

Podcast Konkurrenten

Avsnitt 69: Nya verktyg i konkurrenstillsynens verktygslåda – blir det bättre med mer tillsyn?

Textversion av Konkurrenten avsnitt 69 (publicerat 15 december 2023), vill du hellre lyssna på avsnittet kan du ta del av det på vår webbplats www.konkurrensverket.se/konkurrenten.

Marie Strömberg Lindvall:

Hej och välkommen till Konkurrensverkets podcast Konkurrenten. Jag heter Marie Strömberg Lindvall. Alldeles nyligen, det vill säga nu i oktober 2023 tillsatte regeringen en utredning som fick i uppdrag att analysera om det finns behov av nya kompletterande regler inom konkurrensområdet. För Konkurrensverkets del så är det här en efterfrågad utredning, den hakar också i en pågående europeisk diskussion som bland annat har lett till beslut om kompletterande konkurrensregler i ett antal länder inom EU. Så vad är det då som ligger bakom det här behovet av att komplettera de nuvarande reglerna? Vilka nya verktyg är det egentligen frågan om och vad skulle det innebära för Konkurrensverkets tillsynsarbete? Vad skulle det innebära för företag och marknader och kanske rentav för samhällsekonomin? Det ska vi prata om i dagens poddavsnitt och för sakkunskapen står Marie Östman som är Konkurrensverkets chefsjurist. Välkommen Marie.

Marie Östman:

Tack, Marie.

Marie Strömberg Lindvall:

Och Karl Lundvall som är biträdande enhetschef på Konkurrensverkets chefsekonomenhet. Välkommen du också Karl.

Karl Lundvall:

Tack ska du ha.



Marie Strömberg Lindvall:

Innan vi ger oss in på den här frågan om nya verktyg, så ska vi säga något kort och övergripande om Konkurrensverkets uppdrag och vilka verktyg vi faktiskt har till förfogande i dag. Och då tänker jag börja med att skicka första ordet till dig, Marie.

Marie Östman:

Ja, tack för det. Ja, vi har ju flera uppdrag på Konkurrensverket men vi håller oss till det på konkurrensområdet i det här samtalet. Vi arbetar för väl fungerande marknader. Det är ledstjärnan i vår verksamhet, och det huvudsakliga regelverket vi har för att säkerställa väl fungerande marknader det är konkurrenslagen. Där finns det regler som är utformade för att kunna motverka olika typer av situationer som kan skada en effektiv konkurrens. De här reglerna bygger på EU-rättsliga förbud som vi också tillämpar parallellt när det gäller konkurrensproblem som kan omfatta fler länder än Sverige. Konkurrensreglerna siktar på att skydda konsumenter men också samhällsekonomin i stort och att göra det möjligt för effektiva företag att verka på marknaden och nå framgång genom att de företag som har det bästa erbjudandet också är de som kan växa och utvecklas på marknaden till effektiv konkurrens. Det är två huvudsakliga förbud i konkurrenslagen som vi arbetar med, det ena handlar om att förbjuda konkurrensbegränsande samarbete mellan företag, det vill säga att avtala om ageranden som kan skada konkurrensen. Och det andra grundläggande förbudet förbjuder företag som har en marknadsdominans, en dominerande ställning att missbruka den starka ställningen. Genom den styrka man har kan man ha möjlighet att vidta åtgärder som kan skada både konkurrenter och konsumenterna på marknaden.

Marie Strömberg Lindvall:

Vi stannar där så länge. Vi kommer att återkomma till de där sakerna. Jag tänker börja med varför vi har tillgång till de här verktygen? Varför är det viktigt att vårda konkurrensen? Karl, jag skickar ordet till dig.

Karl Lundvall:

Konkurrensen är en grundbult i en fungerande marknadsekonomi och det är det som ligger till grund för varför vi har konkurrensregler, konkurrensverk och konkurrenslagstiftning. Det är ett sätt att organisera samhällets resurser, produktion och konsumtion där kunder och konsumenter fritt ska få välja det erbjudandet som bäst passar deras behov och där företag ska tävla med varandra om att erbjuda det bästa åt kunder och konsumenter. Sen finns det en inneboende motsättning i det här hos företag som ju eftersträvar vinst. Det är att om man tävlar för hårt, då kan vinsten begränsas. Så det finns en inneboende svaghet och drift, kan man säga, hos företag att sätta konkurrensen ur spel eftersom det helt enkelt är lönsamt, och marknadsekonomin svar på det är konkurrensregler och konkurrensverk och det är därför som jag och Marie arbetar på Konkurrensverket.



Marie Strömberg Lindvall:

Bra. Tack för det, Karl. Det har blivit tydligare att det finns begränsningar i det här regelverket som Marie beskrev, och som ska skydda det som Karl nämnde. Vad är det för begränsningar vi har sett i det rådande regelverket? Vad är det för problem som har uppdragats, eller åtminstone gjort de här frågorna tydligare. Och nu sitter ni här, en jurist och en ekonom, och ni kanske har lite olika ingångar i det här, vad vet jag? Men vi börjar med, vad är det för problem vi har sett?

