

Påstått konkurrensproblem – marknaden för bilannonseringsplattformer

Konkurrensverkets beslut

Konkurrensverket kommer inte att utreda saken ytterligare.

Ärendet

Klagomål

Under hösten år 2015 mottog Konkurrensverket anonyma klagomål som riktade sig mot Blocket AB (Blocket). I klagomålen gjorde bilhandlare gällande att Blocket missbrukar en dominerande ställning. Missbruket skulle bestå i de villkor som Blocket uppställde för att bilhandlare ska kunna annonsera på Blocket. Ett sådant villkor innebar att bilhandlare inte kunde annonsera på Blocket om bilhandlarna inte först ingick ett abonnemang om att annonsera på en hemsida som innehas av Blockets systerbolag Byt Bil Nordic AB (Byt Bil).

Bakgrund

Blocket tillhandahåller en annonsplats på internet där bilhandlare och privatpersoner kan annonsera fordon till försäljning. Byt Bil tillhandahåller också en annonsplats på internet där bilhandlare, men inte privatpersoner, kan annonsera fordon till försäljning. Blocket erbjuder annonsering enligt vissa allmänna villkor för radannonsabonnemang. Enligt de villkor som gällde vid tidpunkten för klagomålen var bilhandlare som ville annonsera på Blocket tvungna att göra sina annonser tillgängliga för import till Blocket genom Byt Bil. För att kunna göra det var bilhandlarna vidare tvungna att annonsera hos Byt Bil. Villkoren innebar således att bilhandlares annonsering på Blockets annonsplats förutsatte annonsering på Byt Bils annonsplats.

Blocket och Byt Bil har i mars 2017 informerat Konkurrensverket om att det inom koncernen pågår ett internt arbete om framtagande av en ny strategi specifikt för annonskategorin bilar. Den nya affärsmodellen bygger på en grundprodukt som inkluderar annonsering på Blocket. Bilhandlaren kommer sedan att kunna köpa

tilläggs tjänster, t.ex. annonsering på Byt Bil, för att komplettera grundprodukten. Blocket och Byt Bil har under maj 2017 informerat sina kunder om den förändrade affärsmodellen. Den nya affärsmodellen kommer att genomföras längre fram i år.

Företagen

Schibsted-koncernen är en internationell mediekoncern med huvudkontor i Norge. Schibsted Media Groups operationella omsättning uppgick år 2015 till drygt 15 miljarder (NOK).¹ Omsättningen för den svenska verksamheten uppgick samma år till knappt 4 miljarder (NOK).²

Blocket och Byt Bil ingår i Schibsted-koncernen. Blocket hade år 2015 en årsomsättning som uppgick till knappt 869 miljoner (SEK) och företaget hade under samma år 152 anställda. Byt Bil hade år 2015 en årsomsättning som uppgick till knappt 86 miljoner (SEK) och företaget hade under samma år 27 anställda.

Konkurrensverkets utredning

Konkurrensverkets utredning har varit inriktad på att bedöma om Blocket och Byt Bil tillämpar villkor som riskerar leda till en avskärmning av kundefterfrågan för konkurrenter till Blocket och Byt Bil och om förfarandet därmed utgör ett missbruk av en dominerande ställning i strid med 2 kap. 7 § konkurrenslagen (2008:579), KL.

Under utredningen har Konkurrensverket ålagt Blocket och Byt Bil att tillhandahålla information om bl.a. gällande avtalsvillkor och marknadsförhållanden. Konkurrensverket har också inhämtat information från konkurrenter, kunder och branschföreningar. Härutöver har Konkurrensverket genomfört en enkät med frågor till bilhandlare som besvarats av drygt 1 000 respondenter.

I utredningen har framkommit bl.a. följande.

