



SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Fimmtudagur, 14. maí 2020

Ákvörðun nr. 23/2020

Samruni Torgs ehf. og Frjálsrar fjölmiðlunar ehf.

Eins og greint hefur verið frá opinberlega lauk rannsókn Samkeppniseftirlitsins á samruna Torgs ehf. og Frjálsrar fjölmiðlunar ehf. án íhlutunar þann 25. mars sl., en samruninn var ekki talinn raska samkeppni eða fjölbreytni og fjölræði í fjölmiðlun í skilningi laga. Í ákvörðun þessari er gerð nánari grein fyrir forsendum niðurstöðunnar.

I.

Málavextir og málsmeðferð

Þann 16. desember 2019 var Samkeppniseftirlitinu tilkynnt um kaup Torgs ehf. (hér eftir „Torg“) á öllum eignum Frjálsrar fjölmiðlunar ehf. (hér eftir „Frjáls fjölmiðlun“). Með tilkynningunni fylgdi samrunaskrá í samræmi við 17. gr. a. samkeppnislaga og reglur nr. 684/2008 um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum, með síðari breytingum. Um er að ræða svonefnda lengri samrunaskrá með upplýsingum um samrunann. Þar sem um samruna á milli fjölmiðlaveitna er að ræða var samruninn einnig tilkynntur á grundvelli 1. mgr. 62. gr. b. laga nr. 38/2011 um fjölmiðla. Samhliða tilkynningunni óskuðu samrunaaðilar eftir undanþágu frá því lagaákvæði að samruninn komi ekki til framkvæmda á meðan eftirlitið fjallar um málið, sbr. 4. mgr. 17. gr. a. laga nr. 44/2005, enda væru skilyrði ákvæðisins uppfyllt að mati samrunaaðila.

Vegna rannsóknar samrunans og til að geta lagt mat á forsendur þess að veita framangreinda undanþágu óskaði Samkeppniseftireftirlitið með tölvubréfi, dags. 19. desember 2019, eftir nánari upplýsingum um rekstrarhæfi, fjárhagsstöðu og stærstu lánveitendur Frjálsrar fjölmiðlunar. Með tölvubréfi, dags. 27. desember 2019, bárust nánari upplýsingar um fjárhagsstöðu Frjálsrar fjölmiðlunar og lánveitingar. Sama dag óskaði Samkeppniseftirlitið eftir að fá skriflega gerninga að baki lánveitingum. Þann 8. janúar 2020 ítrekaði Samkeppniseftirlitið beiðnina og sama dag bárust eftirlitinu gögn frá samrunaaðilum. Með bréfi, dags. 10. janúar 2020, tilkynnti Samkeppniseftirlitið samrunaaðilum að framkomnar upplýsingar gætu ekki talist fullnægjandi. Samkvæmt reglum fjölmiðla- og samkeppnislaga um samruna væri það forsenda fyrir rannsókn samruna að skýrt lægi fyrir hvernig eignarhaldi og yferráðum yfir samrunaaðilum væri háttað, bæði fyrir og eftir samruna. Því væri það mat Samkeppniseftirlitsins, að á meðan ekki lægju fyrir skýrar og fullnægjandi upplýsingar um eignarhald og yferráð yfir Frjálsri fjölmiðlun, væri tilkynning um samrunann ekki tæk til meðferðar skv. 17. gr. a. samkeppnislaga og reglum nr. 684/2008 um tilkynningu og málsmeðferð samrunamála með síðari breytingum. Þá væri ekki unnt að taka afstöðu til beiðni samrunaaðila um



undanhágu samkvæmt 4. mgr. 17. gr. a. samkeppnislaga þar til fullnægjandi upplýsingar hefðu borist.

Í samræmi við upplýsingar í samrunaskrá og ársreikningum hefur rekstur Frjálsrar fjölmiðlunar verið erfiður og móðurfélag þess Dalsdalur ehf. þurft að fjármagna reksturinn að mestu leyti með lánsfé. Af þeim sökum óskaði Samkeppniseftirlitið upplýsinga um lánveitendur félaganna. Þann 14. janúar 2020 bárust Samkeppniseftirlitinu samningar frá samrunaaðilum. Þar kom fram að félagið Novator ehf. hefur verið eini lánveitandi Dalsdals og Frjálsrar fjölmiðlunar og helsti bakhjarl fjölmiðilsins frá eigendaskiptum árið 2017.

Með bréfi, dags. 17. janúar 2020, tilkynnti Samkeppniseftirlitið samrunaaðilum að í ljósi viðbótargagna frá samrunaaðilum um fjármögnun og eignarhald Frjálsrar fjölmiðlunar teldist samrunatilkynning fullnægjandi í skilningi 17. gr. a. samkeppnislaga. Í ljósi þess hefðu frestir Samkeppniseftirlitsins til að rannsaka samrunann skv. 17. gr. d. samkeppnislaga, sbr. 9. gr. reglna um tilkynningu og málsmeðferð í samrunamálum, byrjað að líða.

Jafnframt kom fram í framangreindu bréfi að Samkeppniseftirlitið fengi ekki séð af fyrirbyggjandi gögnum að rök stæðu til að veita undanhágu frá banni samkeppnislaga við því að samruninn kæmi til framkvæmda á meðan hann væri til rannsóknar hjá eftirlitinu. Hefðu samrunaaðilar ekki sýnt fram á hvernig skilyrði undanhágunnar væru uppfyllt. Var samrunaaðilum jafnframt gefið tækifæri til að koma að athugasemdum og frekari rökum fyrir beiðni sinni. Nýttu samrunaaðilar sér það og á grundvelli frekari röksemda og upplýsinga veitti Samkeppniseftirlitið umbeðna undanhágu, með bréf dags. 28. janúar 2020. Undanhágan var veitt með því skilyrði að ekki yrði aðhafst nokkuð í rekstri samrunaaðila á undanhágutímanum, sem ómögulegt væri að vinda ofan af, yrði ekki af samrunanum.

Með bréfi, dags. 19. desember 2019, óskaði Samkeppniseftirlitið umsagnar fjölmiðlanefndar um áhrif samrunans á fjölræði og fjölbreytni í samræmi við ákvæði 62. gr. b. fjölmiðlalaga. Umsögn fjölmiðlanefndar barst þann 14. janúar 2020. Samkeppniseftirlitið fundaði jafnframt með fjölmiðlanefnd og í kjölfarið óskaði Samkeppniseftirlitið eftir ítarlegri umsögn um fjölræði og fjölbreytni. Svar barst með bréfi þann 17. mars 2020.

Undir meðferð málsins veitti Samkeppniseftirlitið jafnframt öðrum hagsmunaaðilum færi á að koma að umsögn vegna samrunans og áhrifa hans á samkeppni. Þá átti eftirlitið fundi með birtingarhúsum vegna mögulegra áhrifa samrunans á auglýsingamarkaði. Verður hér á eftir vísað til þeirra umsagna og upplýsinga sem bárust, eftir því sem við á.

Vegna rannsóknarinnar þurfti Samkeppniseftirlitið að afla gagna frá keppinautum samrunaaðila á þeim mörkuðum sem til skoðunar voru. Brugðust fyrirtækin vel við, að einu fyrirtæki undanskyldu. Urðu nokkrar tafir á meðferð málsins vegna erfiðleika í gagnaöflun gagnvart viðkomandi fyrirtæki.



II. Samruninn

Samkvæmt 17. gr. samkeppnislaga og 62. gr. b. fjölmiðlalaga telst samruni hafa átt sér stað þegar breyting verður á yferráðum til frambúðar. Samruni getur þannig m.a. falist í því að fyrirtæki taki annað fyrirtæki yfir eða að það nái yferráðum í heild eða að hluta yfir öðru fyrirtæki, t.d. með því að kaupa hluta af eignum þess eða þær allar. Samkeppniseftirlitið telur að í kaupum Torgs á eignum Frjálsrar fjölmiðlunar felist samruni í skilningi 17. gr. samkeppnislaga og 62. gr. b. fjölmiðlalaga og hann því rannsakaður á grundvelli samrunareglna samkeppnislaga og fjölmiðlalaga.

1. Samrunaaðilar

Í samrunaskrá segir að Torg sé einkahlutafélag og sé tilgangur félagsins samkvæmt samþykktum fjölmiðlun og önnur skyld starfsemi. Starfsemi Torgs í dag sé útgáfa dagblaðs á fríblaðamarkaði, rekstur fréttavefs, rekstur sjónvarpsstöðvar og framleiðsla sjónvarpsefnis. Þessi rekstur sé fjármagnaður með sölu auglýsinga.

Torg sé útgáfufélag Fréttablaðsins og reki fréttavefinn frettabladid.is. Á vef fjölmiðlanefndar sé Torg skráð fyrir eftirfarandi miðlum: Fréttablaðið, frettabladid.is, Markaðurinn, markadurinn.is, Glamour, glamour.is og icemag.is. Í samrunaskrá segir jafnframt að Torg eigi dótturfélagið Hringbraut fjölmiðla ehf. Starfsemi Hringbrautar sé rekstur sjónvarpsstöðvar í opinni dagskrá með innlenda dagskrárgerð og rekstur frétt- og afþreyingarvefs, þar sem m.a. sjónvarpsefni sjónvarpsstöðvarinnar sé að finna. Sá rekstur sé fjármagnaður með sölu auglýsinga. Þá sé Torg prentfélag ehf. einnig dótturfélag Torgs. Enginn rekstur sé í því félagi, en Torg eigi prentsmiðjuna sem prenti Fréttablaðið og DV. Rekstur hennar sé innan Torgs. Torg sé eigandi að 49% hlut í Póstmiðstöðinni ehf. á móti Árvakri hf., útgáfufélagi Morgunblaðsins.

Í samrunaskrá segir að Fréttablaðið sé gefið út í ríflega 75 þúsund eintökum og dreift frítt inn á heimili í þéttbýli sunnanlands og á Akureyri. Torg fjármagni sig með sölu auglýsinga í Fréttablaðið og inn á vefinn, frettabladid.is. Tímaritið Glamour hafi nánast hætt starfsemi.

Torg er í 100% eigu HFB-77 ehf. Í því félagi á Varðberg ehf. í eigu Helga Magnússonar 82% hlutafjár en aðrir hluthafar eru Saffron í eigu Sigurðar Arngrímssonar, sem á 10% hlut, Jón Guðmann Þórisson, ritstjóri Fréttablaðsins, sem á 5% hlut og Guðmundur Örn Jóhannsson, framkvæmdastjóri sölu markaðsmála og dagskrárgerðar hjá Torg, sem á 3% hlutafjár.

Í samrunaskrá segir að Frjáls fjölmiðlun sé einkahlutafélag og sé tilgangur félagsins samkvæmt samþykktum þess rekstur fjölmiðla sem stundi almenna og sérhæfða fréttamiðlun innanlands sem og erlendis, kaup, sala, rekstur, eignarhald og leiga fasteigna og hvers kyns lausafjár; eignarhald, kaup og viðskipti með verðbréf, fjármálagerninga og hvers kyns önnur fjárhagsleg verðmæti; lánastarfsemi og annar skyldur rekstur.

Frjáls fjölmiðlun sé skráð fyrir fjölmiðlunum DV, dv.is, pressan.is, eyjan.is, bleikt.is, 433.is, dv.is/fokus, dv.is/lifsstill, dv.is/matur og dv.is/sjonvarp.



Sú starfsemi sem Torg kaupir af Frjálsri fjölmiðlun sé útgáfa DV og framangreindra vefsíðna. Seldar eignir séu vefsíður sem séu opnar almenningi án greiðslu og vikublaðið DV, sem sé gefið út á fimmtudögum. Rekstur Frjálsrar fjölmiðlunar hafi verið fjármagnaður með sölu auglýsinga, auk þess sem DV sé helgarblað sem sé selt í lausasölu og til áskrifenda, bæði rafrænt og með því að senda blaðið til áskrifenda.

Í samrunaskrá segir að Frjáls fjölmiðlun sé félag, sem hafi átt við verulega rekstrarerfiðleika að stríða og rekstur þess ekki verið sjálfbær. Tilgangur samrunans sé að reka fleiri stöðir undir starfsemi Torgs. Vefsíðan dv.is verði rekin áfram og ekki sé gert ráð fyrir öðru en að DV komi áfram út í prentformi, eins og verið hafi.

Eins og áður kom fram bárust Samkeppniseftirlitinu afrit af samningum frá samrunaaðilum þar sem fram kom að félagið Novator ehf. hefur verið eini lánveitandi Frjálsrar fjölmiðlunar og helsti bakhjarl fjölmiðilsins. Skráður eigandi Frjálsrar fjölmiðlunar er einkahlutafélagið Dalsdalur sem er í eigu Sigurðar G. Guðjónssonar.

2. Markaðir málsins

Við mat á samruna samkvæmt samkeppnislögum verður að byrja á því að skilgreina þann markað eða þá markaði sem við eiga. Samkvæmt 4. gr. samkeppnislaga er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiða til þess að líta verður á viðkomandi markað frá tveimur sjónarhornum, annars vegar vöru- eða þjónustumarkaði og hins vegar landfræðilegum markaði.¹

2.1. Mat samrunaaðila í samrunaskrá

Í samrunaskrá segir að samrunaaðilar telji sig starfa á eftirtöldum mörkuðum:

1. Markaðnum fyrir útgáfu fríblaða, sem sé starfsemi Torgs í dag.
2. Markaðnum fyrir sjónvarpsstöðvar í opinni dagskrá sem fjármagni sig með sölu auglýsinga, sem sé starfsemi Torgs í dag eftir samrunann við Hringbraut.
3. Markaðnum fyrir fréttamiðlun á netinu, sem sé starfsemi Torgs og Frjálsrar fjölmiðlunar í dag.
4. Markaðnum fyrir sjónvarpsveitu á netinu, sem sé starfsemi Torgs í dag.
5. Markaðnum fyrir framleiðslu á sjónvarpsefni, sem sé starfsemi Torgs í dag.
6. Markaðnum fyrir sölu auglýsinga í opnu sjónvarpi, í dagblöðum og á netinu, sem sé starfsemi Frjálsrar fjölmiðlunar og Torgs í dag, þó almennt hafi auglýsingamarkaðnum verið skipt upp eftir eðli miðla, sbr. m.a. ákvörðun nr. 42/2017, samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla hf.

Að mati samrunaaðila hafi samruninn í för með sér lárétt áhrif á tveimur mörkuðum, sem bæði félögin starfi á sem séu markaðir fyrir fréttamiðlun á netinu og sala auglýsinga í fjölmiðlum. Telji samrunaaðilar því einu samkeppnislegu skörunina á milli þeirra vera á markaðnum fyrir sölu auglýsinga og fréttamiðlunar á netinu.

¹ Í sumum tilvikum er nauðsynlegt að skilgreina markaðinn út frá fleiri víddum en vörunni eða þjónustunni sjálfri og hvar hún er seld, s.s. opnunartíma verslana eða á hvaða tíma þjónusta er veitt.



Um markað fyrir fréttamiðlun segir í samrunaskrá að í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017 hafi verið komist að þeirri niðurstöðu að markaðurinn fyrir útgáfu vefmiðla væri skyldur markaðnum fyrir útgáfu dagblaða, þó litið væri svo á að um aðskilda markaði væri að ræða.

Um markað fyrir sölu auglýsinga í fjölmiðlum segir í samrunaskrá að nýjasta ákvörðunin sem fjalli um auglýsingamarkaðinn sé ákvörðun nr. 42/2017, *samruni Fjarskipta og 365 miðla*. Þar hafi niðurstaðan verið sú að auglýsingar í mismunandi tegundum fjölmiðla, t.d. ljósvaka- og prentmiðlum, tilheyri almennt ekki sama samkeppnismarkaðnum. Að því leyti sé eingöngu sala samrunaaðila á auglýsingum á vefmiðlum, sem tilheyri sama markaði.

Einhver vöxtur verði sennilega í sölu auglýsinga á netinu á komandi misserum, þar til hámarki verði náð, en gera þurfi ráð fyrir að auglýsingatekjur annars konar miðla muni þá dragast saman, þar sem kakan stækki ekki. Auglýsingamarkaðurinn hafi dregist saman og líklegt sé að sú þróun haldi áfram, þar sem sífellt stærri hluti auglýsingakökunnar fari til samfélagsmiðla.

Í ársskýrslu fjölmiðlanefndar fyrir árið 2018 komi fram að hlutur vefmiðla fari stækkandi og hafi numið tæpum þriðjungi þess auglýsingafjár, sem ráðstafað hafi verið fyrir milligöngu birtingarhúsa á árinu 2018. Inn í þeirri tölu séu erlendir miðlar. Um stækkun sé að ræða, en erlendir vefmiðlar hafi einnig sótt verulega í sig veðrið, séu þessar tölur skoðaðar. Eins og fram komi í skýrslunni taki hún ekki með í reikninginn auglýsingar keyptar af erlendum miðlum með beinum hætti, þannig að gera megi ráð fyrir að hlutdeild þeirra sé enn meiri.

Í samrunaskrá segir að samrunaaðilar telji landfræðilegan markað málsins vera Ísland þar sem þeir markaðir sem samrunaaðilar starfi á séu eingöngu þar. Samrunaaðilar séu ekki með veltu tengda erlendum mörkuðum.

2.2. Mat fjölmiðlanefndar

Í umsögn fjölmiðlanefndar, dags. 14. janúar 2020, kemur fram að svo virðist sem samrunaaðilum hafi láðst að gera grein fyrir þeim markaði sem áskriftarblaðið DV starfi á en fram komi að samrunaaðilar telji útgáfu Fréttablaðsins og helgarútgáfu DV ekki á sama markaði. Annars vegar sé um að ræða fríblað sem komi út sex daga vikunnar og hins vegar helgarblað sem selt sé í lausasölu og til áskrifenda. Að einhverju leyti berjist blöðin um sölu auglýsinga á sama markaði.

Fjölmiðlanefnd telur að starfsemi DV og Fréttablaðsins skarist á markaði fyrir útgáfu dagblaða sem miðla fréttum á landsvísu. Bæði DV og Fréttablaðið eru gefin út á prentuðu dagblaðaformi og miðla fréttum og öðru ritstjórnarefni með breiða og almenna skírskotun. Báðum miðlum er dreift á landsvísu og eru þeir jafnframt báðir í þeirri stöðu að geta sett mál á dagskrá í samfélagsumræðunni og haft skoðanamyndandi áhrif á afstöðu almennings til fréttu og málefna líðandi stundar.

Að mati fjölmiðlanefndar sé ekki tilefni til að gera sérstakan greinarmun á útgáfu slíkra prentmiðla út frá útgáfutíðni eða því hvort aðgangur neytenda að miðlunum sé opinn eða bundinn við áskrift.



Með vísan til framangreinds telur fjölmiðlanefnd að samruni Torgs og Frjálsrar fjölmiðlunar hafi einkum áhrif á vöru- og þjónustumarkað fyrir útgáfu dagblaða sem miðla fréttum á landsvísu og markaðar fyrir útgáfu vefmiðla, auk þess sem bæði fyrirtæki afla sér tekna með sölu auglýsinga á framangreindum mörkuðum. Landfræðilegur markaður málsins sé Ísland.

2.3 Mat Samkeppniseftirlitsins

Samkeppnisyfyrvöld hér á landi hafa í fyrri úrlausnum sínum skilgreint markaði fyrir rekstur fjölmiðla.² Þá hafa samkeppnisyfyrvöld talið markaðinn fyrir rekstur fjölmiðla skiptast í undirmarkaði eftir tegundum fjölmiðla, t.a.m. útvarp, sjónvarp, dagblöð og vefmiðla, sbr. t.d. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 16/2013, *Erindi útgefanda Viðskiptablaðsins, Mylluseturs ehf., um ætlaða misnotkun 365 miðla ehf. á markaðsráðandi stöðu* og ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarskipta hf. og 365 miðla hf.* Þannig starfa sem dæmi vefmiðlar ekki á sama markaði og sjónvarpsstöðvar og útvarpsstöðvar ekki á sama markaði og dagblöð. Í síðara málinu, sem varðaði samruna Fjarskipta (í dag Sýn) og 365 miðla, voru teknir til skoðunar ýmsir markaðir fjölmiðlunar, þ. á m. markaðurinn fyrir netmiðla og auglýsingar á vefnum. Komst eftirlitið að þeirri niðurstöðu að útgáfa vefmiðla væri einn af mörkuðum málsins. Þar sem samruninn hafði takmörkuð áhrif á sölu auglýsinga á vefnum taldi eftirlitið ekki forsendur til þess að skilgreina þann markað sérstaklega.

Bæði Torg og Frjáls fjölmiðlun starfa við útgáfu dagblaða sem og vefmiðla og selja auglýsingar í fjölmiðlum sínum. Sökum þess er það mat Samkeppniseftirlitsins að samruninn hafi í för með sér lárétt áhrif á þremur mörkuðum, þ.e. á markaðnum fyrir útgáfu vefmiðla, á markaðnum fyrir útgáfu dagblaða og á markaðnum fyrir sölu auglýsinga í fjölmiðlum.

2.3.1 Markaður fyrir útgáfu vefmiðla

Líkt og fram hefur komið starfrækja samrunaaðilar báðir vefmiðla. Í ákvörðun nr. 24/2016, *Beiðni GI rannsóknna ehf. (Gallup) um undanþágu vegna samræmdrar mælingar á notkun almennings á vefmiðlum á Íslandi*, var komist að þeirri niðurstöðu að vefmiðlar tilheyrðu sérstökum markaði sem afmarkaðist við Ísland m.t.t. menningar- og tungumálasvæðis. Í ákvörðun nr. 42/2017 kom fram að markaðurinn fyrir útgáfu vefmiðla sé skyldur markaðnum fyrir útgáfu dagblaða enda oft sömu aðilar sem séu sterkir á báðum mörkuðum, líkt og hér á landi. Hingað til hafi þó verið litið á þessa markaði sem aðskilda markaði. Erlendis séu þó ákveðnar vísbendingar um að skilin á milli þessara markaða séu að dofna.³ Að mati Samkeppniseftirlitsins er þó staðan á markaðnum í dag sú að umræddir markaðir hafi ekki runnið saman, meðal annars af

² Sbr. t.d. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 22/2006 *Samruni Dagsbrúnar hf. og Senu ehf.*, ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 12/2005 *Samruni 365 ljósvakamiðla ehf. og Saga film hf.*, ákvörðun samkeppnisráðs nr. 12/2005 *Samruni Og fjarskipta hf.*, *365 ljósvakamiðla og 365 prentmiðla ehf.*, ákvörðun samkeppnisráðs nr. 10/2005 *Samruni Landssíma Íslands og Íslenska sjónvarpsfélagsins hf.* og ákvörðun samkeppnisráðs nr. 8/2000 *Erindi Landsíma Íslands hf. vegna meintrar misnotkunar Íslenska útvarpsfélagsins hf. og Sýnar hf. á markaðsráðandi stöðu sinni*

³ Sjá ákvörðun framkvæmdastjórnar ESB 21. desember 2010 í máli nr. M.5932 *News Corp/BSkyB* og 7. apríl 2017 í máli nr. M.8354 *FOX/SKY*. „(129) *With regard to the question whether printed newspapers belong to the same relevant product market as free and paid-for online news services, a majority of newspapers which provided a meaningful response to the market investigation stated that printed newspapers have lost readership or audience to free and paid-for online editions.*”



Þeirri ástæðu að eðli dagblaða og vefmiðla er ólíkt. Vefmiðla er hægt að uppfæra oft yfir daginn en dagblöðum verður ekki breytt eftir prentun. Vefmiðlar geta flutt efni með hljóði og mynd, vefmiðlar geta verið með beinar lýsingar/útsendingar frá viðburðum, kostnaðaruppbygging er ólík (m.a. vegna umbrots og prentunar) o.s.frv.

Að mati Samkeppniseftirlitsins er markaðurinn fyrir útgáfu vefmiðla einn markaða málsins.

2.3.2 Markaður fyrir útgáfu dagblaða

Líkt og fram hefur komið gefa samrunaaðilar báðir út dagblöð, þ.e. Torg gefur út Fréttablaðið og Frjáls fjölmiðlun DV. Í ákvörðunum Samkeppniseftirlitsins nr. 6/2009, *Samruni Árvakurs hf., Fréttablaðsins ehf. og Pósthússins ehf.*, og 16/2013, *Erindi útgefanda Viðskiptablaðsins, Mylluseturs ehf., um ætlaða misnotkun 365 miðla ehf. á markaðsráðandi stöðu*, var komist að þeirri niðurstöðu að útgáfa dagblaða væri sérstakur markaður og aðskilinn frá útgáfu vefmiðla. Í ákvörðun nr. 6/2009 var m.a. fjallað um tengsl markaðanna fyrir vefmiðla annars vegar og dagblöð og hins vegar og segir:

„Að mati Samkeppniseftirlitsins er því ekki full staðganga á milli svokallaðra vefmiðla, þ.e. dagblaða eða fréttaflutnings á veraldarvefnum, og hinna eiginlegu prentmiðla eða dagblaða sem gefin eru út í prentformi. Helgast það fyrst og fremst af ólíku eðli miðlanna. Vegna ólíks eðlis miðlanna leitar lesandi dagblaðs eftir öðrum upplýsingum en þegar vefmiðill er skoðaður, svo sem að fá margháttaðar upplýsingar og lesa tilkynningar, m.a. um nýlega atburði eða atburði sem eru á dagskrá og önnur dægurmál. Þá þarf neytandi að hafa aðgang að interneti til þess að skoða vefmiðil. Telur Samkeppniseftirlitið því að vefmiðlar falli ekki undir þennan markað.“

Að mati Samkeppniseftirlitsins er jafnframt mögulegt að skilgreina markaði fyrir útgáfu dagblaða í frekari undirmarkaði, sbr. t.d. ákvörðun breskra samkeppnisyfivalda nr. ME6565/15. Í ljósi þess að það hefur ekki áhrif á niðurstöðu málsins telur Samkeppniseftirlitið ekki nauðsynlegt að taka endanlega afstöðu til þess í þessu máli.

Að mati Samkeppniseftirlitsins er markaðurinn fyrir útgáfu dagblaða einn markaða málsins.

2.3.3 Markaður fyrir sölu auglýsinga í fjölmiðlum

Líkt og fram hefur komið selja samrunaaðilar auglýsingar í fjölmiðlum sínum, bæði á vefmiðlum og í dagblöðum. Samkeppniseftirlitið hefur í fyrri úrlausnum skilgreint sérstakan markað fyrir auglýsingar í mismunandi fjölmiðlum, þ.e. dagblöðum, sjónvarpi og útvarpi. Hefur Samkeppniseftirlitið metið það sem svo að auglýsingar í mismunandi tegundum fjölmiðla, t.d. ljósvaka- og prentmiðlum, tilheyri almennt ekki sama samkeppnismarkaðnum.⁴ Af framangreindum mörkuðum kemur samruninn einkum til með að hafa áhrif á markaðinn fyrir sölu auglýsinga í dagblöðum.

⁴ Sjá t.d. álit Samkeppniseftirlitsins nr. 4/2008, *Samkeppnishömlur sem stafa af stöðu og háttsemi Ríkisútvarpsins á markaði fyrir sölu auglýsinga í ljósvakamiðlum*, ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 61/2008, *Ósk um undanþágu frá ákvæði samkeppnislaga um bann við samstarfi keppinauta vegna samnings Capacent ehf., Ríkisútvarpsins ohf., 365 miðla ehf. og Skjásins miðla ehf. um rafrænar mælingar á fjölmiðlanotkun*, ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 20/2013, *Beiðni um undanþágu vegna samræmdra mælinga á notkun*



2.3.4 Landfræðilegur markaður

Samkeppniseftirlitið er sammála þeim skilningi samrunaaðila að starfsemi þeirra varði landið allt og að því beri að líta á landið allt sem landfræðilegan markað málsins.

3. Samkeppnisleg áhrif og áhrif samrunans á fjölræði og fjölbreytni í fjölmiðlun

Í þessu máli er yfirtaka Torgs á Frjálsri fjölmiðlun tekin til skoðunar í samræmi við ákvæði samkeppnislaga og fjölmiðlalaga um samruna. Því þarf að taka til skoðunar hvort samruni þessara fyrirtækja hindri virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða verði til eða slík staða styrkist á hinum skilgreinda markaði málsins, eða verði til þess að samkeppni á markaði raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 1. mgr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Jafnframt þarf að taka til skoðunar hvort samruninn hafi skaðleg áhrif á fjölbreytni og fjölræði í fjölmiðlun, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. fjölmiðlalaga.⁵

3.1 Sjónarmið samrunaaðila um áhrif samrunans

Í samrunaskrá kemur fram að samrunaaðilar telji að samruninn hafi varla mælanleg áhrif á þá markaði, þar sem samkeppnisleg skörun sé á milli aðila og hvað þá aðra markaði. Samrunaaðilar telji að einn mikilvægasti þáttur samrunans felist í því að tryggja að raddir miðla Frjálsrar fjölmiðlunar heyrist áfram í samfélaginu og tryggja samlegð þannig að reksturinn verði sjálfbær. Með samrunanum verði rekstur Frjálsrar fjölmiðlunar færður að öllu leyti inn í starfsemi Torgs.

Hvað fjölmiðlamarkaðinn varði sé nauðsynlegt að tryggja rekstrargrundvöll innlendra fjölmiðla svo hægt verði að mæta sívaxandi samkeppni af hálfu erlendra aðila. Ljóst sé að innlendir fjölmiðlar eigi verulega undir högg að sækja, vegna erlendra samkeppni, sem birtist helst í ofgnótt afþreyingarefnis á Internetinu. Á auglýsingamarkaðnum séu alþjóðlegir risar á borð við Facebook, Google, Youtube og Instagram í beinni samkeppni við starfsemi innlendra miðla. Staðreyndin sé sú að mun fleiri og fjársterkari aðilar en áður keppi nú um þau takmörkuðu gæði sem innlendir auglýsingamarkaður hafi upp á að bjóða.

Birtingarmynd þessa á innlendan fjölmiðlamarkað sé m.a. fækkun útgefina dagblaða og tímarita hér á landi frá því sem áður hafi verið. Í þeim efnum sé skemmst að minnast þess að Fréttatíminn hafi lagt upp laupana árið 2017, DV hafi átt í rekstrarerfiðleikum sem m.a. birtist í fækkun útgáfudaga og gríðarlegum taprekstri, sem sé aflvaki þessa samruna. Morgunblaðið sé rekið ár eftir ár með mörg hundruð milljóna tapi á ári og tap Birtings sem gefi út Mannlíf og tímarit sé rekið með tapi upp á annað hundruð milljónir á

almennings á vefmiðlum á Íslandi, og ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 13/2014, Rafræn mæling Capacent ehf. á notkun ljósvakamiðla.

⁵ Hugtökin fjölbreytni og fjölræði eru ekki skilgreind í fjölmiðlalögum en í greinargerð með lögum nr. 54/2013 sem breyttu fjölmiðlalögum kemur m.a. eftirfarandi fram: „Með hugtakinu fjölræði í fjölmiðlun er þannig vísað til þess að fjölmiðlar séu ekki undir yfirráðum fárra aðila. Dreift eignarhald á fjölmiðlum er talið tryggja betur að ritstjórnarefni fjölmiðla endurspegli ólík sjónarmið. Hugtakið fjölbreytni í fjölmiðlun hefur margháttaða merkingu og vísar jafnt til þess að fjölbreytt efni sé í boði, að það efni og sjónarmið sem fram kemur sé fjölbreytt og sett fram á ólíkan hátt fyrir notendur, að mismunandi hópar og einstaklingar samfélagsins fái notið sín í fjölmiðlum og höfðað sé til þeirra með fjölbreyttum hætti, og að efni frá ólíkum landsvæðum nái jafnframt til annarra landsvæða en þar sem það er framleitt. Fjölbreytni að þessu leyti felur bæði í sér að í boði sé margbreytilegt efni, svo sem fréttir, menningarefni, fræðsluefni, íþróttir o.fl., og að efnistöð endurspegli fjölbreytt viðhorf.“ Um nánari umfjöllun um ákvæði 17. gr. c. samkeppnislaga og 62. gr. b. fjölmiðlalaga má t.d. vísa til ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 2/2019, *Kaup Árvakurs hf. og 365 miðla hf. á Póstmiðstöðinni ehf.*



liðnu ári. Fljótt á litið virðist sem innlendir einkareknir fjölmiðlar hafi á árinu 2018 tapað í kringum eitt þúsund milljónum og uppsafnað tap innendra miðla á liðnum árum sé nokkur þúsund milljónir. Tímaritaútgáfa eigi einnig undir högg að sækja og hafi titlum fækkað verulega frá því sem áður hafi verið. Í raun sé þetta ástand algjörlega glórulaust. Á sama tíma sé hlaðið undir rekstur RÚV, með mörg þúsund milljóna króna skattfjárforskoti þess á markaði, á sama tíma sem RÚV sé stjórnlaust á auglýsingamarkaði. Sé starfsemi RÚV að stórum hluta ástæða þess ástands sem sé til staðar á íslenskum fjölmiðlamarkaði. Yfirvöld í landinu verði að fara að gera sér grein fyrir því að það sé engan veginn sjálfgefið í þessum veruleika að innlendir fjölmiðlar muni starfa áfram. Einn daginn gæti staðan verið sú, ef fram fer sem horfir að í landinu verði ein ríkisrekin fréttastofa.

Í samrunaskrá segir að samrunaaðilar telji að samruninn hafi ekki skaðleg áhrif á fjölræði og fjölbreytni í fjölmiðlum, sbr. 7. mgr. 62. gr. b. fjölmiðlaga nr. 38/2011. Samrunaaðilar telji að þvert á móti muni samruninn hafa jákvæð áhrif á mörkuðum málsins og að mati samrunaaðila hafi samruninn engin neikvæð áhrif.

3.2 Mat hagsmunaaðila á samkeppnislegum áhrifum samrunans

Samkeppniseftirlitið óskaði eftir umsögnum frá hagsmunaaðilum um samrunann, dags. 20. og 21. janúar 2020, og bárust eftirlitinu fimm efnislegar umsagnir.

Þrjár umsagnaraðilar tjáðu sig um samrunann og töldu fyrirhugaðan samruna ekki koma til með að hafa teljandi áhrif á samkeppni á þeim mörkuðum sem um væri að ræða. Einn af þeim óskaði þó eftir því að Samkeppniseftirlitið setti það sem skilyrði fyrir samrunanum að upplýst yrði um raunverulega eigendur Frjálsrar fjölmiðlunar. Leyndin yfir því hver raunverulegur eigandi þess sé valdi öðrum fjölmiðlafyrirtækjum miklum skaða og bjagi markaðsstöðu óhjákvæmilega. Einn umsagnaraðilinn gerði athugasemdir við samrunann og sagði að almennt væri neikvætt ef drægi úr samkeppni á fjölmiðlamarkaði og samþjöppun ykist. Því ætti að hafna samrunanum. Fimmti umsagnaraðilinn tók fram að fyrirtæki hans starfaði ekki á þeim mörkuðum þar sem áhrifa samrunans kynni að gæta og væri því ekki í aðstöðu til að leggja mat á áhrif samrunans.

3.3 Mat fjölmiðlanefndar á áhrifum samrunans á fjölræði og fjölbreytni

Líkt og fram kemur í 8. mgr. 62. gr. b. laga um fjölmiðla skal Samkeppniseftirlitið afla umsagnar fjölmiðlanefndar um áhrif samrunans á fjölræði og fjölbreytni. Bárust Samkeppniseftirlitinu tvær umsagnir fjölmiðlanefndar um áhrif samrunans á fjölræði og fjölbreytni.

Í umsögn fjölmiðlanefndar, dags. 14. janúar 2020, segir að Torg starfræki fréttadeild fyrir Fréttablaðið og fréttablaðið.is og Frjáls fjölmiðlun starfræki fréttaritstjórn fyrir DV og dv.is. Þá séu þættir um fréttatengd málefni á borð við fréttar- og umræðuþáttinn 21 og umræðuþáttinn Ritstjórnarnir sýndir á sjónvarpsstöðinni Hringbraut og jafnframt aðgengilegir á vef Hringbrautar. Fjölmiðlar í eigu samrunaaðila séu því í aðstöðu til að setja mál á dagskrá og hafi áhrif á samfélagsumræðuna. Líkur séu á því að samanlagður áhrifamáttur þeirra geti verið umtalsverður.

Í kaupsamningi Torgs og Frjálsrar fjölmiðlunar komi fram að [



] ⁶

Kaup Torgs á Frjálsri fjölmiðlun muni hafa í för með sér að fjölmiðlar Torgs verði í meirihlutaeigu eins manns, auk þriggja annarra sem fari með smærri hlut. Að því leyttinu til feli fyrirhugaðar breytingar í sér samþjöppun á fjölmiðlamarkaði sem áhrif hafi á fjölræði á markaði. Um leið sé rétt að hafa í huga að líkur séu á því að DV hverfi hugsanlega af markaði verði ekki af samruna félaganna tveggja.

Fréttablaðið sé mest lesna dagblað landsins, vefur Fréttablaðsins í 5. sæti yfir mest sóttu vefi landsins og vefur DV í þriðja sæti yfir mest sóttu vefi landsins, samkvæmt mælingum Gallup en ekki liggja fyrir tölur frá Gallup um notkun annarra vefmiðla í eigu samrunaaðila. Þannig megi ljóst vera að bæði Fréttablaðið, vefur Fréttablaðsins, DV og dv.is hafi samanlagt umtalsverða útbreiðslu hér á landi og nái til fjölda lesenda. Innihald og útbreiðsla miðlanna sé til þess fallin að þeir geti haft skoðanamótandi áhrif á almenningsálit og stjórn málaumræðu. Þannig séu líkur á því að áhrifamáttur þeirra fjölmiðla sem eigi í hlut geti verið nokkur.

Þrátt fyrir sterka stöðu á markaði fyrir dagblöð og markaði fyrir vefmiðla geti þó hvorki miðlar Torgs né Frjálsrar fjölmiðlunar talist í markaðsráðandi stöðu á landsvísi á markaði fyrir dagblöð, vefmiðla, sjónvarp eða fyrir auglýsingar á þessum miðlum.

Fram komi í samrunaskrá að miðað við afkomu Frjálsrar fjölmiðlunar [] ⁷ Einn mikilvægasti þáttur samrunans felist í því að tryggja að raddir miðla Frjálsrar fjölmiðlunar heyrist áfram í samfélaginu og tryggja samlegð þannig að reksturinn verði sjálfbær. Í því sambandi vísi samrunaaðilar m.a. til fækkunar útgefninga dagblaða og tímarita hér á landi frá því sem áður hafi verið og fækkun útgáfudaga DV og gríðarlegs tapreksturs blaðsins. Telja verði að samruninn geti verið til þess fallinn að efla og styrkja umrædda fjölmiðla og tryggja rekstrargrundvöll fyrirtækis [] ⁸

Þá segir í umsögn fjölmiðlanefndar að fram komi í samrunaskrá að vefmiðillinn dv.is verði rekinn áfram og ekki sé gert ráð fyrir öðru en að DV komi áfram út í prentformi, eins og verið hafi. Þá komi fram í kaupsamningi að tilteknir starfsmenn Frjálsrar fjölmiðlunar verði ráðnir til Torgs.

Ljóst sé að hlutur erlendra vef- og myndmiðla af auglýsingatekjum hér á landi fari stækkandi, líkt og fram komi í samrunatilkyrningu. Samkeppni frá erlendum aðilum hafi því áhrif á íslenskan fjölmiðlamarkað, þó að þau áhrif séu enn sem komið er minni hér á landi en á Norðurlöndum. Með kaupum Torgs á Frjálsri fjölmiðlun nú styrki Torg enn

⁶ Fellt út vegna trúnaðar.

⁷ Fellt út vegna trúnaðar.

⁸ Fellt út vegna trúnaðar.



frekar stöðu sína sem eitt af fjórum stærstu einkareknu fjölmiðlafyrirtækjunum á íslenskum fjölmiðlamarkaði.

Mikilvægt sé að á íslenskum markaði séu öflug fjölmiðlafyrirtæki sem stuðli að fjölbreytni og fjölræði og þar með að mismunandi efnistöð og ólík sjónarmið komi fram. Að sama skapi sé mikilvægt að íslensk fyrirtæki geti keppt við erlendar fjölmiðlaveitur sem bjóði efni hér á landi til að tryggja að Íslendingum standi til boða efni á íslensku og efni sem spegli íslenskt samfélag og menningu á breiðum grunni. Íslenskir fjölmiðlar séu í auknum mæli í samkeppni við erlenda afþreyingarmiðla og þurfi að bregðast við samkeppninni með því að bjóða gott efni á samkeppnishæfu verði. Að mati fjölmiðlanefndar geti breytingarnar, sem leiði af fyrirhuguðum samruna, verið til þess fallnar að auka og styrkja samkeppni stærstu fjölmiðlafyrirtækjanna á héraendum fjölmiðlamarkaði þannig að þau verði færari um að mæta samkeppni frá innlendum sem erlendum aðilum.

Með vísan til alls framangreinds sé það niðurstaða fjölmiðlanefndar að kaup Torgs á Frjálsri fjölmiðlun hafi hvorki skaðleg áhrif á fjölræði né fjölbreytni í fjölmiðlun á þeim mörkuðum sem viðkomandi fjölmiðlaveitur starfi á, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. laga um fjölmiðla.

Við rannsókn málsins og eftir m.a. fundi við systurstofnanir Samkeppniseftirlitsins, birtingarhús og fjölmiðlanefnd og mat á framangreindri umsögn fjölmiðlanefndar taldi Samkeppniseftirlitið skoða nánar hvort að samruninn kynni að hafa skaðleg áhrif á fjölræði og fjölbreytni. Ástæða þess var m.a. sú að af umsögn fjölmiðlanefndar virtist mega draga þá ályktun að samruninn væri skaðlegur fjölræði og fjölbreytni en þar sem fjárhagsstaða Frjálsrar fjölmiðlunar væri bág væri það niðurstaða fjölmiðlanefndar að samruninn teldist ekki skaðlegur. Í ljósi þess óskaði Samkeppniseftirlitið eftir ítarlegri sjónarmiðum um fjölræði og fjölbreytni. Svör bárust frá fjölmiðlanefnd þann 17. mars 2020.

Í svörum fjölmiðlanefndar kom fram að fjölmiðlanefnd teldi ekki tilefni til að grípa til íhlutunar vegna samrunans, jafnvel þótt fjárhagsstaða Frjálsrar fjölmiðlunar hefði ekki áhrif á matið. Að mati nefndarinnar gæti fyrirhugaður samruni verið til þess fallinn að auka og styrkja samkeppni stærstu fjölmiðlafyrirtækjanna á héraendum fjölmiðlamarkaði og gera þau færari um að mæta alþjóðlegri samkeppni frá erlendum frétt- og afþreyingarmiðlum. Mikilvægt sé að á íslenskum fjölmiðlamarkaði séu öflug fjölmiðlafyrirtæki sem miðli fjölbreyttu efni, þar sem ólíkum sjónarmiðum sé haldið á lofti. Að sama skapi sé mikilvægt að íslensk fyrirtæki geti keppt við erlendar fjölmiðlaveitur til að tryggja framboð efnis á íslensku og efnis sem endurspegli íslenskt samfélag og menningu á breiðum grunni.

3.4 Mat Samkeppniseftirlitsins

Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna ber að líta til þess hvort samruninn leiði til þess að markaðsráðandi staða skapist eða styrkist eða hvort samruninn leiði til þess að samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Í 4. gr. samkeppnislaga kemur fram að markaðsráðandi staða sé fyrir hendi þegar fyrirtæki hefur þann efnahagslega styrk að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og að það geti að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppnauta, viðskiptavina og neytenda.



Við mat á áhrifum samruna á fjölræði og fjölbreytni ber að leita umsagnar fjölmiðlanefndar, sbr. framangreint, auk þess sem Samkeppniseftirlitinu ber að leggja sjálfstætt mat á þau áhrif samruna, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. fjölmiðlalaga. Við mat á áhrifum á fjölbreytni og fjölræði ber m.a. að líta til styrks aðila á markaði og þeirrar flóru fjölmiðla sem í boði er.

Í samrunaskrá er að finna mat samrunaaðila á markaðshlutdeild þeirra á skilgreindum mörkuðum. Til að varpa nánara ljósi á stöðu samrunaaðila óskaði Samkeppniseftirlitið eftir upplýsingum um veltu samrunaaðila og keppinauta með bréfum, dags. 20. og 21. febrúar 2020. Reyndist það erfiðleikum bundið að fá inn umbeðnar upplýsingar, en bárust þær að lokum þann 17. mars 2020, eftir að Samkeppniseftirlitið beitti lögmæltum heimildum til að krefjast upplýsinga. Tafði framangreint meðferð málsins nokkuð.