Marie Östman:

Först måste man säga att de konkurrensregler vi har, de är väldigt kraftfulla verktyg och kan användas för att komma till rätta med väldigt mycket av konkurrensproblem vi ser på marknaden. Men det bygger på att ett antal legala kriterier är uppfyllda i lagen. De träffar bara åtgärder som enskilda företag vidtar på marknaden, till exempel genom att tillämpa avtalsvillkor eller annat som är konkurrensbegränsande, eller annat agerande. Det vill säga att när konkurrensproblemen i grunden inte bygger på hur företagen agerar utan på hur marknadsstrukturen ser ut, då kan vi inte använda konkurrensreglerna för att komma tillrätta med problemet.

Marie Strömberg Lindvall:

För då handlar det inte om de enskilda företagens ageranden.

Marie Östman:

Precis. Och det är också så att eftersom konkurrensreglerna handlar om enskilda företags ageranden så är också de åtgärder som vi kan ta till för att ingripa, om vi har kunnat konstatera att någon bryter mot de här konkurrensrättsliga förbuden. De är inriktade på att undanröja det beteende som skadar konkurrensen och inte på att ändra hela marknadsstrukturen. Så vi kan inte om vi, till exempel, ser att ett företag vidtar ett visst agerande men att det också är fler som gör det på marknaden och det är lika skadligt, så kan vi ändå inte ingripa mot mer än det företag som vi har utrett och som bryter mot reglerna.

Marie Strömberg Lindvall:

Då vänder jag mig till dig, Karl. Kan de ge ett konkret exempel här. Vad skulle det kunna vara för typ av problem? Hur skulle det kunna se ut? Vad är det som inte fångas in här, om vi konkretiserar det?

Karl Lundvall:

Det som inte fångas in av konkurrensreglerna kan vara saker som Marie säger inte har att göra med enskilda företags ageranden utan det kan exempelvis vara att kunderna och konsumenterna inte har tillräcklig information om priser och prisförändringar. De har inte tillräcklig information om kvalitet. Ett sådant exempel kanske är försäkringar, det är först när man har en skada som man vet om en försäkring är bra eller dålig. Det kan ha att göra med att man ska få tillträde till infrastruktur eller licenser/certifiering på något vis. Det kan då vara ett inträde,



som gör det svårt för ett sådant företag att komma in. Det kan vara någonting som finns där, inte på grund av ett enskilt företags agerande utan av något annat skäl, så att säga. Jag tror att den här diskussionen illustrerar väldigt tydligt att en fungerande effektiv konkurrens som vi alla eftersträvar är inte bara någonting som konkurrensreglerna i sig kan skapa utan det är även andra regelverk, men det är även andra marknadsstrukturer. Och när vi talar om nya verktyg och marknadsdynamiken, så har man sakta kommit underfund med i Sverige och i andra länder att man behöver beslut och åtgärder som även tar sikte på några utav de här andra delarna som faller utanför vår traditionella box där konkurrensreglerna tillämpas.

Marie Strömberg Lindvall:

Marie vill du fylla på?

Marie Östman:

Jag kan fylla på. För att vi ska kunna åtgärda någonting med hjälp av det nuvarande konkurrensregelverket, då behöver vi, som jag var lite inne på förut, bevisa att förutsättningarna i konkurrenslagen är uppfyllda för det. Det är ett antal juridiska kriterier. Ett är de starkaste företagen som har en dominerande ställning, de är förbjudna att vidta ett antal ageranden som ska skada marknadsstrukturen ännu mer, men precis samma problematik kan finnas på en marknad utan att ett företag är dominerande. Vi brukar tala om oligopolmarknad exempelvis, där kan risken för konkurrensskada vara precis lika stor som när ett enskilt företag har marknadsandelar och några få har det tillsammans.

Marie Strömberg Lindvall:

Och då skickar jag in här, oligopolmarknad. Vad är det?

Marie Östman:

Karl, det beskriver du bäst.

Karl Lundvall:

Oligopol. Ja, men det... Monopol, det känner vi ju till, det är ju Joakim von Anka, höll jag på att säga. Det enskilda företaget som är det enda alternativet för kunder och konsumenter. Oligopol, då är det flera eller ett fåtal starka aktörer och de är tillsammans så starka att det blir väldigt svårt för nya företag att komma in och utmana det här. Det finns många sådana exempel och då kan vi ofta se stela marknadsstrukturer, de är lika stora över tid och de behöver inte anstränga sig särskilt mycket för att få kunderna och konsumenterna glada. Och där ser vi ofta tecken på att konkurrensen är svag och då kan man vara nyfiken på om det inte finns åtgärder, exempelvis med hjälp av ett nytt verktyg som kan utmana en sådan ordning.

Marie Strömberg Lindvall:

Marie, hade du fler exempel?

Marie Östman:

Ja, en annan begränsning i det nuvarande regelverket handlar om en annan bestämmelse, den om konkurrensbegränsande avtal. För att något ska vara förbjudet så måste det ha skett en direkt eller indirekt kontakt mellan företag om att samordna sitt agerande på ett sätt som begränsar konkurrensen.

Marie Strömberg Lindvall:

Och vad kan det vara?

Marie Östman:

Det kan handla om antingen att man kommer överens, som till exempel att hålla en viss prisnivå eller att inte konkurrera hårt om vissa kunder. Det kan också handla om att man mer indirekt har kontakter, till exempel via någon annan men även att man skickar ett direkt budskap till någon annan, till exempel hur man kommer att agera i en framtida situation. Ska man lägga ett anbud eller inte? Men i dag ser vi mer och mer att företagen kan anpassa sitt marknadsbeteende till varandra utan en sådan direkt kontakt och då är inte kriterierna i lagen uppfyllda för att kunna ingripa utan det krävs ett avtal eller samordnat förfarande.

Marie Strömberg Lindvall:

Jag måste sticka in här. De kan anpassa sig till varandra utan kontakt, hur kan det gå till?

Marie Östman:

Jamen det är typiskt sett vanlig marknadsbevakning. Det är egentligen ett gammalt beteende. Det finns ingenting som hindrar att du går och tittar vad din konkurrent tar ut för pris och sen sätter ett pris efter det. Det är naturligt i en marknadsekonomi att man anpassar sig efter konkurrenterna. Men det vi har sett med den moderna ekonomin och digitaliseringen är också att det blir mer och mer transparent på marknader, inte bara för kunder vilket ofta är någonting bra när man kan skaffa information om erbjudanden men också för konkurrenterna är det lättare att se hur man agerar. Man brukar ändå tala om att vi, på engelska finns ett uttryck som heter tacit collusion, det vill säga någon form av hemlig samordning utan kontakt där man inte riktigt når upp till det här legala kravet att man har haft kontakt, men man ligger så nära varandra ändå i ett marknadsbeteende att det nästan är som ett avtal. Man ser samma skadliga effekter som om att man hade pratat med varandra direkt eller indirekt och det är ett sådant exempel på när vi inte kan ingripa. Man pratar till exempel om artificiell intelligens som kan anpassa... Ja, man kan bevaka sina konkurrenter på ett helt annat sätt. Det finns situationer när vi tycker att företagen samordnar sitt marknadsuppträdande på ett sådant sätt att det är skadligt, men vi kommer inte åt det.

Marie Strömberg Lindvall:

Och då kan man tänka sig att med den tekniska utvecklingen, såsom den ser ut, så är det här ett ökande problem.

Marie Östman:

Absolut.

Marie Strömberg Lindvall:

Karl, hade du någonting att säga om det här?

Karl Lundvall:

Marknadsdynamiken driver ju diskussionen och debatten internationellt, och i Sverige, om behovet av ett nytt verktyg. Det är helt klart. Och AI är ju ett sådant exempel och det finns ju forskning inom nationalekonomi som pekar på att... Ja, det finns sådana produkter också som säljs av företag till andra företag som stödjer deras prissättning och det är maskininlärning. Det är ju sådant som kloka gubbar och gummor på de här företagen tidigare kunde men datorerna tar över alltmer. De kan hålla fler saker i huvudet samtidigt. Så i praktiken kan man lära sig konkurrenternas beteenden och förutse det och då lämnar vi den här situationen, den rena konkurrensen, så att säga, där företagen gör det oväntade. Man ger ett bättre priserbjudande och det andra företaget måste svara på det. Den här dynamiken som normalt sett leder till en fungerande konkurrens kan riskeras och det har visats i forskning. Det finns exempel där priserna helt enkelt stiger och konkurrensen försvagas då.

Marie Strömberg Lindvall:

Marie, du har säkert mer att säga i den frågan.

Marie Östman:

Ja, det finns mycket att säga men jag vill igen understryka att det ändå är en del man kan komma åt med det nuvarande regelverket och det är vårt uppdrag att använda det regelverket vi har. Men det vi kan ha sett även när vi kan ingripa mot ett enskilt företag att det kanske inte ändå leder till ett lämpligt resultat. Problemet är större än det vi kan åtgärda. Det är också så att en konkurrensrättslig utredning ställer oerhört höga krav på en gedigen utredning och bevisning för att vi ska ändå kunna visa att ett företag har brutit mot lagen, att man har gjort någonting olagligt. När vi har kommit så långt i det nuvarande regelverket då kan företag som drabbas av vår utredning få betala höga böter. Det kan också få andra följder som ogiltighet i de avtal man har ingått. Man kan också få riskera att betala skadestånd till konkurrenter eller leverantörer eller andra kunder som har drabbats av det här. Och att då rikta en åtgärd mot ett enskilt företag som är en del av ett större sammanhang där marknadsstrukturen egentligen är det som är ett större problem än ett enskilt företags agerande. Det kan också handla om en sådan situation där vi i teorin åtminstone skulle kunna ingripa men det är inte alltid det bästa sättet.

Marie Strömberg Lindvall:

Så att Konkurrensverket agerar mot det enskilda företaget i det här fallet men det råder ändå inte bot på marknadsstrukturen.

Marie Östman:

Nej, det kanske kan hjälpa problemet litegrann men inte det grundläggande problemet för att det kanske inte handlar om ett företags agerande utan om en struktur.

Marie Strömberg Lindvall:

Fler problem?