Det finns ett stort antal bilhandlare i Sverige som annonserar olika fordon för försäljning till fordonskunder. Enskilda fordon annonseras ut för försäljning genom s.k. radannonser som tidigare främst har annonserats i olika typer av tidskrifter. Under de senaste ca 20 åren har annonseringen av fordon i stor utsträckning förflyttats till olika hemsidor på internet. På internet annonserar svenska bilhandlare dels på egna hemsidor, dels på olika annonsplattformar för fordonsannonsering på internet såsom Blocket och Byt Bil. Många bilhandlare annonserar enbart på annonsplattformar på internet.

¹ Schibsted Media groups årsredovisning år 2015, s. 10

² Schibsted Media groups årsredovisning år 2015, s. 6

Fordonsannonseringen på annonsplattformar på internet har ökat kraftigt under 2000-talet. Annonseringen på plattformarna står ofta för en övervägande majoritet av bilhandlares totala annonseringskostnader.

Annonsplattformar för fordonsannonsering på internet samlar fordonsannonser från bilhandlare i hela Sverige och erbjuder verktyg för fordonskunder att söka bland, samt jämföra mellan, ett stort antal olika fordon. Annonsplattformarnas sökverktyg ger besökarna möjlighet att sortera fordon utifrån flera olika egenskaper, såsom exempelvis märke, modell, färg, årsmodell etc. Flera olika typer av fordon annonseras på plattformarna. Utöver bilar annonseras exempelvis även motorcyklar, transportbilar och husbilar. Både nya och begagnade fordon annonseras på annonsplattformarna, men generellt är den större majoriteten av de annonserade fordonen begagnade.

Annonsplattformarna är specialiserade mot annonsering av fordon samt fordonsrelaterade varor och tjänster³, och flertalet av plattformarna annonserar inte andra typer av varor eller tjänster. I jämförelse med andra plattformar för fordonsannonser erbjuder Blocket en större, mer generell annonsplats för många olika typer av varor och tjänster, men på denna annonsplats har Blocket även en avdelning som är särskilt inriktad mot fordon där besökare kan välja att endast söka bland ett stort antal fordonsannonser. Andra annonsplattformar för fordonsannonser kan därför anses mer specialiserade mot fordonsannonsering i jämförelse med Blocket.

Blocket och Byt Bil är de två klart största annonsplattformarna för fordonsannonser i Sverige både sett till antal annonserade fordon, och till antal annonserande bilhandlare. Utöver Blocket och Byt Bil finns det ett antal andra annonsplattformar för fordonsannonser, men dessa plattformar har färre antal annonserade fordon och färre antal annonserande bilhandlare jämfört med Blocket och Byt Bil. Även vad gäller trafik på annonsplattformen, dvs. antal besök av presumtiva fordonskunder, är Blocket och Byt Bil större än andra plattformar. Bland övriga annonsplattformar för fordonsannonser i Sverige finns framförallt Bilweb, Biltorget och Bilgaraget.

Skäl för beslutet

Rättslig grund

Enligt 2 kap. 7 § KL, och artikel 102 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, FEUF, är missbruk av en dominerande ställning förbjudet. Sådant missbruk kan särskilt bestå i att det dominerande företaget begränsar produktion, marknader eller teknisk utveckling till skada för konsumenterna.

³ Annonsplatserna kan exempelvis även ha annonser för olika tillbehör och reservdelar till fordon, samt kan även annonsera relaterade tjänster såsom exempelvis verkstadstjänster.

Relevant marknad och dominerande ställning

En dominerande ställning har av EU-domstolen definierats som en stark ekonomisk ställning hos ett företag som gör det möjligt för företaget att i betydande omfattning agera oberoende av kunder och konkurrenter och i sista hand konsumenterna. En dominerande ställning grundar sig i allmänhet på flera faktorer som var för sig inte nödvändigtvis är avgörande.⁴

För att kunna göra en bedömning av om ett företag har en dominerande ställning är det nödvändigt att definiera en relevant produktmarknad och en relevant geografisk marknad. Den relevanta produktmarknaden omfattar de produkter som köpare anser är utbytbara, dvs. sådana produkter 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, inom vilket konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden framförallt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.⁵

För besökare, dvs. fordonskunder, erbjuder annonsplattformarna en möjlighet att söka bland ett stort antal fordonsannonser från ett stort antal bilhandlare i hela Sverige på ett och samma ställe. Annonssplattformarna erbjuder även verktyg som förenklar sökningen för fordonskunderna och ger dem möjlighet att sortera sina resultat på olika sätt utifrån ett flertal olika fordonsegenskaper. För fordonskunder som söker bland fordonsannonser skiljer sig annonseringen på annonsplattformar på internet därmed från fordonsannonsering i andra kanaler.

Även för annonserande bilhandlare skiljer sig annonseringen på annonsplattformar på internet från annonsering i andra kanaler. Konkurrensverkets genomförda enkät bland svenska bilhandlare visar att många bilhandlare enbart annonserar på annonsplattformar på internet. Olika aktörer som driver annonsplattformar på internet uppger vidare andra, liknande annonsplattformar som sina huvudsakliga konkurrenter.

Vad gäller geografisk marknad erbjuder de aktuella plattformarna möjligheter för svenska bilhandlare att annonsera sina fordon. I Konkurrensverkets utredning har det framkommit att ytterst få bilhandlare i andra närliggande länder annonserar fordon på de aktuella annonsplattformarna. De svenska bilhandlare som annonserar är spridda över hela landet.

Nyss nämnda omständigheter talar för att relevant marknad utgörs av en svensk marknad för annonsplattformar för fordonsannonser på internet. Konkurrens-

⁴ Se EG-domstolens dom i mål C-27/76 *United Brands mot Kommissionen* REG 1978 s 207, p 65.

⁵ Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT 1997/C 372/03.

verket tar dock inte ställning vad gäller definition av relevant marknad eftersom det inte är nödvändigt att göra det för att fatta beslut i ärendet.

I utredningen har framkommit omständigheter som talar för att Blocket och Byt Bil har en stark marknadsposition bland svenska annonsplattformar för fordonsannonser på internet. Mer än 95 procent av respondenterna i Konkurrensverkets genomförda enkät annonserar på Blocket och Byt Bil medan andra konkurrerande annonsplattformar anlitas i betydligt mindre omfattning. Konkurrensverkets utredning indikerar också att Blocket och Byt Bil tillsammans har väsentligt mer omfattande trafik i form av besökande fordonskunder på sina annonsplattformar jämfört med andra konkurrerande plattformar. I utredningen har vidare framkommit uppgifter om att bilhandlare betraktar annonsering på Blocket som en nödvändig förutsättning för att kunna bedriva kommersiell försäljning av framförallt begagnade fordon.

Dessa omständigheter skulle kunna tala för att Blocket och Byt Bil har en dominerande ställning. Konkurrensverket tar dock inte ställning till denna fråga eftersom det inte är nödvändigt för beslutet i ärendet.

Missbruk

Missbruk är ett objektivt begrepp som särskilt omfattar sådant beteende av ett dominerande företag som kan påverka strukturen på en marknad där konkurrensen redan är försvagad just till följd av det dominerande företags existens och som, genom att företaget använder andra metoder än sådana som räknas till normal konkurrens om varor och tjänster på grundval av de ekonomiska aktörernas prestationer, hindrar att den konkurrens som föreligger på marknaden upprätthålls eller utvecklas.⁶

Ett missbruksförfarande kan vara utestängande om det tvingar ut eller marginaliserar existerande konkurrenter på marknaden eller hindrar nya företag att få tillträde till marknaden. Exempel på sådant utestängande missbruk kan vara s.k. kopplingsförbehåll, varmed avses situationer där en kund som köper en produkt även måste köpa en annan produkt av det dominerande företaget.

Annonsplattformarna för fordonsannonsering på internet är s.k. flersidiga plattformar där bilhandlare utgör kunder som köper annonsplats på ena sidan av plattformen, medan besökarna i form av fordonskunder utgör användare på andra sidan av annonsplattformen. På denna typ av flersidiga plattformar finns det generellt ett samband mellan efterfrågan på respektive sida av plattformen, s.k. nätverkseffekter. I det aktuella fallet innebär ett större antal fordonsannonser och annonserande bilhandlare att annonsplattformen kan bli attraktivare för besökare som vill söka och jämföra fordon, medan ett större antal besökare på annonsplattformen kan göra det mer attraktivt för bilhandlare att annonsera där.

⁶ Se EU-domstolens dom i mål C-85/76, *Hoffman-La Roche mot kommissionen*, EU:C:1979:36, p. 91.

Detta samband mellan de olika sidorna medför att annonsplattformar som kan attrahera ett stort antal bilhandlare och ett stort antal besökare kan åtnjuta betydande skalfördelar i förhållande till plattformar som har färre annonserande bilhandlare och/eller färre besökare.

Sambandet mellan de två sidorna av plattformarna medför också att annonserande bilhandlare blir en viktig insatsvara för annonsplattformarna i syfte att attrahera besökare. Ju fler annonserande bilhandlare och ju fler fordonsannonser det finns på en annonsplattform, desto attraktivare kan den bli för besökare som får möjlighet att söka bland, och jämföra mellan, fler fordon på ett och samma ställe. Ett begränsat kundunderlag i form av bilhandlare som kan annonsera sina fordon på plattformen kan därför försvåra för andra annonsplattformar att konkurrera med Blocket och Byt Bil.

Eftersom kundernas incitament att söka till konkurrerande annonsplattformar kan påverkas negativt genom uppställande av ett krav om annonsering på både Blocket och Byt Bil, skulle ett sådant krav kunna riskera att begränsa kundunderlaget för andra annonsplattformar. Detta skulle kunna motverka förekomsten och utvecklingen av en effektiv konkurrens.

Som redovisats ovan har Blocket och Byt Bil informerat Konkurrensverket i mars 2017 om att de avser att ändra sin affärsmodell på ett sätt som innebär att annonsering på Blocket utgör en del av en erbjuden grundprodukt. I den nya affärsmodellen kommer Annonsering på Byt Bil att utgöra en tilläggstjänst till grundprodukten som bilhandlare fritt kan välja att annonsera på. Detta innebär att det tidigare uppställda kravet att annonsering på Blocket förutsatte annonsering på Byt Bil inte längre kommer att gälla. Blocket och Byt Bil har vidare informerat sina kunder om att den förändrade affärsmodellen kommer att genomföras längre fram i år, vilket är något som Konkurrensverket avser att följa upp.

Med hänsyn härtill finner Konkurrensverket inte anledning att utreda ärendet vidare.

Slutsats

Med hänsyn till vad som har framkommit i utredningen finner Konkurrensverket inte anledning att prioritera ytterligare utredning. Konkurrensverket skriver därför av ärendet från vidare handläggning.

Konkurrensverkets beslut att inte utreda saken vidare innebär inte ett ställningstagande till om förfarandet strider mot konkurrensreglerna.

Särskild talan

Konkurrensverkets beslut att inte utreda det påtalade konkurrensproblemet ytterligare kan inte överklagas. Detta följer av 7 kap. 1 § KL.

De företag som berörs av förfarandet kan däremot på egen hand väcka talan vid domstol för att få saken prövad enligt 3 kap. 2 § KL.

Särskild talan om förbud mot missbruk av dominerande ställning enligt 2 kap. 7 § KL (eller enligt artikel 102 i FEUF) väcks genom ansökan om stämning vid Patent- och marknadsdomstolen.

Detta beslut har fattats av tf. generaldirektören. Föredragande har varit konkurrensrådet Erik Westerström.

Karin Lunning

Erik Westerström

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.