

NOTAT

Dato: 6. februar 2015

Sag: METS-14/09393

Sagsbehandler: /STP/SUPO

Godkendelse af Syddanske Medier A/S, Jyske Medier A/S og Fynske Medier P/S' etablering af joint venturet Jysk Fynske Medier P/S, herunder ved indskydelsen af en række ene- og fælleskontrollerede selskaber, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

**ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTERIET**

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 23. januar 2015 en almindelig anmeldelse af Syddanske Medier A/S (herefter "Syddanske Medier"), Jyske Medier A/S (herefter "Jyske Medier") og Fynske Medier P/S' (herefter "Fynske Medier") etablering af joint venturet Jysk Fynske Medier P/S, herunder ved indskydelsen af en række ene- og fælleskontrollerede selskaber. Ifølge konkurrencelovens § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen udover en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristen begyndte at løbe den 29. januar 2015.

1. Transaktionen og jurisdiktion

Joint venturet oprettes på grundlag af en fusionsaftale (rammeaftale), herunder en medieaftale og en ejeraftale, der udgør en integreret del af fusionsaftalen. Fusionsaftalen regulerer ejerforholdene og samarbejdet i joint venturet.

Oprettelsen af joint venturet er betinget af, at Fynske Medier, Jyske Medier og Syddanske Medier (herefter "parterne") hver især overfører en række aktiviteter og ejerandele til joint venturet og omvendt, og transaktionen indebærer således en række indbyrdes forbundne transaktioner.

Joint venturet vil efter transaktionen være ejet af Fynske Medier med 47,5 pct., af Syddanske Medier med 36 pct. og af Jyske Medier med 16,5 pct.

1.1. Oprettelsen af Jysk Fynske Medier, herunder overførsel af ene-kontrollerede selskaber til joint venturet

Parterne vil hver især indskyde samtlige af deres eksisterende aktiviteter og ejerandele i joint venturet med undtagelse af udgiverrettigheder til parternes respektive dagblade og distriktsaviser, Jyske Medier og Fynske Mediers sendetilladelser til lokalradio, Jyske Mediers domicilejendom, Syddanske Mediers redaktion, herunder redaktionelle medarbejdere og

redaktionel ledelse, og Syddanske Mediers ejerandele i Dansk Avis Om-
deling A/S.

Syddanske Medier vil overføre ejerandele i følgende selskaber, der ifølge
parterne alle er underlagt enekontrol af Syddanske Medier forud for
transaktionen, til joint venture:

- (i) Radio Victor A/S, 100 pct. ejet.
- (ii) Radio Holsted A/S, 100 pct. ejet.
- (iii) Radio Skala ApS, 100 pct. ejet.
- (iv) Det Sønderjyske Medieselskab ApS, 100 pct. ejet.

Fynske Medier vil overføre ejerandele i følgende selskaber, der ifølge
parterne alle er underlagt enekontrol af Fynske Medier forud for transak-
tionen, til joint venture:

- (v) Ejerandel på 80 pct. i Woerk ApS. Den resterende del af sel-
skabet ejes af en privatperson.
- (vi) Ejerandel på 70 pct. i FM Advisering A/S. Den resterende del
af selskabet ejes af Peria Holding A/S.
- (vii) Ejerandel på 75 pct. i detKoncept ApS. Den resterende del af
selskabet ejes [...] af fire privatpersoner.
- (viii) GraphicCo A/S, 100 pct. ejet.
- (ix) Europrint ApS, 100 pct. ejet.
- (x) GulogGratis.dk A/S, 100 pct. ejet.
- (xi) Ejerandel på 50 pct. i Deal.dk A/S (via GulogGratis.dk A/S).
Den resterende del ejes af Jyske Medier (15 pct.)¹, Nordjyske
Medier A/S (15 pct.), Sjællandske Medier A/S (15 pct.) og
Mediehuset Herning Folkeblad (5 pct.).
- (xii) Ugeavisen Nordfyn A/S, 100 pct. ejet.

Jyske Medier vil overføre ejerandelen i følgende selskab, der ifølge par-
terne er underlagt enekontrol af Jyske Medier forud for transaktionen, til
joint venture:

- (xiii) Inter-Graphics.dk A/S, 100 pct. ejet.

Parterne har anført, at transaktionerne medfører etableringen af et selv-
stændigt fungerende joint venture. Et selvstændigt fungerende joint ven-
ture er et joint venture, der 1) er genstand for fælles kontrol fra modersel-
skabernes side, 2) vil fungere som en selvstændig virksomhed og 3) er

¹ Denne ejerandel vil også blive overført til joint venture, og overførslen heraf er gjort
til en betingelse for etableringen af joint venture og omvendt.

etableret på et varigt grundlag, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2, jf. stk. 2.

1) Fælles kontrol

Der foreligger fælles kontrol, hvis moderselskaberne har sådanne rettigheder over joint venturet, at moderselskaberne hver især har mulighed for at udøve afgørende indflydelse på joint venturet. Det vil være tilfældet, hvis moderselskaberne er nødt til at nå til enighed om – og hver især har vetoret i forhold til – strategisk vigtige beslutninger i forhold til joint venturets forretningspolitik.²

Parterne har oplyst, at joint venturet i henhold til ejerftale vil være underlagt parternes fælles kontrol. Ejerftalen indeholder en række bestemmelser om enstemmighed og vetoret vedrørende væsentlige beslutninger i joint venturet på en række essentielle og strategiske områder. Hver af parterne har således vetoret bl.a. i forhold til godkendelse af forretningsplan samt ansættelse og afskedigelse af direktionen.

