

Samruni Stundarinnar og Kjarnans

I. Málsmæðferð

- Með ákvörðun þessari er tekin afstaða til kaupa félagsins Útgáfufélagið Stundin ehf. („**Stundin**“) á öllu útgefnu hlutafé í félaginu Kjarninn miðlar ehf. („**Kjarninn**“).
- Formleg tilkynning um samrunann barst Samkeppniseftirlitinu þann 12. janúar 2023. Samrunaaðilar óskuðu eftir undanþágu frá framkvæmd samruna sem Samkeppniseftirlitið veitti þann 12. janúar 2023 með skilyrðum. Á þeim grunni hóf fjölmiðilinn Heimildin rekstur og útgáfu þann 13. janúar 2023.
- Sama dag óskaði Samkeppniseftirlitið eftir umsögn Fjölmiðlanefndar. Umsögn nefndarinnar barst 23. janúar 2023. Þann 24. janúar 2023 óskaði Samkeppniseftirlitið eftir nánar tilgreindum gögnum frá samrunaaðilum. Voru þau gögn og umbeðnar upplýsingar veittar 31. janúar 2023.

II. Samruninn

- Samruninn felst í því að Stundin kaupir allt útgefið hlutafé í Kjarnanum. [...] ¹ Samruni í félagaréttarlegu tilliti mun fara fram með yfirtöku Stundarinnar á Kjarnanum, þannig að Kjarninn verður sameinaður við Stundina með yfirtöku eigna og skulda.
- Samkvæmt ákvæði 17. gr. samkeppnislaga og 62. gr. b. fjölmiðlalaga telst samruni hafa átt sér stað þegar breyting verður á yfirráðum til frambúðar. Samruni getur þannig m.a. falist í því að fyrirtæki taki annað fyrirtæki yfir eða að það nái yfirráðum í heild eða að hluta yfir öðru fyrirtæki, t.d. með því að kaupa hluta af eignum þess eða þær allar. Samkeppniseftirlitið telur að í kaupum Stundarinnar á hlutafé Kjarnans felst samruni í skilningi 17. gr. samkeppnislaga og 62. gr. b. fjölmiðlalaga og hann því rannsakaður á grundvelli samrunareglna samkeppnislaga og fjölmiðlalaga.

1. Samrunaaðilar

- Útgáfufélagið Stundin er einkahlutafélag sem var stofnað í lok árs 2014. Starfsemi félagsins felst í rekstri fjölmiðla og útgáfustarfsemi. Í árslok 2021 voru hluthafar 15 að tölu. Sjö hluthafar áttu meira en 10% hlutfjár eða 12,2% hver. Stundin gefur út prent- og vefmiðilinn Stundina og starfrækir hlaðvörp. Stundin rekur einnig fréttaritstjórn. Vefmiðill Stundarinnar er að hluta opin og að hluta lokaður fyrir öðrum en áskrifendum og er nýju efni miðlað daglega.

¹ Trúnaður



Prentmiðillinn Stundin kemur út tvisvar í mánuði og er dreift á landsvísu til áskrifenda og einnig seldur í lausasölu.

7. Kjarninn er einkahlutafélag sem var stofnað árið 2013. Starfsemi félagsins felst rekstri fjölmiðla og útgáfustarfsemi. Hluthafar eru 13 talsins en auk þess fer félagið sjálft með hlut. Þrjú hluthafar áttu meira en 10% hlutafjár. Kjarninn rekur fréttaritstjórn fyrir vefmiðilinn Kjarninn.is Jafnframt gefur Kjarninn út tímaritið Vísbendingu og starfrækir hlaðvarp. Vefmiðill Kjarnans er öllum opin og er nýju efni miðlað daglega.