3.4.1 Markaður fyrir útgáfu vefmiðla

Almennt er hlutdeild á mörkuðum metin út frá tekjum fyrirtækja á markaðnum. Þar sem viðskiptavinir vefmiðla greiða almennt ekki fyrir efni þeirra beint, heldur óbeint með athygli sinni, gefa umferðartölur ákveðna mynd af stöðu aðila á markaðnum fyrir útgáfu vefmiðla. Hér verður þó einnig litið til auglýsingatekna viðkomandi vefmiðla og hlutdeild þeirra miðað við þá nálgun.

Markaðsrannsóknarfyrirtækið Gallup mælir lestur flestra stærstu íslensku vefmiðlanna og afhenti Samkeppniseftirlitinu gögn um meðal daglega dekkun þeirra vefmiðla sem Gallup mælir⁹ (þ.e. hlutfall fólks sem les þá) og teljast til keppinauta samrunaaðila, á fjórða ársfjórðungi ársins 2019, fyrir aldurshópin 18-80 ára, á landinu öllu.

Tafla 1: Meðal dagleg dekkun vefmiðla skv. mælingum Gallup, fjórði ársfjórðungur 2019.

Miðill	Meðal dagleg dekkun %
mbl.is	60,7%
visir.is	59,5%
dv.is	43,7%
ruv.is	23,3%
frettabladid.is	19,3%
stundin.is	6,9%

Mbl.is og visir.is voru mest lesnu vefmiðlar landsins á tímabilinu og hvor um sig náði daglega til um 60% Íslendinga á aldrinum 18-80 ára að meðaltali. Dv.is náði til 43,7% landsmanna, og frettabladid.is til 19,3% landsmanna. Það er því ljóst að þessir tveir aðilar eru í sterkari stöðu en samrunaaðilar fyrir samruna en líklegt er að samanlögð dekkun samrunaaðila í kjölfar samrunans verður ívið minni en dekkun mbl.is, og visir.is. Ruv.is mun verða fjórði stærsti vefmiðillinn, þegar horft er til daglegrar dekkunar, auk þess sem fleiri minni vefmiðlar starfa á markaðnum, s.s. vb.is, stundin.is, kjarninn.is o.fl.

⁹ Nokkra vefmiðla vantar inn í mælingar Gallup, t.a.m. kjarninn.is og vb.is



Sala auglýsinga er megintekjustoð vefmiðla, og því má jafnframt áætla markaðsstyrk þeirra að vissu leyti út frá auglýsingatekjum. Þó vantar inn í þennan samanburð hlutdeild miðla sem ekki selja auglýsingar, t.a.m. ruv.is.

Tafla 2: Sala auglýsinga í vefmiðlum, markaðshlutdeild 2018 og 2019.

Fyrirtæki	2018	2019
Torg	[0-5]%	[0-5]%
Frjáls fjölmiðlun	[10-15]%	[10-15]%
Samrunaaðilar samtals	[10-15]%	[15-20]%
Árvakur	[45-50]%	[45-50]%
Sýn	[25-30]%	[30-35]%
Fótbolti.net	[0-5]%	[0-5]%
Myllusetur	[0-5]%	[0-5]%
Kjarninn miðlar ehf.	[0-5]%	[0-5]%
Víkurfrettir	[0-5]%	[0-5]%
Stundin	[0-5]%	[0-5]%
Birtingur	[0-5]%	[0-5]%
Bæjarins bestu	0%	[0-5]%
Velta, ma.kr.	[1-2]	[1-2]

Þegar litið er til auglýsingasölu í vefmiðlum er Árvakur stærsti aðili á markaði með tæplega helmingshlutdeild, og Sýn með tæpa þriðjungshlutdeild. Frjáls fjölmiðlun kemur þar á eftir. Sameinað fyrirtæki verður þriðji stærsti aðili á markaði, en samþjöppun vegna samrunans er lítil þar sem markaðshlutdeild Torgs er hverfandi á þessum markaði.

Ljóst er að staða hins sameinaða fyrirtækis m.v. daglega dekkun annars vegar og auglýsingatekjur hins vegar bendir ekki til þess að fyrirtækið sé markaðsráðandi eða að markaðsráðandi staða myndist. Það, ásamt sjónarmiðum fjölmiðlanefndar og hagsmunaaðila um áhrif samrunans, leiðir að mati Samkeppniseftirlitsins jafnframt til þess að samruninn raskar samkeppni ekki heldur að öðru leyti með umtalsverðum hætti.

3.4.2 Markaður fyrir útgáfu dagblaða og auglýsingar í dagblöðum

Þar sem Fréttablaðið er fríblað er ekki hægt að meta stöðuna á markaði fyrir útgáfu dagblaða einvörðungu út frá tekjum vegna áskriftar- og lausasölu, heldur er hér litið til hlutdeildar m.v. heildartekjur prentmiðla, þ.e. auglýsinga- áskriftar- og lausasölutekna. Til að meta styrk aðila er jafnframt horft til meðallesturs á tölublað. Í þessum kafla verður einnig litið til stöðu samrunaaðila á markaði fyrir sölu auglýsingar í dagblöðum.

Tafla 3 sýnir tekjur fyrirtækja sem gefa út prentmiðla m.v. þessa flokkun á árinu 2019, og tafla 4 sýnir markaðshlutdeild.

Tafla 3: Tekjur vegna útgáfu dagblaða árið 2019.

Fyrirtæki	Tekjur alls
Torg	[...] m.kr.
Frjáls fjölmiðlun	[...] m.kr.
Samrunaaðilar samtals	[...] m.kr.



Árvakur	[...] m.kr.
Birtingur	[...] m.kr.
Myllusetur	[...] m.kr.
Stundin	[...] m.kr.
Víkurfrettir	[...] m.kr.
Velta samtals	[...] m.kr.

Tafla 4: Markaðshlutdeild m.v. tekjur vegna útgáfu dagblaða árið 2019.

Fyrirtæki	Tekjur alls
Torg	[35-40]%
Frjáls fjölmiðlun	[0-5]%
Samrunaaðilar samtals	[40-45]%
Árvakur	[40-45]%
Birtingur	[5-10]%
Myllusetur	[0-5]%
Stundin	[0-5]%
Víkurfrettir	[0-5]%

Árvakur er með stærstu hlutdeild prentmiðla m.v. tekjur, en meirihluti teknanna er vegna áskriftar- og lausasölu Morgunblaðsins. Næststærsti aðilinn á markaðnum er Torg, sem er með nánast allar sínar tekjur af auglýsingasölu. Hið sameinaða fyrirtæki er næststærsti aðilinn á markaðnum, en munurinn á því og Árvakri er hverfandi. Samþjöppun vegna samrunans er hins vegar lítil þar sem tekjur prentmiðils DV eru litlar.

Eftirfarandi tafla sýnir meðallestur á tölublað á fjórða ársfjórðungi ársins 2019, meðal Íslendinga á aldrinum 12-80 ára á landinu öllu, samkvæmt gögnum frá Gallup¹⁰. Hér ber að hafa í huga tölurnar gefa ekki alveg skýra mynd af stöðu blaðanna þar sem þau eru mismunandi oft gefin út en hér er aðeins horft á meðallestur á hvert tölublaði. Fréttablaðið og Morgunblaðið hafa t.a.m. verið gefin út sex sinnum í viku að jafnaði á meðan DV er gefið út einu sinni í viku og Bændablaðið er gefið út hálfmánaðarlega.

Tafla 5: Meðallestur á tölublað, íslenskir prentmiðlar, 4. ársfjórðungur 2019.

Miðill	Meðallestur á tölublað
Fréttablaðið	36,96%
Bændablaðið	29,18%
Morgunblaðið	23,19%
Mannlíf	17,67%
Stundin	10,38%
Viðskiptablaðið	8,05%
DV	7,24%

Þegar horft er til meðallesturs á hvert tölublað er Fréttablaðið mest lesna dagblaðið á Íslandi, en DV það minnst lesna af þeim prentmiðlum sem Gallup mælir. Áhrif samrunans eru því takmörkuð á þessum markaði að þessu leyti. Þrátt fyrir það er ljóst að

¹⁰ Gallup mælir ekki alla prentmiðla, t.a.m. ekki Glamour, Fiskifrétir og staðbundna miðla



samrunaaðilar munu verða þeir stærstu á þessum markaði í kjölfar samrunans og með meiri uppsafnaðan lestur en næstu keppinautar.

Hlutdeild fyrirtækja sem selja auglýsingar í prentmiðlum miðað við tekjur má sjá í eftirfarandi töflu.

Tafla 6: Tekjur vegna auglýsingasölu í prentmiðlum árið 2019.

Fyrirtæki	Auglýsingatekjur
Torg	[...] m.kr.
Frjáls fjölmiðlun	[...] m.kr.
Samrunaaðilar samtals	[...] m.kr.
Árvakur	[...] m.kr.
Birtingur	[...] m.kr.
Myllusetur	[...] m.kr.
Stundin	[...] m.kr.
Víkurféttir	[...] m.kr.
Velta samtals	[...] m.kr.

Tafla 7: Markaðshlutdeild m.v. sölu auglýsinga í prentmiðlum árið 2019.

Fyrirtæki	Auglýsingatekjur
Torg	[55-60]%
Frjáls fjölmiðlun	[0-5]%
Samrunaaðilar samtals	[60-65]%
Árvakur	[25-30]%
Birtingur	[5-10]%
Myllusetur	[0-5]%
Stundin	[0-5]%
Víkurféttir	[0-5]%

Torg er stærsti aðilinn í auglýsingasölu þegar horft er á auglýsingar í prentmiðlum. Árvakur, sem rekur m.a. Morgunblaðið og mbl.is, er annar stærsti aðili á þessu sviði og Birtingur, sá þriðji. Frjáls fjölmiðlun er fjórði stærsti aðilinn, og mun auka markaðshlutdeild Torgs um [0-5]%. Sameinað fyrirtæki verður stærsti aðilinn á þessu sviði, með [60-65]% hlutdeild.

Með hliðsjón af upplýsingum um markaðshlutdeild á markaði fyrir útgáfu dagblaða eru vísbendingar um að Torg kunni að vera í markaðsráðandi stöðu fyrir samrunann og að hún muni styrkjast í kjölfar hans. Þó virðist aukning samþjöppunar óveruleg, auk þess sem sjónarmið fjölmiðlanefndar og hagsmunaaðila um áhrif samrunans gefa ekki tilefni til að ætla að staða Torgs muni styrkjast það mikið að markaðsráðandi staða styrkist eða samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti. Hér ber einnig að líta til þess að staða DV er afar veik og hlutdeild félagsins lítil. Það, ásamt sjónarmiðum auglýsenda um takmörkuð áhrif samrunans á auglýsingamarkað, leiðir til þess að Samkeppniseftirlitið telur ekki að samruninn raski samkeppni á þessum tiltekna markaði.



3.4.3 Fjölræði og fjölbreytni

Fyrirgreindar upplýsingar gefa vísbendingar um áhrif samrunans á fjölræði en þau eru neikvæð að því leyttinu til að dagblaðið DV og vefmiðillinn dv.is, sem starfað hafa sem sjálfstæðir aðilar á markaði, munu renna inn í Torg, sem hefur sterka stöðu þegar litið er til bæði meðalbesturs á hvert tölublað og daglegrar dekkunar vefmiðla sem flytja fréttir. Hins vegar ber hér einnig að líta til sjónarmiða fjölmiðlanefndar sem telur samrunann ekki takmarka fjölræði og fjölbreytni á íslenskum fjölmiðlamarkaði í kjölfar samrunans auk þess sem engin sjónarmið bárust um neikvæð áhrif samrunans að þessu leyti. Í umsögn fjölmiðlanefndar er jafnframt vísað til þess að fyrirhugaður samruni geti verið til þess fallinn að auka og styrkja samkeppni stærstu fjölmiðlafyrirtækja á héraendum fjölmiðlamarkaði og gera þau færari um að mæta alþjóðlegri samkeppni frá erlendum fréttá- og afþreyingarmiðlum.

Í þessu sambandi ber einnig að líta til þess að staða fjölmiðla Frjálsrar fjölmiðlunar hefur verið tiltölulega veik og þá sérstaklega útgáfa dagblaðsins DV en prentmiðlar hafa átt undir högg að sækja.¹¹ Samrunaaðilar hafa einnig gefið það út að fjölmiðlarnir muni áfram verða reknir með sambærilegu sniði og undir sjálfstæðri ritstjórn. Er það mikilvægt þar sem lesendahópar fjölmiðla Torgs og Frjálsrar fjölmiðlunar eru að ákveðnu leyti ólíkir. Af þeim sökum eru minni líkur á því að samruninn komi til með að hafa skaðleg áhrif á fjölbreytni í fjölmiðlun. Hvað varðar áhrif samrunans á fjölræði, þ.e. eignarhald, þá eru þau takmörkuð þar sem Frjáls fjölmiðlun, eigandi DV fyrir samrunann, er ekki í dreifðu eignarhaldi. Breyting á fjölræði vegna samrunans er því minniháttar að þessu leyti og aðrir ótengdir sterkir fjölmiðlar munu áfram verða starfandi á markaðnum.

3.5 Niðurstaða um áhrif samrunans

Af framangreindri umfjöllun er ljóst að markaðshlutdeild samrunaaðila og umsagnir hagsmunaaðila og fjölmiðlanefndar benda ekki til þess að við samrunann myndist eða styrkist markaðsráðandi staða, eða samkeppni raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti sbr. 1. mgr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Þá er það mat Samkeppniseftirlitsins, m.a. með hliðsjón af umsögnum fjölmiðlanefndar, að samruninn hefur ekki skaðleg áhrif á fjölbreytni og fjölræði í fjölmiðlun, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. fjölmiðlalaga. Að mati Samkeppniseftirlitsins eru áhrif samrunans á viðkomandi markað ekki slík að þau réttlæti íhlutun vegna hans.

III.

Niðurstaða

Að gögnum málsins virtum telur Samkeppniseftirlitið ekki forsendur til að ætla að samruni Torgs og Frjálsrar fjölmiðlunar leiði ekki til þess að markaðsráðandi myndist eða styrkist, eða að samkeppni verði raskað að öðru leyti með umtalsverðum hætti. Þá mun samruninn ekki hafa skaðleg áhrif á fjölræði og/eða fjölbreytni í fjölmiðlun á þeim mörkuðum sem samrunaaðilar starfa á, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. laga um fjölmiðla. Af þeim sökum er það niðurstaða eftirlitsins að ekki sé forsendur til að aðhafast vegna þessa samruna.

IV.

¹¹ Sjá t.d. af vef fjölmiðlanefndar 13. júní 2019: <http://fjolmidlanefnd.is/2019/06/13/skipting-auglysingafjar-2018-hlutur-prentmidla-og-sjonvarps-nanast-jafn/>.
Og frétt vb.is 03. mars 2018: <https://www.vb.is/frettir/tolfraedi-fjolmidla-lestur-prentmidla/145409/?q=Lestur>.



Ákvörðunarorð

„Kaup Torgs ehf. á eignum Frjálsrar fjölmiðlunar ehf. fela í sér samruna í skilningi samkeppnislaga. Samkeppniseftirlitið telur ekki forsendur til þess að hafast frekar að í máli þessu.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson