Svar på fråga 2018/19:292 av Roland Utbult (KD)  
Telias köp av Bonnier Broadcasting

Roland Utbult har frågat mig vilka åtgärder jag avser vidta med anledning av den situation som har uppstått i och med Telias köp av Bonnier Broadcasting och de konsekvenser som kan följa därav.

Den förändrade mediekonsumtionen påverkar såväl mediemarknaden som telekommarknaden. Ny teknik har lett till framväxten av nya distributionskanaler. Det har förändrat hur tv konsumeras och det har även påverkat konkurrensen på tv-området exempelvis genom att nya globala aktörer tillkommit. Konkurrensverket konstaterar i sin rapport *Konkurrensen i Sverige 2018* bl.a. att. utvecklingen på tv-området innebär att utbudet ökar, både avseende formerna för att titta på tv och själva programinnehållet.

Myndigheten för press, radio och tv ska enligt sin instruktion följa och analysera utvecklingen inom medieområdet och sprida kunskap om den till allmänheten. Myndigheten ger bl.a. årligen ut rapporten *Medieutveckling – Medieekonomi*, där utvecklingen på den svenska marknaden inom tv, radio och press analyseras.

Hur en eventuell sammanslagning av Telia och Bonnier Broadcasting skulle påverka konkurrensen på tv-marknaden eller telekommarknaden är något relevanta konkurrensmyndigheter får pröva. Jag ser ingen anledning att föregripa den processen.

Stockholm den 27 februari 2019

Amanda Lind