

Erik Børresen

Fra: Stine Elisabeth Henriksen [stine.henriksen@medietilsynet.no]
Sendt: 29. oktober 2007 09:05
Til: Erik Børresen
Emne: Uttalelse fra Berner Gruppen AS og NHST Media Group AS
Vedlegg: 2007003808_15007.pdf; 2007003808_15008.pdf

<<2007003808_15007.pdf>>

<<2007003808_15008.pdf>> Beklager at uttalelsen ikke var med, her kommer den.

Mvh Stine E. Henriksen
Radgiver
Medietilsynet

69 30 12 52

Medietilsynet
Nygata 4
1607 Fredrikstad

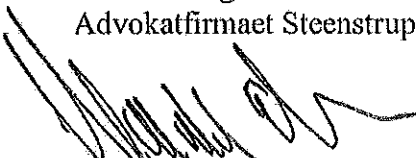
Trondheim, 27. juli 2007
Ref.: 1132655-43097 NYRASH
Ansvarlig advokat: Harald Ellefsen

**MEDIETILSYNETS VEDTAK AV 2. OG 6. JULI 2007 OM MEDIA NORGE -
UTTALELSE**

Vedlagt oversendes på vegne av Berner Gruppen av og HSTF Media Group felles uttalelse i tilknytning til Medietilsynets vedtak om Media Norge.

Det gjøres for orden skyld oppmerksom på at disse virksomhetene ikke påberoper seg rettslig klageinteresse i saken.

Med vennlig hilsen
Advokatfirmaet Steenstrup Stordrange DA



Harald Ellefsen
Advokat

Medietilsynet
Nygata 4
1607 Fredrikstad

Oslo, 27. juli 2007

MEDIETILSYNETS VEDTAK AV 2. OG 6. JULI 2007 OM MEDIA NORGE - UTTALELSE

Denne uttalelse fremsettes på vegne av Berner Gruppen AS og NHST Media Group.

1. Vedtak

Medietilsynet fattet 6. juli 2007 slikt korrigert vedtak:

- 1. Schibsteds erverv ved etableringen av Media Norge forhys.**
- 2. Alle aksjer som etter 15. februar 2007 er ervervet eller senere erverves av Schibsted eller andre på vegne av Schibsted i Stavanger Aftenblad ASA skal avhendes straks. Medietilsynet kan om saklige grunner tilsier det sette en lengre frist.**

En klar mangel ved dette vedtak er at det ikke berører majoritetserverv i Bergens Tidende, som på samme måte som aksjekjøpene i Stavanger Aftenblad er del av prosessen rundt Media Norge, som gjelder kontrollen over de store norske regionavisene. Vi vil med dette gi uttrykk for det syn at også dette kjøpet burde vært tatt opp i forbindelse med vedtaket – og at tilsynet i alle fall bør imlede egen sak om aksjekjøpet i Bergens Tidende.

2. Bergens Tidende – Schibsteds "Plan B".

En konsekvens av tilsynets vedtak og premissene for dette, er at Schibsted ikke kan ha anledning til å omgå forbudet gjennom direkte oppkjøp i de store regionavisene. Slike oppkjøp vil kunne ha tilsvarende konsekvens i forhold til eierskap og påvirkning - med en liknende effekt for mediemangfoldet. Dette er i enkelte medier beskrevet som Schibsteds "plan B" hvis de ikke når frem med Media Norge.

Pålegget om nedsalg i Stavanger Aftenblad er en direkte og logisk konsekvens av forbudet mot ervervet i Media Norge. Aksjekjøpet i Stavanger Aftenblad er ledd i etableringen av Media Norge – og den negative konsekvensene i forhold til medieeierskapsloven blir de samme enten ervervet av regionavisene skjer ved fusjon eller direkte aksjekjøp i den enkelte virksomhet. Derfor burde Schibsted også pålegges å selge seg ned i Bergens Tidende. Vi viser til at Berner Gruppen tok dette opp i en e-post til Medietilsynet 14. juni 2007.

På samme måte som oppkjøpet i Stavanger Aftenblad, skaffet Schibsted seg majoritet i Bergens Tidende – fra 24,3 til 52,8 prosent - for å diktere et flertall på generalforsamlingen for Media Norge. I børsmelding av 29.9.2006 beskriver Schibsted hensikten med kjøpet slik:

"Denne transaksjonen vil øke sannsynligheten for gjennomføringen av planene om å etablere det nye børsnoterte konsernet Media Norge".

Det fremgår videre av børsmeldingen at det dreide seg om et betinget salg for at Schibsted skulle oppnå flertall for Media Norge under generalforsamlingen i Bergens Tidende, og at aksjene deretter var avtalt videresolgt:

"Schibsted har inngått en avtale med Roll Severin AS alene eller som en del av et konsortium, om salg av det samme antall aksjer i Bergens Tidende som Orkla Media-posten omfatter. Salget skal skje til samme pris per aksje som Schibsted har betalt, og skal gjennomføres etter den ekstraordinære generalforsamlingen som skal behandle endelig fusjonsavtale og fusjonsplan."

Vi formoder at det her siktes til den ekstraordinære generalforsamlingen som har vedtatt fusjonen - dog under forutsetning av Medietilsynets samtykke. Vi er ikke kjent med at Schibsted har solgt aksjene i tråd med de opplysninger som de ga i sin børsmelding. Hvis salg ikke er gjennomført, må det være riktig av Medietilsynet å sette en frist for gjennomføringen av et slikt salg.

Etter som kjøpet av aksjer i Bergens Tidende var et midlertidig kjøp for å skaffe seg kontroll over generalforsamlingen, vil vi anta at ingen frist i medhold av Medieeierskapsloven § 9, 5. ledd har begynt å løpe. Fristen antas å løpe fra det tidspunkt Schibsted varsler at de akter å beholde denne posten, eller fra endelig vedtak om Media Norge er gjort. Aksjekjøpet i Bergens Tidende kan i alle fall ikke anses som et isolert erverv. Det var direkte knyttet til etableringen av Media Norge. Dersom Medietilsynet hadde trukket en annen konklusjon – og unnlatt å gripe inn mot Media Norge – ville det heller ikke vært grunnlag for å forby ervervet i Bergens Tidende. Men når tilsynet nå har nedlagt forbud mot Media Norge, må konsekvensen være en vurdering av aksjekjøpet i Bergens Tidende – ikke bare i Stavanger Aftenblad. Selv om man mot formodning skulle konkludere med at inngrepsfristen har begynt å løpe fra ervervet ble gjort kjent 29. september 2006, gir loven en utvidet inngrepsfrist på ett år som åpenbart må få anvendelse her. Vi viser til Medieeierskapsloven § 9,5. ledd:

"Medietilsynet kan gripe inn mot erverv ved vedtak innen seks måneder etter at det er inngått endelig avtale om ervervet. Dersom særlige hensyn tilsier det, kan tilsynet gjøre inngrep innen ett år fra samme tidspunkt."

Vi mener at Schibsted sin åpenbare "plan B" – om å skaffe seg negativ eller majoritetskontroll over i hvert fall to av de tre regionavisene de skulle erverve gjennom Media Norge – vil ha en tilsvarende effekt som en fusjon. Dette forsterkes ved at oppkjøpet i Bergens Tidende samtidig medfører at den andre store strategiske medieeieren i avisen er kjøpt ut. De momenter som tilsynet har anført for å forby ervervet i Media Norge vil derfor også kunne anvendes på kjøpet i Bergens Tidende – slik tilsynet har gjort i forhold til Stavanger Aftenblad.

Den "Plan B" Schibsted gjennomfører parallelt med prosessen rundt Media Norge kan vise seg å få enda alvorligere konsekvenser for mediemangfoldet enn Media Norge med mindre tilsynet griper inn. Med Media Norge ville Schibsted fått majoritetskontroll – eventuelt 49,9 prosent – i tre av de største regionavisene utenfor Oslo – Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og Fædrelandsvennen – mens de selger seg ut av den fjerde og nest største, Adresseavisen, og ned fra majoritet til 40 prosent i Harstad Tidende Gruppen. Med sin "Plan B" har Schibsted allerede skaffet seg en langt større majoritet i to av disse avisene enn de ville fått i Media Norge. Den eneste "forsakelsen" i forhold til Media Norge er at Schibsted med "Plan B" ikke oppnår majoritet i den minste av disse regionavisene - Fædrelandsvennen. Men de beholder sin betydelige eierposisjon på ca. 25 prosent også her. Samtidig opprettholder de sin negative kontroll i Adresseavisen – med dens nett av sterke lokalaviser – samt majoritetseierskapet i Harstad Tidende. Dette vil for det første gi grunnlag for en eiermessig posisjon som i hovedsak tilsvarer Media Norge. I tillegg forblir Schibsted største eier i den dominerende medievirksomheten i Midt-Norge og Trondheim samt i en av de store mediegruppene i Nord-Norge. Samlet sett vil dette gi Schibsted en monopolliknende posisjon innenfor dagspressen nasjonalt og regionalt over hele Norge. Dersom Medietilsynets vedtak skal tas på alvor, må tilsynet åpenbart pålegge Schibsted å selge seg ned ikke bare i Stavanger Aftenblad, men også i Bergens Tidende, slik at de kommer ned på eiernivå før oppkjøpene rundt Media Norge startet. Det er vanskelig å se for seg en minnelig ordning som kan kompensere for majoritetsposisjon i selv den ene og enda mindre i begge disse avisene. Salg av aksjeposten i Adresseavisen – som tross alt er en minoritetspost – og nedsalg i Harstad Tidende vil i alle fall ikke være tilstrekkelig.

3. Bemerkninger til vedtaket

Medietilsynets vedtak av 2. juli 2007 er i hovedsak i tråd med vårt syn – og vi kan i hovedtrekkene slutte oss til tilsynets vurderinger.

Vi ser ikke i denne sammenheng behov for en mer inngående gjennomgang av argumentasjonen for inngrep. Det er gjort i tidligere innsendte høringsbrev, som vi forutsetter vil følge med i den videre saksbehandlingen. Vi ser dog behov for noen merknader knyttet til det vedtak som nå er gjort.

3.1 Matematikk - realiteter

Kritikere av medieeierskapsloven har ofte fremsatt påstanden om at loven for ensidig legger opp til en matematisk fintelling av avisopplag. Etter at Medietilsynet har fattet sitt vedtak i denne saken, har kritikerne valgt motsatt syn. Nå kritiseres tilsynet for å bruke skjønn i stedet for matematisk fintelling av avisopplegg. Ikke noe av denne kritikken er dekkende for lovens innhold og den lovtolkning tilsynet har lagt til grunn.

Medieeierskapslovens § 9, 1. ledd gir Medietilsynet hjemmel til å gripe inn mot erverv av eierandel i foretak som bl.a. driver dagspresse dersom erververen får en betydelig eierstilling i mediemarkedet nasjonalt eller regionalt, og dette er i strid med formålet i § 1 om å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud. Denne hovedregelen forutsetter at det skal være mulighet for å utvise et skjønn i vurderingen av når det foreligger betydelig eierstilling. Dersom man gjennom et oppkjøp kommer over 1/3-del av det nasjonale dagsavisopplaget, anses betydelig eierstilling normalt å foreligge, jfr. § 10.

Det er således på det rene at det unntaksvis kan gripes inn mot erverv også under 1/3-del, dersom tilsynet ut fra en samlet vurdering mener det likevel vil foreligge betydelig eierstilling. Dette er et lovljemlet skjønn tilsynet er pliktig til å foreta – og som tilsynet har gjort i denne saken. Denne skjønnsadgang fremgår også av Ot. prp. nr. 81 (2003-2004).

Den skjønsmessige vurdering må baseres på faktiske forhold knyttet til den eierstilling som oppnås gjennom ervervet. Det har Medietilsynet gjort ved å analysere og fremheve to sentrale elementer ved den eierstillingen Schibsted oppnår gjennom Media Norge: Sammensetningen av avisporteføljen og den posisjon som oppnås innenfor elektroniske medier.

3.2 Avisporteføljen

Vi slutter oss i hovedsak til tilsynets fremstilling og vurdering av dette spørsmål. De store regionavisene står i en særstilling som opinionsdannere som også setter en nasjonal dagsorden. Disse mediene har en viktig oppgave som alternativ premissgiver og korrektiv til riksmidlene.

Vi tillater oss å fremheve at tilsynes vedtak gir uttrykk for et europeisk syn på regionavisenes unike rolle når det gjelder å støtte den regionale identiteten. Vi viser til følgende i tilsynets vedtak:

“Regionavisene er viktige opinionsdannere som skaper dagsorden i de delene av landet de dekker redaksjonelt. De dekker nasjonale saker av betydning for regionen og de fremmer regionens interesser i nasjonale saker. I Europarådets memorandum heter det videre at de nasjonale avisene ikke er i stand til å ivareta denne funksjonen fordi de har et nasjonalt fokus. Regionavisene kan dermed nyansere og stå som en motvekt, til den dagsorden og de perspektiver som fremstilles i riksmidlene.”

Medieeierskapsloven forutsetter at det skal foretas en reell vurdering av om et erverv medfører betydelig eierstilling i en nasjonal sammenheng. Denne vurderingen må foretas med forankring i lovens formål om å fremme ytringsfriheten, de reelle ytringsmuligheter og et allsidig medietilbud. I en slik vurdering må det åpenbart tillegges særlig vekt at den dominans som oppnås omfatter en så stor andel av de viktigste nasjonale og regionale medievirksomhetene. Det vil relativt sett påvirke allsidigheten i medietilbudet vesentlig mer enn tilsvarende opplag i mindre lokalaviser, som dels utgis noen få dager i uken, med det lokale nyhetsbilde som interesseområde.

Det fremlagte forslag til minnelig ordning - salg av aksjeposten i Adresseavisen og nedsalg til 40 prosent i Harstad Tidende Gruppen – ville som tilsynet påpeker ikke medført at Schibsted mistet sin betydelige eierstilling. Etter disse tiltakene ville Schibsteds andel av dagspresseopplaget riktignok komme halvannet prosentpoeng under terskelen i medieeierskapslovens § 10. Men samtidig ville Schibsted beholdt en opplagsandel innen riksavisene, de mest utbredte regionavisene og de riksdekkende meningsbærende avisene på 50 prosent. Ved å skaffe seg kontroll over de største regionavisene vil Schibsted få kontroll over sine viktigste konkurrenter og de mediemessig viktigste alternative premissgiverne regionalt. Det fremgår av tilsynets vedtak at Schibsted vil være nesten fem ganger så stor som sine nærmeste konkurrenter innenfor kategoriene riksaviser, sentrale regionaviser og riksdekkende meningsbærende aviser.

Riktignok spiller også mange av lokalavisene rundt om i landet en viktig rolle i å sette dagsorden – noe som Advokatfirmaet BAHN inngående drøfter i sin klage av 23. juli 2007 på vegne av Schibsted. Klager kan således

ha rett i at mange av lokalavisene er mer opptatt av landbrukspolitikken og rovdyrproblematikken enn de største riks- og regionavisene. Men det forhindrer ikke at de ledende riks- og regionavisene i alminnelighet har en helt annen påvirkningskraft og evne til å sette en regional og nasjonal dagsorden enn lokalavisene.

3.3 Elektroniske medier – sammenhengen med avisporteføljen

Vi vil understreke at sammensetningen av Schibsteds avisportefølje i seg selv vil måtte medføre forbud etter medieeierskapslovens § 1 – uavhengig av den posisjon Media Norge vil oppnå innen elektroniske medier. På den annen side vil den stilling Media Norge oppnår innenfor elektroniske medier i seg selv også tilsi forbud – uavhengig av sammensetningen av avisporteføljen. Disse elementene er hver for seg så tungtveiende at de må tillegges selvstendig betydning som overstyrer de matematiske opplagsgrensene som er lovens hovedregel.

Selv med de foreslåtte avbøtende tiltakene – salg av aksjeposten i Adresseavisen og nedsalg i Harstad Tidende Gruppen – vil Schibsted etter tilsynets beregninger fortsatt ha en andel på 44 prosent av de mest sentrale nyhets- og aktualitetsmediene på nett. Hvis man ser bort fra rene nettaviser, vil Schibsted få en andel på ca. 54 prosent.

Etter at Medietilsynet fattet sitt vedtak, er det fra Schibsted og Media Norge reist tvil om adgangen til å trekke inn elektroniske medier ved vurderingen av betydelig eierstilling. Det kan ikke være tvilsomt at tilsynet har en slik adgang. Etter en lovendring i 2004 ble elektroniske medier eksplisitt tatt inn i § 3 som del av lovens saklige virkeområde:

”Loven gjelder foretak som driver dagspresse, fjernsyn, radio eller elektroniske medier, samt foretak som har eiermessig innflytelse over slike foretak”.

Ved samme lovrevisjon ble Medietilsynet også uttrykkelig pålagt å føre tilsyn med elektroniske medier. Dette er formulert slik i lovens § 7, 1. ledd som gjelder tilsynsmyndighetens oppgaver:

”Medietilsynet forestår det løpende tilsynet etter denne lov og skal herunder

A) føre tilsyn med markeds- og eierforhold i dagspresse, fjernsyn, radio og elektroniske medier, ...”

Av forarbeidene, jfr. Ot. prp. nr. 81 (2003-2004), fremgår at det er

”klart at bruken av nettutgaver har mykje å seie for den reelle påveknadskrafta til dei ulike dagspresse- og kringkastingsmedia. Det naturlege hadde difor vore å trekke denne bruken inn ved utrekning av marknadsdelar innanfor dagspresse- og kringkastingsmarknadene. Så langt ser departementet likevel så store praktiske problem med dette at det ikkje vil tilrå ei slik løysing”.

Departementet valgte altså inntil videre – på grunn av de praktiske utfordringene – foreløpig ikke å foreslå en egen bestemmelse der elektroniske medier tas med i utregningen av avisopplag, fjernsyns- eller radiodekning. Departementet fremhevet på den annen side at eierskap i elektroniske medier vil være et relevant moment ved den konkrete vurderingen av et foretaks eierstilling innenfor ett eller flere av de mediene som listes opp i § 10. Dette uttrykkes slik i Ot. prp. nr. 81 (2003-2004):

”Sjølv om tilsynet i dag ikkje kan gripe inn mot oppkjøp av elektroniske medium, vil eigarskap i slike medium være eit moment i vurderinga av om ein aktør har ei sterk eierstilling etter § 9”.

Det er fra Schibsted sin side fremholdt at dette er et sitat fra høringsnotatet til loven, og at dette standpunktet ble forlatt under arbeidet med lovproposisjonen. Det foreligger ingen holdepunkter for en slik konklusjon. Tvert imot innebar forutsetningen om å inkludere elektroniske medier i en helhetsvurdering at behovet for en egen inngrepsfullmakt overfor denne type medier ble ansett som mindre presserende. To ulike regjeringer har i proposisjoner til Stortinget fortutsatt at elektroniske medier bør tas med i tilsynets helhetsvurdering. Det fremgår også av Ot. prp. nr. 30 (1996-97) hvor det konstateres:

”Departementet vil imidlertid understreke at denne avgrensningen mot elektroniske medier og vertikal integrasjon kun betyr at selve inngrepsfullmakten ikke kan benyttes mot slike. Det er ingen ting i veien for at tilsynsorganet kan tillegge eierkontroll over slike medier vekt i en vurdering av erverv av dagspresse- eller kringkastingsforetak. Departementet vil tvert imot presisere at dersom en aktør som erverver en avis eller et kringkastingsforetak også har eierandeler i et meningsbærende elektronisk medium eller i et produksjonsselskap, så bør dette tillegges vekt ved tilsynsorganets vurdering”.

I høringsnotatet til Ot. prp. 81 – og senere i selve proposisjonen – siteres både denne uttalelsen fra Ot. prp. nr. 30 – samtidig som departementet gjentar lovens forutsetning om at eierskap i elektroniske medier "vil være et moment i vurderinga av om ein aktør har ei sterk eierstilling etter § 9". I Ot. prp. 81 gikk dessuten Regjeringen – og Stortinget – enda et skritt i samme retning ved å utvide lovens saklige virkeområde til også å omfatte elektroniske medier. Disse mediene ble også da tatt med blant Medietilsynets tilsynsoppgaver. Men selv før elektroniske medier ble inkludert i viktige deler av lovens virkeområde, forutsatte lovens forarbeider som vist foran at elektroniske medier skulle tas med i en helhetsvurdering slik tilsynet har gjort i sitt vedtak.

Medietilsynet har således ikke bare en adgang til å legge vekt på erververens posisjon innen elektroniske medier i denne saken. Det er en klar forutsetning i lovens forarbeider at det skal gjøres. Det er – som det fremgår av i Ot. prp. nr. 30 (1996-97) – "vert imot" slik at departementet fant det nødvendig å "presisere" at dette "bør ... tillegges vekt ved tilsynsorganets vurdering".

Medietilsynet er således på solid rettslig grunn når det i sitt vedtak skriver:

"En betydelig eierstilling innen elektroniske medier kan ikke i seg selv gi grunnlag for inngrep etter medieeierskapsloven § 9. Elektroniske medier faller imidlertid inn under lovens saklige virkeområde, se § 3. Eierstillingen innen elektroniske medier vil derfor være et relevant moment ved den konkrete vurderingen av foretakets eierstilling innen et eller flere av de mediene som listes opp i medieeierskapsloven § 10. Dette gjelder ikke minst innen dagspressen, hvor nettaviser både utfyller og konkurrerer med papiravisene."

Våre medievirksomheter har tidligere inngående redegjort for den dramatiske vridningen mot elektroniske medier – og hvordan de ledende papiravisene er i førersetet i denne prosessen. Opplagsnedgang for papiravisene må også ses i lys av dette. Schibsteds dominans er som tilsynet dokumenterer enda større som eier av nettaviser enn papiraviser. De store papiravisenes sterke posisjon både økonomisk og markedsmessig – og som ledende "brands" innen norske medier – brukes målbevisst for å styrke de samme avisenes posisjon på nettet – både som nyhetsformidlere og annonseorganer. Mens nettsidene tilsvarende og systematisk brukes til å styrke papiravisene. Denne stadige sterkere og mer slagkraftige vekselvirkningen mellom papir- og nettavis gjør at det i dagens mediebilde ikke er mulig å gi en realistisk vurdering av eierstillingen innen dagspresse uten å se denne i sammenheng med posisjonen innenfor elektroniske medier.

Advokatfirmaet BAHR skriver følgende på vegne av Schibsted og Media Norge i sitt høringsbrev av 18. mai 2007 til Medietilsynet:

"Media Norge er først og fremst et grep for å trygge de tradisjonsrike og viktige papiravisene som de fire mediehusene utgir. Media Norge representerer eiernes overlevelsesstrategi for vesentlige papiraviser".

Uansett hvor dramatisk situasjonen uten Media Norge blir for de største og mest dominerende papir- og nettavisene, vil konsekvensene ved etablering av Media Norge bli langt mer dramatisk for konkurrentene med svakere økonomi og markedsposisjoner. Det dystre bilde BAHR her gir av sine oppdragsgivere illustrerer hvilke dramatiske konsekvenser Media Norge vil kunne få for mediemangfoldet i Norge.

Den sterke – og berettigede – koblingen Schibsted trekker mellom papiravis og elektroniske medier illustrerer at det er relevant – som tilsynet gjør – å ta med oppslutningen om papiravisenes nettutgaver i en vurdering av et foretaks eierstilling innen dagspresse. BAHR poengterer i det nevnte høringsvar at Medietilsynet ikke kan benytte den unntaksvis muligheten til å gripe inn under 1/3-del av dagspresseopplaget, med mindre tilsynet "konkret" kan "påvise at det foreligger helt spesielle forhold som gjør at etableringen av Media Norge likevel strider mot hensynet til yttringsfrihet og mediemangfold".

Den dominans Schibsted vil oppnå innenfor de vesentlige papiravisene i Norge – supplert med en enda større dominans innenfor "overlevelsesstrategien" elektroniske medier – innebærer hver for seg og desto mer samlet at det her i kvalifisert grad foreligger helt spesielle forhold som berettiger inngrep fra Medietilsynets side.

3.4 Uholdbar rettsoppfatning

I sin klage av 23. juli 2007, på vegne av Schibsted anfører Advokatfirmaet BAHR at "lovgiver ikke har sanksjonert" en adgang til å legge vekt på avisporteføljens sammensetning. Tilsvarende legger de fortsatt

feilaktig til grunn at lovgiver eksplisitt har avskåret tilsynet fra å legge vekt på elektroniske medier. Det må bero på en misoppfatning av loven og forarbeidene. Lovgiver har forutsatt at det unntaksvis kan nedlegges forbud mot oppkjøp selv om dette ikke sprenger lovens opplagsgrenser. Det lar seg ikke gjøre å anvende en slik regel uten at tilsynet foretar en helhetsvurdering av om et erverv fører til en "betydelig eierstilling". Lovgiver har naturlig nok ikke foretatt noen opplisting eller "sanksjonering" av hvilke hensyn Medietilsynet skal legge vekt på i denne vurderingen. Men det er et ugjendrivelig faktum at avisporteføljens sammensetning og posisjonen i elektroniske medier er viktige momenter for å vurdere den eierstilling i norsk dagspresse som oppnås gjennom Media Norge. Dersom sentrale elementer som dette skal ekskluderes fra vurderingen, vil reelt Medietilsynet bli fratatt muligheten til å anvende den unntakshjemmelen som lovgiver har gitt – og som også BAHR/Schibsted erkjenner eksistensen av. En slik rettsoppfatning gir anvisning på en slags "lex Schibsted" som fratår Medietilsynet muligheten til å anvende en lovhjemmel som Stortinget har gitt. En unntakshjemmel som dette kan ikke anvendes uten at det gis mulighet til utøve et skjønn – slik Medietilsynet har gjort. I premissene for sitt vedtak har tilsynet inngående redegjort for hvorfor det i denne sak foreligger så tungveitende hensyn at unntaksbestemmelsen må få anvendelse.

3.5 Rekkevidden av tilsynets vedtak

Medietilsynets vedtak innebærer et forbud mot at Schibsted gjennom Media Norge skaffer seg majoritet i tre av de fire største regionavisene utenfor Oslo. Forbudet gjelder selv om Schibsted har sagt seg villig til å selge seg ut av Adresseavisen og ned i Harstad Tidende-gruppen – og selv om Schibsted i siste forhandlingsrunde med tilsynet sa seg villig til å selge seg ned til litt under 50 prosent i Media Norge.

Vi viser her til tilsynets nærmere begrunnelse for dette, og deler tilsynets vurderinger. Selv om Schibsted skulle selge seg ned til for eksempel 40 prosent i Media Norge – med permanent forpliktelse til ikke å kjøpe seg videre opp i selskapet – vil Schibsted ha kontroll med selskapet. Media Norge vil – slik det også er beskrevet av partene – bli et børsnotert selskap med en spredt struktur av finansielle investorer. Med en slik eiersammensetning vil Schibsted ha kontroll med selskapet selv med en eierandel vesentlig under 50 prosent. I likhet med de øvrige elementer i Medietilsynets vedtak, har også tilsynets standpunkt på dette punkt vært forutsigbart for aktørene. Vi viser her til Retningslinjer for behandling av saker etter lov om eierskap i media pkt. 3.2.4.3 hvor det bl.a. står:

"Det vil fremgå av Medietilsynets nettsted i hvilke tilfeller det er besluttet at en eier med mindre enn 50 prosent eierandel har kontroll i foretaket. I tillegg til norsk rettspraksis vil tilsynet legge vekt på praksis fra konkurranseområdet i Norge og EU ved vurderingen av dette spørsmål".

Tilsvarende vurdering må gjøres gjeldende når tilsynet vurderer oppkjøpene i Stavanger Aftenblad og Bergens Tidende – dersom forbudet mot Media Norge opprettholdes. Selv om disse medievirksomhetene har stemmerettsbegrensninger, vil Schibsted som majoritetseier i praksis ha et eiermessig grunnlag for å oppnå en dominerende innflytelse over disse avisene. Schibsted vil være enerådende som industriell, strategisk eier. I praksis vil en spredt gruppe av mindre aksjonærer – som samlet er minoritet – i begrenset grad ha mulighet til å utfordre hovedeierens direkte og indirekte innflytelse over virksomheten. Dette gjelder i mange sammenhenger – fra sammensetning av styringsorganer til innordning i hovedeierens overordnede konsernstrategi.

3.6 Konsekvensene av inngrep

Schibsted og Schibsteds parter har ifølge tilsynets vedtak anført at et forbud mot Media Norge vil innebære en svekkelse av mediemangfoldet fordi:

- Inntektsgrunnlaget vil bli svekket gjennom leserflukt og annonseflukt.
- Det vil føre til en mer uniformert og mindre differensiert presse på grunn av manglende ressurser til kvalifisert og vesentlig journalistikk.
- Det blir vanskeligere å møte konkurransen fra en digital medie verden hvor den vesentlige og meningsdannende journalistikken får mindre betydning i forhold til den kommersielle og populistiske journalistikken.
- Det vil føre til internasjonalt eierskap i en rekke norske medier, som i større grad vil være styrt av avkastningsmotiver, ikke publisistiske motiver.

Denne krisepregede fremstilling kommer fra landets største og rikeste mediekonsern som er største eier i 7 av de 10 største avisene i Norge – og fra de ledende og dels mest lønnsomme avisene i Norge. Det er vanskelig å se at disse medievirksomhetene - uten Media Norge - ikke lenger vil være i stand til å frigjøre de nødvendige ressurser

til "kvalifisert og vesentlig journalistikk". På den annen side vil flere av de medievirksomhetene som rammes av Media Norge – og som har en langt svakere økonomi og opplagsdekning – kunne få store problemer som kan svekke deres muligheter til å utvikle kvalitetsjournalistikk og bl.a. være det korrektiv til Schibsted som trengs for å sikre lovens formål om et allsidig medietilbud.

Det vil videre være usakelig å unnlate inngrep ut fra en formodning om at utenlandsk eierskap vil medføre større vekt på økonomisk avkastning enn norsk eierskap. Schibsted – som i stor grad eies av internasjonale formuesforvaltere – er like opptatt av avkastning som andre. I sin årsberetning for 2006 presiserer Schibsted at "en målsetting for styret er å maksimere aksjoneres avkastning gjennom langsiktig vekst i aksjekurs og utbytte". Schibsted er et internasjonalt børsnotert selskap med utenlandske eiere i majoritet. I siste årsberetning oppgis utenlandsandelen å være 54,59 prosent. Et stort og dominerende mediekonsern vil dessuten være en særlig attraktiv oppkjøpskandidat. Det finnes ingen garanti mot et fremtidig internasjonalt oppkjøp av Schibsted – til tross for begrensninger i dagens vedtekter og en markert og forholdsvis stor norsk minoritetsaksjonær som har et langsiktig mål for sitt eierskap.

4. Samarbeidsavtaler som undergraver vedtaket

I henhold til medieeierskapslovens § 9, siste ledd gjelder inngrepsadgangen "tilsvarende for samarbeidsavtaler som gir en avtalepart samme eller tilsvarende innflytelse over det redaksjonelle produktet som et erverv". Medietilsynets vedtak tar ikke opp den åpenbare risiko for at Schibsted gjennomfører tiltak som vil ha samme eller liknende konsekvens for mediemangfoldet som Media Norge. Det gjelder både gjennom direkte aksjekjøp i regionavisene – som omtalt foran – og gjennom et stadig tettere samarbeid også redaksjonelt. Vi mener derfor at Medietilsynet bør gjøre det i en egen sak.

Vi har i våre høringsbrev til tilsynet fremhevet det stadig tettere og mer omfattende samarbeid mellom Schibsted og de aktuelle regionavisene både innenfor annonsemarkedene og ved avtaler om utveksling av redaksjonelt stoff. Påvirket av sin sterke eierposisjon i alle de fem største regionavisene, har Schibsted over flere år hatt en sterk innvirkning på den forretningsmessige og redaksjonelle strategi og utvikling i alle disse avisene. Sett fra Schibsteds ståsted er etableringen av Media Norge en fullbyrdelse av denne strategien. Fordi denne utviklingen har skjedd gradvis og gjennom lang tid, har det heller ikke vært noen direkte foranledning til å gripe inn mot denne utviklingen fra Medietilsynets side. Dette har vært en utvikling som har skjedd både gjennom et stadig tettere og integrert samarbeid – samtidig som Schibsted også etter hvert har foretatt nye oppkjøp i regionavisene. For to år siden – før Media Norge ble lansert – kjøpte Schibsted seg opp til negativ kontroll i Adresseavisen. Det ble den gang ikke reagert fra tilsynets side, og fristen for inngrep er også utløpt.

Vi vil be Medietilsynet foreta en vurdering av de samarbeidsavtaler og samarbeidsordninger som nå gjelder mellom Schibsted og regionavisene – og vurdere om det foreligger grunnlag for inngrep. Det vil i alle fall være viktig å få tilsynets vurdering av hvor grensen går før det kan gjøres inngrep mot samarbeidsavtaler. Schibsted er nå det eneste mediekonsernet som har betydelig eierstilling i alle de fem store regionavisene. Det må derfor antas at Schibsted vil ha enda større mulighet til å påvirke hvordan samarbeidet mellom disse avisene skal utvikles fremover.

5. Konklusjon

På denne bakgrunn vil vår konklusjon være:

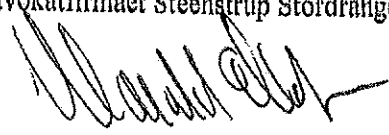
1. Medietilsynets vedtak av 2. og 6. juli 2007 opprettholdes.
2. Schibsteds erverv av aksjer i Bergens Tidende AS som ledd i etableringen av Media Norge forbyes – slik at Schibsteds eierandel reduseres til 24,3 prosent.
3. Medietilsynet tar opp inngrepsak mot Schibsted og samarbeidende regionaviser på grunnlag av det stadig tettere samarbeid som disse har etablert.

Med vennlig hilsen

Berner Gruppen AS
John Arne Markussen
Konsernredaktør

NHST Media Group
Gunnar Bjørkavåg
Konsernsjef

Advokatfirmaet Steenstrup Stordrange DA



Harald Eltveden
advokat