förvärvat ensam kontroll över Retriever AB (Retriever). Koncentrationen genomfördes den 27 augusti 2009.
- 2 Konkurrensverket ålade den 10 februari 2010 TT att enligt 4 kap. 7 § 1 konkurrenslagen (2008:579), KL, anmäla företagskoncentrationen. TT kom in med en anmälan som var fullständig den 8 april 2010.
- 3 Efter en inledande undersökning av företagskoncentrationen fann Konkurrensverket att det krävdes ytterligare utredning och analys av de effekter som koncentrationen skulle kunna ge upphov till. Den 12 maj 2010 beslutade Konkurrensverket därför att inleda en särskild undersökning av koncentrationen enligt 4 kap. 11 § KL.

Företagen

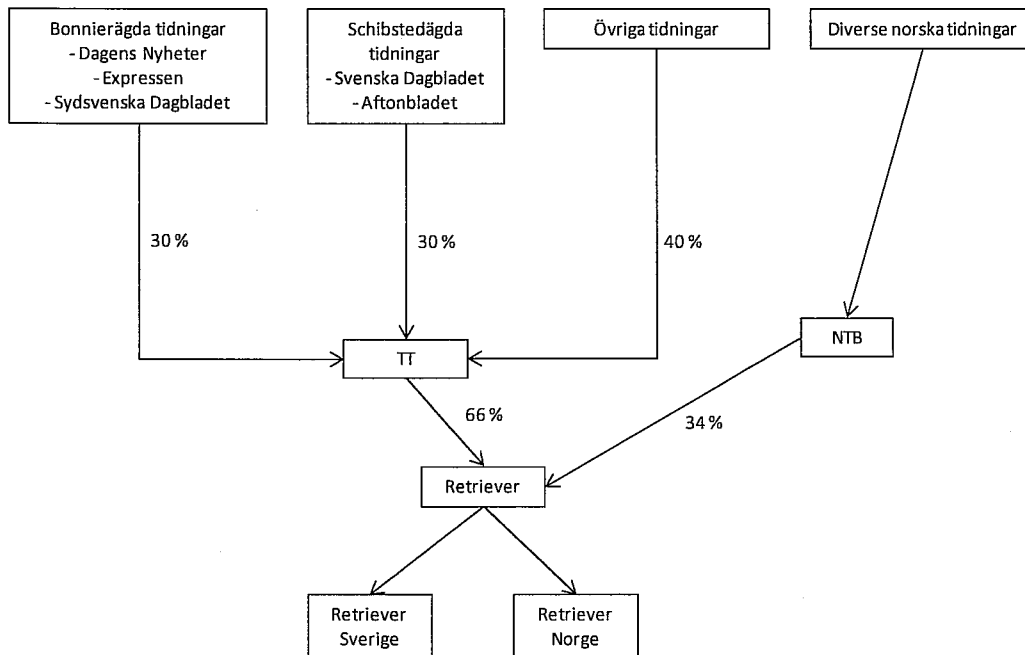
Ägarförhållanden

- 4 TT ägs av Aftonbladet Hierta AB (Aftonbladet) till 20 procent, Svenska Dagbladets AB (SvD) till 10 procent, Stampen AB till 10 procent, AB Kvällstidningen Expressen (Expressen) till 10 procent, AB Dagens Nyheter (DN) till 10 procent, Sydsvenska Dagbladets AB (SDS) till 10 procent, Norrköpings Tidningarnas Media AB till 10 procent, VLT AB till 5 procent, AB Upsala Nya Tidning till 5 procent, Pres(s)gruppen TT Intr. AB till 5 procent och Mitt Media Förvaltnings AB till 5 procent. Aftonbladet och SvD ingår i Schibstedkoncernen. Expressen, DN och SDS ingår i Bonnierkoncernen. Således äger Schibstedkoncernen respektive Bonnierkoncernen 30 procent vardera i TT. Mellan TT:s ägare finns ett konsortialavtal som innebär att Bonnier- respektive Schibstedkoncernen har ett negativt gemensamt bestämmande inflytande över TT. De har således gemensam kontroll över TT.¹
- 5 TT har fyra helägda dotterbolag: Nyhetsbyrån TT Spektra AB, TT Monitor AB, Svenska Grafikbyrån TT AB, och Scanpix Sweden AB. TT:s dotterföretag Scanpix har i sin tur två helägda dotterföretag: Scanpix Sverige AB och Presens Bild AB.
- 6 Retriever ägs av TT och Norsk Telegrambyrå AS (NTB), som har förvärvat 66 respektive 34 procent av aktierna och rösterna i bolaget, se figur 1. Mellan TT och NTB finns ett aktieägaravtal som dock inte förändrar det faktum att det är TT som har ensam kontroll över Retriever.

¹ Se dnr 282/1999 Dagens Nyheter AB m.fl. (1999-04-15).



