



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/065-016/2011.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az Ormai és Társai CMS Cameron McKenna Ügyvédi Iroda (Budapest) által képviselt **RTL Group Central and Eastern Europe GmbH** (Köln, Németország) kérelmező összefonódás engedélyezése iránti kérelmére indult eljárásban, amelyben további ügyfélként részt vett a szintén az Ormai és Társai CMS Cameron McKenna Ügyvédi Iroda által képviselt **IKO Média Holding Zrt.** (Budapest) – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács engedélyezi, hogy az RTL Group Central and Eastern Europe GmbH irányítást szerezzen az IKO Média Holding Zrt. felett.

A határozat felülvizsgálatát az ügyfelek a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérhetik a Versenytanácsnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel.

I n d o k o l á s

I.

A kérelmezett összefonódás

1. A kérelmező RTL Group Central and Eastern Europe GmbH (a továbbiakban: RTL CEE vagy kérelmező) 2011. július 28-án Átruházási Megállapodást kötött a S.I.G. Kapital S.A.-val (a továbbiakban: SIG) ez utóbbinak az IKO Média Holding Zrt.-ben (a továbbiakban: IMH vagy kérelmezett) meglévő, 100%-os részesedést megtestesítő részvényei megszerzése érdekében. Tekintettel arra, hogy az IMH 31%-os részesedéssel rendelkezik a Magyar RTL Televízió Zrt.-ben (a továbbiakban: M-RTL), a tranzakció közvetve az M-RTL irányítási viszonyait is érinti.
2. Kérelmező a fentiek szerinti tranzakcióhoz – mint vállalkozások összefonódásához – 2011. augusztus 17-én benyújtott kérelmében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) VI. fejezetének rendelkezései alapján a Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) engedélyét kérte.
3. Az Átruházási Megállapodásban az 1. pontban említetteken túl az IKO Production Média Szolgáltató Kft. és a Medialog Worldwide Ltd. mint eladók, illetve az M-RTL mint vevő – egyebek mellett – megállapodtak továbbá arról, hogy az M-RTL egy több lépésből álló tranzakció eredményeképpen irányítást szerez a következő csatornák felett: Film+, Film+2, Cool, Sorozat+, Prizma, Muzsika, Reflektor. Az ebben a pontban ismertetett tranzakciót a GVH külön eljárásban, Vj-66/2011. szám alatt vizsgálja.

4. A kérelmezett tranzakciót az összefonódásban részes felek nem jelentették be más versenyhatóságnak.
5. Az M-RTL 2011. augusztus 15-én kelt, 2011. szeptember 6-án pontosított kérelmében a fenti 1. és 3. pontokban hivatkozott tranzakciókhoz a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) Médiatanácsának a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (a továbbiakban: Mttv.) 171. §-ának (1) bekezdése szerinti előzetes szakhatósági hozzájárulását kérte.
6. A kérelmező 2011. szeptember 14-én arról tájékoztatta a GVH-t, hogy az RTL CEE a 2011. augusztus 31-én megkötött megállapodás értelmében 100%-os részesedést és ezzel egyedüli irányítást szerzett az M-RTL-ben 20%-os részesedéssel rendelkező KOS Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH (a továbbiakban: KOS) felett, mely tranzakció álláspontja szerint nem engedélyköteles.
7. A kérelmező megjegyezte továbbá, hogy a jelen tranzakció alapját képező Átruházási Megállapodás aláírását követően egy azonos vállalkozáscsoportba tartozó vállalkozások közötti, ekként nem engedélyköteles ügylet keretében a CLT-UFA S.A. (a továbbiakban: CLT-UFA) az M-RTL-beli 49%-os részesedését átruházta az RTL CEE-re.

II.

Az összefonódás résztvevői

A kérelmező vállalkozáscsoportja

8. A kérelmező RTL CEE az RTL csatornacsaládot működtető nemzetközi média-csoporthoz (a továbbiakban: RTL-csoport) tartozó holding társaság. Az RTL-csoport anyavállalata a luxemburgi székhelyű RTL Group S.A., amely 2000-ben jött létre az Audiofina S.A. és a Pearson TV összefonódásával. Az RTL Group S.A. ugyancsak egy holding társaság, amely leányvállalatain keresztül a televíziós műsorszolgáltatásban (Németország, Franciaország, Belgium, Hollandia, Magyarország, Luxemburg, Spanyolország, Oroszország, Horvátország, Görögország), a rádiózásban (Franciaország, Németország, Belgium, Hollandia, Spanyolország, Luxemburg), illetve – világszerte történő értékesítés céljából – a tartalom-előállításban érdekelt. Az RTL-csoportba tartozó vállalkozások számos szabadon fogható (ún. free-to-air), idegen nyelvű televíziós csatornája Magyarországon is elérhető (RTL, VOX, RTL II, Super RTL, N-TV, RTL Crime, RTL Living, Passion, M6, W9, Paris Première, téva, Série Club, TF6, M6 Boutique la chaine, M6 Music Hits, M6 Music Black, M6 Music Club, RTL 9, RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8, RTL Lounge 25, RTL Tété Lëtzebuerg, Antena 3, Neox, Nova, Nitro).
9. Az RTL Group S.A. meghatározó tulajdonosa a Bertelsmann-csoport, mely médiatartalmak gyártásával, szolgáltatásával és terjesztésével foglalkozik. Az RTL-csoporton kívül a könyvkiadással foglalkozó Random House-ban, a magazinok kiadását végző Gruner+Jahr-ban, illetve a média- és kommunikációs szolgáltató Arvoban rendelkezik érdekeltségekkel.
10. A vállalkozáscsoport Magyarországon bejegyzett tagja a Magyar Grundy UFA Kft., amely hang- és filmananyag készítésével és kiadásával foglalkozik.
11. A kérelmező vállalkozáscsoportjának a Tpv. 27. §-a (1) és (2) bekezdése szerinti szűkített nettó árbevétele – az M-RTL-csoport árbevételének a Tpv. 27. § (5) bekezdésének megfelelő figyelembevételével – 2010-ben önmagában meghaladta a tizenötmilliárd forintot.

A kérelmezett vállalkozáscsoportja

12. A kérelmezett IMH a tranzakciót megelőzően a SIG tulajdonát képezte. Az IMH egy piaci tevékenységet nem végző holding szervezet, amelynek egyetlen érdekeltsége az M-RTL-csoportban fennálló részesedése (részletesen lásd alább).
13. A kérelmezett vállalkozáscsoportjának a Tpvt. 27. §-a (1) és (2) bekezdése szerinti szűkített nettó árbevétele – az M-RTL-csoport árbevételének a Tpvt. 27. § (5) bekezdésének megfelelő figyelembevételével – 2010-ben önmagában meghaladta a tizenötmilliárd forintot.

Az M-RTL vállalkozáscsoportja

14. Az M-RTL az RTL Klub elnevezésű országos, földfelszíni sugárzású kereskedelmi televízió csatorna műsorszolgáltatója és üzemeltetője. Az M-RTL az Országos Rádió és Televízió Testület által 1997-ben kiírt frekvenciapályázat egyik nyertese volt, amelynek eredményeként 10 évre megszerezte a második országos kereskedelmi frekvenciát. Frekvenciahasználati, műsorszolgáltatási jogosultsága azonban később 2012. július 9-ig meghosszabbításra került.
15. A kérelem benyújtásakor az M-RTL részvényeihez kapcsolódó szavazati jogok három tulajdonos között oszlottak meg, a következőképpen: CLT-UFA 49%, IMH 31% és KOS 20%. A gazdasági társaságokról szóló 2006. évi IV. törvénynek és az M-RTL alapszabályának a rendelkezéseire (a közgyűlési hatáskörbe tartozó kérdések körére és a szükséges szavazati arányokra, illetve az igazgatóság hatáskörébe utalt ügyekre és a szükséges szavazati arányokra) hivatkozva a kérelmező kifejtette, hogy álláspontja szerint az M-RTL a jelen tranzakciót megelőzően a CLT-UFA és az IMH közös irányítása alatt állt, a KOS még blokkoló kisebbségi szerepet sem töltött be a társaság irányítása tekintetében, a Versenytanácsnak ugyanakkor jelen eljárásban nem állt rendelkezésére valamennyi információ a KOS szerepének egyértelmű megítéléséhez.¹
16. Az RTL Klub free-to-air csatorna lévén földfelszíni analóg és digitális sugárzással kerül terjesztésre, amelynek eredményeként szabadon, tető- vagy szobaantennával fogható. Emellett természetesen megtalálható a legnagyobb kábel- és műholdas szolgáltatók, valamint kábelszövetségek kínálatában is, azok alapsomagjában. Az RTL Klub műsora vásárolt filmekből, külső és belső gyártású műsorokból tevődik össze, működését reklámbevételekből finanszírozza. Az RTL Klub műsorstruktúráját illetve reklámidejét befolyásolják az Mttv.-ben és a Médiaszolgáltatási Szerződésben meghatározott követelmények (pl. napi hírműsor, egyéb közszolgálati kötelezettségek stb.). Az M-RTL a médiaszolgáltatáson felül üzemelteti a www.rtlklub.hu portált és a www.rtlmost.hu videótárat, illetve alkalmi jelleggel filmjogokat értékesít más műsorszolgáltatók részére.
17. Az M-RTL kizárólagos tulajdonosa a következő vállalkozásoknak: NetPiac Számítástechnikai és Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: NetPiac), R-Time Kereskedelmi és Marketing Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: R-Time) és Klub Interaktív Kft. (a továbbiakban: Klub Interaktív).

