



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

A GVH a Magyar RTL Televízió Zrt-t érintő összefonódásokat engedélyezett

A Gazdasági Versenyhivatal engedélyezte, hogy az RTL csatornacsaládot működtető nemzetközi médiacsoportba tartozó RTL Group Central and Eastern Europe GmbH (RTL CEE) irányítást szerezzen a magyarországi RTL Klub csatorna műsorszolgáltatójában, a Magyar RTL Televízió Zrt-ben (M-RTL) tulajdonosi jogosítványokkal rendelkező IKO Média Holding Zrt. (IMH) felett. A GVH a televíziós hirdetések értékesítésére vonatkozó kötelezettségek előírása mellett engedélyezte továbbá – a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának előzetes szakhatósági hozzájárulását követően –, hogy az M-RTL irányítást szerezzen az IKO Televisions Kft. (IKOT), s ezáltal a Cool, Sorozat+, Prizma, Muzsika, Reflektor, Film+ és Film+2 televíziós csatornák műsorterjesztési és hirdetési jogai felett.

Az RTL csatornacsaládot működtető nemzetközi RTL-csoport már korábban is a magyar RTL Klub csatorna meghatározó szakmai befektetője volt. A vállalkozáscsoportba tartozó RTL CEE IMH feletti irányításszerzésének következményeként az RTL-csoport tovább növelte részesedését az M-RTL-ben, amelyet a GVH feltételek és kötelezettségek előírása nélkül, egyfázisú eljárásban engedélyezett. Bár az összefonódásban részes felek egyaránt jelen vannak televíziós csatornáikkal Magyarországon, hiszen a nemzetközi RTL-csoport számos műsora (pl. RTL, VOX, RTL II, Super RTL stb.) hazánkban is fogható, a versenyhivatal a tranzakció vizsgálata során arra a következtetésre jutott, hogy káros versenyhatások nem valószínűsíthetők, tekintettel arra, hogy ezek a csatornák sem a nézők, sem a hirdetőik szempontjából nem helyettesítik az M-RTL csatornáját, az RTL Klubot. Az említett csatornák ugyanis – szemben az RTL Klubbal – nem magyar nyelvűek, nem elsősorban magyar célközönségnek szólnak vagy Magyarországra irányulnak, s ennek következtében itthon marginális súlyúak.

A másik vizsgált tranzakció (azaz az M-RTL IKOT feletti irányításszerzése) ezzel ellentétben magyar nyelvű, Magyarországra irányuló csatornákat érintett, így részletesebb vizsgálatot igényelt. A GVH ennek keretében elsősorban azt elemezte, hogy a magyarországi televíziós csatornákon belül nézői, műsorterjesztői, illetve hirdetési szempontból milyen csoportok, érintett piacok azonosíthatók, ezek milyen versenyviszonyokkal jellemezhetők, továbbá hogy ezen viszonyokban a tranzakció hatására milyen változások várhatók, figyelembe véve azt is, hogy a televíziós csatornák – mint a médiaszolgáltatások általában – kétoldalú piacnak tekinthetők.

A versenyhivatal vizsgálata rámutatott, hogy versenyjogi szempontból az RTL Klub és a megszerezni kívánt további hét csatorna sem a műsorterjesztési, sem a hirdetési piacon nem helyettesíti egymást, közöttük sokkal inkább a kiegészítő viszony dominál.

A műsorterjesztők számára ugyanis a nagyobb nézettséggel rendelkező csatornák (RTL Klub, TV2, Cool, Film+) mindenképpen szükségesek ahhoz, hogy előfizetőiknek vonzó programcsomagokat állíthassanak össze. Emiatt a nagy nézettségű csatornák egyenként is kiemelkedő szerepük miatt nem helyettesítik egymást, míg a kisebb nézettségű csatornák alacsonyabb népszerűségük folytán nem alkalmasak erre.

A hirdetőik szempontjából elemezve a piaci viszonyokat a GVH arra a következtetésre jutott, hogy a televíziós csatornák két nagyobb csoportba sorolhatók, amely csoportok eltérő hirdetési funkciók megvalósítására alkalmasak, és – részben ennek következtében – eltérő árszínvonallal jellemezhetők. Az első csoportba tartozik az RTL Klub és a TV2 (illetve esetlegesen a közszolgálati m1 adó), amelyek széles nézőközönség hirdetésekkkel való gyors elérésére alkalmasak, tekintettel arra, hogy magas lefedettséggel és nézettséggel rendelkeznek, ennek megfelelően magasabb hirdetési árak érvényesítésére is képesek. A többi, jellemzően alacsonyabb nézettségű csatorna (amelyek között ugyanakkor nézettségi szempontból jelentős különbségek is lehetnek) ezzel szemben inkább a nézők adott reklámmal való találkozásának gyakoriságát segítheti elő, illetve speciális célcsoportok elérésére lehet alkalmas, költséghatékonyabb módon. E kettősséget kihasználva a nagyobb hirdetőik, illetve a munkájukat segítő hirdetési ügynökségek jellemzően mindkét típusú csatornán hirdetnek, ami alátámasztja azt, hogy a két csoportba tartozó csatornák nem helyettesítik egymást, sokkal inkább kiegészítő viszonyban vannak.

A fentiekre tekintettel a GVH-nak az összefonódás hatásainak vizsgálata során arra a kérdésre kellett fókuszálnia, hogy az RTL Klubnak (mint kiemelkedő nézettségű és hirdetési szereppel bíró országos kereskedelmi adónak) és az IKOT hét tematikus csatornájának egyazon vállalkozáscsoportba kerülése járhat-e portfólió-hatással, azaz lehetőséget teremthet-e az egyik tekintetében fennálló erős piaci pozíció másik piacra történő átvitelére, versenykorlátozó magatartások (különösen pl. árukapcsolás) érvényesítésére. A piaci erőviszonyokból adódóan a jelen esetben ez konkrétan az RTL Klub piaci erejének kihasználását, IKOT-csatornákra történő átvitelét jelentheti.

Bár egyes műsorterjesztők, illetve csatornák részéről megfogalmazódtak az összefonódással kapcsolatban olyan aggályok, hogy a fúziót követően lehetővé válhatna az RTL Klub, illetve az IKOT-csatornák programjainak kölcsönös népszerűsítése vagy a médiaszabályozás által előírt, kötelező műsorszámok alacsonyabb nézettségű csatornákra terelés, értékes tartalmak közös beszerzése vagy a csatornák kapcsolt értékesítése, a versenyhivatal azonban ezeket nem osztotta. A GVH a versenyhatások elemzése során ugyanis arra a következtetésre jutott, hogy az említett aggályok egy része nem fúzió-specifikus jelenség (azaz már a vizsgált összefonódást megelőzően is fennállhatott), más részüket a médiaszabályozás hatékonyan megakadályozhatja, orvosolhatja, továbbá a piac jellemzőinek (így különösen a várható digitális átállásnak, a nagyobb nézettségű adók „must have” jellegének és a kisebb csatornák szegmensére való belépés relatív egyszerűségének) fényében a vállalkozáscsoport kiszorításra való képessége, illetve egy esetleges kiszorulás piaci hatása is megkérdőjelezhető.

A hirdetési piacok tekintetében viszont a GVH a rendelkezésére álló adatok alapján nem tudta egyértelműen kizárni káros hatások bekövetkezésének valószínűségét. Megállapítható volt ugyanis, hogy az összefonódás eredményeként két, egymással kiegészítő viszonyban lévő és a saját piacán jelentős hirdetési pozícióval rendelkező csatorna(család) kerül egy vállalkozáscsoportba, amelyek együttesen a hirdetőik / ügynökségek egy jelentős részének igényeit képesek lennének maradéktalanul kielégíteni. Hasonló hirdetési potenciállal rendelkező „televíziós mix” összeállítása pedig szinte valamennyi versenytárs egyidejű igénybevételével lenne csak lehetséges, ami az egykapus ügyintézéshez képest tranzakciós

költségek szempontjából nyilvánvalóan drágább megoldás. Mindezek együttesen az RTL Klub és az IKOT-csatornák hirdetési pozícióinak további erősödéséhez vezethetnek, amelyek hatását sem a tényleges vagy lehetséges versenytársak nem képesek ellensúlyozni, sem kiegyenlítő vásárlóerő. Az előzőek következtében a verseny jelentős csökkenésének lehetőségét nem lehetett teljes bizonyossággal elvetni, a felmerült aggályokat azonban az M-RTL által felajánlott kötelezettségvállalások a versenyhivatal értékelése szerint képesek voltak orvosolni.

A GVH által az M-RTL vállalásai alapján előírt kötelezettségek értelmében az M-RTL köteles az összefonódást követő két éves időtartam alatt (a 2013. december 31-ig teljesített szerződésekre vonatkozóan) lehetővé tenni az RTL Klub és az IKOT-csatornák reklámidéjének egymástól elkülönült, önálló értékesítését, olyan formában, hogy az elkülönült értékesítésre vonatkozó árak és feltételek csak ésszerű, indokolt mértékben és indokolatlan megkülönböztetéstől mentes módon térhetnek el a kapcsolt értékesítés áraitól és feltételeitől, érte ezalatt különösen, hogy az elkülönült értékesítés igénybevétele a hirdető / ügynökségek részére gazdaságilag ésszerű legyen, akár önmagában, akár más, az M-RTL-csoporton kívüli csatornákkal együttesen. Az árakról és egyéb feltételekről az M-RTL köteles a hirdetőket / ügynökségeket az általános szerződési feltételek részeként tájékoztatni, illetőleg azok ésszerűségét a GVH-nak igazolni. Mivel az M-RTL vállalásai együttesen biztosítják, hogy a kapcsolt értékesítéssel járó előnyök káros versenyhatások nélkül realizálódhassanak, a GVH ezen vállalások kötelezettségként történő előírásával az összefonódást engedélyezte.

Az ügyek hivatali nyilvántartási száma: **Vj-65/2011, Vj-66/2011**

Budapest, 2012. január 16.

Gazdasági Versenyhivatal
Kommunikációs Csoport

További információ:
Gondolovics Katalin
Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: (+36-1) 472-8902
email: sajto@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>