

Slutgiltigt nej till försäljningen av sök

Norska Fornyings- och administrationsdepartementet har idag meddelat Aspiro att de inte kan hitta skäl att utnyttja konkurrenslagens paragraf 21 vad gäller försäljningen av sökverksamheten till Opplysningen.

Departementet meddelade den 17 April att man väljer att följa konkurrensmyndighetens nej till företagssammanslagningen, med förbehåll om ett eventuellt utnyttjande av paragraf 21.

Departementet har nu meddelat Aspiro att man inte kan hitta ett sådant skäl, vilket innebär att konkurrensmyndighetens beslut står fast.

Försäljningen gällde Aspiros dotterbolag Aspiro Søk AS med de två största norska kortnumren för nummerupplysning, 1985 och 2100. Aspiro fortsätter att driva tjänsterna som tidigare, samtidigt som andra möjliga alternativ utvärderas.

Sökverksamheten omsatte 2008 cirka 59 MSEK med en EBITDA på cirka 43 MSEK.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Kristin Breivik Eldnes
IR- och informationschef
Tel: +47 908 07 389
e-post: kristin.eldnes@aspiro.com

Gunnar Sellæg
VD
Tel: +47 901 81 528
e-post: gunnar.selleg@aspiro.com

Informationen är sådan som Aspiro ska offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 24 april kl. 11:45.

Om Aspiro

Aspiro är marknadsledare inom mobil underhållning i norra Europa. Med Aspiros tjänster kan användarna bland annat titta på TV, lyssna på musik och spela spel i mobiltelefonen. Aspiros dotterbolag Rubberduck har en världsledande lösning för mobil-TV. Aspiro är också en av Nordens ledande aktörer inom mobil marknadsföring och mobila lösningar. Tjänsterna levereras till företag som Telenor, TeliaSonera, Tele2, 3, NRK, BBC och Fox Movies. Bolaget grundades 1998 och är ett smallcapbolag noterat på OMX Nordiska Börs i Stockholm. Aspiro har cirka 130 medarbetare och omsatte 2008 426 MSEK. Huvudkontoret ligger i Sverige och lokala kontor finns i Norge, Finland, Danmark, Estland, Lettland, Litauen och USA.