

1 Asia

1. Yrityskaupan hyväksyminen; DNA Oy / Digi TV Plus Oy

2 Asian vireilletulo

2. Kilpailu- ja kuluttajavirastolle on 22.5.2013 ilmoitettu järjestely, jossa DNA Oy hankkii yksinomaisen määräysvallan Digi TV Plus Oy:ssä.
3. Kilpailu- ja kuluttajavirasto siirsi 24.6.2013 tekemällään päätöksellä asian kilpailulain 26 §:n mukaiseen jatkokäsittelyyn.

3 Osapuolet ja niiden harjoittama liiketoiminta

4. **DNA** harjoittaa yleistä teletoimintaa ja tietojenkäsittelyliiketoimintaa. DNA:n liiketoiminta jakautuu kuluttaja- ja yritysliiketoimintaan. Kuluttajaliiketoiminta tarjoaa matkaviestin-, laajakaista- ja TV-palveluita kuluttaja-asiakkaille. DNA:n yritysliiketoiminta tarjoaa yrityksille suunnattuja kokonaisratkaisuja viestintäpalveluissa. DNA tarjoaa myös matkaviestin- ja maksutelevisiopalveluihin liittyviä päätelaitteita. Lisäksi DNA tarjoaa muille (tele)operaattoreille operaattoripalveluita (esimerkiksi tukkutuotteita).
5. **Digi TV Plus** (jatkossa "PlusTV") tarjoaa maksutelevisiopalveluja antenniverkossa kuluttaja- ja yritysasiakkaille.

4 Kilpailuoikeudellinen arviointi

4.1 Yrityskauppasäännösten soveltuminen järjestelyyn

6. DNA-konsernin liikevaihto oli vuonna 2012 noin 770 miljoonaa euroa ja se kertyi pääasiassa Suomesta. PlusTV:n liikevaihto vuonna 2012 oli noin 66 miljoonaa euroa ja se kertyi kokonaisuudessaan Suomesta. Koska kilpailulaissa määritellyt liikevaihtorajat ylittyvät, järjestely kuuluu yrityskauppavontaa koskevien säännösten soveltamisalaan.

4.2 Relevantit markkinat

4.2.1 Ilmoittajan näkemys vaikutuksenalaisista markkinoista

7. Ilmoittajan mukaan DNA:n ja PlusTV:n liiketoiminnoissa on osittaista päällekkäisyyttä. DNA tarjoaa maksutelevisio-, kaapelitelevisio-, laajakaista-, mobiililaajakaista- ja mobiilipalveluita. DNA:lla on Suomen laajuinen matkaviestinverkko sekä kiinteä verkko osassa Suomea. DNA tarjoaa TV- ja viihdepalveluita pääasiallisesti kaapeliverkossa¹ ja omassa antenniverkossaan.

¹ DNA tarjoaa kaapelitelevisiopalveluita omien kaapeliverkkojensa alueilla muun muassa pääkaupunkiseudulla, Kuopiossa, Lahdessa, Lohjalla, Oulussa, Porissa, Raisiossa ja Raumalla.

DNA:lla on toimilupa antenniverkon VHF A, VHF B ja VHF C -taajuuksille, jotka käyttävät DVB-T2-standardia. PlusTV on maksutelevisiopalveluiden tarjoaja ja toimii näiden palveluiden jakelijana Digitan omistamassa antenniverkossa. PlusTV:llä ei ole omaa antenniverkkoa. Lisäksi DNA ja PlusTV hankkivat ohjelmapaketteja ja yksittäisiä kanavia kanavayhtiöiltä.

8. Ilmoittajan mukaan järjestelyn arvioinnin kannalta keskeisessä asemassa ovat maksutelevisiopalvelut. Järjestelyyn liittyvät myös maksukanavien hankinta sekä kaapelitelevisio-, laajakaista- ja mobiililaajakaistapalveluiden vähittäismyynti, joiden avulla maksutelevisiosisältöä voidaan välittää asiakkaille. Antennilähetyspalvelut, laajakaistapalvelut ja kaapelitelevisiopalvelut voidaan katsoa vertikaalisiksi markkinoiksi suhteessa maksutelevisiopalveluihin.

4.2.2 Maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynti

9. Maksutelevisiopalveluiden vähittäismyyntiä voidaan ilmoittajan mukaan tarkastella valtakunnallisesti yhtenä kokonaisuutena. Maksutelevisiopalveluita voidaan tarjota vaihtoehtoisten jakelualustojen, kuten antennin, satelliitin, kaapelin ja laajakaistan (joko IPTV-palveluna tai Internet-TV-palveluna) välityksellä.
10. Ilmoittajan mukaan maksutelevisiopalveluiden tarjonnassa keskeisessä asemassa on tarjottavien palveluiden sisältö. Ilmoittajan näkemyksen mukaan kuluttajien kannalta jakelualustalla ei ole ratkaisevaa merkitystä ja erityisesti uudet jakelumuodot ovat saavuttaneet merkittävän aseman maksutelevisiopalveluiden myynnissä, ja tarjolla olevat maksutelevisiopalvelut ja niiden jakelureitit monipuolistuvat nopealla vauhdilla.
11. Ilmoittajan mukaan PlusTV ja DNA molemmat tarjoavat maksutelevisiopalveluita antenniverkossa, mutta niiden välillä ei ennen järjestelyä ole ollut läheistä kilpailusuhdetta. Tämä johtuu ensinnäkin siitä, että DNA tarjoaa palveluitaan merkittävästi pienemmällä alueella kuin PlusTV, eikä DNA saavuta palveluissaan valtakunnallista peittoa. Ilmoittajan mukaan DNA ei ole näin ollen vaihtoehto PlusTV:n palveluille esimerkiksi haja-asutusalueilla, jotka ovat taas PlusTV:n kannalta keskeisiä.
12. Lisäksi DNA ja PlusTV toimivat antenniverkossa eri standardeilla, PlusTV DVB-T- ja DNA DVB-T2-standardilla, minkä johdosta näiden välillä ei ole läheistä kilpailuasetelmaa. DNA:lla ei ole myöskään vastaavaa kilpailukyistä sisältötarjontaa antenniverkossa kuin PlusTV:llä. DNA:n VHF-taajuudet ja HD- eli teräväpiirtolähetykset vaativat asiakkailta investointeja digisovittimiin ja antenneihin, jotka pitää lisäksi suunnata vastaanottamaan DNA:n lähetyskäsiä. Tämän perusteella vaihtamiseen PlusTV:stä DNA:n palveluihin liittyy huomattavia vaihtamiskustannuksia eikä vaihtaminen ole myöskään DNA:n tällä hetkellä tarjoaman sisällön perusteella houkuttelevaa.

13. Ilmoittajan mukaan maksutelevisiopalveluiden valtakunnallisessa tarjonnassa antennille vaihtoehtoisia jakelureittejä ovat IPTV ja satelliitti sekä uudet, avoimen internetin kautta tarjottavat Internet-TV-palvelut. Nämä ovat kasvattaneet huomattavasti merkitystään ja näitä pystytään tarjoamaan hyvin laajalla alueella Suomessa ja myös haja-asutusalueilla.
14. Ilmoittajan mukaan IPTV eli Internet-protokollan kautta tapahtuva televisio-sisältöjen jakelu on ollut voimakkaassa kasvussa, ja sen odotetaan kasvavan edelleen. Ilmoittaja viittaa Viestintäviraston ja FiComin tilastoihin², joiden mukaan IPTV:llä oli Suomessa 256 000 katsojaa vuoden 2012 lopussa, ja IPTV:n käyttö kasvoi vuodessa jopa noin 13 %. IPTV perustuu erityiseen IP Multicast -teknologiaan, missä palvelu rajoitetaan operaattorin oman access-verkon tilaajille. Siinä pystytään hallitsemaan tilaajayhteyden laatu siten, että tv-palvelut ovat broadcast-verkon tasoisia.
15. Ilmoittajan mukaan IPTV:n merkityksen kasvua edistää nopeiden laajakais-tayhteyksien lisääntyminen, minkä lisäksi IPTV:n kysyntää lisäävät sen kyky välittää HD-kanavia sekä sen ohella tarjottavat uudet palvelut kuten muun muassa erilaiset tilausvideopalvelut ja verkkotallennuspalvelut.
16. Ilmoittajan mukaan suomalaisia erittäin merkittäviä IPTV-toimijoita ovat Elisa ja TeliaSonera, joiden IPTV-palvelut Elisa Viihde ja Sonera Viihde ovat saatavissa erittäin laajasti. Elisalla ja TeliaSoneralla on merkittäviä määriä alueellisia valokuituverkkoja ja keskittimiä, jotka mahdollistavat IPTV-palvelujen tarjoamisen valtakunnallisesti. Muita IPTV-palveluntarjoajia ovat esimerkiksi AinaCom, Anvia, Finnet-yhtiöiden LumoTV paikallisten operaattoreiden kautta sekä Maxivision, joka on laajakaistaoperaattorista riippumaton IPTV-palvelu. DNA:lla ei ole tarjolla IPTV-tuotetta, vaan sen kaapeliverkon alueilla saatavissa oleva DNA Viihdytyskaista -tuote yhdistää kaapelin kautta tarjottavan laajakaistan, television ilmaiskanavat sekä ohjelmien verkkotallennusmahdollisuuden. Myöskään PlusTV ei tarjoa IPTV-palveluita.
17. Ilmoittajan mukaan Internet-TV-palvelut eli OTT-palvelut ja niiden käyttö ovat lisääntyneet erittäin merkittävästi viime aikoina. OTT on yleisnimitys kaikenlaisille videopalveluille, joita jaellaan julkisen internetin yli siten, että videopalvelun tuottajan ei tarvitse omistaa eikä vuokrata tilaajayhteyttä. Internet-TV-palvelut mahdollistavat niin elokuvien, sarjojen kuin urheilunkin tarjoamisen avoimen internetin kautta. Maksutelevisiomarkkinat ovat osin kokeneet ja ovat parhaillaan kokemassa muutosta, jossa kuluttajat katsovat sisältöä silloin kuin heille sopii valitsemillaan laitteilla, joita voivat perinteisen television ohella olla tietokone, älytelevisio, pelikonsolit sekä mobiililaitteet.

² Ks. <https://www.viestintavirasto.fi/tietoatoimialasta/tilastot/televisio.html>,
http://www.ficom.fi/ajankohtaista/index_1.html?id=1367215741.html.

