

Yrityskaupan hyväksyminen: Otava Oy / Alma Media Oyj

Kilpailu- ja kuluttajavirastolle ("KKV") on 25.3.2026 ilmoitettu järjestely, jossa Otava Oy ("ilmoittaja" tai "Otava") hankkii yksinomaisen määräysvallan Alma Media Oyj:ssä ("Alma Media" tai "kohde", yhdessä ilmoittajan kanssa "osapuolet").¹

1 Yrityskaupan osapuolet ja ilmoittajan näkemys relevanteista markkinoista

Otava on suomalainen media-alan konserni. Otava kustantaa kauno-, tieto- sekä lasten- ja nuortenkirjallisuutta sekä painaa ja vähittäismyy kirjoja. Lisäksi Otava tuottaa ja kustantaa painettuja ja digitaalisia oppimateriaaleja. Otava toimii myös aikakauslehtien kustantamisessa ja myy mainostilaa kustantamiinsa lehtiin sekä tarjoaa yrityksille erilaisia markkinointi- ja viestintäpalveluita. Otavan tytäryhtiö **Suomalainen Kirjakauppa** Oy ("Suomalainen Kirjakauppa") harjoittaa kirjojen vähittäismyyntiä kivijalkaliikkeissa ja verkossa. Lisäksi Otava käyttää määräysvaltaa kirjalogistiikan alalla toimivassa **Storia** Oy:ssä ("Storia").

Alma Media on digitaaliseen mediaan, palveluihin ja markkinapaikkaliike-toimintaan keskittyvä pörssiyritys. Alma Media tarjoaa Suomessa valtakunnallisia talous-, ammatti- ja kuluttajamedioita sekä sisältö- ja datapalveluita ammatillisille ja yrityksille. Lisäksi se tarjoaa tietojärjestelmiä, kilpailutus- ja vertailupalveluita, asumisen ja autoilun markkinapaikkoja sekä rekrytointiin keskittyviä markkinapaikka- ja digitaalisia palveluita. Pääosa Alma Median liiketoiminnasta koostuu digitaalisista tuotteista ja palveluista.

Yrityskaupan osapuolet kustantavat aikakauslehtiä. Otava kustantaa erikois-, harraste-, koti ja sisustus -, naisten- sekä yleisaikakauslehtiä, kun taas Alma Median kustantamat lehdet ovat talous- ja ammattilaislehtiä. Ilmoittaja on tarkastellut aikakauslehtien kustantamisen markkinaa kokonaisuudessaan käsitellen tilatut aikakauslehdet, mydyt irtolehdet sekä painetut lehdet ja digilehdet. Ilmoittajan mukaan osapuolten toiminnassa ei ole päällekkäisyyksiä, mikäli markkinoita tarkasteltaisiin aikakauslehtien teeman mukaisesti segmentoituna.

Molemmat osapuolet myyvät mainostilaa painettuihin aikakauslehtiin ja niihin liittyviin verkkopalveluihin. Lisäksi Alma Media myy verkkomainontaa omistamiinsa asumisen ja liikkumisen markkinapaikkoihin. Ilmoittajan mukaan mediamainonnan markkinoita tulee tarkastella kokonaisuutena, sekä segmentoituna mediamainontaan painetussa mediassa ja verkkomainontaan. Ilmoittaja on toimittanut markkinatietoja myös seuraavilta markkinoiden

¹ Ilmoitetulla järjestelyllä Otava kasvattaa aiempaa osakeomistustaan Alma Mediassa siinä määrin, että se saavuttaa tosiasiallisen määräysvallan yhtiöön. Ennen yrityskauppaa Otavalla ei ole ollut Alma Mediassa määräysvaltaa.

kapeammilta alasegmenteiltä: i) painettujen aikakauslehtien mediamainonta, ii) verkkomainonta ilman hakupohjaista mainontaa, ja iii) verkkomainonta ilman hakupohjaista mainontaa ja sosiaalisen median alustoja. Lisäksi ilmoittaja on tarkastellut erikseen markkinointi- ja viestintäpalveluiden markkinaa, sillä molemmat osapuolet tarjoavat yrityksille erilaisia markkinoinnin ja viestinnän palveluita, kuten sisällöntuotantoa.

Otava kustantaa kaunokirjallisuutta, lasten- ja nuortenkirjallisuutta, tietokirjoja ja oppimateriaaleja. Alma Media kustantaa ammattikirjallisuutta, joka suuntautuu erityisesti juridiikkaan ja taloushallintoon keskittyvään sisältöön. Ilmoittaja on tarkastellut kirjojen kustantamisen markkinoita kokonaisuutena. Lisäksi ilmoittaja on toimittanut markkinatietoja erikseen yleisen kirjallisuuden segmentistä. Ilmoittajan mukaan muilla kirjallisuuslajikohtaisilla segmentoinneilla osapuolten kustantamissa kirjoissa ei ole päällekkäisyyksiä.

Molemmat osapuolet myyvät itse kustantamiaan kirjoja omissa verkkokaupoissaan. Otavalla on lisäksi kivijalkamyymälä sen kustantamon tiloissa, minkä lisäksi Otavan tytäryhtiö Suomalainen Kirjakauppa myy kirjoja verkkokaupassaan ja kivijalkamyymälössään. Ilmoittaja on tarkastellut kirjojen vähittäismyynnin markkinoita sisältäen printti-, ääni- ja e-kirjojen vähittäismyynnin. Lisäksi ilmoittaja on toimittanut markkinatietoja erikseen painettujen kirjojen vähittäismyynnistä.

Osapuolten toiminta aikakauslehtien kustantamisen sekä markkinointi- ja viestintäpalveluiden markkinoilla on yhteydessä mediamainonnan markkinoihin.² Osapuolten välillä on lisäksi vertikaalinen yhteys kirjojen vähittäismyynnissä ja kirjojen kustantamisessa, sillä Otavan tytäryhtiö Suomalainen Kirjakauppa myy Alma Median ja muiden kustantajien kustantamia kirjoja. Lisäksi Otavan tytäryhtiö Otavan Kirjapaino tarjoaa Alma Medialle ja muille kustantajille kirjojen painopalveluita. Otavan osakkuusyritys Storia puolestaan tarjoaa Alma Medialle ja muille kustantajille kirjoihin liittyviä logistiikkapalveluita. Vertikaalisten yhteyksien arvioimiseksi ilmoittaja on toimittanut markkinatietoja edellä kuvatun lisäksi kirjojen painamisen ja kirjalogistiikan markkinoilta.

Ilmoittaja on tarkastellut markkinoita valtakunnallisella tasolla, lukuun ottamatta kirjojen painamisen markkinoita, joita ilmoittaja on tarkastellut Suomen ja Baltian maat kattavalla alueella.

KKV on tarkastellut yrityskaupan kilpailuvaikutuksia ilmoittajan esittämän mukaisesti. Asian ratkaisu huomioiden markkinamäärittely on voitu jättää avoimeksi.

² Osapuolten kustantamiin aikakauslehtiin sisältyy mainospaikkoja ja osa aikakauslehtien kustantamisesta aiheutuvista kuluista katetaan mainosmyynnillä. Osapuolet myös mainostavat kustantamiaan lehtiä eri medioissa myydäkseen niitä kuluttajille. Lisäksi Alma Media tarjoaa markkinointipalveluita omille mainostajilleen osana mediaostojen kokonaisuutta ja hyödyntää omia digimainonnan palveluitaan markkinointi- ja viestintäpalveluissaan. Mainostavan yrityksen näkökulmasta osapuolten markkinointi- ja viestintäpalveluita voidaan siten hyödyntää muun muassa osapuolilta ostettavan mainonnan sisällön suunnitteluun.

2 Yrityskaupan kilpailuvaikutukset

Kilpailu- ja kuluttajaviraston arvion mukaan yrityskauppa ei kilpailulain 25 §:ssä tarkoitetulla tavalla olennaisesti estä tehokasta kilpailua Suomen markkinoilla tai niiden oleellisella osalla. Ilmoittajan toimittamien tietojen perusteella osapuolten yhteenlasketut markkinaosuudet päällekkäisillä markkinoilla jäivät maltillisiksi. Osapuolten toiminta on ilmoittajan toimittamien tietojen perusteella pääasiassa toisiaan täydentävää ja yrityskaupasta seuraava lisäys markkinaosuuksiin vähäinen.

Ilmoittajan toimittamien tietojen perusteella osapuolten markkinaosuudet jäivät pääasiassa maltillisiksi myös vertikaalisiin yhteyksiin liittyvillä markkinoilla. Storian markkinaosuus kirjalogistiikassa on merkittävä, mutta Alma Median markkinaosuus kirjalogistiikkaan vertikaalisesti liitännäisillä markkinoilla on maltillinen ja sen osuus kirjalogistiikan hankinnoista hyvin pieni. Alma Media on lisäksi hankkinut kirjalogistiikan palvelunsa Storialta jo ennen yrityskauppaa. Viraston arvion mukaan näissä olosuhteissa on epätodennäköistä, että yrityskaupan seurauksena Otavalle syntyisi kannustinta Alma Median kilpailijoiden poissulkemiseen.

Viraston markkinakuulemisessa saatu lausuntopalaute oli pääosin neutraalia. Erään lausunnonantajan mukaan yrityskaupan vaikutuksia tulisi arvioida koko aikakauslehtien arvoketjussa, sillä yrityskaupan seurauksena Otava saavuttaisi vahvan aseman aikakauslehtimarkkinoilla ja voisi heikentää pienempien toimijoiden kilpailukykyä hyödyntämällä suurta volyymiaan neuvotellakseen alennuksia jakelijoilta ja painotaloilta. Toisen lausunnonantajan mukaan yrityskaupan seurauksena mediatoimistojen sekä mainostaja-asiakkaiden neuvotteluvoima voisi heikentyä, mikäli Otava tarjoaisi jatkossa mainontaa pakettimyyntinä.

Ilmoittajan toimittamien tietojen perusteella osapuolten toiminta aikakauslehtien kustantamisessa on pääosin toisiaan täydentävää. Yrityskaupasta seuraava markkinaosuuden lisäys on vähäinen, minkä vuoksi on epätodennäköistä, että Otavan yrityskaupalla saavuttama volyymi aikakauslehdissä johtaisi merkittävään neuvotteluvoiman kasvuun ja pienemmille kilpailijoille epäedullisiin sopimusehtoihin. Myös mediamainonnan ja markkinointi- ja viestintäpalveluiden markkinoilla markkinaosuuden lisäykset jäivät ilmoittajan toimittamien tietojen perusteella vähäisiksi ja markkinoille jää osapuolille vaihtoehtoisia palveluntarjoajia ja medioita. Osapuolilla mainonnan tarjoajina ei viraston arvion mukaan ole tarpeeksi markkinavoimaa myydä asiakkaille ylisuuria mainontapaketteja, joten lausunnonantajan esittämät riskit kilpailulle haitallisesta mainonnan pakettimyyntistä jäivät vähäisiksi.

3 Ratkaisu

Kilpailu- ja kuluttajavirasto hyväksyy yrityskaupan, jossa Otava Oy hankkii yksinomaisen määräysvallan Alma Media Oyj:ssä.

4 Sovelletut säännökset

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

5 Muutoksenhaku

Kilpailu- ja kuluttajaviraston tässä asiassa antamaan päätökseen saa hakea muutosta markkinaoikeudelta kilpailulain 49 a §:n mukaan siten kuin oikeudenkäynnistä hallintoasioissa annetussa laissa (808/2019) säädetään. Valitusosoitus on päätöksen liitteenä.

6 Lisätiedot

Lisätietoja päätöksestä antaa erityisasiantuntija Yasmin Huttunen, puhelin 029 505 3060, sähköposti etunimi.sukunimi@kkv.fi.

Ylijohtajan sijainen, johtaja

Valtteri Virtanen

Erityisasiantuntija

Yasmin Huttunen