

Stockholms tingsrätt
Box 8307
104 20 STOCKHOLM

Ansökan om stämning

Kärande

Konkurrensverket, 103 85 Stockholm

Svarande

1 Com Hem AB, org.nr 556181-8724, Box 8093, 104 20 Stockholm

Ombud: Advokat AA, Mannheimer Swartling Advokatbyrå AB,
Box 1711, 111 87 Stockholm och BB, Freshfields Bruckhaus
Deringer LLP, Strawinskylaan 10, NL-1077 XZ Amsterdam, Nederländerna

2 Canal Digital Kabel-TV AB, org.nr 556763-4976, Tegeluddsvägen 3,
115 80 Stockholm

Ombud: Jur. kand. CC Advokatfirman Vinge KB,
Box 1703, 111 87 Stockholm

Saken

Förbud mot företagskoncentration enligt 4 kap.1 § konkurrenslagen (2008:579)

Yrkande

Konkurrensverket yrkar att Stockholms tingsrätt förbjuder Com Hem AB:s
förvärv av ensam kontroll över Canal Digital Kabel-TV AB.

Konkurrensverket yrkar att förbudet ska förenas med ett vite om 100 miljoner
kronor.

Adress 103 85 Stockholm
Besöksadress Torsgatan 11
Telefon 08-700 16 00
Fax 08-24 55 43
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se

Innehåll

Grunder	4
Utveckling av grunderna för talan	4
Förutsättningar för ett förbud	4
Den anmälda koncentrationen	4
Berörda företag	5
Com Hem	5
CDK	5
Behörighet	6
Bakgrund	6
Generellt om den svenska marknaden för tv-tjänster.....	6
Slutkunderna för mottagande av tv-tjänster	7
Tvåsidig marknad	9
Öppna och slutna nät.....	10
PTS bedömning av marknadsutvecklingen för trådbunden tv.....	11
Marknadsbedömning	11
Parternas verksamhet.....	11
Relevanta marknader	12
Relevant produktmarknad.....	13
Relevant geografisk marknad.....	17
Slutsats relevant marknad.....	18
Påtagligt hämmande av effektiv konkurrens	18
Inledning	18
Marknadsandelar och marknadskoncentration.....	19
Konkurrensen mellan Com Hem och CDK utsläcks.....	22
Förvärvet leder till ökade inträdeshinder.....	23
Marknaden präglas av höga inträdeshinder	23
Förvärvet innebär en förlorad möjlighet till inträde och expansion..	25
Inläsningseffekter leder till ökade inträdeshinder	26
Motverkande köparmakt	27
Sammanfattning – effekter av koncentrationen.....	28
Effektivitetsvinster	28
Allmänt.....	28
Påstådda effektivitetsvinster	28
Konsumentnytta.....	29
Koncentrationsspecifika	30
Kontrollerbara	30
Slutsats.....	31

Påstådda framtida förändringar på marknaden	31
Påstått räddningsförvärv av konkurshotat företag.....	31
Påstått kontrafaktiskt scenario	32
Förslag till åtaganden	32
Sammanfattande slutsats	33
Vite	33
Nationella säkerhets- och försörjningsintressen	34
Bevisuppgift	34

Grunder

- 1 Com Hem AB (Com Hem) har anmält förvärv av ensam kontroll över Canal Digital Kabel-TV AB (CDK).
- 2 Koncentrationen är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens på marknaden för distribution av tv-tjänster i flerfamiljshus genom kollektiva avtal med fastighetsägare i Sverige.
- 3 Ett förbud kan meddelas utan att väsentliga nationella säkerhets- eller försörjningsintressen åsidosätts.

Utveckling av grunderna för talan

Förutsättningar för ett förbud

- 4 Enligt 4 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579), KL, ska en företagskoncentration som prövas enligt denna lag förbjudas om koncentrationen är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en 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. Ett förbud får meddelas endast om inga väsentliga nationella säkerhets- eller försörjningsintressen därigenom åsidosätts.
- 5 Om Konkurrensverket inom den i 4 kap. 11 § KL angivna fristen har beslutat om särskild undersökning, får verket enligt 4 kap. 13 § KL, väcka talan vid Stockholms tingsrätt om förbud enligt 4 kap. 1 § KL.

Den anmälda koncentrationen

- 6 Com Hem och Canal Digital Sverige AB (Canal Digital Sverige) har den 17 juni 2011 ingått ett aktieöverlåtelseavtal enligt vilket Com Hem ska förvärva samtliga aktier i CDK.
- 7 Som ett led i transaktionen har Com Hem även ingått ett separat avtal med AllTele Allmänna Svenska Telefon AB (publ) (Alltele) enligt vilket Com Hem förbundit sig att vidaresälja den del av CDK som avser IPTV till Alltele.
- 8 Den anmälda transaktionen utgör en företagskoncentration enligt 1 kap. 9 § KL.

Berörda företag

Com Hem

- 9 Com Hem är ett svenskt bolag som tillhandahåller fast telefoni-, tv- och bredbandstjänster i Sverige. För denna verksamhet använder Com Hem i huvudsak sitt eget kabelnät. I begränsad utsträckning används även fiberbaserade öppna och vertikala lokala nätverk (fiber-LAN) som ägs av tredje part.
- 10 Com Hem är verksamt i samtliga större tätorter, huvudsakligen i Stockholm, Göteborg och Malmö, samt i ett antal befolkningstäta områden, innefattande Borås, Falun, Hässleholm, Karlstad, Kristianstad, Lund, Nacka, Norrköping, Skellefteå, Solna, Sundsvall, Södertälje, Umeå och Uppsala.
- 11 Vid datumet för anmälans inlämnande till Konkurrensverket ägdes hela Com Hems aktiekapital gemensamt av Providence Equity Partners och The Carlyle Group. Moderbolagen är private equity-bolag och har intressen i telekom- och mediabranschen. Moderbolagen är vidare ägare till bolaget iTUX Communications AB (Itux), som bedriver verksamhet inom området för drift av öppna fiber-LAN. I likhet med Com Hem är Itux aktivt i hela Sverige.
- 12 Den globala omsättningen för samtliga anknutna bolag uppgick år 2010 till ■■■ miljarder kronor, varav ■■■ miljoner kronor i Sverige. Com Hems omsättning samma år uppgick till 4 317 miljoner kronor och är i sin helhet hänförlig till Sverige.
- 13 Efter tidpunkten för anmälan till Konkurrensverket har Com Hem förvärvats i sin helhet av CIE Management IX Limited, ett bolag som slutligt kontrolleras av BC Partners Holdings Limited (BC Partners). BC Partners är ett internationellt private equity-bolag med intressen inom telekombranschen. Förvärvet godkändes av Europeiska Kommissionen den 21 september 2011.

CDK

- 14 CDK är ett svenskt bolag som tillhandahåller tv-tjänster. Sändningarna distribueras genom CDK:s egna kabelnät (innefattande så kallade SMATV¹-nätverk) och i begränsad utsträckning även genom öppna och vertikala fiber-LAN som ägs av tredje part.
- 15 CDK är verksamt i cirka 120 städer och kommuner i Sverige, huvudsakligen i Göteborg och Malmö, men också i andra större områden såsom Eslöv, Falun, Karlshamn, Kristianstad, Linköping, Norrköping, Södertälje, Umeå, Stockholm och Ängelholm.

¹ Satellite Master Antenna Television.

- 16 CDK tillhandahåller inte på egen hand bredbands- och teletjänster. Emellertid äger CDK ■ procent av aktierna i Bredband IT Communications Sweden AB (Bitcom) som i sin tur äger Seth's Antenn och Teleteknik AB (Seth's) i sin helhet. Seth's är verksamt på slutkundsmarknaden för tv-tjänster och bredbandsinternet i begränsad utsträckning och agerar återförsäljare åt CDK.
- 17 CDK ägs för närvarande i sin helhet av Canal Digital Sverige. Canal Digital Sverige är ett indirekt helägt dotterbolag till Telenor ASA (Telenor).
- 18 CDK bedrev ingen verksamhet före den 1 mars 2011 då Canal Digital Sverige genomförde en "carve-out" av sina kabel-tv- och IPTV-verksamheter och därefter överförde dessa verksamheter till CDK.
- 19 CDK:s pro-forma omsättning för den verksamhet som ingår i överlåtelsen uppgick för 2010 till ■ miljoner kronor, varav hela omsättningen är att hänföra till Sverige.

Behörighet

- 20 De berörda företagens sammanlagda omsättning översteg föregående räkenskapsår en miljard kronor i Sverige. Företagen hade samma år vart och ett en omsättning som översteg 200 miljoner kronor i Sverige. Tröskelvärdena i EU:s koncentrationsförordning är inte uppfyllda. Koncentrationen är därmed anmälningspliktig enligt 4 kap. 6 § KL och Konkurrensverket är behörigt att pröva koncentrationen.
- 21 Anmälan var fullständig den 22 juli 2011. Den 25 augusti 2011 beslutade Konkurrensverket att genomföra en särskild undersökning av koncentrationen. Beslut om särskild undersökning har således fattats inom den frist som anges i 4 kap. 11 § KL.
- 22 Enligt 4 kap. 13 § KL får Konkurrensverket väcka talan vid Stockholms tingsrätt om förbud enligt 4 kap. 1 § KL senast den 25 november 2011.

Bakgrund

Generellt om den svenska marknaden för tv-tjänster

- 23 Produktion och distribution av tv-sändningar till slutkund sker i olika led i vilka olika aktörer är verksamma.
- 24 Tv-innehållet, dvs. programmen, produceras vanligen av ett *produktionsbolag*. Exempel på produktionsbolag är Strix Television AB.