Styrelsen vurderer derfor, at joint venturet efter transaktionerne vil være underlagt fælles kontrol, da hvert af moderselskaberne er sikret en kontrollerende indflydelse på helt afgørende beslutninger af strategisk karakter.

Parterne har oplyst, at Jyske Medier, både før og efter transaktionerne, er underlagt VAF Medier Holding A/S og Horsens Folkeblad Fonds fælles kontrol på baggrund af en ejerftale, der tillægger ejerne lige stemmerettigheder. Ifølge parterne er VAF Medier Holding A/S underlagt VAF Fondens enekontrol, hvorfor Jyske Medier ultimativt er underlagt VAF Fonden og Horsens Folkeblad Fonds fælles kontrol.

Endvidere har parterne oplyst, at Fynske Medier, både før og efter transaktionerne, er underlagt Fyens Stiftstidende A/S og A/S Svendborg Avis' fælles kontrol på baggrund af en aktionæroverenskomst. Aktionæroverenskomsten fastslår, at Fyens Stiftstidende A/S er majoritetsaktionær og A/S Svendborg Avis er minoritetsaktionær, men overenskomsten fastsætter samtidig, at beslutninger af væsentlig betydning for Fynske Medier, herunder fx beslutninger vedr. budget og forretningsplan, kræver enighed blandt ejerne. Ifølge parterne er Fyens Stiftstidende A/S underlagt Den Fynske Bladfonds enekontrol, mens A/S Svendborg Avis er ejet af ca. 1700 private aktionærer. Parterne har oplyst, at A/S Svendborg Avis ikke er underlagt kontrol, da ingen af aktionærene har mulighed for at udøve

² Kommissionens konsoliderede meddelelse om jurisdiktion efter Rådets forordning (EF) Nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2008/C 95/01) ("jurisdiktionsmeddelelsen"), punkt 62.

afgørende indflydelse på selskabet. Ifølge parterne er Fynske Medier således ultimativt underlagt A/S Svendborg Avis og Den Fynske Bladfonds fælles kontrol.

Endelig har parterne oplyst, at Syddanske Medier, både før og efter transaktionerne, er underlagt Den Sydvestjyske Venstrepresses ApS' enekontrol.

2) Selvstændig virksomhed

Ved vurderingen af, om et joint venture opererer som en selvstændig virksomhed, skal der bl.a. lægges vægt på, hvilken strategi der ligger bag oprettelsen af joint venturet, hvilke ressourcer det får tilført fra moderselskaberne, joint venturets ledelsesstruktur, ledelsens uafhængighed samt i hvilket omfang joint venturet vil være afhængigt af moderselskaberne.

Joint venturet etableres med henblik på at drive og integrere parternes aktiviteter på varig basis. Joint venturet skal være aktivt inden for en række aktivitetsområder, idet samtlige aktiviteter i Jyske Medier og Fynske Medier, og en del af aktiviteterne i Syddanske Medier, overføres til joint venturet. Joint venturet vil således varetage de funktioner, der normalt varetages af andre selskaber på markedet.

De primære aktivitetsområder i joint venturet vil være produktion, udgivelse og salg af dagblade og distriktsaviser med tilhørende digitale løsninger samt salg af annoncer heri, distribution af aviser m.v. og kommerciel lokalradio samt salg af reklamespots heri. Herudover vil joint venturet have aktiviteter i form af udgivelse af gratis magasiner, trykkeri, filmproduktion, grafisk virksomhed, dealsite, udgivelse af vejvisere og telefonbøger, forbrugermesser, bannerannonceringsservice, udvikling af apps, brugtbørs, print-broker og reklamebureau.

Joint venturet vil få en bestyrelse, som bl.a. vil have ansvaret for ansættelse og afskedigelse af direktionen, vedtagelse af forretningsplan og budget, opfølgning på økonomi, erhvervelse og/eller afhændelse af aktiviteter m.v. Herudover vil der være et forretningsudvalg, som vil træffe de nødvendige beslutninger mellem bestyrelsens møder, og endelig vil der være en direktion, der forestår den daglige ledelse af selskabet.

Ifølge parterne vil der ikke være personsammenfald mellem direktionen i joint venturet og ledelserne i moderselskaberne og disses ejere. Parterne har oplyst, at to chefredaktører, der vil være ansat i joint venturet, også vil sidde i ledelsen i henholdsvis Jyske Medier og Fynske Medier og disses ejere. Parterne har dog samtidig oplyst, at disse chefredaktører ikke vil være en del af direktionen i joint venturet. Den daglige ledelse af aktiviteterne i joint venturet vil således være underlagt en selvstændig ledelse, der vil fungere uafhængigt af moderselskaberne.

Joint venture vil ved etableringen få tilført nødvendige ressourcer, i form af bl.a. personale, finansielle midler, materielle og immaterielle aktiver, til selvstændigt at kunne udøve dets forretningsmæssige aktiviteter.

Udgiverrettighederne til de relevante dagblade og distriktsaviser med tilhørende digitale løsninger samt sendetilladelserne til Jyske Medier og Fynske Mediers lokalradioer forbliver i moderselskaberne. Uanset at joint venture er afhængig af disse udgiverrettigheder og sendetilladelser, vil joint venture dog være selvstændigt fungerende, da parterne har oplyst, at udgiverrettigheder og sendetilladelser skal licenseres til joint venture, så længe joint venture består, og ikke kan tilbagekaldes uden at den pågældende part udtræder af samarbejdet. Endvidere har joint venture, efter det oplyste, tilstrækkelige aktiver til selv at kunne etablere dagblade, distriktsaviser m.v.

På baggrund af en samlet og konkret vurdering af bl.a. ovenstående forhold finder styrelsen derfor, at joint venture vil udføre samtlige funktioner, som kræves for at selskabet kan virke på markedet i konkurrence med andre udbydere, hvorfor joint venture vil fungere som en selvstændig virksomhed.

3) Varigt grundlag

Ved varigt grundlag forstås, at det må være hensigten, at joint venture skal drive virksomhed på et varigt grundlag.

Joint venture oprettes på ubestemt tid og vil få tilført tilstrækkelige midler, herunder finansielle midler, personale og aktiver, til at det kan fungere på et varigt grundlag. Joint venture opfylder således betingelsen om at være etableret på varigt grundlag.

På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at de tre betingelser for et selvstændigt fungerende joint venture er opfyldt, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2, jf. stk. 2.

1.2. Erhvervelsen af fælles kontrol over Ugeavisen Esbjerg K/S

Syddanske Medier vil overføre:

- (xiv) En ejerandel på 50 pct. i Ugeavisen Esbjerg K/S til joint venture.³ Den resterende del af selskabet ejes af Esbjerg Ugeavis' Fond, og selskabet er ifølge parterne, både før og efter transaktionen, underlagt fælles kontrol.

³ Syddanske Mediers ejerandel er underlagt change-of-control bestemmelse, men meddelelsen af denne er gjort til en betingelse for etableringen af joint venture og omvendt.

Parterne har oplyst, at Ugeavisen Esbjerg K/S såvel forud for som efter transaktionen vil være et selvstændigt fungerende joint venture.

Ifølge parterne er Ugeavisen Esbjerg K/S oprettet på baggrund af en ejer-aftale mellem Syddanske Medier og Esbjerg Ugeavis' Fond og underlagt ejernes fælles kontrol, da selskabet er ejet i lige forhold, og ingen af ejerne er tillagt særlige rettigheder. Parterne har oplyst, at selskabet varetager egen produktion og salg af Ugeavisen Esbjerg, og at selskabet har en bestyrelse og en direktion, der forestår den daglige drift af selskabet og fungerer uafhængigt af ejerne. Ifølge parterne har selskabet ligeledes de nødvendige ressourcer, herunder personale, finansielle midler og aktiver, til selvstændigt at udøve dets forretningsmæssige aktiviteter. Endelig er selskabet ifølge parterne oprettet på ubestemt tid og har de nødvendige ressourcer til at fungere på et varigt grundlag.

På baggrund af det ovenfor oplyste er det styrelsens vurdering, at de tre betingelser for et selvstændigt fungerende joint venture er opfyldt, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2, jf. stk. 2.

1.3. Erhvervelsen af fælles kontrol over Billund Bogtryk & Offset ApS

Jyske Medier vil overføre:

- (xv) En ejerandel på 50 pct. i Billund Bogtryk & Offset ApS til joint venture.⁴ Den resterende del af selskabet ejes af Morten Theider, og selskabet er ifølge parterne, både før og efter transaktionen, underlagt fælles kontrol.

Parterne har oplyst, at Billund Bogtryk & Offset ApS såvel forud for som efter transaktionen vil være et selvstændigt fungerende joint venture.

Billund Bogtryk & Offset ApS er ifølge parterne oprettet på baggrund af en ejer-aftale mellem Jyske Medier og Morten Theider og underlagt ejernes fælles kontrol, da selskabet er ejet i lige forhold, og ingen af ejerne er tillagt særlige rettigheder. Parterne har oplyst, at selskabet varetager egen produktion og salg af Billund Ugeavis, og at selskabet har en bestyrelse og en direktion, der forestår den daglige drift af selskabet og fungerer uafhængigt af ejerne. Selskabet har ifølge parterne de nødvendige ressourcer, herunder personale, finansielle midler og aktiver, til selvstændigt at udøve dets forretningsmæssige aktiviteter. Endelig er selskabet ifølge

⁴ Jyske Mediers ejerandel er underlagt change-of-control bestemmelse, men meddelelsen af denne er gjort til en betingelse for etableringen af joint venture og omvendt.

parterne oprettet på ubestemt tid og har de nødvendige ressourcer til at fungere på et varigt grundlag.

På baggrund af det ovenfor oplyste er det styrelsens vurdering, at de tre betingelser for et selvstændigt fungerende joint venture er opfyldt, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2, jf. stk. 2.

1.4. Øvrige transaktioner

Udover ovennævnte transaktioner har parterne oplyst, at de i forbindelse med oprettelsen af joint venturet Jysk Fynske Medier vil overføre ejerandele i en række selskaber til joint venturet. Det omfatter Fynske Mediers ejerandele i Tryksagsomdelingen Fyn P/S, Tryksagsomdelingen Fyn Komplementar ApS, Portal Fyn ApS, ViDiBiLi Film FYN ApS og ViDiBiLi Film DK ApS. Endvidere vil parterne overdrage minoritetsinteresser i Mol Holding ApS, Ritzaus Bureau A/S, OTM Avis Tryk A/S og De Lokale Ugeaviser A/S.

Efter det af parterne oplyste, er der, for så vidt angår disse transaktioner, ikke tale om fusioner, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2, enten fordi transaktionerne ikke medfører et kontrolskifte, da ingen af parterne, hverken forud for eller efter transaktionerne, vil udøve kontrol, eller fordi transaktionerne ikke udgør kontrolskifte over en virksomhed, der er et selvstændigt fungerende joint venture. Da parterne ikke har anmodet om, at disse transaktioner skal vurderes som fusioner, har styrelsen ikke taget stilling hertil, og de er derfor ikke omfattet af denne afgørelse. Det er parternes eget ansvar at sikre, at alle transaktioner, der kræver fusionsanmeldelse efter konkurrenceloven, bliver anmeldt til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

1.5. Jurisdiktion

Parterne har oplyst, at Syddanske Mediers omsætning i Danmark i det seneste regnskabsår udgjorde DKK 580 mio. på koncernplan, at Fynske Mediers omsætning udgjorde DKK 750 mio. på koncernplan, og at Jyske Mediers omsætning udgjorde DKK 248 mio. på koncernplan.

For at en fusion er omfattet af konkurrencelovens regler om fusionskontrol, skal de deltagende virksomheders omsætning overstige bestemte tærskelværdier, jf. konkurrencelovens § 12, stk. 1.

For så vidt angår oprettelsen af joint venturet Jysk Fynske Medier, er de deltagende virksomheder, ved erhvervelse af fælles kontrol med en ny-etableret virksomhed, hver af de virksomheder, der erhverver kontrol med det nyoprettede joint venture (der ikke kan betragtes som en deltagende

virksomhed, da det endnu ikke eksisterer og heller ikke har nogen omsætning endnu).⁵

De deltagende virksomheders samlede årlige omsætning i Danmark overstiger omsætningstærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, og der er derfor tale om en fusion omfattet af reglerne om fusionskontrol i konkurrencelovens kapitel 4.

For så vidt angår transaktionerne (xiv)-(xv), er joint venturet ikke en deltagende virksomhed, bl.a. fordi det endnu ikke udøver nogen virksomhed.⁶ De deltagende virksomheder – foruden Ugeavisen Esbjerg K/S og Billund Bogtryk & Offset ApS – er derfor de samme som ved etableringen af joint venturet. Det kan stå åbent om de eksisterende fælleskontrollerende ejere – en privatperson og en fond begge uden øvrige aktiviteter – er deltagende virksomheder, da det ikke påvirker spørgsmålet om anmeldelsespligt eller vurderingen i øvrigt. I dette tilfælde overstiger de deltagende virksomheders samlede årlige omsætning i Danmark således også omsætningstærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, og der er derfor tale om fusioner omfattet af reglerne om fusionskontrol.

For så vidt angår transaktionerne (i)-(xiii) kan det stå åbent, hvilke af disse transaktioner (flere af transaktionerne er betinget af tredjemands samtykke til overdragelsen) der måtte udgøre separate transaktioner/fusioner, idet de under alle omstændigheder er gensidigt betingede af hinanden og af oprettelsen af joint venturet, ligesom selskaberne efter det oplyste alle er underlagt enekontrol af en af parterne forud for transaktionen.

Flere transaktioner kan behandles som én samlet fusion, hvis transaktionerne er nært knyttet til hinanden, fordi de er sammenkædet ved en betingelse, og hvis det i sidste instans er de samme virksomheder, der erhverver kontrollen med en eller flere virksomheder.⁷

Det fremgår af fusionsaftalen, at oprettelsen af joint venturet er betinget af, at transaktionerne (i)-(xv) gennemføres efterfølgende og omvendt.

Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der foreligger en sådan indbyrdes afhængighed mellem de ovennævnte transaktioner og oprettelsen af joint venturet, at ingen af transaktionerne vil blive gennemført uden de andre. Eftersom det i sidste instans er Syddanske Medier (der er underlagt enekontrol af Den Sydvestjyske Venstretpresse ApS), Fynske

⁵ Jurisdiktionsmeddelelsen, punkt 139.

⁶ Jurisdiktionsmeddelelsen, pkt. 147.

⁷ Jurisdiktionsmeddelelsen, pkt. 38-47.

Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af A/S Svendborg Avis og Den Fynske Bladfond) og Jyske Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af VAF Fonden og Horsens Folkeblad Fond) der, gennem ejerskab og fælles kontrol over joint venturet, erhverver kontrol med virksomhederne i samtlige transaktioner (dog i enkelte sammen med tredjemand), behandler styrelsen oprettelsen af joint venturet og de ovennævnte transaktioner (i)-(xv) som én samlet fusion.

2. Parterne og deres aktiviteter

Syddanske Medier ejes af den Sydvestjyske Venstrepress ApS, som også ejer A/S Vestkystens Ejendomsselskab. Den Sydvestjyske Venstrepress ApS er et holdingselskab, og selskabets eneste aktivitet er at eje Syddanske Medier og A/S Vestkystens Ejendomsselskab, der udlejer lokaler.

Syddanske Medier driver medievirksomhed i Syd- og Sønderjylland fra den tyske grænse i syd til Kolding mod nordøst og Ringkøbing mod nordvest. Syddanske Medier udgiver dagbladet Jydske Vestkysten samt 18 distriktsaviser, herunder Ugeavisen Esbjerg, der drives gennem selskabet Ugeavisen Esbjerg K/S. Herudover har Syddanske Medier aktiviteter indenfor avisdistribution, lokalradio, filmproduktion, grafisk virksomhed, reklamebureau, dealsite og brugtbørs.

Jyske Medier ejes af Horsens Folkeblad Fond (48,49 pct.), VAF Medier Holding A/S (50 pct.) og private aktionærer (1,51 pct.). VAF Medier Holding A/S ejes af VAF Fonden (57,5 pct.) og private aktionærer (42,5 pct.).

Jyske Medier driver medievirksomhed i det østlige Midtjylland centreret omkring Vejle, Horsens og Fredericia. Jyske Medier udgiver Fredericia Dagblad, Vejle Amts Folkeblad og Horsens Folkeblad samt 16 distriktsaviser, herunder Billund Ugeavis, der drives gennem selskabet Billund Bogtryk og Offset ApS. Herudover har Jyske Medier aktiviteter indenfor avisdistribution, lokalradio, grafisk virksomhed, gratis husstandsdelte magasiner, vejvisere/telefonbøger og forbrugermesser.

Fynske Medier ejes af Fyens Stiftstidende A/S (67,815 pct.), A/S Svendborg Avis (31,185 pct.) og Fynske Medier Holding A/S (1 pct.). Fyens Stiftstidende A/S ejes af Den Fynske Bladfond, A/S Svendborg Avis ejes af private aktionærer og Fynske Medier Holding A/S er komplementar i Fynske Medier. A/S Svendborg Avis driver ejendomsudlejning.

Fynske Medier driver medievirksomhed på Fyn. Fynske Medier udgiver dagbladene Fyns Amts Avis og Fyens Stiftstidende samt 13 distriktsaviser. Herudover har Fynske Medier aktiviteter indenfor avisdistribution, lokalradio, filmproduktion, grafisk virksomhed, trykkeri, printbroker,

dealsite, brugtbørs, udvikling af apps til smartphones, vejvisere og bannerannonceringsservice.

3. De relevante markeder

Parterne er aktive på en række markeder, herunder tosidede markeder. Et tosidet marked er karakteriseret ved, at det pågældende marked har to grupper af aktører (fx annoncører og læsere/lyttere), som har brug for en fælles platform i form af en tredje aktør, der udbyder et produkt (fx avis, radio eller hjemmeside), som gør, at de to sider kan interagere. Der er netværkseksternaliteter mellem de to sider af markedet, hvilket betyder, at den ene gruppes nytte af det produkt, som udbydes af platformvirksomheden, påvirkes af antallet af aktører på den anden side af markedet. Eksempelvis stiger en annoncørs nytte af at annoncere i en avis, jo flere læsere avisen har. Dagblade, distriktsaviser, internetudgivelser i tilknytning til dagblade og distriktsaviser, radio, vejvisere/telefonbøger og dealsites er tosidede markeder.

Udgivelse af regionale dagblade

Produktmarked

Parterne udgiver tilsammen seks regionale dagblade. Jydske Vestkysten, Fyns Amts Avis og Fyens Stiftstidende udkommer om morgenen, mens Fredericia Dagblad, Vejle Amts Folkeblad og Horsens Folkeblad udkommer om eftermiddagen. Dagbladene indeholder overvejende lokalt/regionalt nyhedsstof, men kan også indeholde nationalt og udenlandsk nyhedsstof. Dagbladene udkommer i en papirudgave, der sælges i løssalg og distribueres til abonnenter. Dagbladenes oplagstal har generelt været faldende over en årrække. Dagbladenes læsere findes for langt hovedpartens vedkommende i det pågældende dagblads udgivelsesområde. Udgivelse af regionale dagblade adskiller sig umiddelbart fra udgivelse af fx nationale dagblade, distriktsaviser og nyheder på internettet, og det er derfor styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et marked for udgivelse af regionale dagblade.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt/regionalt område, idet der er tale om udgivelse af lokalt orienterede dagblade, hvis læserskare overvejende findes indenfor udgivelsesområdet.

I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Annoncesalg i regionale dagblade

Produktmarked

Parternes udgivelse af dagblade finansieres, foruden ved abonnementsindtægter, ved salg af annoncer. Annoncerne indrykkes i høj grad af annoncører fra det pågældende dagblads udgivelsesområde. Der ses dog også annoncer fra landsdækkende annoncører. Annoncesalg i regionale dagblade adskiller sig umiddelbart fra annoncesalg i fx nationale dagblade, distriktsaviser, på internetsider og i tv, og det er derfor styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et marked for annoncesalg i regionale dagblade.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt/regionalt område, idet der er tale om udgivelse af lokalt orienterede dagblade, hvis annoncører (og læserskare) overvejende findes indenfor udgivelsesområdet.

Parterne har anført, at meget taler for, at annoncesalg i dagblade er en del af et større marked for reklamering og annoncering. I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Udgivelse af distriktsblade

Produktmarked

Parterne udgiver tilsammen 47 distriktsblade. Distriktsbladene udkommer en gang om ugen, oftest tirsdag/onsdag. Et enkelt blad udkommer i weekenden. Distriktsbladene indeholder overvejende lokalt nyhedsstof og distribueres gratis til husstande, der ikke har fravalgt at modtage lokalaviser. Udgivelse af distriktsblade adskiller sig umiddelbart fra udgivelse af fx nationale og regionale dagblade og nyheder på internettet, og det er derfor styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et marked for udgivelse af distriktsblade.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt område, idet der er tale om udgivelse af lokalt orienterede distriktsblade, hvis læserskare findes indenfor udgivelsesområdet.

Parterne mener ikke, at der kan afgrænses særskilte markeder for henholdsvis udgivelse af distriktsblade og annoncesalg i distriktsblade. I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Annoncesalg i distriktsblade

Produktmarked

Parternes udgivelse af distriktsblade finansieres ved salg af annoncer. Annoncerne indrykkes i høj grad af annoncører fra det pågældende distriktsblads udgivelsesområde. Annoncesalg i distriktsblade adskiller sig umiddelbart fra annoncesalg i fx nationale og regionale dagblade, på internetsider og i tv, og det er derfor styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et marked for annoncesalg i distriktsblade.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt område, idet der er tale om udgivelse af lokalt orienterede distriktsblade, hvis annoncører (og læserskare) overvejende findes indenfor udgivelsesområdet.

Parterne mener ikke, at der kan afgrænses særskilte markeder for henholdsvis udgivelse af distriktsblade og annoncesalg i distriktsblade. Parterne har anført, at meget taler for at annoncesalg i distriktsblade er en del af et større marked for reklamering og annoncering. I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Udgivelse af internetsider i tilknytning til regionale dagblade og distriktsaviser

Produktmarked

Parterne udgiver internetsider i tilknytning til dagblade og distriktsaviser. Hjemmesiderne indeholder stof fra de fysiske udgivelser, herunder lokale nyheder. Udgivelse af internetsider i tilknytning til regionale dagblade og distriktsblade adskiller sig umiddelbart fra udgivelse af fx nationale og regionale dagblade og det er derfor styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et marked for udgivelse af internetsider i tilknytning til dagblade og distriktsaviser.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt område svarende til dag- eller distriktsbladets udgivelsesområde, idet der er tale om udgivelse af internetsider med lokalt orienteret indhold, hvis læserskare overvejende må forventes at findes indenfor udgivelsesområdet.

I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Salg af annoncering på internetsider i tilknytning til regionale dagblade og distriktsaviser

Produktmarked

Parterne sælger annoncering på hjemmesider i tilknytning til dagblade og distriktsaviser. Annoncerne indrykkes i høj grad af annoncører fra det pågældende dagblads eller distriktsblads udgivelsesområde. Annoncesalg på internetsider i tilknytning til regionale dagblade og distriktsaviser adskiller sig umiddelbart fra annoncesalg i fx nationale og regionale dagblade og tv og det er derfor styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et marked for annoncesalg på internetsider i tilknytning til regionale dagblade og distriktsaviser.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt område svarende til dag- eller distriktsbladets udgivelsesområde, idet der er tale om udgivelse af internetsider med lokalt orienteret indhold, hvis annoncører (og læserskare) overvejende må forventes at findes indenfor udgivelsesområdet.

Parterne har anført, at meget taler for at annoncesalg på hjemmesider i tilknytning til dagblade og distriktsaviser er en del af et større marked for reklamer og annoncering. I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Distribution af regionale dagblade

Produktmarked

Syddanske Medier og Fynske Medier er aktive indenfor distribution af dagblade (adresserede forsendelser), der udgives om morgenen. Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 28. februar 2007 vedrørende Dansk Avis Omdeling kan der afgrænses et produktmarked for avisdistribution. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at der ikke er sket væsentlige ændringer på markedet siden rådet traf afgørelse.

Geografisk marked

Der blev i Konkurrencerådets afgørelse af 28. februar 2007 vedrørende Dansk Avis Omdeling afgrænset et geografisk marked for Jylland. Dette marked kan muligvis afgrænses snævrere. Kun Syddanske Medier er aktiv på dette marked, mens Fynske Medier distribuerer på Fyn.

I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Udsendelse af lokalradio

Produktmarked

Partnerne udsender lokalradio. Sendefloden består primært af musik samt nyheder baseret på lokalstof fra parternes avisredaktioner. Lokalradioernes sendeområder er begrænset af sendetilladelser og svarer i vid udstrækning til de områder, hvori parternes dag- og distriktsblade distribueres.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt område, idet der er tale om udsendelse af lokalradio, der er alene kan modtages i det pågældende sendeområde. Sendeområderne kan være opdelt i mindre geografiske områder, såkaldte splits, således at reklameblokke kan målrettes det område, som det pågældende split dækker.

Parterne mener ikke, at der kan afgrænses særskilte markeder for henholdsvis udsendelse af lokalradio og annoncesalg i lokalradio. I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Annoncesalg i lokalradio

Produktmarked

Partnerne sælger annoncetid i deres lokalradioer. Som følge af lokalradioernes begrænsede regionale sendetilladelser, er annoncørerne primært at finde indenfor den pågældende radiostations sendeområde. Ofte opdeles et sendeområde yderligere i splits, således at reklameblokke kan målrettes specifikke geografiske områder.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked udgøres af et lokalt område, idet der er tale om udsendelse af lokalradio, der er alene kan modtages i det pågældende sendeområde.

Parterne mener ikke, at der kan afgrænses særskilte markeder for henholdsvis udsendelse af lokalradio og annoncesalg i lokalradio. Parterne har anført, at meget taler for at annoncesalg i lokalradio er en del af et større marked for reklamering og annoncering. I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Udgivelse af vejvisere/telefonbøger

Produktmarked

Fynske Medier og Jyske Medier udgiver vejvisere/telefonbøger henholdsvis på Fyn og i Egtved, Brædstrup, Odder, Give og Hedensted. Vejviserne er annoncefinansierede. Ifølge parterne benyttes vejvisere i mindre og mindre grad af forbrugerne. Udgivelse af vejvisere/telefonbøger adskiller sig umiddelbart fra udgivelse af internetvejvisere, og det er derfor styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et marked for annoncesalg i distriktsblade.

Geografisk marked

Vejviserne distribueres i afgrænsede lokale områder.

I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Annoncesalg i vejvisere/telefonbøger

Produktmarked

Fynske Medier og Jyske Medier sælger annonceplads i de vejvisere, Fynske Medier og Jyske Medier udgiver henholdsvis på Fyn og i Egtved, Brædstrup, Odder, Give og Hedensted. Ifølge parterne er interessen for at annoncere i vejvisere meget begrænset, idet vejvisere stort set ikke benyttes længere.

Geografisk marked

Vejviserne distribueres i afgrænsede lokale områder. Parterne har oplyst, at lokalkendskab er vigtigt for at kunne sælge annoncer. Dette kan tale for, at der kan afgrænses lokale markeder.

