

31.8.2015

1. Asia

1. Jääkiekon SM-liiga Oy:n lähetysoikeuksien yhteismyyntijärjestely.

2. Osapuolet

2. Jääkiekon SM-liiga Oy
3. Toimenpidepyynnön tekijä: UrhoTV Oy

3. Ratkaisu

4. Asia poistetaan käsittelystä.

4. Asian vireilletulo

5. Jääkiekon SM-liiga Oy ("Liiga") järjesti lähetysoikeuksiensa myymiseksi tarjouskilpailun keväällä 2012. Kilpailu- ja kuluttajavirasto ("KKV") aloitti asian selvittämisen oma-aloitteisesti 20.6.2012. Lisäksi KKV vastaanotti asiassa UrhoTV:n toimenpidepyynnön 26.11.2012.
6. Toimenpidepyynnön mukaan asiassa on kyse kilpailulain 5 §:ssä tarkoitettua kielletystä kilpailunrajoituksesta. KKV on lisäksi selvittänyt oma-aloitteisesti voisiko Liigan menettelyssä olla kyse kilpailulain 7 §:ssä kielletystä määräävän markkina-aseman väärinkäytöstä.
7. KKV lähetti päätösluonnoksensa Liigalle (434/2003) 34 §:n mukaiselle kuulemiselle 20.8.2015. Liiga ei esittänyt lausuttavaa päätösluonnoksen osalta.

5. Asiaselostus

5.1. Liigan lähetysoikeuksien yhteismyynti

8. Liiga myy otteluidensa lähetysoikeudet tarjouskilpailun perusteella tietyn sopimuskauden ajaksi. Viimeisimmän, keväällä 2012 järjestetyn, tarjouskilpailun seurauksena kaikki Liigan lähetysoikeudet myytiin yksinoikeudella Sanoma Media Finlandille ("Sanoma") viiden SM-liigakauden ajaksi.
9. Lähetysoikeuksien yhteismyyntissä on kyse jääkiekon SM-liigassa pelaavien seurojen välisestä sopimuksesta, jolla seurat luovuttavat otteluiden lähetysoikeuksien myynnin Liigan hoidettavaksi. Yhteis-

31.8.2015

myynnin seurauksena seurat eivät markkinoi otteluiden lähetysoikeuksia itsenäisesti eivätkä näin ollen myöskään kilpaile keskenään lähetysoikeuksien myynnissä.

5.2. Maksullisten televisiopalveluiden markkinoista

10. Liiga myy lähetysoikeuksiaan oikeuksien hankintamarkkinoilla, jossa ostajina toimivat televisiopalveluita tarjoavat kanavaoperaattorit, jotka tuottavat lähetysoikeuksien avulla erilaisia sisältöjä ja sijoittavat niitä kanavilleen. Kanavaoperaattorit myyvät kanavia tai useista kanavista koostuvia kanavapaketteja tukkumarkkinoilla, jossa ostajina ovat jakeluoperaattorit. Jakeluoperaattorit myyvät kanavia ja kanavapaketteja kuluttajille vähittäismarkkinoilla. Kanava- ja jakeluoperaattorit voivat olla myös vertikaalisesti integroituneita.
11. Lähetysoikeuksien avulla tuotettua televisiosisältöä voidaan välittää kuluttajille useissa eri jakelukanavissa¹, erilaisten teknisten alustojen välityksellä² ja erilaisia kuluttajarajapinnan tuote- ja sopimuskaisuja hyödyntäen³.

6. Oikeudellinen arvio

12. KKV arvioi asiaa kilpailijoiden välisenä yhteistyönä ja on arviossaan ottanut huomioon kilpailulain 5 §:n ja SEUT 101 artiklan soveltamisalan sekä soveltamiskäytännön. Komission jalkapallosarjoja koskevassa ratkaisukäytännössä lähetysoikeuksien yhteismyynnissä on katsottu olevan kyse seurojen välisestä horisontaalisesta sopimuksesta, jolla rajoitetaan seurojen mahdollisuutta tehdä itsenäisiä kaupallisia päätöksiä ja kilpailla toisiaan vastaan lähetysoikeuksien myynnissä. Yhteismyyntijärjestelyn hyväksymisen kannalta keskeisintä on komission ratkaisukäytännössä ollut se, ettei kilpailu alamarkkinoilla sulkeudu pois. Nyt käsiteltävänä olevassa asiassa KKV on komission ratkaisukäytännön mukaisesti keskittynyt arvioimaan vaikutuksia alamarkkinoilla.
13. KKV katsoo, ettei Liigan menettelyä ole syytä arvioida kilpailulain 7 §:n nojalla, koska on epätodennäköistä, että Liiga olisi määräävässä markkina-asemassa relevanteilla markkinoilla. Relevantteja markki-

¹ Eri jakelukanavia ovat mm. kaapeli- ja terrestriaalitelevisiot sekä IPTV.

² Erilaisia teknisiä alustoja ovat mm. perinteinen televisio, tietokone sekä mobiililaitteet.

³ Kuluttaja voi esimerkiksi maksaa sisällöstä kuukausittain tai vain yksittäisestä katselukerrasta. Myös sisällömäärässä voi olla sopimuskohtaisia eroja esimerkiksi siten, että kalliimpi sopimus kattaa kaikki Liigan ottelut ja halvempi vain rajatun määrän otteluita. Lähetysoikeuksista voidaan lisäksi muodostaa muita kuin live-lähetykseen perustuvia tuotteita kuten ns. huippuhetket-kooste tai jälkilähetykset.

31.8.2015

noita sekä Liigan markkina-asemaa käsitellään tarkemmin jäljempänä.

6.1. Relevantit markkinat ja Liigan markkina-asema

14. Lähetysoikeuksien hankintamarkkinoilla kanavaoperaattorit tavoittelevat lähetysoikeuksia, jotka toimivat televisiokanavien valmistuksen raaka-aineena. Viime kädessä katsojien preferenssit määrittelevät sen, mitkä lähetysoikeudet ovat kanavaoperaattorin näkökulmasta toisiaan korvaavia. Yhtäältä osa sisällöistä on muita vaikeammin korvattavissa, eivätkä kaikki sisällöt ja lähetysoikeudet kuulu samoille relevanteille markkinoille. Toisaalta sisällöt ovat yleensä jossain määrin toisiaan korvaavia ja samoista asiakasryhmistä voidaan kilpailla useammalla erilaisella sisältökokonaisuudella.
15. Kilpailuviraston TV 4 AB/C More Group AB -yrityskauppapäätöksessä relevantteina hyödykemarkkinoina pidettiin urheilutapahtumien lähetysoikeuksien hankintamarkkinoita.⁴ Elokuvien ja televisiosarjojen lähetysoikeuksien hankintamarkkinoita pidettiin erillisinä urheilun lähetysoikeuksien hankintamarkkinoista. Tässä asiassa voidaan lähetysoikeuksien hankintamarkkinoiden osalta pitää lähtökohtana TV 4 AB/C More Group AB -yrityskauppapäätöksessä tehtyä markkinamäärittelyä. Lopullinen ja tarkempi markkinamäärittely ei ole tarpeen asian ratkaisun kannalta.
16. Vaikka SM-liigaseurojen välinen horisontaalinen yhteistyö tapahtuu ylämarkkinoilla, lähetysoikeuksien hankintamarkkinoilla, järjestelyn kilpailuvaikutukset heijastuvat ennen kaikkea alamarkkinoille, jossa kanavaoperaattorit ja niiden kanavapaketit kilpailevat katsojista. Alamarkkinoiden osalta sekä KKV että komissio ovat ratkaisukäytännössään katsoneet maksullisten ja maksuttomien televisiopalveluiden kuuluvan lähtökohtaisesti eri relevanteille hyödykemarkkinoille. TV 4 AB/C More Group AB -yrityskauppapäätöksessä Kilpailuvirasto katsoi, että relevantteina tuotemarkkinoina tulee pitää maksullisten televisiopalveluiden tukkumarkkinoita.
17. Jakeluoperaattoreiden välinen kilpailu vähittäismarkkinoilla muistuttaa jälleenmyyntimallia, jossa tuote ja hinta eivät vaihtele merkittävästi eri jakelijoiden välillä. Merkittävimmät kanavat ja sisällöt ovat saatavissa kaikista jakelukanavista. Tällaisessa tilanteessa on epätodennäköistä, että Liigan lähetysoikeuksien yksinomainen toimitus jollekin kanavaoperaattorille vaikuttaisi merkittävästi jakeluoperaattoreiden väliseen kilpailuun. Mahdollinen tukkuhintojen nousu siirtyisi todennäköisesti suoraan kuluttajien maksettavaksi. KKV on otta-

⁴ Yrityskaupan hyväksyminen ehdollisena; TV 4 AB/C More Group AB. Dnro 579/81/2008, 27.11.2008.

31.8.2015

nut asian arvioinnissa huomioon, että jakeluoperaattorit toimivat jo tällä hetkellä ostajina lähetysoikeuksien tukkumarkkinoilla ja kilpailevat tältä osin kanavaoperaattoreiden kanssa. Vain tietyiltä jakeluoperaattoreilta saatavien eksklusiivisten sisältöjen määrä ei ole tällä hetkellä merkittävä mutta on mahdollista, että tulevaisuudessa tilanne muuttuu, mikä saattaisi osaltaan vaikuttaa merkittävien lähetysoikeuksien yhteismyyntijärjestelyjen kilpailuoikeudelliseen arviointiin.

18. Edellä mainittu huomioiden KKV katsoo, että nyt käsiteltävänä olevassa asiassa alamarkkinoiden kilpailuvaikutusten arvioimiseksi voidaan tarkastelu kohdistaa ensisijaisesti maksullisten televisiopalveluiden tukkumarkkinoihin. Asian ratkaisun kannalta relevanttien hyödykemarkkinoiden täsmällinen määrittely ei ole kuitenkaan tarpeen.
19. TV 4 AB/C More Group AB -yrityskauppapäätöksessä Kilpailuvirasto katsoi, että maksullisten televisiopalveluiden markkinat olivat maantieteelliseltä laajuudeltaan enintään kansalliset. Myös komissio on ratkaisuisaan pitänyt televisiopalveluiden markkinoita kansallisina tai mahdollisesti tietyn kielialueen laajuisina.⁵ Tässäkin asiassa voidaan pitää lähtökohtana, että relevantit maantieteelliset markkinat ovat enintään Suomen laajuiset. Koska SM-liiga on valtakunnallinen urheilukilpailu eikä jääkiekon suosion voida olettaa poikkeavan merkittävästi eri alueilla, markkinat eivät todennäköisesti ole myöskään kansallisia pienemmät.
20. Vaikka jääkiekon SM-liiga on yksi merkittävimmistä lähetysoikeuksista Suomessa, se kohtaa kilpailupainetta etenkin muiden urheilun lähetysoikeuksien taholta. Ottaen huomioon kilpailevan sisällöntarjonnan laajuuden ei voida pitää todennäköisenä, että Liigalla olisi määräävä markkina-asema urheilutapahtumien lähetysoikeuksien hankintamarkkinoilla. Asian ratkaisun kannalta Liigan markkina-aseman lopullinen ja tarkempi määrittely ei ole kuitenkaan tarpeen.

6.2. Yhteismyyntijärjestelyn kilpailuvaikutukset

21. Yhteistyö Liigan seurojen välillä on välttämätöntä ja seurat ovat riippuvaisia toisistaan. Jokainen ottelu on eräänlainen seurojen välinen yhteistuotanto ja ottelun taloudellinen arvo muodostuu siitä, että se muodostaa yhdessä muiden otteluiden kanssa yhtenäisen liigatuotteen. Ilman Liigaa yksittäinen ottelu olisi lähes arvoton.

⁵ 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.

31.8.2015

22. KKV huomioi, että Liigan seurojen resurssit ovat pienet verrattuna esimerkiksi suurten eurooppalaisten jalkapallosarjojen seuroihin, eikä kaikilla seuroilla välttämättä ole mahdollisuutta myydä ja markkinoida lähetysoikeuksiaan tehokkaasti. Tästä huolimatta KKV katsoo, että todennäköisesti hajautettu lähetysoikeuksien myynti olisi ainakin jossain määrin mahdollista. Asiaa ei ole kuitenkaan selvitetty tarkemmin, sillä KKV katsoo, että sillä ei ole merkitystä asian ratkaisun kannalta.
23. Liigan seurojen edellytykset lähetysoikeuksien itsenäiseen myyntiin ja markkinointiin ovat keskenään hyvin erilaiset, minkä vuoksi hajautettu myynti johtaisi todennäköisesti lähetysoikeuksista saatavien tulojen epätasaiseen jakaantumiseen. Tässä mielessä voi olla perusteltua tasata seurojen välisiä voimasuhteita yhteismyynnin avulla, mikä on omiaan nostamaan SM-liigan urheilullista tasoa pitkällä aikavälillä. Epätasaiset voimasuhteet vähentävät kilpaurheilun mielenkiintoa ja taloudellista arvoa. Urheilullisesti tasainen ja korkeatasoinen SM-liiga on pitkällä tähtäimellä sekä seurojen että kuluttajien edun mukainen tavoite.
24. Liigan lähetysoikeuksien hajautettu myynti ei välttämättä johtaisi kuluttajien kannalta parempaan lopputulokseen. Kuluttajien näkökulmasta on luultavasti helpompaa, että yhtenäisen liigatuotteen voi ostaa yhdestä paikasta ja yhdessä kanavapakettissa useiden erillisten kanavapakettien sijaan. Tämä voi myös olla kuluttajalle edullisempää. On mahdollista, että yhteismyyntijärjestelyn seurauksena lähetysoikeuksien hinnat ja kanavaoperaattoreiden sisältökustannukset ovat korkeammat kuin hajautetussa myyntijärjestelyssä. On kuitenkin epätodennäköistä, että kanavaoperaattorit kykenisivät nostamaan merkittävästi kanavapakettien kuluttajahintoja tilanteessa, jossa SM-liigan kanssa kilpailevia sisältöjä on runsaasti.

6.3. Kilpailuvaikutukset alamarkkinoilla

25. Yhteismyynnillä saattaa olla kilpailunvastaisia vaikutuksia etenkin silloin, kun oikeudet myydään eksklusiivisesti vain yhdelle toimijalle. Komission vertikaalisten suuntaviivojen mukaan tällainen yksinomainen toimitus voi aiheuttaa kilpailuongelmia, mikäli se johtaa muiden ostajien sulkeutumiseen markkinoilta.⁶ Tässä asiassa yksinomainen toimitus on kestoaltaan jopa viisi vuotta, minkä vuoksi sopimuksen kilpailuvaikutuksiin tulee kiinnittää erityistä huomiota. Tästä huolimatta KKV katsoo, että nyt käsiteltävän yhteismyyntijärjestelyn kielteiset kilpailuvaikutukset ovat epätodennäköisiä.

⁶ Komission suuntaviivat vertikaalisista rajoituksista, EUVL C 130/1, 19.5.2010, kohta 194.

31.8.2015

26. Ensinnäkin Liigan lähetysoikeudet yksinoikeudella saaneen Sanoman markkinavoima on rajallinen sekä hankintaketjun alku- että loppupään markkinoilla, mikä vähentää kilpailijoiden poissulkeutumisen riskiä.⁷ Toiseksi yksinomainen toimitus koskee vain SM-liigaa eikä estä Sanoman kilpailijoita hankkimasta muita sisältöjä maksutelevisiomarkkinoilla toimimista varten. Vaikka SM-liiga on yksi merkittävimmistä maksutelevisiosisällöistä, yksittäisenä sisältönä sen painoarvo kanavapakettien välisessä kilpailussa on rajallinen. Pelkkää SM-liigaa koskeva yksinomainen toimitus ei todennäköisesti mahdollista Sanoman kilpailijoiden poissulkeutumista. Merkittävän markkinavoiman saavuttaminen maksutelevisiopalveluiden tukku-markkinoilla edellyttää useiden merkittävien lähetysoikeuksien ja sisältöjen hallintaa.
27. MTV on edelleen selkeä markkinajohtaja Suomen maksutelevisiomarkkinoilla ja sillä on hallussaan laaja urheilu-oikeuksien portfolio. Liigan lähetysoikeuksien siirtyminen viideksi vuodeksi Sanomalle on antanut sille mahdollisuuden kehittää ja laajentaa toimintaansa, mikä voi nykyisessä markkinatilanteessa tasoittaa kilpailuasetelmaa ja näin lisätä markkinoiden kilpailullisuutta. Pitkällä aikavälillä on kuluttajien edun kannalta tärkeää, että kanavaoperaattorit toimivat tehokkaasti kilpailuilla markkinoilla.
28. UrhoTV menetti aikaisemmin hallinnassaan olleet Liigan lähetysoikeudet kevään 2012 tarjouskilpailussa. Vaikka oikeuksien menetys on todennäköisesti vaikuttanut UrhoTV:n markkinoilta poistumiseen, kehitystä ei voida pitää osoituksena siitä, että Liigan lähetysoikeudet olisivat välttämätön edellytys maksutelevisiomarkkinoilla toimimiselle. Ensinnäkin on huomattava, että UrhoTV:n toiminta oli ollut raskeasti tappiollista jo ennen Liigan oikeuksien menetystä. Toiseksi markkinoilla toimii myös tällä hetkellä yrityksiä, joilla ei ole jääkiekon SM-liigaa kanavapaketeissaan.
29. Tarjouskilpailumenettelyssä, jossa Liigan kaikki lähetysoikeudet myydään useiden vuosien ajaksi vain yhdelle toimijalle lähetysoikeuksien hinta saattaa muodostua niin korkeaksi, ettei kaikilla pienillä toimijoilla ole realistisia mahdollisuuksia hankkia Liigan oikeuksia. Tällainen markkinoille tulon hankaloituminen saattaa joissain tilanteissa hidastaa uusien teknologioiden käyttöönottoa ja kehitystä, mistä aiheutuu haittaa kuluttajille. Komissio on pyrkinyt ratkaisemaan tämän ongelman edellyttämällä, että lähetysoikeudet myydään korkeintaan kolmeksi vuodeksi kerrallaan ja että lähetysoikeu-
-

31.8.2015

det tarjotaan myytäväksi osakokonaisuuksiin pilkottuna tai vaihtoehtoisesti oikeudet myydään useammalle kuin yhdelle toimijalle.⁸

30. Liigan keväällä 2012 järjestämässä tarjouskilpailussa oikeudet oli pilkottu erilaisiin osakokonaisuuksiin. Tarjouskilpailun lopputuloksena oli kuitenkin se, että kaikki oikeudet menivät vain yhdelle toimijalle. Koska jääkiekon SM-liiga ei ole ainut merkittävä maksutelevisiosisältö vaan kilpailee etenkin muiden urheilusisältöjen kanssa, KKV ei pidä todennäköisenä, että pelkästään Liigan lähetysoikeuksia koskeva menettely olisi rajoittanut merkittävästi maksutelevisiopalveluiden markkinoille tuloa. Asian selvittämisen yhteydessä ei myöskään ole saatu viitteitä siitä, että menettely olisi rajoittanut jonkun jakelukanavan tai -teknologian hyödyntämistä tai vaikeuttanut uuden teknologian käyttöönottoa tai kehitystä.

6.4. Johtopäätökset oikeudellisesta arviosta

31. Liigan lähetysoikeuksien yhteismyynnissä on kyse seurojen välisestä horisontaalisesta sopimuksesta, jolla rajoitetaan seurojen mahdollisuutta tehdä itsenäisiä kaupallisia päätöksiä ja kilpailla toisiaan vastaan lähetysoikeuksien myynnissä. Menettely voi olla kielletty kilpailulain 5§:ssä tai SEUT 101 artiklassa ja se saattaa johtaa kuluttajia haittaavaan kilpailun rajoittumiseen. Yhteismyyntijärjestelyllä voi olla kilpailunvastaisia vaikutuksia maksutelevisiopalveluiden tukumarkkinoilla etenkin silloin kun on kyse kilpailun kannalta keskeisistä lähetysoikeuksista ja kun oikeudet myydään pitkäksi ajaksi vain yhdelle toimijalle. Yhteismyynnillä voi kuitenkin olla myös kilpailun ja kuluttajien kannalta myönteisiä vaikutuksia.
32. Asian selvittämisen yhteydessä ei ole saatu viitteitä siitä, että Liigan menettely kevään 2012 tarjouskilpailussa olisi ollut omiaan rajoittamaan kilpailua kuluttajien vahingoksi. Liigan lähetysoikeuksien myyminen maksutelevisiopalveluiden markkinoilla haastaja-asemassa olevalle Sanomalle on omiaan pikemminkin lisäämään kilpailua maksutelevisiopalveluiden markkinoilla kuin poistamaan sitä. Asian selvittämisen yhteydessä ei ole myöskään saatu näyttöä siitä, että Liigan lähetysoikeuksien hajautettu myynti, jossa seurat markkinoisivat lähetysoikeuksiaan itsenäisesti, johtaisi kuluttajien kannalta nykyistä parempaan lopputulokseen.
33. Liigan menettelyä ei ole syytä arvioida kilpailulain 7 §:n nojalla. Ottaen huomioon kilpailevan sisällöntarjonnan laajuuden ei ole todennäköistä, että Liigalla olisi määräävä markkina-asema urheilutapah-

⁸ Ks. asia COMP/C-2/37.214 Saksan Bundesliigan lähetysoikeuksien yhteismarkkinointi.

31.8.2015

tumien lähetysoikeuksien hankintamarkkinoilla. Tehokas kilpailu markkinoilla on mahdollista myös ilman Liigan lähetysoikeuksia.

34. Edellä mainittu ja kilpailulain 31 § huomioiden KKV katsoo, ettei sen ole tarpeen ryhtyä asiassa jatkotoimenpiteisiin. Virasto poistaa asian käsittelystä.

7. Sovelletut säännökset

35. Kilpailulain 5§, 7§ ja 31§.

8. Muutoksenhaku

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

9. Lisätiedot

37. Lisätietoja antavat erikoistutkija Hannu Raatikainen (puh. 029 505 3357) sekä tutkimuspäällikkö Jarno Sukanen (puh. 029 505 3352). Sähköpostit muotoa etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Johtaja

Kirsi Leivo

Erikoistutkija

Hannu Raatikainen