

5.2.2015

1 Asia

1. Hakemus yrityskauppaa koskevien ehtojen poistamiseksi

2 Hakija

2. MTV Oy

3 Ratkaisu

3. Kilpailu- ja kuluttajavirasto hyväksyy MTV Oy:n hakemuksen yrityskauppapäätöksessä (dnro 579/81/2008) asetettujen ehtojen poistamiseksi. Muiden ehtojen voimassaolo päättyy KKV:n päätöksestä lukien, mutta ehto 1D on voimassa 31.12.2015 saakka.

4 Asian vireilletulo

4. MTV on toimittanut 3.11.2014 Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV") hakemuksen TV 4 AB / C More Group AB -yrityskauppapäätöksessä määrättyjen ehtojen poistamiseksi.

5 TV 4 AB / C More Group AB -yrityskauppapäätös

5. TV 4 AB ilmoitti 8.7.2008 Kilpailuvirastolle¹ järjestelyn, jossa se hankki määräysvallan C More Group AB:ssa ("C More"). Yrityskauppa siirrettiin jatkosittelyyn 8.8.2008 ja hyväksyttiin ehdollisesti 27.11.2008.
6. TV4 AB on Bonnier-konserniin kuuluva mediayritys, joka toimii Suomessa vapaasti vastaanotettavien ja maksullisten kanavien markkinoilla MTV Oy:n kautta.
7. C More oli yrityskauppapäätöksen aikaan itsenäinen mediatoimija, joka tarjosi maksutelevisiopalveluja Canal+ -brändin alla. Nykyisin C More -kanavia tarjotaan C Moren omalla nimellä.

5.1 Yrityskauppapäätöksessä määritellyt markkinat ja havaitut kilpailuongelmat

8. Yrityskauppapäätöksessä relevantteina hyödykemarkkinoina pidettiin
 - urheilutapahtumien lähetysoikeuksien hankintamarkkinoita;
 - elokuvien ja televisiosarjojen lähetysoikeuksien hankintamarkkinoita;
 - maksullisten televisiopalveluiden tukkumyynnin markkinoita; ja

¹ Kilpailuvirasto ja Kuluttajavirasto yhdistyivät 1.1.2013 alkaen Kilpailu- ja kuluttajavirastoksi (KKV). Tässä päätöksessä virastosta käytetään kumpaakin nimeä tarkastellusta ajankohdasta riippuen.

5.2.2015

- televisiomainonnan markkinoita.
9. Elokuvien ja televisiosarjojen lähetysoikeuksien hankintamarkkinoiden osalta Kilpailuvirasto katsoi, että tarkempi jaottelu lähetyksen esitysajankohtaan (esim. *first window/second window*) tai premium-sisältöön perustuen ei ollut yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi tarpeen. Maksullisten televisiopalveluiden tukkumyynnin markkinoiden osalta virasto katsoi, että markkinaa ei ollut Suomen olosuhteissa perusteltua jakaa premium- ja perusmaksutelevisiokanaviin yrityskaupan vaikutusanalyysin kannalta.
 10. Kilpailuvirasto katsoi, että yhdistämällä kaksi suurinta maksullisten televisiopalveluiden tarjoajaa, järjestelyn seurauksena syntyisi kilpailua merkittävästi estävä määräävä markkina-asema. Päätöksessä todettiin, että järjestely vahvistaisi entisestään keskittymän asemaa lähetysoikeuksien hankinnan markkinoilla suhteessa kilpailijoihin (mutta ei oikeuksien myyjiin) sekä urheilulähetysoikeuksien hankinnassa että elokuva- ja televisiosarjojen hankinnassa.
 11. Maksullisten televisiopalveluiden tukkumyynnin markkinoiden katsottiin käytännössä muodostuvan loppukäyttäjille tarjolla olevista kanavapaketeista. Kilpailuviraston arvion mukaan järjestelyn myötä entistä suurempi määrä toisiaan korvaavaa ja täydentävää ohjelmasisältöä siirtyi yhden toimijan haltuun, minkä vuoksi voitiin pitää todennäköisenä sitä, että keskittymälle syntyisi mahdollisuus nostaa loppukäyttäjiltä perittyjä hintoja.

5.2 Yrityskauppapäätöksessä määrätyt ehdot

12. Yrityskauppapäätöksessä määrättiin seuraavat sitoumukset noudatettaviksi:
 - 1 *TV4 sitoutuu siihen, että MTV ei tulevaisuudessa Suomessa toimivien operaattorien sopimuksissa A) määrää tai suosittelen kuluttajavähittäishintaa, tai B) anna yhteisalennuksia tai volyyrialennuksia, joissa on toisistaan poikkeavat alennusportaat sellaiselle operaattorille, joka ostaa MTV Max formula kanavan ohella muita MTV:n maksullisia kanavia tai C) rajoita tai estä operaattoria myymästä MTV:n kilpailijoiden maksullisia televisiokanavia tai D) rajoita tai estä operaattoria ostamasta MTV Max formula kanavaa erikseen. Uusissa operaattorisopimuksissa MTV sitoutuu olemaan käyttämättä kyseisiä sopimusehtoja. MTV sitoutuu neuvottelemaan nykyisten operaattorisopimusten puitteissa sitoumusten A), B), C) ja D) välittömän voimaantumalla kun osapuolet neuvottelevat uudet kanavakohtaiset tukkuhinnat.*
 - C Moren ja MTV:n tuotteiden hintoja tai muita sopimusehtoja ei heikennetä operaattoreiden kannalta niin kauan kuin nykyiset sopimukset ovat sellaisenaan voimassa. MTV sitoutuu siihen, ettei se käytä voimassa olevien sopimusten mukaista irtisanomisoikeutta. MTV:llä on kuitenkin oikeus irtisanoa operaattorisopimus, jos se menettää Formula 1 -esitysoikeudet tai valtioneuvosto ei jatka tai muuttaa oma-aloitteisesti*

5.2.2015

olennaisesti sen terrestriaalilähetysoikeutta. Olennaisella muutoksella tarkoitetaan muutosta, joka muuttaa perustavalla tavalla MTV Max Formula kanavan luonnetta. Operaattoreilla on luonnollisesti oikeus irtisanoa tai olla irtisanomatta voimassa olevia sopimuksia.