Karl Lundvall:

Fler problem. Jag tänker på en annan sak faktiskt och det är att det är viktigt i den här diskussionen också när man talar om nya verktyg och det fyller i det som Marie säger här också. Det handlar inte om att kasta bort några gamla verktyg, det är inte så att det är några stämjärn och knivar som har blivit slöa och som vi inte behöver längre. Tvärtom. Vi behöver dem och rättsutveckling och ekonomisk forskning och våra verktyg är fortsatt skarpa, så de ska ligga kvar i verktygslådan och så tillför vi några nya verktyg.

Marie Strömberg Lindvall:

Ja, för det kan vi poängtera, det handlar om att komplettera.

Karl Lundvall:

Ja, så det handlar om kompletteringar för att bättre följa marknadsdynamiken.

Marie Östman:

Ja och då kan vi också lägga till att det är inte bara de här skarpa konkurrensrättsliga förbuden som vi arbetar med i dag. Vi har också ett konkurrensfrämjande uppdrag. Vi har exempelvis möjlighet att utreda hela marknader och genomlysa hela branscher för att se om det finns konkurrensproblem på dem. Och det vi kan göra efter en sådan utredning, som vi har gjort ett flertal genom åren, det är att vi kan peka på problem som finns i branschen. Vi kan uppmana dem som finns och agerar på marknaden eller kunder eller andra att agera på ett visst sätt för att dämpa konkurrensproblemen. Och vi kan också naturligtvis vända oss till lagstiftaren och peka på att det finns behov av en reglering här, att marknadsstrukturen inte fungerar på ett bra sätt och det här är också någonting som vi naturligtvis vill fortsätta att göra. Men om man skulle få ett kompletterande regelverk, som vi kommer att komma in på lite mer vad man skulle kunna göra med det, det skulle också kunna ge en tredje väg framåt efter att vi har gjort en genomlysning av en marknad. Förutom att göra allmänna medskick till dem som agerar på marknaden eller för att få en lagändring. Så kanske det finns någonting vi skulle kunna göra för att se till att företag ska vidta vissa åtgärder eller uppträda på ett visst sätt som gäller generellt för branschen utan att det behövs en omfattande lagstiftning till exempel.



Marie Strömberg Lindvall:

Och alltså inte stanna vid att peka på problemet, utan att kunna agera i fråga om problemen.

Marie Östman:

Precis.

Marie Strömberg Lindvall:

Nu har vi gett en problembild på lite olika sätt, vad Konkurrensverket kan göra och vad Konkurrensverket inte kan göra och hur problembilden ser ut. Men de här nya verktygen, vad skulle de vara? Vad är det de skulle kunna tillföra i den här situationen som vi pratade om? Marie, jag börjar med dig.

Marie Östman:

Ja, det här är ju lite av en framtidsspaning får man börja med att säga. Det beror naturligtvis på vad verktyget skulle ge för möjligheter. Men om man ser på vad som har drivit vår önskan om att se över regelverket, så handlar det om en möjlighet att kunna ingripa även i de fall när man inte har uppfyllt de konkurrensrättsliga kriterierna för att kunna ingripa fullt ut. Till exempel för att kunna åtgärda konkurrensproblem på oligopolmarknader eller när man inte har nått upp till avtalskriteriet i konkurrenslagen eller när vi har genomlyst en bransch och sett att det finns strukturella konkurrensproblem på marknaden. Där tror jag att det skulle behövas regler som skulle kunna hjälpa oss att ingripa på ett mer framåtblickande sätt och ett flexibelt sätt och riktat till problemet på ett sätt som den nuvarande lagstiftningen inte kan helt enkelt.

Marie Strömberg Lindvall:

Med nya verktyg, vad är det som Konkurrensverket skulle kunna göra här då? Vad skulle kunna hända?

Marie Östman:

På vissa marknader har vi sett att det finns väldigt utbredda förfaranden där man ingår avtal med kunder enligt branschvillkor som också gör det väldigt svårt att förstå vad man egentligen betalar för pris och hur man kan utvärdera sina avtal och förstå vad man egentligen betalar för. Möjligen är det olika situationer där man genom att sätta spelregler på marknaden i ett beslut skulle kunna komma tillrätta med en del av de strukturella problemen på marknaden.

Karl Lundvall:

Ja, man kan fortsätta på många olika sätt men det som är tydligt här är ju temana som man pratar om, de är ju kända egentligen. Det handlar om transparens som vi nämnde förut, men jag tror att man kan nämna det igen. Kunder och konsumenter ska känna till och det är positivt för konkurrensen, om de bättre känner till priser, kvalitet, övriga villkor och det kan ske på olika sätt. Den enklaste formen för en konsument är ju någon typ utav prisjämförelsetjänst som



man kan sätta krav på hur den ska fungera och inte. Och sedan, du var inne på samma sak, det där med att kunna byta leverantör eller switching som vi talar om på engelska. Varje bransch och varje situation har ju olika typer av problem eller tänkbara problem som motverkar att man lätt ska kunna byta från en leverantör till en annan. En uppenbar sak är avtalets längd. Om jag ska byta min bilförsäkring exempelvis, jamen då måste jag komma ihåg det strax före årsförfallsdagarna, annars blir det svårt. Varför ska den vara ett år till exempel? Det kanske den inte alltid är, men det kan vara ett exempel. I vissa situationer är den säkert ett år. Det finns andra saker där det helt enkelt är väldigt komplicerat att byta leverantör. Bank har ju varit en sådan följetong genom åren. Även om det har tagits initiativ till att förenkla så är det fortfarande så att konsumenter byter bank alldeles för sällan för att vi ska kunna säga att konkurrensen på bankmarknaden fungerar så bra som den skulle kunna fungera. Det var det jag menade också med det tematiska, att man talar om transparens. Jag har talat om att kunna byta, att man inte ska vara inlåst, switching, så att säga, och sen tillträde till infrastruktur. Alltså tillträde till allt sådant som företag behöver för att kunna gå in på en marknad och kunna utmana dem som finns där, att kunna utmana oligopolet.

Marie Strömberg Lindvall:

Till exempel?

Karl Lundvall:

Det kan vara någon certifiering, det kan vara någon märkning, det kan vara fysisk infrastruktur. Ja, distributionssystem kanske. Det kan vara tillträda till en hamn, en flygplats, etcetera. Det finns många olika situationer. Det ser ju olika ut i olika sektorer men temat är ändå detsamma, alltså tillträde helt enkelt för en ny utmanare. Där är en lång lista på tänkbara lagom konkreta förslag på vad det nya verktyget skulle kunna resultera i för åtgärder och beslut från en konkurrensmyndighets sida. Men det är viktigt, tror jag också, att Konkurrensverket under alla år som vi har funnits, så har vi föreslagit förändringar som skulle kunna få konkurrensen att fungera bättre på många olika marknader och alla de förslagen, skulle jag vilja påstå, skulle kunna inordnas under de här tre-fyra temana. Det handlar om transparens, det handlar om tillträdesvillkor och det handlar om att kunna byta leverantör. Men skillnaden med det nya verktyget är att några av de förslagen skulle vi på ett snabbare, effektivare och ett mer fokuserat sätt kunna råda över själva. Implementeringen. Det är den nya reformen skulle jag vilja påstå. Håller du med mig, Marie?

Marie Östman:

Det gör jag. Jag kan också dra en parallell till sektorslagstiftning för egentligen finns det olika sätt att åtgärda ett och samma problem och det kan vara mer eller mindre lämpligt på olika marknader. Men en del av de här möjligheterna, som Karl är inne på, att förbättra villkoren på marknaden, de finns i dag i olika regleringar som gäller kanske för en specifik bransch.



Marie Strömberg Lindvall:

Det är det du menar med sektorsreglering?

Marie Östman:

Exakt. Som då riktar sig till specifika branscher. Det kan vara telekom eller det kan vara post eller bank där man ställer upp ett antal detaljerade regler som alla företag på marknaden ska följa för att man har sett att det behövs för att marknaderna ska fungera väl.

Marie Strömberg Lindvall:

Alla företag på den specifika marknaden?

Marie Östman:

Precis och det är då till skillnad från konkurrensreglerna, som vi pratade om som träffar alla företag i alla sektorer som ju är grundreglerna, eller spelreglerna, så att säga, som man inte får bryta mot för att följa konkurrenslagen. Men det finns ett antal kompletterande regelverk för enskilda sektorer. Det som finns i den typen av reglering är ofta det som Karl beskriver, som handlar om att exempelvis möjliggöra interoperabilitet eller se till att man kan få tillträde som konkurrent till infrastruktur eller annat. Så det är ett sätt att lösa de här problemen men vi har sett att det finns andra sätt. Det borde kunna finnas andra sätt som är mer effektiva än reglering i vissa fall, för att marknader är ju olika och företag är olika på en marknad och de fungerar på olika sätt och en reglering blir ju också någon form av tvångströja för företagen att behöva förhålla sig till för all framtid, så länge den regleringen gäller i alla fall. Och det sätter också krav på företagen att anpassa sig till den. Och om man tänker sig mildare sätt att komma tillrätta med konkurrensproblem som kanske är mer övergående på en marknad eller som inte behöver gälla i precis alla situationer och som man mer kan utforma kanske till och med i dialog med marknadsaktörerna genom en utredning som vi bedriver och då kan ingripa genom ett nytt verktyg. Den skulle kunna vara ännu mer träffsäker, och mer på ett sätt som de berörda företagen skulle kunna få en chans att påverka under den tid ett sådant beslut som vi skulle kunna fatta gäller.

Karl Lundvall:

Precis, jag håller med där. Företagsperspektivet är ju vitalt och vi är duktiga på det. Vi är duktiga på att prata med företagen. Verktuget finns i Storbritannien och när man ser på hur de använder det här, de har en tvåstegsraket och det är också föremål för en omfattande, ska man kalla det för reglering eller de har i alla fall långtgående riktlinjer för hur de gör det här. Man börjar med någonting de kallar för Market Study. Det är egentligen någonting som vi själva gör också. Det är en marknadsanalys kan man säga av vad som fungerar bra och vad som kan fungera bättre och som också kan resultera i förslag. De har gjorts under den här nya Enterprise Act, där har man gjort ett hundratals sådana här Market Studies. Men det är inte det nya verktyget utan det är en liten del. De här studierna har då resulterat i att man har gått vidare och då gör man en Market Investigation.



Och då har vi kommit in på det område som vi egentligen diskuterar här, det vill säga det nya verktyget. Och då gör man det på ett ännu mer formaliserat sätt, man utser en särskild panel, man har fixa tidsfrister, det ska ta arton månader. Man publicerar utgångspunkter, alltså Times of Reference. Man publicerar Notice. Alltså man kommunicerar väldigt tydligt inriktning, sammansättning och vad man har för hypoteser. Man har också när man kommer fram i sin analys och när man kommer till förslag om remedies, det vill säga åtgärder, alltså lösningar på identifierade konkurrensproblem, då har man ett utkast till det. Man har en slags remissrunda. Företagen bjuds in löpande under processen.

Marie Strömberg Lindvall:

Så företagen är med under processen?

Karl Lundvall:

De är med och de får ge synpunkter på såväl konkurrensanalyserna, alltså de problem som konkurrensmyndigheten och den här panelen tycker sig se och även förslaget på lösningar och sen landar man då i remedies och det är då åtgärder, kan man säga, och här finns det olika typer som har föreslagits. Det är ett knappt tjugotal under de här senaste åren.

Marie Strömberg Lindvall:

Ett knappt tjugotal förslag alltså?

Karl Lundvall:

Förlåt. Nej, Market Investigations.

Marie Strömberg Lindvall:

Ja, Market. Ja, precis.

Karl Lundvall:

Och varje sådan här Market Investigation, nu blir det anglifierat här, men tillämpningar av det nya verktyget på olika sektorer i Storbritannien har resulterat i ett knippe med olika förslag. Och några är sådana som är tvingande beslut, alltifrån strukturella åtaganden till beteendemässiga och förslag och åtgärder för att förbättra informationen, transparens.

Marie Strömberg Lindvall:

Då måste jag dyka in och be dig konkretisera det. Vad skulle det kunna vara? Om vi tar lite markkontakt.

Karl Lundvall:

Det finns exempel på strukturella åtaganden där företag har sålt av viss del av verksamhet. Det är en ganska otroligt ingripande del men det finns med på spelplanen här, i Storbritannien i vart fall och så får vi se vad utredningen kommer tycka om det, om det skulle vara lämpligt för Sveriges del. När det handlar om beteendemässiga, det tror jag i stort sett handlar om sådana saker som

Marie talade om tidigare, alltså vilka typer av avtal får man egentligen ha? Hur lång tid ska de löpa? Och vad är det för villkor förenat med att man ska kunna byta leverantör etcetera. Information och transparens. Jamen, det handlar om det som vi har varit inne på flera gånger med priser och kvalitet och så vidare. Bättre information till kunder och konsumenter. Ja, inträdesbarriärer av olika slag. Det jag ska säga också är att de här remedies, alltså de här åtagandena, de har två kategorier, dels det som man beslutar om på något vis men också saker, budskap som man skickar vidare till andra parter, kan man säga, eller andra instanser inom en stadsförvaltning. Det kan vara lagstiftaren men också andra regleringsmyndigheter. Så att det där finns ju kvar och det är det vi redan har i dag, det är det vi har gjort så länge Konkurrensverket har funnits. Vi har föreslagit förändringar för lagstiftaren för andra myndigheter hur de ska agera för att åtgärda ett identifierat konkurrensproblem. Så det är den brittiska erfarenheten. Många andra länder är igång också men det är i Storbritannien som man har mest och längst erfarenhet av det här.

Marie Strömberg Lindvall:

De har mest och längst erfarenhet men det finns ett antal länder där man ganska nyligen har påbörjat den här processen. I Tyskland. Marie.

Marie Östman:

Ja, Tyskland har kommit långt. De har ett regelverk som är inspirerat av det brittiska och även av ett förslag som fanns för inte så många år sedan, att EU-kommissionen på europeisk nivå skulle få ett motsvarande verktyg som är det vi spekulerar om för svensk del i dag. Så även på europeisk nivå har man sett det här behovet men då ledde inte det till lagstiftning för kommissionen, att de skulle få den här typen av verktyg. Ett utflöde av den processen som fanns på europeisk nivå var i stället att man reglerade de stora digitala jättarna, så kallade grindvakter, som har fått en förhandsreglering i stället för ett mer flexibelt verktyg ifrån kommissionen för att se till att de här... Vilka är det? Det är Amazon, det är Meta och det är ett antal stora digitala jättar som har fått en särskild reglering som är ganska detaljerad som tvingar dem att anpassa sina affärsmodeller för att se till att det finns möjlighet till konkurrens.

Marie Strömberg Lindvall:

Digital Markets Act.

Marie Östman:

Precis. Rättsakten om digitala marknader.

Marie Strömberg Lindvall:

Precis, DMA. Då passar vi på att skicka in eftersom vi har poddat om det åtminstone två gånger, tror jag, för den som är intresserad. Ett bra tillfälle att påminna sig.



Karl Lundvall:

Det finns ju mycket och mycket tillgänglig information om rättsakten om digitala marknader också på kommissions hemsida och även vår egen tror jag. Nejmän, du har rätt. Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta och Microsoft. Det läser jag på min fuskklapp. Det är svårt att komma på dem på rak arm. Det är förstås en levande lista och det finns tydliga kriterier för vad som är en grindvakt och vad som inte är en grindvakt.

Marie Strömberg Lindvall:

Och det här är väldigt nytt.

Karl Lundvall:

Det är väldigt nytt men det man ska bära med och det som är relevant för diskussionen kring ett nytt verktyg är ändå att allt det här är plattformar. Det är vår nya dynamiska marknadsekonomi, plattformar som typiskt sett har två sidor med användare på olika sidor och där marknadsdynamiken gör så att den ofta tippas över, så att det blir en sådan här plattform som får en dominans, en superdominans inom sin del av marknaden. Vi använder ju alla sådana här plattformar i ganska stor utsträckning, kanske ibland utan att tänka på det.

Marie Strömberg Lindvall:

Det är det som man formulerar som att det inte är konkurrens, inte **på** marknader utan **om** marknader.

Karl Lundvall:

Precis. Det är ju det som de gamla reglerna inte riktigt klarade av att hantera för den typen av teknik fanns inte ursprungligen, men den finns i dag. Och det som är viktigt att tänka på när det gäller digital market act, lite förenklat då så finns det ett antal does and dont's. Det här får ni göra eller det här måste ni göra och det här får ni absolut inte göra. Och när det gäller saker som man måste göra, det är ju det här med tillträde, tredjepartstillträde, att man ska kunna använda plattformarna och inte bli diskriminerad. Det handlar också om att om du som företag ska sälja dina varor exempelvis på en plattform, så ska du ha tillgång till den data som trafiken till dina tjänster genererar som annars plattformen har full insyn i. De måste dela med sig av den. Det handlar också om förutsättningar för annonsering, hur man marknadsför sig på nätet och hur man ska kunna verifiera att det sker på ett sätt som att man får det man betalar för helt enkelt. Det handlar också om att man ska få lov, alltså ett företag som använder en sådan här plattform ska få lov att ta med sig kunden utanför plattformen in i sin butik, så att säga, eller en annan virtuell miljö. Det ska inte finnas några hinder för det. Det är saker som man måste göra och sedan finns det en massa saker man absolut inte får göra. Self preference. Om man har en konkurrerande tjänst, prisjämförelser är ett sådant kanske aktuellt exempel. Det finns från grindvakterna fristående prisjämförelsetjänster och vissa sådana här grindvakter har egna prisjämförelsetjänster. Alltså vilken ska man använda? Och när man då använder en sådan här



plattform så får man inte ge den egna lösningen en otillbörlig fördel jämfört med de andra och det finns en lång rad andra saker som man inte får lov att göra. Men allting går ju ut på att helt enkelt motverka den här dominansen, den här marknadsmakten som en plattform har fått genom marknadsdynamiken. Och det kanske viktigaste av allt, det är att de här reglerna gäller på förhand, alltså vi som konkurrensmyndighet, jag och Marie i Sverige eller andra av våra kollegor i andra länder eller kommissioner, vi behöver inte visa att var och en av det här sätten att agera på en marknad att det är skadligt på förhand utan det här är saker som man inte får lov att göra.

Marie Östman:

Ja, och det här kan då ge en bild av hur ett behov av att rätta till konkurrensproblem kan lösas men den här rättsakten, den tar sikte på de största företagen som finns i hela EU och har en väldigt stor betydelse. Men motsvarande problem kan ju finnas på nationella marknader. Vi har också plattformar, plattformsmarknader. Vi har själva gjort en digital sektorsstudie, som vi kallade det, för några år sedan som jag också tror att vi har pratat om.

Marie Strömberg Lindvall:

Den har vi också pratat om. Ja, det stämmer.

Marie Östman:

Precis. Där vi har pekat på att motsvarande problem kan finnas på olika marknader på en nationell nivå och det här är något man ser över hela Europa och det är det som driver fram att man i många länder ser ett behov av att komplettera regelverket.

Marie Strömberg Lindvall:

Ja, är det så att digitaliseringen har gjort det här extra tydligt?

Marie Östman:

Ja, det skulle jag säga, att det har blivit en motor till många lagstiftare i olika länder för att vidta åtgärder och också det som drev mycket av kommissionens initiativ när man själva ville ha den här typen av regler som vi nu utreder i Sverige om man ska ha. Så att vi ser att den digitala, DMA kan lösa vissa problem men i den svenska kontexten så kommer inte det regelverket åt våra problem, utan här behöver vi agera på nationell nivå givet att vi inte har en EU-reglering som hanterar de här frågorna.

Marie Strömberg Lindvall:

Men om jag förstår saken rätt, här handlar det inte bara om digitala marknader eller digitalisering, det gäller även andra marknader, den här typen av resonemang som vi har här.



Marie Östman:

Ja, det gör det verkligen. Vi har ju sett det här i olika branschstudier vi har genomfört och det är lika giltigt på en del andra marknader och man kan säga att man kan heller inte dra alla digitala marknader över en kam vad nu en digital marknad är utan det kan vara väldigt olika beroende på marknad till marknad. Och det är därför vi tror att det rätta sättet att gå fram här, det är att kunna ingripa i de fall där det behövs, inte med förhandsreglering som DMA utan genom att studera marknader och komma fram till, vad är problemet på just den här marknaden och kunna ha träffsäkra åtgärder för den då. Och sedan kan man också bara lägga till att vad är en digital marknad i dag? Det finns ju nästan inga marknader som inte har en digital aspekt.

Marie Strömberg Lindvall:

Nej, med digitala inslag.

Karl Lundvall:

En framtidsspaning kanske är att vi om några år inte törs tala om digitala marknader längre. Den har förlorat sin innebörd för att allt är i någon mening digitalt eftersom det avspeglar det sättet som transaktioner och marknadsföring och på det sättet när man väljer leverantör. Det sker i något led i alla fall digitalt.

Marie Strömberg Lindvall:

Det här ju som vi har nämnt flera gånger lite av en spaning. Spekulation kanske jag inte ska kalla det men en spaning i alla fall och det finns hur mycket som helst att säga och vi touchar frågorna nu, men vi måste ta oss vidare här och prata litegrann om risker. Finns det risker med det här? Vi har pratat om vad det här nya verktyget eventuellt skulle kunna innebära och vad det är vi skulle kunna åtgärda med det här. Finns det någon form av risk i att börja tillämpa ett sådant här verktyg?

Marie Östman:

Jag kan förstå om det väcker frågor i näringslivet kring vad ett sådant här verktyg skulle kunna föra med sig och det är därför bland annat vi har det här samtalet för att förklara lite vad vi ser framför oss skulle vara behovet. Och det är självklart att oavsett hur ett eventuellt framtida verktyg ska utformas, så kommer det behöva finnas ett antal regler som Konkurrensverket skulle behöva förhålla sig till. Vad skulle vi behöva visa? Hur skulle vi kunna utreda? Hur skulle företagens rättigheter kunna bevakas under utredningarna och hur skulle de kunna påverka utredningar? Och kanske överklaga olika åtgärder som vi ser behov av men som företagen inte håller med om. Och det skulle behöva finnas garantier för både professionalitet och rättvisa egentligen i det här. Så att det finns ju alltid risker med det okända men man bör vara medveten om att det här skulle komplettera andra åtgärder och alternativet till att ingripa med ett sådant här regelverk skulle till exempelvis kunna vara en konkurrensutredning. Det vi ser skulle kunna vara en fördel för företagen som skulle kunna omfattas av åtgärder enligt ett nytt

regelverk, det är att vi skulle agera för att rätta till marknadsstrukturer eller förekomma skadliga marknadsstrukturer som också leder till problem för företag som vill konkurrera därute. I stället för att bestraffa överträdelser av konkurrenslagen eller föreslå detaljreglering i lagstiftning, som till sin natur är mycket mindre föränderlig än ett beslut från Konkurrensverket skulle kunna vara som vi skulle kunna ompröva vid nya marknadsförhållanden eller liknande. Så ja, naturligtvis finns det farhågor och en problematik man behöver ta om hand i det fortsatta arbetet vilket den utredning som är tillsatt har till uppgift att göra också naturligtvis. Så vi har förståelse för det, men vi tror ändå att det här också skulle vara till fördel i många situationer för de företag som skulle kunna vara föremål för åtgärder.

Marie Strömberg Lindvall:

Karl, har du någonting att säga i riskfrågan?

Karl Lundvall:

Ett nytt verktyg, det är en stor möjlighet men också förstås ett verktyg som man måste använda ansvarsfullt och hamnar man fel någonstans i en analys med ett förslag, så kan det också orsaka skada, inte bara för företag men även för kunder och konsumenter. Man kan åstadkomma mycket gott men riskerna är också proportionellt större då, men jag tycker ändå, om man nu säkerställer och det vi själva landar i med den här utredningen också, om vi får till en process där vi kvalitetssäkrar varje steg och där man tar till sig all den kunskap och erfarenhet som finns i näringslivet om hur konkurrensen fungerar och vad det är som skapar incitament till innovation, till bättre produkter och var förutsättningarna är för att kunna träda in på en marknad etcetera. Om man får allt det där rätt så tror jag att det här nya verktyget har en betydande potential att kunna rätta till konkurrensproblem mycket snabbare än vad vi kan i dag.

Marie Östman:

Här tycker jag ändå att vi ska påminna igen om att det vi drivs av, det är ju att göra det vi kan för att skapa väl fungerande marknader. Och det tror jag att det är många företag som skriver under på att man gärna verkar på välfungerande marknader också. Så att det finns ändå någon form av gemensamt intresse här. Jag skulle ha förhoppningen att med den här typen av regelverk, så skulle det också vara lättare för oss att interagera med företag än när vi påstår en lagöverträdelse för att komma tillrätta med olika konkurrensproblem. Så ett stort ansvar men också stora möjligheter.

Marie Strömberg Lindvall:

Och det tycker jag är utmärkta avslutningsord för det här poddavsnittet.

Då tackar jag för att ni deltog i det här samtalet i det här avsnittet av vår podd. Tack för att du deltog, Marie Östman.

Marie Östman:

Tack.

Marie Strömberg Lindvall:

Och tack för att du deltog, Karl Lundvall.

Karl Lundvall:

Tack.

Marie Strömberg Lindvall:

Och så ska jag avslutningsvis säga att vi på det här poddavsnittets webbsida kommer lägga upp länkar till en del tips som rör det här frågorna, lästips och också länkar till de poddar som vi nämnde under avsnittet. Jag heter Marie Strömberg Lindvall. Tack för att ni lyssnade.