Figur 1: Ägarförhållanden



- 7 Retriever har två helägda dotterföretag, Retriever Sverige AB (Retriever Sverige) och Retriever Norge AS (Retriever Norge). Retriever Sverige har i sin tur ett helägt dotterföretag, Mediarkivet Svenska AB (Mediarkivet), och äger 88 procent av aktierna i Retriever Information AB (Retriever Information). Retriever Norge har ett helägt dotterföretag, Mediarkivet.no AS (Mediarkivet.no).

Företagens verksamheter

- 8 TT:s huvudsakliga verksamhet består i att driva en nyhetsbyrå. En nyhetsbyrå arbetar ungefär på samma sätt som en större dagstidning med särskilda redaktioner eller reportergrupper för utrikesnyheter, sport, ekonomi/arbetsmarknad m.m. TT:s reportrar samlar in information som redigeras till nyhetstexter. Dessa säljs till TT:s abonnenter inom mediebranschen, exempelvis svensk dagspress, radio och TV, samt via SMS och webb även till kunder utanför mediebranschen.
- 9 Genom dotterföretaget TT Spektra erbjuds ett omfattande servicematerial, som kultur- och nöjesmaterial, TV-tablåer, redigeringsjänster, trav- och tipsmaterial, bilagor, sajter, vädersidor m.m. TT Monitor erbjuder en informationstjänst som tillhandahåller TT:s nyhetsflöde i realtid som myndigheter och företag kan ta del av, samt även ett nyhetsarkiv som innehåller allt material som TT har producerat sedan 1980-talet. I arkivet kan kunderna själva söka efter äldre nyhetsmaterial från TT. Svenska Grafikbyrå erbjuder



nyhetsgrafik, uppdragsgrafik och rörlig grafik som säljs till ett 80-tal tidningar via abonnemang.

- 10 På bildbyråmarknaden är TT verksamt genom dotterföretaget Scanpix, som tillhandahåller nyhetsbilder, videoklipp och andra fotografier till svenska medier och företag. Scanpix samarbetar med flera internationella bildbyråer och förfogar över ett omfattande historiskt bildarkiv.
- 11 Retrievers verksamhet består i att erbjuda tjänster i form av mediebevakning, medieanalys, mediearkiv och företagsinformation.
- 12 Genom dotterföretagen Retriever Sverige och Retriever Norge tillhandahåller Retriever mediebevakningstjänster och medieanalys i Sverige respektive i Norge. Dessa tjänster består i att bevaka vad som publiceras i olika källor om exempelvis en kund eller dess konkurrenter och att ta fram resuméer och analyser av detta material samt dess genomslag.
- 13 Retriever tillhandahåller även mediearkivtjänster i Sverige och Norge genom dotterföretagen Mediearkivet respektive Mediearkivet.no. Denna tjänst utgörs av att tillhandahålla en artikeldatabas bestående av digitala pressklipp från olika källor där abonnenterna kan söka efter artiklar.
- 14 Genom dotterföretaget Retriever Information tillhandahåller Retriever företagsinformation i Sverige. Denna information kan till exempel bestå av uppgifter om firma, ställföreträdare, verksamhet, årsredovisning, koncernstrukturer och kreditvärdighet.

Rättslig bedömning

Företagskoncentrationen

- 15 TT har, enligt ett aktieöverlåtelseavtal daterat den 27 augusti 2009, förvärvat ensam kontroll över Retriever AB. TT:s och dess dotterbolags omsättning för år 2008 uppgick till ca 367 miljoner kronor. Det konsortialavtal som föreligger mellan TT:s ägare medför att Bonnier- respektive Schibstedkoncernen har gemensam kontroll och rätt att leda TT:s verksamhet. Till följd av detta ska koncernernas respektive omsättning läggas till TT:s omsättning vid beräkningen av om omsättningskravet i 4 kap 6 § KL är uppfyllt. Bonnierkoncernens omsättning år 2008 uppgick till ca 29 538 miljoner kronor. Beträffande Schibsteds omsättning på den svenska marknaden uppgick enbart Aftonbladets omsättning under år 2008 till 10 836 miljoner kronor. TT:s sammantagna omsättning i Sverige överstiger således 1 000 miljoner kronor.
- 16 Retrievers och dess dotterbolags sammanlagda omsättning under år 2008 uppgick till 90 527 000 kronor, varav ca 38 miljoner kronor i Sverige. Med



hänsyn till att Retrievers omsättning inte överstiger 200 miljoner kronor, är koncentrationen inte anmälningspliktig enligt 4 kap. 6 § KL.

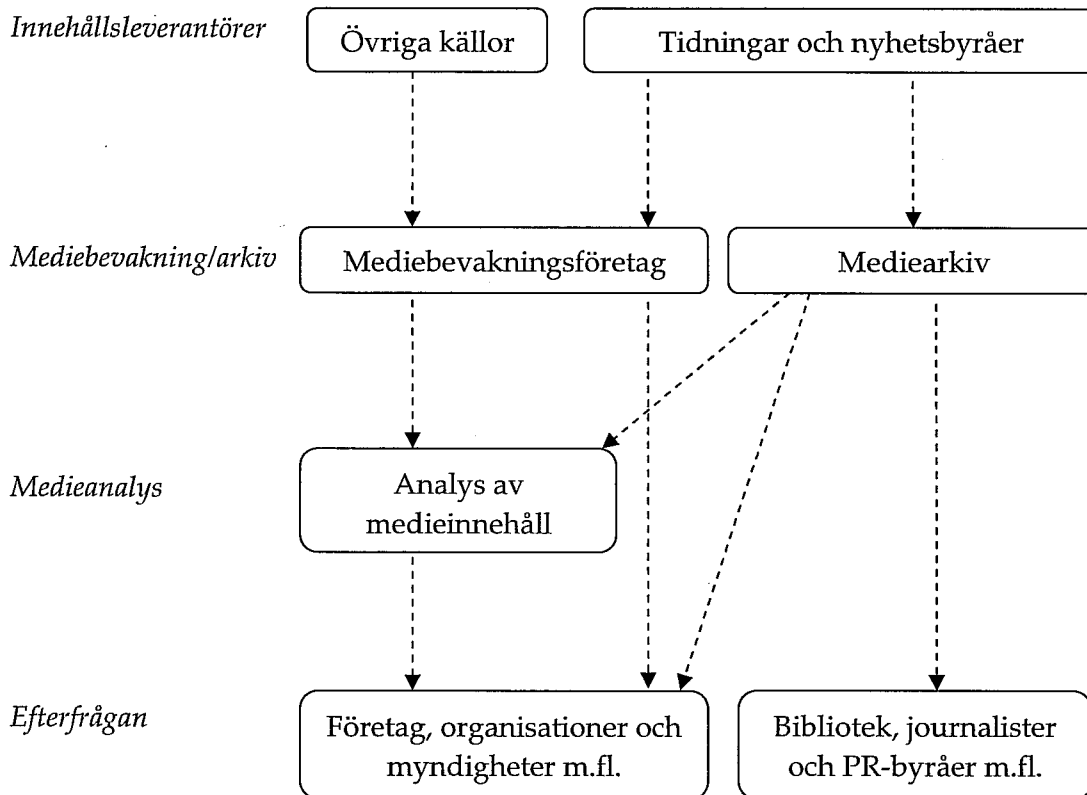
- 17 Konkurrensverket beslutade emellertid den 10 februari 2010 att i enlighet med 4 kap. 7 § 1 KL ålägga TT att anmäla koncentrationen, eftersom det inte kunde uteslutas att koncentrationen påtagligt kan hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet. Skäl fanns därför att utreda koncentrationens eventuella konkurrensbegränsande effekter.²

Relevanta marknader

- 18 För att en företagskoncentration ska kunna förbjudas krävs enligt 4 kap. 1 § KL att den är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller avsevärd del av det. Vid prövningen av om en företagskoncentration ska förbjudas ska det särskilt beaktas om den medför att en dominerande ställning skapas eller förstärks. För att kunna ta ställning till om koncentrationen får sådana effekter är det nödvändigt att definiera den för bedömningen relevanta marknaden. Avgränsningen av den relevanta marknaden sker genom en bestämning av dels produktmarknaden, dels den geografiska marknaden.
- 19 Den relevanta produktmarknaden omfattar i första hand de produkter eller tjänster som köparna anser vara utbytbara, dvs. sådana produkter eller tjänster som på grund av pris, funktion och egenskaper i övrigt kan tillfredsställa samma behov hos köparen. Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna eller tjänsterna, inom vilket konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.
- 20 Retriever är verksamt inom områdena mediebevakning, mediearkiv, medieanalys och företagsinformation.
- 21 TT är bland annat verksamt inom tillhandahållande av medieinnehåll från nyhetsbyråer, som är en uppströmsverksamhet i förhållande till mediebevakningsmarknaden.

² Se dnr 660/2009 (2010-02-10).

Figur 2: Förenklad uppställning över hur tjänsterna mediebevakning, medieanalys och mediearkiv förhåller sig till varandra.



Mediebevakning

22 Mediebevakning används av företag, myndigheter och andra organisationer. Syftet med att abonnera på en mediebevakningstjänst är att bevaka vad som publiceras i olika källor och den bild som dessa källor förmedlar. För ett företag kan det t.ex. handla om att bevaka den publicitet som företaget får i media, hur ofta företaget omnämns eller den mediebild som målas upp av företaget och dess verksamhet. Det kan på motsvarande sätt handla om att bevaka den publicitet som ett företags konkurrenter får eller vad som publiceras om en viss bransch. Mediebevakning är också ett verktyg för PR-byråer som vill kunna mäta det genomslag en viss kampanj eller händelse får i media.

23 Mediebevakningstjänster är vanligtvis uppbyggda av en rad delkomponenter, bland annat bevakning av webbmaterial, tidningar och etermedia. Bevakning av webbmaterial består av t.ex. bevakning av nyhetssidor (däribland olika tidningars webbplatser), myndighetssidor, företags webbplatser samt



olika sociala medier³. Tidningar innefattar både digitala och fysiska pressklipp samt magasin och fackpress. Etermedia utgörs av radio- och TV-sändningar.

- 24 Den konkurrensrättsliga analysen har fokuserat på bevakning av medieinnehåll i tidningar och på webben. Utredningen tyder på att bevakning av etermedia inte ersätter bevakning av medieinnehåll i tidningar och på webben utan snarare kompletterar sådan bevakning. Konkurrensverkets farhågor hade emellertid inte förvärrats om bevakning av etermedia bedömts kunna ersätta bevakning av medieinnehåll i tidningar och på webben. Konkurrensverket har därför inte tagit slutlig ställning i denna fråga.
- 25 Det medieinnehåll som är föremål för bevakning distribueras på olika sätt till kunderna beroende på hur mediebevakningstjänsten är utformad och på vilken källa materialet kommer från. Vid bevakning genom pressklipp levereras medieinnehåll från tidningars fulltextversioner i form av antingen tidningsurklipp (fysiska pressklipp) eller digitala kopior (digitala pressklipp). Vid bevakning genom digitala pressklipp krävs tillåtelse från upphovsrättsinnehavaren för att materialet ska kunna tillhandahållas kunderna, dvs. köparen av mediebevakningstjänsten. Vad gäller fysiska pressklipp anses förfoganderätt till en tidnings innehåll följa genom köpet av tidningen och artiklar får således klippas ut och skickas till eventuella kunder. Om fysiska pressklipp ska kopieras krävs dock en kopieringslicens från upphovsrättsinnehavaren.
- 26 Vid mediebevakning av webbmaterial bevakas det material som ligger fritt tillgängligt på internet, exempelvis tidningarnas webbutgåvor. Det finns olika sätt att länka till webbmaterial. Med djuplänkar avses en länk där användaren inte märker att man flyttas från en webbplats till en annan när man klickar på länken, dvs. det framstår som om materialet är placerat på den första webbplatsen. Med referenslänkar avses länkar där det tydligt och klart framgår att man förflyttas till en annan webbplats, som exempelvis den typ av länkar som vanligen förekommer i sökmotorer.⁴ Beroende på hur länkningen är utformad kan tillstånd krävas från upphovsrättsinnehavaren.
- 27 Bevakning genom fysiska pressklipp bedöms, av både kunder och mediebevakningsföretag, vara på tillbakagång. Kunderna uppger att fysiska pressklipp är mindre attraktiva eftersom de förmedlas långsammare än digitala pressklipp och dessutom är mer arbetskrävande att hantera än digitala pressklipp.

³ T.ex. bloggar, Twitter, Facebook och kommentarsfält till nyhetsartiklar på webben.

⁴ Regeringens proposition 2004/05:110 *Upphovsrätten i informationssamhället – genomförande av direktiv 2001/29/EG, m.m.*, s. 70 f.



- 28 Faktorer av betydelse för kundernas val av mediebevakningstjänst är exempelvis antal källor, bevakning av specifika källor, bevakning av tidningar i fulltext (digitalt eller fysiskt) samt tillgång till statistik- och analysverktyg. Kundernas preferenser vid köp av mediebevakningstjänster skiljer sig från kund till kund, något som bland annat visar sig i att tjänsterna är differentierade.
- 29 Under Konkurrensverkets utredning har det framförts argument som kan tolkas som att bevakning genom digitala pressklipp skulle utgöra en egen relevant marknad. En aktör har även framfört att digitala pressklipp från de fem stora svenska dagstidningarna, DN, SvD, Dagens Industri, Aftonbladet och Expressen, är en förutsättning för att kunna erbjuda en konkurrenskraftig tjänst.
- 30 Konkurrensverkets utredning ger emellertid inte tillräckligt stöd för att fastställa att mediebevakning genom digitala pressklipp utgör en egen relevant produktmarknad. Den kundundersökning som Konkurrensverket genomfört ger i stället stöd för att bevakning av webbkällor kan vara ett tillräckligt nära substitut till digitala pressklipp för att båda tjänsterna ska befinna sig på samma marknad. Det kan vidare inte uteslutas att mediebevakning genom fysiska pressklipp har en disciplinerande effekt på mediebevakning baserad på digitalt material.⁵ Konkurrensverket bedömer dock att en eventuell sådan disciplinerande effekt är begränsad, eftersom bevakning baserad på fysiska klipp dels är förknippad med högre rörliga kostnader än motsvarande digital bevakning, dels upplevs som mindre attraktiv av kunderna. Som redovisats ovan har Konkurrensverket vidare noterat att bevakning genom fysiska pressklipp är på tillbakagång, varför den eventuella disciplinerande effekten på sikt väntas avta.
- 31 Under utredningen har det även framförts uppgifter om att tjänsten mediearkiv till följd av den tekniska utvecklingen rör sig mot att bli en och samma tjänst som digital mediebevakning. Mediearkiv ger kunden tillgång till en artikeldatabas där denne kan söka efter relevanta artiklar från flera olika utgivare. Kunderna är framför allt medieföretag och organisationer som är verksamma inom utbildningssektorn, exempelvis skolor, bibliotek etc.
- 32 Det finns således ett utbudsargument för att bevakningstjänster och arkivtjänster kan vara på samma marknad. Upphovsrättsliga och innehållsmässiga faktorer talar emellertid emot utbudssubstitution. Dels gäller att avtal som ger rätt till bevakning inte med automatik ger rätt att arkivera, dels gäller att