¹ A Versenytanács korábban a Vj-80/2008. és a Vj-53/2010. számú ügyekben hozott határozataiban már foglalkozott az M-RTL irányítási viszonyaival. A Versenytanács a Vj-53/2010. számú ügyben megállapította, hogy a rendelkezésére álló adatok (különösen a szavazati jogokat rögzítő alapszabály) alapján – összhangban a Vj-80/2008. számú ügyben kifejtettekkel – számos jel abba az irányba mutat, hogy az M-RTL a CLT-UFA és az IMH, továbbá esetlegesen a KOS közös irányítása alatt áll. Mindazonáltal a hivatkozott ügyekben az M-RTL feletti közös irányítás fennállására vonatkozó állásfoglalás a döntés meghozatala szempontjából nem volt szükséges, így attól a Versenytanács eltekintett.

18. A NetPiacot 2008-ban vásárolta meg az M-RTL. A vállalkozás a www.netpiac.hu oldalon internetes filmáruházat üzemeltetett, azonban 2010 januárjában minden tevékenységét beszüntette.
19. Az R-Time kereskedőházként televíziós csatornák részére hirdetési értékesítési és marketing szolgáltatásokat végez, melynek keretében értékesíti a Minimax, Animax, AXN, Discovery Channel, Cartoon Network, Film+, Cool, Film+2, Prizma, Sorozat+, Reflektor, Sportklub, DOQ, Fishing&Hunting, LifeNetwork, OzoneNetwork, MuzsikaTV csatornák reklámidejét és az rtlklub.hu és rtlmost.hu, valamint a spotklub.tv, a cooltv.hu, és a cartoonnetwork.hu oldalak felületeit.
20. A Klub Interaktív koprodukciókban vesz részt, valamint – alvállalkozóján keresztül – az RTL Klubon futó interaktív alkalmazások gyártója (pl. ValóVilág események).
21. Az M-RTL vállalkozáscsoportjába tartozó vállalkozások nettó árbevételét a Tptv. 27. §-ának (5) bekezdése értelmében a közös irányítóknál kell figyelembe venni (ld. a fenti 11. és 13. pontokat). Megjegyzi a Versenytanács, hogy amennyiben az M-RTL közös irányítóinak körébe – a kérelmező által kifejtettekkel ellentétben – a KOS is beletartozna, a fenti 11. és 13. pontokban ismertetett árbevételi adatok értelemszerűen csökkennének, ugyanakkor mind a kérelmező, mind a kérelmezett vállalkozáscsoportja esetében (külön-külön) meghaladnák a tízmilliárd forintot.

III.

A tranzakcióval érintett szolgáltatások főbb jellemzői

22. A tranzakció az M-RTL révén elsődlegesen a televíziós műsorszolgáltatási piacot érinti, amely egy kétoldalú piac sajátosságait viseli magán, tekintve, hogy a műsorszolgáltató keresleti oldalról mind nézői, mind hirdetési igényekkel szembesül, s gyakran mindkét piacról realizál bevételt is. A piac e két oldala továbbá szoros kapcsolatban van egymással: a nézettségért folyó verseny valójában a hirdetőért folyó verseny is, különösen azon csatornák esetén, amelyek bevételeiben a reklámbevételek jelentős súllyal szerepelnek, míg a bevételek másik fő forrását jelentő, műsorterjesztőktől származó összegek a nézettségtől függetlenül, a lefedettség függvényében alakulnak.
23. A televíziós csatornák elérésének többféle módja létezik: hagyományos analóg földi vétel, digitális földfelszíni sugárzás, műholdas továbbítás (kódolt vagy kódolatlan formában), kábeltelevíziós szolgáltatás, illetve IP-alapú elosztás (IPTV). A műsorelosztók a nézői igények szerint, többféle konstrukcióban alakítják ki csatornakinálatukat, így abban jellemzően megtalálható a Basic (általános kínálatot nyújtó alap-) csomag, az EBS (bővített, extra csatornákat is tartalmazó) csomag, „mini pay” (meghatározott szempont szerint összeválogatott, kiegészítő) csomagok, digitális csomag (digitális hálózatokon elérhető csatornák). A jövőben a digitális tartalmak és plusz szolgáltatások előterbe kerülése prognosztizálható.
24. Az elmúlt években az elektronikus média piaca jelentős átalakuláson ment keresztül. Míg a kizárólag (analóg) földi antennával rendelkező háztartások száma 1996-1997-ben az összes televíziós háztartáson belül még közel 40%-ot tett ki, mára ez 20% alá csökkent, míg a többcsatornás vételi mód robbanásszerűen növekedett. Ezzel párhuzamosan az egyes televíziós csatornák vételi lehetőségei is változtak, mára számos országos lefedettségű csatorna található. A csatornák számának növekedésén, valamint a kínálat bővülésén belül kiemelendő a kínálat összetételének változása is: jelenleg a magyar műsorszolgáltatási piacon 101 magyar nyelvű és több száz idegen nyelvű csatorna versenyez egymással, és a digitális átállással további növekedés várható.

25. Mindezek ismeretében nem csoda tehát, hogy a három földi sugárzású csatorna által kihasított szelet az évek előrehaladtával egyre kisebb lett. Amíg 1998-2000 között a három földi csatorna (M1, RTL Klub, TV2) a televíziónézés kb. háromnegyedét tette ki, arányuk mára összesen kb. 50%-ra zsugorodott. Ezzel egyidejűleg komoly térnyerést tudhatnak maguknak az egyéb, akár magyarul beszélő, akár idegen nyelvű csatornák. A nézettségi versenyben mindazonáltal továbbra is piacvezető az M-RTL RTL Klub elnevezésű csatornája, a második pedig az MTM-TV2 Befektetési Kft. TV2 megnevezésű műsora. Rajtuk kívül a következő csatornák rendelkeznek még jelentősebb nézettség-alapú részesedéssel: közszolgálati adók (m1, m2, DunaTV), Viasat 3, Film+, Cool, ATV, HírTV, gyerek- és ifjúsági csatornák (Disney Channel, Cartoon Network, Minimax), Story4 stb.
26. Az új csatornák nemcsak a nézők idejéért folytatott nézettségi versenybe, hanem a reklámértékesítési versenybe is bekapcsolódnak. Ez a Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesületének nyilvántartásában is tükröződik, amely a Magyar Televízió, az RTL Klub és a TV2 adatai mellett 2005-ben 24, 2009-ben pedig már 44 egyéb csatorna reklámbevételeit gyűjtötte, ami egyrészt a csatornák számának emelkedésével, másrészt a reklámpiaci súlyuk növekedésével magyarázható.
27. A hirdetési versenyre hatást gyakorolnak továbbá az egyéb (nyomtatott sajtó, rádió, kültéri, mozi, internet) reklámlehetőségek is, tekintve, hogy a nagy hirdetők médiamixet alkalmaznak, melynek keretében a reklámhatékonyság szempontjainak megfelelően választanak az egyes reklámhordozók közül.
28. A televíziók reklámbevétele 2006-ban és 2007-ben is növekedést mutatott, amely növekedés aztán 2008-ban lelassult, 2009-ben pedig – a válság kiszélesedésével – csökkenésbe fordult. A nem országos tévék piaci részaránya 20% köré emelkedett, és ez a tendencia várhatóan a következő években is tart majd. A reklámpiaci válság egyértelműen az országos tévéket sújtotta jobban: míg a három nagy csatorna együttes bevétele tavaly csökkent, addig a kábeltelevíziók bevétele 10%-kal tudott nőni. Ennek ellenére az M-RTL továbbra is kiugróan magas részesedéssel rendelkezik a televíziós hirdetésekben belül, a második helyen, némileg leszakadva a TV2 áll. A közszolgálati csatornák televíziós reklámpiaci részesedése nézettségükénél jóval alacsonyabb, míg a további magyar nyelvű csatornák hirdetési piaci szerepe változó.
29. A televíziós hirdetési piacon értékesített felületek kapcsán az irányadó árazási standard a listaárak és ehhez viszonyított kedvezménysszintek. A televíziós hirdetési ár általában cost per GRP (költség per bruttó nézettségi százalékpont) alapú, ami általában havonta kerül megállapításra, hogy tükrözze a reklámidő adott hónapnak megfelelő keresletét és kínálatát, valamint a nézettséget.

IV.

A kérelmező álláspontja

30. Az összefonódás célja kapcsán a kérelmező akként nyilatkozott, hogy 2011. január 1-jével megszűnt az a jogszabályi korlát, amely nem tette lehetővé, hogy országos hálózatba kapcsolódás nélküli földfelszíni terjesztésű televíziós médiaszolgáltatást végző vállalkozásban egy vállalkozás a szavazati jogok több mint 49 százalékával rendelkezzen. A kérelmezői vállalkozáscsoport „üdvözölte az ezzel megnyílt lehetőségek tárházát, és a tranzakció révén élt is a fenti lehetőséggel annak érdekében, hogy az M-RTL – mint magyarországi befektetése zászlóshajója – felett egyedüli irányítóvá válhasson.”

31. A kérelmező érintett árupiacként a televíziós médiaszolgáltatási piacot és a hirdetési / televíziós hirdetési piacot jelölte meg, mindkét esetben Magyarország területét nevezve meg érintett földrajzi piacként.
32. A kérelmező műsorterjesztés kapcsán kifejtett álláspontja szerint minden csatorna versenyez minden csatornával, hiszen legszélesebb értelemben a televíziónézésre fordított idő alatt a néző a saját preferenciáinak leginkább megfelelő műsort nézi, ugyanakkor a piac differenciáltnak tekinthető, mert az egyes csatornák egymás közötti helyettesítése a nézői oldalon nem lehet teljes, még az azonos jellegű, tematikus tartalmú, finanszírozási módú csatornák között sem.
33. A hirdetési piac kapcsán a kérelmező nem nyilatkozott egyértelműen arról, hogy a televíziós hirdetési piacot vagy egy tágabb, a teljes hirdetési piacot lefedő érintett piacot tart megfelelőnek. A kérelemben kifejtett álláspontja szerint a hirdetői oldalon a helyettesíthetőség szintén korlátozott, a hirdetői keresletet a hirdetőknél a reklámmal és a reklámhatékonysággal kapcsolatos preferenciái határozzák meg. Megjegyezte, hogy a nagy hirdetőknél médiamixet alkalmaznak, amiben a reklámhatékonyság szempontjainak megfelelően nemcsak televíziós reklámok, hanem egyéb (nyomtatott sajtó, rádió, kültéri, mozi, internet) reklám is megjelenik, a reklámhatékonyság tehát célcsoport- és elérés-függő. Ebben az értelemben valamilyen mértékben az egyes reklámfelületek képesek helyettesíteni egymást. Nem vitatta ugyanakkor azt sem, hogy amennyiben egy médiamixben a reklámozó kötelezően televíziós reklámmal is számol, akkor a televíziós reklám önálló alpiacként is definiálható, és versenypolitikai szempontból elemezhető.
34. A kérelmező a versenyre gyakorolt hatásokkal kapcsolatban a horizontális-, a vertikális-, a portfólió- és a konglomerátum hatások tekintetében is kifejtette, hogy a tranzakció nem jár a piaci részesedés növekedésével, ezért nincsenek versenyhatásai sem. Mindezekre tekintettel kérelmező kérte az összefonódás engedélyezését a Tpv. 30. §-a (2) bekezdésének megfelelően.

V.

Jogi értékelés

Összefonódás

35. A Tpv. 23. §-a (1) bekezdésének b) pontja értelmében vállalkozások összefonódása jön létre, ha egy vállalkozás vagy több vállalkozás közösen közvetlen vagy közvetett irányítást szerez egy vagy több, tőle független vállalkozás egésze vagy része felett.
36. Az 1. pontban ismertetett tranzakció révén az RTL CEE a Tpv. 23. § (2) bekezdésének a) pontja szerinti közvetlen egyedüli irányítást szerez a tőle korábban független IMH felett, így az irányításszerzés a Tpv. 23. § (1) bekezdésének b) pontja alapján vállalkozások összefonódásának minősül.
37. A tranzakció egyben az M-RTL tulajdonosi viszonyaiban is változást eredményez, az IMH feletti irányításszerzéssel ugyanis az RTL-csoport – a kérelmező által előadottak (ld. 14. pont) alapján – egyedüli irányítást szerez az M-RTL felett. Megjegyzi ugyanakkor a Versenytanács, hogy – az alábbiakban kifejtettek tekintetével – a jelen tranzakció értékelésén az sem változtatna érdemben, ha a kérelmező álláspontjával ellentétben a 20%-os részesedéshez kapcsolódó jogosultságok (közös) irányítási jogot biztosítanának a harmadik tulajdonos, a KOS számára, mely esetben a jelen tranzakció eredményeként az M-RTL közös irányítóinak száma háromról kettőre csökkenne. Mindezekre tekintettel a

Versenytanács a jelen tranzakció szempontjából továbbra sem látta szükségesnek az állásfoglalást az M-RTL irányítási viszonyai tekintetében.

Engedélykérési kötelezettség

38. Az összefonódásban érintett vállalkozáscsoportok – Tpv. 27. § (1) és (2) bekezdéseinek figyelembevételével számított – 2010. évi nettó árbevétele együttesen meghaladta a 15 milliárd forintot, ezen belül mindkét vállalkozáscsoporté (az RTL-csoporté és az IMH-é) az 500 millió forintot. A kérelmező nyilatkozata és az annak alátámasztására benyújtott adatok, információk szerint nem teljesülnek ugyanakkor a Tanács vállalkozások közötti összefonódások ellenőrzéséről szóló 139/2004/EK rendeletében foglalt küszöbszámok. Az előzőekre tekintettel az összefonódáshoz a Tpv. 24. § (1) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal engedélye szükséges.

Szakhatósági hozzájárulás

39. Az Mttv. 171. §-ának (1) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal köteles a Médiatanács állásfoglalását beszerezni az olyan vállalkozások közötti összefonódásnak a Tpv. 24. § szerinti engedélyezéséhez, amely vállalkozások vagy a Tpv. 15. § szerinti érintett legalább két vállalkozáscsoport tagjai szerkesztői felelősséget viselnek, és amelyek elsődleges céljai a médiatartalom nyilvánosságához való eljuttatása valamely elektronikus hírközlő hálózaton vagy nyomtatott sajtóterméken keresztül. Ugyanezen törvényhely (7) bekezdése szerint ugyanakkor – a szakhatósági igazgatási díj megfizetésével együtt – a Tpv. 68. § szerinti kérelmező kérelmére a Médiatanács előzetes szakhatósági hozzájárulást ad ki. Az előzetes szakhatósági hozzájárulást az összefonódás iránti kérelem benyújtásáig, de legkésőbb a Tpv. 28. § (2) bekezdése szerinti időtartam lejártáig lehet kérelmezni és kiadásától számított hat hónapon belül lehet felhasználni, amennyiben a szakhatósági hozzájárulás szempontjából meghatározó ténybeli, piaci és szabályozási körülmények a szakhatósági állásfoglalás kiadása óta nem változtak.

40. Az Mttv. 171. §-ának (4) bekezdése értelmében Médiatanács szakhatósági állásfoglalása a Gazdasági Versenyhivatalt köti, de ez nem zárja ki, hogy a Gazdasági Versenyhivatal

a) olyan összefonódást tiltson meg, amelyhez a Médiatanács szakhatósági hozzájárulást adott, függetlenül a Médiatanács által esetlegesen előírt feltételtől, vagy

b) a Médiatanács által meg nem határozott, a Tpv. 30. § (3) bekezdése szerinti feltételt vagy kötelezettséget írjon elő.

Amennyiben a Médiatanács előzetes szakhatósági hozzájárulásában meghatározott egyedi előírás vagy feltétel egészben vagy részben a Gazdasági Versenyhivatal által szükségesnek tartott kötelezettséggel vagy feltétellel ellentétes, akkor az érintett szervek – az Mttv. 171. §-ának (7) bekezdése alapján – a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 45. § (2) bekezdése szerint járnak el.

41. Az NMHH Médiatanácsa 2011. október 6-án kelt, 1309/2011. számú határozatában megállapította, hogy az RTL CEE által az M-RTL-ben történő tulajdonszerzést hatáskör hiányában nem vizsgálta, tekintettel arra, hogy a jogügyletben érintett felek közül kizárólag az M-RTL visel szerkesztői felelősséget, tehát a tulajdonszerzés nem tartozik az Mttv. 171. § hatálya alá.

Versenyjogi értékelés

42. A Tpvt. 30. §-ának (2) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal nem tagadhatja meg az engedély megadását, ha – az (1) bekezdésben foglaltakat figyelembe véve – az összefonódás nem csökkenti jelentős mértékben a versenyt az érintett piacon, különösen gazdasági erőfölény létrehozása vagy megerősítése következményeként.
43. A Tpvt. eddigi alkalmazási tapasztalatai alapján a Versenytanács az összefonódás horizontális-, vertikális-, portfólió- és konglomerátum hatásait vizsgálja (ld. a Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Versenytanács Elnökének 3/2009. számú Közleménye [a továbbiakban: Közlemény] 12. pontját).

Az érintett piacok

44. A Tpvt. 14. §-a értelmében az érintett piacot a megállapodás tárgyát alkotó áru és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni. Az érintett termékpiac meghatározásakor a megállapodás tárgyát alkotó árun túlmenően figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesítő árukat (keresleti helyettesíthetőség), továbbá a kínálati helyettesíthetőség szempontjait. Földrajzi piacként azt a földrajzi területet kell számításba venni, amelyen kívül a) a fogyasztó, illetve az üzletfél nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy b) az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni.
45. Az összefonódással érintett piacoknak minősülnek mindazok a piacok, amelyeken az összefonódás valamely (akár közvetlen, akár közvetett) résztvevője piaci tevékenységet fejt ki. A Versenytanács a jelen eljárásban az összefonódással érintett termékpiacok közül a lehetséges versenyhatásokra tekintettel a televíziós műsorszolgáltatások nézői és hirdetési oldalának részletesebb vizsgálatát tartotta szükségesnek.

A televíziós műsorszolgáltatás nézői oldala

46. Az egyes csatornákat terjesztői / nézői szempontból elsősorban azok tartalmi irányultsága alapján lehet megkülönböztetni, mint pl. általános szórakoztató, hír-, film-, sport-, ismeretterjesztő csatornák stb. Bár a fogyasztói oldal két döntéshozója, a nézők és a terjesztők szempontjai némiképp eltérhetnek egymástól a csatornák közötti (keresleti) helyettesítéssel kapcsolatban, végső soron a terjesztők a nézők – csatornacsomagválasztáskor kinyilvánított – preferenciáit érvényesítik a csatornakinálatuk kialakítása során.
47. A televíziós műsorszolgáltatási és általában a média / tartalom piacokat ugyanakkor nyelvi korlátok is jellemzik, melyek gyakran egyben a földrajzi piacokat is meghatározzák, ezért általánosak a nemzeti, országhatárokhoz igazodó földrajzi piacdefiníciók. A Magyarországon is fogható idegen nyelvű csatornákkal kapcsolatban megállapítható, hogy bár azok parabolaantennával szabadon foghatók, illetve esetlegesen (a magyar nyelvű csatornák számának ugrásszerű növekedésével manapság azonban már egyre kisebb számban) a műsorterjesztők programkínálatában is elérhetők, tipikusan nem Magyarországra irányulnak, nem kifejezetten magyar nézőknek szóló programokat, műsorokat sugároznak. Mindezekre tekintettel a Versenytanács a magyar és idegen nyelvű programokat a terjesztői / nézői oldalon nem tekintette egymás ésszerű helyettesítőinek.
48. A Versenytanács ugyanakkor a jelen eljárás szempontjából nem látta szükségesnek a magyar nyelvű csatornákon belül esetlegesen elkülöníthető piacok pontos meghatározását, a különböző általános és tematikus csatornák közötti helyettesíthetőség

vagy kiegészítő viszony részletes elemzését, mivel káros versenyhatások kialakulását az alábbiakban kifejtetteknek megfelelően egyik lehetséges piacdefiníció mellett sem valószínűsítette.

A televíziós műsorszolgáltatás hirdetői oldala

49. A hirdetési piacon az értékesített termék a hirdetési felület, televíziós hirdetés esetén a reklámidő. A magyar televíziós reklámpiacon leginkább általánosnak tekinthető gyakorlat az, hogy a csatornák és az értékesítőházak meghatározott célcsoportokra vetített nézettségi mutatók alapján értékesítenek reklámidőt, mely alapján a csatorna úgy helyezi el a reklámot a műsorfolyamban, hogy a hirdető által megvásárolt elérést teljesíteni tudja. Egy adott csatorna helyettesítőjének tehát az a csatorna vagy más hirdetési felület minősülhet, amely hasonló hatékonysággal és költséggel képes ugyanazon célcsoportok elérésére. A kisebb, tematikus csatornák esetében található szpot alapú árazást is, mely különböző feltételek mentén alapvetően a hirdetés mennyisége szerint és nem az elért nézők száma alapján számol.
50. Számos érv szól amellett, hogy a televíziós reklámpiac a teljes reklámpiac többi szegmenséhez képest elkülönült piacként határozható meg. Egyrészt a megcélzott fogyasztók köre, másrészt az alkalmazott technika (pl. rövid filmek a televízió, nyomtatott képek a sajtó esetében), illetve annak költségei is jelentősen eltérnek, továbbá a reklámok áraiban és árazásában is jól érzékelhető különbségek vannak.
51. Emellett a műsorterjesztési piachoz hasonlóan felmerülhet, hogy a különböző célcsoportra fókuszáló és lényegesen eltérő nézettségű csatornák hirdetési szempontból sem feltétlenül képesek kiváltani egymást, ami a televíziós hirdetéseken belül további szűkebb piacok meghatározását indokolhatja.
52. A Versenytanács a jelen eljárásban a hirdetési piacok pontos meghatározásától mindazonáltal eltekintett, mivel káros versenyhatások kialakulását az alábbiakban kifejtetteknek megfelelően egyik lehetséges piacdefiníció mellett sem valószínűsítette. Azt ugyanis megállapíthatónak látta a Versenytanács, hogy az idegen nyelvű csatornák hirdetési szempontból is egyértelműen elkülöníthetőek a magyar nyelvű adóktól, hiszen előbbiekkal a hirdető nyilvánvalóan nem magyarországi célcsoportokat kíván meg szólítani, mivel azok a nézettségi jellemzők folytán erre nem is lennének alkalmasak költséghatékony módon.

Az összefonódás hatásai

53. Az összefonódás hatásainak értékelése során a Versenytanács figyelemmel volt arra a körülményre, hogy a kérelmező vállalkozáscsoportja a jelen tranzakciót megelőzően is (közös) irányítási joggal rendelkezett az M-RTL felett, melynek keretében eddig is egyértelműen aktív szakmai befektetőként, az RTL márkanév, a kapcsolódó know how és multinacionális üzleti kapcsolatok biztosításával nélkülözhetetlen tulajdonosként volt részese az M-RTL működésének, s hogy a vizsgált összefonódás lényegében ezen irányítás jellegében eredményez változást.

Horizontális hatás

54. Az összefonódásnak horizontális összefüggésben azokon az érintett piacokon lehet hatása a gazdasági versenyre, amelyeken az összefonódásban résztvevő mindkét vállalkozáscsoport (ténylegesen vagy potenciálisan) jelen van.
55. Mivel mind az M-RTL, mind az RTL-csoport foglalkozik televíziós műsorszolgáltatással, amelyek Magyarországon is elérhetőek, a tranzakcióval kapcsolatban elvileg felmerülhet

a horizontális hatások kialakulásának lehetősége. A fentebb írtaknak megfelelően azonban a magyar nyelvű csatornák az idegen nyelvű programoktól mind nézői, mind hirdetői szempontból elkülönült érintett piacként definiálhatók, azaz horizontális átfedés az RTL-csoport és az M-RTL magyarországi tevékenységei között nem azonosítható. Mindezekre tekintettel a Versenytanács megállapította, hogy a tranzakció eredményeként káros horizontális hatások kialakulása nem valószínűsíthető.

Vertikális hatás

56. Egy összefonódásnak akkor lehetnek vertikális hatásai, ha az érintett vállalkozás-csoportok a termelési-értékesítési lánc egymást követő fázisaiban tevékenykednek, ami megteremtheti az érdekeltséget arra, hogy az egyik (vagy mindkét) piacon jelentékeny piaci erővel rendelkező vállalkozáscsoport ezt a piaci erőt kihasználja, azaz valamely (vagy mindkét) piacon versenyt korlátozó magatartást folytasson, lezárva az adott piacot (pl. szerződéskötéstől való indokolatlan elzárkózással, árdiszkrimináció, árprés révén stb.).
57. A Versenytanács az összefonódásban részes felek tevékenységeire tekintettel káros vertikális hatás fellépését nem valószínűsítette, mert bár az M-RTL-csoportba tartozó vállalkozások egyes tevékenységei (műsorkészítés, reklám-értékesítés) és a televíziós műsorszolgáltatás között elképzelhetőek vertikális kapcsolatok, az RTL-csoport idegen nyelvű csatornáinak marginális magyarországi részesedése és a nyelvi, célcsoporti különbségek miatt érdemi versenyhatások kialakulása nem várható.

Portfólió-hatás

58. A portfólió-hatás az összefonódás révén létrejövő új entitás által gyártott vagy forgalmazott áruk körének bővüléséből adódik, ami – különösen egymást kiegészítő (azonos vevők által vásárolt) áruk gyártóinak, forgalmazóinak egyazon vállalkozás vagy tulajdonosi kör irányítása alá kerülése esetén – lehetőséget teremthet az egyik piacon fennálló erős piaci pozíció másik piacra történő átvitelére, versenykorlátozó magatartások (pl. árukapcsolás) érvényesítésére.
59. A Versenytanács a vizsgált összefonódással kapcsolatban káros portfólió-hatás felmerülését ugyanakkor nem valószínűsítette, mivel a – mind nézői, mind hirdetői szempontból – teljesen eltérő célcsoport okán az M-RTL és az idegen nyelvű csatornák kapcsolt értékesítése lényegében kizárható.

Konglomerátum-hatás

60. A Versenytanács álláspontja szerint az érintett vállalkozások tevékenységeire és korábbi tulajdonosi hátterére tekintettel káros konglomerátum-hatással sem kell számolni az összefonódás következtében, hiszen az RTL-csoport már a tranzakciót megelőzően is az M-RTL jelentős részesedéssel rendelkező tulajdonosa volt.

Összegzés

61. A fenti 53-60. pontokban kifejtettek alapján a Versenytanács a Tpv. 77. § (1) bekezdés a) pontja szerinti határozatában a kérelmezett összefonódást engedélyezte.

VI.

Eljárási kérdések

62. A Versenytanács határozatában – figyelemmel a Tpv. 77. § (1) bekezdésének a) pontjára – kizárólag az RTL CEE IMH feletti irányításszerzését vizsgálta, a 2011. augusztus 15-én kelt, a GVH-hoz 2011. augusztus 17-én érkezett kérelem tartalmának megfelelően. Ennek következtében a jelen versenyfelügyeleti eljárás nem terjedt ki az RTL CEE KOS feletti irányításszerzésének vizsgálatára, tekintettel arra, hogy annak engedélyezésére vonatkozó, a Tpv. 68. §-a szerinti kérelem a GVH-hoz nem érkezett. A Versenytanács megjegyzi, hogy a Tpv. VI. fejezetében foglalt feltételek teljesülése esetén a nevezett vállalkozások összefonódásához a GVH engedélyét kell kérni.
63. A GVH hatásköre a Tpv. 45. §-án, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság hatáskörébe (Tpv. 86. §), illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
64. A Versenytanács határozatát – a Tpv. 73. § (2) bekezdésének alkalmazásával – tárgyalás tartása nélkül hozta meg.
65. A kérelmező a Tpv. 62. § (1) bekezdése szerinti eljárási díjat előzetesen lerőta, így arról a Versenytanácsnak nem kellett rendelkeznie.
66. A versenyfelügyeleti eljárás ügyintézési határideje 2011. november 2., figyelemmel a Tpv. 63. §-ának (3) bekezdésére, különösen is annak a) pontjára, valamint a Ket. – Tpv. 44. §-a alapján alkalmazandó – 65. §-ának (3) bekezdésére.
67. Az ügyfeleket megillető jogorvoslati jog a Tpv. 83. § (1) bekezdésén alapul.

Budapest, 2011. november 2.

Váczai Nóra s.k.
előadó versenytanács tag

Pál Tamás s.k.
versenytanács tag

Dr. Tóth András s.k.
a Versenytanács elnöke
versenytanács tagként eljárva