TV4 sitoutuu siihen, ettei C More rajoita tai estä operaattoria ostamasta C Moren urheilukanavapakettia muusta C Moren tarjonnasta erikseen ja sitoutuu tarjoamaan sitä operaattoreille edelleen myytäväksi muiden maksu-TV-tuotteiden ohella. Mikäli C Moren ja operaattorin nykyisessä sopimuksessa on tällainen ehto, C More ei vetoa kyseiseen ehtoon.

- 2 C Moren ja MTV:n kanavapaketit myydään erikseen eikä näiden kanavien jakelusopimusten tekemistä aseteta toistensa edellytykseksi. Tämä tarkoittaa etenkin sitä, että yrityskeskittymä ei anna yhteisiä alennuksia tai muita kannusteita niille operaattoreille, jotka hankkivat sekä C Moren että MTV:n kanavia.
- 3 Suoria lähetyksiä Formula 1 -kilpailusta ei siirretä millekään C Moren kanavalle.
- 4 Nk. premium window -elokuvia ei siirretä millekään MTV:n kanavalle.
- 5 MTV/C More sitoutuu olemaan näyttämättä ohjelman alkua vapaasti näytettävillä kanavilla ja ohjelman loppua maksullisella kanavalla.
- 6 TV4 sitoutuu siihen, että C More ei käytä SM-liigasopimuksen kohdan 5 mukaisia "right of first refusal" ja "matching right" oikeuksia.
- 7 TV4 sitoutuu etsimään eksklusiivisen alilisenssin haltijan, joka voi lähettää ne C Moren oikeuksien mukaiset ottelut maksu-TV:ssä, jotka kuuluvat C Morelle voimassa olevan C Moren, Nelosen ja Jääkiekon SM-Liiga Oy:n ("SM-Liiga") välisen ja C Moren ja Nelosen välisen yhteistyösopimuksen nojalla. Tämä sitoumus koskee voimassa olevan sopimuksen jäljellä olevia kausia 2009/2010, 2010/2011, 2011/2012 ja 2012/2013 ja on annettu sillä edellytyksellä, että Kilpailuvirasto hyväksyy yrityskaupan 27.11.2008 mennessä.

Ostaja on TV4:n tai C Moren kilpailija tai potentiaalinen kilpailija, joka on itsenäinen ja yrityskaupan osapuolista riippumaton ja jolla on asiantuntemus, taloudelliset resurssit, motiivi ja muut perusedellytykset lähettää kyseisiä otteluita suomalaisia kuluttajille. Ostaja hyväksytetään etukäteen Kilpailuvirastolla. Jos Kilpailuvirasto ei hyväksy kandidaattia kolmessa työpäivässä, kandidaatin katsotaan tulleen hyväksytyksi.

TV4:n tulee etsiä tämä alilisenssin haltija 28.2.2009 mennessä. Mikäli tämä ei onnistu, myynti tapahtuu sanotun määräajan jälkeen riippumattoman asiantuntijan toimesta. Riippumattomalla asiantuntijalla on kol-

5.2.2015

men (3) kuukauden määräaika suorittaa tehtävä. TV4:llä on mahdollisuus myös ennen sille asetetun määräajan päättymistä antaa kohde riippumattomalle asiantuntijalle myytäväksi. Riippumaton asiantuntija pyrkii parhaaseen mahdolliseen hintaan, mutta suorittaa myynnin hinnoitteluineen itsenäisesti. Hinnan tulee kuitenkin vastata vähintään 60 % C Moren kausikohtaisista lisenssimaksuista.

Yllä kuvattu C Moren otteluiden alilisensioiminen edellyttää SM-Liigan etukäteistä hyväksyntää. C Morella ei ole mitään syytä epäillä, etteikö SM-Liiga antaisi tätä hyväksyntää. Alilissenssin saajan edellytetään hyväksyvän kaikki C Moren velvollisuudet SM-Liigaa kohtaan edellä mainitusti alilissensoitujen otteluiden osalta, mukaan lukien tuotannosta aiheutuvat velvollisuudet. Maksuliikenteessä, maksuvelvoitteissa tai maksumäärissä SM-Liigaan kohtaan ei tapahdu muutosta ilman SM-Liigan suostumusta eli C More vastaa näistä taloudellisista velvoitteista SM-Liigaa kohtaan.

- 8 TV4/MTV sitoutuu olemaan käyttämättä vähemmistöosakkuuttaan Urheilutelevisio Oy:ssä ("UTV") estääkseen tai vaikeuttaakseen UTV:n toiminnan kehittämistä ml. uusien urheilulähetysoikeuksien hankinta ja niiden rahoittaminen. Tämä sitoumus ei velvoita TV4/MTV:tä osallistumaan UTV:n rahoitukseen ml. mahdollisiin uusanteihin. Selvyyden vuoksi todettakoon, että mikäli MTV ei osallistu esimerkiksi osakeantina hankittavaan lisärahoitukseen, sen omistus UTV:ssä dilutoituu.
- 9 TV4 esittää Kilpailuviraston hyväksyttäväksi TV4:stä riippumattoman asiantuntijan (esimerkiksi tilintarkastusyhteisö). Asiantuntijan tehtävä on valvoa tässä annettujen sitoumusten noudattamista Kilpailuviraston yrityskauppaa koskevasta hyväksyvästä päätöksestä lukien, tehdä ratkaisuehdotuksia mahdollisissa riitatilanteissa ja suorittaa sitoumuksessa 7 edellytetyt tehtävät.