⁵ Med disciplinerande effekt menas att om vissa konsumenter anser att mediebevakning genom fysiska pressklipp är ett substitut till digital mediebevakning så kan företag på marknaden för digital mediebevakning se sig förhindrade att höja priserna eller sänka kvaliteten på sina tjänster, eftersom vissa kunder då riskerar att byta till mediebevakning genom fysiska pressklipp.



mediarkiv som regel innehåller betydligt färre källor än vad som bevakas av en bevakningstjänst. Ett arkiv behöver dessutom kompletteras med sökning i ett större antal källor för att en bevakningstjänst ska kunna produceras, t.ex. webbkällor såsom sociala medier. Utredningen visar vidare att mediebevakningskunder typiskt sett inte efterfrågar mediarkivstjänster. Detta talar för att mediarkiv är en separat tjänst skild från mediebevakning (se figur 2). Konkurrensverkets bedömning av koncentrationen påverkas emellertid inte i väsentlig grad av om mediarkiv och mediebevakning bedöms ingå i samma produktmarknad.

- 33 Den relevanta marknaden skulle preliminärt kunna anses vara marknaden för digital mediebevakning, dvs. mediebevakning genom digitala pressklipp och av webbmaterial. För att bedöma koncentrationens effekter på konkurrensen anser Konkurrensverket det dock inte nödvändigt att slutgiltigt fastställa den exakta avgränsningen av den relevanta marknaden för tillhandahållande av mediebevakningstjänster.

Medieanalys

- 34 Medieanalys kan utgöras av alltifrån statistiska och semantiska analyser utförda av en programvara till mer avancerade analyser som kräver en intellektuell prestation av en människa. Det sistnämnda kan exempelvis handla om att analysera hur ett företag uppfattas i media eller rådgivning för att föreslå hur en viss PR-strategi kan förbättras för kundens räkning. Dessa mer avancerade analyser kan tillhandahållas av de flesta mediebevakningsföretag men även av PR-byråer och särskilda medieanalysföretag.
- 35 TT:s uppfattning är att medieanalys inte utgör en egen produktmarknad utan ingår som en del av marknaden för mediebevakning. Enligt TT kan medieanalys svårtillhandahållas utan en mediebevakning som insatsvara i produktionen av analysen. Vidare anförs att de aktörer, t.ex. PR-byråer, som erbjuder medieanalyser utan att ha tillgång till mediebevakning baserar sina analyser på ett mindre antal källor.
- 36 Konkurrensverkets utredning visar dock att såväl kunder som konkurrenter anser att digital mediebevakning och medieanalys är två separata produktmarknader. Detta stöds bland annat av att det finns företag som endast tillhandahåller medieanalys men inte mediebevakning och att dessa två tjänster ofta upphandlas separat. De fristående analysföretagen använder mediebevakning utförd av andra företag som grundval för produktionen av analyser. Marknaden för medieanalys betraktas därför som en egen relevant produktmarknad, som befinner sig nedströms i förhållande till marknaden för digital mediebevakning (se figur 2). Mot bakgrund av detta bedömer alltså Konkurrensverket att medieanalystjänster och digitala mediebevakningstjänster utgör två separata marknader.



Relevant geografisk marknad

37 De källor svenska kunder i första hand önskar få bevakade och analyserade är svenska medier. Aktörer som tillhandahåller mediebevakning och medieanalys till kunder i Sverige är nästan uteslutande baserade i Sverige. Det har inte framkommit något i utredningen som tyder på att de geografiska marknaderna skulle vara större än Sverige. Konkurrensverkets analyser av produktmarknaderna för digital mediebevakning respektive medieanalys har därför tagit sin utgångspunkt i att marknaderna är nationella.

Påtagligt hämmande av en effektiv konkurrens

Inledning

- 38 Konkurrensverket ska bedöma huruvida företagskoncentrationen är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det.
- 39 TT tillhandahåller medieinnehåll till såväl tidningar som mediebevakningsföretag. TT:s ägare är olika tidningshus som tillhandahåller medieinnehåll i tryckta tidningar och på tidningarnas webbsidor. I detta ärende finns följaktligen en vertikal koppling mellan Retriever, TT och TT:s ägare eftersom det material som produceras av TT och dess ägare utgör en insatsvara för Retriever och dess konkurrenter. Ärendet rör alltså en vertikal koncentration.⁶
- 40 Det är i allmänhet mindre sannolikt att vertikala koncentrationer påtagligt hämmar en effektiv konkurrens jämfört med horisontella koncentrationer. För det första medför inte vertikala koncentrationer att den direkta konkurrensen mellan de samgående företagen går förlorad på samma relevanta marknad. Den främsta orsaken till att horisontella koncentrationer har konkurrensbegränsande effekter saknas därför vid vertikala koncentrationer. För det andra ger vertikala koncentrationer stort utrymme för effektivitetsvinster. Ett särdrag hos vertikala koncentrationer är att de berörda företagens verksamhet och/eller produkter kompletterar varandra. Att integrera kompletterande verksamhet eller produkter inom ett enda företag kan ge betydande effektivitetsvinster och dessutom främja konkurrensen.⁷ I vissa fall kan dock vertikala koncentrationer medföra negativa effekter på konkurrensen. I föreliggande fall ansåg Konkurrensverket att det fanns särskilda skäl att ålägga TT att anmäla koncentrationen då det kunde befaras att Bonnier, Schibsted och TT, i egenskap av innehållsleverantörer till mediebevakningsföretagen, efter transaktionen skulle befinna sig i en ställning där de har möjlighet och incitament att avskärma Retrievers konkurrenter från medieinnehåll.

⁶ Riktlinjer för bedömningen av icke-horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer (2008/C 265/07), p. 4.

⁷ Riktlinjer för bedömningen av icke-horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer (2008/C 265/07), p. 11-13.



- 41 Retrievers vertikala koppling till viktiga innehållsleverantörer har föranlett farhågor om att Retriever genom koncentrationen skulle få ökad marknads-makt med dämpat konkurrenstryck inom marknaderna för mediebevakning och medieanalys som följd.
- 42 Inom ramen för koncentrationsprövningen har Konkurrensverket genomfört en rad olika utredningsåtgärder, däribland enkätundersökningar, telefon-intervjuer och möten med aktörer på ovan nämnda marknader.
- 43 Konkurrensverket har därigenom identifierat följande potentiella skade-teorier på marknaden för digital mediebevakning i Sverige:
- Har TT till följd av koncentrationen möjlighet och incitament att fullständigt eller partiellt avskärma Retrievers konkurrenter från sitt nyhetsmaterial?
 - Har TT:s ägartidningar till följd av koncentrationen möjlighet och incitament att fullständigt avskärma Retrievers konkurrenter från digitala pressklipp från dessa tidningar?

Aktörer på marknaden för digital mediebevakning

- 44 De största företagen på marknaden för digital mediebevakning i Sverige är Meltwater, Infopaq, Retriever och Newslite Group. I varierande mån erbjuder dessa företag mediebevakning baserad på digitala pressklipp. För närvarande är det endast Retriever och Newslite Group som erbjuder digital fulltextbevakning av tidningarna DN, SvD, Dagens Industri, Aftonbladet och Expressen. Newslite Group ägs av Bisnode som i sin tur ägs till 30 procent av Bonnier, som emellertid inte har rätt att leda företaget. Meltwater, som är det största företaget sett till antal kunder och omsättning på marknaden för digital mediebevakning, erbjuder enbart bevakning av webbmaterial. Utöver ovan nämnda företag finns ett litet antal mindre företag som enbart erbjuder bevakning av webbmaterial. Konkurrensverket bedömer att de mindre företagens sammanlagda marknadsandelar understiger 15 procent.

Fullständig eller partiell avskärmning från TT:s material

- 45 Konkurrensverket har undersökt om det är sannolikt att TT, till följd av koncentrationen, kommer att hämma konkurrensen på marknaden för digital mediebevakning genom att utestänga Retrievers konkurrenter från TT:s material (fullständig avskärmning) eller begränsa deras tillgång till denna viktiga insatsvara (partiell avskärmning). Avskärmning eller utestängning kan ske exempelvis genom en vägran att tillhandahålla visst material men också genom att ta betalt på ett sätt som i praktiken får till effekt att konkurrensen nedströms minskar.



- 46 Förutsättningar för att skadeteorin om fullständig eller partiell avskärmning ska vara uppfylld är bland annat att TT:s material är en nödvändig insatsvara för att tillhandahålla mediebevakning och att TT har möjlighet att avskärma Retrievers konkurrenter från insatsvaran. För partiell avskärmning gäller även att TT måste kunna ta betalt av mediebevakningsföretagen för sitt material i form av en styckkostnad relaterat till deras användning i form av exempelvis antal förmedlade länkar, antal sålda klipp eller antal kunder. På så sätt skulle TT kunna minska mediebevakningsföretagens incitament att konkurrera med Retriever genom att hålla styckkostnaden uppe.
- 47 TT är den klart ledande nyhetsbyrån på den svenska marknaden. Av utredningen framgår att cirka 20-40 procent av de svenska dagstidningarnas innehåll kommer från TT. Material som produceras av TT omfattas av upphovsrätt, varför det krävs tillåtelse från TT för att förfoga över detta i upphovsrättslig mening.⁸ Detta påverkar mediebevakningsföretagens möjligheter att inkludera materialet i sina tjänster. Farhågor har framförts om att TT kommer att försöka använda sin marknadsmakt för att försvåra för Retriever konkurrenter och att det skulle vara svårt, för att inte säga omöjligt, att verka på mediebevakningsmarknaden utan tillgång till TT:s material.
- 48 Den sorts länkning (referenslänkning) som de flesta mediebevakningsföretag använder i sin bevakning förefaller inte utgöra ett upphovsrättsligt förfogande.⁹ Upphovsrättsinnehavare av ett visst material har inte möjlighet att med stöd av upphovsrättslagstiftningen förhindra länkning till materialet om länkningen inte utgör ett upphovsrättsligt förfogande. TT har därmed inte möjlighet att vare sig fullständigt eller partiellt avskärma mediebevakningsföretag som länkar till det TT-material som ligger på tidningarnas webbplatser.
- 49 En partiell avskärmning från TT:s material kan leda till konsumentskada om Retrievers konkurrenters incitament att konkurrera på marknaden för digital mediebevakning minskar. Vad avser denna typ av avskärmning visar Konkurrensverkets utredning att en betalningsmodell som minskar Retrievers konkurrenters incitament att konkurrera förutsätter att TT kan övervaka faktorer som står i proportion till materialets användande, t.ex. antal länkar som förmedlas till konkurrenternas kunder. Utredningen visar vidare att den sorts övervakning som fordras är dyr och svår att åstadkomma, då den skulle

⁸ Den som upprättar ett verk (till exempel en artikel) har enligt lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk (upphovsrättslagen) ensamrätt att förfoga över verket. Att förfoga över ett verk i upphovsrättslig mening innebär den unika rätten att framställa exemplar av det och rätten att göra det tillgängligt för allmänheten.

⁹ Referenslänkning är inte ett upphovsrättsligt förfogande enligt Regeringens proposition 2004/05:110 *Upphovsrätten i informationssamhället – genomförande av direktiv 2001/29/EG, m.m.*, s. 70 f. Se även Stockholms tingsrätts dom 2010-06-11 i mål nr T 7263-07, T 7265-07, T 7540-07 samt T 7550-07.



kräva detaljerad insyn och övervakning av TT:s kunders användning av materialet. Det finns vidare hos många av Retrievers konkurrenter en ovilja att avslöja kommersiellt känslig information för Retrievers ägare, vilket ytterligare talar emot TT:s möjlighet att införa en sådan konkurrenshämmande betalningsmodell. Den betalningsmodell som TT i dag tillämpar gentemot mediebevakningsföretagen är inte av sådan art att den kan användas i syfte att minska mediebevakningsföretagens incitament att konkurrera på marknaden för mediebevakning.

- 50 Det bör vidare tilläggas att de avgifter som mediebevakningsföretagen i dag betalar till TT för att använda TT:s material endast utgör en liten andel av mediebevakningsföretagens totala kostnads massa. I jämförelse med andra kostnadsdrivande faktorer får avgiften till TT anses vara ringa.
- 51 Konkurrensverket bedömer således att koncentrationen inte försämrar eller kommer att försämma konkurrenternas tillgång till TT:s material på ett sätt som är ägnat att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det.

Fullständig avskärmning av digitala pressklipp från TT:s ägartidningar

- 52 TT ägs bland annat av de rikstäckande dagstidningarna DN, SvD, Aftonbladet och Expressen. Dessa ägs i sin tur av Bonnier respektive Schibsted som indirekt äger totalt 30 procent vardera i TT. Ägarna eller de enskilda tidningarna kan därför ha såväl möjlighet som incitament att avskärma Retrievers konkurrenter från digitala pressklipp.
- 53 En sådan avskärmning skulle innebära att tidningarna levererar sina digitala pressklipp enbart till Retriever och inte till dess konkurrenter. Om kunderna värderar bevakning genom digitala pressklipp högre än andra typer av bevakning, skulle Retriever till följd av avskärmningen få en betydande konkurrensfördel i förhållande till sina konkurrenter. Om avskärmningen eliminerar eller påtagligt minskar konkurrenstrycket på Retriever, skulle tidningarna genom sitt indirekta ägande i Retriever få del i Retrievers ökade vinster. Om tidningarnas ersättning beror av Retrievers omsättning från mediebevakningstjänster skulle vidare tidningarna få bättre betalt för digitala pressklipp om Retriever genom avskärmningen tillförsäkras en stark ställning på marknaden för digital mediebevakning och därigenom ökar sin omsättning på denna marknad.
- 54 För att avskärmning av digitala pressklipp från tidningarnas sida ska leda till skadliga effekter krävs i föreliggande fall bland annat att digitala pressklipp är en nödvändig insatsvara för de aktörer som bedriver mediebevakning, att tidningarna har möjlighet att avskärma Retrievers konkurrenter från denna nödvändiga insatsvara och att tidningarna har incitament att utnyttja denna möjlighet till avskärmning. Incitament kan uppstå till följd av avtalsformen



mellan tidningarna och Retriever eller till följd av tidningarnas indirekta ägande i Retriever.

- 55 Material som produceras av tidningarna omfattas av upphovsrätt. De mediebevakningsföretag som önskar tillhandahålla bevakning av dessa källor genom digitala pressklipp behöver därför avtal med tidningarna. Tidningarna har således möjlighet att avskärma Retrievers konkurrenter från denna insatsvara.
- 56 Avtal som bygger på så kallad intäktsdelning kan ge upphov till incitament till avskärmning. Intäktsdelning innebär att tidningarna kompenseras genom att de erhåller en andel av Retrievers intäkter från mediebevakning. Om konkurrenstrycket på Retriever skulle minska genom att konkurrenterna avskärmats från digitala pressklipp, skulle Retriever ha möjlighet att ta ut högre priser, eller sälja till fler kunder, och därigenom generera högre intäkter. I sin tur leder detta till att högre ersättning betalas till tidningarna. Konkurrensverkets utredning visar att i den mån intäktsdelning förekommer, har förutsättningarna för att kunna ingå sådana avtal dock inte skapats av koncentrationen.
- 57 TT-tidningarnas, eller deras ägares, indirekta ägande i Retriever skulle kunna ge upphov till incitament att tillämpa en avskärningsstrategi. En sådan strategi får till följd att tidningarna, eller deras ägare, går miste om intäkterna från försäljning till Retrievers konkurrenter. Samtidigt kan avskärmning innebära en ökad vinst för Retriever, vilket kommer tidningarna och deras ägare till del genom det indirekta ägandet i Retriever. Således måste en vinstökning i Retriever vid en tänkt avskärmning vägas mot uteblivna intäkter till följd av den tänkta avskärmningen. Konkurrensverket har gjort en konservativ uppskattning av hur mycket vinsten i Retriever måste öka för att göra avskärmningen lönsam för Bonnier- respektive Schibstedkoncernen. Med konservativ uppskattning avses att beräkningarna skett på ett sådant sätt att incitamenten till utestängning med all sannolikhet överskattats. Därefter har olika scenarier undersökts för att bedöma förutsättningarna för att vinsten ska öka i den utsträckning som krävs för att avskärmning ska vara motiverad.
- 58 Analysen visar att Retrievers vinst skulle behöva flerdubblas för att göra en avskärningsstrategi lönsam. För detta krävs mycket stora ökningarna i företagens kundbas eller prisnivå. Som redovisats ovan ger Konkurrensverkets utredning inte stöd för att digitala pressklipp från ovanstående tidningar utgör en nödvändig insatsvara för att tillhandahålla digital mediebevakning. Inte heller finns det stöd för att mediebevakning genom digitala pressklipp utgör en egen relevant marknad då bevakning av tidningarnas webbmaterial är ett tillräckligt nära substitut (se ovan p 30). Enligt Konkurrensverkets bedömning skapar således inte koncentrationen förutsättningar för avskärmning



och den bedöms därför inte vara ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det.

- 59 Det kan vidare konstateras att sedan koncentrationen genomfördes har utbudet av digitala pressklipp ökat genom att både Retriever och konkurrenten Newslite Group fått till stånd avtal med de stora dagstidningarna. Före koncentrationen var det inte något mediebevakningsföretag som hade avtal med samtliga av de fem största rikstäckande dagstidningarna avseende bevakning och arkivering av digitala pressklipp.

Övriga effekter av koncentrationen

- 60 Det har även framförts farhågor om att koncentrationen skulle ge Retriever möjlighet att, genom sin ägarkoppling till TT och ovan nämnda tidningar, stärka sin position på marknaden för medieanalys. Enligt farhågorna skulle denna starka position skapas genom att Retriever skulle få möjlighet att sälja sina – till följd av koncentrationen mer värdefulla – mediebevakningstjänster med kravet att kunden även köper medieanalys, s.k. kopplingsförbehåll.
- 61 Konkurrensverket vill framhålla att en stärkt position i sig inte utgör ett konkurrensproblem. Ett kopplingsförbehåll från Retrievers sida kan däremot utgöra ett konkurrensproblem om Retrievers konkurrenter på medieanalysmarknaden samtidigt avskärmas från medieinnehåll från TT eller TT:s ägar-tidningar, då ett sådant agerande skulle göra det omöjligt för fristående analysföretag att vara verksamma på marknaden för medieanalys.
- 62 Det finns dock inget i utredningen som visar att medieanalysföretagens möjligheter att köpa medieinnehåll har försämrats, eller kommer att försämrars, till följd av koncentrationen. Tvärtom synes deras möjligheter ha förbättrats under senare tid, såtillvida att Newslite Group har ett större utbud av källor i digitalt format i dag än vad som var fallet tidigare.
- 63 Vidare baseras medieanalysföretagens tjänster i stor utsträckning på den mediebevakning som kunden köper in av andra företag. Retriever saknar möjlighet att avskärma fristående analysföretag från denna insatsvara. Medieanalys kan dessutom baseras på fysiska pressklipp till vilka tillgången inte begränsas av upphovsrätten. Även detta talar för att det är möjligt för fristående analysföretag att fortsatt vara verksamma på analysmarknaden utan att nämnvärt påverkas av koncentrationen.

Sammanfattande bedömning

64 Sammanfattningsvis kan Konkurrensverket konstatera att utredningen inte ger stöd för att koncentrationen påtagligt skulle hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det.


Slutsats

65 Koncentrationen ska, med beaktande av vad som har anförts ovan, lämnas utan åtgärd.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit Robert Holmström.



Dan Sjöblom



Robert Holmström

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.