- 25 Produktionsbolaget levererar innehållet till ett *programbolag*. Exempel på programbolag är Viasat AB (Viasat), TV4 AB, SBS Broadcasting (Sweden) AB och Eurosport Television AB.
- 26 Programbolagen paketerar innehållet i form av kanaler. Kanalerna utgör i sin tur del i olika kanalpaket som sätts samman av så kallade *SMS-bolag*.² Exempel på SMS-bolag är Com Hem, CDK och Boxer TV Access AB (Boxer). SMS-bolagen har en direkt avtalsrelation med slutkunden. För att innehållet ska nå slutkunden krävs en programutsändningstjänst som levereras av en *operatör*. Exempel på operatör är Teracom AB.
- 27 Slutkunden, eller den part med vilken SMS-bolaget ingår avtal med om leverans av tv-tjänster, är antingen individuella hushåll eller fastighetsägare, bostadsrättsförening eller liknande sammanslutning som ingår kollektiva avtal för sina boendes räkning. De aktörer som ingår kollektiva avtal för sina boendes räkning kommer i den följande framställningen gemensamt benämnas *fastighetsägare*.
- 28 Distribution av tv-sändningar sker i huvudsak via sex olika *utsändningsplattformar*, nämligen via kabel, fiber-LAN, SMATV, xDSL, satellit och marknät.³ När det gäller utsändningarna via kabel och fiber-LAN är SMS-bolag och operatörer oftast vertikalt integrerade.⁴ Detta gäller även Com Hem och CDK som båda är såväl SMS-bolag som operatörer. SMS-bolag och operatörer benämns i det följande *tv-distributör*.
- 29 Beroende på om hushållet har tekniska förutsättningar att motta tv-sändningar via flera olika utsändningsplattformar, är det möjligt för det enskilda hushållet att vara abonnent till olika tv-distributörer samtidigt. Av de svenska hushållen har 42 procent kabel-tv, 34 procent tv via marknätet, 19 procent tv via satellit, 8 procent IPTV, 2 procent är anslutna till SMATV och 1 procent är anslutna till någon annan plattform.⁵

Slutkunderna för mottagande av tv-tjänster

- 30 Den svenska marknaden för tv-tjänster består totalt av cirka 4,9 miljoner hushåll.⁶ Av dessa har cirka 300 000 hushåll valt att endast ta emot endast fri-tv-kanalerna⁷ och därmed inte slutit avtal med någon tv-distributör.

² SMS är en förkortning för Subscriber Management System.

³ PTS rapport PTS-ER-2010:21 *Marknadsutveckling för trådbunden tv*, s. 5.

⁴ PTS rapport PTS-ER-2010:21 *Marknadsutveckling för trådbunden tv*, s. 19.

⁵ MMS Basundersökning 2011:1. Den samlade totala procentsatsen överstiger 100 procent vilket har sin förklaring i att vissa hushåll erhåller tv-sändningar via flera olika distributionsplattformar samtidigt.

⁶ Myndigheten för radio och TV:s rapport *Medieutveckling 2011*, s. 60.

- 31 Enskilda hushåll som bor i enfamiljshus kan ofta välja via vilken utsändningsplattform de vill ta emot tv-tjänster samt via vilken aktör. Avtal sluts mellan det enskilda hushållet och den valda distributören av tv-tjänster.
- 32 I flerfamiljshus har fastighetsägare, som nämnts ovan, möjlighet att avtala om kollektiv anslutning till tv-tjänster för sina boendes räkning.
- 33 När fastighetsägare tecknar kollektiva avtal om tv-tjänster beslutar de om vilka kanaler som de enskilda hushållen i fastigheten ska ha möjlighet att ta emot. De kanaler som tillhandahålls via fastighetsägaren till det enskilda hushållet utgör ett så kallat basutbud. Kostnaden för detta basutbud ingår i regel i det enskilda hushållets avgift eller hyra och utgör således inte en separat avgift.
- 34 Fastighetsägarens beslut föregås av förhandling med tv-distributören om basutbudets innehåll och prissättning. Generellt kan sägas att basutbudet innehåller tittarmässigt populära kanaler och att kanalpaketet består av såväl annonsfinansierade kanaler som kanaler vilka är avgiftsfinansierade. Bredden på basutbudet skiljer sig mellan olika tv-distributörer på marknaden.
- 35 Det är fastighetsägaren som beslutar vilken infrastruktur som ska finnas i fastigheten. Distribution av tv-tjänster genom kollektiva avtal sker dock främst via kabel-tv-nät. Kabel-tv-nät finns i över 80 procent av flerfamiljs-husen.⁸
- 36 Det basutbud som avtalats kollektivt distribueras i de flesta fall genom analoga signaler i nätet. Detta möjliggör för de boende att ta emot ett kanalpaket utan att behöva införskaffa digital-tv-box till tv-mottagaren.
- 37 Utöver basutbudet kan det enskilda hushållet sedan teckna avtal med valfri tv-distributör avseende ett så kallat tilläggsutbud, där tv-distributörerna marknadsför ytterligare kanaler både styckvis och i paket. Tilläggsutbudet är uteslutande digitalt. Även de kanaler som sänds analogt i basutbudet sänds i tilläggsutbudet digitalt. För att tillgodogöra sig tilläggsutbudet krävs därför en digital-tv-box. För att hushållet ska kunna teckna avtal om tilläggsutbud med annan tv-distributör än den som distribuerar basutbudet till flerfamiljs-huset krävs att det finns en parallell utsändningsplattform tillgänglig i huset.

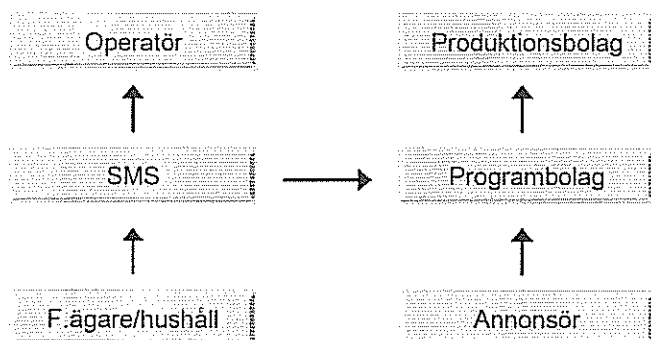
⁷ Fri-tv-kanalerna är de kanaler som går att ta emot och titta på utan kostnad. De är SVT1, SVT2, SVT24, SVTB, Kunskapskanalen, TV4, TV6 och TV Finland. På vissa platser runt om i landet finns även en lokal kanal.

⁸ PTS rapport PTS-ER-2010:21 *Marknadsutveckling för trådbunden tv*, s. 23.

- 38 De flesta hushåll i flerfamiljshus som väljer att köpa ett tilläggsutbud får leverans även av tilläggsutbudet genom kabel-tv-nätet. Ett alternativ till kabel-tv är IPTV, vilket levereras via fiber-LAN eller xDSL. Inom dessa plattformar är TeliaSonera AB (TeliaSonera) och Tele2 AB (Tele2) de största leverantörerna. För att kunna ta emot tv via fiber-LAN eller xDSL krävs en digital-tv-box, då ingen analog utsändning förekommer via dessa plattformar. Eftersom dessa tv-tjänster levereras via bredbandsuppkopplingen uppkommer vidare vissa kostnader för installationsmoment och extra-utrustning.
- 39 Andra alternativ kan i vissa fall vara tv-distribution via marknätet (Boxer) och via satellit (Canal Digital Sverige och Viasat). I många fall finns dock begränsningar vad gäller möjligheten att ta emot signaler från marknät och satellit för boende i flerfamiljshus. Mottagningsförhållandena kan variera kraftigt med väderstreck och topografi. Fastighetsägaren kan också ha starka invändningar mot att parabol monterats på fasaden i flerfamiljshus. Även vid mottagning av tv via marknätet och satellit krävs en digital-tv-box då utsändningen av tv-signaler sker digitalt.

Tvåsidig marknad

- 40 Tv-marknaden är tvåsidig eftersom utsändningsplattformarna för samman tittare och programbolag, samt i många fall annonsörer.⁹ De kanaler programbolagen tillhandahåller kan finansieras genom avgifter betalda av slutkunden, så kallade abonnemangsinträder, eller genom annonsintäkter som programbolagen erhåller genom att upplåta tittartid till annonsörer. Det finns även kanaler som finansieras genom en kombination av abonnemangsavgifter och annonsintäkter.
- 41 Bilden nedan åskådliggör betalningsflöden mellan de olika typerna av aktörer på tv-marknaden.



Källa: PTS rapport PTS-ER-2010:21 Marknadsutveckling för trådbunden TV.

⁹ PTS rapport PTS-ER-2010:21 Marknadsutvecklingen för trådbunden tv, s. 20-21.

- 42 I de flesta fall får programbolagen betalt av tv-distributören baserat på antalet abonnenter som har tillgång till programbolagets kanaler. Ersättningens storlek avtalas mellan distributören och programbolaget och styrs av kanalens profil, hur attraktiv kanalen är för distributören att ha i sitt utbud, samt hur stora reklamintäkter programbolaget får in genom att sälja annonstid i kanalen.
- 43 Programbolag med till största delen annonsfinansierade kanaler har ett särskilt intresse av att nå en så stor grupp tittare som möjligt för att erhålla maximal vinning på försäljningen av annonstid. För dessa kanaler är det viktigt att nå så många tittare som möjligt för att i sin tur kunna ta ut så högt pris på annonstiden som möjligt. Tv-distributörerna säljer ofta kanalerna i olika paket med olika pris. För att nå så många tittare som möjligt är det viktigt för programbolagen att ha sina kanaler i de paket som når flest antal tittare. Av detta följer att det även är viktigt för tv-distributörerna att nå ett så stort antal hushåll som möjligt för att kunna locka till sig attraktiva kanaler och få bra villkor.
- 44 Andra kanaler får istället merparten av sina intäkter genom att abonnenterna betalar en högre abonnemangsavgift för att kunna få tillgång till kanalen. I vissa fall har dessa kanaler även vissa annonsintäkter. För sådana kanaler är det inte helt nödvändigt att nå så många tittare som möjligt. Däremot är det viktigt att nå de tittare som vill betala för att få tillgång till utbudet. Kanalerna ligger ofta i ett så kallat tilläggs paket som är högre prissatt. Det kan till exempel röra sig om kanalpaket som är inriktade på film eller sport.

Öppna och slutna nät

- 45 Det finns två huvudmodeller för att ansluta exempelvis ett fastighetsbestånd till ett fast bredbandsnät som kan användas för utsändning av tv. Den ena modellen utgörs av anslutning till ett slutet nät, där en och samma aktör står för såväl nät, anslutning som slutkundstjänster. Distributören får då oftast exklusivitet, till exempel när det gäller försäljning av slutkundstjänster, under en bestämd period.
- 46 Den andra modellen innebär anslutning till ett öppet nät. Ett öppet nät är ett nät som görs tillgängligt för och kan användas av olika tjänsteleverantörer för att leverera olika produkter och tjänster utan att dessa aktörer har exklusivitet. I ett sådant nät svarar en kommunikationsoperatör för drift och underhåll av nätet. En annan viktig uppgift är att vara förmedlare av slutkundstjänster i nätet. Kommunikationsoperatören säkerställer att nätet är öppet för alla slutanvändare att ansluta sig till och att dessa fritt kan välja bland de tjänsteleverantörer som finns anslutna till nätet. På samma sätt ska det vara öppet för alla tjänsteleverantörer att ansluta sig till nätet. Ett öppet nät kan utgöras av ett fastighetsnät eller kommunalägt stadsnät.

PTS bedömning av marknadsutvecklingen för trådbunden tv

- 47 Post- och telestyrelsen (PTS) genomförde 2010 en utredning av marknadsförhållandena avseende tv-sändning via kabel, SMATV, fiber-LAN och xDSL. Utredningen utmynnade i en rapport som publicerades så sent som den 10 december 2010 (PTS-ER-2010:21). Rapporten ger en utförlig beskrivning av tekniken, marknaderna och konkurrensförhållandena och återopas därför som bevisning, se Konkurrensverkets bevisuppgift.

Marknadsbedömning**Parternas verksamhet**

- 48 Com Hem och CDK distribuerar tv-tjänster i huvudsak genom kabel men också i begränsad utsträckning genom tredje parts öppna fiber-LAN. Tv-tjänsterna tillhandahålls nästan uteslutande till flerfamiljshus.
- 49 Genom sitt kabel-tv-nät tillhandahåller Com Hem analoga tv-utsändningar till cirka 1,76 miljoner hushåll i Sverige. Av dessa har cirka [REDACTED] hushåll även valt att köpa Com Hems digitala tilläggstjänster.
- 50 CDK tillhandahåller analoga kabel-tv-utsändningar till cirka 200 000 hushåll. Av dessa tillhandahåller CDK digitala tilläggstjänster till cirka [REDACTED] hushåll.
- 51 Com Hem och CDK är således båda verksamma såväl inom distribution av analoga kabel-tv utsändningar som inom tillhandahållandet av digitala tilläggstjänster.
- 52 Com Hems systerbolag Itux är verksamt som kommunikationsoperatör och tillhandahåller drift av öppna fiber-LAN som tredje parter (inklusive Com Hem och CDK) använder för distribution av tv-, bredband- och teletjänster. Com Hem har för avsikt att, som ett led i koncentrationen, avyttra hela CDK:s IPTV-verksamhet till Alltele. Således uppstår inget vertikalt samband mellan Itux och CDK:s IPTV-verksamhet till följd av koncentrationen.
- 53 Com Hem tillhandahåller också fast telefoni- och bredbandstjänster genom sitt kabelnät. CDK äger [REDACTED] procent av aktierna i Bitcom som tillhandahåller bredbandstjänster till ett begränsat antal abonnenter ([REDACTED]). [REDACTED] Den potentiella horisontella överlappningen avseende bredband är emellertid liten. Avseende telefoni föreligger ingen horisontell överlappning eftersom CDK inte är verksamt inom detta område.

- 54 Com Hem tillhandahåller tv-, telefoni- och bredbandstjänster både som enskilda tjänster men också som en del av så kallade multi-play- eller triple-play-paket. Sådana paket kombinerar olika tjänster (t.ex. tv, bredband och telefoni) till ett samlat pris. Då CDK inte tillhandahåller bredband och telefonitjänster, tillhandahåller företaget heller inte några multi-play- eller triple-play-paket till sina kunder. Därför kommer effekterna av koncentrationen uteslutande att bedömas beträffande tv-tjänster. Det finns därmed ingen anledning i det här ärendet att avgöra huruvida en separat multi-play- eller triple-play-marknad skulle kunna avgränsas.
- 55 Inköp av kanaler och programinnehåll är en nödvändig förutsättning för att kunna distribuera tv-tjänster. Konkurrentverket har dock inte funnit skäl att avgränsa en separat relevant grossistmarknad för inköp av kanaler och programinnehåll för att kunna bedöma effekterna av koncentrationen. Förutsättningarna för inköp av kanaler och programinnehåll påverkar dock bedömningen av huruvida det föreligger ett påtagligt hämmande av effektiv konkurrens på den marknad för tv-distribution som Konkurrentverket nedan definierar som den relevanta marknaden.

Relevanta marknader

- 56 Relevant produktmarknad utgörs av alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, sitt pris och den tilltänkta användningen, betraktas som utbytbara av konsumenterna.¹⁰ Företagen utsätts för tre huvudtyper av konkurrenstryck. Utbytbarhet på efterfrågesidan, utbytbarhet på utbudssidan och potentiell konkurrens. Ur ekonomisk synvinkel och i samband med avgränsningen av den relevanta marknaden utgör utbytbarheten på efterfrågesidan det mest omedelbara och effektiva konkurrenstrycket för leverantörer av en viss produkt, särskilt i fråga om prissättning. Ett företag eller en företagsgrupp kan inte ha väsentligt inflytande på de rådande försäljningsvillkoren, såsom priser, om det är lätt för dess kunder att gå över till tillgängliga substitutvaror eller till leverantörer någon annanstans.¹¹
- 57 Det konkurrenstryck som utbytbarhet på utbudssidan och potentiell konkurrens ger upphov till har i regel en mindre omedelbar verkan än utbytbarhet på efterfrågesidan och kräver att ytterligare faktorer analyseras. Följaktligen beaktas sådant konkurrenstryck först i samband med koncentrationens effekter.¹² I de situationer då utbytbarheten på utbudssidan kan jämföras med utbytbarhet på efterfrågesidan vad gäller effektivitet och

¹⁰ Europeiska kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, p. 7.

¹¹ Europeiska kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, p. 13.

¹² Europeiska kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, p. 14.

omedelbarhet kan denna dock beaktas i samband med marknadsavgränsningen.¹³

58 Relevant geografisk marknad omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna eller tjänsterna, inom vilken konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden framför allt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.¹⁴

59 Avgörande är om det, vid en liten (5–10 procent) varaktig ökning av de relativa priserna på produkterna i de geografiska områden som undersöks, skulle vara enkelt för företagets kunder att gå över till lätt tillgängliga substitut eller till leverantörer inom andra geografiska områden. Om substitutionen skulle vara tillräcklig för att göra prisökningen olönsam på grund av minskad försäljning, ska ytterligare substitut och/eller områden tillfogas den relevanta marknaden. Övningen upprepas till dess att man hittar en marknad där en sådan liten (5–10 procent) varaktig ökning av de relativa priserna skulle vara lönsam.¹⁵

Relevant produktmarknad

- 60 Både Com Hem och CDK är, som nämnts ovan, verksamma inom distribution av tv-tjänster via kabel och, i begränsad utsträckning, via fiber-LAN.
- 61 Till följd av skillnader i konkurrensvillkoren finns skäl att skilja mellan utsändningsplattformar som används vid distribution av tv-tjänster i huvudsak till flerfamiljshus och utsändningsplattformar som används vid distribution av tv-tjänster i huvudsak till enfamiljshus.
- 62 Vidare finns, såvitt gäller distribution av tv-tjänster till flerfamiljshus, skäl att skilja mellan distribution av tv-tjänster enligt kollektiva avtal med fastighetsägare respektive distribution av tv-tjänster enligt avtal med de enskilda hushållen.
- 63 Av skäl som vidare kommer att redogöras för nedan, utgörs därför relevant marknad av marknaden för distribution av tv-tjänster i flerfamiljshus genom kollektiva avtal med fastighetsägare (*fastighetsägarmarknaden*).

¹³ Europeiska kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, p. 20.

¹⁴ Europeiska kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, p. 8.

¹⁵ Europeiska kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, p. 17.

- 64 Det finns betydande skillnader mellan distribution av tv-tjänster i flerfamiljshus och distribution av tv-tjänster till enfamiljshus. De flesta flerfamiljshus får tv-signaler via kabel. En liten andel av flerfamiljshusen har andra lösningar, som SMATV eller tv via fiber-LAN. Kabel-tv, SMATV och fiber-LAN har en begränsad täckning som är koncentrerad till mer tätbefolkade områden. Marknät och satellit täcker större delen av Sveriges hushåll, men kan tas emot framför allt i enfamiljshus.
- 65 Till följd av skillnader i täckning, köpmönster och begränsade möjligheter att ta emot tv via satellit och marknät i flerfamiljshus, finns skäl att dela in utsändningsplattformarna i två grupper beroende på boendeform.
- 66 I ett flerfamiljshus är det fastighetsägaren som beslutar om vilken infrastruktur som ska finnas tillgänglig och därmed vilka distributörer som har möjlighet att erbjuda tv-tjänster till de enskilda hushållen i fastigheten. Fastighetsägaren ingår i regel ett kollektivt avtal med tv-distributören om ett basutbud till samtliga hushåll inom fastigheten. Avtalsrättsligt är det tv-distributören som är leverantör och fastighetsägaren som är kund.
- 67 Kollektiv distribution av tv-tjänster till fastighetsägare sker via kabel, fiber-LAN och SMATV.
- 68 För en fastighetsägare finns en viss utbytbarhet mellan kollektiva tv-tjänster via kabel och kollektiva tv-tjänster via fiber-LAN. När fastighetsägaren ska avtala om kollektiva anslutningar tas ofta hänsyn till infrastrukturens möjligheter att, utöver tv-tjänster, kunna erbjuda hushållen telefoni och bredband. Både kabel-tv-nät och fiber-LAN har tekniska förutsättningar att utöver tv-tjänster erbjuda bredbands- och telefonitjänster.¹⁶ Vidare kan de tillhandahålla interaktiva tjänster såsom video-on-demand och hdtv.
- 69 Tv-tjänster via fiber-LAN utövar således ett visst konkurrenstryck på tv-tjänster via kabel-tv. I de fall då fiber-LAN dras in som en parallell infrastruktur utgör fiber-LAN dock i de flesta fall inte ett likvärdigt alternativ till kabel-tv. Detta eftersom uttag till fiber-LAN ofta installeras endast i lägenhetens hall medan uttag till kabel-tv sedan tidigare är installerade i första hand i vardagsrummet, dvs. på det ställe i lägenheten där tv:n normalt sett är placerad. Vidare sänds tv via fiber-LAN alltid digitalt och därför krävs alltid digital-tv-box.
- 70 SMATV-nät är normalt inte anpassade för dubbelriktad kommunikation och kan därför, till skillnad från kabel-tv och fiber-LAN, inte användas för något

¹⁶ För att sådana tjänster ska kunna levereras via kabel-tv-nät krävs dock att näten är returaktiverade så att de kan bära dubbelriktad kommunikation.

annat än utsändning av tablålagd tv.¹⁷ På mindre orter distribueras tv-tjänster till flerfamiljshus emellertid ofta genom SMATV. Detta talar för att även SMATV i viss utsträckning är utbytbar mot tv via kabel.

- 71 Trots att fiber-LAN och SMATV endast utövar ett begränsat konkurrenstryck på kabel-tv väljer Konkurrensverket att utgå från den marknadsavgränsning som är mest fördelaktig för parterna vad gäller dessa två utsändningsplattformar. Konkurrensverket inkluderar således fiber-LAN och SMATV i den relevanta marknaden.
- 72 xDSL, marknät och satellit är samtliga individuella lösningar för de enskilda hushållen att ta emot tv. Det finns dock många skäl till att fastighetsägaren vill erbjuda hushållen en kollektiv lösning med distribution via fastighetsnätet. Säkra tv-leveranser är viktiga för hushållen och höjer värdet på bostäderna och gör dem mer attraktiva för potentiella hyresgäster. För fastighetsägarna är det i praktiken inte ett alternativ att avstå från att teckna kollektiva avtal vilket visar på mycket begränsad utbytbarhet.
- 73 Abonnemang för tv-tjänster via xDSL tecknas alltid individuellt av hushållen. Tv-sändningar via xDSL utgör därmed inget alternativ för fastighetsägare som vill upphandla tjänster kollektivt för samtliga hushåll.¹⁸ Dessutom erbjuds tv-tjänster via xDSL främst av TeliaSonera som enbart tillhandahåller tjänsten tillsammans med sina bredbandstjänster. Detta minskar ytterligare utbytbarheten gentemot de kollektiva tv-tjänsterna. Antalet hushåll som abonnerar på tv-tjänster via xDSL uppvisar en nedåtgående trend och uppgick år 2010 till endast 269 000 hushåll. Av dessa återfinns endast en mindre del av hushållen i flerfamiljshus. Av Com Hems 1,76 miljoner kollektivanslutna hushåll har dessutom endast [REDACTED] hushåll tecknat individuellt avtal om tv-tjänster via xDSL och fiber-LAN sammantaget. Den prispress som tillhandahållandet av tv via xDSL utövar på tv-tjänster via kollektiva avtal är således ytterst begränsad. xDSL utgör därför inte ett tillräckligt nära substitut till tv-tjänster via kollektiva avtal.
- 74 Tv-tjänster via marknätet erhålls individuellt genom avtal med Boxer. Tv-sändningar via marknätet utgör därmed inget alternativ för fastighetsägare som vill upphandla tjänster kollektivt för samtliga hushåll. Sändningar via marknätet kan framförallt tas emot i enfamiljshus eftersom det i många fall finns tekniska begränsningar vad gäller möjligheten att ta emot signaler från marknätet i flerfamiljshus. Av Com Hems 1,76 miljoner kollektivanslutna hushåll, har endast [REDACTED] hushåll tecknat individuellt avtal om tv-tjänster via marknätet – dvs. mindre än [REDACTED] procent av Com Hems hela bestånd. Den

¹⁷ Med tablålagd tv avses rena tv-utsändningar utan möjlighet till tilläggstjänster som till exempel video-on-demand.

¹⁸ Jfr PTS rapport PTS-ER-2010:21 *Marknadsutveckling för trådbunden tv*, s. 43.

prispress som tillhandahållandet av tv via marknätet utövar på tv-tjänster via kollektiva avtal är således ytterst begränsad. Tv-tjänster via marknätet utgör därför inte ett tillräckligt nära substitut till tv-tjänster via kollektiva avtal.

- 75 Tv-tjänster via satellit erhålls genom avtal som hushållen tecknar individuellt. Tv-sändningar via satellit utgör därmed inget alternativ för fastighetsägare som vill upphandla tjänster kollektivt för samtliga hushåll. Satellit kan framförallt tas emot i enfamiljshus eftersom det i många fall finns tekniska begränsningar vad gäller möjligheten att ta emot signaler från satellit i flerfamiljshus. Av Com Hems 1,76 miljoner kollektivanslutna hushåll, har endast [REDACTED] hushåll tecknat individuellt avtal om tv-tjänster via satellit – dvs. ungefär 1 procent av Com Hems hela bestånd. Den prispress som tillhandahållandet av tv via satellit utövar på tv-tjänster via kollektiva avtal är således ytterst begränsad. Tv-tjänster via satellit utgör därför inte ett tillräckligt nära substitut till tv-tjänster via kollektiva avtal.
- 76 Den relevanta produktmarknaden utgörs därför av distribution av tv-tjänster i flerfamiljshus genom kollektiva avtal med fastighetsägare via kabel, fiber och SMATV. Distribution av tv-tjänster genom avtal med enskilda hushåll i flerfamiljshus fungerar i mångt och mycket som en eftermarknad till fastighetsägarmarknaden. Förvärvets effekter på distributionen av tv-tjänster genom avtal med enskilda hushåll kan därför bedömas inom ramen för förvärvets effekter på fastighetsägarmarknaden.
- 77 Com Hem har under utredningen framfört att Konkurrensverkets marknadsavgränsning avviker från vad PTS har kommit fram till i sina analyser, bl.a. i olika beslut och i rapporten PTS-ER-2010:21 *Marknadsutveckling för trådbunden tv*. Det bör dock noteras att PTS analyser har rört behovet av förhandsreglering av de programutsändningstjänster som programbolagen köper av distributörer, dvs. tjänster som tillhandahålls på en annan nivå i värdekedjan än den marknad som berörs i detta ärende. Konkurrensverket har i dessa sammanhang hållit med PTS att det förekommer viss infrastrukturkonkurrens och viss kundrörlighet mellan olika plattformar, närmare bestämt att det digitala marknätet möter konkurrens från satellit och xDSL. Konkurrensverkets marknadsavgränsning i detta ärende är fullt förenlig med verkets yttranden i dessa tidigare sammanhang.

Relevant geografisk marknad

- 78 Tv-distributörers möjlighet att konkurrera om fastighetskontrakt beror på nationella, regionala och lokala faktorer. På nationell nivå är konkurrenskraften i tv-distributörens programutbud av stor vikt. Ett tilltalande sortiment av tv-kanaler samt låga inköpskostnader är ett viktigt konkurrensmedel på nationell nivå. Ju fler hushåll distributören ansluter, desto mer intressant är det för programbolagen att teckna avtal och desto lägre inköpskostnad har distributören för tv-kanaler. Ett känt varumärke är också en konkurrensfördel på nationell nivå.
- 79 För att kunna etablera sig lokalt på en ort krävs en viss kritisk kundmassa som kan bära de fasta kostnader det innebär att etablera sig lokalt, såsom transmission av signaler och en huvudcentral som kan erbjuda analoga sändningar i kabel-tv. Enligt Konkurrensverkets utredning krävs tusen hushåll eller fler för att ekonomiskt kunna motivera en sådan investering.
- 80 Antalet hushåll i flerfamiljshus varierar mellan olika orter i landet. Därigenom varierar också möjligheten för flera distributörer att vara verksamma på samma ort. En tv-distributör som redan är etablerad lokalt kan lättare vinna nya (och mindre) affärer än en distributör som inte är etablerad och därför måste säkra en större mängd hushåll innan en etablering kan bli aktuell.
- 81 Kostnaden för att ansluta en enskild fastighet varierar också för olika tv-distributörer i olika delar av landet, främst beroende på vilken infrastruktur som finns tillgänglig och kan användas alternativt vilka förutsättningar det finns att etablera ny infrastruktur. En kabel-tv-distributör som har verksamhet i ett område har i regel kostnadsfördelar jämfört med distributörer som inte har det. Hur stor denna fördel är varierar dock med tillgången till alternativ infrastruktur, hur långa avstånd det rör sig om och hur stora fastigheterna är.
- 82 Om en tv-distributör, utöver att erbjuda ett kollektivt basutbud av tv-kanaler till fastighetsägaren, har möjlighet att sälja tilläggstjänster till de enskilda hushållen – i form av digital-tv, bredband och telefoni – påverkar det vilket pris som kan erbjudas fastighetsägaren. Ju fler tilläggstjänster en distributör förväntar sig att sälja till de enskilda hushållen, desto lägre pris kan distributörer erbjuda fastighetsägaren för det kollektiva basutbudet.
- 83 Betydelsen av de lokala faktorer som redovisats ovan visas av att tv-distributörerna räknar på varje enskild affär inför erbjudande till fastighetsägare.

- 84 Konkurrensen på marknaden har således både nationella och lokala komponenter. Konkurrensverket bedömer att den relevanta marknaden är nationell. Även om den relevanta marknaden är nationell kan särskilt starka effekter av koncentrationen uppkomma lokalt. Konkurrensverket kommer därför i det följande att bedöma förvärvets effekter både nationellt och lokalt.

Slutsats relevant marknad

- 85 Relevant marknad utgörs således av marknaden för distribution av tv-tjänster i flerfamiljshus genom kollektiva avtal med fastighetsägare i Sverige.

Påtagligt hämmande av effektiv konkurrens

Inledning

- 86 En företagskoncentration ska förbjudas om den är ägnad att påtagligt hämma förekomsten av eller utvecklingen av en effektiv konkurrens. Vid prövningen ska det särskilt beaktas om koncentrationen medför att en dominerande ställning skapas eller förstärks.¹⁹ Prövningen är i allt väsentligt inriktad på att göra en prognos över vilka effekter en koncentration kan få för konkurrensen på den relevanta marknaden.
- 87 En koncentration kan påtagligt hämma den effektiva konkurrensen på en marknad genom att den eliminerar ett betydande konkurrenstryck som en eller flera säljare varit utsatta för. Den mest direkta effekten av koncentrationen är att konkurrensen mellan de samgående företagen försvinner. Företag på samma marknad som inte går samman kan också dra nytta av det minskade konkurrenstryck som följer av koncentrationen, eftersom de samgående företagens prishöjning kan styra en del av efterfrågan till de konkurrerande företagen, som i sin tur kan finna det lönsamt att höja sina priser. Minskningen av detta konkurrenstryck skulle kunna leda till betydande prishöjningar på den relevanta marknaden.²⁰
- 88 Om Com Hem förvärvar CDK kommer detta att leda till höjda priser eller på annat sätt försämrat erbjudande till kunderna. Detta är en följd av att Com Hem och CDK, som innan förvärvet är konkurrenter, slutar utöva ett disciplinerande konkurrenstryck på varandra. Förvärvet leder också till ökade inträdeshinder på den relevanta marknaden. Detta är en följd av den relevanta marknadens funktionssätt och att en dominerande ställning skapas eller förstärks.

¹⁹ 4 kap. 1 § KL.

²⁰ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 24.

Marknadsandelar och marknadskoncentration

- 89 Marknadsandelar och marknadskoncentration ger en indikation på marknadsstrukturen och den betydelse de samgående parterna och deras konkurrenter har i konkurrenshänseende. Enligt rättspraxis kan en marknadsandel på 50 procent eller mer i sig utgöra en presumtion för en dominerande ställning.²¹ Skulle marknadsandelen överstiga 65 procent torde presumptionen för marknadsdominans bli nästan omöjlig att kullkasta, särskilt om de konkurrerande företagen är relativt små eller av mindre betydelse.²²
- 90 I tabellen nedan presenteras uppskattade nationella marknadsandelar på den relevanta marknaden.²³

Tabell 1. Marknadsandelar baserat på analog kabel-tv via fastighetsägaren, digital kabel-tv via fastighetsägaren och LAN, både individuellt och via fastighetsägaren

	2009	2010
Com Hem AB	64,2%	61,3%
Tele2 Sverige AB	7,7%	10,0%
Canal Digital Sverige AB (CDK)	8,2%	7,5%
TeliaSonera AB	4,4%	6,6%
AB Sappa		3,2%
Telenor Sverige AB	0,5%	0,4%
Övriga	15,1%	11,1%
Summa	100%	100%

Källa: PTS statistikportal, Svensk Telemarknad halvår, tabell 23.

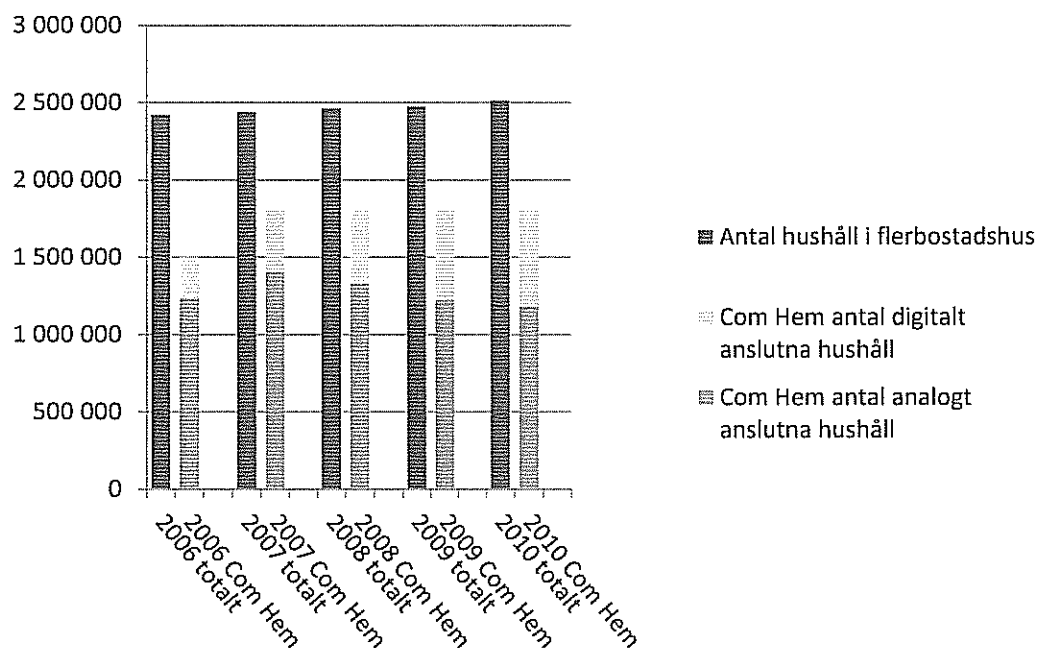
- 91 Com Hem är den största aktören med 61,3 procent av marknaden följt av Tele2 och CDK med 10 respektive 7,5 procents marknadsandel. Efter koncentrationen kommer Com Hem att ha en marknadsandel om 68,8 procent. Över tid har Com Hems marknadsandelar varit höga och stabila.
- 92 Att Com Hems marknadsandelar har varit höga och stabila visas även av tabellen nedan där det framgår att Com Hem har haft ett stabilt och i princip oförändrat hushållsbestånd under ett flertal år.

²¹ Mål T-221/95, *Endemol mot kommissionen*, REG 1999, s. II-1299 och mål T-102/96 *Gencor mot kommissionen*, REG 1999, s. II-753.

²² Prop. 1992/93:56, s. 98 jmf med s. 85.

²³ I underlaget saknas uppdelning avseende LAN mellan individuella avtal och kollektiva avtal. Båda avtalsmodellerna förekommer dock och LAN-abonnemang som tecknats via fastighetsägare utgör en delmängd av totala antalet LAN-abonnemang. I beräkningarna i tabellen har dock alla abonnemang för LAN inkluderats, vilket innebär att Com Hems marknadsandel underskattas. Antalet hushåll blir överskattat pga. överlapp mellan LAN och analog kabel.

Tabell 2. Antal anslutna hushåll för Com Hem, antal digitalt anslutna hushåll, antal analogt anslutna hushåll samt totalt antal hushåll i flerbostadshus i Sverige.



Källa: Com Hems årsredovisningar för åren 2006 till och med 2010 samt statistik från SCB

- 93 Vid bedömningen av dominans finns det en risk att man vid marknadsavgränsningen överskattar utbytbarheten gentemot andra alternativ vilket tenderar att göra marknadsavgränsningen för bred och underskatta dominantens marknadsmakt.²⁴ Risken för en sådan överskattning, den så kallade *cellophane fallacy*, är särskilt stor på en marknad som denna, där Com Hem har höga marknadsandelar.
- 94 Koncentrationen på en marknad kan mätas genom ett så kallat Herfindahl-Hirschman Index (HHI).²⁵ I tabellen nedan visas HHI före och efter koncentrationen. Beräkningen är baserad på nationella marknadsandelar.

²⁴ Europeiska kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997, p. 19.

²⁵ Riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer – 2004/C 31/03, p. 20. Av riktlinjerna framgår att kommissionen bedömer det som osannolikt att horisontella konkurrensproblem föreligger i samband med en koncentration som har ett HHI mellan 1 000 och 2 000 och en förändring på mindre än 250 efter koncentrationens genomförande, eller i samband med en koncentration med HHI som är högre än 2 000 och en förändring på mindre än 150 efter koncentrationens genomförande, såvida inte särskilda omständigheter föreligger.

Tabell 3. HHI beräknat på analog kabel-tv via fastighetsägaren, digital kabel-tv via fastighetsägaren och LAN (både individuellt och via fastighetsägaren)

HHI år 2010	
HHI före	3 971
HHI efter	4 880
HHI ökning	909

- 95 Som framgår av tabellen ovan är koncentrationsgraden på fastighetsägar-marknaden hög redan före koncentrationen, med ett HHI på 3 971 på nationell nivå.²⁶ Förvärvet leder till en ökning av HHI med 909. Detta utgör en tydlig indikation på att koncentrationen medför horisontella konkurrensproblem.
- 96 På ett stort antal orter ökar den lokala koncentrationen väsentligt mer än vad som utläses av de nationella marknadsandelarna. Tabell 4 nedan visar marknadsandelar per kommun för de kommuner där ökningen av koncentrationen är som störst.²⁷ I dessa kommuner är Com Hem och CDK de två största aktörerna. HHI ökar med mer än 2 000 i tolv kommuner, och i fyra av dessa med mer än 4 000.

Tabell 4. HHI, marknadsandelar och antal hushåll i kommuner där Δ HHI överstiger 2 000

Kommun	HHI			Marknadsandel			Antal hushåll	
	Före	Efter	Ökning	CDK	Com Hem	Com Hem + CDK	CDK	Totalt
Eslöv			4720			>90		
Kristianstad			4462			>90		
Mora			4206			>90		
Malmö			4041			>90		
Rättvik			3822			>80		
Leksand			3787			>90		
Ekerö			3395			>80		
Säter			3044			>90		
Bromölla			2936			>90		
Södertälje			2795			>70		
Helsingborg			2668			>90		
Partille			2028			>70		
Totalt							99 517	274 177

²⁶ Koncentrationen är i viss mån underskattad, då beräkningen inkluderar både individuella och kollektiva LAN-abonnemang vilket medför att bl.a. Com Hems marknadsandelar underskattas. Små operatörer har räknats som ett oändligt antal vilket leder till en underskattning av koncentrationen. Beräkningen baseras på uppgifter ur PTS statistikportal *Svensk Telemarknad halvår, tabell 23*.

²⁷ Marknadsandelarna är beräknade utifrån Com Hems och CDK:s kontraktsregister, samt från uppgifter om antal hushåll per kommun från TeliaSonera, Tele2 och Sappa samt uppgifter om lokala stadsnät från PTS.

- 97 Kolumnen *Totalt* till höger i tabellen visar samtliga distributörers antal hushåll på respektive ort exklusive SMATV. Det kan konstateras att åtminstone 274 000 hushåll finns i kommuner där koncentrationsgraden ökar med mer än 2 000 genom förvärvet. De i tabellen angivna orterna utgör en väsentlig del av Sverige och täcker nästan hälften av CDK:s bestånd.

Konkurrensen mellan Com Hem och CDK utsläcks

- 98 Vid val av tv-distributör är andra distributörer med analogt basutbud via kabel det närmaste substitutet för den fastighetsägare som redan köper ett analogt basutbud för sina boendes räkning. Det krävs stor omställning för såväl hushåll som för fastighetsägare att byta till digital tv via kabel och ännu större omställning att byta till digital tv via fiber-LAN. De största kabel-tv-distributörerna med analoga basutbud är Com Hem, CDK och Sappa AB (Sappa).
- 99 CDK och Com Hem är konkurrenter både nationellt och lokalt. Särskilt är Com Hem en av CDK:s närmaste konkurrenter. På många orter där CDK är aktivt är Com Hem och CDK de överlägset största distributörerna.
- 100 Av de CDK-kontrakt som löpte ut under 2010 och 2011 har CDK förlorat ■ procent av kontrakten (■ procent i termer av antal hushåll) till andra distributörer.²⁸
- 101 Den andel av CDK:s förlorade kunder som förloras till en viss distributör benämns CDK:s *diversion ratio* till denna distributör. Generellt gäller att ju högre diversion ratio, desto närmare konkurrent är aktören.
- 102 Diversion ratio från CDK till Com Hem uppgick under 2010-2011 till ■ procent av förlorade kontrakt (■ procent i termer av antal förlorade hushåll). Denna höga diversion ratio till Com Hem visar att CDK i hög utsträckning är utsatt för konkurrens från just Com Hem. Det framgår av utredningen att priset i dessa fall har varit en viktig konkurrensfaktor.
- 103 Av CDK:s förlorade kontrakt där fastighetsägaren valde tv-distributör genom ett upphandlingsliknande förfarande, dvs. där flera distributörer lämnade anbud till fastighetsägaren, var konkurrensen från Com Hem än mer intensiv. I dessa fall uppgick diversion ratio från CDK till Com Hem till

²⁸ Beräkningen är baserad på *tender and bid data* från CDK avseende kontrakt som överstiger 100 hushåll. Det bör observeras att en stor del av den tidsperiod som datan avser i tid ligger efter Telenors beslut om att avyttra CDK. Efter Telenors beslut om avyttring hade CDK inte samma incitament att konkurrera aggressivt. Det finns därför risk för underskattning av konkurrenstrycket från CDK.

■ procent av förlorade kontrakt (■ procent i termer av antal förlorade hushåll).²⁹ Även i dessa fall var priset en viktig konkurrensfaktor.

- 104 Ovanstående diversion ratios visar att CDK i hög utsträckning är utsatt för konkurrens från just Com Hem. Genom förvärvet utsläcks detta konkurrenstryck och incitamenten att erbjuda CDK:s produkt till attraktiva villkor minskar. Tvärtom ger förvärvet såväl incitament som möjligheter för Com Hem att höja priserna eller erbjuda sämre utbud.
- 105 Eftersom CDK:s ställning är betydligt svagare än Com Hems ställning utövar CDK ett svagare konkurrenstryck på Com Hem än vice versa. Com Hem har framfört att CDK inte utövar något konkurrenstryck alls på Com Hem. Detta skulle enligt Com Hem bl.a. bero på att CDK inte erbjuder bredband och telefoni.
- 106 Det är visserligen inte ovanligt att fastighetsägare efterfrågar att kabel-tv-distributören även kan erbjuda telefoni och bredband till hushållen i fastigheten. Utredningen visar dock att trots att CDK inte erbjuder triple play, lyckades CDK under 2010-2011 behålla ■ procent av sina konkurrensutsatta fastighetsägarkontrakt (■ procent i termer av antal hushåll).³⁰ CDK kan således i betydande utsträckning konkurrera med aktörer som erbjuder triple play.
- 107 Även på en marknad där ett företag har en dominerande ställning, påverkar konkurrenternas styrka det dominerande företags prissättning. När det konkurrenstryck som mindre aktörer utövar på den dominerande aktören utsläcks kan detta vara tillräckligt för att ett förvärv av en sådan konkurrent anses hämma konkurrensen och därför kan förbjudas.³¹

Förvärvet leder till ökade inträdeshinder

Marknaden präglas av höga inträdeshinder

- 108 När inträdeshindren på en marknad är låga är det inte troligt att en koncentration kommer att hämma konkurrensen i någon betydande utsträckning. För att ett potentiellt marknadsinträde ska kunna utsätta koncentrationsparterna för ett tillräckligt konkurrenstryck måste det dock

²⁹ Copenhagen Economics uträkningar visar att diversion ratio från CDK till Com Hem uppgick till ■ procent av förlorade hushåll efter vissa korrigeringar för skillnader i fastighetsägartyp och storlek mellan CDK:s *tender and bid data* och CDK:s *customer list*.

³⁰ Det kan även noteras att CDK vunnit nya kunder under våren 2010 då CDK bl.a. slöt avtal med Gothnet i Göteborg vilket omfattade cirka 21 000 hushåll.

³¹ Se M.3779 *Pernod Ricard /J. Allied Domecq*, M.3692 *Reuter /J. Telerate* och IV/M.890 *Blokker /J. Toys "R" Us*.

visas att inträdet är troligt, snabbt och tillräckligt för att hindra eventuella konkurrenshämmande verkningar av koncentrationen.³²

- 109 På fastighetsägarmarknaden finns redan idag betydande inträdes- och expansionshinder.
- 110 För att kunna etablera sig som tv-distributör på marknaden och skaffa sig en kundbas är det nödvändigt att ha tillgång till dels en infrastruktur som lämpar sig för tv-distribution, dels att få avtal med programbolag om innehåll, dvs. tv-kanaler och tjänster som hdtv. Vidare krävs resurser för att kunna marknadsföra sina tjänster och vinna slutkunder genom bra utbud och konkurrenskraftiga priser.³³
- 111 Det finns tydliga samband mellan avtal om tv-innehåll och antal kunder.³⁴ Com Hems stora täckning på fastighetsägarmarknaden ger Com Hem en betydande förhandlingsstyrka gentemot programbolagen som resulterar i betydligt bättre villkor från programbolagen än vad andra tv-distributörer har. Com Hems styrka gentemot programbolagen har betydelse för konkurrenternas förutsättningar för inträde och expansion på marknaden.
- 112 Com Hems täckning på fastighetsägarmarknaden tillsammans med Com Hems affärsmodell med ett brett analogt basutbud innebär att det är mycket viktigt för en annonsfinansierad kanal att distribueras via Com Hems analoga basutbud för kanalens lönsamhet. Com Hem har därmed en roll som *gate keeper*³⁵ vad gäller möjligheten att etablera en ny annonsfinansierad kanal.
- 113 Com Hems affärsmodell med ett brett analogt basutbud är vidare många gånger styrande för vad som förväntas av en tv-distributör som försöker ta över ett fastighetsägaravtal.
- 114 Hindren för inträde och expansion förstärks av att fastighetsägarna är upplåsta i långa kontrakt och att få fastighetsägare därför är utmaningsbara vid varje given tidpunkt. Detta försvårar för andra tv-distributörer att etablera tillräckligt stora kundbaser för att få lönsamhet i lokal expansion.
- 115 Även de kunder som är utmaningsbara kännetecknas av trögrörlighet, vilket ytterligare försvårar inträde och expansion. Många fastighetsägare är passiva och låter avtalen förlängas automatiskt. Vidare innebär det olägenheter för fastighetsägaren att byta tv-distributör. Fastighetsägare drar sig för att riva

³² Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 68.

³³ PTS rapport PTS-ER-2010:21 *Marknadsutveckling för trådbunden tv*, s. 22.

³⁴ PTS rapport PTS-ER-2010:21 *Marknadsutveckling för trådbunden tv*, s. 22.

³⁵ IV/M.784 *Kesko ./. Tuko* p. 134. Kommissionens beslut avseende *Kesko ./. Tuko* fastställdes senare av Förstainstansrätten i mål T-22/9 *Kesko Oy mot Kommissionen* (1999) ECR II-03775.

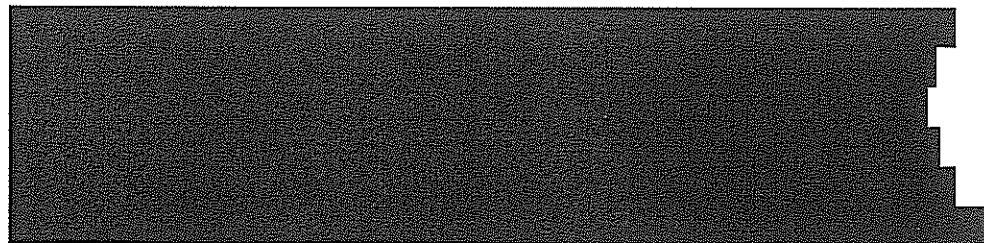
upp kollektiva avtal med hänsyn till att de boende tecknat individuella avtal som då också sägs upp. Sådana avtal behöver inte gälla endast digitala tilläggstjänster för tv utan kan även avse bredband eller telefoni. Ofta har också hushållen vant sig vid en distributör och ett utbud, varför fastighetsägaren inte byter distributör. Tv är en viktig fråga för de boende och fastighetsägare fattar inte några snabba beslut vad gäller val av infrastruktur eller distributör.

- 116 Att fastighetsägare är passiva och inte särskilt benägna att byta tv-distributör visas även av Konkurrensverkets kundundersökning. Av den framgår att endast en tredjedel av respondenterna kontaktade andra distributörer än den de slutligen valde när de senast valde tv-distributör. Vidare visar undersökningen att för ungefär hälften av de intervjuade fastighetsägarna har avtalen om tv-tjänster löpt ut någon gång. För en stor majoritet av dessa, 72 procent, förlängdes avtalet automatiskt därefter.
- 117 Konkurrensverkets kundundersökning visar vidare att 80 procent av de som förnyade avtalen efter att deras avtal löpt ut valde att sluta avtal med samma distributör som de hade avtal med tidigare. Slutligen kan det konstateras att endast en femtedel av de fastighetsägare vars avtal löpt ut någon gång diskuterar pris och villkor vid tecknande av nytt avtal med sin tv-distributör.
- 118 Sammanfattningsvis finns en trögrörlighet bland fastighetsägarna och få fastighetskunder är utmaningsbara vid varje given tidpunkt. Detta återspeglas även i den relativt långsamma utvecklingen av marknadsandelar som denna marknad uppvisar.

Förvärvet innebär en förlorad möjlighet till inträde och expansion

- 119 Marknaden kännetecknas, som nämnts ovan, av att andelen utmaningsbara kontrakt vid varje given tidpunkt är liten. Detta försvårar möjligheten för etablering och expansion lokalt eftersom det tar lång tid att nå den kritiska massa som krävs för att bära de kostnader som därmed uppkommer.

120



Förvärvet innebär därför att CDK-avtal som annars skulle ha löpt ut och konkurrensutsatts (blivit utmaningsbara) istället binds upp i Com Hems bestånd. Com Hem har i sammanhanget framfört uppfattningen att Com Hem, i samband med övertagandet av kontrakten, inte kommer kunna hindra CDK:s nuvarande fastighetskunder från att välja en annan leverantör. Sannolikheten för att fastighetsägarna vid Com Hems övertagande av

kontrakten skulle byta leverantör bedömer Konkurrensverket dock som liten. Detta till följd av den trögrörlighet och passivitet präglar fastighetsägar-marknaden.

- 121 Förvärvet hindrar således att ett så kallat "*window of opportunity*" uppstår som skulle ha möjliggjort för Com Hems konkurrenter att successivt vinna kundbas och därigenom kunna etablera sig och expandera på fler orter. Kommissionen har också i ett beslut som senare fastställts av Förstainstansrätten (numera Tribunalen) ansett att bortfallet av ett *window of opportunity* kan leda till ökade inträdeshinder på marknaden.³⁶
- 122 Följaktligen innebär förvärvet en förlorad möjlighet till inträde och expansion på den relevanta marknaden.

Inlåsnings effekter leder till ökade inträdeshinder

- 123 De enskilda hushållen har möjlighet att köpa digitalt tilläggsutbud utöver det analoga basutbudet som tillhandahålls via fastighetsägaren. Tv-tjänster via kabel sänds enbart av en distributör åt gången. I den mån det finns tillgång till en alternativ infrastruktur så har hushållet dock möjlighet att köpa tilläggsutbudet från en annan distributör än den som tillhandahåller basutbudet.
- 124 Intresset hos hushållen att köpa digital-tv-tjänster som tilläggstjänst beror på innehållet i basutbudet. Ju fler kanaler som finns i det analoga basutbudet, desto mindre incitament har det enskilda hushållet att köpa ett tilläggsutbud med ytterligare kanaler.³⁷
- 125 Com Hems affärsmodell bygger på att tillhandahålla ett basutbud om cirka 15 kanaler. De kanaler som vanligtvis ingår i basutbudet står för cirka 85 procent av tittartiden. Det breda basutbudet resulterar i att den digitala penetrationen i Com Hems nät inte är särskilt hög. Av de cirka 1,76 miljoner anslutna hushållen har totalt cirka [REDACTED] hushåll valt att också köpa digitala tilläggstjänster från någon distributör. Av dessa har cirka [REDACTED] hushåll, dvs. cirka [REDACTED] procent, valt att teckna tilläggsutbudet från Com Hem. Detta visar att hushållen i hög utsträckning väljer distributören av det analoga basutbudet även för det digitala tilläggsutbudet. Tabellen nedan visar hur hushållen i Com Hems nät tar emot tilläggsutbud från samtliga utsändningsplattformar.

³⁶ Jfr kommissionens beslut IV/M.784 Kesko ./. Tuko p. 155, samt Förstainstansrättens dom i mål T-22/9, Kesko Oy mot kommissionen (1999) ECR II-03775.

³⁷ PTS rapport PTS-ER-2010:21 Marknadsutveckling för trådbunden tv, s. 53-54.

Tabell 5. Andel digitala tilläggstjänster i fastigheter som har avtal med Com Hem

Plattform	Huvudsaklig distributör	Antal digitala abonnenter	Andel av Com Hems analoga hushåll (%)	Andel av Com Hems digitala hushåll (%)
Kabel	Com Hem			
Fiber-LAN/xDSL	Telia			
	Bredbandsbolaget			
DTT	Boxer			
DTH satellit	Canal Digital			
	Satellit			
	Viasat			
Okänd	–			

Källa: Inläga Com Hem 2011-10-23

126 Som nämnts ovan drar sig fastighetsägare för att riva upp kollektiva avtal med hänsyn till att de boende tecknat individuella avtal som då också sägs upp. Dessa avtal kan även avse andra tilläggstjänster än digital-tv, till exempel bredband och telefoni. Denna inlåsnings effekt avseende hushållen får alltså till följd att fastighetsägaren blir mer obenägen att säga upp det kollektiva avtalet om basutbud eller byta distributör.

127 Till följd av förvärvet skulle ytterligare cirka 200 000 hushåll bindas upp i Com Hems bestånd. Det finns starka skäl att anta att många av dessa hushåll kommer att låsas in i Com Hems nuvarande affärsmodell och till övervägande delen köpa sitt tilläggsutbud från Com Hem.

128 Förvärvet leder därför till minskad kundrörlighet. I sin tur bidrar detta till större hinder för inträde och expansion på den relevanta marknaden.

Motverkande köparmakt

129 Graden av konkurrens på en marknad kan vara beroende av kundernas köparmakt. Med motverkande köparmakt avses i detta sammanhang den förhandlingsstyrka köparen har gentemot säljaren vid affärsförhandlingar i kraft av sin storlek, sin kommersiella betydelse för säljaren och sina möjligheter att byta leverantör.³⁸

130 Stora fastighetsägare har i många fall möjlighet att utöva viss köparmakt gentemot Com Hem. Allmännyttan är i regel den största fastighetsägaren på orten och är därför central att ha som kund för att komma in på en ort. Privata hyresvärdar och bostadsrättsföreningar är i regel mindre. Mindre fastighetsägare har mindre volym och därmed mindre möjlighet att utöva

³⁸ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 64.

köparmakt. Det bör framhållas att den stora majoriteten fastighetsägare är sådana mindre fastighetsägare.

- 131 På fastighetsägar marknaden tillämpas vidare individuell prissättning. Det faktum att en fastighetsägare lyckas förhandla till sig ett fördelaktigt pris innebär därför inte att detta pris även kommer andra fastighetsägare till godo.
- 132 Stora fastighetsägares eventuella motverkande köparmakt uppväger inte det sammanslagna företags styrka efter koncentrationen.

Sammanfattning – effekter av koncentrationen

- 133 Förvärvet skapar eller förstärker en dominerande ställning för Com Hem på den relevanta marknaden. Denna uppvägs inte av någon motverkande köparmakt från fastighetsägarna. Konkurrensen mellan CDK och Com Hem utsläcks till följd av förvärvet med högre priser, försämrat utbud eller försämrad produktkvalitet som följd. Vidare innebär förvärvet att inträdes- och expansionshindren ökar på den relevanta marknaden.
- 134 Sammantaget kommer förvärvet påtagligt att hämma konkurrensen på marknaden för distribution av tv-tjänster i flerfamiljshus genom kollektiva avtal med fastighetsägare i Sverige.

Effektivitetsvinster

Allmänt

- 135 Vid bedömningen av koncentrationen tar Konkurrensverket hänsyn till alla effektivitetsvinster som påstås föreligga. För att Konkurrensverket ska ta hänsyn till påstådda effektivitetsvinster ska dessa vara till nytta för konsumenterna, specifika för koncentrationen och kontrollerbara. Dessa villkor är kumulativa.³⁹

Påstådda effektivitetsvinster

Com Hem har framfört att

³⁹ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 76-88.

[REDACTED]

[REDACTED]

Konsumentnytta

139 Utgångspunkten vid bedömningen av påstådda effektivitetsvinster är att konsumenterna inte ska få det sämre till följd av koncentrationen. Effektivitetsvinsterna måste därför vara betydande, förverkligas snabbt och gagna konsumenterna på de relevanta marknader där det annars är troligt att konkurrensproblem skulle uppstå.⁴⁰

De av Com Hem anförda effektivitetsvinsterna

[REDACTED]

[REDACTED]

⁴⁰ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 79.

⁴¹ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 79.

142 Incitamenten för Com Hem att låta effektivitetsvinster komma konsumenterna till godo ska beaktas i ljuset av konkurrenstrycket från återstående och eventuellt nya aktörer. Efter koncentrationen kommer, som framgått ovan, Com Hem ha en mycket stark ställning och konkurrenstrycket vara svagt. Med hänsyn härtill är det inte sannolikt att de påstådda effektivitetsvinsterna är tillräckliga för att motverka koncentrationens konkurrenshämmande effekter.

Koncentrationsspecifika

143 För att effektivitetsvinster ska vara relevanta för den rättsliga bedömningen måste de vara en direkt följd av koncentrationen och inte kunna uppnås i en motsvarande omfattning genom mindre konkurrensbegränsande alternativ.⁴²

[REDACTED]

[REDACTED]

146 De av Com Hem anförda effektivitetsvinsterna är därför inte koncentrations-specifika.

Kontrollerbara

147 För att effektivitetsvinsterna ska kunna beaktas måste de vara kontrollerbara så att det med rimlig säkerhet kan avgöras huruvida de kommer att förverkligas och att de är tillräckligt betydande för att motverka de skadliga verkningarna av en koncentration för konsumenterna.⁴³

148 Com Hem har inte i någon del kvantifierat de förväntade synergieffekterna. Både Com Hem och CDK torde redan före koncentrationen ha uppnått stordriftsfördelar, tack vare storleken på företagens kundstockar. Det har heller inte framkommit något i övrigt som talar för att effektivitetsvinsterna är tillräckligt betydande för att motverka de skadliga verkningarna av koncentrationen.

⁴² Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 85.

⁴³ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 86.

Slutsats

149 De påstådda effektivitetsvinsterna kan inte anses motverka de negativa effekterna av koncentrationen.

Påstådda framtida förändringar på marknaden**Påstått räddningsförvärv av konkurshotat företag**

- 150 Com Hem har framfört att CDK har allvarliga ekonomiska problem och att koncentrationen ska lämnas utan åtgärd med tillämpning av doktrinen om räddningsförvärv av ett konkurshotat företag (eng: *rescue merger* eller *failing firm defence*).
- 151 En koncentration som annars är problematisk ur konkurrenshänseende kan lämnas utan åtgärd om den anmälda koncentrationen utgör ett räddningsförvärv. Det grundläggande kravet är att försämringen av konkurrensstrukturen på marknaden efter koncentrationen inte kan sägas bero på koncentrationen. En sådan situation uppstår om konkurrenssituationen skulle försämrars i minst lika stor omfattning om koncentrationen inte skulle genomföras.⁴⁴
- 152 För att avgöra om det föreligger ett räddningsförvärv är följande tre kumulativa kriterier särskilt relevanta.
- a) Det påstått konkurshotade företaget skulle inom en nära framtid tvingas ut från marknaden pga. ekonomiska svårigheter om det inte tas över av ett annat företag.
 - b) Det finns inte något köpalternativ som är mindre konkurrenshämmande än den anmälda koncentrationen.
 - c) Det konkurshotade företags tillgångar skulle oundvikligen försvinna från marknaden utan en koncentration.⁴⁵
- 153 Det ankommer på parterna i koncentrationen att visa att samtliga kriterier för räddningsförvärv är uppfyllda.⁴⁶ Com Hem har under Konkurrensverkets utredning av den anmälda koncentrationen inkommit med skriftliga belägg i syfte att styrka att det är fråga om ett räddningsförvärv.

⁴⁴ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 90.

⁴⁵ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 90.

⁴⁶ Europeiska kommissionens riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer, EUT C 31, 5.2.2004, p. 91.

154 Mot bakgrund av Com Hems uppgifter kan Konkurrensverket inte anse att företaget visat att något av de tre kriterierna för räddningsförvärv är uppfyllda. I synnerhet är det inte visat att CDK inom en nära framtid skulle tvingas ut från marknaden och att företagets tillgångar oundvikligen skulle försvinna från marknaden utan den anmälda koncentrationen.

Påstått kontrafaktiskt scenario

155 Com Hem har även anfört att CDK, om förvärvet inte får genomföras, inte kommer att fortsätta verka som tv-distributör. [REDACTED]

[REDACTED] Com Hem anser mot denna bakgrund att effekterna av förvärvet ska jämföras med en kontrafaktisk situation där CDK lämnar marknaden inom en nära förestående framtid.

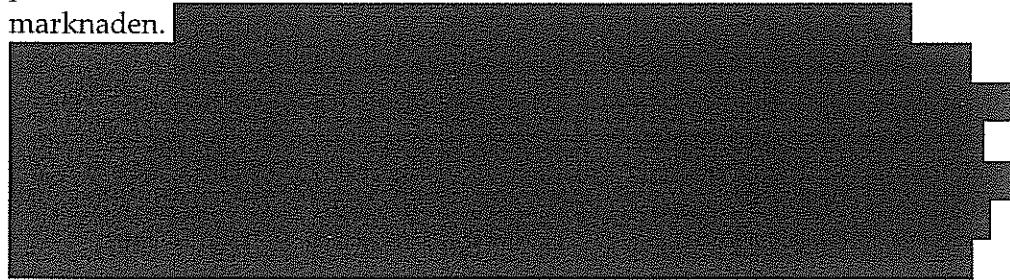
156 Utgångspunkten för prövningen av en företagskoncentrations effekter är de konkurrensförhållanden som råder vid tidpunkten för koncentrationen. Detta är också i normalfallet den situation som koncentrationen ska bedömas utifrån. Om Com Hems argument accepteras skulle det i vissa fall göra det möjligt för en säljare att rättfärdiggöra en konkurrensbegränsande företagskoncentration med hänvisning till att säljaren ändå har fattat ett strategiskt beslut om att verksamheten ska läggas ned om inte koncentrationen får genomföras.⁴⁷ Det saknas helt stöd i KL för detta synsätt. Vidare bör det framhållas att inget hindrar ett företag från att ändra eller återkalla sådana beslut. Konkurrensverket konstaterar således att Com Hems argument inte kan godtas och att det saknas skäl att frångå huvudregeln om att effekterna av koncentrationen ska prövas i förhållande till de konkurrensförhållanden som råder före koncentrationens genomförande.

Förslag till åtaganden

[REDACTED] Com Hem har lämnat förslag till åtagande för att försöka avhjälpa de negativa effekterna av koncentrationen. [REDACTED]

⁴⁷ IV/M.1221 Rewe ./. Meintl.

- 158 Konkurrensverket har bedömt att åtagandet till sin utformning är olämpligt från konkurrenssynpunkt och inte avhjälper de identifierade konkurrensproblemen. Den tänkta koncentrationen innebär att en aktör lämnar marknaden.



Konkurrensverket har därför inte marknadstestat åtagandet.

Sammanfattande slutsats

- 159 Koncentrationen är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens på marknaden för distribution av tv-tjänster i flerfamiljshus genom kollektiva avtal med fastighetsägare i Sverige. Koncentrationen ska därför förbjudas.

Vite

- 160 Konkurrensverket yrkar att förbudet ska förenas med vite.
- 161 Syftet med vitet är att avhålla Com Hem från att genomföra koncentrationen i strid med ett förbud. Vitet bör sättas så högt att det är effektivt.
- 162 Av 3 § viteslagen⁴⁸ framgår att vite ska 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.
- 163 Av förarbetena till viteslagen framgår att vitet bör bestämmas så högt att det inte blir ekonomiskt fördelaktigt för adressaten att underlåta att iaktta det.⁴⁹ När det gäller de "omständigheter i övrigt" som ska beaktas nämns i förarbeten och kommentarer särskilt värdet av det föremål som avses med föreläggandet samt angelägenheten att föreläggandets föreskrifter vinner efterrättelse.

⁴⁸ Lag (1985:206) om viten.

⁴⁹ Prop. 1984/85:96 med förslag till lag om viten m.m., sid. 27.

164 Ett genomförande av koncentrationen i strid med förbudet skulle vara mycket allvarligt ur konkurrenssynpunkt. Det är därför angeläget att vitesbeloppet är tillräckligt högt för att säkerställa att förbudet efterlevs.

165 Com Hems omsättning uppgick 2010 till 4 317 miljoner kronor. Konkurrensverket bedömer att ett vitesbelopp om 100 miljoner kronor är skäligt.

Nationella säkerhets- och försörjningsintressen

166 Ett förbud mot koncentrationen innebär inte att väsentliga nationella säkerhets- eller försörjningsintressen åsidosätts.

Bevisuppgift

167 Konkurrensverket inkommer med preliminär bevisuppgift inom kort.

Per Karlsson

Pernilla Javier