18. Ilmoittajan mukaan myös satelliittijakelu on saatavissa mihin tahansa kotitalouteen valtakunnallisesti ja sen sisällöntarjonta on huomattavan laaja, jopa laajempi kuin kaapeliteleviiossa. Satelliitin välityksellä maksutelevisiopalveluita tarjoavat Suomessa Canal Digital ja Viasat.
19. Euroopan unionin komissio on päätöskäytännössään³ lähtökohtaisesti katsonut maksullisten ja maksuttomien televisiopalveluiden kuuluvan eri relevanteille hyödykemarkkinoille perustuen muun muassa eroavaisuuksiin toiminnan rahoituksessa, kilpailuolosuhteissa, palveluiden hinnoissa ja kaupankäyntitavoissa. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on aiemmassa päätöskäytännössään⁴ katsonut, että Suomen markkinoilla on samanlaisia maksullisen ja maksuttoman televisiotoiminnan erottavia piirteitä, ja samaa jaoteltua on siten pidettävä tarkoituksenmukaisena myös nyt käsillä olevan yritysjärjestelyn kilpailuvaikutusten arvioimisessa.
20. Komission päätöskäytännössä on katsottu, että maksullisten televisiopalveluiden markkinat ovat erilliset markkinat erottamatta maanpäällisiä lähetyksiä, satelliitti- tai kaapeliverkkoa tai muitakaan lähetystapoja.⁵ Komission näkemyksen mukaan maksutelevisiopalveluissa kuluttajien kannalta ensisijaista on palveluiden sisältö, joka on eri jakelualustoilla varsin pitkälle yhdenmukaista. Myöskään palveluiden hinnat eri alustoilla eivät komission mukaan poikkea toisistaan merkittävästi, minkä lisäksi liittymiskustannukset eri jakeluteihin ovat varsin lähellä toisiaan.
21. Sellaisten tuotteiden, jotka ovat kuluttajien kannalta toisiaan korvaavia, voidaan katsoa kuuluvan samoille relevanteille tuotemarkkinoille. Maksullisten televisiopalveluiden kuluttajatarjonta muodostuu pääasiassa erilaisista valmiista kanavapaketeista. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on aikaisemmassa päätöskäytännössään⁶ katsonut olevan keskeistä, että korvaavuutta maksullisten televisiopalveluiden markkinoilla kuluttajakysynnän osalta tarkastellaan nimenomaan erilaisten kanavapaketien välillä. Tämä johtuu viraston arvion mukaan siitä, että kuluttajilla on rajalliset mahdollisuudet vaikuttaa siihen, mitä kanavia eri paketteihin kuuluu. Suurin osa tarjolla olevista kanavapaketeista sisältää joka tapauksessa sellaista ohjelmasisältöä, jota korvaavaa sisältöä on saatavilla myös muista kanavapaketeista. Siten maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynnin markkinoita voi olla mahdollista tarkastella yhtenä tuotemarkkinana jakelualustasta riippumatta.

³ Ks. esim. komission päätökset IV/M.410 — Kirch/Richmond/Telepiù, IV/M.469 — MSG Media Service, COMP/M.1574 — Kirch/Mediaset ja COMP/JV.37 — B SKY B/Kirch Pay TV.

⁴ Ks. Kilpailuviraston päätös 27.11.2008 yrityskauppa-asiassa TV4 AB / C More Group AB (Dnro 579/81/2008).

⁵ Ks. alaviitteessä 1 mainittujen ratkaisujen lisäksi esim. ratkaisut COMP/M.4504 — SFR/Télé2 France, COMP/M.4204 — Cinven/UPC France, COMP/M.3411 UGC/Noos ja COMP/M.2876 Newscorp/Telepiù.

⁶ Ks. Kilpailuviraston päätös 27.11.2008 yrityskauppa-asiassa TV4 AB / C More Group AB (Dnro 579/81/2008). Päätöksessä maksutelevisiomarkkinoita on käsitelty vain tukkumyynnin osalta.

22. Komissio on päätöskäytännössään⁷ katsonut, että televisiopalveluiden relevantit maantieteelliset markkinat ovat yleensä joko kansalliset tai vaihtoehtoisesti enintään jonkin kielellisesti yhtenäisen alueen laajuiset. Kilpailu- ja kuluttajavirasto on aiemmin katsonut, että televisiopalveluiden markkinoiden kansallisista erityispiirteistä johtuen maksullisten televisiopalveluiden markkinat ovat maantieteelliseltä laajuudeltaan enintään Suomen laajuiset.⁸
23. Nyt puheena olevaan yrityskauppaan liittyvän markkinapalautteen ja viraston selvitysten perusteella ei voida yksiselitteisesti tehdä sellaista johtopäätöstä, että maksutelevisiopalvelut muodostaisivat yhden relevantin valtakunnallisen tuotemarkkinan. Vaikka suuri osa viraston kuulemista markkinatoimijoista katsoo, että maksutelevisiopalveluiden markkinaa tulee tarkastella jakelualustoista riippumattomasti, ovat eräät lausunnonantajat esittäneet eri jakelualustoilla tarjottavien maksutelevisiopalveluiden olevan sisällöltään ja ominaisuuksiltaan siinä määrin erilaisia, ettei niitä voida pitää kuluttajan kannalta toisiaan korvaavina. Tällöin on erityisesti viitattu eri jakelualustoilla tarjolla olevien maksutelevisiokanavien määriin, jotka voivat poiketa toisistaan huomattavasti, minkä lisäksi myös tarjolla olevat lisäpalvelut poikkeavat eri alustojen välillä.
24. Osa virastolle vastanneista markkinatoimijoista on lisäksi esittänyt, että vain antenniverkossa lähetettyjä maksutelevisiopalveluita voidaan tosiasiallisesti pitää valtakunnallisina. Saatujen lausuntojen mukaan muut jakelualustat ovat käytännössä vain varsin harvalle kuluttajalle vaihtoehtoja antennille, joko teknisistä tai hintaan liittyvistä syistä. Siten eri jakelualustoilla tarjottavien maksutelevisiopalveluiden keskinäisessä korvaavuudessa on myös merkittäviä alueellisia eroja.
25. Koska yrityskauppa ei jäljempänä esitettävällä tavalla aiheuta merkittäviä haitallisia kilpailuvaikutuksia maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynnin markkinoilla, ei yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi ole tarpeen määrittellä relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti.

4.2.3 Maksutelevisiopalveluiden hankinta

26. Ilmoittajan mukaan maksutelevisiopalveluiden hankintamarkkinoilla jakelijat hankkivat kanavapaketteja ja kanavia televisiopalveluiden tukkumarkkinatoimijoilta eli kanavayhtiöiltä. Markkinoille kuuluvat myös yksittäiset kanavat joko sellaisenaan tai osana kanavapakettia. Tätä markkinaa on ilmoittajan mukaan syytä käsitellä yhtenä kokonaisuutena eikä jaotella erikseen esimerkiksi jakelualustan perusteella. Markkina sisältää sekä yksittäisten kanavien että kanavapakettien hankinnan maksutelevisiopalveluiden vähit-

⁷ Ks. komission ratkaisut IV/M.469 — MSG Media Service, COMP/JV.37 — B Sky B / Kirch Pay TV, COMP/M.2050 — VIVENDI / CANAL+ / SEAGRAM ja COMP/M. 4504 — SFR/Télé 2 France.

⁸ Ks. Kilpailuviraston päätös 27.11.2008 yrityskauppa-asiassa TV4 AB / C More Group AB (Dnro 579/81/2008).

täismyyntiä varten. Markkinalle kuuluu kaikki maksutelevisiosisältö (urheilu, elokuvat, sarjat jne.).

27. Koska yrityskauppa ei jäljempänä esitettävällä tavalla aiheuta merkittäviä haitallisia kilpailuvaikutuksia maksutelevisiopalveluiden hankintamarkkinoilla, ei yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi ole tarpeen määrittellä relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti.

4.2.4 Televisiolähetyspalvelut

28. Nykyisin televisiosignaalin jakelu Suomessa on digitaalista. Analogiset televisiolähetykset lopetettiin maanpäällisessä antenniverkossa 31.8.2007.
29. Digitaalinen televisiojako perustuu Euroopassa eurooppalaiseen The Digital Video Broadcasting Project -järjestön tuottamaan ja The European Telecommunications Instituten hyväksymään standardikokoelmaan: Nämä DVB-standardit kuvaavat ne tekniikat, joita eri lähetyksympäristöissä käytetään. Televisiojako koostuu koostamisesta, siirrosta ja lähettämisestä.
30. Koostamisella tarkoitetaan televisiokanavan kuvan ja/tai äänen pakkaamista reaaliaikaiseksi digitaaliseksi signaaliksi, joka edelleen koostetaan kanavanipuksi. Koostamiseen sisältyy enkoodaus-, multipleksaus- ja SI-palvelut. DVB-MPEG-standardi määrittelee enkoodauksessa käytettävät tekniikat ja DVB-SI standardi multipleksauksessa sekä SI-palvelussa käytettävät tekniikat.
31. Siirrolla tarkoitetaan siirtoa edelleen lähettimien (antenniverkko) tai esimerkiksi vahvistimien (kaapeliverkko) sijaintipaikkaan. DVB-standardit eivät rajoita siirrossa käytettäviä tekniikoita, vaan käytettäväksi soveltuvat normaaleihin digitaalisen datasiirron standardeihin perustuvat tekniikat.
32. Lähettämisellä tarkoitetaan signaalin lähettämistä kotitalouksien vastaanotettavaksi valittua jakeluverkkoa pitkin. Maanpäällisessä antenniverkossa kotitaloudet vastaanottavat vapaasti eteneville radioaalloille lähetetyn signaalin omalla vastaanottoantennillaan. DVB-T-standardi määrittelee maanpäällisen antenniverkon lähettämisessä käytettävät tekniikat.
33. Ilmoittajan mukaan DNA:lla on oma antenniverkko ja kaapeliverkkoja. Antenniverkossa DNA:lla on toimilupa televisiokanavien välittämiseen DVB-T2-standardilla (SD ja HD) VHF A, VHF B ja VHF C -taajuuksilla. PlusTV hankkii lähetyks kapasiteettia ja muita tähän liittyviä palveluita Digitalta ja PlusTV:n kanavia välitetään SD-muodossa DVB-T-standardilla. DNA:n antenniverkon kattavuusalue on koko Etelä-Suomi sekä suurimmat asutuskeskukset ja niiden lähiympäristö. DNA:n antenniverkossa ainoana palveluoperaattorina toimii DNA.
34. Lisäksi DNA:lla on kaapelitelevisioverkot seuraavissa kunnissa: Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen, Lahti, Hollola, Heinola, Nastola, Orimattila,

Asikkala, Kuopio, Siilinjärvi, Maaninka, Raisio, Naantali, Masku, Mynämäki, Nousiainen, Rusko, Rauma, Eura, Säskylä, Turku, Pori, Kankaanpää, Harjavalta, Ulvila, Nakkila, Lohja, Vihti, Karkkila, Nummi-Pusula, Oulu, Kempele, ja Muhos. Ilmoittajan mukaan kaapeliverkossa ei kuitenkaan ole palveluoperaattoritoimintaa vastaavalla tavalla kuin antenniverkossa.

35. Koska yrityskauppa ei jäljempänä esitettävällä tavalla aiheuta merkittäviä haitallisia kilpailuvaikutuksia televisiolähetyspalveluiden markkinoilla, ei yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi ole tarpeen määritellä relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti.

4.2.5 Kaapelitelevisiopalvelut

36. Ilmoittajan mukaan kaapelitelevisiopalveluja tarjotaan kuluttajille kiinteiden kaapelitelevisioverkkojen välityksellä. Kaapelitelevisiopalveluilla tarkoitetaan käytännössä asiakkaille tarjottavia kaapelitelevisioliittymiä ja vapaasti vastaanotettavaa televisiosisältöä. Kaapeliverkkoja on esimerkiksi DNA:lla, TeliaSoneralla, Elisalla ja paikallisilla Finnet-yhtiöillä. Ilmoittajan mukaan kaapelitelevisiotoiminta on lähtökohtaisesti luonteeltaan alueellista, koska se rajoittuu verkon kattamalle alueelle.
37. Kilpailu- ja kuluttajaviraston aiemmissa päätöksissä⁹ on käsitelty kaapelitelevisioverkkoihin liittyvää markkinamäärittelyä. Päätöskäytännössä kaapelitelevisiotoiminnan on katsottu muodostavan omat, muusta tv-toiminnasta erilliset alueelliset markkinat, koska palveluntarjonta rajoittuu verkon kattamalle alueelle. Perinteisesti kaapelitelevisioverkot ovat ilmoittajien mukaan rajautuneet kattamaan aina kunkin paikallisen teleoperaattorin niin sanotun perinteisen toimialueen. Siten myös maksutelevisiomarkkinoita voi olla mahdollista käsitellä erikseen alueellisesti ainakin kaapeliverkon osalta.¹⁰
38. Koska yrityskauppa ei jäljempänä esitettävällä tavalla aiheuta merkittäviä haitallisia kilpailuvaikutuksia kaapelitelevisiopalveluiden markkinoilla, ei yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi ole tarpeen määritellä relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täsmällisesti.

4.2.6 Laajakaistapalvelut kuluttajille

39. Ilmoittaja viittaa Kilpailu- ja kuluttajaviraston aikaisempaan päätöskäytäntöön, jossa virasto on käsitellyt laajakaistapalveluihin liittyvien tuotemarkki-

⁹ Ks. Kilpailuviraston päätös 3.8.2001 yrityskauppa-asiassa TeliaSonera Oyj / Loimaan Seudun Puhelin Oy (dnro 1202/81/2000).

¹⁰ Kaapelijakelun merkitykseen maksutelevisiopalveluiden kilpailutilanteen kannalta on kuitenkin omiaan vaikuttamaan uusien teknologioiden ja vaihtoehtoisten jakeluväylien myötä kasvava kilpailupaine. Teleyritysten laajentaessa valokuituverkkojaan yhä useammat kotitaloudet tulevat näiden vaihtoehtoisten ratkaisujen potentiaalisiksi asiakkaiksi, mikä on omiaan vähentämään perinteisten kaapelitelevisio-operaattoreiden markkinavoimaa suhteessa loppuasiakkaisiinsa. Kaapelitelevisiopalvelut on myös usein mahdollista korvata joko maanpäällisen verkon (antenniverkko) tai satelliittiverkon palveluilla.

noiden ja maantieteellisten markkinoiden määrittelyä. Merkityksellisten tuotemarkkinoiden on katsottu olleen kuluttaja-asiakkaille tarjottavat laajakais-taliittymien markkinat. Markkinat voidaan jaotella kiinteän verkon laajakais-tapalveluihin ja mobiililaajakaistapalveluihin. Markkinoiden maantieteellinen laajuus on ilmoittajan mukaan ensisijaisesti valtakunnallinen.

40. Kiinteän verkon laajakaistapalveluiden markkinaan kuuluvat tekniikkariip-pumattomasti kaikki liittymätyypit niiden nopeudesta riippumatta. Markkina koostuu muun muassa kiinteän puhelinverkon ADSL-tekniikkaan, kaapeli-modeemitekniikkaan ja valokuitutekniikkaan perustuvista laajakaistapalve-luista. Kaikilla markkinoilla toimivilla yrityksillä on tarjolla kattava valikoima eri nopeudella olevia liittymiä, joten yrityskaupan osapuolten näkemyksen mukaan tällä ei ole merkitystä käytettävässä markkinamäärittelyssä.
41. Mobiililaajakaistaliittymissä tarjonta ja kilpailu on valtakunnallista. Ilmoitta-jan mukaan hinta- ja asiakasmääräkehityksen perusteella arvioituna kiinte-än verkon laajakaista-asiakkaat ovat voimakkaasti siirtyneet mobiililaaja-kaistaan. Mobiililaajakaistojen hintataso on jo pitkään ollut alle kiinteän ver-kon hintatason. Ilmoittajan mukaan asiakkaat ovat viimeistään vuodesta 2007 lähtien pitäneet mobiililaajakaistaa ja DSL-laajakaistaa keskenään vaihdettavissa tai korvattavissa olevina niiden ominaisuuksien, hintojen ja käyttötarkoituksen perusteella.
42. Ilmoittajan mukaan nykyisessä tilanteessa kiinteän verkon laajakaista ja mobiililaajakaista ovat toisiaan täydentäviä tuotteita ja ne myös kilpailevat keskenään yksittäisen loppuasiakkaan laajakaistakäytön tarpeista ja miel-tymyksistä riippuen. Näiden palveluiden täydentävyys toistensa kannalta ilmenee myös siitä, että useat asiakkaat hankkivat itselleen sekä kiinteän laajakaistan että mobiililaajakaistan. Operaattorit tarjoavat asiakkailleen näitä palveluita yhdessä niin sanottuna tuplalaajakaistatuotteena.
43. Koska yrityskauppa ei jäljempänä esitettävällä tavalla aiheuta merkittäviä haitallisia kilpailuvaikutuksia kuluttajille suunnattujen laajakaistapalveluiden markkinoilla, ei yrityskaupan kilpailuvaikutusten arvioimiseksi ole tarpeen määritellä relevantteja tuotemarkkinoita ja maantieteellisiä markkinoita täs-mällisesti.

4.3 Markkinoiden koko ja kilpailutilanne

4.3.1 Maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynti

44. Ilmoittajan mukaan maksutelevisiopalvelujen vähittäismyyntin markkinoi-den arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [150–250]¹¹ miljoonaa euroa ja ti-laajia oli yhteensä noin [600.000–700.000]. PlusTV:n markkinaosuus vuon-na 2012 oli noin [30–40] % ja DNA:n noin [10–20] %. Merkittävät kilpailijat ja näiden markkinaosuudet olivat seuraavat: TeliaSonera (noin [10–20] %),

¹¹ Hakasulkeisiin merkityissä kohdissa tieto / tarkka tieto on poistettu liikesalaisuutena.

Elisa (noin [10–20] %), Canal Digital ([1–10] %), Viasat ([1–10] %), Maxivision ([1–10] %) ja muut kaapelitelevisiotoimijat (yhteensä [10–20] %).

45. Ilmoittajan mukaan antenniverkon maksutelevisiopalvelujen vähittäismyynnin markkinoiden arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [50–100] miljoonaa euroa ja tilaajia oli yhteensä noin [200.000–300.000]. PlusTV:n markkinaosuus vuonna 2012 oli noin [90–100] % ja DNA:n noin [1–10] %.
46. Ilmoittajan mukaan kaapeliverkon maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynnin arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [50–100] miljoonaa euroa ja tilaajia oli noin [300.000–400.000]. DNA:n markkinaosuus vuonna 2012 oli noin [30–40] % ja sen kilpailijoiden TeliaSoneran noin [20–40] %, Elisan noin [10–30] % sekä Anvian noin [1–10] %. PlusTV ei tarjoa maksutelevisiopalveluita kaapeliverkossa.
47. Ilmoittajan mukaan valtakunnallisten IPTV-maksutelevisiopalvelujen vähittäismyynnin markkinoiden arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [10–30] miljoonaa euroa ja tilaajia oli yhteensä noin [40.000–70.000]. Ilmoittajan mukaan vuonna 2012 Elisan markkinaosuus oli noin [40–60] %, TeliaSoneran noin [30–50] %, Maxivisionin [alle 10] % ja muiden toimijoiden yhteensä [1–10] %. Yrityskaupan osapuolet eivät ilmoittajan mukaan tarjoa IPTV-palveluita.
48. Ilmoittajan mukaan Internet-TV:n maksutelevisiopalvelujen vähittäismyynnin markkinoiden arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [1–10] miljoonaa euroa ja tilaajia oli yhteensä noin [20.000–70.000]. Internet-TV-palveluja ovat esimerkiksi MTV3:n Katsomo.fi ja Nelonen Median Ruutu.fi sekä tilausvideopalvelut kuten Netflix, Filmnet, HBO Nordic ja Viaplay.

4.3.2 Maksutelevisiopalveluiden hankinta

49. Ilmoittajan mukaan Suomessa on kaksi merkittävää kanavapakettien tarjoajaa. Nämä ovat Bonnier (MTV3 Total sekä MTV3 Sport -paketit ja C More -tarjonta) sekä Sanoma (Nelonen-kanavatarjonta). Osapuolten arvion mukaan Bonnier on ylivoimainen markkinajohtaja maksullisten televisiopalveluiden tukkumarkkinoilla. Nämä kanavapaketit ovat ilmoittajan mukaan käytännössä välttämättömiä jakeluoperaattoreille, jotta ne voivat ylipäänsä tarjota maksutelevisiopalveluita loppuasiakkaille. Merkittävimmät elokuva-, sarja- ja urheilu oikeudet kuuluvat käytännössä näiden kahden toimijan kanavapaketteihin. Yrityskaupan osapuolten näkemyksen mukaan nyt suunnitellulla järjestelyllä ei ole vaikutusta tähän asetelmaan.
50. Ilmoittajan arvion mukaan markkinatoimijoiden markkinaosuudet maksutelevisiopalveluiden hankinnassa [...].

4.3.3 Televisiolähetyspalvelut

51. Ilmoittajan mukaan digitaalisten antenniverkon televisiolähetyspalveluiden arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [50–70] miljoonaa euroa. Ilmoittajan mukaan DNA:n markkinaosuus oli noin [1–10] %. Digitaalisen markkinaosuus oli noin [90–100] %. PlusTV ei tarjoa televisiolähetyspalveluita.

4.3.4 Kaapelitelevisiopalvelut

52. Ilmoittajan mukaan kaapelitelevisiopalveluiden markkinoiden arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [30–60] miljoonaa euroa ja kaapelitelevisiopalveluiden piirissä oli noin [1,3–1,4] miljoonaa kotitaloutta. Kaapelitelevisiopalveluissa DNA:n markkinaosuus vuonna 2012 oli noin [30–50] % ja merkittävimpien kilpailijoiden TeliaSoneran noin [20–40] %, Elisan noin [10–30] % ja Anvian noin [1–20] %. Omilla kaapeliverkkoalueillaan operaattorit ovat kaapelitelevisiopalveluissa monopoleja. PlusTV:llä ei ole kaapelitelevisioverkkoja eivätkä PlusTV:n kanavapaketit ole saatavilla kaapelitelevisioverkoissa. Osapuolilla ei siten ole päällekkäistä toimintaa kaapelitelevisiopalveluissa.

4.3.5 Laajakaistapalvelut kuluttajille

53. Osapuolista vain DNA tarjoaa laajakaistapalveluita. PlusTV ei tarjoa kiinteän verkon laajakaistapalveluita eikä mobiililaajakaistapalveluita. Osapuolten toiminnassa ei siten ole päällekkäisyyttä laajakaistapalveluissa.
54. Ilmoittajan mukaan laajakaistaliittymien kuluttajamyynnin arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [400–500] miljoonaa euroa ja liittymiä oli yhteensä noin [2–2,5] miljoonaa. Ilmoittajan mukaan DNA:n markkinaosuus vuonna 2012 oli noin [10–30] %. TeliaSoneran markkinaosuus oli ilmoittajan mukaan noin [20–40] %, Elisan noin [20–40] % ja muiden markkinatoimijoiden yhteensä noin [10–30] %.
55. Ilmoittajan mukaan kiinteän verkon kuluttajalaajakaistaliittymien myynnin arvo Suomessa vuonna 2012 oli noin [250–350] miljoonaa euroa ja määrä oli noin [1,1–1,3] miljoonaa liittymää. DNA:n markkinaosuus kiinteän verkon laajakaistapalveluissa vuonna 2012 oli [10–30] % ja suurimpien kilpailijoiden Elisan noin [20–40] %, TeliaSoneran noin [20–40] %, sekä muiden toimijoiden noin [10–30] %. Ilmoittajan mukaan kiinteän verkon laajakaistapalveluissa erityisesti TeliaSonera on vahvistanut asemiaan valokuituratkaisuissa ja tuonut erittäin merkittävää kilpailupainetta markkinoille. Valokuitulaajakaista mahdollistaa IPTV:n tarjoamisen, mikä ilmoittajan mukaan on omiaan vahvistamaan vahvojen IPTV-toimijoiden Elisan ja TeliaSoneran asemaa entisestään.
56. Ilmoittajan mukaan mobiililaajakaistaliittymiä oli Suomessa vuonna 2012 noin [4,5–5] miljoonaa. Liikkuvan laajakaistan (niin sanottu makkula ja vastaavat) liittymämäärä oli [1–1,5] miljoonaa ja myynnin arvo noin [100–200]

miljoonaa euroa. Ilmoittajan mukaan DNA:n markkinaosuus vuonna 2012 oli noin [20–40] %. Ilmoittaja katsoo, että Elisalla on merkittävää markkina-voimaa erityisesti mobiililaajakaistapalveluissa, jossa sen markkinaosuus vuonna 2012 oli noin [40–60] %. TeliaSoneran markkinaosuus oli noin [20–40] % ja muiden markkinatoimijoiden yhteensä noin [1–10] %.

4.4 Yrityskaupan kilpailuvaikutusten arviointi

4.4.1. Kilpailuvaikutukset maksutelevisiopalveluiden vähittäismarkkinoilla

57. Eräissä Kilpailu- ja kuluttajaviraston saamissa lausunnoissa markkinatoimijat ovat ilmaisseet huolensa siitä, että kaupan seurauksena maksutelevisiopalveluiden tarjonnan markkinoille ei keskeiseen jakelukanavaan (antenni) jää lainkaan kilpailua ja yrityskaupan jälkeen tietyillä paikkakunnilla DNA:lle muodostuu maksutelevisiomonopoli. Lisäksi osa viraston kuulemisesta markkinatoimijoista katsoo, että yrityskaupan seurauksena hinnat tulevat nousemaan ainakin maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynnin markkinoilla.

DNA:n ja PlusTV:n välinen kilpailuasetelma

58. Yrityskaupan kilpailunvastaiset vaikutukset ovat todennäköisempiä tapauksissa, joissa osapuolten tarjoamat tuotteet ovat asiakkaiden näkökulmasta toisiaan korvaavia. Vaikka DNA ja PlusTV ovat ainoat antenniverkossa toimivat maksutelevisiopalvelujen tarjoajat, niiden palvelujen korvaavuus on kuitenkin rajallista.
59. Keskeisimmät syyt osapuolten tarjoamien palveluiden alhaiselle korvaavuudelle liittyvät niiden käyttämään jakeluteknologiaan. DNA myy maksutelevisiopalveluitaan omassa antenniverkossaan, jossa sovelletaan DVB-T2-standardia. PlusTV lähettää ohjelmansa Digitan antenniverkossa kanavanipuissa, joissa käytetään DVB-T-standardia.
60. Eri jakeluteknologian vuoksi vaihtaminen PlusTV:stä DNA:lle edellyttää asiakkaalta todennäköisesti uuden antennin ja digisovittimen hankkimista. Hankinnoista aiheutuvien vaihtokustannusten vuoksi DNA ei ole pystynyt kilpailemaan tehokkaasti PlusTV:tä vastaan antenniverkon maksutelevisiopalveluillaan. DNA on tarjonnut asiakkailleen DNA Welho Antenniasennusta 239 eurolla. Hinta sisältää VHF-antennin. Asiakkaille, joilla on jo oma VHF-antenni, DNA on tarjonnut antennisuuntausta 129 eurolla.¹²
61. PlusTV on kyennyt lisäksi tarjoamaan merkittävästi DNA:ta laajempaa ohjelmavalikoimaa antenniverkossa. Erityisesti on huomattava, että PlusTV:llä on ollut antenniverkossa yksinoikeus MTV3:n keskeisiin maksutelevisiosisältöihin, kuten Formula 1 -lähetyksiin.

¹² Ks. <http://www2.dna.fi/antenniasennus>

62. DNA:n antenniverkon maantieteellinen peittoalue on selvästi pienempi kuin PlusTV:n käyttämän Digitan verkon. PlusTV:n maksutelevisiopalvelut ovat saatavilla käytännössä valtakunnallisesti. DNA:n antenniverkon alueellinen peitto on noin [...] % ja väestöpeitto 85 %. Kilpailu osapuolten välillä on ollut mahdollista vain alueilla, jotka kuuluvat molempien yritysten peittoalueeseen.
63. DNA:n ja PlusTV:n valtakunnalliset tilaajamäärät viittaavat siihen, ettei DNA ole kyennyt kilpailemaan tehokkaasti PlusTV:tä vastaan antenniverkon maksutelevisiopalveluissa. Kahden ensimmäisen toimintavuotensa aikana DNA on pystynyt hankkimaan [alle 10 000] asiakasta.
64. Asiakkaiden siirtyminen PlusTV:n ja DNA:n välillä on ollut myös käytännössä harvinaista. PlusTV:n asiakasvaihtuvuus oli vuonna 2012 noin [...] % eli noin [...] asiakasta. DNA:n antenniverkon maksutelevisiopalveluiden asiakasmäärän kasvu samana vuonna oli noin [...] asiakasta. Jopa siinä epätoiminnallisessa tilanteessa, että kaikki DNA:n uudet asiakkaat olisivat siirtyneet PlusTV:ltä, DNA:n antennipalvelun osuus PlusTV:n asiakasvaihtuvuudesta ja siten sen rooli PlusTV:n kilpailijana on ollut vähäinen.
65. Vuonna 2011 markkinoille tullut ja noin vuoden ajan toiminut TDF Entertainmentin TV Viihde -palvelu kilpaili PlusTV:n kanssa Digitan antenniverkossa. PlusTV:n kanssa samalla lähetysteknologialla kilpailut TV Viihde keräsi vuoden aikana arviolta [...] asiakasta.¹³ TV Viihteen lopetettua toimintansa keväällä 2012 osa sen asiakkaista siirtyi PlusTV:n asiakkaiksi.¹⁴ Vaikutus DNA:n tilaajamäärään oli sen sijaan vähäinen, mikä viittaa edellä mainittujen tekijöiden (vaihtokustannukset, ohjelmatarjonta ja verkon peittoalue) merkitykseen asiakkaiden palveluoperaattorin valinnassa.
66. Eräissä Kilpailu- ja kuluttajaviraston saamissa lausunnoissa on esitetty näkemys, jonka mukaan yrityskauppa kasvattaisi DNA:n markkinavoimaa erityisesti sen omien kaapelitelevisioverkkojen alueilla. Näkemyksen mukaan PlusTV:n aiheuttama kilpailupaine on ennen yrityskauppaa hillinnyt DNA:n hinnoittelua.
67. Hinnannoston kannattavuus riippuu keskeisesti kaapelitelevision ja antenniverkon maksutelevisiopalveluiden välisestä korvaavuudesta. Mikäli keskittymä nostaisi kaapelitelevisiopalveluidensa hintoja, osa DNA:n nykyisistä kaapeli-asiakkaista saattaisi siirtyä muiden maksutelevisiopalveluiden asiakkaiksi. Keskittymän kannustin korottaa kaapeliverkon maksutelevisiopalveluiden hintoja on sitä voimakkaampi, mitä suurempi osa hinnannousun myötä menetetyistä kaapeliverkon asiakkaista siirtyy keskittymän oman antenniverkon maksutelevisiopalvelun asiakkaiksi.

¹³ TV Viihde ei tarjonnut MTV3:n SD-maksutelevisiopalveluita. Sen sijaan sen valikoimaan kuului HD-kanavia, joita PlusTV ei tarjoa.

¹⁴ Ks. <http://www.digitoday.fi/viihde/2012/04/25/tv-viihteen-asiakkaita-siiryy-plustvlle/201228111/66>

68. Kilpailu- ja kuluttajaviraston näkemyksen mukaan DNA:n kaapelitelevision ja PlusTV:n välinen korvaavuus on kuitenkin rajallista. Vaihtaminen DNA:n kaapeliverkosta PlusTV:n asiakkaaksi on epätodennäköistä muun muassa siksi, että DNA:n kaapelitelevision ohjelmatarjonta on huomattavasti monipuolisempaa kuin PlusTV:n. DNA:n kaapeliteleviopakettien hinnat ovat verrannollisia PlusTV:n kanavapaketteihin (ks. liite 1). Tästä huolimatta kaapeliteleviopakettit sisältävät kuitenkin käytännössä kaikki PlusTV:n tarjoamat kanavat ja niiden lisäksi joukon muita kanavia.¹⁵ DNA:n kaapeliverkossa on mahdollista tilata myös HD-kanavia.
69. Asiakkaiden siirtymistä kaapeliteleviosta antenniverkon maksuteleviopalveluiden asiakkaiksi hillitsee myös erilaiseen lähetysteknologiaan liittyvät vaihtokustannukset. Tällä hetkellä PlusTV:n vastaanotto kaapelikodissa edellyttää vähintään erillistä sisäänantennia sekä antennidigisovitinta tai antennivirittimellä varustettua digiteleviointia.¹⁶
70. Erityisesti on huomattava, että mikäli keskittymä siirtäisi PlusTV:n antenniverkon maksuteleviopalvelut Digitan UHF-verkosta DNA:n VHF-verkkoon, vaihto kaapelista antenniin edellyttäisi asiakkaalta myös VHF-antennin hankkimista ja suuntaamista. Edellä on kuvattu ilmoittajan ja markkinatoimijoiden lausuntojen perusteella, kuinka VHF-vastaanottoon liittyvät vaihtokustannukset ovat haitanneet DNA:n antenniverkon asiakasmäärän kasvua. Mitä korkeammat kyseiset vaihtokustannukset ovat, sitä suurempi osa keskittymän asiakkaista siirtyy kaapeliverkon maksuteleviopalveluiden hintojen noustessa keskittymän kilpailijoiden asiakkaiksi tai lopettaa maksuteleviopalveluiden tilaamisen kokonaan. Keskittymän ei kannata nostaa kaapelitelevision maksuteleviopalveluiden hintoja, mikäli riittävän suuri osa asiakkaista lopettaa hinnannousun seurauksena sen palveluiden tilaamisen.
71. PlusTV:n vuoden 2012 lopulla teettämä asiakastutkimus viittaa siihen, ettei PlusTV:n ja DNA:n kaapeliteleviopalvelun välillä ole ollut läheistä kilpailusuhdetta. Asiakastutkimuksen mukaan PlusTV:n menettämistä asiakkaista vain [...] prosenttia on siirtynyt DNA:n kaapelitelevision tilaajiksi. Lukua voidaan pitää alhaisena verrattuna DNA:n valtakunnalliseen noin [10–20] % markkinaosuuteen kaikkien maksuteleviopalveluiden ja noin [30–40] % markkinaosuuteen kaapeliverkon maksuteleviopalveluiden vähittäismyynnistä.
72. [...]

¹⁵ Esimerkiksi DNA Welho TV L -kanavapaketti (€29,95/kk) sisältää kaikki PlusTV Jätti -paketin (€26,95/kk) kanavat yhtä (Music Television) lukuun ottamatta ja lisäksi 22 muuta kanavaa. Myös tilauksiin liittyvät avaus- ja korthimaksut ovat verrannollisia. PlusTV mainostaa Jätti-pakettia Suomen suosituimpana maksuteleviopakettina.

¹⁶ Ks. <http://www2.dna.fi/usein-kysytya>

73. Maksutelevisiopalveluiden vähittäismarkkinoiden yleinen kehitys PlusTV:n markkinoille tulon jälkeen viittaa myös siihen, ettei PlusTV ole kilpaillut läheisesti kaapeliverkon maksutelevisiopalveluiden kanssa. PlusTV aloitti toimintansa marraskuussa 2006. Yrityksen asiakasmäärä kasvoi nopeasti vuoden 2007 loppuun mennessä noin [200 000–250 000] asiakkaaseen ja saavutti noin [250 000–300 000] asiakkaan huipun vuonna 2008.¹⁷ Vaikka pelkkien asiakasmäärien perusteella ei voida tehdä varmoja johtopäätöksiä PlusTV:n ja muiden jakeluoperaattoreiden kanavapakettien välisestä korvaavuudesta, on merkillepantavaa, että PlusTV:n kasvusta huolimatta myös esimerkiksi Welhon (nykyään DNA Welho) kaapelitelevision tilaajamäärä kasvoi voimakkaasti vuosina 2006–2008.
74. Maksutelevisiomarkkinoiden kokonaistilaajamäärässä PlusTV:n markkinoilletulo näyttäytyy kertaluonteisena hyppäyksenä ylöspäin. PlusTV:n nopean kasvun vuosina myös kaapelitelevision maksutelevisiopalveluiden kokonaistilaajamäärä kasvoi. Toisin sanoen vaikuttaa todennäköiseltä, että PlusTV:n kasvu on tapahtunut ilman, että se on syönyt merkittävästi kaapelitelevision tilaajamäärää. Kasvulukujen perusteella PlusTV:n asiakaskunta koostuu todennäköisesti pääosin asiakkaista, joilla ei ole mahdollisuutta kaapeliiliittymään tai joille kaapelitelevision ei ole muista syistä kiinnostava vaihtoehto.
75. Kilpailu- ja kuluttajaviraston näkemyksen mukaan yrityskaupan osapuolet eivät ole olleet erityisen läheisiä kilpailijoita maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynnin markkinoilla. DNA:n ja PlusTV:n antenniverkon palveluiden välinen asiakasvaihtuvuus on ollut vähäistä, koska vaihtaminen toisesta palvelusta toiseen on edellyttänyt suhteellisen kallista investointia muun muassa toiseen televisioantenniin. Myös DNA:n kaapelitelevision ja PlusTV:n maksutelevisiopalveluiden välinen korvaavuus vaikuttaa aiemman markkinakehityksen perusteella alhaiselta. Etäisen kilpailusuhteen vuoksi keskittymän on yrityskaupan jälkeen todennäköisesti vaikeaa nostaa hintojaan kannattavasti.

IPTV keskittymän kilpailijana

76. Keskittymä kohtaa kilpailupainetta IPTV-palveluiden tarjoajilta, joiden markkinaosuus ja tilaajamäärä ovat olleet voimakkaassa nousussa. Ilmoittajan arvion mukaan IPTV-tilaajien lukumäärä nousi vuodesta 2010 vuoteen 2012 noin [100–200] prosenttia. Samaan aikaan kaapelitelevision maksutelevisiopalveluiden tilaajamäärä pysyi käytännössä ennallaan ja antenniverkon tilaajamäärä laski noin [1–10] prosenttia. IPTV:n vahvuuksia ovat kaapelitelevision verrannollinen ohjelmatarjonta sekä palvelun kaksisuuntaisuus, joka tekee mahdolliseksi monipuolisten oheispalveluiden tarjoamisen. IPTV:n myyntiä edistää myös valokuituyhteyksien yleistyminen.

¹⁷ PlusTV:n asiakasmäärä vuoden 2012 lopussa oli noin [200 000–250 000] asiakasta.

77. IPTV:n suurimmat toimijat Elisa ja TeliaSonera myyvät IPTV-palveluita vain yhdessä laajakaistatuotteidensa kanssa. Periaatteessa teleoperaattorit pystyisivät tarjoamaan IPTV-palveluaan myös toisen operaattorin laajakaistapalvelun välityksellä, mutta toistaiseksi suurten IPTV-operaattorien palveluiden tarjonta on sidottu teknisistä ja kaupallisista syistä laajakaistatuotteeseen. Maxisatin Maxivision Viihde -palvelu on laajakaistaoperaattoriippumaton.
78. TeliaSonera ja Elisa tarjoavat IPTV-palveluitaan valtakunnallisesti omissa verkoissaan. TeliaSoneran ja Elisan KKV:lle toimittamien tietojen perusteella ne ovat läsnä IPTV-palveluillaan lähes poikkeuksetta myös niissä kunnissa, joissa DNA:lla on kaapelitelevisioverkko. Suuri osa näistä asiakkuuksista on toteutettu vuokraamalla DNA:lta tilaajayhteys.
79. Eräissä Kilpailu- ja kuluttajaviraston saamissa lausunnoissa on kiinnitetty huomiota DNA:n mahdollisuuteen käyttää hyväkseen asemaansa kiinteän verkon haltijana IPTV-kilpailijoiden poissulkemiseksi. Kilpailijoiden mahdollisuudet saada käyttöönsä kiinteän verkon tilaajayhteystuotteita ovat joko tilaajayhteystuotteiden vuokraaminen paikalliselta verkkoyritykseltä tai oman verkon rakentaminen.¹⁸
80. Yrityskauppa saattaa voimistaa DNA:n kannustimia IPTV-toimijoiden poissuljentaan erityisesti niillä alueilla, joilla DNA:lla ei ole kaapeliverkkoa. Kuten edellä on todettu, kaapelitelevision ja antenniverkon maksutelevisiopalveluiden välillä ei ole läheistä kilpailusuhdetta. Kaapeliverkossa olevalle asiakkaalle kaapeliverkon maksutelevisiopalvelut ovat antenniverkkoa kiinnostavampi vaihtoehto sekä ennen yrityskauppaa että sen jälkeen. DNA:n kannustimet kilpailijoiden poissulkemiseksi eivät siten muutu yrityskaupan seurauksena alueilla, joilla sillä on kaapeliverkko.
81. DNA:lla on huomattavan markkinavoiman (HMV) alueillaan määräävä markkina-asema kiinteään verkkoon pääsyyn liittyvillä tukkumarkkinoilla. Vertikaalisesti integroituneella keskittymällä olisi siten mahdollisuus heikentää kilpailijoidensa asemaa maksutelevisiopalveluiden markkinoilla perimällä niiltä ylihintaa verkkoon pääsyyn liittyvistä tukkutuotteista. Niin kutsuttu hintaruuvi muodostuisi tilanteessa, jossa tukkutuotteiden hinta on riittävän korkea suhteessa vähittäismarkkinoiden hintatasoon sulkeakseen pois tai haitatakseen merkittävästi DNA:n kilpailijoiden toimintaa laajakaista- ja maksutelevisiopalveluiden markkinoilla.¹⁹
82. Kiinteän verkon tukkumarkkinoilla on viestintämarkkinalakiin perustuvaa erityissääntelyä. DNA:lla on HMV-operaattorina velvollisuus vuokrata sekä tilaajayhteystuotteita että tukkutason laajakaistapalveluita muille teleyrityksille syrjimättömään hintaan ja muutoinkin syrjimättömin ehdoin. Lisäksi sillä

¹⁸ Ks. Viestintävirasto (2012): Markkina-analyysi huomattavasta markkinavoimasta kiinteään verkkoon pääsyn tukkumarkkinoilla.

¹⁹ Ks. Euroopan unionin tuomioistuimen tuomio C-52/09 - Konkurrensverket v. TeliaSonera Sverige AB.

on velvollisuus hinnoitella tilaajayhteystuotteet kustannussuuntautuneesti. Viestintävirasto on kehittämässä uutta menetelmää säänneltyjen tuotteiden hintojen määrittämiseksi.²⁰ Ennen uusien hinnoitteluvuotteiden valmistamista asiaa voidaan kuitenkin arvioida vain voimassaolevan sääntelyjärjestelmän perusteella.

83. Kilpailu- ja kuluttajavirasto katsoo, ettei velvollisuus kustannussuuntautuneeseen hinnoitteluun riitä kokonaan poistamaan HVM-yritysten mahdollisuutta estää tai merkittävästi haitata kilpailijoiden toimintaa tilaajayhteyksien kautta tarjottavien lopputuotteiden markkinoilla. Viestintäviraston mukaan tilaajayhteyksien hinnat ovat nousseet merkittävästi vuoden 2013 aikana.²¹
84. Viraston markkinatoimijoilta saamien lausuntojen mukaan tilaajayhteydestä perittävät maksut ovat merkittävä IPTV:n kannattavuuteen vaikuttava kustannustekijä. IPTV:hen liittyvien kustannusten nousu kohdistaa nousupaineita IPTV-palveluiden hintoihin. Kilpailijoiden hintojen noustessa osa asiakkaista saattaa siirtyä keskittymään maksutelevisiopalveluiden asiakkaiden. Myös uusi, vuokrattuihin tilaajayhteyksiin perustuva alalle tulo vaikeutuu. Saatujen lausuntojen perusteella tilaajayhteyden hinta vaikuttanee kuitenkin ennen kaikkea teleoperaattoreiden tuleviin investointeihin, sillä tilaajayhteyksien vuokraamisen vaihtoehtona voi joissakin tilanteissa olla myös oman tilaajayhteysverkon laajentaminen.
85. DNA:n maksutelevisiopalveluiden hinnoittelu on ollut valtakunnallista. Tästä syystä on epätodennäköistä, että DNA pyrkisi nostamaan maksutelevisiopalveluiden hintoja valikoidusti alueilla, joilla se pyrkisi hintaruuvien avulla haittaamaan kilpailijoidensa toimintaa. Koska hintaruuvien kannalta ongelmalliset alueet muodostavat vain pienen osan koko maksutelevisiopalveluiden vähittäismarkkinoista, on myös epätodennäköistä, että DNA korottaisi maksutelevisiopalveluiden hintojaan valtakunnallisesti. Siten tilaajayhteyksien hinnoittelulla aikaansaadun poissuljennan välittömästi kilpailuvaikutus liittyisi loppuasiakkaan näkökulmasta tarjolla olevan maksutelevisiopalveluvalikoiman kapenemiseen.
86. Vertikaaliseen poissuljentaan liittyvä ongelma koskee kuitenkin vain rajallista joukkoa DNA:n potentiaalisista asiakkaista. Kaapelin ja antenniverkon maksutelevisiopalveluiden välillä ei ole erityisen läheistä kilpailusuhdetta. Kuten edellä on todettu, yrityskauppa vaikuttaa tästä syystä DNA:n kannustimiin harjoittaa IPTV-toimijoihin kohdistuvaa hintaruuvia lähinnä vain alueilla, joilla sillä on tilaajayhteyksiä, mutta ei kaapeliverkkoa. DNA:n nyky-

²⁰ Ks.

<https://www.viestintavirasto.fi/viestintavirasto/ajankohtaista/2012/viestintavirastokeskittaatilaaajayhteysmarkkinoidenvalvontaasuurimpiinyrityksiin-pientenyritystensaantelykevenee.html>

²¹ Ks.

<https://www.viestintavirasto.fi/viestintavirasto/ajankohtaista/2013/viestintavirastohuolissaankorotettujenverkkovuokrienvaikutuksistalajaistapalveluidenhintoihin.html>

sistä asiakkaista noin [...] on kuvatus kaltaisessa asemassa. Elisalla ja TeliaSoneralla on yhteensä [...] DNA:lta vuokrattua tilaajayhteyttä, joilla voidaan tarjota IPTV-palvelua. Ilmoittajan mukaan näistä yhteyksistä keskimäärin noin [...] prosenttia sijaitsee kilpailuvaikutusten kannalta potentiaalisesti ongelmallisilla alueilla.

87. Edellä kuvattu kilpailuongelma koskee nykyisten asiakkuuksien ohella mahdollisesti myös niitä kaapeliverkon ulkopuolella olevia potentiaalisia asiakkaita, jotka eivät tällä hetkellä käytä olemassa olevaa DNA:n kiinteää laajakaistaliittymäänsä. DNA:n mukaan sillä on verkossaan yhteensä noin [...] xDSL-tilaajayhteyttä, joista noin [...] on käytössä. [...].
88. Asiakkaat, joilla on DNA:n tilaajayhteys, mutta joilla ei ole laajakaistasopimusta DNA:n tai sen kilpailijoiden kanssa, ovat potentiaalisia IPTV-asiakkaita. Se tosiseikka, että kyseiset asiakkaat eivät ole kuitenkaan tois-
taiseksi ottaneet käyttöön kiinteää laajakaistayhteyttä saattaa kuitenkin kertoa alhaisesta kiinnostuksesta myös IPTV-palveluita kohtaan.
89. Mahdollista hintaruuviongelmaa saattaa lievittää ongelma-alueilla asuvien asiakkaiden maantieteellinen hajanaisuus. DNA:n virastolle toimittamien tietojen mukaan kyseiset asiakkaat ovat hajautuneet käytännössä kaikille DNA:n toimialueille. DNA:n kannalta houkuttelevampaa saattaisi olla tilaajayhteyksien hintojen nosto vain keskitetysti saalistuksen kannalta otollisimmilla alueilla. Tilaajayhteyden hinnannosto voi toisaalta vähentää tilaajayhteyksien vuokrakysyntää, mikä heikentäisi mahdollisesti DNA:n tulosta. Mitä vähemmän tietyllä alueella on potentiaalisia antenniverkon asiakkaita suhteessa laajakaista-asiakkaisiin, sitä vähemmän kannattavaa olisi tällöin tilaajayhteyden hinnan nostaminen.²²
90. Keskittymän kannustimia arvioitaessa on otettava huomioon myös mahdollinen ero maksutelevisiopalveluiden ja laajakaistapalveluiden keskinäisessä kannattavuudessa. DNA:n virastolle toimittamien tietojen perusteella antenniverkon maksutelevisiopalveluiden asiakaskohtainen liikevaihto oli vuonna 2012 [...] euroa kuukaudessa eli [...] kuin tilaajayhteyksien keskimääräinen hintataso, joka oli toukokuussa 2013 noin [...] euroa. Eri tuotteiden keskinäisen kannattavuuden yksityiskohtainen arviointi edellyttäisi tietoa myös niiden kustannuksista ja erityisesti maksutelevisiopalveluiden mahdollisesta komplementaarisuudesta keskittymän muiden tuotteiden kanssa.
91. Tuotteiden hintatasojen sekä PlusTV:n [...] tappiollisuuden perusteella antenniverkon maksutelevisiopalvelut eivät vaikuta niin kannattavilta, että keskittymä olisi valmis tekemään merkittäviä uhrauksia muilla markkinoilla saavuttaakseen suuremman markkinaosuuden kyseisessä, varsinkin rajallisessa asiakaskunnassa.

²² Ks. myös kohdassa 84 asiasta sanottu.

92. Kilpailu- ja kuluttajavirasto kiinnittää huomiota yrityskaupan aiheuttamiin muutoksiin DNA:n kannustimissa haitata IPTV-palveluita tarjoavien kilpailijoidensa toimintaa alueilla, joilla DNA hallitsee kiinteän verkon tilaajayhteyksiä, mutta ei kaapelitelevisioverkkoa. Viraston arvion mukaan keskittymän olisi kuitenkin todennäköisesti vaikeaa toteuttaa IPTV-toimijoiden poissuljenta kannattavasti. Poissuljenta vastaan puhuvia argumentteja ovat edellä kuvatusti muun muassa kiinteän verkon HMV-sääntely sekä antenniverkon maksutelevisiopalveluiden suhteellisen alhainen kannattavuus. Mahdollinen poissuljentaan liittyvä kilpailuongelma koskee vain varsin pienehköä joukkoa potentiaalisia IPTV-asiakkaita. Asiakkaiden maantieteellisen hajanaisuuden vuoksi keskittymän on todennäköisesti vaikeampaa toteuttaa hintaruuvi kannattavasti. Lisäksi keskittymä kohtaa yrityskaupan jälkeenkin kilpailupainetta vaihtoehtoisilta jakelualustoilta.

Satelliitti ja uudet teknologiat kilpailupaineen lähteinä

93. DNA kohtaa edelleen kilpailupainetta kaikilla toimialueillaan satelliittitelevisio-operaattoreiden toimesta. Satelliittitelevisio on saatavilla käytännössä koko maahan kahdelta eri toimijalta (Canal Digital ja Viasat). Satelliitin kautta saatavien maksutelevisiokanavien valikoima on kaapeliverkkoakin suurempi. Satelliitti tekee mahdolliseksi myös HD-kuvan lähettämisen. [...]. Vaikka satelliitin markkinaosuus (noin [5–15] %) on pienehkö, se voi luoda maksutelevisiomarkkinoille merkittävääkin potentiaalista kilpailupainetta.²³
94. Satelliittitelevision katselu vaatii lautasantennin hankintaa ja asennusta. Lautaseen liittyvät kustannukset ovat kuitenkin pienemmät kuin esimerkiksi DNA:n VHF-antenniin liittyvät kustannukset. Liitteessä 1 on verrattu satelliittitelevision ja antenniverkon maksutelevisiopalveluiden kustannuksia asiakkaalle. Satelliittitelevision maksutelevisiopakettien kuukausihinnat ovat korkeammat kuin DNA:n ja PlusTV:n antenniverkon maksutelevisiopalveluiden. Hintaeroa kompensoivat kuitenkin laajempi kanavavalikoima ja edellä mainitut alhaisemmat asennuskustannukset.
95. Maksutelevisiopalveluiden vähittäismyynnin markkinat ovat dynaamiset. Jakeluteknologioiden kehitys tuo maksutelevisiopalvelut yhä suuremman kuluttajajoukon saataville. Uusi teknologia mahdollistaa myös entistä monipuolisempien palveluiden tarjoamisen. Liikenne- ja viestintäministeriön maksutelevisiomarkkinoita käsittelevässä raportissa keskeisiksi kilpailua lisääviksi kehityssuunniksi on arvioitu internetin roolin kasvu jakelukanava-

²³ Goolsbee ja Petrin (2004) tutkivat satelliitin vaikutusta kaapeliyhtiöiden hinnoitteluun Yhdysvalloissa vuosina 1994–2001. Tutkimuksen tulosten perusteella kaapeliyhtiöiden hinnat olisivat keskimäärin 15 % korkeampia ilman satelliittitelevision tuomaa kilpailua. Tutkimuksen perusteella sekä kaapeliyhtiöiden että satelliittiyhtiöiden asiakkaat hyötyvät merkittävästi toisen teknologian olemassaolosta. Ks. Goolsbee, A., & Petrin, A. (2004). The consumer gains from direct broadcast satellites and the competition with cable TV. *Econometrica*, 72(2), 351–381.

na, uusien toimijoiden alalle tulo ja liiketoimintamallien monipuolistuminen.²⁴

96. Ilmoittaja sekä markkinatoimijat ovat korostaneet vastauksissaan erityisesti Internet-television eli OTT-palveluiden merkityksen kasvua. OTT-palveluiden tarjonta on mahdollista avoimen internetin yli ilman, että palvelun tuottajan tarvitsisi hallita tilaajayhteyttä. OTT-palvelut ja muut vaihtoehtoiset jakelutavat kuten internetin välityksellä toimivat tilausvideopalvelut ovat lisänneet kilpailua erityisesti televisiosarjojen ja elokuvien tarjonnassa. Keskeisiä OTT-palveluita ovat muun muassa MTV3:n Katsomo.fi, Nelonen Median Ruutu.fi sekä ulkomaiset Netflix, Viaplay ja HBO Nordic. Uuden teknologian (LTE) mahdollistamat nopeammat mobiililaajakaistayhteydet kasvattavat OTT-palveluiden alueellista saatavuutta.
97. Eräässä lausunnossa on esitetty, että DNA kykenisi suosimaan omia sisältöjään tarjotessaan laajakaistapalveluita. Lausunnon mukaan DNA:n tulisi taata yhtäläinen kapasiteetti kaikille sen laajakaistaverkkoa hyödyntäville palveluille. Virasto ei pidä kuitenkaan selvänä, että DNA:n kannattaisi pyrkiä syrjimään OTT-liikennettä omassa verkossaan. DNA:n laajakaistatuotteiden kysyntä on riippuvainen niiden mahdollistamien sisältöpalveluiden laadusta. Tästä syystä DNA:n ei todennäköisesti kannata rajoittaa verkossaan saatavilla olevien laajakaistapalveluiden laatua.
98. Viraston arvion mukaan satelliittiteleviio ja avoimen internetin kautta jaettavat sisällöt kilpailevat keskittymän maksutelevisiopalveluiden kanssa ja rajoittavat siten keskittymän mahdollisuuksia nostaa palveluidensa hintoja. Satelliittitelevision valtakunnallisen peittoalueen ja laajan ohjelmatarjonnan ansiosta keskittymä ei ole monopoliasemassa edes niillä alueilla, joilla asiakkailla ei ole mahdollisuutta kaapelitelevision vastaanottoon tai laajakaistapalveluihin.

4.4.2. Maksutelevisiopalveluiden hankintojen markkinat

99. Horisontaalinen yrityskauppa voi johtaa tehokkaan kilpailun estymiseen suhteessa tavarantoimittajiin tai vahvistamalla yhden tai useamman yrityksen neuvotteluvoimaa (ns. ostajavoimaa) tuotantoketjun alkupään markkinoilla. Useissa Kilpailu- ja kuluttajaviraston saamista lausunnoissa on esitetty, että yrityskaupan seurauksena DNA:n asema maksutelevisiopalveluiden hankintamarkkinoilla vahvistuu.
100. Lausunnoissa on epäilty, että yksi isompi yksikkö pystyy paremmin vaikuttamaan hankintojen hintatasoon, koska yrityskauppa vähentää sisällöstä kilpailevien palveluoperaattorien lukumäärää. Suuri osa viraston kuulemisesta markkinatoimijoista on myös tuonut esiin, että kaupan jälkeen DNA on Suomessa ainoa maksutelevisiopalveluita tarjoava toimija, jolla on mahdollisuus toimia käytännössä kaikilla eri jakelualustoilla ja niiden avulla tavoit-

²⁴ Ks. "Maksu-tv:n muuttuva arvoverkko. Maksu-tv:n kehitystrendeistä 2010-luvulla" LVM:n julkaisuja 35/2011.

taa kaikki televisionkatselijat valtakunnallisesti. Tämän on nähty muodostavan DNA:sta yrityskaupan jälkeen välttämättömän kauppakumppanin televisiokanavia ja kanavapaketteja tarjoaville yrityksille.

101. Lausuntojen mukaan ostajavoiman kasvu mahdollistaisi DNA:lle alemman ohjelmasisältöjen hankintahinnan sekä tehokkaamman ohjelmapakettien muodostamisen. Näkemykseen yhdistyy myös huoli, jonka mukaan keskittymä voisi käyttää asemaansa hyväkseen hankkiakseen yksinoikeuden joihinkin keskeisimmistä sisällöistä. Yksinoikeus tiettyyn ohjelmasisältöön voisi vahvistaa keskittymän markkinavoimaa maksutelevisiopalveluiden vähittäismarkkinoilla. Lisäksi operaattoreiden laajentuessa ohjelmahankintojen markkinoille operaattoreiden solmimat yksinoikeudelliset sisältösopimukset mahdollistaisivat entistä laajemmassa mittakaavassa sisältöjen keskittymisen tietyn operaattorin jakelualustalle.
102. Vaikka keskittymän ostajavoima yrityskaupan toteutuessa kasvaisikin, on huomattava, että myös maksutelevisiopalveluiden tarjonta on hyvin keskittynyttä. Ostajavoiman arvioinnissa on keskeistä, onko ostajalla muita toimittajavaihtoehtoja. Markkinatoimijat ovat kuvanneet Bonnierin ja Sanoman tarjoamia sisältöpalveluita välttämättömiksi osiksi maksutelevisio-operaattorien ohjelmatarjontaa.
103. Kilpailuvirasto käsitteli jakeluoperaattoreiden ostajavoimaa myös TV 4 / CMore -yrityskauppapäätöksessään vuonna 2008.²⁵ Viraston silloisen näkemyksen mukaan jakeluoperaattorien vastavoima vahvoille televisioyhtiöille ei ollut riittävä kumoamaan yrityskaupassa syntyvän keskittymän markkinavoimaa.
104. TV4 / CMore -päätöksessä viitattiin komission aiempiin ratkaisuihin, joissa se oli arvioinut kaapeliverkon jakeluoperaattoreiden tasapainottavaa ostajavoimaa suhteessa kanavayhtiöihin.²⁶ Analyysissään komissio kiinnitti huomiota ennen kaikkea siihen, kuinka monta kotitaloutta on kytkeytynyt kunkin kaapelioperaattorin verkkoon eli kuinka suuri on operaattorin potentiaalinen asiakasmäärä.
105. Kilpailuvirasto totesi TV4 / CMore -päätöksessään, että Suomen markkinarakenne on hyvin hajautunut, ja että silloisen suurimmankin operaattorin Welhon verkkoon kuului vain noin 320 000 kotitaloutta.²⁷ Virasto arvioi, että jakeluoperaattorien keskittymälle muodostama vastavoima oli rajallinen.
106. DNA:n ja PlusTV:n yhteenlaskettu asiakasmäärä vuonna 2012 oli [650 000–850 000] asiakasta, joten keskittymällä on selvästi suurempi potentiaalinen asiakasmäärä kuin TV4 / CMore -päätöksessä tarkastellulla

²⁵ Ks. Kilpailuviraston päätös 27.11.2008 yrityskauppa-asiassa TV4 AB / C More Group AB (Dnro 579/81/2008).

²⁶ Ks. komission päätökset IV/M.1439 – Telia/Telenor ja COMP/C.2-38.287 – Telenor / Canal+ / Canal Digital.

²⁷ Vain osa asiakkaista tilaa maksukanavia.

Welholla. Virasto arvioi yrityskaupassa syntyvän keskittymän ostajavoiman kuitenkin edelleen rajalliseksi suhteessa hankintamarkkinoiden tarjoajiin.

107. Keskittymän ostajavoiman kilpailuvaikutuksia arvioitaessa on otettava huomioon, että komission ja viraston aiemmissa päätöksissä on ollut kyse nimenomaan kanavayhtiöiden välisistä yrityskaupoista, joissa siis markkinoivan on oletettu kasvavan ohjelmalveluiden tarjontapuolella. Keskitymisasteen kasvun vaikutukset eivät ole välttämättä symmetriset markkinan kysyntäpuolella. Koska sisältö on kuluttajien näkökulmasta jakelualustaa tärkeämpi ostopäätökseen vaikuttava seikka, ovat palveluoperaattorit todennäköisesti riippuvaisempia kanavayhtiöistä kuin kanavayhtiöt palveluoperaattoreista.
108. Näkemys, jonka mukaan keskittymä muodostaisi välttämättömän sopimus-kumppanin kanavayhtiöille sen vuoksi, että se toimisi kaikilla eri jakelualustoilla, on liioiteltu. Yrityskauppa ei muuta DNA:n käyttämien jakelualustojen määrää lukuun ottamatta mahdollista laajentumista UHF-antenniverkon puolelle. [...].
109. Ostovoima-argumenttia arvioitaessa on otettava huomioon, että maksutelevisiopalveluiden hankintamarkkinat ovat osittain Suomea laajemmat. DNA:n maksutelevisiopalvelut keskittyvät yrityskaupan jälkeenkin vain Suomeen. Sen sijaan esimerkiksi TeliaSonera ja Viasat toimivat maksutelevisiopalveluiden markkinoilla myös Suomen ulkopuolella, mikä kasvattaa niiden potentiaalista asiakasmäärä ja lisää siten mahdollisesti niiden ostajavoimaa.
110. Maksutelevisiopalveluiden hankintamarkkinat ovat muuttuneet TV4 / CMore-päätöksen jälkeen muun muassa IPTV-operaattoreiden kasvaneen markkinaosuuden vuoksi. Kanavayhtiöiden neuvotteluvoimaa saattaa kasvattaa myös Internet-TV:n suosion kasvu. Lähettämällä sisältöjä avoimen internet-yhteyden yli kanavayhtiöt pystyvät ohittamaan perinteiset palveluoperaattorit. Internet-television avulla kanavayhtiöt kykenevät kilpailemaan palveluoperaattoreiden kanssa suoraan katsojien ajasta ja maksutelevisiopalvelutilauksista.
111. Ilmoittajan näkemyksen mukaan yrityskauppa ei vahvista osapuolten asemaa maksutelevisiopalveluiden hankintamarkkinoilla. [...].
112. Yksinoikeussopimusten kilpailuvaikutuksia tarkasteltaessa on otettava huomioon, että PlusTV:llä on ollut jo ennen yrityskauppaa antenniverkkoa koskeva yksinoikeus tärkeisiin MTV3:n maksutelevisiosisältöihin. Koska DNA:n ja PlusTV:n antennipalveluiden välillä ei ole ollut läheistä kilpailusuhdetta, yrityskauppa ei todennäköisesti muuta antenniverkon maksutelevisiopalveluiden kilpailutilannetta ainakaan MTV3-yksinoikeuden suhteen. Kaapeliverkossa yksinoikeussopimukset ovat harvinaisia, koska kaapelioperaattorit toimivat alueellisesti eri markkinoilla. Samasta syystä myös keskittymän eri jakeluteknologiat kattavia yksinoikeussopimuksia voidaan pitää epätodennäköisinä.

113. Kilpailu- ja kuluttajavirasto kiinnittää huomiota siihen, että mahdollinen ostajavoiman kasvu maksutelevisiopalveluiden hankintamarkkinoilla voi johtaa myös kuluttajan kannalta hyödyllisiin tehokkuusetiin. Kuluttajat saattavat esimerkiksi hyötyä ostajavoiman kasvusta ohjelmasisältöjen kiinnostavamman paketoinnin ansiosta.
114. Ostajavoiman kasvu voi myös alentaa keskittymän hankintamenoja. Maksutelevisiopalveluiden hankinnoissa sovelletaan yleisesti hinnoittelua, jossa maksutelevisioyhtiö maksaa kanavayhtiölle jokaisesta asiakkaasta kuukausittaisen maksun. Tämä tarkoittaa, että maksutelevisioyhtiön kustannus yhden lisäasiakkaan palvelemisesta on muuttuva kustannus. Koska maksutelevisioyhtiön kohtaama vähittäismarkkinan kysyntä on joustava, alempien hankintakustannusten tulisi teoriassa välittyä myös maksutelevisiopalveluiden hintaan. Myös akateeminen tutkimus tukee käsitystä, jonka mukaan jakeluoperaattorien hankintamenoissa tapahtuvat kustannussäästöt välittyvät ainakin osittain loppuasiakkaalle.²⁸
115. Yhteenvetona maksutelevisiopalveluiden hankintojen markkinoista voidaan todeta, ettei yrityskauppa todennäköisesti tule johtamaan sellaiseen ostajavoiman vahvistumiseen, jolla olisi kilpailun tai kuluttajien hyvinvoinnin kannalta haitallisia vaikutuksia.

4.4.3. Televisiolähetyspalvelut

116. Yrityskauppa vaikuttaa kilpailuun myös antenniverkon lähetyspalveluissa, jotka ovat vertikaalisessa suhteessa maksutelevisiopalveluiden vähittäismarkkinoihin. Antenniverkon lähetyspalveluita tarjoavat Digita ja DNA. Digitan lähetykset tapahtuvat UHF-verkossa ja niiden lähettäminen tapahtuu pääsääntöisesti DVB-T-standardilla.²⁹ DNA:n hallitsemisissa VHF-kanavanipuissa ohjelmat lähetetään DVB-T2-standardilla. DNA:n antenniverkon lähetysten vastaanottaminen edellyttää asiakkaalta VHF-antennia sekä digisovitinta tai televisiota, jossa on DVB-T2-vastaanotin.
117. Digitan antenniverkossa on useita free-to-air -asiakkaita, kuten YLE, MTV3 ja Nelonen. DNA:n verkossa lähetetään DNA:n omien maksutelevisiopalveluiden lisäksi vain YLE:n ilmaista HD-lähetystä.
118. Digita on lausunnossaan esittänyt huolensa tehokkaan verkko-operaattorikilpailun heikentymisestä tulevaisuudessa. Digitan mukaan yrityskaupan toteutuessa tulisi varmistaa, ettei DNA keskitä jatkossa kaikkia maksu-tv-palveluita ja asiakkuuksia vain omiin verkkoihinsa. Digita on myös esittänyt,

²⁸ Ks. Chipty, T. (1995), Horizontal integration for bargaining Power: Evidence from the Cable Television Industry. *Journal of Economics & Management Strategy*, 4: 375–397, sekä Ford, G. S., & Jackson, J. D. (1997). Horizontal concentration and vertical integration in the cable television industry. *Review of Industrial Organization*, 12(4), 501–518.

²⁹ Digitalla on verkkotoimiluvat kahteen DVB-T2-kanavanippuun (D ja H), joissa on mahdollista tarjota HD-palveluita. Kanavanipuissa ei tällä hetkellä ole kuitenkaan asiakkaita.

että televisiolähetyspalveluiden markkinoita tulisi tarkastella yhtenä kokonaisuutena kuten maksutelevisiopalveluiden markkinoitakin.

119. Digita on todennut omassa vastauksessaan viraston selvityspyyntöön, että DNA:n antenniverkon lähetyspalveluiden hinnat ovat edullisemmat kuin Digitan hinnat. Digitan arvion mukaan DNA:n lähetyspalveluiden 5–10 prosentin hinnannostolla ei olisi todennäköisesti vaikutusta Digitan toimintaan ilman suunniteltua yrityskauppaa. Digitan vastaus paljastaa, että Digita on pystynyt hinnoittelemaan lähetyspalvelunsa DNA:sta riippumatta.
120. DNA:n ongelmat asiakkaiden houkuttelemisessa sen antenniverkon asiakkaisi kertovat siitä, etteivät muiden lähetyspalveluiden (mukaan lukien Digitan antenniverkko) asiakkaat ole kokeneet DNA:n verkkoa kilpailukykyiseksi. DNA:n asemaa on heikentänyt erityisesti sen verkon erilainen teknologiastandardi ja siitä loppuasiakkaille aiheutuvat vaihtokustannukset.
121. Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan yrityskaupan vaikutus antenniverkon lähetyspalveluiden markkinoihin on kilpailua edistävä. Ilmoittajan mukaan Digitan kapasiteetin hinnoittelu on estänyt PlusTV:n toiminnan laajentamisen. [...]. Antenniverkon maksutelevisiotoiminnan tämän hetkisestä heikosta kannattavuudesta kertoo DNA:n, PlusTV:n sekä TDF Entertainmentin jo lopetetun TV Viihteen heikko taloudellinen menestys.
122. Pitkällä tähtäimellä DNA:n VHF-antenniverkon kehitys voi luoda kilpailupainetta myös Digitan UHF-antenniverkon lähetyspalveluille. Antenniverkon lähetyspalveluiden lisääntyvä kilpailu saattaa alentaa niiden hintaa ja houkuttaa antenniverkkoon myös uusia palveluoperaattoreita.
123. Digita on esittänyt, että DNA:n vahva asema useilla eri markkinoilla mahdollistaisi kustannusten kohdistamisen siten, että verkko- ja kuluttajapalveluiden hinnat eivät vastaisi niiden todellisia kustannuksia. Tämä puolestaan voisi vääristää kilpailua sekä verkkopalveluiden että maksu-tv-palveluiden tarjonnassa. Digitan mukaan yrityskauppavalvonnan tulisi varmistaa, että DNA jatkossa hinnoittelee verkko- ja maksutelevisiopalvelunsa perustuen niiden tuottamisesta aiheutuviin todellisiin kustannuksiin ja eriyttää nämä laskelmat jakeluverkoittain.
124. Jotta Digitan tarkoittamaa ristiinsubventointia voitaisiin pitää kilpailuoikeudellisesti ongelmallisena, menettelystä tulisi aiheutua muita toimijoita markkinoilta selvästi poissulkevia vaikutuksia. Mitä tahansa markkinoilla ilmenevää ristiinsubventointia ei voida automaattisesti pitää kilpailuoikeudellisesti ongelmallisena tai kiellettyä, vaan kyseisen menettelyn taloudelliset vaikutukset on erikseen arvioitava siinä asiayhteydessä, jossa ne tosiasiallisesti ilmenevät.
125. Keskittymän mahdollisuuksista poissuljentaan laajakaistapalveluiden markkinoilla on keskusteltu edellä. Tässä yhteydessä keskitytään siten vain yrityskaupan poissulkeviin vaikutuksiin antenniverkon lähetyspalveluiden

markkinoilla. Markkinoiden sulkemiseen liittyviä kilpailuongelmia tarkasteltaessa kiinnitetään yleensä huomiota seuraavien edellytysten täyttymiseen (i) keskittymällä on kyky sulkea markkinat, (ii) keskittymällä on kannustin sulkea markkinat ja (iii) keskittymän toiminnalla on merkittävä haitallinen vaikutus tehokkaaseen kilpailuun.³⁰

126. DNA:n asema antenniverkon lähetyspalveluiden markkinoilla on ennen yrityskauppaa niin heikko, ettei sen voida realistisesti ajatella pystyvän Digitan poissulkemiseen. Ilmoittajan mukaan DNA:n markkinaosuus antenniverkon lähetyspalveluiden markkinoilla on noin [1–10] prosenttia. PlusTV:n Digitalta ostamat lähetyspalvelut vastaavat noin [20–40] prosenttia markkinoiden kokonaisarvosta. Siinäkin tapauksessa, että keskittymä siirtäisi PlusTV:n lähetykset kokonaan DNA:n verkkoon, Digita olisi edelleen suurin antenniverkon lähetyspalveluiden tarjoaja. Kuten edellä on kuvattu, DNA ei ole edullisesta hinnoittelustaan huolimatta kyennyt houkuttelemaan uusia asiakkaita antenniverkkoonsa.
127. Digitan asema antenniverkon lähetyspalveluissa perustuu pitkälti sen antenniverkon valtakunnalliseen peittoalueeseen. Koska DNA:n oma antenniverkko ei peitä koko maata, DNA on yrityskaupan jälkeenkin muiden antenniverkon palveluoperaattorien tavoin todennäköisesti osittain riippuvainen Digitan verkkopalveluista. Siksi on pidettävä epätodennäköisenä, että DNA:lla olisi mahdollisuutta tai kannustimia Digitan poissulkemiseen. Markkinaosuuksien tasoittumisen antenniverkon lähetyspalvelujen markkinoilla voidaan katsoa edistävän tehokasta kilpailua.
128. Yrityskaupalla saattaa olla myös yleisen taloudellisen tehokkuuden kannalta suotuisia vaikutuksia. [...].
129. Peräkkäisten monopolien ongelma syntyy tilanteessa, jossa sekä ylemmän että alemman jakeluportaan yrityksellä on omalla markkinallaan markkina-voimaa. Käsillä olevassa yrityskaupassa ylemmän jakeluportaan yritys on lähetyspalvelujen tarjoaja ja alemman jakeluportaan yritys maksutelevisioyhtiö.
130. Verkkoyhtiön päätettyä hinnasta, jonka se veloittaa maksutelevisioyhtiöltä, sen intresseissä on vähittäismarkkinoiden volyymin maksimointi. Mitä enemmän maksutelevisioyhtiöt ovat valmiita tinkimään omista marginaaleistaan, sitä alempi on vähittäismarkkinan hinta ja sitä suurempi myyntimäärä.
131. Lähetyspalveluiden tarjoajan ja palveluoperaattorin suhde on kuin komplementaaristen tuotteiden valmistajilla: kumpikin toivoo toisen laskevan hintaansa. Yleisen taloudellisen tehokkuuden kannalta asetelma johtaa hyvinvointitappioon, koska kumpikin yritys lisää myymänsä tuotteen kustannusten päälle oman marginaalinsa.

³⁰ Ks. Kilpailuviraston suuntaviivat yrityskauppavalvonnasta 2011.

132. Vertikaalinen integraatio, jossa verkkoyritys ostaa palveluoperaattorin, pienentää peräkkäisten monopolien ongelmasta syntyvää hyvinvointitappiota. On mahdollista, että keskittymällä on yrityskaupan jälkeenkin markkinavoimaa maksutelevisiopalveluiden vähittäismarkkinoilla. Olennaista on kuitenkin huomata, että tilanne on edellä kuvatusta näkökulmasta lähtökohtaisesti tehokkaampi kuin tilanteessa, jossa sekä antenniverkon lähetysoalveluita tarjoavalla yrityksellä että maksutelevisioyhtiöllä on markkinavoimaa.
133. Yrityskaupan kokonaisvaikutusta kilpailuun televisiolähetysoalveluiden markkinoilla voidaan todennäköisesti pitää positiivisena. Antenniverkon maksutelevisiopalveluiden markkinoilla toimivat yritykset ovat toimineet toistaiseksi poikkeuksetta tappiollisesti, pitkälti lähetysoalveluiden hinnoittelusta johtuen. Paremminkin toimiva kilpailu lähetysoalveluiden markkinoilla saattaa edistää myös kilpailua vähittäismarkkinoilla.

4.4.4. Kaapelitelevisiopalvelut ja laajakaistapalvelut kuluttajille

134. Edellä esitetyn lisäksi kaapelitelevisiopalveluiden ja kuluttajien laajakaistapalveluiden osalta KKV:n selvityksissä ei ole ilmennyt sellaista, mikä viittaisi siihen, että yrityskaupan seurauksena tehokas kilpailu olennaisesti estyisi markkinoilla.
135. Myöskään viraston markkinatoimijoilta saamien lausuntojen perusteella ei voida tehdä sellaista johtopäätöstä, että yrityskauppa aiheuttaisi näillä markkinoilla merkittäviä haitallisia kilpailuvaikutuksia.

4.5 Johtopäätös

136. Kilpailu- ja kuluttajaviraston 24.6.2013 tekemä päätös asian jatkoselvitysvaiheeseen siirtämisestä sisältää alustavia epäilyjä keskittymän mahdollisesti aiheuttamista haitallisista kilpailuvaikutuksista. Asiassa tehdyt jatkoselvitykset ovat kuitenkin osoittaneet, että yrityskaupalla ei viraston arvion mukaan ole sellaisia kilpailun kannalta haitallisia vaikutuksia, joihin puuttumista kilpailulain yrityskauppavalvontasäännökset edellyttäisivät. Asian näin päättyessä relevanttien markkinoiden määrittelyminen voidaan jättää avoimeksi.

5. RATKAISU

137. Kilpailu- ja kuluttajavirasto hyväksyy yrityskaupan, jossa DNA Oy hankkii yksinomaisen määräysvallan Digi TV Plus Oy:ssä. Viraston arvion mukaan yrityskauppa ei kilpailulain 25 §:ssä tarkoitetulla tavalla olennaisesti estä kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla.

6. SOVELLETUT SÄÄNNÖKSET

138. Kilpailulaki (948/2011) 21, 22, 24, 25 ja 26 §.

7. MUUTOKSENHAKU

139. Kilpailu- ja kuluttajaviraston tässä asiassa antamaan päätökseen saa haakea muutosta markkinaoikeudelta kilpailulain 44 §:n mukaan siten kuin hallintolainkäyttölaissa (586/1996) säädetään. Valitusosoitus on päätöksen liitteenä.
140. Lisätietoja päätöksestä antaa erikoistutkija Keijo Ranta, puhelin 029 505 3365, sähköposti etunimi.sukunimi@kkv.fi

Ylijohtaja Timo Mattila

Erikoistutkija Keijo Ranta

Liitteet: Kanavapakettien hintaesimerkkejä

Liite: Kanavapakettien hintaesimerkkejä

	Kaapelitelevisiopaketit		Antennitelevisiopaketit					Satelliittitelevisiopaketit				
	DNA		DNA		PlusTV			Viasat		Canal Digital		
Paketti	DNA Welho TV Mix HD	DNA Welho TV L	DNA Welho Antenni Mix HD	DNA Welho Antenni L	PlusTV Verraton	PlusTV Jätti	MTV3 Total	Viasat Tuplalatina	Viasat Sport + Nelonen paketti	Perhe HD + MTV3 Total	Perhe HD + MTV3 Sport	MTV3 Total
Sopimuksen kesto	24 kk	Toistaiseksi	Toistaiseksi	Toistaiseksi	Toistaiseksi	Toistaiseksi	Toistaiseksi	24 kk	24 kk	24 kk	24 kk	24 kk
Hinta (e/kk)	34,95	29,95	24,95	34,95	19,95	26,95	24,95	59,95	39,95	49,90	39,90	29,90
Korttimaksu (e/kk)	0,00 (2,90)	0,00 (2,90)	2,90	2,90	3,50	3,50	3,50	4,83	4,83	4,10	4,10	4,10
Avausmaksu	0,00 (30,00)	0,00 (30,00)	30,00	30,00	39,90	39,90	39,90	0,00 (49,00)	0,00 (49,00)			
Asennus								0,00 (180,00)	0,00 (180,00)	0,00 (150,00)	0,00 (150,00)	0,00 (150,00)
Toimitusmaksu								0,00 (29,00)	0,00 (29,00)	0,00	60,00	60,00
Lautasantenni								0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
HD-Digiboksi	WBOX HD 2 DVR 0,00							0,00 (299)	99,00 (299,00)	19,00	19,00	19,00
Tallentava HD-boksi								199,00 (599,00)	299,00 (599,00)	219,00	219,00	219,00
Kanavat (kaikki/HD/3D)	8 vapaasti valittavaa (88/15/1)	32/0/0	8 vapaasti valittavaa (13/3/0)	13/0/0	7 vapaasti valittavaa (13/0/0)	13/0/0	8/0/0	>50/18/1	12/3/0	76/14/1	66/11/1	33/6/0