I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Dealsites

Produktmarked

Parterne er aktive indenfor dealsites, idet Fynske Medier ejer Gul og Gratis, der ejer 50 pct. af aktierne i deal.dk, mens Jyske Medier ejer 15 pct. af aktierne i deal.dk. Hertil kommer, at Syddanske Medier har en samarbejdsaftale/franchiseaftale med Berlingske Media om forhandling af Sweetdeal i Jyske Vestkystens dækningsområde. Der foreligger ikke umiddelbart praksis for afgrænsning af et dealsitemarked. Det er styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan eksistere et produktmarked for

deals. Dette marked kan dog være en del af større marked for onlineannoncering, hvilket parterne har anført.

Geografisk marked

Det er styrelsens umiddelbare opfattelse, at der kan afgrænses et nationalt marked både for deals og onlineannoncering.

I nærværende sag kan det lades åbent, hvorledes det relevante marked endeligt skal afgrænses, idet styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvordan markedet afgrænses.

Øvrige aktiviteter

Endelig er parterne aktive indenfor forbrugermesser, bannerannoncering, udvikling af apps, udlejning af lokaler, internetportaler, brugtbørs, gratis husstandsomdelte reklamer, printbroker, reklamebureau, trykkeri, grafisk virksomhed og filmproduktion.

Ifølge parterne er ingen af disse markeder berørte markeder, uanset hvordan markederne afgrænses. Styrelsen er på det foreliggende grundlag enige heri.

4. Vurdering af fusionen

Ifølge parterne vil ingen af de nævnte markeder, hvorpå parterne er aktive, "blive berørt af fusionen".

For så vidt angår regionale dagblade ses et overlap mellem parternes udgivelser i Billund Kommune. Overlappet er dog beskedent. Endvidere er udgivelserne rettede mod forskellige geografiske områder. Styrelsen vurderer på den baggrund, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for annoncering i regionale dagblade.

For så vidt angår distriktsblade ses et overlap mellem parternes udgivelser i Fredericia og Middelfart, hvor Fynske Medier udgiver Melfar Posten og Jyske Medier udgiver ElboBladet. Melfar Posten fokuserer primært på Middelfart og udkommer kun i Fredericia én gang om måneden, mens den udkommer ugentligt i Middelfart. ElboBladet fokuserer primært på Fredericia. Styrelsen vurderer på den baggrund, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for annoncering i distriktsaviser.

For så vidt angår lokalradio ses et overlap mellem parternes aktiviteter i området ved Fredericia og Middelfart. Ifølge parterne udgør parternes lokalradioer dog ikke substitutter til hinanden, idet radiokanalerne trods overlap er rettet mod forskellige geografiske områder. Dette understøttes af, at Jyske Mediers Radio, VLR Fredericia/Middelfart, kun henter en

mindre del af annonceomsætningen fra fynske annoncører. Styrelsen vurderer på den baggrund, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for annoncering i lokalradio.

For så vidt angår dealsites, vil fusionen, uanset om der afgrænses regionale markeder for dealsites eller om dealsites er en del af et større, nationalt marked for onlineannoncering, ikke hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

Der ses kun mindre geografiske overlap mellem parterne. Parternes udgivelses- og sendeområder grænser imidlertid op til hinanden og det kan give anledning til bekymring for konglomerateffekter, idet parterne fremadrettet vil kunne bundle annoncesalg på tværs af udgivelsesområderne. En betingelse for, at parterne efter fusionen vil være i stand til at afskærme konkurrenter er dog, at en tilstrækkelig stor del af parternes kunder vil være interesseret i at købe de bundlede produkter, dvs. annoncer i udgivelser på tværs af udgivelsesområder. Dette vurderes ikke umiddelbart at være sandsynligt, idet langt størstedelen af parternes annoncører, ifølge det af parterne oplyste, er lokale/regionale annoncører og derfor kun køber annoncer hos én af parterne. Ydermere har styrelsen i markedsundersøgelsen inkluderet kunder, der annoncerer hos flere af parterne. Ingen af disse kunder har udtrykt bekymring for, at parterne efter fusionen vil bundle på tværs af udgivelsesområder.

Distribution er et vertikalt forbundet marked i forhold til udgivelse af dagblade og distriktsaviser. Syddanske Medier ejer 50 pct. af Dansk Avis Omdeling, der omdeler i Jylland. Der kan sandsynligvis afgrænses et marked for distribution i Jylland, jf. ovenfor. Fynske Medier har egen distribution og distribuerer også for eksterne kunder. Distribution på Fyn udgør et marked forskellig fra distribution i Jylland. Jyske Medier har eget budkorps, men omdeler ikke for tredjemand. Da der ikke er overlap mellem parternes distribution og da ekstern omsætning kan være nødvendig for at kunne opretholde et distributionsnetværk, har parterne ikke incitament til at afskærme andre avisudgivere eller samordne.

For de resterende markeder gælder, at ingen af disse markeder, ifølge det af parterne oplyste, er berørte markeder, uanset hvordan markederne afgrænses.

Parterne har oplyst, at der alene vil være få aktiviteter tilbage i de respektive moderselskaber, og disses ejere, bl.a. i form af produktion af redaktionelt stof og avisdistribution i Syddanske Medier samt ejendomsudlejning. Styrelsen vurderer derfor, at oprettelsen af joint venturet ikke vil resultere i en samordning af moderselskabernes konkurrenceadfærd.

For så vidt angår indskydelsen af Ugeavisen Esbjerg K/S og Billund Bogtryk & Offset ApS i joint venture, er det ligeledes styrelsens vurdering, at dette ikke vil give anledning til samordning mellem joint venture og de øvrige ejere af henholdsvis Ugeavisen Esbjerg K/S og Billund Bogtryk & Offset ApS, idet parterne har oplyst, at de øvrige ejere ikke udøver anden økonomisk aktivitet eller kontrollerer andre virksomheder.

Det er på baggrund heraf styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

Parterne har i øvrigt oplyst, at joint venture og Syddanske Medier vil indgå en samarbejdsaftale om produktion af redaktionelt stof til Syddanske Mediers dagblade og distriktsaviser samt administration af alle markedsrettede kommercielle aktiviteter vedrørende Syddanske Mediers aviser, herunder udgivelse og salg af aviserne samt annoncer heri. Styrelsen bemærker, at hvis denne samarbejdsaftale ikke udgør en accessorisk begrænsning til transaktionen, er den ikke omfattet af nærværende afgørelse. Styrelsen har ikke vurderet dette.

4.1 Markedstest af fusionen

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen offentliggjorde fusionen på styrelsens hjemmeside den 13. november 2014 og opfordrede interesserede til at indsende eventuelle bemærkninger til fusionen til styrelsen. Styrelsen har ikke modtaget bemærkninger.

Styrelsen har endvidere foretaget en markedsundersøgelse blandt parternes annoncekunder i dagblade, distriktsblade og lokalradioer samt sendt en ikke-fortrolig version af fusionsanmeldelsen i høring blandt parternes konkurrenter og et mediebyrå.

Kunder

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har spurgt tolv kunder, der annoncerer i parternes dagblade, distriktsblade og/eller lokalradio, om hvordan fusionen vil påvirke henholdsvis konkurrencen, prisen og deres virksomhed. Elleve af de adspurgte kunder har svaret. En del af de adspurgte kunder har ikke haft bemærkninger til fusionen. Af de adspurgte, som har indgivet bemærkninger, forventer de fleste enten at etableringen af joint venture ingen betydning vil få, idet der stort set intet geografisk overlap er mellem parternes aktiviteter, eller at etableringen vil medføre lavere priser som følge af effektiviseringer og/eller øget konkurrence. Kunderne vurderer desuden, at etableringen af joint venture vil betyde, at de kunder, der annoncerer hos flere af parterne, fremover kan nøjes med én kontaktperson og at samhandlen vil blive mere professionel. To af de adspurgte kunder har svaret, at fusionen kan føre til højere priser. Højere priser vil dog, ifølge kunderne, ikke skyldes fusionen i sig selv.

Konkurrenter

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har spurgt elleve konkurrenter om, hvordan fusionen vil påvirke henholdsvis konkurrencen, prisen og deres virksomhed. Alle de adspurgte konkurrenter har besvaret styrelsens spørgsmål. De landsdækkende dagblade forventer enten øget konkurrence eller ingen påvirkning. Nogle af de små lokale distriktsblade har udtrykt en række bekymringer. Bekymringerne er dog ikke umiddelbart fusions-specifikke. De større distriktsblade forventer øget konkurrence og nævner muligheden for, at joint venturet fremover vil kunne bundle annoncesalget på tværs af de hidtidige udgivelsesområder – en såkaldt konglomerat-effekt. Hertil bemærker styrelsen, at langt størstedelen af parternes annoncører, ifølge det af parterne oplyste, er lokale/regionale annoncører og derfor kun køber annoncer hos én af parterne. Dette reducerer parternes incitament til at bundle på tværs af udgivelsesområder. Ydermere har styrelsen i markedsundersøgelsen inkluderet kunder, der annoncerer hos flere af parterne. Ingen af disse kunder har udtrykt bekymring herom. Endvidere nævnes muligheden for at bundle på tværs af platforme (avis, radio og web). Denne mulighed har parterne dog allerede hver for sig i dag og der er således ikke umiddelbart tale om en fusions-specifik bekymring.

Mediebureau

Det adspurgte mediebureau forventer ikke, at fusionen vil påvirke ” konkurrencen specielt meget, da der overordnet sker en centralisering af medieindkøbet hos de større annoncører”. Herudover forventer mediebureauet, at fusionen vil betyde færre og mere kompetente kontaktpersoner hos joint venturet.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ikke på baggrund af undersøgelserne identificeret fusions-specifikke, konkurrencemæssige betænkeligheder.

5. Konklusion

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har på den baggrund godkendt:

- Etableringen af joint venturet Jysk Fynske Medier P/S, der vil være underlagt fælles kontrol af Syddanske Medier (der er underlagt enekontrol af Den Sydvestjyske Venstrepresse ApS), Fynske Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af A/S Svendborg Avis og Den Fynske Bladfond) og Jyske Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af VAF Fonden og Horsens Folkeblad Fond), herunder ved overførsel af de i (i)-(xiii) nævnte selskaber, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2
- Erhvervelsen af fælles kontrol over Ugeavisen Esbjerg K/S, der vil være underlagt fælles kontrol af Esbjerg Ugeavis' Fond og, via

Jysk Fynske Medier P/S, Syddanske Medier (der er underlagt enekontrol af Den Sydvestjyske Venstrepresses ApS), Fynske Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af A/S Svendborg Avis og Den Fynske Bladfond) og Jyske Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af VAF Fonden og Horsens Folkeblad Fond), jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2

- Erhvervelsen af fælles kontrol over Billund Bogtryk & Offset ApS, der vil være underlagt fælles kontrol af Morten Theider og, via Jysk Fynske Medier P/S, Syddanske Medier (der er underlagt enekontrol af Den Sydvestjyske Venstrepresses ApS), Fynske Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af A/S Svendborg Avis og Den Fynske Bladfond) og Jyske Medier (der ultimativt er underlagt fælles kontrol af VAF Fonden og Horsens Folkeblad Fond), jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2

Godkendelsen er givet under forudsætning af, at de oplysninger, som de deltagende virksomheder har afgivet, er korrekte, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 1.