Asiantuntija esitetään Kilpailuviraston hyväksyttäväksi kahden kuukauden kuluessa yrityskaupan hyväksymisestä. Kilpailuvirasto voi kolmen vuoden välein asiantuntijan hyväksymisestä vaatia TV4:ltä ehdotusta uuden asiantuntijan nimeämiseksi. Mikäli Kilpailuvirasto ei hyväksy TV4:n esittämää asiantuntijaa, TV4 esittää viikon kuluessa uuden asiantuntijan Kilpailuviraston hyväksyttäväksi. Mikäli Kilpailuvirasto ei hyväksy tätä TV4:n esittämää asiantuntijaa, Kilpailuvirasto nimeää asiantuntijan.

Asiantuntijalla on oikeus saada tarvittavia tietoja ja asiakirjoja sekä kaikki tarvitsemansa apu tehtävänsä hoitamiseksi keskittymään osallistuvilta yrityksiltä ja niiden henkilöstöltä. Asiantuntijalla on oikeus käyttää tarpeelliseksi katsomaansa teknistä, juridista ja muuta lisäasiantuntemusta. Asiantuntijalla on oikeus organisoida valvontatyö tarkoituksenmukaisella tavalla.

5.2.2015

Asiantuntijan kuluista ja korvauksista vastaa TV4 erikseen tehtävän sopimuksen mukaisesti. Asiantuntija tekee TV4:n kanssa salassapitosopimuksen.

Mahdollisissa riitatilanteissa riidan osapuolella on oikeus pyytää asiantuntijalta ehdotusta riidan ratkaisusta. Ratkaisuehdotusta varten asiantuntijalla on oikeus käyttää tarpeelliseksi katsomaansa teknistä, juridista ja muuta lisäasiantuntemusta. Ratkaisuehdotus on annettava kahden (2) kuukauden kuluessa sitä koskevasta pyynnöstä. Asiantuntija ei kuitenkaan saa ottaa käsiteltäväkseen vähämerkityksellistä riitaa.

Asiantuntija raportoi Kilpailuvirastolle vuosittain sitoumusten toteutumisesta. Raportti annetaan viimeistään kalenterivuotta seuraavan vuoden helmikuun 28. päivänä. Raportointivelvollisuus koskee viittä yrityskauppaa seuraavaa kalenterivuotta. Muutoin asiantuntija raportoi Kilpailuvirastolle ristiriitatilanteissa.

Kilpailuvirastolla on oikeus asiantuntijan aloitteesta tai muutoin antaa lisäohjeita sitoumusten toimeenpanosta.

10 TV4 sekä MTV ja C More sitoutuvat noudattamaan annettuja sitoumuksia heti yrityskaupan täytäntöönpanosta alkaen siinäkin tapauksessa, että TV4 valittaa Kilpailuviraston yrityskauppapäätöksestä.

13. Sitoumusten lähtökohtana oli parantaa alalle tulevien ja alalla jo toimivien yritysten mahdollisuuksia kilpailla keskittymän kanssa. Pyrkimyksenä oli antaa näille mahdollisuus päästä osaksi riittävän katsojajopeiton omaavia tuotekokonaisuuksia. SM-Liigan divestointia koskeva sitoumus 7 tähtäsi keskittymän markkinavoiman suoraan vähentämiseen poistamalla sen lähetysoikeusportfoliosta yhden Suomen markkinoiden kannalta avainasemassa olevan tuotteen. Päätöksen mukaan tämän sitoumuksen vaikutukset markkinoilla näkyisivät kuitenkin vasta päätöstä seuraavan SM-Liigakauden alusta syksyllä 2009.² Muiden sitoumusten todettiin päätöksessä olevan tarpeen, jotta keskittymän markkinavoima vähentyisi jo lyhyemmällä aikavälillä.

6 MTV:n hakemus ehtojen poistamiseksi

14. MTV on hakemuksessaan pyytänyt kaikkien yrityskauppapäätöksessä asetettujen ehtojen poistamista.
15. MTV:n mukaan markkinaolosuhteiden olennaisesta muutoksesta johtuen yrityskauppapäätöksessä havaittuja haitallisia kilpailuvaikutuksia ei enää synny. MTV:n näkemyksen mukaan urheilulähetysoikeuksien markkina on dynaaminen ja aktiivinen lähetysoikeuksien hankinta on mahdollista niin vaikiintuneille kuin uusille toimijoille. Maksullisten televisiopalveluiden tukku-

² Kilpailuviraston päätös 27.11.2008 (dnro 579/81/2008), s.47–49.

5.2.2015

markkinoita on MTV:n mukaan voimakkaasti muokannut uusien jakelutekniologioiden kasvu sekä sähköisen median kuluttajatottumuksien muutos. Uudet palvelut sekä niihin liittyvät uudentyypiset sisältökonseptit pirstaloivat voimakkaasti perinteistä maksullisten televisiopalveluiden kenttää kuluttajien valintavaihtoehtojen kasvaessa. MTV viittaa tältä osin etenkin Netflixin ja muiden netti-tv-toimijoiden kasvuun. Lisäksi merkittävät kansainväliset toimijat, kuten News Corporation ja Discovery-konserni, ovat MTV:n mukaan saaneet viime aikoina entistä suurempaa jalansijaa suomalaisilla televisiomarkkinoilla.

7 Asian selvittäminen

7.1 Taustatietoa markkinoista

16. Maksutelevisiopalveluiden tukkumarkkinoita voidaan tarkastella kahdella portaalla. Ylätasolla maksutelevisiotoimijat hankkivat lähetysoikeuksia sisältötuottajilta ja alatasolla samat toimijat myyvät kanavia tai kanavapaketteja jakeluoperaattoreille. Operaattorit puolestaan tarjoavat vähittäismarkkinoilla maksutelevisiopalveluita loppukäyttäjille. Ylätasolla hankitut lähetysoikeudet ja markkina-asema tällä markkinalla heijastuvat kilpailuun lopputuotemarkkinalla.
17. Lähetysoikeuksien hankinnan markkinoilla sisältötuottajat myyvät oikeuksia televisiopalveluissa toimiville. Oikeudet sovitaan tyypillisesti jokaisen urheilutapahtuman järjestäjän tai muun lähetysoikeuksien haltijan kanssa erikseen. Urheilutapahtumien osalta tulee huomioida se, että eräiden lähetysoikeuksien käyttöä on rajoitettu sääntelyn keinoin.³ Kyseiset lähetysoikeudet eivät siten ole vapaasti tuoteistettavissa.
18. Maksutelevisiopalveluiden tukkumarkkinoiden olennainen elementti on erilaisten kanavapakettien muodostaminen maksutelevisiorytysten toimesta. Yrityskauppapäätöksessä on todettu, että kilpailu maksullisten televisiopalveluiden markkinoilla tapahtuu erilaisten kanavapakettien välillä, jotka sisältävät enemmän tai vähemmän korvaavaa ohjelmasisältöä ja joiden kysyntä riippuu kuluttajien henkilökohtaisista preferensseistä. Paketointia tehdään myös vähittäistasolla, missä operaattorit myyvät kuluttajille niin itse paketoimiaan kokonaisuuksia kuin tukkutasolla valmiiksi koostettuja maksukanavapaketteja.
19. MTV on aikaisemmin hakenut ehtojen poistamista vuonna 2010. Tällöin Kilpailuvirasto katsoi, ettei markkinoilla ollut tapahtunut kilpailunrajoituslain 11 i §:n (nyk. kilpailulain 30 §) mukaista olennaista markkinaolosuhteiden

³ Tietoyhteiskuntakaari 212 § 3 mom. ja valtioneuvoston asetus 1245/2014 televisio- ja radiotoiminnasta. Asetuksen 6 §:n nojalla vapaasti vastaanotettavassa muodossa maksuttomasti lähetettäviä urheilutapahtumia ovat kesä- ja talviolympialaiset, jalkapallon MM-kilpailujen avaus-, puolivälierä-, välierä- ja loppuottelut sekä Suomen maajoukkueen ottelut, jalkapallon EM-kilpailujen avaus-, puolivälierä-, välierä- ja loppuottelut sekä Suomen maajoukkueen ottelut, miesten jääkiekon MM-kilpailut, hiihdon MM-kilpailut sekä yleisurheilun MM- ja EM-kilpailut.

5.2.2015

muutosta.⁴ MTV:n hakemus perustui pitkälti väitettyihin muutoksiin urheilutapahtumien lähetysoikeuksissa. Näin ollen päätöksen perusteluissa kiinnitettiin ensi sijassa huomiota urheilutapahtumien lähetysoikeuksien hankintaan ja todettiin, että näiden osalta markkinoilla ei ollut tapahtunut olennaista muutosta yrityskauppapäätöksen ajankohtaan verrattuna. Kilpailutilanteen maksutelevisiomarkkinoilla ei siten havaittu merkittävästi muuttuneen.

7.2 KKV:n asiassa saamat lausunnot

20. KKV on pyytänyt MTV:n asiakkaiden ja kilpailijoiden näkemystä MTV:n hakemuksen johdosta 5.11.2014 lähetetyllä selvityspyynnöllä. Urheilulähetysoikeuksien hankintamarkkinoiden osalta vastauksissa yhdyttiin jossain määrin MTV:n näkemykseen siitä, että markkinat ovat dynaamiset ja että oikeuksien hankinta on mahdollista useille toimijoille. Esimerkiksi Yleisradion mukaan urheilulähetysoikeuksien markkinoiden voidaan ajatella olevan dynaamiset 3–5 vuoden aikasyklissä. Lisäksi vastauksissa tuotiin esiin, että yrityskauppapäätöksessä tarkasteltujen Suomen markkinoiden kannalta olennaisten urheilulähetysoikeuksien⁵ lisäksi muutkin oikeudet, kuten jääkiekon KHL-liiga ja muut talviurheilulajit, ovat nostaneet merkitystään. MTV:n asemaa urheilulähetysoikeuksien hankinnassa pidettiin kuitenkin yleisesti ottaen edelleen vahvana.
21. KKV:n kuulemat markkinatoimijat katsoivat urheilulähetysoikeuksien olevan maksutelevisiomarkkinoiden kannalta tärkeitä, minkä myös MTV on hakemuksessaan tuonut esille. Vastajaat myös enimmäkseen yhtyivät MTV:n näkemykseen jakeluteknologioiden muutoksesta, joskin osassa vastauksista korostettiin myös sitä, että juuri urheilulähetyksen osalta uudet jakelukanavat eivät ainakaan vielä ole saavuttaneet olennaista asemaa Suomessa.
22. Oy Viasat Finland Ab ("Viasat") katsoo vastauksessaan, että MTV:n hakemuksessa ei ole esitetty sellaisia seikkoja, joiden perusteella ehdot voitaisiin poistaa. Viasatin mukaan MTV on toiminut ehtojen vastaisesti marraskuusta 2012 lähtien, jolloin se lanseerasi MTV Total -kanavapaketin. Viasatin mukaan ehdoilla on edelleen merkitystä markkinoilla, sillä ne antavat yksittäisillä kanavilla operoiville toimijoille mahdollisuuden päästä osaksi riittävän katsojapaiton omaavia tuotekokonaisuuksia.
23. DNA Oy:n mukaan elokuvien ja sarjojen osalta maksutelevisiotoimijoiden markkina-asetat ovat tasoittuneet muun muassa internetin yli toimivien yritysten kasvaneen roolin myötä. Urheilulähetysoikeuksien merkitys maksutelevisiotoimijoita erottavana tekijänä on kuitenkin yhä suuri. DNA:n mukaan MTV:n hallussa olevilla Formula 1 -lähetysoikeuksilla on edelleen keskeinen

⁴ Kilpailuviraston päätös 26.10.2010, dnro 207/14.00.10/2010.

⁵ Jääkiekon SM-Liiga, jääkiekon Suomen maajoukkueen ottelut, jääkiekon Champions' Hockey League, jääkiekon NHL-Liiga, Formula 1, Rallin MM-sarja, MotoGP, Formula 3, jalkapallon Suomen maajoukkueen ottelut, jalkapallon UEFA Champions League, jalkapallon Veikkausliiga ja jalkapallon Englannin Valioliiga.

5.2.2015

merkitys Suomessa. DNA:n mukaan on tärkeää, että operaattoreilla säilyy mahdollisuus paketoita Formula 1 -sisältöä MTV:n muusta tarjonnasta erillään.

8 Kilpailuoikeudellinen arviointi

8.1 Sovellettavat säännökset

24. Kilpailulain 30 §:n mukaan KKV voi hakemuksesta poistaa yrityskaupan toteuttamiselle asetetun ehdon tai lieventää sitä markkinaolosuhteiden olennaisen muutoksen tai muun painavan syyn johdosta.

8.2 Carlsberg-tapaus

25. Korkein hallinto-oikeus on Carlsberg A/S:n tekemää ehtomuutoshakemusta koskeneessa ratkaisussaan ottanut kantaa seikkoihin, joita ehtomuutoshakemusta arvioitaessa tulee ottaa huomioon. KHO:n mukaan kilpailunrajoituslain 11 i §:n (nykyisin kilpailulain 30 §) sanamuodosta ja sitä koskevista hallituksen esityksen (243/1997 vp) yksityiskohtaisista perusteluista on pääteltävissä, että säännöksen yhtenä tarkoituksena on mahdollistaa yrityskaupalle asetetun ehdon poistaminen tai lieventäminen sen johdosta, että ehdon asettamisen jälkeen olosuhteet ovat muuttuneet. Näin ollen sääntelyn yksi tarkoitus on sopeuttaa yrityskauppaan liitetty ajallisesti pitkävaikutteinen ehto muuttuneisiin olosuhteisiin. KHO:n mukaan tämä merkitsee, että muuttuneissa olosuhteissa voidaan uudelleen arvioida, onko ehto enää tarpeellinen.
26. KHO:n mukaan Carlsberg-tapauksessa oli muuttuneiden olosuhteiden valossa arvioitava, oliko poistettavaksi haettu ehto alkuperäisessä muodossaan vielä tarpeellinen alun perin todetun kilpailuhaitan välttämiseksi. KHO palautti asian markkinaoikeuden käsiteltäväksi, sillä sen mukaan markkinaoikeuden päätöksessä ei ollut riittävässä laajuudessa arvioitu, oliko ehto markkinatapahtumista huolimatta vielä tarpeellinen alkuperäisessä muodossaan.
27. Päätöksen mukaan arvioitaessa markkinaolosuhteissa mahdollisesti tapahtunutta olennaista muutosta tai muuta painavaa syytä, on tarkasteltava ehtomuutoshakemuksen tueksi esitettyjä perusteita suhteessa niihin perusteisiin, jotka viraston yrityskauppapäätöksen mukaan ovat olleet syynä ehtojen asettamiselle. KHO:n mukaan vallitsevia markkinaolosuhteita verrataan siten ehtojen asettamisen aikaisiin olosuhteisiin.

8.3 Lähetysoikeuksien hankintamarkkinat

28. Alkuperäisessä yrityskauppapäätöksessä tarkasteltujen maksutelevisiomarkkinoiden kannalta olennaisten urheilulähetysoikeuksien merkitys on suurimmaksi osaksi ennallaan. Keskeisiä lähetysoikeuksia on 12 kappaletta (ks. taulukko jäljempänä). Kuitenkin myös muut urheilulähetysoikeudet ovat

5.2.2015

kasvattaneet merkitystään: tästä esimerkkinä KHL-liiga, johon jääkiekkoujoukkue Jokerit siirtyi syksyllä 2014 alkaneella kaudella. TV4 / CMore -yrittäjäkauppapäätöksessä luetelluista keskeisistä urheilulähetysoikeuksista MTV:llä on tällä hetkellä hallussaan lähetysoikeudet Formula 1 -kilpailuihin, jääkiekon Suomen maajoukkueen otteluihin ja Champions' Hockey Leaguen otteluihin sekä jalkapallon Englannin Valioliigaan ja UEFA Champions Leaguen otteluihin, jotka se jakaa Yleisradion kanssa. Verrattuna yrittäjäkauppapäätöksen ajankohtaan MTV on menettänyt neljä lähetysoikeutta: jääkiekon NHL-liigan, rallin MM-sarjan, Formula 3 -autourheilun sekä jalkapallon Suomen maajoukkueen ottelut. Lisäksi MTV menetti yrittäjäkauppapäätöksen ehtojen mukaisesti jääkiekon SM-Liigan lähetysoikeuden. Alla olevassa taulukossa esitetään kootusti muutokset päätöksessä olennaisina pidettyjen urheilulähetysoikeuksien osalta.

| Laji | Tapahtuma | Oikeudenhaltija päätöksessä | Oikeudenhaltija nyt |
|-----------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Jääkiekko | SM-Liiga | C More, Nelonen | Nelonen |
| Jääkiekko | Suomen maajoukkueen ottelut | MTV | MTV |
| Jääkiekko | Champions Hockey League | MTV | MTV |
| Jääkiekko | NHL | C More | Viasat |
| Moottoriurheilu | Formula 1 | MTV | MTV |
| Moottoriurheilu | Rallin MM-sarja | MTV | Nelonen |
| Moottoriurheilu | MotoGP | Nelonen | Nelonen |
| Moottoriurheilu | Formula 3 | C More | - |
| Jalkapallo | Suomen maajoukkueen ottelut | C More | Yle |
| Jalkapallo | UEFA Champions League | Viasat, Yle | MTV, Yle |
| Jalkapallo | Veikkausliiga | Urheilukanava | - |
| Jalkapallo | Englannin Valioliiga | C More | MTV |

5.2.2015

29. Internet-tv on vähitellen nostamassa merkitystään myös urheilulähetysten osalta. Kuten Yleisradio on lausunnossaan esittänyt, nettivideopalvelut voivat tulevaisuudessa aiheuttaa lineaarisiin tv-kanaviin kohdistuvaa kilpailupainetta myös urheilulähetysten osalta, joskin laajakaistaverkkojen teknisen lähetyskyvyn vuoksi paine on rajoitettu kaikkein suurimpia yleisömääriä kiinnostavien urheilusisältöjen kohdalla ainakin muutaman vuoden ajan. Toisaalta esimerkiksi jalkapallon Veikkausliigaa on tällä hetkelläkin nähtävillä vain internetin kautta.
30. Viraston arvion mukaan urheilulähetysoikeudet ovat edelleen olennaisessa asemassa maksutelevisiomarkkinoilla. Viraston saamista selvityksissä on korostettu urheilulähetysoikeuksien merkitystä maksukanavapakettien muodostamisessa. Myös yksittäisten lähetysoikeuksien, erityisesti Formula 1 -oikeuksien, merkitystä on korostettu erityisesti DNA:n taholta. MTV:llä on edelleen hallussaan laaja urheilulähetysten portfolio, joskin se on myös menettänyt eräitä keskeisiä lähetysoikeuksia yrityskauppapäätöksen jälkeisinä vuosina.
31. Elokuvien ja televisiosarjojen lähetysoikeuksien hankintamarkkinoilla sen sijaan teknologinen kehitys on MTV:n esittämällä tavalla tuonut kilpailijoita perinteiselle maksutelevisiotoiminnalle. Yrityskauppapäätöksen aikaan alalle tulon esteet olivat suuret, eikä tuolloin pidetty todennäköisenä, että uudet toimijat kykenisivät kilpailemaan elokuvien ja sarjojen lähetysoikeuksista. Teknologinen kehitys on kuitenkin mahdollistanut IPTV- ja OTT-toiminnan⁶ yleistymisen ja kulutustottumuksien muutos heijastuu myös muuttuneena kilpailutilanteena lähetysoikeuksien hankinnan markkinoilla.

8.4 Maksullisten televisiopalveluiden markkinat

32. MTV on hakemuksessaan tuonut esiin maksutelevisiopalveluiden tukku-markkinoilla tapahtuneen muutoksen, jonka taustalla on uusien jakeluteknologioiden kasvu sekä sähköisen median kuluttajatottumuksien muutos.
33. Yrityskauppapäätöksessä keskittymän katsottiin johtavan kilpailua estävän määrävän markkina-aseman syntymiseen maksullisten televisiopalveluiden markkinoilla. Viraston johtopäätös perustui keskeisesti markkinoilla tuolloin toimivien kilpailijoiden vaatimattomaan markkina-asemaan, jakeluoperaattoreiden rajallisiin mahdollisuuksiin hillitä keskittymän hinnoitteluvoimaa sekä korkeisiin alalle tulon esteisiin.
34. Yrityskauppapäätöksessä on todettu, ettei markkinoille ollut käytännössä tullut sellaisia kanavapaketteja, joiden sisältö olisi ollut kuluttajien vapaasti valittavissa niin kanavien määrän kuin tyypin osalta.⁷ Nykyisin useat jake-

⁶ *Internet protocol TV*. Internet-protokollan käyttöön perustuva teknologia, jota käytetään televisio-ohjelmien jakeluun; *over-the-top content* -periaatteella ("OTT") toimivat yritykset tarjoavat loppukäyttäjille televisiosisältöjä internetin yli.

⁷ Kilpailuviraston päätös 27.11.2008 (dnro 579/81/2008), s. 2.

5.2.2015

luoperaattorit tarjoavat omia maksukanavatuotteita, joissa kuluttaja voi tietyillä reunaehdoilla valita pakettiin tulevat kanavat.⁸ Tarjolla on laajemmin operaattoreiden itse muodostamia paketteja, joihin on yhdistetty erilaista tarjontaa.⁹

35. Alalle tulon osalta päätöksessä ei pidetty todennäköisenä, että markkinoille tulisi keskipitkällä aikavälillä itsenäisiä kanavapaketteja tai tuotekokonaisuuksia. Tältä osin markkinat ovat kuitenkin kehittyneet vuoden 2008 jälkeen voimakkaasti. Mahdollisuus jakaa sisältöä internetin yli on madaltanut alalle tulon kynnystä ja katsojilla on paljon vaihtoehtoja, joiden kautta hankkia televisiosisältöä.¹⁰ Markkinoille on päätöksen jälkeen tullut uusia liiketoimintamalleja, esimerkiksi OTT-periaatteella toimivia yrityksiä, jotka tarjoavat loppukäyttäjille televisiosisältöjä internetin yli. Osa näistä toimii sisällöntuottajina (esimerkiksi HBO) ja osa hankkii lisäksi muilta sisällöntuottajilta ohjelmien lähetysoikeuksia (esimerkiksi Netflix). Osalle OTT-toimijoista on siis ominaista perinteisen tukkuportaan ”ohittaminen”, sillä ne ovat saatavilla loppukäyttäjille irtonaisina, kanavapaketeista erillisinä tuotteina. Voidakseen tilata OTT-palveluita loppukäyttäjä tarvitsee internet-liittymän. OTT-periaatteella toimivat ohittavat tässä mielessä myös perinteisesti vähittäiskaupan väylänä toimineet teleoperaattorit, sillä saadakseen televisiosisältöä katsottavakseen kuluttaja ei ole sidottu hankkimaan liittymää tietyltä laajakaistatoimittajalta. Sisällön maksamiseen ja katselu-oikeuksiin on erilaisia malleja.¹¹ Uusiin liiketoimintamalleihin kuuluvat myös television lisälaitteiden kautta toimivat online- ja videovuokraamopalvelut sekä lehtimedioiden videopalvelut. Niin ikään teleoperaattoreiden internetin yli toimivat televisio-palvelut ovat tulleet markkinoille yrityskauppapäätöksen jälkeen.
36. Kuluttajien television katselutavat ovat muuttuneet usealla eri tavalla. Kasvava osuus katselusta kohdistuu sisältöihin, jotka lähettää muu toimija kuin tv-kanava. Lisäksi kasvava osuus katselusta tapahtuu muilla kuin televisiolaitteilla ja muulloin kuin tietyinä ohjelman lähetyaikana. Katseluun liittyy myös usein varsinaista tv-sisältöä täydentävää internet- ja nk. toisen ruudun palveluiden käyttöä.¹²
37. Myös perinteiset televisiotoimijat ovat tuoneet maksullista ja maksutonta sisältöä saataville internetin yli. Finnpanelin mukaan 9 % kotitalouksista vastaanottaa televisiosignaalia IPTV-liittymän kautta. Yli kolmannes kaikista ko-

⁸ Esimerkiksi DNA Mix, Sonera Mix ja Elisan kanavapaketit.

⁹ Esimerkiksi DNA S-, M- ja L-paketit ja Soneran Surf.

¹⁰ Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 13/2014, Televisioala Suomessa. Toimintaedellytykset internetin aikakaudella, s. 16.

¹¹ Komission tapauskäytännössä on eroteltu esimerkiksi seuraavat: *subscription voice on demand* (SVOD, yhdellä maksulla kuluttaja saa katselu-oikeuden useampaan sisältöön tietyn ajan kuluessa), *transactional voice on demand* (TVOD, yhdellä maksulla kuluttaja saa katselu-oikeuden yhteen sisältöön tietyn ajan kuluessa, joka tyyppillisesti on lyhyempi kuin SVOD-mallissa); *pay-per-view* (yhdellä maksulla kuluttaja saa oikeuden yhteen sisältöön tietyinä lähetyaikana).

¹² Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 13/2014, Televisioala Suomessa. Toimintaedellytykset internetin aikakaudella, s. 15.

5.2.2015

titalouksista ilmoitti käyttäneensä nettitelevisio- tai tilausvideopalveluita vuoden 2013 alkupuolella. Tutkimus osoittaa myös vapaasti vastaanotettavien televisiokanavien nettipalveluiden käytön kasvaneen, sillä esimerkiksi Ylen Areenan, MTV:n Katsomon ja Nelosen Ruudun käynnistysmäärät kasvoivat 15 % vuonna 2013 ja 50 % vuonna 2014.¹³

38. Merkittävät kansainväliset toimijat ovat saaneet jalansijaa Suomen mediemarkkinoilla viime vuosina. News Corporation on yrityskaupan myötä tuonut FOX-brändin Suomen vapaassa jakelussa olevaan kanavatarjontaan ja niin ikään vapaassa jakelussa olevat TV5 ja Kutonen ovat siirtyneet osaksi Discovery-konsernia.
39. Finnpanelin mukaan Suomessa oli n. 740 000 maksu-tv-taloutta vuonna 2014.¹⁴ Yrityskauppapäätöksen tekemisen aikaan vuoden 2008 lopussa maksukanavia tilasi noin 600 000 taloutta.¹⁵ Maksutelevisiopalvelujen tukumarkkinoilla toimivat edelleen pitkälti samat yritykset kuin yrityskauppapäätöksen aikaan. MTV:n lisäksi olennaisia toimijoita ovat Viasat ja Sanoma-konserniin kuuluva Nelonen.
40. KKV:n arvion mukaan maksutelevisiomarkkinoiden kasvu vuoden 2008 yrityskauppapäätöksen jälkeisinä vuosina ei ole ollut odotetun kaltaista. Kuluttajien rahankäyttö maksullisiin sisältöihin vuosina 2005–2008 kasvoi nopeasti, erityisesti johtuen siirtymisestä digitaalitelevisioon, mutta tämän jälkeen markkinan liikevaihto ei ole kasvanut.¹⁶ Yrityskauppapäätöksen aikaan Suomen maksutelevisiopenetraation odotettiin kasvavan nopeammin kuin on tapahtunut ja esimerkiksi yrityskauppailmoituksessa osapuolet arvioivat markkinoiden kasvavan vahvasti.
41. Suomen laaja vapaasti vastaanotettavien kanavien tarjonta on todennäköisesti yksi syy markkinan hitaan kasvun taustalla. Yrityskauppapäätöksen jälkeen Suomen vapaaseen kanavatarjontaan on myös tullut useita täysin uusia kanavia. Kansainvälisessä vertailussa Suomessa onkin verrattain laaja tarjonta vapaasti vastaanotettavia kanavia. Myös useita urheilutapahtumia voi seurata vapaasti vastaanotettavilta kanavilta. Suomessa mainosrahoitteisen *free to air* -tarjonnan lisäksi Yle tarjoaa ilmaisen vaihtoehdon kuluttajille niin lineaaristen kuin epälineaaristen sisältöjen osalta. Kattava *free to air* -tarjonta on omiaan jossain määrin rajoittamaan maksutelevisiotoimijoiden mahdollisuutta nostaa merkittävästi kanavapakettien hintatasoa.¹⁷

¹³ Finnpanelin tutkimukset "Television kastelu Suomessa 2013" ja "Television katselu Suomessa 2014".

¹⁴ Finnpanelin tutkimus "Television katselu Suomessa 2014".

¹⁵ Kilpailuviraston päätös 27.11.2008 (dnro 579/81/2008), s. 31.

¹⁶ Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 13/2014, Televisioala Suomessa. Toimintaedellytykset internetin aikakaudella, s. 16.

¹⁷ Myös komission tapauskäytännössä on katsottu, että suuri määrä vapaasti vastaanotettavia kanavia voi vaikuttaa maksutelevision levinneisyyteen ja rajoittaa sisällöntuottajien mahdollisuuksia levittää tuotteita maksullisissa televisiopalveluissa, ks. esim. Komission päätös asiassa COMP/M.2876 - Newscorp/ Telepiù, kohdat 28 ja 37–39.

5.2.2015

42. Vuoden 2008 yrityskauppapäätöksessä esitetty keskeinen huoli liittyi keskitymän mahdollisuuksiin nostaa maksutelevisiotuotteiden hintoja, kun runsas määrä kuluttajien kannalta kiinnostavaa maksu-tv-sisältöä siirtyi keskittymässä yksiin käsiin. Yleinen maksukanavapakettien hintataso on kuitenkin pysynyt ennallaan yrityskauppapäätöksen jälkeen; maksukanavapaketin kuluttajahinta on tyypillisesti ollut 20–30 euroa. Näin on siitä huolimatta, että MTV yhdisti syksyllä 2012 kaiken tarjoamansa maksu-tv-sisällön yhteen pakettiin. KKV:n arvion mukaan mm. vapaasti vastaanotettavat kanavat ja OTT-toimijoiden markkinoille tulo ovat rajoittaneet MTV:n ja muiden perinteisten maksu-tv-toimijoiden hinnoitteluvoimaa. Suomen markkinoille tulleet kansainväliset online-toimijat tarjoavat sisältöä totuttua maksutelevision hintatasoa halvemmalla. Tämä kehitys voi olla omiaan lisäämään kuluttajien hintakriittisyyttä.¹⁸ Kuluttajien maksukyky ja -halukkuus eivät näytä tällä hetkellä mahdollistavan merkittäviä hinnannostoja maksutelevisiomarkkinoilla.
43. Jakeluoperaattoreiden koostamien kanavapakettien merkitys on myös kasvanut yrityskauppapäätöksen jälkeisinä vuosina. Yrityskauppapäätöksen sitoumukset ovat osaltaan voineet olla vaikuttamassa tähän kehitykseen, etenkin siltä osin kuin MTV on ollut velvoitettu tarjoamaan Formula 1 -kanavaa erillään muista kanavistaan. KKV:n arvion mukaan tarjontaa Suomen maksutelevisiomarkkinoita ei ole kuitenkaan pitkällä aikavälillä syytä sitoa yhden urheilulajin lähetysoikeuksien ympärille. Ei ole odotettavissa, että operaattoreiden koostamien kanavapakettien sisältö ratkaisevasti muuttuisi, vaikka yrityskauppaehdot poistettaisiin. Operaattoreiden koostamiin paketteihin sisältyy tälläkin hetkellä lukuisa määrä eri toimijoiden maksu-tv-kanavia.

8.5 Johtopäätös

44. Edellä selostetuilla perusteilla KKV katsoo, että markkinaolosuhteet Suomen maksutelevisiomarkkinoilla ovat muuttuneet vuoden 2008 jälkeen siinä määrin, että MTV:lle asetetut yrityskauppaehdot eivät enää ole kilpailun turvaamiseksi tarpeen. MTV on edelleen maksutelevisiomarkkinoiden suurin toimija Suomessa, mutta sen kohtaama kilpailupaine on kasvanut etenkin elokuvien ja sarjojen osalta OTT-toimijoiden taholta. Myös urheilun osalta internet-television tuoma kilpailupaine on kasvussa. Jakeluoperaattorit ovat muodostaneet laajemmin keskitymän kanssa kilpailevia tuotteita ja Suomen kattava vapaasti vastaanotettavien kanavien tarjonta on omiaan rajoittamaan maksutelevisiotoimijoiden mahdollisuutta nostaa merkittävästi kanavapakettien hintatasoa.
45. Ehtokokonaisuuden kannalta keskeiset ehdot 6-8 on jo pantu täytäntöön: MTV on toimeenpannut SM-Liigan divestointia koskevan ehdon sekä myynyt vähemmistöomistuksensa Urheilutelevisiossa. Yrityskauppapäätöksen

¹⁸ Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisu 13/2014, Televisioala Suomessa. Toimintaedellytykset internetin aikakaudella, s. 9 ja 16. Myös muut kilpailuviranomaiset ovat arvioineet OTT-toimijoiden markkinoille tulon vaikutuksia, ks. esim. Isossa-Britanniassa Competition Commission ”Movies on pay TV market investigation” (2012).

5.2.2015

ehdot 1–5 on sitoumusten arviointia koskevan päätöksen kohdan mukaan tarkoitettu lyhyen aikavälin ratkaisuksi vähentämään keskittymän markkina-voimaa sillä aikaa, kun SM-Liigan divestointia koskevat sitoumukset voitiin panna täytäntöön. Myös tästä syystä on perusteltua poistaa alun perinkin väliaikaiseksi tarkoitettut, käyttäytymiseen kohdistuvat ehdot. Ehdon 9 mukainen uskotun miehen valvontatehtävä puolestaan koski viittä yrityskauppaa seuraavaa kalenterivuotta ja viimeinen raportti koskien vuotta 2013 on toimitettu virastoon keväällä 2014.

46. Jakeluoperaattorit ovat tuotteistaneet omia maksu-tv-pakettejaan siten, että MTV Max formula -kanava sisältyy joihinkin operaattoreiden kanavapaketteihin. Liiketoiminnan jatkuvuuden ja toiminnan suunnittelun kannalta on kohtuullista, että ehdon 1D mukainen MTV Max formula -kanavan erillään-tarjoamisvelvoite päättyy vasta siirtymäajan jälkeen 31.12.2015.
47. Ottamatta kantaa MTV:n markkina-asemaan Suomen maksutelevisiomarkkinoilla KKV toteaa kuitenkin, että osa yrityskauppapäätöksessä asetetuista käyttäytymisehdoista tulee MTV:n noudatettavaksi jo kilpailulain säännösten nojalla.¹⁹

9 Sovelletut säännökset

48. Kilpailulain (948/2011) 30 §

10 Muutoksenhaku

49. Kilpailu- ja kuluttajaviraston tässä asiassa antamaan päätökseen saa hakea muutosta markkinaoikeudelta kilpailulain 44 §:n mukaan siinä järjestyksessä kuin hallintolainkäyttölaissa (586/1996) säädetään. Valitusosoitus on päätöksen liitteenä.

¹⁹ Esimerkiksi ehdon 1A mukaan MTV ei määrää tai suosittele operaattorisopimuksissa kuluttajavähittäishintaa. Jälleenmyyntihintojen määrääminen on vertikaalisia sopimuksia koskevien kilpailusääntöjen nojalla kiellettyä ilman yrityskauppaehtoakin.

5.2.2015

11 Lisätiedot

50. Lisätietoja päätöksestä antaa tutkija Sofia Ylieskola, puhelin 029 505 3328, sähköposti etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Pääjohtaja

Juhani Jokinen

Tutkija

Sofia Ylieskola