2. Markaðir málsins

8. Við mat á samkeppnislegum áhrifum samruna samkvæmt 17. gr. c samkeppnislaga er nauðsynlegt að skilgreina þann markað sem samrunaaðilar starfa á. Samkvæmt 4. gr. laganna er markaður skilgreindur sem sölusvæði vöru og staðgönguvöru eða þjónustu og staðgönguþjónustu. Staðganga er þegar vara eða þjónusta getur að fullu eða verulegu leyti komið í stað annarrar vöru eða þjónustu. Með hliðsjón af hagfræðilegum rökum þarf að líta á viðkomandi markað út frá a.m.k. tveimur sjónarmiðum; annars vegar vöru- eða þjónustumarkaði og hins vegar landfræðilegum markaði. Hafa ber þó í huga að markaðsskilgreiningar í samkeppnisrétti geta ekki orðið nákvæmar og eru aðeins notaðar til viðmiðunar, sbr. t.d. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 8/2008, *Fiskmarkaður Íslands hf. gegn Samkeppniseftirlitinu*.
9. Við skilgreiningu markaða í samrunamálum er m.a. unnt að hafa hliðsjón af fordæmum í innlendri lagaframkvæmd og í EES/ESB-samkeppnisrétti, sbr. m.a. dóm Hæstaréttar Íslands í máli nr. 277/2012, *Stjórnugrís hf. og Arion banki hf. gegn Samkeppniseftirlitinu*. Hins vegar verður ávallt að meta hvort aðstæður á markaði séu hinar sömu og í eldra máli. Þá liggur fyrir í samkeppnisrétti að, eðli málsins samkvæmt, geta markaðsskilgreiningar í eldri málum ekki skapað fyrirtækjum lögmætar væntingar.

2.1. Mat samrunaaðila á mörkuðum málsins

10. Í samrunaskrá kom fram að aðalstarfsemi samrunaaðila fælist í rekstri fjölmiðla og útgáfustarfsemi.
11. Þá var bent á að samkeppnisyfirvöld hér á landi hefðu í fyrri úrlausnum sínum skilgreint markaði fyrir rekstur fjölmiðla, sbr. t.d. ákvörðun nr. 22/2006 og nr. 12/2005. Þá hefðu samkeppnisyfirvöld talið að markaður fyrir rekstur fjölmiðla skiptist í undirmarkaði eftir tegundum fjölmiðla, t.a.m. útvarp, sjónvarp, dagblöð og vefmiðla, sbr. t.d. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 16/2013.
12. Að mati samrunaaðila væri því skilgreining markaðarins í þessu máli rekstur fjölmiðla, sbr. m.a. ákvörðun nr. 24/2016. Til nánari afmörkunar þá kom fram af hálfu samrunaaðila að þeir starfi einkum á markaði fyrir útgáfu vefmiðla og markaði fyrir sölu auglýsinga auk markaðar fyrir útgáfu dagblaða. Vísað var sérstaklega til ákvörðunar eftirlitsins nr. 23/2020 af hálfu þeirra um nánari afmörkun.
13. Um landfræðilegan markað tóku samrunaaðila fram starfsemi þeirra færi einungis fram hérlendis en afmarkist ekki við ákveðna landshluta. Hinn landfræðilegi markaður væri því Ísland og þá allir landshlutar.



2.2. Mat fjölmiðlanefndar á mörkuðum málsins

14. Í umsögn fjölmiðlanefndar í máli þessu var bent á að samrunaaðilar telji sig starfa á markaði fyrir rekstur fjölmiðla, þá sérstaklega eftirfarandi undirmarkaða fjölmiðlamarkaðar, með vísan til ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 23/2020, nánar tiltekið (a) útgáfa vefmiðla, (b) markað fyrir útgáfu dagblaða og (c) markað fyrir sölu auglýsinga.
15. Fjölmiðlanefnd gerði ekki athugasemd við framangreinda afmörkun en benti á að hlaðvörp (ólinuleg hljóð- og myndmiðlun á vef) séu hluti af starfsemi samrunaaðila. Það væri ekki hlutverk Fjölmiðlanefndar að taka afstöðu til þess hvort skilgreina þyrfti sérstakan undirmarkað fyrir hlaðvörp og taldi að til greina kæmi að skilgreina miðlun hljóð- og myndefnis í formi hlaðvarpa sem hluta af vefmiðlun samrunaaðila.
16. Landfræðilegur markaður málsins taldi nefndin vera Ísland allt.

2.3. Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins um markaði málsins

17. Samkeppnisyfirvöld hér á landi hafa í fyrri úrlausnum sínum skilgreint markaði fyrir rekstur fjölmiðla.² Þá hafa samkeppnisyfirvöld talið markaðinn fyrir rekstur fjölmiðla skiptast í undirmarkaði eftir tegundum fjölmiðla, t.a.m. útvarp, sjónvarp, dagblöð og vefmiðla, sbr. t.d. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 16/2013, *Erindi útgefanda Viðskiptablaðsins, Mylluseturs ehf., um ætlaða misnotkun 365 miðla ehf. á markaðsráðandi stöðu* og ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 42/2017, *Samruni Fjarsskipta hf. og 365 miðla hf.* Þannig starfa sem dæmi vefmiðlar ekki á sama markaði og sjónvarpsstöðvar og útvarpsstöðvar ekki á sama markaði og dagblöð.
18. Í ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 23/2020 *Samruni Torgs ehf. og Frjálsrar Fjölmiðlunar* voru þrjú markaðir málsins skilgreindir sérstaklega, nánar tiltekið:
 - a) Markaður fyrir útgáfu vefmiðla.
 - b) Markaður fyrir útgáfu dagblaða.
 - c) Markaður fyrir sölu auglýsinga í fjölmiðlum.
19. Framangreindar skilgreiningar eru í samræmi við fyrri úrlausnir Samkeppniseftirlitsins, sjónarmið samrunaaðila í máli þessu og umsögn Fjölmiðlanefndar. Jafnframt er ljóst að starfsemi samrunaaðila skarast á þeim öllum. Ekki er talin þörf á því að skera úr um hvort rekstur hlaðvarpa sé sérstakur undirmarkaður í þessu máli.
20. Það er því niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að markaðir málsins sé markaður fyrir útgáfu vefmiðla, markaður fyrir útgáfu dagblaða og fyrir sölu auglýsinga í fjölmiðlum. Landfræðilegur markaður er Ísland allt.

3. Áhrif samrunans á samkeppni, fjölræði og fjölbreytni

21. Í þessu máli eru kaup Stundarinnar á Kjarnanum tekin til skoðunar í samræmi við ákvæði samkeppnislaga og fjölmiðlalaga um samruna. Því þarf að taka til skoðunar hvort samruni þessara fyrirtækja hindri virka samkeppni með því að markaðsráðandi staða verði til eða slík

² Sbr. t.d. ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 22/2006 *Samruni Dagsbrúnar hf. og Senu ehf.*, ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 12/2005 *Samruni 365 ljósvakamiðla ehf. og Saga film hf.*, ákvörðun samkeppnisráðs nr. 12/2005 *Samruni Og fjarsskipta hf., 365 ljósvakamiðla og 365 prentmiðla ehf.*, ákvörðun samkeppnisráðs nr. 10/2005 *Samruni Landssima Íslands og Íslenska sjónvarpsfélagsins hf.* og ákvörðun samkeppnisráðs nr. 8/2000 *Erindi Landssima Íslands hf. vegna meintrar misnotkunar Íslenska útvarpsfélagsins hf. og Sýnar hf. á markaðsráðandi stöðu sinni.*



staða styrkist á hinum skilgreinda markaði málsins, eða verði til þess að samkeppni á markaði raskist að öðru leyti með umtalsverðum hætti, sbr. 1. mgr. 17. gr. c. samkeppnislaga. Jafnframt þarf að taka til skoðunar hvort samruninn hafi skaðleg áhrif á fjölbreytni og fjölræði í fjölmiðlun, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. fjölmiðlalaga.³

4. Sjónarmið samrunaaðila um áhrif samrunans

22. Í samrunaskrá samrunaaðila segir að ekki liggja fyrir nákvæmar tölur um umfang innlends fjölmiðlamarkaðar. Þó er vísað til samantektar Hagstofunnar sem var birt þann 4. febrúar 2022 á vef stofnunarinnar þar sem segir að samanlagðar tekjur fjölmiðla árið 2020 hafi numið 25,1 milljarði króna. Þar af hafi tekjur af notendum verið 15,8 milljarðar kr. en af auglýsingum og kostun 9,3 milljarðar kr. Þá segir að miðað við samanlagða veltu samrunaaðila í kringum 350 m.kr. árið 2021 sé markaðshlutdeild samrunaaðila með hliðsjón af framangreindu einungis um og í kringum 1,5%.
23. Þá kemur fram af hálfu samrunaaðila að helstu keppinautar samrunaaðila á markaði fyrir útgáfu vefmiðla séu *mbl.is*, *visir.is*, *dv.is*, *ruv.is*, *frettabladid.is* og *vb.is*. Samkvæmt mælingu Gallup um daglegan lestur vefmiðla árið 2019 sem Samkeppniseftirlitið vísaði til í ákvörðun sinni nr. 23/2020 sé meðal dagleg notkun á vefmiðli Stundarinnar, *stundin.is*, 6,9% en Kjarnans er ekki getið. Að mati samrunaaðila sýni þetta að markaðshlutdeild samrunaaðila á þeim markaði sé smávægileg.
24. Jafnframt vísa samrunaaðilar til þess að á markaði fyrir sölu auglýsinga í vefmiðlum séu keppinautar samrunaaðila *Torg*, *Frjáls fjölmiðlun*, *Árvakur*, *Sýn*, *Fótbolti.net*, *Myllusetur*, *Vikurfréttir*, *Birtingur* og *Bæjarins besta*. Samkvæmt töflu í ákvörðun nr. 23/2020 ná markaðshlutdeild hvorugs samrunaaðila 5% og sé því hverfandi.
25. Að lokum vísa samrunaaðilar til þess að á markaði fyrir útgáfu dagblaða séu keppinautar samrunaaðila á markaði *Torg*, *Frjáls fjölmiðlun*, *Árvakur*, *Birtingur*, *Myllusetur* og *Vikurfréttir*. Með vísan í umfjöllun Samkeppniseftirlitsins í fyrrnefndri ákvörðun telja samrunaaðilar að markaðshlutdeild Stundarinnar nái ekki 5% en Kjarninn hefur ekki starfað á þeim markaði.
26. Af framangreindu telja samrunaaðilar nægilega ljóst að staða hins sameinaða fyrirtækis miðað við daglega dekkun annars vegar og auglýsingatekjur hins vegar staðfesti að hið sameinaða fyrirtæki verði víðs fjarri því að geta talist markaðsráðandi eða að markaðsráðandi staða myndist og að samruninn raski ekki samkeppni heldur að öðru leyti með umtalsverðum hætti.

4.1. Umsögn Fjölmiðlanefndar um áhrif samrunans

27. Í umsögn Fjölmiðlanefndar segir að starfsemi þeirra fjölmiðla sem eigi í hlut skarist einna helst á markaði fyrir vefmiðla og markaði fyrir auglýsingar á vefmiðlum. Vísar nefndin til samrunaskrár þar sem fram komi að nýr fjölmiðill, Heimildin, verði gefinn út á vegum félagsins, á prenti og á vef. Af því leiði að vefmiðlum sem miðli fréttum og fréttatengdu efni fækki um einn

³ Hugtökin fjölbreytni og fjölræði eru ekki skilgreind í fjölmiðlalögum en í greinargerð með lögum nr. 54/2013 sem breyttu fjölmiðlalögum kemur m.a. eftirfarandi fram: „Með hugtakinu fjölræði í fjölmiðlun er þannig vísað til þess að fjölmiðlar séu ekki undir yfirráðum fárra aðila. Dreift eignarhald á fjölmiðlum er talið tryggja betur að ritstjórnarefni fjölmiðla endurspegli ólík sjónarmið. Hugtakið fjölbreytni í fjölmiðlun hefur margháttaða merkingu og vísar jafnt til þess að fjölbreytt efni sé í boði, að það efni og sjónarmið sem framkemur sé fjölbreytt og sett fram á ólíkan hátt fyrir notendur, að mismunandi hópar og einstaklingar samfélagsins fái notið sín í fjölmiðlum og höfðað sé til þeirra með fjölbreyttum hætti, og að efni frá ólíkum landsvæðum nái jafnframt til annarra landsvæða en þar sem það er framleitt. Fjölbreytni að þessu leyti felur bæði í sér að í boði sé margbreytilegt efni, svo sem fréttir, menningarefni, fræðsluefni, íþróttir o.fl., og að efnistöð endurspegli fjölbreytt viðhorf.“ Um nánari umfjöllun um ákvæði 17. gr. c. samkeppnislaga og 62. gr. b. fjölmiðlalaga má t.d. vísa til ákvörðunar Samkeppniseftirlitsins nr. 2/2019, *Kaup Árvakurs hf. og 365 miðla hf. á Póstmiðstöðinni ehf.*



á markaði. Um leið liggi fyrir að ekki standi til að fækka stöðugildum í hópi blaðamanna, heldur að til verði nýr fjölmiðill með stærri og burðugri ritstjórn.

28. Þá vísar nefndin til þess að samkeppni frá erlendum fjölmiðlaveitum og nýjum miðlum hafi áhrif á íslenskan fjölmiðlamarkað og ljóst sé að hlutur erlendra vef- og myndmiðla af auglýsingatekjum hér á landi fari stækkandi. Vísar nefndin til fréttar á vef Hagstofunnar þann 16. september 2022 þar sem fram komi að tekjur fjölmiðla árið 2021 hafi aukist lítillega milli ára. Hins vegar hafi tekjur fjölmiðla dregist saman um 12% frá árinu 2017. Samdráttinn sé að rekja til þverrandi auglýsingatekna en þær séu nú 28% minni en þær voru 2016 og 44% minni en 2007 þegar þær voru mestar. Þá bendir nefndin á að Hagstofan telji ástæðu samdráttar auglýsingatekna fjölmiðla megi rekja annars vegar að rekja til útstreymis auglýsingafjár til erlendra aðila og hins vegar til tilkomu nýrra miðlunarleiða og miðla svo sem streymisveitna á tónlist og bókum, auk hlaðvarps. Í annari frétt á vef Hagstofunnar 7. desember 2022 segi jafnframt að tæplega helmingur þess fjár sem varið hafi verið til birtingar auglýsinga 2021 hafi runnið til erlendra aðila en að mati Fjölmiðlanefndar kunna þau áhrif þó að vera ofmetin að hluta.
29. Fjölmiðlanefnd bendir á að samkvæmt lögum sé nefndinni ætlað að tryggja fjölbreytni og fjölræði á íslenskum fjölmiðlamarkaði. Mikilvægt sé að hennar mati að á íslenskum markaði séu öflug fjölmiðlafyrirtæki sem stuðli að fjölbreytni og fjölræði og þar með að mismunandi efnistökom og ólík sjónarmið komi fram. Að sama skapi sé mikilvægt að íslensk fyrirtæki geti keppt við erlendar fjölmiðlaveitur sem bjóði efni hér á landi til að tryggja að Íslendingum standi til boða efni á íslensku og efni sem spegli íslenskt samfélag og menningu á breiðum grunni. Þá segir nefndin að með fyrirhuguðum samruna verði til fjölmiðlafyrirtæki með burðugri ritstjórn reyndra blaðamanna sem verði í aðstöðu til að keppa við ritstjórnir stærri fjölmiðla, sem miðla fréttum og umfjöllun um menningu og samfélagsleg málefni á landsvísu. Að mati Fjölmiðlanefndar geta breytingarnar, sem leiði af fyrirhuguðum samruna Stundarinnar og Kjarnans, verið til þess fallnar að auka og styrkja samkeppni á fjölmiðlamarkaði.
30. Að mati Fjölmiðlanefndar nái samruni Kjarnans og Stundarinnar til markaðar fyrir fjölmiðlun á netinu og dagblaðamarkaðar. Þá afli bæði fyrirtækin sér tekna með sölu auglýsinga. Þá kemur fram að nefndin telji að hvorki Stundin né Kjarninn séu í markaðsráðandi stöðu á þeim mörkuðum sem félögin starfi á. Sömuléiðis segir að vefmiðlar samrunaaðila, *kjarninn.is* og *stundin.is*, og prentmiðillinn Stundin hafi samanlagt töluverða útbreiðslu hér á landi og nái til fjölda lesenda. Þá sé innihald og útbreiðsla miðlanna til þess fallin að þeir geti haft skoðanamótandi áhrif á almenningssálit og stjórn málaumræðu. Þannig séu líkur á því að áhrifamáttur þeirra fjölmiðla sem eigi í hlut geti verið umtalsverður.
31. Fjölmiðlanefnd tekur fram að við mat á því hvort fjölbreytni á fjölmiðlamarkaði skerðist við samrunann skipti máli hvernig ákveðið verði að finna samlegð í rekstri fjölmiðlanna til framtíðar. Fjölmiðlanefnd telur að starfsemi Stundarinnar og Kjarnans skarist, bæði á markaði fyrir vefmiðla og á markaði fyrir auglýsingar á vefmiðlum. Fram komi í samrunaskrá að ritstjórnir Kjarnans og Stundarinnar verði sameinaðar. Við sameiningu ritstjórna fækki sjálfstæðum fréttaritstjórnnum á fjölmiðlamarkaði hér á landi um eina. Fram hafi þó komið að ekki standi til að fækka stöðugildum blaða- og fréttamanna í fréttaritstjórnnum samrunaaðila. Einnig komi fram að samrunaaðilar hyggist breikka efnistökm, efla rannsóknarblaðamennsku á nýjum fjölmiðli og fjölga miðlunarleiðum efnis. Að mati Fjölmiðlanefndar kann sameining ritstjórna og fækkun fréttavefmiðla á markaði að draga úr fjölbreytni á fjölmiðlamarkaði. Fjölmiðlanefnd telji þó ekki að þau áhrif muni hafa skaðleg áhrif á fjölbreytni á fjölmiðlamarkaði.
32. Hvað áhrif á fjölræði á fjölmiðlamarkaði varðar vísar nefndin til þess að fram komi í samrunaskrá að sameinaður fjölmiðill Stundarinnar og Kjarnans verði í dreifðu eignarhaldi fleiri aðila. Að mati



Fjölmiðlanefndar feli fyrirhugaðar breytingar ekki í sér samþjöppun á fjölmiðlamarkaði sem áhrif hafi á fjölræði á fjölmiðlamarkaði. Við það mat þurfi að hafa í huga að hvorki Stundin né Kjarninn séu markaðsráðandi á þeim mörkuðum sem félögin starfi á.

33. Með vísan til alls framangreinds sé það niðurstaða Fjölmiðlanefndar að samruni útgáfufélaga Stundarinnar og Kjarnans hafi hvorki skaðleg áhrif á fjölræði né fjölbreytni í fjölmiðlun á þeim mörkuðum sem viðkomandi fjölmiðlaveitur starfi á, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. laga um fjölmiðla.

4.2. Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins um áhrif samrunans

34. Í fyrri ákvörðun Samkeppniseftirlitsins nr. 23/2020 *Samruni Torgs ehf. og Frjálsrar Fjölmiðlunar* kom fram að samrunaaðilar Stundin og Kjarninn nytu hvorki mikillar markaðshlutdeildar á áðurnefndum mörkuðum málsins sé litið til veltutalna, dekkunar vefmiðla eða lesturs. Á alla mælikvarða var sameiginleg hlutdeild aðila lág. Í samrunamáli þessu hafi ekki komið fram nein gögn eða vísbendingar um að framangreint hafa breyst svo einhverju nemi. Slík markaðshlutdeild eftir samrunann bendir ekki til þess að viðskiptin hafi í för með sér skaðleg samkeppnisleg áhrif.
35. Samkeppniseftirlitið gerir ekki athugasemdir við sjónarmið sem Fjölmiðlanefnd setur fram í umsögn sinni um fjölbreytni og fjölræði á fjölmiðlamarkaði.
36. Í þessu samhengi er rétt benda á að Samkeppniseftirlitið hefur áður bent á þær opinberu samkeppnishömlur sem eigi rætur að rekja til stöðu Ríkisútvarpsins á auglýsingamarkaði. Vísast um þetta til álits Samkeppniseftirlitsins nr. 4/2008, *Samkeppnishömlur sem stafa af stöðu og háttsemi Ríkisútvarpsins á markaði fyrir sölu auglýsinga í ljósvakamiðlum*, og síðari umsagna, s.s. umsögn frá árinu 2012. Í þessu sambandi hefur eftirlitið bent á að breyting á þátttöku Ríkisútvarpsins á auglýsingamarkaði í þágu jafnari samkeppnisskilyrða væri til þess fallin að treysta starfsemi fjölmiðla almennt og standa vörð um valkosti almennings á sviði fjölmiðlunar.
37. Þá er rétt að benda á að Samkeppniseftirlitið hefur fjallað um fjölbreytni og fjölræði í samhengi við stuðning við fjölmiðla af almannafé, sbr. t.d. umsögn ([nr. 1/2020](#)), dags. 13. janúar 2020, við frumvarp til laga um fjölmiðla. Í því sambandi hefur eftirlitið bent á að eignarhald á fjölmiðlum hefur í vaxandi mæli færst á hendur fjársterkra aðila sem standa fyrir tiltekna skilgreinda hagsmuni í íslensku atvinnulífi. Í sumum tilvikum blasi við að ráðstöfun þessara aðila á fjármunum í fjölmiðlarekstur hafi það meginmarkmið að ljá hagsmunum viðkomandi aðila enn sterkari rödd og vinna þeim framgangi. Taka þurfi tillit til þessa við mótnun á stuðningi við fjölmiðla.
38. Í samrunamáli þessu benda samrunaaðilar á að með samrunanum og öflugri ritstjórn verði hægt að styðja betur við bakið á dýpri rannsóknarblaðamennsku og greiningu á málefnum líðandi stundar. Með hliðsjón af framangreindu, sem og áliti Fjölmiðlanefndar að þessu leyti til, verður ekki séð að samruninn hafi skaðleg áhrif á fjölbreytni á fjölmiðlamarkaði. Samkeppniseftirlitið tekur einnig undir með Fjölmiðlanefnd að eftir samrunann verði útgáfufélag hins sameinaða fyrirtækis eftir sem áður í dreifðu eignarhaldi. Með fjölræði er vísað til þess að fjölmiðlar séu ekki undir yfirráðum fárra aðila. Að því leytinu til felur þessi samruni ekki í sér skaðleg áhrif á fjölræði á fjölmiðlamarkaði.
39. Að gögnum málsins virtum telur Samkeppniseftirlitið að samruni Stundarinnar og Kjarnans leiði ekki til þess að markaðsráðandi staða myndist eða styrkist, eða að samkeppni verði raskað að öðru leyti með umtalsverðum hætti. Þá mun samruninn ekki hafa skaðleg áhrif á fjölræði og/eða fjölbreytni í fjölmiðlun á þeim mörkuðum sem samrunaaðilar starfa á, sbr. 8. mgr. 62. gr. b. laga



um fjölmiðla samkvæmt gögnum málsins og álitni Fjölmiðlanefndar. Af þeim sökum er það niðurstaða Samkeppniseftirlitsins að ekki sé forsendur til að aðhafast vegna þessa samruna.

III. Ákvörðunarorð:

„Samruni Stundarinnar og Kjarnans felur í sér samruna í skilningi samkeppnislaga. Samkeppniseftirlitið telur ekki forsendur til þess að hafast frekar að í máli þessu.“

Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson