

Punkt 2: Rådsmøde den 26. februar 2014

26-02 2014
13/04400
/MST/MMW/UHL

MEDIERETTIGHEDER TIL DANSK LIGAFODBOLD – REVISION AF TILSAGN

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**
Erhvervs- og Vækstministeriet

Indholdsfortegnelse

1.	RESUMÉ.....	4
2.	AFGØRELSE.....	11
2.1	Tilsagn.....	11
3.	SAGSFREMSTILLING.....	19
3.1	Indledning.....	19
3.2	De involverede virksomheder.....	21
3.2.1	Organiseringen af dansk fodbold.....	21
3.2.2	Superligaklubberne.....	22
3.2.3	Divisionsforeningen.....	22
3.2.4	DBU.....	23
3.3	Sagens baggrund.....	23
3.3.1	Kommissionens praksis.....	23
3.3.2	Konkurrencerådets tilsagnsafgørelse fra 2007.....	24
4.	MARKEDSBESKRIVELSE.....	27
4.1	Generelt om tv-markederne.....	27
4.2	Rettighedsmarkederne.....	29
4.2.1	Rettighederne til "premium fodbold".....	31
4.2.1.1	Rettighederne til Superligaen og Landspokalturneringen.....	34
4.2.1.2	Rettighederne til Champions League.....	34
4.2.1.3	Rettighederne til Premier League.....	35
4.3	Markedet for udbud af tv-kanaler.....	35
4.3.1	Markedet for salg af betalings-tv-kanaler.....	36
4.4	Markedet for distribution af tv.....	38
4.5	Informationsindsamling angående superligarettigheder.....	41
4.5.1	Markedsundersøgelsen i TV 2 Sport-afgørelsen.....	41
4.5.2	Spørgsmål til forbrugere.....	43
4.5.3	Markedsundersøgelse blandt danske kanaludbydere og tv-distributører.....	44
4.5.3.1	Kanaludbydere.....	45
4.5.3.2	Tv-distributører.....	49
4.5.4	Markedsundersøgelse blandt udenlandske aktører.....	52
4.5.5	Oplysninger fra øvrige konkurrencemyndigheder i EU/EØS.....	53
4.6	Høringssvar.....	54

5.	VURDERING	60
5.1	Afgrænsning af de relevante markeder	60
5.1.1	De relevante produktmarkeder	60
5.1.1.1	Markedet for erhvervelse af tv-rettighederne til dansk ligafodbold.....	61
5.1.1.2	Markedet for erhvervelse af new media-rettighederne til dansk ligafodbold.....	63
5.1.1.3	Markedet for erhvervelse af radiorettighederne til dansk ligafodbold .	64
5.1.1.4	Markedet for salg af betalings-tv-kanaler.....	65
5.1.1.5	Markedet for distribution af tv	66
5.1.2	Geografisk markedsafgrænsning	66
5.1.3	Konklusion vedrørende markedsafgrænsning	67
5.2	Samhandelspåvirkning.....	68
5.3	Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101	69
5.3.1	Erhvervsvirksomhed	70
5.3.2	Aftale, vedtagelse eller samordnet praksis.....	71
5.3.3	Til formål og/eller til følge at begrænse konkurrencen.....	71
5.3.3.1	Fælles salg af rettighederne til Superligaen kan have skadelige virkninger for konkurrencen på flere markeder.....	72
5.3.3.2	Konkurrencerådets afgørelse fra 2007 har afbødet de konkurrenceskadelige virkninger af det fælles salg.....	74
5.3.3.3	Ophævelse af Konkurrencerådets afgørelse fra 2007 kan få negative virkninger for konkurrencen.....	76
5.3.3.4	Delkonklusion vedrørende til formål og/eller til følge at begrænse konkurrencen.....	77
5.3.4	Mærkbar konkurrencebegrænsning	78
5.3.4.1	Det kvantitative mærkbarhedskrav	78
5.3.4.2	Det kvalitative mærkbarhedskrav	79
5.3.4.3	Delkonklusion vedrørende mærkbar konkurrencebegrænsning.....	80
5.3.5	Konklusion vedrørende konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101.....	80
5.4	Mulig individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3	81
5.4.1	Konklusion vedrørende mulig individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3.....	85
5.5	Tilsagn	85
5.5.1	Markedstest af tilsagn	95
5.5.2	Vurdering af tilsagn	97
5.5.2.1	”No single buyer”-reglen.....	98
5.5.2.2	Undtagelsen til ”no single buyer”-reglen	99
5.5.2.3	Genudbud ved anvendelse af undtagelsen til ”no single buyer”-reglen.....	101
5.5.2.4	Den maksimale rettighedsperiode	103
5.5.2.5	Godkendelse af pakkesammensætningen	103
5.5.2.6	Genforhandling.....	103
5.5.2.7	Delkonklusion vedrørende tilsagn.....	104
5.6	Samlet konklusion	105

6.	AFGØRELSE.....	107
6.1	Tilsagn.....	107
7.	BILAGSFORTEGNELSE.....	115

1. Resumé

1. Denne sag handler om salget af medierettighederne til dansk ligafodbold, herunder navnlig Superligaen. Det skal vurderes, hvorvidt de markeds-mæssige forhold har ændret sig på en sådan måde, at der er grundlag for at foretage en ændring af den regulering af salget af medierettighederne til dansk ligafodbold, som blev indført i 2007.
2. Den 31. oktober 2007 traf Konkurrencerådet således afgørelse om at gøre en række tilsagn bindende, der var afgivet af DBU/Divisionsforeningen med henblik på at imødekomme de konkurrenceretlige betænkeligheder, som rådet havde i forhold til superligaklubbernes fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold ("2007-afgørelsen").
3. Uden den fælles salgsaftale ville klubberne skulle sælge deres rettigheder individuelt, og klubberne ville dermed uafhængigt af hinanden skulle forhandle salgsvilkår, herunder pris, med kanaludbydere. Dermed ville klubberne være i konkurrence med hinanden om at sælge de rettigheder, som de hver især råder over.
4. Den fælles salgsaftale medfører således, at 12 aktører i form af de 12 superligaklubber reduceres til én aktør på udbudssiden. Det betyder, at tredjeparter kun har én leverandør og alene kan købe rettighederne til de priser, som Divisionsforeningen fastsætter. Det fælles salg resulterer dermed i ensartede salgsvilkår, herunder priser, sammenlignet med en situation med individuelt salg.
5. Udgangspunktet er derfor, at en aftale mellem konkurrenter om fælles salg af rettighederne til Superligaen udgør en overtrædelse af konkurrenceloven, jf. § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, hvorefter en aftale, som begrænser eller kontrollerer afsætningen i markedet, er forbudt.
6. Et fælles salg af rettighederne til Superligaen har ikke kun betydning for rettighedsmarkedet, men også for de tilstødende markeder for (i) betalings-tv-kanaler og (ii) distribution af tv.
7. Således udgør væsentlige fodboldbegivenheder en vigtig del af det samlede indhold, som betalings-tv-kanalerne kan konkurrere med hinanden på, når de skal gøre kanalerne til attraktive salgsobjekter i forhold til tv-distributørerne. Tilsvarende er tv-distributørernes salg af abonnemeter til forbrugerne afhængigt af, at der tilbydes adgang til de kanaler, som har et efterspurgt indhold. Derfor kan både kanaludbydere og distributørerne også kræve en høj pris fra henholdsvis distributørerne og forbrugerne, såfremt de har adgang til at vise væsentlige fodboldbegivenheder.
8. Baggrunden for 2007-afgørelsen var, at de danske superligaklubber i regi af Divisionsforeningen siden 1998 havde foretaget fælles salg af medierettighederne til den danske Superliga i fodbold til én virksomhed, MTG, på eksklusiv basis. I december 2006 annoncerede MTG og Divisionsforeningen, at parterne havde til hensigt at forlænge aftalen frem til 2013. Såfremt denne hensigt var blevet effektueret, ville rettighederne ikke have været i åbent udbud i 15 år.
9. Tilsagnene fra 2007-afgørelsen, som udgør den nuværende regulering, indebærer følgende hovedvilkår:
 - (i) Rettighederne skal i åbent udbud hvert tredje år,

- (ii) Rettighederne deles op i et antal pakker, herunder minimum tre pakker med mindst én livekamp i hver, som udbydes særskilt og på åbne, ikke-diskriminerende og objektive vilkår, og
 - (iii) Ingen køber kan som udgangspunkt erhverve samtlige pakker til distribution af direkte transmission af superligakampe ("no single buyer").
- 10. Reglen om "no single buyer" giver således mulighed for, at superligapakkerne kan sammensættes således, at én kanaludbyder kan erhverve fem ud af de seks livekampe, som hver spillerunde består af. Endvidere kan den ene kamp, som tilfalder en anden kanaludbyder, være den mindst attraktive kamp, dvs. sjette kampvalg. Dette kan fx gøres ved, at kampene inddeles i seks pakker med én kamp i hver.
- 11. De nuværende tilsagn indeholder en undtagelse til "no single buyer"-reglen. Såfremt højst to kanaludbydere har afgivet "egnede" bud, dvs. bud som opfylder egnethedskriterierne og minimumspriserne, kan Divisionsforeningen således forhandle med de to kanaludbydere om salg af samtlige rettigheder til direkte transmission til én af dem. Erhvervelse af samtlige rettigheder forudsætter bl.a., at den pågældende kanaludbyder er parat til at betale en merpris for samtlige pakker på minimum 30 pct. over den højeste af to priser: (i) summen af minimumspriserne for pakkerne eller (ii) summen af det højeste skriftlige bud, der er afgivet i første budrunde for hver enkelt pakke.
- 12. Rettighederne har i mellemtiden været udbudt to gange efter den fastlagte model, og det tredje udbud skal efter planen foregå i foråret 2014 med virkning for sæsonen 2015/2016.
- 13. I marts 2013 henvendte Divisionsforeningen sig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med henblik på en genforhandling af tilsagnene. Divisionsforeningen mener, at markedsforholdene har ændret sig væsentligt, og foreningen ønsker i første række en fuldstændig ophævelse af tilsagnene fra 2007-afgørelsen, således at rettighederne kan sælges helt frit. Divisionsforeningen vurderer imidlertid, at det især er reglen om "no single buyer" og den maksimale rettighedsperiode på tre år, som den finder problematiske. Det skyldes ifølge Divisionsforeningen, at foreningen (og dermed klubberne) bliver påført et tab dels ved at køberfeltet begrænses, dels ved at køberne nedjusterer deres bud.
- 14. Divisionsforeningen har i medfør af punkt 187 i 2007-afgørelsen mulighed for at anmode om genforhandling af tilsagnene, såfremt markedsforholdene har ændret sig væsentligt, hvorefter gennemførelse af udbud efter den aftalte model vil medføre væsentlige tab for Divisionsforeningen.
- 15. I den forbindelse bemærkes det dog, at Divisionsforeningen ved det sidste salg af liverettighederne til Superligaen inden 2007-afgørelsen trådte i kraft solgte rettighederne for ca. [...] pr. sæson, mens det første udbud under reguleringen indbragte Divisionsforeningen [...] pr. sæson, [...]. Ved det efterfølgende udbud i 2011 [...] pr. sæson.
- 16. Med 2007-afgørelsen blev der indført en række krav, som sikrede, at også andre end MTG fik mulighed for med jævne mellemrum at erhverve rettigheder til Superligaen. Det har i sidste ende gavnet forbrugerne, der bl.a. har nydt godt af et øget udbud af tv-kanaler og tv-distributører, som har adgang til at vise kampe fra Superligaen.
- 17. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen deler dog Divisionsforeningens opfattelse af, at Superligaen i mellemtiden relativt set har mistet betydning i forhold til særligt Champions League og Premier League, og at disse rettigheder kan tillægges en betydning for

konkurrencen på tv-markederne, som i en vis grad kan sammenlignes med rettighederne til Superligaen.

18. Det fremgår således af Konkurrencerådets fusionsafgørelse fra 2012 om *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, at der i dag er tale om, at rettighederne til de tre fodboldturneringer Superligaen, Champions League og Premier League hver især udgør "premium fodboldrettigheder", som tillægges klart større betydning end andre fodboldrettigheder (og i endnu højere grad andre sportsrettigheder) i konkurrencen mellem både kanaler og distributører. Rettighederne til Superligaen er dog fortsat de [...] dyreste sportsrettigheder på det danske marked.
19. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den ændrede markedssituation begrundet visse justeringer af reguleringen. Det er dog samtidigt styrelsens vurdering, at der fortsat er så betydelige konkurrencemæssige problemer på rettigheds- og tv-markederne, at det også fremadrettet er nødvendigt at stille en række krav til, hvordan et fælles salg af rettighederne foregår.
20. Dette bekræftes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse i nærværende sag, hvoraf det fremgår, at både kanaludbydere og distributører generelt set er skeptiske over for en hel eller delvis ophævelse af tilsagnene, om end det for de flestes vedkommende især er en ophævelse af "no single buyer"-reglen, der anses som værende problematisk.
21. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen har på den baggrund fremsat tilbud om reviderede tilsagn, som indeholder følgende hovedændringer:
 - (i) Den maksimale rettighedsperiode forlænges til seks år,
 - (ii) Hvis der benyttes en rettighedsperiode, der overstiger tre år, styrkes "no single buyer"-reglen, således at (1) én aktør maksimalt kan erhverve 4 ud af 6 livekampe, og (2) én aktør ikke kan erhverve både livekampvalg 1 og 2,
 - (iii) Det er ikke længere muligt at anvende minimumspriser og dermed begrænse antallet af aktører, som kan afgive "egnede" bud,
 - (iv) Eksklusivitetspræmien hæves til 40 pct., hvis der opstår en situation med "egnede" bud fra færre end tre aktører, og
 - (v) Der skal ske genudbud efter maksimalt tre år af to livekampe, herunder minimum kampvalg 2, hvis én aktør erhverver alle liverettighederne for en periode, der overstiger tre år.
22. Baggrunden for og vurderingen af det fremsatte tilbud om reviderede tilsagn fremgår nedenfor.

"No single buyer"-reglen
23. Rettighederne til Superligaen har fortsat en sådan konkurrencemæssig styrke, at det selv med den nuværende rettighedsperiode på maksimalt tre år vil skabe en betydelig markedsmagt hos en kanaludbyder, som erhverver samtlige rettigheder eksklusivt.
24. Denne markedsmagt vil blot være styrket, hvis den pågældende kanaludbyder også har eksklusive rettigheder til de øvrige premium fodboldrettigheder, Champions League og Premier League: En sådan koncentration af premium fodboldrettigheder hos én kanaludbyder vil betyde, at den pågældende kanaludbyder vil have en klar fordel i konkurrencen med de øvrige kanaludbydere.

25. Dertil kommer, at konkurrencen på distributionsmarkedet ligeledes risikerer at lide skade, hvis ikke alle tv-distributører får adgang til rettighederne. Det gælder især, hvis den kanaludbyder, som kommer i besiddelse af alle rettighederne, er vertikalt integreret, som fx MTG er det. Endelig vil priserne kunne hæves i alle omsætningsled.
26. På den baggrund kan Divisionsforeningens ønske om at ophæve reglen om "no single buyer" ikke imødekommes.

Undtagelsen til "no single buyer"-reglen

27. I de gældende tilsagn er der som nævnt indføjet en undtagelse til "no single buyer"-reglen. Divisionsforeningen kan således indlede forhandlinger om at sælge til én kanaludbyder, såfremt der er afgivet bud fra højst to kanaludbydere, som er "egne". Det er vurderingen, at der fremadrettet vil være en betydelig risiko for, at denne undtagelse til "no single buyer"-reglen kan bringes i anvendelse.
28. For det første har det vist sig, at Divisionsforeningen ved de foregående udbud har anvendt meget høje minimumspriser. Såfremt minimumspriserne sættes højt, er der en betydelig risiko for, at en række interesserede kanaludbydere ikke vil være i stand til at byde minimumsprisen. Eftersom et afgivet bud mindst skal lyde på minimumsprisen for at blive erklæret "egnet", er Divisionsforeningens implementering af minimumspriser i høj grad med til at begrænse antallet af egnede bud.
29. For det andet er markedstendensen på betalings-tv-markedet, at aktørerne konsoliderer sig. Siden seneste udbud er TV 2 Sport blevet opkøbt af MTG, mens virksomheden bag Discovery Channel har opkøbt SBS og indgået en aftale om overtagelse af kontrol af Eurosport. Der er dermed nu tale om et begrænset køberfelt, hvilket i kombination med anvendelsen af minimumspriser betyder, at risikoen for, at der afgives færre end tre egnede bud, er betydelig.
30. Divisionsforeningens mulighed for at anvende minimumspriser er afskaffet i de reviderede tilsagn. Dermed mindskes risikoen markant for, at der kan opstå en situation, hvor der er færre end tre aktører, som afgiver egnede bud, og dermed mulighed for, at alle kampene sælges til én aktør.
31. Endvidere er eksklusivitetspræmien forhøjet fra 30 til 40 pct. Dette mindsker risikoen for, at der er én aktør, som erhverver alle pakkerne, hvis der på trods af afskaffelsen af minimumspriserne alligevel skulle opstå en situation, hvor der er mindre end tre egnede bud.
32. Endelig er der ændret på den procedure, der gælder for udbuddet, hvis der er færre end tre aktører, som har afgivet egnede bud. For det første skal en eventuel "enlig køber" betale en pris for samtlige pakker, som er minimum 40 pct. over summen af det højeste bud afgivet for hver enkelt pakke *på tværs af alle budrunder* – og ikke som nu, hvor afskaffelsen af minimumspriser ville få den konsekvens, at præmien alene skulle beregnes ud fra summen af det højeste bud for hver enkelt pakke afgivet i *første budrunde*, hvor buddene kan være "afsøgende" og derfor relativt lave.
33. For det andet skal der gennemføres en almindelig budproces med flere budrunder, som afsluttes med et endeligt bud, før aktørerne bliver oplyst om, at der er færre end tre deltagende aktører. Først herefter vil aktørerne få mulighed for at afgive et bud på fuld eksklusivitet. Dermed minimeres risikoen for, at der afgives strategisk lave bud, hvorved en "enlig køber" kan erhverve samtlige rettigheder til Superligaen til en pris, der ikke afspejler den reelle værdi af eksklusiviteten.

34. Afskaffelsen af minimumspriser, forhøjelse af eksklusivitetspræmien samt ændringerne af budprocessen gælder uanset længden på rettighedsperioden.

Rettighedsperioden

35. Den maksimale rettighedsperiode forlænges fra tre til seks år. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen anerkender i den forbindelse, at en længere rettighedsperiode vil kunne styrke købernes incitamenter til løbende at investere i – og dermed forbedre – Superliga-produktet, idet køberne får en længere periode til at kapitalisere på investeringen. Af samme årsag er det vurderingen, at en længere rettighedsperiode vil kunne øge sandsynligheden for, at nye aktører vil være interesserede i at erhverve rettighederne og anvende dem som ”brohoved” for etablering på det danske betalings-tv-kanalmarked. Disse mulige fordele skal dog holdes op i mod ulemperne ved en længere rettighedsperiode, herunder især den længere afskærmning af andre, potentielle købere.
36. Grundlæggende har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen haft konkurrencemæssige betænkeligheder ved en længere rettighedsperiode. Disse betænkeligheder har dog i høj grad haft sammenhæng med den nuværende udformning af ”no single buyer”-reglen, hvor der er mulighed for, at én kanaludbyder kan erhverve fem ud af seks kampe, og hvor den ene kamp, som tilfalder en anden kanaludbyder, endda kan være den mindst attraktive kamp, dvs. sjette kampvalg. En sådan situation kan bedre accepteres med den nuværende rettighedsperiode, hvor der er mulighed for en ny fordeling af rettighederne allerede efter tre år.
37. Hvis alene rettighedsperioden forlænges, vil det således skabe en risiko for, at der for en lang periode fastlåses en situation, hvor én kanaludbyder er i besiddelse af et klart mere attraktivt produkt – både volumen- og kvalitetsmæssigt. Dette vil skabe en væsentlig markedsmagt hos denne kanaludbyder, idet den dog ikke vil svare til fuld eksklusivitet.
38. De reviderede tilsagn indeholder imidlertid en yderligere begrænsning i forhold til de kamprettigheder, som en kanaludbyder kan erhverve, hvis der gøres brug af en længere rettighedsperiode end tre år.
39. Hvis der anvendes en rettighedsperiode, som er længere end tre år, vil én kanaludbyder således maksimalt kunne erhverve fire ud af seks kampe i modsætning til nu, hvor samme kanaludbyder kan erhverve fem ud af seks kampe. Dette understøtter, at der er en vis volumen til en alternativ køber.
40. Hertil kommer som en yderligere skærpelse af ”no single buyer”-reglen, at én kanaludbyder – i tilfælde af at rettighederne udbydes for en periode, der overstiger tre år – ikke kan erhverve både første og andet kampvalg – som er de to mest attraktive kampe i hver runde – uanset hvor mange kampe aktøren ellers er i besiddelse af.
41. Hvis der – på trods af afskaffelsen af minimumspriser og forhøjelse af eksklusivitetspræmien – alligevel opstår en situation, hvor én kanaludbyder erhverver samtlige pakker for en periode, der overstiger tre år, er det sikret, at to kampe, herunder minimum andet kampvalg, skal i genudbud efter maksimalt tre år. Dette afbøder de konkurrencemæssige virkninger af en længere rettighedsperiode i en situation, hvor én kanaludbyder erhverver samtlige kampe.
42. På den baggrund er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens samlede vurdering, at de konkurrencemæssige forbedringer, som de reviderede tilsagn indeholder i forbindelse med en rettighedsperiode på maksimalt seks år, opvejer de konkurrencemæssige betænkeligheder ved en forlængelse af rettighedsperioden.

43. Denne vurdering har sammenhæng med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering af, at Superligaen relativt set har mistet betydning i forhold til specielt Champions League og Premier League. Det er således vurderingen, at en forlængelse af rettighedsperioden er mindre problematisk, når de kanaludbydere, som ikke erhverver rettigheder til Superligaen, i stedet har mulighed for løbende at byde på andre rettigheder med tilsvarende egenskaber. På nuværende tidspunkt sælges rettighederne til Champions League og Premier League for treårige perioder.

Samlet vurdering

44. Det er samlet set Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at de reviderede tilsagn imødekommer styrelsens konkurrencemæssige betænkeligheder. For det første minimeres risikoen for, at der opstår en situation, hvor alle rettighederne til Superligaen sælges til én køber, markant.
45. For det andet sikres det, at mindst to kanaludbydere vil være i besiddelse af et konkurrencedygtigt produkt, hvis der anvendes en forlænget rettighedsperiode. Dette er sikret ved, at én køber maksimalt må erhverve fire ud af seks kampe, og at én køber ikke kan erhverve både første og andet kampvalg. Herved afbødes de negative konkurrencemæssige virkninger af en længere rettighedsperiode, som derfor forlænges til maksimalt seks år.
46. Der er indsat en genforhandlingsklausul i de reviderede tilsagn. Klausulen giver Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af tilsagnene, såfremt foreningen kan godtgøre en væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked.
47. Genforhandlingsklausulen giver endvidere Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ret til at kræve, at tilsagnene føres tilbage til deres oprindelige form fra 2007-afgørelsen eller revideres igen, hvis eksempelvis det potentielle køberfelt udvider sig på længere sigt, og det samtidig viser sig, at de nye "ventiler" i de reviderede tilsagn ikke imødekommer konkurrenceproblemerne i tilstrækkeligt omfang som følge af den maksimale rettighedsperiode på seks år.

Tabel 1.1 Sammenligning af eksisterende og reviderede tilsagn

	Eksisterende tilsagn	Reviderede tilsagn v. rettighedsperiode på maks. 3 år	Reviderede tilsagn v. rettighedsperiode over 3 år.
"No single buyer"-reglen	Maks. 5/6 kampe til én aktør		<ul style="list-style-type: none"> Maks. 4/6 kampe Ikke både 1. og 2. kampvalg
Undtagelse til "no single buyer"-reglen	<ul style="list-style-type: none"> Mindre end 3 egnede bud (egnethedskrav og <u>minimumspris</u>) Én aktør byder min. 30 pct. over det højeste af summen af 1) minimumspriserne og 2) højeste bud for hver pakke i første budrunde. Aktørerne får kendskab til, om der er egnede bud fra færre end tre aktører efter første budrunde, og det er herefter op til Divisionsforeningen at beslutte, hvornår der kan bydes på fuld eksklusivitet. 	<ul style="list-style-type: none"> Mindre end 3 egnede bud (egnethedskrav) Én aktør byder min. 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke <u>på tværs af alle</u> budrunder. Aktørerne får ikke kendskab til, om der er egnede bud fra færre end tre aktører før efter afgivelse af endeligt bud, hvorefter der kan bydes på fuld eksklusivitet. 	
Hvis "single buyer"	<ul style="list-style-type: none"> 6/6 kampe i udbud efter 3/3 år 	<ul style="list-style-type: none"> 6/6 kampe i udbud efter 3/3 år 	<ul style="list-style-type: none"> 2/6 kampe i udbud efter 3/6 år - herunder min. 2. kampvalg + valgfri kamp 6/6 kampe i udbud efter 6/6 år
Maks. varighed	3 år	6 år	
Genforhandling	<ul style="list-style-type: none"> DBU/Divisionsforeningen har ret til at anmode om genforhandling og ophævelse i tilfælde af væsentlige ændringer i markedsf forholdene, der fører til økonomisk tab. 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen</u> får ret til at anmode om genforhandling og ophævelse, hvis de godtgør en væsentlig forbedring i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked. <u>Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen</u> får ret til at pålægge Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen at genforhandle eller anvende de eksisterende tilsagn fra 2007-afgørelsen, hvis det godtgøres, at der er sket væsentlige ændringer i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, som gør, at en maks. rettighedsperiode på 6 år vil skade konkurrencen. 	

2. Afgørelse

48. Det meddeles Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen,
- at de af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afgivne tilsagn imødekommer Konkurrencerådets betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101,
 - at de afgivne tilsagn gøres bindende fra og med den 26. februar 2014, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 4, jf. § 16 a, stk. 1, og
 - at samtlige tilsagn afgivet i forbindelse med Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, *Medierettigheder til dansk ligafodbold*, ophæves.

2.1 Tilsagn

49. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen har den 20. februar 2014 afgivet følgende tilsagn:

Modifikation af eksisterende tilsagn

1. Definitioner

”Aktør” omfatter alle virksomheder, der indgår i samme koncern, som afgiver tilbud på eller erhverver en rettighed. Et budkonsortium betragtes som én selvstændig Aktør.

”Clean Tv-signal” er optagelse af billede og lyd fra fodboldkampen uden tilføjelse af nogen form for kommercielle budskaber.

”Dansk ligafodbold” er Superligaen og 1. division i de turneringer, som udskrives af DBU, herunder Landspokalturneringen.

”1. division” er den næstøverste fodboldrække, som defineret i DBU’s propositioner for Danmarksturneringen.

”Hold back” er den tidsperiode, rettighedshaver kan holde udnyttelsen af en rettighed tilbage.

”Højdepunktsklip” er brudstykker af en eller flere kampe, hvor varigheden er minimum 90 sekunder og maksimum 5 minutter pr. kamp. Højdepunktsklip leveres som Clean Tv-signal.

”Landspokalturneringen” er en turnering for herrer, som defineret i DBU’s propositioner herfor.

”Live Tv-rettighed” er en rettighed til at transmittere billede og lyd analogt og digitalt uanset medie fra en hel kamp direkte, herunder livestreaming på internettet og øvrige New Media. Indeholdt i en Live Tv-rettighed er tillige rettigheden til forskudt visning (genudsendelse) samt rettighed til visning af Højdepunktsklip for den pågældende begivenhed, som Live Tv-rettigheden vedrører.

”New Media-rettigheder” er rettigheder til fremførelse af billede og lyd via Internetklip, 3G, mobiltelefon o.l. elektroniske medier, som ikke er Tv- eller Radiorettigheder.

”Radiorettigheder” er rettigheder til billedløs fremførelse via et analogt og et digitalt sendenet, som f.eks. radio via Internettet.

”Superligaen” er den øverste fodboldrække, som defineret i DBU’s propositioner for Danmarksturneringen.

”Sæson” består af et antal runder, som afsluttes med kåring af henholdsvis en Danmarksmester, vinder af 1. division eller Landspokalmester.

”Trustee” har den betydning, der er angivet i punkt 5.

”Tv-rettigheder” er rettigheder til visning og distribution på tv, digitalt eller analogt og streaming på internettet.

2. Rettighedspakker

- 2.1. Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier **i)-vi)**:
- i)** Minimum 3 pakker indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til Superligaen, hvor hver pakke består af minimum 1 live kamp pr. runde. **ii)** Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i 1. division. **iii)** Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i Landspokalturneringen. **iv)** Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Tv-rettighe-der til Højdepunktsklip af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp. **v)** Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Radiorettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. **vi)** Minimum 1 pakke indeholdende New media rettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.
- 2.2. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan alene ændre kategorierne og den i pkt. 2.1 i) nævnte pakkesammensætning forud for igangsætning af et udbud, under overholdelse af disse tilsagn og kun med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens godkendelse.

3. Udbudsmodel

- 3.1. Samtlige pakker inden for hver kategori udbydes samtidigt og individuelt på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår og således, at interesserede Aktører har minimum 30 kalenderdage til at afgive første skriftlige bud. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan fastsætte et maksimalt antal virksomheder, der kan indgå i et budkonsortium.
- 3.2. Samtlige pakker i én kategori udbydes for en periode på maksimalt 6 løbende sæsoner. Udbuddet kan tidligst gennemføres 1½ år før en kontraktperiodes start, dog kan det første udbud iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrencerådets beslutning om at gøre denne tilsagnsaftale bindende, jf. § 16a, stk. 1, i konkurrenceloven.
- 3.3. I udbuds- og kontraktbetingelserne fastsætter Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen de nærmere betingelser i form af egnethedskriterier for at byde på pakkerne i hver kategori. Egnethedskriterierne skal være gennemsigtige og må ikke være urimelige eller diskriminerende. Eksempler på egnethedskriterier kan være produktionskapacitet og konkret erfaring med gennemførelse af fodboldtransmissioner samt finansiel kapacitet og evne til at opfylde de kontraktlige forpligtelser. Endvidere kan Superligaen

A/S/DBU/Divisionsforeningen i udbuds- og kontraktbetingelserne fastsætte vilkår om udnyttelse af rettigheder.

3.4. Udbuddet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbuddet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal godkende udbuds- og kontraktbetingelserne, inden udbuddet igangsættes.

3.5. På baggrund af de indkomne skriftlige bud kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen iværksætte en eller flere runder af forhandlinger om salg af rettighederne. Forhandlingerne skal vedrøre samtlige de individuelle konkrete pakker for samtlige kategorier. Der kan alene forhandles om:

i) Pris

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) kan der forhandles om de forhold, der fremgår af pkt. 3.7, og som er godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Der kan endvidere forhandles om vilkår i kontrakterne for alle pakker i de enkelte kategorier, forudsat at det sker under overholdelse af ligebehandlingsprincippet, og at eventuelle ændringer i kontrakterne gælder generelt for alle Aktører i den pågældende kategori.

3.6. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler med alle Aktører, som opfylder egnethedskriterierne, jf. pkt. 3.3. Ved forhandlingen tilkendegiver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, hvilke kriterier, jf. pkt. 3.5, en Aktør er – henholdsvis ikke er – konkurrencedygtige på. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen oplyser desuden efter hver forhandlingsrunde – og inden der afgives skriftlige bud – om der gennemføres endnu en forhandlingsrunde, eller om der er tale om sidste skriftlige bud. Hver forhandlingsrunde – inklusiv den sidste forhandlingsrunde – afsluttes med afgivelse af nyt skriftligt bud, som – hvis der er tale om det sidste forhandlingsmøde – er det endelige bud. Det endelige skriftlige bud skal afgives senest 3 hverdage efter anmodning herom fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. De skriftlige bud åbnes samtidigt af Trustee. Trustee skal deltage som observatør i samtlige forhandlinger og skal umiddelbart efter afslutningen af hver enkelt forhandlingsmøde føre protokol herover med behørig angivelse af tid og sted.

3.7. Tildeling af de enkelte pakker sker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på følgende underkriterier:

i) Pris

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) sker tildeling af de enkelte pakker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på underkriterier fastsat af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

3.8. Underkriterierne skal vægtes konkret og individuelt for hver af de i pkt. 2.1 i)-vi) nævnte kategorier og vægtningen skal fremgå af udbudsbetingelserne. Den pointmodel, der anvendes ved tildelingen i henhold til ovennævnte underkriterier, skal godkendes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen inden udbuddet iværksættes. For så vidt angår de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker er vægtningen af underkriterierne pris minimum 20 pct., penetration maksimum 40 pct. og markedsføringsplaner maksimum 40 pct.

3.9. På baggrund af de endelige skriftlige bud tildeler Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen de udbudte pakker. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan lade gennemføre et nyt udbud af alle kategorier i overensstemmelse med disse tilsagn. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

3.10. Alle pakker udbydes uoverdrageligt. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan godkende en overdragelse af en eller flere rettigheder på anmodning fra en Aktør. Godkendelsen skal i givet fald hvile på objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen respekterer ligebehandlingsprincippet ved eventuelle overdragelser. Overdragelse kan ikke ske, hvis overdragelsen fører til, at erhververen besidder rettigheder i et omfang, som ikke ville være tilladt i forbindelse med udbudsproceduren, jf. pkt. 4.2 og 4.3, jf. dog pkt. 4.5 og 4.7.

4. Udbudsprocedure

4.1. En Aktør kan afgive skriftlige bud på én eller flere pakker. Et bud skal angå én individuel pakke og må ikke være betinget af erhvervelsen af andre pakker eller rettigheder. Derimod kan en Aktør afgive bud på flere pakker i en kategori betinget af, at Aktøren kun erhverver et mindre antal af pakkerne i denne kategori, idet budet dog ikke kan prioritere, hvilke(n) pakke(r) der tildeles Aktøren. Pakkerne tildeles ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i den pågældende kategori.

- 4.2. Én og samme Aktør kan ikke erhverve samtlige de i pkt. 2.1 iv) nævnte pakker.
- 4.3. Én og samme Aktør kan (i) maksimalt erhverve Live Tv-rettigheder til 4 kampe pr. runde i Superligaen og kan (ii) ikke erhverve Live Tv-rettigheder til 1.- og 2.-kampvalget samtidig, jf. dog pkt. 4.5.
- 4.4. Tildeling af hver enkelt pakke skal ske til den Aktør, der skriftligt på den pågældende pakke har afgivet det økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7. Kan de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker ikke fordeles ud fra dette princip som følge af pkt. 4.3, tildeles pakkerne i denne kategori Aktørerne ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i pkt. 2.1 i).
- 4.5. Hvis mindre end tre Aktører afgiver et første skriftligt bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker, kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen dog sælge alle pakkerne i denne kategori til én og samme Aktør efter følgende procedure
- a) Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler om salget af pakkerne i pkt. 2.1 i) med de Aktører, som har afgivet bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker.
 - b) Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker til én og samme Aktør kan kun ske, hvis Aktøren i alt betaler en pris for samtlige pakker, som er minimum 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke i pkt. 2.1 i) på tværs af budrunderne afholdt forud for, at proceduren i pkt. 4.5 igangsættes, jf. pkt. 4.6.
 - c) Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker sker til den Aktør, som skriftligt byder det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7.
 - d) Hvis en Aktør erhverver samtlige rettigheder af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker i mere end tre sæsoner, skal to af livekampene, herunder minimum 2. live-kampvalget, udbydes igen efter maksimalt 3 sæsoner efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.3-3.10 og pkt. 4.3-4.6.
- Såfremt ingen Aktører ønsker eller er berettiget til at erhverve samtlige pakker i henhold til denne procedure, sker tildeling efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.5-3.10, pkt. 4.3-4.4 og pkt. 4.6 i disse tilsagn.
- 4.6. Bud indgives til Trustee og åbnes for hver pakke samtidig af Trustee på en på forhånd udmeldt dato. Aktører har ikke krav på at få oplysninger om indgivne bud, herunder hvem der har afgivet bud, og hvilke pakker der er afgivet bud

på. Straks efter åbning af de skriftligt indkomne bud påser Trustee, om proceduren i pkt. 4.5 kan finde anvendelse, hvilket føres til protokol, men meddeles ikke Aktørerne. Efter gennemførelse af proceduren i pkt. 3.6 beslutter Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, om processen i pkt. 4.5 skal anvendes. Bringes pkt. 4.5 i anvendelse meddeles dette Aktørerne, som herefter kan afgive nye bud i overensstemmelse med pkt. 4.5.

- 4.7. Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen beslutter at udbyde Live Tv-rettighederne for maksimalt 3 sæsoner, skal Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen udbyde Live Tv-rettighederne i overensstemmelse med disse tilsagn, dog således at pkt. 4.3 ikke finder anvendelse. Såfremt Live Tv-rettighederne udbydes for maksimalt 3 sæsoner, kan én og samme Aktør ikke erhverve samtlige de under pkt. 2.1 i) nævnte pakker, jf. dog pkt. 4.5.

5. Trustee

- 5.1. Trustee udnævnes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen efter indstilling fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen.
- 5.2. Trustee deltager som observatør under hele udbudsproceduren på baggrund af et mandat udarbejdet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.
- 5.3. Trustee skal være uafhængig af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen samt af alle aktuelle og potentielle Aktører. Trustee skal endvidere opfylde principperne i § 3, i forvaltningsloven om habilitet.
- 5.4. Trustee skal påse, at udbuddet sker i henhold til samtlige disse tilsagn og i overensstemmelse med udbudsbetingelserne. Trustee skal straks orientere Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, såfremt Trustee konstaterer forhold, der kan være en afvigelse fra den proces, som disse tilsagn, udbudsbetingelserne og Trustees mandat fastlægger. Trustee skal desuden løbende kunne redegøre for udbudsprocessen overfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, jf. § 17, i konkurrenceloven.
- 5.5. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afholder alle omkostninger til Trustee.

6. Forudsætninger og genforhandling

- 6.1. De afgivne tilsagn er minimumstilsagn. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan vælge at udbyde rettigheder i videre omfang, end hvad der følger af tilsagnene. Yderligere udbud skal foregå i overensstemmelse med disse tilsagn.
- 6.2. Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen godtgør en væsentlig forbedring i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, har Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af disse tilsagn, herunder en ophævelse af tilsagnet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen forelægger en sådan anmodning for Konkurrencerådet. Såfremt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen godtgør, at der er sket væsentlige ændringer i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, som gør, at en maksimal rettighedsperiode på 6 år vil skade konkurrencen på markedet, har styrelsen ret til at pålægge Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen at anvende de oprindelige tilsagn eller følge eventuelle nye tilsagn afgivet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. Et sådant pålæg kan dog tidligst være relevant, når der er gennemført et udbud under nærværende tilsagn, hvor der er anvendt en længere rettighedsperiode end 3 sæsoner, og pålægget vil da først kunne få virkning for det efterfølgende udbud.

København, den xx. xx 2014

(sign)

For DBU xx

(sign.)

For Superligaen A/S/Divisionsforeningen Claus Thomsen

3. Sagsfremstilling

3.1 Indledning

50. Den 31. oktober 2007 traf Konkurrencerådet afgørelse om at gøre en række tilsagn bindende, der var afgivet af DBU/Divisionsforeningen med henblik på at imødekomme de konkurrenceretlige betænkeligheder, som rådet havde i forhold til det fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold, herunder navnlig Superligaen, som havde foregået i en årrække ("2007-afgørelsen").
51. Denne sag drejer sig om, hvorvidt de markedsmæssige forhold har ændret sig på en sådan måde, at der er grundlag for at foretage en ændring af den regulering af salget af medierettighederne til dansk ligafodbold, som blev indført i 2007.
52. Klubberne i den danske Superliga i fodbold har indgået aftale om, at samtlige medierettigheder til klubbernes kampe udelukkende sælges i fællesskab i regi af Divisionsforeningen. Ved at indgå en sådan aftale, udelukkes de enkelte klubber fra selv at udbyde deres rettigheder individuelt. Potentielt 12 aktører i form af de 12 superligaklubber reduceres til én aktør på udbudssiden, hvorved der skabes et "sælger-kartel". Derved får sælger en betydelig markedsmagt, der bl.a. må antages at give klubberne mulighed for totalt set at tage en højere pris for rettighederne, når de sælges samlet, end hvis de blev solgt individuelt. Denne skabelse af markedsmagt videreføres endvidere på de tilstødende markeder for henholdsvis salg af betalings-tv-kanaler og distributionen af disse.
53. En aftale indgået af konkurrenter om fælles salg af rettigheder udgør som udgangspunkt en overtrædelse af konkurrenceloven, jf. § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, hvorefter en aftale, som begrænser eller kontrollerer afsætningen i markedet, er forbudt.
54. Fodboldklubbens fælles salg af medierettigheder til deres kampe er tidligere blevet reguleret af såvel EU-Kommissionen som af flere nationale konkurrencemyndigheder, og salget bliver fortsat reguleret i en række europæiske lande.
55. Baggrunden for 2007-afgørelsen var, at de danske superligaklubber i regi af Divisionsforeningen siden 1998 havde foretaget fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold til én virksomhed, MTG, på eksklusiv basis. I december 2006 annoncerede MTG og Divisionsforeningen, at parterne havde til hensigt at forlænge aftalen frem til 2013. Såfremt denne hensigt var blevet effektueret, ville rettighederne ikke have været i åbent udbud i 15 år.
56. Et afgørende element i Konkurrencerådets betænkeligheder var, at salget af tv-rettigheder ikke kun har betydning for rettighedshaverne. Således har adgangen til sportsrettigheder – og specielt rettigheder til fodbold – stor betydning for konkurrencen mellem både kanaludbydere og tv-distributører. På tidspunktet for 2007-afgørelsen var rettighederne til Superligaen og det danske landshold de mest efterspurgte sportsrettigheder i Danmark.
57. Konkurrencerådet vurderede i 2007-afgørelsen, at et samlet salg af rettigheder til én køber, som erhverver dem på et eksklusivt og langvarigt grundlag med klausul om eksklusiv adgang til forhandlinger om forlængelse, indebærer en form for afsætningskontrol, som er i strid med forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2.
58. På den baggrund tilbød DBU/Divisionsforeningen tilsagn, som indebærer følgende hovedvilkår:

- (i) Rettighederne skal i åbent udbud hvert tredje år,
 - (ii) Rettighederne deles op i et antal pakker, herunder minimum tre pakker med rettigheder til direkte transmission af superligakampe, som udbydes særskilt og på åbne, ikke-diskriminerende og objektive vilkår, og
 - (iii) Ingen køber kan som udgangspunkt erhverve samtlige pakker til distribution af direkte transmission af superligakampe ("no single buyer").
59. Siden 2007 har rettighederne været udbudt to gange efter den fastlagte model, og det tredje udbud skal efter planen foregå i foråret 2014 med virkning for sæsonen 2015/2016.
 60. Det første udbud efter 2007-afgørelsen fandt sted i 2007, hvor superligarettighederne blev fordelt mellem MTG, TV 2 Sport og et konsortium bestående af Telenor og DR. Sidstnævnte gav efterfølgende rettighederne i sublicens til C More. Salget af liverettighederne til Superligaen indbragte i alt Divisionsforeningen [...] årligt i perioden 2009/2010-2011/2012.
 61. Næste udbud af medierettighederne til Superligaen blev afsluttet i september 2011, hvor rettighederne blev fordelt mellem MTG og TV 2 Sport, således at MTG erhvervede fire kampe. MTG sublicenserede umiddelbart efter udbuddet rettighederne til to livekampe til C More på en række betingelser [...]. Salget af liverettigheder til Superligaen indbragte i alt Divisionsforeningen [...] årligt i perioden 2012/2013-2014/2015.
 62. Der er indsat en genforhandlingsklausul i 2007-afgørelsen: "*Såfremt DBU/Divisionsforeningen godtgør væsentlige ændringer i markedsforholdene, der medfører, at det ikke ville være muligt at udbyde rettighederne efter disse tilsagn, uden at påføre DBU/Divisionsforeningen væsentlige tab, har DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af disse tilsagn.*", jf. tilsagn 6.2 i 2007-afgørelsen.
 63. I marts 2013 henvendte Divisionsforeningen sig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med henblik på en genforhandling af tilsagnene. Det er i den forbindelse Divisionsforeningens overordnede synspunkt, at forholdene på tv-markedet siden 2007 har ændret sig i en sådan grad, at markedet i dag fremstår som et konkurrencepræget *bidding* marked med ikke-diskriminerende adgang til rettigheder og lave adgangsbarrierer. Divisionsforeningen fremhæver endvidere, at gennemførelse af udbud efter modellen i tilsagnene fra 2007-afgørelsen vil medføre væsentlige tab for foreningen.
 64. Divisionsforeningen ønsker i første række en fuldstændig ophævelse af tilsagnene fra 2007-afgørelsen, således at rettighederne kan sælges helt frit. Divisionsforeningen vurderer imidlertid, at det især er reglen om "no single buyer" og den maksimale rettighedsperiode på tre år, som den finder problematiske. Det skyldes ifølge Divisionsforeningen bl.a., at foreningen (og dermed klubberne) bliver påført et tab dels ved at køberfeltet begrænses, dels ved at køberne nedjusterer deres bud.
 65. Ifølge Divisionsforeningen begrænses køberfeltet ved, at det er nødvendigt for specielt potentielle udenlandske købere at kunne erhverve rettighederne både eksklusivt og for en længere periode for at kunne kapitalisere på rettighederne.
 66. Hertil kommer, at de potentielle købere, som faktisk afgiver bud, efter Divisionsforeningens opfattelse nedjusterer deres bud som følge af reglen om "no single buyer". Således vil aktører med høj betalingsvillighed for eksklusivitet ifølge Divisionsforeningen nedjustere deres bud, da der ikke er mulighed for eksklusivitet. Endvidere har Divisionsforeningen anført, at de

øvrige aktører vil nedjustere deres bud på de pakker, som er mindst interessante for aktører med præference for eksklusivitet.

67. Endelig har Divisionsforeningen anført, at en rettighedsperiode på tre år er for kort i forbindelse med et kommercielt samarbejde om Superligaen, idet Divisionsforeningen i modsætning til mere profilerede ligaer som Champions League og Premier League er afhængig af, at mediepartnerne løbende foretager investeringer i produktet. Incitamentet til at foretage disse investeringer øges ifølge Divisionsforeningen, hvis mediepartnerne har en længere periode til at kapitalisere på rettighederne.¹
68. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen indvilgede på baggrund af Divisionsforeningens henvendelse i at undersøge, om der var grundlag for at genforhandle tilsagnene fra 2007-afgørelsen. I den forbindelse indhentede styrelsen i september 2013 oplysninger om relevant praksis fra de øvrige europæiske konkurrencemyndigheder, og i oktober 2013 iværksatte styrelsen en markedsundersøgelse blandt udvalgte danske og udenlandske aktører på tv-markedet.

3.2 De involverede virksomheder

69. Divisionsforeningen er en forening for alle danske ligaklubber i Superligaen, 1. division og 2. division ("Danmarksturneringen"). Fodboldklubberne i den danske Superliga har i regi af Divisionsforeningen indgået aftale om, at samtlige medierettigheder til klubbernes kampe udelukkende sælges i fællesskab. Udover klubberne og Divisionsforeningen spiller Dansk Boldspil-Union (DBU) ligeledes en rolle i forhold til organiseringen af dansk ligafodbold. Disse væsentlige aktører beskrives nedenfor, idet der først gives en kort præsentation af dansk fodbolds organisering.

3.2.1 Organiseringen af dansk fodbold

70. Den organiserede afvikling af fodboldkampe i Danmark sker i turneringer. De turneringer, der tiltrækker sig mest opmærksomhed fra bl.a. tilskuere og medier, er Danmarksturneringen og Landspokalturneringen for herrer.²
71. *Danmarksturneringen* omfatter Superligaen med de 12 bedste hold, 1. division (NordicBet Ligaen) med 12 hold og 2. division med 32 hold fordelt i en øst- og en vestpulje.
72. En sæson løber over et år med start og afslutning om sommeren, og ved sæsonens afslutning kåres vinderen af Superligaen som Danmarksmester. De dårligst placerede hold fra hver række rykker ned i den næste, lavere rangerende række og erstattes af de bedst placerede herfra.
73. *Landspokalturneringen* er ligeledes en årligt tilbagevendende turnering, som omfatter alle hold, der har tilmeldt sig. Turneringen afvikles over et antal runder, hvor vinderen går videre til næste runde, mens taberen går ud af turneringen. Superligaholdene indtræder først i den sjette sidste runde, hvilket har betydning for, om kampene har interesse for tv-mediet.

¹ Jf. Divisionsforeningens rapport af 13. maj 2013 (Bilag 1).

² Andre turneringer er bl.a. Danmarksturneringen for kvinder, Landspokalturneringen for kvinder, Danmarksmesterskabet for herreungdom m.v.

74. For hver turnering afvikles kampene efter et fastlagt turneringsprogram. Traditionelt har superligakampene været spillet søndag eftermiddag. I de senere år er kampene spillet henover hele weekenden og på forskellige tidspunkter. De seks kampe i en almindelig superligarunde i sæsonen 2013/2014 er eksempelvis fordelt med én fredagskamp, én lørdagskamp, tre søndagskampe på tre forskellige tidspunkter samt én mandagskamp. En væsentlig grund hertil er efterspørgslen fra tv-mediet, da en rettighedshaver har et ønske om at kunne anvende så mange af rettighederne som muligt på den bedst mulige måde. Derfor efterspørger rettighedshaverne, at kampene ikke spilles samtidig, og at kampene så vidt muligt spilles om aftenen, hvor der er flest tv-seere.
75. Superligaklubberne og DBU er enige om, at klubberne har rettighederne, herunder medierettighederne, til kampene i Superligaen, mens DBU er rettighedshaver til selve turneringen. Turneringsprogrammet fastslår, hvilken klub der er arrangør af den enkelte kamp. Arrangøren er således den klub, der spiller på hjemmebane, og det er derfor denne klub, der som udgangspunkt afholder alle udgifter og beholder indtægterne fra kampen.

3.2.2 Superligaklubberne

76. Klubberne i de øverste rækker er gennemgående organiseret som virksomheder med en direktion og en bestyrelse. Alle 12 superligaklubber i sæsonen 2013/2014 er eksempelvis aktieselskaber, og flere klubber har erhvervsaktiviteter ved siden af fodbolden. Dette varierer i omfang fra udleje af lokaler, salg af mad og drikke m.v. til afholdelse af koncerter og ejerskab af fitness- og feriecentre. De erhvervsaktiviteter, der ligger ved siden af fodbolden, kan dermed potentielt have stor betydning for klubbernes samlede omsætning.
77. Superligaklubbernes samlede omsætning inklusive transferaktiviteter og øvrige økonomiske aktiviteter udgjorde i 2011/2012 ca. 2,3 mia. kr., men spredningen er meget stor.³ Således omsatte den største af klubberne, FC København⁴, for ca. 1,2 mia. kr., mens den mindste, HB Køge, omsatte for godt 14 mio. kr. Kun fem klubber havde en årlig omsætning på mere end 100 mio. kr.
78. Superligaklubberne ejer desuden sammen selskabet Superligaen A/S. Selskabet har til formål at udvikle og markedsføre dansk klubfodbold på eliteniveau, ligesom det repræsenterer ejerne i forhandlinger om kommercielle aftaler vedrørende fx sponsorer og reklamer.⁵

3.2.3 Divisionsforeningen

79. Divisionsforeningen er som nævnt en forening af klubberne i Danmarksturneringen. Foreningen repræsenterer de 56 divisionsklubber udadtil, herunder i forbindelse med salg af medierettigheder. Divisionsforeningen har derudover til opgave – i samarbejde med DBU – at koordinere udviklingen af dansk elitefodbold på klubplan.⁶ Divisionsforeningen står desuden for diverse markedsførings- og kommunikationsinitiativer i forhold til dansk elitefodbold.

³ Kilde: Opgørelse af Idrættens Analyseinstitut: <http://www.idan.dk/Nyheder/a392superligaregnskaber.aspx>.

⁴ Der gøres opmærksom på, at det er omsætningen fra selskabet bag FC København, Parken Sport og Entertainment A/S, som fremgår af teksten.

⁵ Kilde: Superligaen A/S' årsrapport for 2012/13.

⁶ Kilde: Divisionsforeningen: <http://www.divisionsforeningen.dk/>.

3.2.4 DBU

80. DBU er dansk fodbolds enhedsorganisation og repræsenterer dansk fodbold udadtil. DBU fastsætter reglerne for turneringerne og udskriver de nationale turneringer, herunder Danmarksturneringen og Landspokalturneringen. DBU er som nævnt rettighedshaver til turneringerne, mens klubberne er rettighedshavere til turneringernes kampe, jf. punkt 75 ovenfor.

3.3 Sagens baggrund

81. De europæiske konkurrencemyndigheder fik i løbet af det foregående årti øget fokus på fælles salg af medierettigheder til sportsbegivenheder i almindelighed og til fodboldturneringer i særdeleshed. Det skyldes, at det tillægges stor betydning for mange forbrugere at have adgang til at følge de væsentligste nationale og europæiske fodboldturneringer, og adgangen til disse rettigheder får dermed også stor betydning for konkurrencen mellem både kanaludbydere og tv-distributører. Konkurrenters fælles salg af konkurrerende rettigheder er som udgangspunkt i strid med konkurrencereglerne. Samtidig var det almindelig praksis, at rettighederne blev solgt samlet til én køber for en længere årrække (eventuelt med mulighed for forlængelse) uden at have været i et åbent udbud forinden.
82. En sådan salgsmodel kunne udover at begrænse konkurrencen på rettighedsmarkedet også begrænse den indbyrdes konkurrence mellem dels betalings-tv-kanalerne, dels tv-distributørerne. Det skyldes, at rettighederne til de væsentligste fodboldturneringer har en sådan betydning, at det kan være vanskeligt for betalings-tv-kanaler at klare sig i konkurrencen, såfremt kanalerne ikke har adgang til at vise kampe fra en eller flere af disse fodboldturneringer. Samtidig giver det kanaler med disse rettigheder mulighed for at få høje abonnementsindtægter i forbindelse med deres salg af kanalerne, hvorved de får adgang til en stor andel af forbrugernes samlede udgift til tv. Tilsvarende vanskeligt kan det være for en tv-distributør at kunne tilbyde et tilstrækkeligt attraktivt produkt, hvis distributøren ikke har adgang til kanaler, der viser kampe fra de nævnte fodboldturneringer.

3.3.1 Kommissionens praksis

83. Ovennævnte konkurrencemæssige problemstillinger har resulteret i en række Kommissions-afgørelser på området. I 2003 traf Kommissionen afgørelse i sagen om det europæiske fodboldforbund, UEFA's, fælles salg af de kommercielle rettigheder til den mest prestigefyldte pan-europæiske klubfodboldturnering, Champions League ("Champions League-afgørelsen").⁷
84. Kommissionen anerkender i Champions League-afgørelsen, at selvom fælles salg af medierettigheder til sportsbegivenheder som udgangspunkt er i strid med konkurrencereglerne, kan et sådant salg efter omstændighederne opfylde betingelserne for en individuel fritagelse efter TEUF artikel 101, stk. 3 (som svarer til konkurrencelovens § 8, stk. 1). Kommissionen kunne imidlertid først meddele UEFA en fritagelse, da der var anmeldt en revideret fælles salgsaftale, som tog højde for Kommissionens konkurrencemæssige betænkeligheder, hvorefter (i) rettighederne blev inddelt i en række forskellige pakker, som (ii) senest hvert tredje år (iii) skulle i åbent udbud.⁸

⁷ Jf. Kommissionens beslutning af 23. juli 2003 i sag COMP/C.2-37.398, Fælles salg af de kommercielle rettigheder til UEFA Champions League.

⁸ Jf. Champions League-afgørelsen, afsnit 3.4.

85. Champions League-afgørelsen lagde grundstenen for senere afgørelser fra både Kommissionen og de nationale konkurrencemyndigheder. Baseret på principperne fra Champions League-afgørelsen traf Kommissionen således lignende afgørelser i forhold til først den tyske Bundesliga i 2005 ("Bundesliga-afgørelsen")⁹ og sidenhen i forhold til den engelske Premier League i 2006 ("Premier League-afgørelsen")¹⁰. Disse to sager blev løst med tilsagn.
86. Alle tre afgørelser fra Kommissionen var tidsbegrænsede, og ingen af afgørelserne er længere i kraft: Bundesliga-afgørelsen udløb den 30. juni 2009¹¹, Champions League-afgørelsen udløb den 31. juli 2009¹² og Premier League-afgørelsen udløb den 30. juni 2013¹³. [...].
87. UEFA har da også i forbindelse med efterfølgende udbud annonceret, at salget af rettighederne til Champions League sker "[i]n accordance with the principles established by the European Commission".¹⁴ Tilsvarende blev det seneste udbud af Premier League-rettighederne også foretaget i overensstemmelse med de principper, der følger af Premier League-afgørelsen – selvom afgørelsen altså ikke længere var i kraft på udbudstidspunktet – herunder videreførelse af reglen om "no single buyer" og en rettighedsperiode på tre år.
88. Den tyske Bundesliga er fortsat reguleret, idet de nationale myndigheder har indført en ny regulering efter udløb af Kommissionens Bundesliga-afgørelse. Den nuværende regulering adskiller sig fra Bundesliga-afgørelsen på en række punkter, jf. nærmere herom afsnit 4.5.5 nedenfor.

3.3.2 Konkurrencerådets tilsagnsafgørelse fra 2007

89. Den 31. oktober 2007 gjorde Konkurrencerådet som nævnt en række tilsagn fra DBU/Divisionsforeningen, som vedrørte salg af medierettighederne til dansk ligafodbold, bindende.
90. Baggrunden for afgivelse af tilsagnene var, at klubberne i regi af Divisionsforeningen havde forestået et fælles salg af medierettighederne til Superligaen, som medførte, at bl.a. live-tv-rettighederne havde været samlet hos MTG siden 1998 på eksklusivt grundlag uden løbende at have været udbudt.
91. Som et direkte resultat af klubbernes konkurrencelovsstridige aftale om fælles salg af medierettighederne havde MTG således erhvervet rettighederne eksklusivt og langvarigt, uden at andre kanaludbydere fik mulighed for at byde på de rettigheder, som blev tillagt stor betydning for konkurrencen mellem både kanaludbydere og tv-distributører. MTG havde med andre ord fået en væsentlig konkurrencemæssig fordel i forhold til de øvrige kanaludbydere, som ikke var i besiddelse af rettigheder til Superligaen. Endvidere slog denne fordel også igennem i forhold til konkurrencen mellem tv-distributørerne, hvor de tv-distributører, som distribuerede de af MTG's kanaler, der viste superligafodbold, var væsentligt bedre stillede. I den forbindelse bemærkes det, at MTG som vertikalt integreret aktør havde incitament til at

⁹ Jf. Kommissionens beslutning af 19. januar 2005 i sag COMP/C-2/37.214), *Fælles salg af medierettighederne til den tyske Bundesliga*.

¹⁰ Jf. Kommissionens beslutning af 22. marts 2006 i sag COMP/C-2/38.173), *Fælles salg af medierettighederne til den engelske Premier League*.

¹¹ Jf. Bundesliga-afgørelsen, punkt 42.

¹² Jf. Champions League-afgørelsen, punkt 200.

¹³ Jf. Premier League-afgørelsen, punkt 44.

¹⁴ Jf. UEFA's pressemeddelelse af 18. december 2012, *Media contents rights sale: UEFA Champions League/UEFA Super Cup* [http://www.uefa.org/MultimediaFiles/Download/Publications/competitions/Marketing/01/55/41/62/1554162_DOW_NLOAD.pdf].

beskytte sin egen Viasat-distributionsplatform i konkurrencen ved ikke at indgå aftale med alle distributører.

92. Det overordnede mål med 2007-afgørelsen var derfor at få spredt medierettighederne til dansk ligafodbold ud blandt flere tv-selskaber og andre medieselskaber, således at især live-tv-rettighejderne ikke – som hidtil – blev solgt samlet til én køber, MTG, som erhvervede dem eksklusivt og på langvarigt grundlag, og som betød, at ikke alle distributører havde adgang til at vise dansk ligafodbold. Formålet var således at sikre, at konkurrenterne til MTG – både i kanal- og distributionsleddet – også fik mulighed for at erhverve rettighederne og dermed konkurrere med MTG om tv-seere til dansk ligafodbold.
93. Konkret sikrer tilsagnene, at rettighederne bringes i udbud samlet, og at dette sker under faste rammer, som DBU/Divisionsforeningen skal fastlægge nærmere i forbindelse med de enkelte udbud. Rammerne indebærer, at medierettighederne opdeles i et antal pakker, som sælges via åbne og regelmæssige udbud. Der er forskellige pakker til forskellige medietyper og højdepunktsklip.
94. Live-tv-rettighejder til Superligaen sælges i minimum tre pakker, hvor hver pakke består af minimum én livekamp pr. runde (tilsagn 2.1 i). Det blev i bilag 1 til tilsagnene specificeret, at pakke 1 bestod af 1.- og 4.-valgskampen, pakke 2 af 2.- og 5.-valgskampen og pakke 3 af 3.- og 6.-valgskampen.¹⁵
95. For alle medietyper gælder:
 - Udbuddet skal ske på åbne, ikke-diskriminerende og objektive vilkår og skal respektere ligebehandlingsprincippet (tilsagn 3.1 og 3.4).
 - Rettighederne til den enkelte pakke tildeles den, der afgiver det økonomisk mest fordelagtige bud (tilsagn 3.4).
 - Rettighederne må højst overdrages for tre år (tilsagn 3.2).
 - Ingen kan som udgangspunkt erhverve samtlige pakker til direkte transmission af superligakampe ("no single buyer") (tilsagn 4.1 - 4.5).
 - Processen følges af en *trustee*, som refererer til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (tilsagn 5).
 - Rettigheder kan kun videreoverdrages med DBU/Divisionsforeningens godkendelse (tilsagn 3.10).
96. Som det fremgår ovenfor, kan ingen som udgangspunkt erhverve samtlige pakker til direkte transmission af superligakampe ("no single buyer"), idet én aktør som følge af "no single buyer"-reglen maksimalt kan erhverve liverettighederne til fem ud af seks superligakampe. Såfremt det konstateres efter afgivelse af første bud, at højst to aktører har afgivet kvalificerede bud på disse rettigheder, kan DBU/Divisionsforeningen dog forhandle med de to aktører om salg af samtlige rettigheder til direkte transmission til én af dem. Erhvervelse af samtlige rettigheder forudsætter bl.a., at den pågældende aktør er parat til at betale en merpris for samtlige pakker på minimum 30 pct. over den højeste af to priser: i) summen af

¹⁵ I forbindelse med 2011-udbuddet blev pakkesammensætningen ændret til 1.- og 6.-valg, 2.- og 5.-valg samt 3.- og 4.-valg.

minimumspriserne for pakkerne eller ii) summen af det højeste skriftlige bud, der er afgivet i første budrunde for hver enkelt pakke. Såfremt ingen af disse to aktører er villige hertil, fastholdes reglen om "no single buyer". Medierettighederne til den enkelte pakke tildeles herefter den, der giver det økonomisk mest fordelagtige bud.

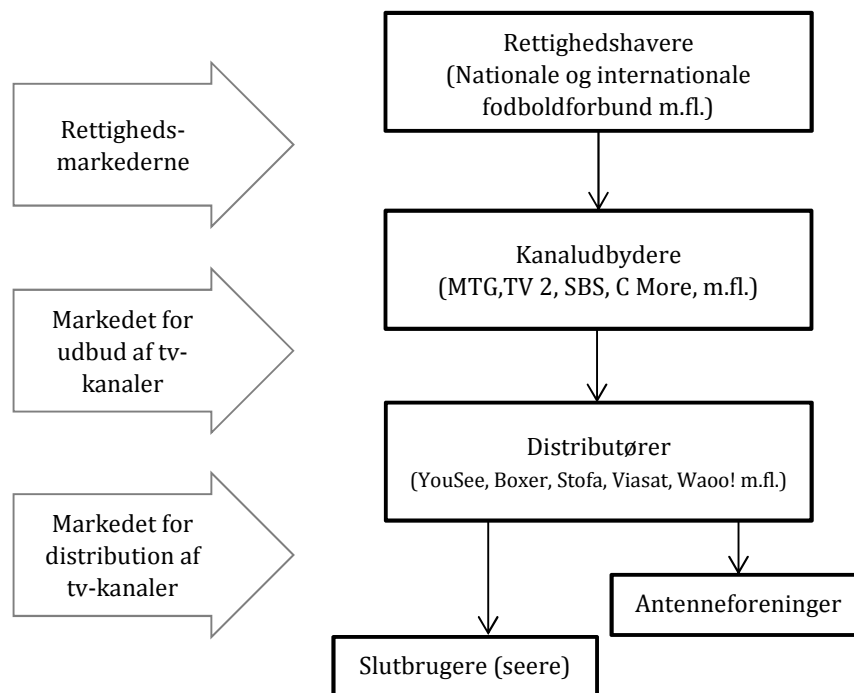
97. Det blev samlet set vurderet, at de afgivne tilsagn imødekom de konkurrencemæssige betænkeligheder, som Konkurrencerådet havde i forhold til klubbernes fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold. Således blev det i afgørelsens punkt 20 fremhævet, at *"med et bredt udbud af forskellige pakker skabes [der] reel mulighed for, at flere medieselskaber kan sikre sig rettigheder. Når flere rettigheder udbydes på samme tidspunkt på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, reduceres risikoen for, at der opstår problemer med afskærmning på de efterfølgende markeder [for udbud af tv-kanaler og for distribution]"*.
98. Tilsagnene er ikke tidsbegrænsede, men der er indsat en genforhandlingsklausul. Således fremgår det af tilsagn 6.2, at *"[s]åfremt DBU/Divisionsforeningen godtgør væsentlige ændringer i markedsforholdene, der medfører, at det ikke ville være muligt at udbyde rettighederne efter disse tilsagn, uden at påføre DBU/Divisionsforeningen væsentlige tab, har DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af disse tilsagn"*, jf. også 2007-afgørelsens punkt 187.

4. Markedsbeskrivelse

4.1 Generelt om tv-markederne

99. Det danske tv-marked har undergået en kraftig udvikling gennem de seneste år, som har ført til, at danskerne i dag kan modtage et større antal tv-kanaler end tidligere. Udviklingen på tv-området hænger i høj grad sammen med, at der er sket en udvikling i måden at modtage tv-kanaler på, som har gjort det muligt for en husstand at modtage tv-signaler fra flere tekniske platforme. Derudover er tv-signalet blevet digitaliseret, hvilket gør det muligt at modtage flere kanaler end med det analoge signal.
100. Et særligt vigtigt element i konkurrencen på tv-markedet er adgangen til attraktive sportsbegivenheder og i særdeleshed væsentlige fodboldbegivenheder, navnlig Superligaen, Champions League og Premier League. Disse fodboldbegivenheders væsentlige betydning beskrives nærmere nedenfor.
101. Salget af rettigheder til sportsbegivenheder har indflydelse på en række vertikalt forbundne markeder. Sammenhængen er illustreret i Figur 4.1.

Figur 4.1 Oversigt over tv-markedet



Kilde: Egen fremstilling.

102. Rettighedshaverne sælger enten direkte eller via mellemmand deres rettigheder til kanaludbydere, der herefter har mulighed for at producere tv-kanaler med et indhold, der er populært hos distributørernes kunder.
103. Distributørerne indgår aftaler med kanaludbydere om at videreformidle kanalerne til distributørernes abonnenter. Som oftest grupperes kanalerne i pakker, hvor kanaler med attraktive sportsrettigheder sædvanligvis er placeret i den dyreste pakke.
104. Særligt visse attraktive sportsrettigheder har betydning for konkurrencen om at tiltrække kunder, fordi disse sportsudsendelser bliver efterspurgt af bestemte seergrupper, der betragter dem som "must have".
105. De attraktive sportsudsendelser har derfor væsentlig betydning for salget af tv-kanaler til distributørerne og videre for distributørernes salg til antenneforeninger og slutbrugere.
106. Mange danskere er villige til at betale forholdsvis store abonnementsbetalinger for tv-pakker, der viser kvalitetssport – især topfodbold som fx Superligaen, Champions League og Premier League. Det skaber stor indtjening hos distributørerne, der dermed også har mulighed for at betale betydelige beløb til kanaludbydere. Kanaludbydere betaler derfor også mange penge

til rettighedshaverne, der typisk er fodboldforbund som den danske Divisionsforening, det europæiske UEFA og det engelske FA.

4.2 Rettighedsmarkedene

107. Kanaludbydere kan producere indholdet på deres tv-kanaler selv eller indkøbe det fra andre. Markederne for rettigheder omfatter en bred vifte af forskellige produkter som film, serier, sport m.v.
108. Der er en række kanaludbydere, der indkøber sportsrettigheder. Det gælder DR, TV 2, SBS, MTG, C More m.fl. Sælgerne af de kommercielt attraktive rettigheder er en række vigtige rettighedshavere, som fx:
 - Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen (rettigheder til Superligaen)
 - DBU (rettigheder til fodboldlandsholdets hjemmekampe)
 - UEFA (rettigheder til bl.a. Champions League)
 - FAPL (rettigheder til den engelske Premier League)
 - DHF/Divisionsforeningen (rettigheder til dansk håndbold)
109. Sportsrettigheder adskiller sig fra fx rettigheder til film og serier, idet sportsbegivenheder er unikke i den forstand, at de har større værdi, når de ses direkte. Sportsbegivenheder tiltrækker herudover typisk mange seere, herunder seere, der er meget loyale over for bestemte sportsudøvere, klubber og turneringer. Sportsrettigheder er derfor efterspurgt blandt distributører og kanaludbydere, og priserne på rettighederne til de mest populære sportsbegivenheder er steget markant de seneste år.
110. Eksklusiv rådighed over især væsentlige fodboldrettigheder tillægges særlig værdi i konkurrencen, fordi rettighederne kan få seerne til at skifte fra en kanal til en anden, ligesom de kan få seerne til at skifte distributør, efter hvor de pågældende fodboldkampe bliver vist (eksklusivt).
111. Derfor er attraktive fodboldrettigheder de [...] dyreste på sportsrettighedsmarkedet, jf. Tabel 4.1.

114. [...] rettigheder til øvrige sportsbegivenheder, der løber kontinuerligt henover året som den bedste spanske fodboldrække, Primera División, den pan-europæiske fodboldklubturnering Europa League, Formel 1 og den bedste italienske fodboldrække, Serie A, [...].
115. Priserne for liverettigheder til den nationale fodboldliga varierer meget fra land til land. Divisionsforeningen har udarbejdet en opgørelse over prisen for liverettigheder til hjemmemarkedet for en række udvalgte fodboldligaer. Disse priser er præsenteret nedenfor i Figur 4.2. Det ses tydeligt af figuren, at priserne for fodboldrettighederne til de store ligaer i bl.a. Storbritannien, Italien, Spanien, Frankrig og Tyskland adskiller sig betydeligt fra priserne for rettighederne til de nationale ligaer i andre lande. [...].
116. Hvis man – for at tage højde for de store forskelle mellem de udvalgte landes indbyggertal – i stedet opgør rettighedspriserne per indbygger, fremgår det ligeledes af Figur 4.2, at rettighederne til de store ligaer fortsat er blandt de dyreste, men at priserne per indbygger for såvel den danske Superliga som den norske Tippeliga også er forholdsvis høje. Mens rettighedsprisen per indbygger for flere af de store ligaer overstiger [...] pr. år, er prisen per indbygger for superligarettighederne ca. [...].

Figur 4.2 **Rettighedspriser for nationale fodboldligaer i udvalgte lande**

[...]

Note: [...].

Anm.: [...].

Kilde: Divisionsforeningen, Eurostat og Verdensbanken.

4.2.1 Rettighederne til "premium fodbold"

117. De mest attraktive sportsrettigheder sælges ofte opdelt i pakker. En visningsret kan sælges i en eller flere pakker med henblik på livevisning, forskudt visning, højdepunkter osv. Rettighedshaver kan derved sælge den samme rettighed flere gange med henblik på forskellig udnyttelse af rettigheden. Som nævnt sælges visningsretten ofte eksklusivt. Køber er dermed garanteret, at ingen anden tv-kanal konkurrerer om de samme seere. Af samme grund ses det ofte, at den samme køber ender med at købe alle pakker af den samme rettighed. Dermed opnår køberen den bedste beskyttelse mod konkurrenter, som vil bruge den samme rettighed på anden vis, ligesom køberen opnår de bedste forudsætninger for maksimal indtjening. Indkøbte rettigheder kan eventuelt videreoverdrages til tredjemand via sublicensering.
118. På det danske marked for tv-rettigheder er der – som anført ovenfor – særligt tre sportsrettigheder, der skiller sig ud, nemlig rettighederne til Superligaen, Champions League og Premier League. Som det fremgår af fusionsafgørelsen fra 2012, *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, er det Konkurrencerådets vurdering, at rettighederne til disse tre ligaer udgør "premium fodboldrettigheder", jf. afsnit 4.5.1 nedenfor.
119. Rådighed over rettigheder til Superligaen, Champions League og Premier League, der alle spilles løbende gennem året og hvert år, tillægges således særlig værdi i konkurrencen, fordi

disse turneringer i særlig grad tiltrækker seere, og fordi de dermed udgør en drivkraft for salg af abonnemeter. [...].

120. Derudover fremgår det af (i) Konkurrence- Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse i TV 2 Sport-fusionen fra 2012, jf. afsnit 4.5.1, (ii) styrelsens undersøgelse blandt forbrugere fra foråret 2013, jf. afsnit 4.5.2, og (iii) styrelsens markedsundersøgelse i forbindelse med nærværende sag, jf. afsnit 4.5.3, at kanaludbydere, tv-distributører og en stor del af forbrugerne anser disse tre turneringer som særligt vigtige rettigheder.
121. I det nuværende marked sælges de væsentligste livefodboldrettigheder for tre år ad gangen, på trods af at rettighederne til Premier League og Champions League ikke længere sælges på regulerede vilkår.
122. Senest er rettighederne til Champions League på det danske marked blevet solgt eksklusivt til MTG for perioden 2015/2016-2017/2018. Når superligarettighederne sendes i udbud næste gang vil MTG dermed have eksklusive rettigheder til Champions League samt eksklusivitet for hovedparten af rettighederne til Premier League, jf. afsnit 4.2.1.3 nedenfor. Figur 4.3 viser en oversigt over de forskellige kanaludbyderes erhvervelse af rettigheder til de tre "premium fodboldturneringer" i forbindelse med de seneste salg. Det ses tydeligt af oversigten, at MTG særligt i sidste del af perioden har akkumuleret en større andel af de væsentligste fodboldrettigheder.

Figur 4.3 **Oversigt over væsentlige fodboldrettigheder i Danmark**

	Sæsonen 2012/2013	Sæsonen 2013/2014	Sæsonen 2014/2015	Sæsonen 2015/2016
Superligaen		MTG		?
	TV 2 Sport	→	MTG	?
			C More	?
Champions League		MTG		MTG → 2018
	TV 2 Sport	→	MTG	
Premier League	SBS		MTG	
		SBS ¹⁾		

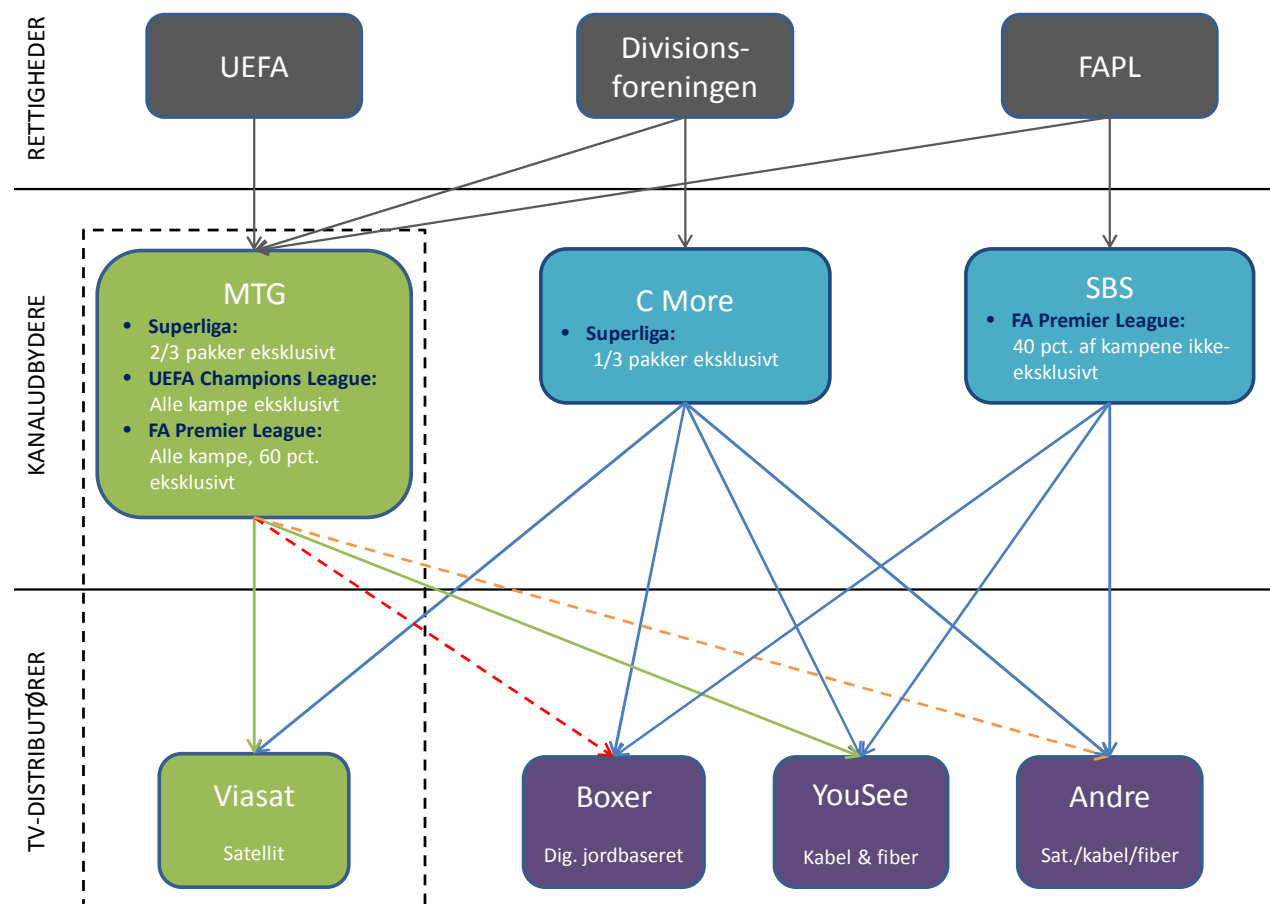
Note: TV 2 Sport blev i 2012 overtaget af MTG, jf. Konkurrencerådets TV 2 Sport-afgørelse.

1) SBS har jf. afsnit 4.2.1.3 kun mulighed for at sende de tre lørdagskampe og én hverdagskamp, mens MTG har rettighederne til alle kampene – også de kampe SBS sender.

Kilde: Egen fremstilling.

123. Hvis der dernæst fokuseres på, hvordan rettighederne til de tre fodboldturneringer i indeværende periode – 2013/2014-sæsonen – er fordelt mellem kanaludbyderne, er det også muligt at se, hvilken betydning denne fordeling har i forhold til tv-distributørernes mulighed for at tilbyde kampe fra Superligaen, Champions League og Premier League til deres kunder. Figur 4.4 giver et billede af denne situation.

Figur 4.4 Salg af rettighederne til de tre "premium fodboldturneringer"



Note: Den stiplede røde linje fra MTG til Boxer illustrerer, at MTG's distributionsaftale med Boxer alene vedrører visse af MTG's kanaler – og ikke TV3+ og TV3 Sport 2, som er to ud af de tre MTG-kanaler, der viser "premium fodbold". MTG har indtil 2015 forpligtet sig til at udbyde TV3 Sport 1, som også viser "premium fodbold", til alle distributører som følger af de tilsagn, der blev afgivet i forbindelse med behandlingen af TV 2 Sport-fusionen i 2012.

Den stiplede orange linje fra MTG til Andre illustrerer, at MTG's distributionsaftaler med visse distributører, fx Waoo!, alene vedrører visse af MTG's kanaler – og ikke TV3+ og TV3 Sport 2, jf. noten ovenfor.

Kilde: Egen fremstilling.

124. Det ses bl.a., at tre forskellige kanaludbydere har rettigheder til mindst én af de tre "premium fodboldturneringer". Hver især overdrager de retten til at vise én eller flere kanaler med livekampe fra disse turneringer til tv-distributørerne, som dernæst samler disse kanaler i tv-pakker til slutbrugerne. Det skal bemærkes, at MTG er vertikalt integreret, idet MTG udover at være kanaludbyder også har sin egen distributionsplatform via satellit, Viasat, jf. afsnit 4.4 nedenfor. Det fremgår endvidere af figuren, at MTG ikke distribuerer de kanaler, der viser premium fodbold, til alle distributører, herunder Boxer og Waoo!, som er MTG's konkurrenter i distributionsleddet. Dog er MTG, jf. tilsagnene i TV 2 Sport-fusionen, forpligtet til indtil 30.

juni 2015 at distribuere TV3 Sport 1 (den tidligere TV 2 Sport) til de distributører, der på tidspunktet for TV 2 Sport-fusionen havde en distributionsaftale med TV 2 Sport.

125. I det følgende præsenteres rettighederne til hver af de tre "premium fodboldturneringer", Superligaen, Champions League og Premier League, mere detaljeret.

4.2.1.1 Rettighederne til Superligaen og Landspokalturneringen

126. Salget af medierettighederne til dansk fodbold er reguleret af de tilsagn, som DBU/Divisionsforeningen afgav i forbindelse med 2007-afgørelsen, jf. afsnit 3.3.2 ovenfor.
127. Medierettighederne til dansk fodbold opdeles efter henholdsvis rettigheder til Superligaen og rettigheder til Landspokalturneringen. Der skelnes desuden mellem liverettigheder, radiorettigheder, rettigheder til højdepunktsklip og new media. Liverettighederne til Superligaen er, som det ses af Tabel 4.1, det [...] dyreste produkt.
128. Som det ses af Figur 4.5 nedenfor, solgte Divisionsforeningen ved det sidste salg af liverettighederne til Superligaen, inden 2007-afgørelsen trådte i kraft, rettighederne for [...] pr. sæson, mens det første udbud under reguleringen indbragte Divisionsforeningen [...] pr. sæson, [...]. Ved det efterfølgende udbud i 2011 [...] pr. sæson.

Figur 4.5 Prisudviklingen for liverettigheder til Superligaen og Champions League

[...]

Anm.: [...].

[...].

[...]

Kilde: Historiske aftaler mellem Divisionsforeningen og MTG, oplysninger fra Divisionsforeningen samt oplysninger fra MTG.

4.2.1.2 Rettighederne til Champions League

129. Champions League har deltagelse af de bedst placerede klubhold fra de nationale ligaer i Europa. Champions League bliver arrangeret og organiseret af det Europæiske Fodboldforbund, UEFA. UEFA har gennem sine love fået overdraget en stor del af tv-rettighederne til kampene og udnytter disse i et samlet koncept.
130. Kommissionen har som beskrevet i afsnit 3.3.1 tidligere taget stilling til UEFA's fælles salg af Champions League. På trods af at afgørelsen er udløbet, udbyder UEFA stadig rettighederne til Champions League i pakker på åbne, objektive og ikke-diskriminerende vilkår. Rettighedsperioden er fortsat på tre år. [...].
131. Rettighederne til at vise Champions League i Danmark besiddes nu og frem til 2018 eksklusivt af MTG.

132. [...].

4.2.1.3 Rettighederne til Premier League

133. Premier League er den bedste engelske fodboldrække, der desuden har deltagelse af de bedste walisiske hold. Kommissionen har som beskrevet i afsnit 3.3.1 ligeledes tidligere taget stilling til salget af rettighederne til Premier League. Salget har været reguleret af tilsagn, der dog nu er udløbet. Imidlertid blev rettighederne ved seneste udbud solgt på vilkår, der grundlæggende svarer til de krav, der fremgår af Premier League-afgørelsen, dvs. med "no single buyer"-regel (i forhold til hjemmemarkedet) og en rettighedsperiode på tre år. [...].
134. I Danmark har rettighederne tidligere været solgt eksklusivt for treårige perioder, mens SBS og MTG deles om rettighederne i den nuværende og de to kommende sæsoner. SBS har dog kun mulighed for at sende de tre lørdagskampe og én hverdagskamp, mens MTG har rettighederne til alle kampene – også de kampe SBS sender.
135. Prisen for rettighederne til at vise kampe fra Premier League til det britiske hjemmemarked steg ved det seneste udbud i 2012 fra GBP 591 mio. til GBP 1.006 mio.¹⁷ I Danmark indbringer Premier League-rettighederne i indeværende periode i alt DKK [...] pr. sæson.

4.3 Markedet for udbud af tv-kanaler

136. Kanaludbydere sammensætter programfladerne på deres tv-kanaler som en kombination af indkøbte rettigheder til film, sport og andre tv-programmer og egenproduktion. Kanaludbydere sammensætter programfladerne på deres tv-kanaler forskelligt ud fra deres forretningsmodel og efterspørgslen hos deres primære målgrupper (fx børn, kvinder, sportsinteresserede), så tv-kanaler udgør differentierede produkter. Herefter overdrager kanaludbydere en ret til at vise de enkelte kanaler til distributørerne.
137. De vigtigste kanaludbydere er DR, TV 2, MTG, SBS og C More. Derudover findes en lang række mindre kanaludbydere. Udbredelse af kanalerne måles dels ved antallet af seere, der kan se kanalerne (penetration), dels ved hvor meget kanalerne ses (seertal). TV 2's kanaler (især hovedkanalen) er de mest sete tv-kanaler efterfulgt af DR's kanaler og MTG's kanaler (TV3, TV3+, TV3 Sport 1 og 2 m.fl.), jf. Tabel 4.2, der viser kanalfamiliernes andel af tv-tiden opgjort for udvalgte år.

¹⁷ Kilde: <http://www.bbc.co.uk/news/business-18430036>

Tabel 4.2 Seerandel i procent for hhv. 2007, 2010 og 2012

	2007	2010	2012
TV 2 (inkl. alle TV 2-kanaler)	40,4	37,8	35,3
DR-kanalerne	31,0	27,9	28,5
MTG (TV3-kanalerne) ¹⁾	10,0	11,0	10,8
SBS	5,1	7,0	7,8
Andre kanaler	13,5	16,3	17,6
I alt	100	100	100

Note: 1) Herunder også det daværende TV 2 Sport.

Anm.: Tallene stammer fra TV 2 Danmark, årsrapport for 2007 og for 2011. Perioden for 2012 dækker 1.1-30.9.2012. Tallene er baseret på TNS Gallup, TV Meter.

Kilde: Baseret på Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012: Modern Times Group A/S' overtagelse af TV 2 Sport A/S.

4.3.1 Markedet for salg af betalings-tv-kanaler

138. Kanaludbydernes tv-kanaler er baseret på forskellige forretningsmodeller og kan være finansieret af licensindtægter, abonnementsindtægter, reklameindtægter eller en kombination af de to sidstnævnte indtægtskilder. I Danmark finansieres de fleste tv-kanaler ved abonnementsindtægter suppleret af reklameindtægter. Det gælder bl.a. alle TV 2's kanaler og alle MTG's kanaler. TV 2's hovedkanal overgik til at være en betalingskanal finansieret af reklame- og abonnementsindtægter i januar 2012. DR's kanaler er gratiskanaler, der alle udelukkende er licensfinansierede.
139. Af Tabel 4.3 ses det, at markedsandele opgjort ved hjælp af abonnementsindtægter adskiller sig væsentligt fra seerandelene i Tabel 4.2. Således udgjorde MTG's andel af abonnementsindtægterne ca. [...] pct. i 2011 mod under 11 pct. af seerne i 2012. En anden større udbyder af betalings-tv, SBS, havde i 2011 en markedsandel på ca. [...] pct. af abonnementsindtægterne, mens kanaludbyderens seerandel udgjorde under 8 pct. i 2012.

Tabel 4.3 Abonnementsindtægter og markedsandele for kanaludbydere, 2011

Kanaludbyder	Abonnementsindtægter (mio. DKK)	Markedsandele (pct.)
MTG	[...]	[...]
TV 2 Sport	[...]	[...]
TV 2	[...]	[...]
SBS	[...]	[...]
C More	[...]	[...]
Øvrige	[...]	[...]
I alt	[...]	[...]

Note: 'Øvrige' er: DK4, Discovery (efterfølgende fusioneret med SBS), Disney, Fox, Turner, NBC Universal, Sky, BBC, Scripps Networks, Viacom, AE, Dantoto, Al Jazeera og Eurosport.

† MTG og TV 2 Sport fusionerede i 2012.

Anm.: MTG har efterfølgende overtaget TV 2 Sport, ligesom SBS og Discovery er fusioneret (Discovery er inkluderet i gruppen af øvrige). Abonnementsindtægter for C More er baseret på skøn fra MTG i forbindelse med behandlingen af MTG's overtagelse af TV 2 Sport i 2012.

Kilde: Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012: *Modern Times Group A/S' overtagelse af TV 2 Sport A/S.*

140. Aftalerne mellem kanaludbydere og distributør fastlægger overordnet distributionens omfang, priser og varighed. Aftalerne angiver således, hvilke platforme distributøren er berettiget til at sælge til samt bl.a. fremføringsform (fx analog/digital).
141. Distributionsretten gives til en nærmere afgrænset kundegruppe, fx rettigheder til at distribuere til antenneforeninger (kollektive rettigheder) eller til individuelle husstande. Ofte fremgår det af disse aftaler, at distributøren er forpligtet til at sikre, at videredistribution af kanaludbyderens tv-kanaler i antenneforeningers tv-net sker i tv-pakker og ikke enkeltvis. Aftaler om kollektive rettigheder betyder, at kanaludbyderne giver distributøren ret til at sælge til antenneforeninger. Nogle af de største distributører, YouSee og Stofa, har eksempelvis kollektive rettigheder til at distribuere til antenneforeninger.
142. Tabel 4.4 viser detailpriser for udvalgte tv-kanaler i 2012. Som det ses af tabellen, hører kanaler med rettigheder til at vise livekampe fra den danske Superliga i fodbold til blandt de dyreste kanaler.

Tabel 4.4 **Detailpriser for udvalgte tv-kanaler, 2012**

Kanaludbyder	Kanal	Detailpris (DKK)
C More	Canal8 Sport†	[...]
	Canal9†	[...]
SBS	6'eren	[...]
	Kanal 4	[...]
	Kanal 5	[...]
MTG	TV3	[...]
	TV3+†	[...]
	TV3 Puls	[...]
	Viasat Golf	[...]
TV 2	TV 2 Sport†	[...]
	TV 2 Charlie	[...]
	TV 2 Danmark	[...]
	TV 2 Film	[...]
	TV 2 News	[...]
	TV 2 Zulu	[...]

Note: Detailprisen på en kanal er den pris, som en distributør maksimalt må tage for kanalen hos forbrugerne. TV 2 Sport var på daværende tidspunkt ejet af både MTG og TV 2 i et joint venture, men MTG har efterfølgende overtaget TV 2 Sport.

† Kanalerne viste bl.a. livekampe fra den danske Superliga i fodbold i 2012.

Anm.: MTG har efterfølgende overtaget TV 2 Sport.

[...]

4.4 Markedet for distribution af tv

143. Distributørernes afsætningsmuligheder afhænger af, hvor mange husstande der teknisk set har adgang til distributørernes platforme, og om de har rettigheder til at distribuere de tv-kanaler, som husstandene efterspørger.
144. De vigtigste aktører på markedet er TDC (bl.a. YouSee og TDC Home Trio), Stofa, Boxer, Waoo!, Viasat og Canal Digital.
145. Distributørerne anvender forskellige distributionsplatforme til at transportere tv-signaler til husstandene, jf. oversigten over distributionsformerne i Tabel 4.5. Husstandenes adgang til og valg af distributionsplatform har betydning for de produkter og ydelser, der kan modtages. De vigtigste platforme er:
 - Kabel-tv via kabelnet (coax)
 - Det jordbaserede (terrestriske) sendenet via master (DTT-Digital Terrestrisk TV)
 - Bredbånd (enten via fiber eller kobber) (IPTV Internet Protocol TV)
 - Satellit (DTH= Direkte til hjem)
146. Tv-markedet i Danmark er karakteriseret ved, at distributører af indhold også i vidt omfang ejer eller har eneret til brugen af den infrastruktur, de benytter. Det er nødvendigt for en distributør at have adgang til en infrastruktur/distributionsplatform, der dækker et

geografisk område, for at kunne levere tv til husstandene i netop dette område. Ikke alle distributionsplatforme dækker hele landet, enten fordi der fx ikke er nedgravet kabler i et område, eller fordi der i lokalplaner og lignende er forbud mod opsætning af paraboler og antenner, jf. Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Egenskaber ved distributionsform (2012)

Platform	Dækning	Antal udbydere	Udbydere	Antal husstande
Kabel	70 pct.	2	TDC/YouSee: Stofa:	[...] [...]
Fiber	30 pct.	2	TDC: Wao (elselskaberne):	[...] [...]
DTH Satellit / Parabol	100 pct. (dog kan der lokalt være forbud mod opsætning af paraboler)	2	Viasat: Canal Digital:	[...] [...]
DTT Digital Terrestrial Tv		1	Boxer: Gratiskanaler:	[...] [...]

Anm.: Der er tale om estimater for antallet af husstande fordelt på hver enkelt distributionsplatform.

Kilde: Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012: Modern Times Group A/S' overtagelse af TV 2 Sport A/S.

147. Det er endvidere muligt at distribuere tv via over-the-top (OTT). Dette er en nyere teknologi, som er uafhængig af en bestemt platform. Blandt andet har udenlandske OTT-aktører, som fx Netflix og HBO, etableret sig i Danmark. Endvidere lancerede YouSee i samarbejde med C More i december 2012 portalen YouBio. De fleste af disse aktører er dog kendetegnede ved, at de ikke viser sport, og særligt for de udenlandske OTT-aktørers vedkommende synes egenproduktion af eksempelvis livesportsbegivenheder ikke umiddelbart sandsynligt.
148. De to største kommercielle distributører af kabel-tv i Danmark er YouSee og Stofa. YouSee er et datterselskab til TDC og er den stærkeste aktør på markedet. YouSee og Stofa sælger begge til antenneforeninger og direkte til husstande. YouSee og Stofa ejer en stor del af kabelnettet. Resten ejes af antenneforeninger, boligforeninger og lignende. Der er ingen overlap mellem

YouSees og Stofas kabelnet og kun i meget lille omfang overlap mellem fibernet og kabelnettet. Derfor er der stort set ingen konkurrence mellem distributørerne på kabelnet og fibernet.

149. TDC/YouSee er markedsleder og kan nå ud til en betydelig del af landets husstande. Det kan derfor være afgørende for kanaludbydernes eksistens, at de kan opnå en aftale med YouSee, og TDC/YouSee opnår på den baggrund mere favorable aftaler end konkurrenterne.
150. Boxer er den eneste distributør af tv-kanaler via DTT-plattformen og har eneret frem til år 2020. Waoo! er et distributionselskab for 15 regionale elseskaber, og på basis af ejernes infrastruktur (fibernet) tilbyder Waoo! IPTV.
151. Der er to distributører på DTH-plattformen, Viasat og Canal Digital. Viasat er ejet af MTG. MTG er således aktiv både som udbyder af kanaler og efterspørger samtidig tv-kanaler til sin Viasat distributionsplatform. MTG distribuerer desuden sine kanaler via internetplatformen Viaplay.
152. DTH-plattformen adskiller sig fra de konkurrerende platforme ved, at platformen har oplevet et markant fald i de senere år. I 2008 modtog godt [...] husstande tv via DTH-plattformen. Dette tal var i 2012 nede på ca. [...] husstande. Det er vurderingen, at kunderne er gået fra DTH til DTT eller IPTV. MTG er således i direkte konkurrence med Boxer i distributionsledet.
153. Som følge af digitaliseringen af DTT- og kabel-tv har distributionsformerne oplevet en markant udvidelse i kapacitet og forbedret kvalitet i de senere år. Samtidig er udrulning af fibernet sket relativt hurtigt og har medvirket til at gøre IPTV til et alternativ for et stigende antal husstande i Danmark.
154. Kanalerne udbydes oftest i samlede pakker. Distributørerne tilbyder normalt en grundpakke, som seerne har mulighed for at supplere med mellem- eller premiumpakker, som tilbydes i tillæg til grundpakken. I løbet af 2013 har flere distributører suppleret deres tv-pakker med produkter, der i et vist omfang giver husstandene mere frit valg. Det er dog stadig kun i meget begrænset omfang muligt at købe kanaler enkeltvis. Den udbredte brug af tv-pakker og pakkestrukturen indebærer, at konkurrencen mellem såvel kanaludbydere som tv-distributører ikke fungerer så effektivt, som den kunne, hvis husstandene havde mulighed for i højere grad at vælge enkeltkanaler.
155. Flere distributører kan ikke levere alle tv-kanaler, enten fordi de selv har fravalgt dem, eller fordi de ikke kan opnå distributionsrettigheder til dem. Især MTG's kanaler, TV3+ og TV3 Sport 2¹⁸, er vanskelige at få rettigheder til at distribuere og findes eksempelvis ikke i Boxers og Waoo!'s porteføljer. Fraværet af tv-kanaler hos nogle distributører sammenholdt med den begrænsede adgang til en eller flere distributionsplatforme betyder, at husstandene ikke oplever distributørerne som perfekte substitutter. Det kan have stor betydning for distributørernes mulighed for at konkurrere.
156. Kombinationen af, at ikke alle kanaler (og dermed heller ikke alt indhold) er tilgængelige for alle distributører, pakkesalg af kanaler, eneret til infrastruktur og stærke distributørers købermagt har potentiale til at begrænse konkurrencen mellem distributørerne.

¹⁸ MTG har indtil 2015 forpligtet sig til at udbyde TV3 Sport 1, som også viser "premium fodbold", til alle distributører som følge af de tilsagn, der blev afgivet i forbindelse med behandlingen af TV 2 Sport-fusionen i 2012.

4.5 Informationsindsamling angående superligarettigheder

157. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med Divisionsforeningens anmodning om genforhandling af tilsagnene fra 2007-afgørelsen gennemført en række undersøgelser, ligesom styrelsen har gjort brug af en tidligere markedsundersøgelse på tv-markedet, som blev gennemført i forbindelse med behandlingen af MTG's overtagelse af TV 2 Sport i 2012.
158. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har bl.a. spurgt 1.652 forbrugere om fire fodboldligas betydning for deres valg af tv-pakke.
159. Herudover er der gennemført en markedsundersøgelse blandt syv kanaludbydere og syv tv-distributører, der i forvejen er aktive på det danske marked. Samtlige kanaludbydere og tv-distributører har svaret på styrelsens spørgeskema, men ikke alle respondenter har svaret på alle spørgsmål. Undersøgelsen har haft fokus på at belyse aktørernes syn på den gældende regulering, reguleringens markedsmæssige implikationer og udviklingen i forholdene på tv-markedet siden 2007-afgørelsen. Derudover er såvel kanaludbydere som tv-distributører blevet bedt om at vurdere, hvordan eventuelle ændringer af den nuværende regulering af superligaklubbernes fælles salg af medierettigheder vil påvirke konkurrencen mellem både distributører og kanaludbydere. Endvidere er tre udenlandske kanaludbydere, som ifølge Divisionsforeningen muligvis vil være interesseret i at erhverve rettigheder til dansk ligafodbold, blevet spurgt om deres overvejelser i den henseende.
160. Endelig har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen gennemført en informationsindsamling blandt de øvrige nationale konkurrencemyndigheder i EU/EØS. Formålet med indsamlingen var at afdække, hvilke konkurrencemyndigheder der regulerer fælles salg af tv-retighederne til de væsentlige sportsbegivenheder, og hvilke elementer reguleringen i givet fald består af. 18 konkurrencemyndigheder har besvaret styrelsens henvendelse.
161. Nedenfor præsenteres de væsentligste resultater fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser.

4.5.1 Markedsundersøgelsen i TV 2 Sport-afgørelsen

162. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen gennemførte i forbindelse med behandlingen af MTG's overtagelse af TV 2 Sport i november 2012 en markedsundersøgelse blandt kanaludbydere og tv-distributører. De væsentligste resultater fra undersøgelsen er præsenteret nedenfor i Tabel 4.6 og Tabel 4.7.

Tabel 4.6 Markedsundersøgelse blandt kanaludbydere i TV 2 Sport-fusionen

Spørgsmål: Vurderer De, at rettighederne til Superligaen, Champions League og Premier League adskiller sig fra rettighederne til andre sportsbegivenheder for så vidt angår følgende forhold...

	Ja	Nej	Begrundelse
Pris	2	0	<ul style="list-style-type: none"> • Prisen på disse rettigheder er væsentlig højere (pr. kamp) end de øvrige rettigheder. • [...].
Egenskab	2	0	<ul style="list-style-type: none"> • Rettighederne udgør et brand i sig selv og giver adgang til en attraktiv målgruppe (af primært mænd), der nærmest pr. definition vil anskaffe sig den eller de kanaler, hvor de kan følge en eller flere af "premium" turneringerne. • [...].
Anvendelsesformål	2	0	<ul style="list-style-type: none"> • Rettighederne kan bruges til at sikre, at en (ny) tv-kanal sikres distribution i markedet. Af de under "egenskab" nævnte årsager vil en kanal, der har en eller flere af disse rettigheder stå stærkere i forhandlingerne med distributørerne og i forbindelse med afstemninger i antenneforeninger end kanaler, der ikke har en eller flere af disse rettigheder. • [...].

Note: To kanaludbydere deltog i KFST's undersøgelse [...].

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse 1. november 2012.

Tabel 4.7 **Markedsundersøgelse blandt distributører i TV 2 Sport-fusionen**

Spørgsmål: *Vurderer De, at rettighederne til Superligaen, Champions League og Premier League adskiller sig fra rettighederne til andre sportsbegivenheder for så vidt angår følgende forhold...*

	Ja	Nej	Begrundelse
Pris	5	0	<ul style="list-style-type: none"> • Det er A-rettigheder, unikke og ikke-substituerbare og en rettighedshaver kan derfor altovervejende selv bestemme prisen på sin tv-kanal. • Fodbold er det dyreste indhold, da det er den sportsbegivenhed, der trækker flest tilskuere
Egenskab	5	0	<ul style="list-style-type: none"> • De pågældende rettigheder er langt mere uundværlige end andre rettigheder, bl.a. pga. styrken af de pågældende ligaer, sæsonforløb, løbende og bedre pressedækning af holdne og af de enkelte spillere/stjerner. • Rettighederne er med så stor tyngde, at de hver især kan være afgørende for en distributørs mulighed for at komme ind på markedet eller holde/udbygge sin position. • Fodbold er den sport, der interesserer flest og samler flest seere, og der er en must at have.
Anvendelsesformål	5	0	<ul style="list-style-type: none"> • Rettighederne er særdeles velegnede til at styrke og udbygge ens egen position – både umiddelbart og ved at flytte indhold rundt på forskellige kanaler. Det er på disse rettigheder, at væsentlige dele af abonnementssalget foregår, og som flytter markedsandele. Man kan forcere et opsalg. • Rettighederne har hver især en sådan tyngde, at en kanaludbyder kan bygge en hel kanal op omkring dem. • Med fodboldrettigheder øges efterspørgslen efter kanalen. • Meget seer-venlig og mulighed for optaktsprogrammer.

Note: Fem distributører deltog i KFST's undersøgelse [...].

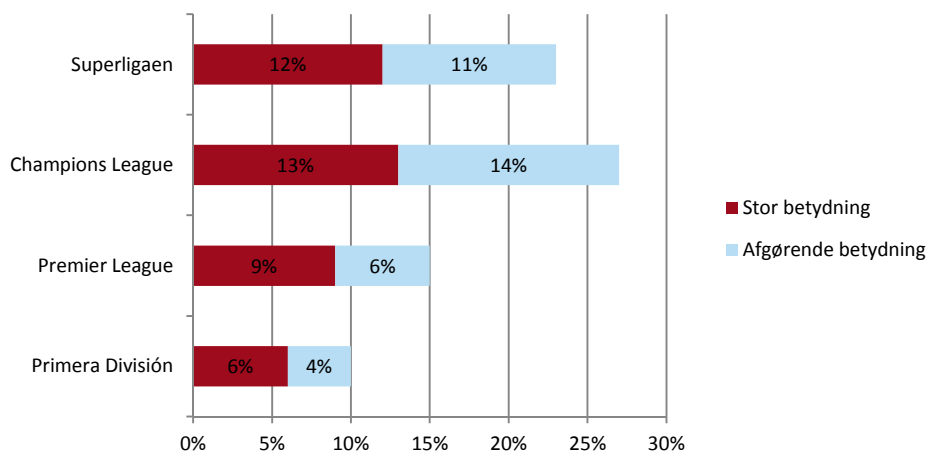
Kilde: *Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse 1. november 2012.*

163. Det fremgår tydeligt af såvel kanaludbydernes som tv-distributørernes svar, at rettighederne til Superligaen, Champions League og Premier League adskiller sig fra rettighederne til andre sportsbegivenheder, hvad angår både pris, kvalitet og anvendelsesformål. Rettighederne til de tre turneringer blev i TV 2 Sport-afgørelsen vurderet til at være "premium rettigheder". Det bemærkes bl.a., at rettighederne er dyre, at en kanal med disse rettigheder står stærkere i forhandlingerne med tv-distributørerne om placeringen af deres kanaler, og at rettighederne er væsentlige for en for kanaludbyderne og distributørerne meget attraktiv målgruppe af seere.

4.5.2 Spørgsmål til forbrugere

164. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i foråret 2013 spurgt 1.652 personer om Superligaens, Champions Leagues, den engelske Premier Leagues og den spanske Primera División betydning for deres husstands valg af tv-pakke. Som det ses af Figur 4.4 nedenfor, har forbrugerne svaret, at muligheden for at se kampe fra Superligaen i tv samlet set er af stor eller afgørende betydning for 23 pct. af husholdningernes valg af tv-pakke. Dermed overgår Superligaen Premier League og Primera División, mens Champions League tillægges marginalt større betydning end Superligaen.

Figur 4.4 Fodboldligaers betydning for husholdningernes valg af tv-pakke



Kilde: Undersøgelse foretaget for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen af Megafon. 1.652 respondenter har svaret på spørgsmålet "Hvor vigtig er muligheden for at kunne se Den danske Superliga for dit/jeres valg af tv-pakke?".

165. Samlet set har adgangen til én eller flere af de tre fodboldligaer, Superligaen, Champions League og Premier League, stor eller afgørende betydning for 32 pct. af husholdningernes valg af tv-pakke. Dermed afhænger ca. en tredjedel af de danske husholdningers valg af tv-pakke i en vis grad af, hvor de kan få adgang til livekampe fra Superligaen, Champions League eller Premier League.

4.5.3 Markedsundersøgelse blandt danske kanaludbydere og tv-distributører

166. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse blandt danske aktører har været rettet mod syv kanaludbydere [...] og syv tv-distributører [...], der er aktive i Danmark.
167. Det kan bemærkes, at hver enkelt kanaludbyder som oftest udbyder flere kanaler, ligesom nogle tv-distributører forestår distribution af tv-kanaler via flere forskellige platforme.¹⁹ For såvel kanaludbydere som tv-distributørers vedkommende er der altså tale om aktører, der dækker langt størstedelen af det danske tv-marked, herunder særligt visningen af diverse sportsrettigheder. Der er indkommet svar fra samtlige adspurgte aktører, men ikke alle respondenter har svaret på alle spørgsmål.
168. I det følgende præsenteres hovedpointerne fra aktørernes svar på markedsundersøgelsen, idet Tabel 4.8 og Tabel 4.9 nedenfor opsummerer henholdsvis kanaludbydernes og tv-distributørernes svar på enkelte udvalgte spørgsmål.

¹⁹ [...].

4.5.3.1 Kanaludbydere

Superligaens betydning

169. Seks ud af syv kanaludbydere i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse har peget på, at rettighederne til at vise livekampe fra Superligaen er unikke.²⁰ Fire ud af fem kanaludbydere svarer, at rettighederne har stor betydning for kanaludbydernes forhandlingsstyrke med tv-distributørerne.²¹ Det bemærkes bl.a., at *"Superligaen har rigtig stor seerinteresse"*, og at seerloyaliteten – set i forhold til andre fodboldrettigheder – er stor.²² [...] nævner desuden, at Superligaen sammen med Champions League og Premier League hver især er så stærke rettigheder, *"at fordelene ved at besidde disse rettigheder ikke kan opnås ved hjælp af andre rettigheder"*. [...] definerer disse tre rettigheder som *"store rettigheder"*, der bliver både dyrere og vigtigere, og som primært er på én aktørs hænder.
170. Fem ud af fem kanaludbydere mener, at det vil være af særlig værdi at tilbyde Superligaen eksklusivt, og fire af disse mener, at en længere rettighedsperiode end de nuværende tre år i så fald vil være mere attraktiv for en eksklusiv rettighedshaver.²³ Et par af respondenterne bemærker dog, at fordelene vil være størst for en aktør, der allerede har superligarettigheder. Det noteres eksempelvis, at *"[e]tablerede kanaler vil have en klar konkurrencemæssig fordel i og med, at de allerede har foretaget de nødvendige investeringer i marketing, studiefaciliteter, fodboldkyndigt personale etc."*; [...] og at *"en længere rettighedsperiode [vil] være en fordel for de stationer, der har rettighederne hvilket alt andet lige vil give rettighedshaverne en konkurrencemæssig fordel"*.²⁴
171. Samlet set vurderer et flertal af kanaludbydere, at liverettigheder til Superligaen er af stor betydning for kanalerne. Et par kanaludbydere peger dog samtidig på, at Champions League og Premier League muligvis er at betragte som lige så betydningsfulde rettigheder.

Situationen på markedet siden 2007-afgørelsen

172. Seks ud af seks kanaludbydere er enige om, at situationen på tv-markedet har ændret sig siden Divisionsforeningens indgåelse af tilsagn i 2007.²⁵ Der peges på en række forskelligartede forandringer.
173. Nogle kanaludbydere understreger, at tv-markedet er blevet yderligere konsolideret og koncentreret omkring et mindre antal større kanaludbydere.²⁶ Andre mener omvendt, at der er blevet flere kanaler tilgængelige med sport som bærende indhold²⁷, og at flere kanaler er blevet tilgængelige hos flere forskellige tv-distributører, hvor bindingsperioderne over for brugerne samtidig er mindsket, sådan at tv-kunderne har fået *"større mulighed for at skifte distributør"*.²⁸ Dertil kommer, at brugen af distribution over internettet i højere grad er muligt, ligesom fremkomsten af *video on demand*-tjenester (VOD-tjenester) har øget attraktiviteten af livesport for traditionelle flow-tv-kanaler, da øvrigt indhold i højere grad kan overtages af disse tjenester.²⁹ [...] mener, at Superligaen siden 2007-afgørelsen har mistet betydning i forhold til andet sportsindhold, hvilket ifølge kanaludbyderen bl.a. kan ses i form af faldende seertal.

²⁰ [...].

²¹ [...].

²² [...].

²³ [...].

²⁴ [...].

²⁵ [...].

²⁶ [...].

²⁷ [...].

²⁸ [...].

²⁹ [...].

Tilsagnenes effekt

174. Kanaludbyderne mener generelt, at Divisionsforeningens tilsagn fra 2007 har styrket konkurrencen mellem kanalerne, og fx bemærker [...], at "[...] reglerne for udbud af Superligaen har givet plads til at nye kanaler kan komme til og blive mere markante spillere". Fire ud af fem peger på, at det er "no single buyer"-reglen, som har haft denne effekt.³⁰ [...] mener, at "no single buyer"-reglen ikke har haft nogen effekt på konkurrencen mellem kanaludbyderne, men [...] indikerer dog samtidig, at reglen "er den mest hensigtsmæssige måde" at sprede superligakampene på, såfremt markedet skal reguleres.
175. Med hensyn til den maksimale rettighedsperiode på tre år er meningerne mere delte. Tre ud af fem respondenter mener, at reguleringen har styrket konkurrencen mellem kanaludbyderne, mens to mener, at reguleringen har svækket konkurrencen.³¹ I den første gruppe peges der på, at en længere rettighedsperiode primært vil komme eksisterende rettighedshavere til gode. I den anden gruppe bemærker [...], at treårs-perioden er for kort for en eventuel ny kanal, mens [...] noterer, at en længere periode ville få nogle af markedets andre aktører til at dyrke alternativt indhold med henblik på at konkurrere med Superligaen.
176. Samlet set vurderer kanaludbyderne, at de af Divisionsforeningen afgivne tilsagn i 2007-afgørelsen har styrket konkurrencen mellem kanaludbyderne, hvilket bl.a. kan ses illustreret gennem en ny aktørs (C More) indtræden på markedet.

Effekten af en ændring af tilsagnene

177. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har spurgt kanaludbyderne om deres vurdering af forskellige mulige ændringer af de nuværende tilsagn. Det drejer sig om henholdsvis en total ophævelse af tilsagnene, en ophævelse af "no single buyer"-reglen, en ophævelse eller forlængelse af den maksimale rettighedsperiode samt en kombination af de to sidste ændringsforslag.
178. Fire ud af fem kanaludbydere mener, at en total ophævelse af den nuværende regulering vil svække konkurrencen mellem kanaludbyderne.³² [...] mener omvendt, at en total ophævelse vil styrke konkurrencen mellem kanaludbyderne. De samme fire kanaludbydere peger på, at blot ophævelsen af "no single buyer"-reglen vil svække konkurrencen mellem kanaludbyderne, mens [...] hertil bemærker, at en sådan ændring ikke vil have nogen effekt. Tre ud af fem mener, at en forlængelse af den maksimale rettighedsperiode i sig selv vil svække konkurrencen, og der peges bl.a. på de samme effekter som under beskrivelsen af de nuværende tilsagns effekt i punkt 175 ovenfor.³³
179. Det kan således konkluderes, at [...] er skeptiske over for en hel eller delvis ophævelse af tilsagnene, idet især en ophævelse af "no single buyer"-reglen anses som værende kritisk.

Adgangsbarrierer for nye aktører

180. Tre ud af fem kanaludbydere mener, at der er væsentlige adgangsbarrierer for en aktør, der ikke tidligere har vist superligafodbold, men som ønsker at indtræde på markedet, mens to kanaludbydere ikke mener, at det er tilfældet.³⁴ Kanaludbyderne har forskellige holdninger til, hvor attraktive superligarettighederne er for potentielle udenlandske aktører. Der er dog bred enighed om, at attraktiviteten er højere, hvis tilsagnene ophæves helt eller delvist.

³⁰ [...].

³¹ [...].

³² [...].

³³ [...].

³⁴ [...].

Øvrige bemærkninger

181. [...] ønsker i udgangspunktet en fastholdelse af de nuværende tilsagn, [...].

Tabel 4.8 Kanaludbyderes svar på udvalgte spørgsmål i markedsundersøgelsen

Spørgsmål: Er der efter jeres vurdering nogen specifikke fordele ved at vise superligafodbold, som ikke kan opnås ved at vise anden sport?

	Ja	Nej	Uddrag fra begrundelserne
	6 ³⁵	1 ³⁵	<p>Ja: Superligaen er den eneste væsentlige danske sportsrettighed, der ubetinget sikrer større forhandlingskraft overfor distributører og har en høj brandværdi i forhold til seerne. Der er vores vurdering, at Superligaen, Champions League og Premier League hver for sig er så stærke rettigheder, at fordelene ved at besidde disse rettigheder ikke kan opnås ved hjælp af andre rettigheder [...]. ([...])</p> <p>Ja: Positioneringsmæssigt er det vigtigt at have den nationale liga på sin(e) kanal(er). [...] Fodbold må stadig anses for at være Danmarks mest populære sport og Superligaen rammer en kommerciel mere interessant målgruppe end for eksempel den danske håndboldliga. ([...])</p> <p>Nej: Der er ingen tvivl om, at såvel fodboldrettigheder som andre sportsrettigheder er attraktive for tv-stationer. Superligafodbold er dog ikke et unikt produkt der ikke kan substitueres. Ud over anden interessant sport er film, tv-serier og danskproduceret indhold også væsentlige rettigheder. ([...])</p>

Spørgsmål: Hvilken betydning har "no single buyer"-reglen i forbindelse med udbud af rettigheder til superligafodbold efter jeres vurdering haft for konkurrencen mellem tv-kanalerne?

Styrket konkurrence	Svækket konkurrence	Ingen effekt	Uddrag fra begrundelserne
4 ³⁶	0	1 ³⁶	<p>Styrket: "No single buyer" reglen har overordnet gavnet konkurrencen mellem tv-stationerne, da den oprindeligt sikrede, at ingen enkelt tv-station erhvervede alle live rettighederne [...]. ([...])</p> <p>Styrket: No single buyer reglen har medført, at Superliga rettighederne har været fordelt hos to-tre forskellige kanaludbydere (Viasat, TV2 Sport og C More) over hele perioden fremfor, at være eksklusivt på Viasat kanalerne [...]. ([...])</p> <p>Ingen: Superligarettigheder er en så lille del af den samlede konkurrence, at no single buyer ikke i sig selv har nogen væsentlig konkurrencemæssig betydning. Reglen er dog u hensigtsmæssig, da den skaber mulighed for, at en "mindre" rettighedshaver free rider på den generelle markedsføring af Superligaen som en "større" rettighedshaver foretager [...]. ([...])</p>

Spørgsmål: Hvilken betydning har den maksimale rettighedsperiode på tre sæsoner i forbindelse med udbud af rettigheder til superligafodbold efter jeres vurdering haft for konkurrencen mellem tv-kanalerne?

Styrket konkurrence	Svækket konkurrence	Ingen effekt	Begrundelse
3 ³⁷	2 ³⁷	0	<p>Styrket: [...]. ([...])</p> <p>Styrket: Udfra en generel betragtning vil en længere rettighedsperiode være en fordel for de stationer, der har rettighederne [...]. ([...])</p> <p>Svækket: [...] Tv-kanalerne ved, at de forholdsvis kostbare Superligarettigheder udbydes hvert tredje år, hvorfor der reserveres budget til at byde på rettighederne. Hvis rettighederne blev udbudt fx hver femte år, ville det være lettere at rette fokus mod andre rettigheder og udvikle disse til at kunne konkurrere med Superligaen [...]. ([...])</p> <p>Svækket: En 3-årsperiode är kort för att bygga upp en ny affär kring Superlian. ([...])</p>

Note: Syv kanaludbydere deltog i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse ([...]).

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse, oktober-november 2013.

³⁵ [...].

³⁶ [...].

³⁷ [...].

4.5.3.2 Tv-distributører

Superligaens betydning

182. Blandt tv-distributørerne mener alle syv respondenter, at der er specifikke fordele ved at tilbyde seerne adgang til superligafodbold i forhold til anden sport, og der er enighed om, at Superligaen har stor betydning i forhandlingerne mellem kanaludbydere og distributører. Det bemærkes bl.a., at Superligaen er altafgørende for mange husstandes valg af tv-pakke, at rettighederne er nødvendigt indhold uden substitutionsmuligheder for en distributør, samt at Superligaen er den største sportsseermagnet over et helt år.
183. [...] bemærker, at Superligaen mister betydning over for eksempelvis Premier League og andre fodboldligaer, som eksponeres bredt, mens [...] peger på, at rettigheder til Superligaen sammen med rettighederne til Champions League og Premier League er de mest betydningsfulde. Ifølge [...] får Superligaens høje frekvens den dog til at veje tungere end fx Champions League og fodboldlandskampe.
184. Fem ud af seks svarende distributører mener også, at rettigheder til Superligaen har stor betydning for pakkesammensætningen, og kanaler, der viser kampe fra den danske Superliga, er dermed vigtige for distributørerne og deres markedsføring over for forbrugerne.³⁸

Situationen på markedet siden 2007-afgørelsen

185. Alle syv distributører mener, at tv-markedet har ændret sig siden Divisionsforeningens indgåelse af tilsagn i 2007-afgørelsen. Det bemærkes bl.a., at flere væsentlige sportsrettigheder er blevet koncentreret hos færre kanaler³⁹, mens andre distributører mener, at nye kanaler er trådt ind på markedet med attraktivt indhold.⁴⁰ [...] noterer desuden, at "no single buyer"-reglen og tilsagnene i TV 2 Sport-fusionen fra 2012 har ændret situationen på markedet, idet de har fået mulighed for at distribuere kanaler med fodboldkampe fra Superligaen.
186. Endelig peger distributørerne på diverse teknologiske ændringer såsom fremkomsten af IPTV og kanalernes brug af bredbåndsadgang direkte til kunderne.⁴¹ Distributørerne har altså ligesom kanaludbyderne forskellige holdninger til, hvilke forandringer der er sket på tv-markedet.

Tilsagnenes effekt

187. Fire ud af seks distributører mener, at "no single buyer"-reglen har styrket konkurrencen mellem såvel kanaludbyderne som distributørerne selv.⁴² [...] mener dog, at reglen har medført stigende rettighedspriser – bl.a. da flere kanaludbydere har fået mulighed for at byde på rettighederne – hvilket har haft betydning for både distributører og forbrugere. [...] bemærker dog, at reglen har "forhindret en situation, hvor eksempelvis tv-udbydere som TDC/YouSee, Stofa og Viasat var alene på markedet om at kunne tilbyde de sportsinteresserede Superligafodbold". [...].
188. Med hensyn til tilsagnenes regulering af den maksimale rettighedsperiode, mener fire ud af seks respondenter, at denne begrænsning har styrket konkurrencen mellem kanaludbyderne⁴³, og to ud af seks mener, at det samme er tilfældet blandt distributørerne.⁴⁴ I

³⁸ [...].

³⁹ [...].

⁴⁰ [...].

⁴¹ [...].

⁴² [...].

⁴³ [...].

⁴⁴ [...].

forhold til konkurrencen mellem kanaludbydere bemærkes det bl.a., at "en begrænset periode [tv'inger] tv-kanalerne (...) til at lave produktet så godt som muligt".⁴⁵

189. Hvad angår tilsagnene i deres helhed, mener samtlige respondenter, at de har styrket konkurrencen mellem kanaludbydere. [...] peger fx på, "at reguleringen af salget af tv-rettigheder til Superligaen har medført en åbning for andre sports-tv-kanaler – ikke kun Canal9 og senere Canal 8 Sport, men også at SBS med større styrke har kunnet prioritere og satse på opkøb af væsentlige sportsrettigheder". I forhold til tilsagnenes effekt på konkurrencen mellem distributørerne selv mener fire ud af seks respondenter, at tilsagnene i deres helhed har styrket konkurrencen mellem distributørerne.⁴⁶

190. Det er altså overordnet tv-distributørernes vurdering, at de af Divisionsforeningen afgivne tilsagn i 2007-afgørelsen primært har styrket konkurrencen blandt kanaludbydere, men at effekten ligeledes er blevet videreført til markedet for distribution af tv, hvor flere distributører som følge af tilsagnene har fået adgang til at distribuere kanaler med rettigheder til Superligaen.

Effekten af en ændring af tilsagnene

191. Fem ud af seks distributører svarer, at en total ophævelse af Divisionsforeningens tilsagn vil svække konkurrencen mellem såvel kanaludbydere som distributører.⁴⁷ Fem ud af fem mener, at alene en ophævelse af "no single buyer"-reglen vil svække konkurrencen mellem kanaludbydere⁴⁸, mens de samme distributører undtagen [...] vil forvente en svækkelse af konkurrencen mellem distributørerne. Det er primært risikoen for, at en enkelt kanaludbyder erhverver rettighederne til Superligaen på eksklusive vilkår, der fører til disse svar. På trods af eksistensen af denne risiko peger [...] dog på, at Superligaen i stigende grad er substituerbar. Distributøren mener, at det for "den enkelte Superliga-interesserende tv-kunde (...) formentlig [opleves] negativt, at Superligaen i dag er spredt ud på hele fire forskellige kanaler, fordi det kan tvinge kunden til at abonnere på flere kanaler, end han ideelt set ønsker".

192. En mulig forlængelse af den maksimale rettighedsperiode anses som lidt mindre problematisk, idet fire ud af seks dog stadig mener, at en sådan ændring vil svække konkurrencen mellem kanaludbydere⁴⁹, mens tre ud af seks forventer en svækkelse af konkurrencen mellem distributørerne.⁵⁰ [...] henviser til risikoen for, at superligarettighederne bliver koncentreret hos få kanaludbydere i længere perioder, hvilket kan "blive en sovepude for kanalerne". [...] noterer dog, at effekten af en sådan ændring især vil "afhænge af, hvem der erhverver tv-rettighederne", da nye kanaludbydere kan have fordel af en længere rettighedsperiode, ligesom længere rettighedsperioder – eksempelvis i forbindelse med eksisterende kanaludbydere erhvervelse af rettighederne – vil "kunne hæmme markedets dynamik".

193. Blandt tv-distributørerne kan der altså registreres en vis skepsis over for at ophæve tilsagnene helt eller delvist, og denne skepsis relaterer sig primært til en ophævelse af "no single buyer"-reglen.

⁴⁵ [...].

⁴⁶ [...].

⁴⁷ [...].

⁴⁸ [...].

⁴⁹ [...].

⁵⁰ [...].

Adgangsbarrierer for nye aktører

194. Tv-distributørerne mener generelt ikke, at rettigheder til den danske Superliga i fodbold er attraktive for udenlandske kanaludbydere. [...] og [...] peger dog på, at rettighederne vil være forholdsvis attraktive under helt deregulerede forhold. [...] bemærker, at markedet for tv-kanaler er tæt på at være mættet, hvorfor nyetablering af en udenlandsk kanal under de gældende vilkår ikke synes realistisk.
195. Seks ud af seks distributører angiver, at de ville tage imod en potentiel ny aktør på samme måde som eksisterende kanaludbydere, idet man ville være indstillet på at forhandle med kanaludbyderen.⁵¹ En eventuel aftale med en ny kanaludbyder vil i sidste ende afhænge af bl.a. pris, vilkår, øvrigt indhold m.v.

⁵¹ [...].

Tabel 4.9 Tv-distributørers svar på udvalgte spørgsmål i markedsundersøgelsen

Spørgsmål: Hvilken betydning har det efter jeres vurdering for jeres forhandlinger med tv-kanalerne, om kanalerne er i besiddelse af live-tv-rettigheder til superligafodbold?

Stor betydning	Lille betydning	Ingen betydning	Uddrag fra begrundelserne
6 ⁵²	0	0	<p>Stor: Tv-rettighederne til Superligaen er sammen med tv-rettighederne til Champions League og Premier League de suverænt mest betydningsfulde rettigheder og kan alene afgøre pris og vilkår i forhandlingerne med enhver tv-kanal, der måtte have erhvervet disse rettigheder [...]. ([...])</p> <p>Stor: Superligaen er stadig vigtig: Ligaen har væsentlig betydning for attraktiviteten af de kanaler, der sender kampene. Fodbold er danskernes nationalsport, og den nationale liga spiller næsten pr. natur en særlig rolle. [...] Men Superligaen mister betydning: De udenlandske ligaer er blevet stærkere og har fået bedre fat i de danske seere. Det gælder i særlig grad Premier League, men også La Liga og til dels Serie A og Bundesligaen. ([...])</p>

Spørgsmål: Hvordan har reguleringen af salget af tv-rettighederne til superligafodbold efter jeres vurdering samlet set påvirket konkurrencen ...

	Styrket konkurrence	Svækket konkurrence	Ingen effekt	Begrundelse
... på markedet for køb af væsentlige sportsrettigheder?	4 ⁵³	0	2 ⁵³	<p>Styrket: Det er vores opfattelse, at reguleringen af salget af tv-rettigheder til Superligaen har medført en åbning for andre sports-tv-kanaler [...]. ([...])</p> <p>Styrket: Sikrer investeringslysten hos nye kanaler. ([...])</p> <p>Ingen: Køb af andre væsentlige sportsrettigheder er ikke blevet påvirket af der er lavet regulering på superligasporterrettighederne. ([...])</p>
... blandt tv-kanalerne i Danmark?	6 ⁵⁴	0	0	<p>Styrket: Det forhold at rettighederne er fordelt på flere kanaler betyder, at de hver især skal konkurrere om at give seerne den bedst mulige oplevelse. ([...])</p>
... blandt tv-distributørerne i Danmark?	4 ⁵⁵	1 ⁵⁵	1 ⁵⁵	<p>Styrket: Igennem denne regulering er vi ikke afskåret fra at kunne til byde superligakampe [...]. ([...])</p> <p>Ingen: Tilsagnene fører alt andet lige til højere priser for distributørerne og dermed for forbrugerne, fordi de har bidraget til høje priser for en række kanaler, hvoraf flere primært er bygget op omkring en enkelt eller to Superliga-kampe. Samtidig har tilsagnene alt andet lige ført til højere rettighedspriser, fordi de har gjort det muligt for flere tv-stationer at byde på Superligaen [...]. ([...])</p>

Note: Syv tv-distributører deltog i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse ([...]).

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse, oktober-november 2013.

4.5.4 Markedsundersøgelse blandt udenlandske aktører

196. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har kontaktet tre udenlandske kanaludbydere, som ifølge Divisionsforeningen muligvis vil være interesseret i at erhverve rettigheder til dansk

⁵² [...].

⁵³ [...].

⁵⁴ [...].

⁵⁵ [...].

ligafodbold, om deres overvejelser angående et muligt engagement på det danske marked. Der er tale om [...]. To af disse kanaludbydere, [...], har svaret på styrelsens henvendelse, [...].

197. [...].

198. [...].

4.5.5 Oplysninger fra øvrige konkurrencemyndigheder i EU/EØS

199. I september 2013 har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i forbindelse med nærværende sag gennemført en informationsindsamling blandt de øvrige nationale konkurrencemyndigheder i EU/EØS. Formålet med informationsindsamlingen var at afdække, hvilke konkurrencemyndigheder der regulerer fælles salg af tv-rettighederne til de væsentlige sportsbegivenheder, og hvilke elementer reguleringen i givet fald består af.

200. Af de 18 responderende konkurrencemyndigheder har 9 angivet, at de i varierende grad regulerer eller har undersøgt markedet for salg af væsentlige sportsrettigheder. Der er tale om Belgien, Cypern, Finland, Italien, Norge, Polen, Rumænien, Spanien og Tyskland.⁵⁶

"No single buyer"-reglen

201. Konkurrencemyndighederne i Italien og Rumænien angiver, at de i lighed med Danmark har en "no single buyer"-regel. For Rumæniens vedkommende kan en køber, der overholder visse kriterier angående dækningsgrad og tilgængelighed, dog godt anskaffe sig eksklusive rettigheder. Blandt de lande, der ikke har en sådan regel, angives det dog fx hos Tyskland, at den med konkurrencemyndighederne aftalte marketingmodel ikke ville hænge sammen med en "no single buyer"-regel. I andre lande overvåger man løbende markedet, da man er bekymret for eksklusivt salg. I Norge indledte man eksempelvis i 2007/2008 en dialog med fodboldforbundet om salg af rettigheder for perioden 2009-2012. Årsagen var, at man var bekymret for, at rettighederne skulle blive solgt eksklusivt, sådan som det tidligere var sket. I forbindelse med det seneste udbud af rettighederne for perioden 2013-2016 har man til gengæld ikke været involveret, idet rettighederne dog heller ikke i denne omgang blev solgt eksklusivt.

202. Hvad angår UK, udløb EU-Kommissionens Premier League-afgørelse jf. punkt 86 ovenfor den 30. juni 2013, hvorefter bl.a. "no single buyer"-reglen og den maksimale rettighedsperiode på tre sæsoner formelt trådte ud af kraft. Det kan dog i den forbindelse bemærkes, at medierettighederne til Premier League også ved det seneste udbud blev solgt i overensstemmelse med begge disse principper, selvom Kommissionens Premier League-afgørelse altså er udløbet.

Regulering af maksimal rettighedsperiode

203. Halvdelen af de konkurrencemyndigheder, som har svaret, at de har reguleret eller undersøgt sportsklubbers salg af medierettigheder, har noteret, at salget af rettigheder til den nationale fodboldliga kan ske med en begrænset rettighedsperiode på tre år.⁵⁷

⁵⁶ Blandt de resterende ni konkurrencemyndigheder er det dog for de flestes vedkommende uklart, om myndighederne ikke har reguleret eller undersøgt området inden for de seneste år, eller om sportsklubber i de pågældende lande ikke forestår fælles salg af tv-rettigheder. Blandt de lande, som enten regulerer eller har undersøgt sportsklubbers salg af tv-rettigheder, gælder det fx i Spanien, at fodboldklubberne i den nationale liga sælger tv-rettighederne enkeltvis, men salget reguleres alligevel af konkurrencemyndighederne med hensyn til maksimal rettighedsperiode og sammensætning af pakker. [...].

204. I Tyskland er den maksimale rettighedsperiode fire år, mens de resterende lande ikke umiddelbart har nogen begrænsning. Her er rettighedsperioden dog også typisk et par år. [...].

Øvrige bemærkninger

205. Nogle konkurrencemyndigheder stiller desuden en række andre krav i forbindelse med sportsklubbers salg af tv-rettigheder. I Tyskland er en eventuel eksklusiv køber af en bestemt gruppe af de udbudte pakker fx forpligtet til at bruge flere forskellige distributionsformer. [...].

206. I Rumænien og Spanien stilles der visse krav tilgængeligheden af bestemte pakker og/eller kampe, således at disse fx bliver vist på gratis-tv eller på tv-kanaler med en vis penetration i det pågældende land. Disse krav har dog ikke sammenhæng med eksklusivitet.

207. Flere lande nævner, at udbudsprocessen skal ske på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, og de fleste konkurrencemyndigheder stiller ligeledes krav om, at udbuddet sker i form af flere forskellige pakker.

208. En række af de øvrige nationale konkurrencemyndigheder har altså angivet, at sportsklubbers fælles salg af tv-rettigheder i et vist omfang bliver reguleret. Der er dog forskel på, hvordan reguleringen er udformet, samt hvordan den administreres. Selvom kun ganske få lande direkte regulerer salget af tv-rettighederne ved hjælp af en "no single buyer"-regel, har flere konkurrencemyndigheder givet udtryk for, at de løbende overvåger markedet. [...].

4.6 Hørings svar

209. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte et udkast til tilsagnsafgørelse i høring hos Divisionsforeningen den 24. januar 2014. Divisionsforeningen fremkom med sine bemærkninger hertil den 30. januar 2014 (Bilag 2).

210. De væsentligste af Divisionsforeningens anbringender vil blive gengivet og kommenteret i nærværende afsnit. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger til en række af Divisionsforeningens anbringender er dog indarbejdet i de relevante dele af vurderingsafsnittet nedenfor.

211. Divisionsforeningens bemærkninger kan overordnet grupperes således:

1. Ændrede markedsforhold har medført, at der ikke længere er behov for tilsagn.
2. Divisionsforeningen stilles ringere i konkurrencen med andre rettigheder.
3. Andre lande regulerer ikke længere sportsklubbers fælles salg af medierettigheder.
4. Det relevante konkurrenceproblem vedrører andre markeder end det, Divisionsforeningen agerer på.
5. Bestemmelser angående Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens involvering i Divisionsforeningens udbud medfører unødvendige administrative byrder.

⁵⁷ Det drejer sig om Belgien, Italien, Rumænien og Spanien.

6. Markedsafgrænsningen afviger fra markedsafgrænsningen i TV 2 Sport-afgørelsen.
7. TV 2 Sport-afgørelsen giver grundlag for ophævelse af de eksisterende tilsagn.
8. Divisionsforeningen bør ikke stilles til ansvar for, at én aktør kan erhverve rettighederne til Champions League og Premier League.

1. Ændrede markedsforhold har medført, at der ikke længere er behov for tilsagn

1.1 Divisionsforeningens bemærkninger

212. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"tv-markedet har udviklet sig betydeligt siden afgivelse af tilsagnene i 2007, og at markedsforholdene således ikke længere underbygger de restriktive tilsagn fra 2007",*
- *"tilsagnene i 2007 har løst formålet med indgrebet i 2007",* da rettighederne udbydes på ikke-diskriminerende vilkår, og da rettighederne siden 2007-afgørelsen har været fordelt mellem flere kanaludbydere,
- *"opretholdelse af tilsagnene i deres eksisterende forfatning vil medføre betydelig tab for Divisionsforeningen (...)"*.

1.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

213. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at:

- Markedsforholdene på tv-markedet har ændret sig siden 2007-afgørelsen, men ændringerne giver ikke anledning til, at de i 2007 afgivne tilsagn kan ophæves helt, jf. nærmere herom i afsnit 5.3.3, navnlig afsnit 5.3.3.3, nedenfor.

2. Divisionsforeningen stilles ringere i konkurrencen med andre rettigheder

2.1 Divisionsforeningens bemærkninger

214. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"Divisionsforeningen behandles ulige i markedet, idet alle Divisionsforeningens konkurrenter på markedet ikke er underlagt den restriktive, administrativt besværlige og omkostningstunge regulering, som tilsagnene fører til"*

2.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

215. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at:

- Der afgrænses i afgørelsen et marked for erhvervelse af medierettighederne til dansk ligafodbold. Her er Divisionsforeningen eneste udbyder, og der er således ingen konkurrenter på markedet. Det overvejes dog, om der kan afgrænses et bredere marked for erhvervelse af tv-rettigheder til "premium fodbold", som formentligt vil indbefatte Superligaen, Champions League og Premier League.
- Det er imidlertid vanskeligt at se, at Divisionsforeningen – som i øvrigt får den [...] højeste pris – skulle være ringere stillet end de øvrige rettighedshavere. Bl.a. får Divisionsforeningen med de reviderede tilsagn nu mulighed for at sælge rettighederne for en seksårig periode, hvilket er dobbelt så lang tid som den treårige rettighedsperiode, der er fastlagt som et princip i de nu udløbne afgørelser fra

Kommissionen, men som både UEFA og FA fortsat efterlever, for så vidt angår henholdsvis Champions League og Premier League.

3. Andre lande regulerer ikke længere sportsklubbers fælles salg af medierettigheder

3.1 Divisionsforeningens bemærkninger

216. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"det [er] Divisionsforeningens vurdering, at der ikke længere er grundlag for at regulere Divisionsforeningens udbud af tv-rettighe*d til dansk ligafodbold. Denne vurdering er overensstemmende med vurderingerne i andre lande, hvor der ikke længere opretholdes regulering af andre forbunds udbud af tv-rettighed."
- *"det (...) ikke [er] proportionalt eller foreneligt med lighedsgrundsætningen, at Divisionsforeningen stilles ringere sammenholdt med andre udbydere af rettighe*d."

3.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

217. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at:

- Det er ikke korrekt, at andre lande ikke længere regulerer fælles salg af sportsrettigheder. Som nærmere redegjort for under afsnit 4.5.5 gør det sig fx gældende for salg af rettigheder til den nationale fodboldturnering i en række EU-lande, fx Italien, Tyskland, Rumænien og Belgien. Hertil kommer, at salget af rettighederne til Premier League og Champions League fortsat sker i overensstemmelse med de principper, der blev fastlagt i de nu udløbne afgørelser fra Kommissionen, og at Kommissionen har mulighed for at gribe ind på ny, hvis der afviges fra disse principper.
- Endvidere er der lande, hvor rettighederne til de nationale fodboldligaer ikke sælges fælles, men hvor de enkelte klubber i overensstemmelse med konkurrencereglerne i stedet sælger rettighederne individuelt (fx Cypren og Spanien).
- Endeligt er der lande, hvor fodbold ikke er den vigtigste sportsgren, og hvor det i stedet er fælles salg af rettighederne til andre sportsgrene, som har konkurrencemyndighedernes interesse, fx [...]. Det afgørende er således, hvilken konkurrencemæssig styrke, som de pågældende rettigheder tillægges på de relevante markeder. Det er også baggrunden for, at det alene er Divisionsforeningens rettigheder (og ikke også fx rettighederne til håndboldligaerne), der reguleres i Danmark.
- Under alle omstændigheder er det den markeds- og konkurrencemæssige situation på de relevante nationale markeder, som er afgørende for, om der er behov for at gribe ind over for et fælles salg af sportsrettigheder. Hvis rettighedshaver frivilligt har tilrettelagt salgsprocessen således, at der fx foretages åbne udbud, hvor der kan erhverves rettigheder i flere forskellige pakker og for relativt korte perioder, er det ikke givet, at konkurrencemyndighederne finder behov for at foretage indgreb. Dette gælder i endnu højere udstrækning, hvis konkurrencen på de tilstødende tv-markeder fungerer tilfredsstillende, fx som følge af mange jævnbyrdige aktører og/eller en lav grad af vertikal integration.

4. Det relevante konkurrenceproblem vedrører andre markeder end det, Divisionsforeningen agerer på

4.1 Divisionsforeningens bemærkninger

218. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"Styrelsens bevæggrund for at opretholde tilsagnene er konkurrenceproblemer i markedet for udbud af tv-kanaler og markedet for distribution af tv-kanaler, det vil sige andre markeder end det marked, hvor Divisionsforeningen agerer. Disse mulige konkurrenceproblemer kan ikke henføres til Divisionsforeningen (...)",*
- *"sammenligningen med Konkurrencerådets afgørelse fra 2007 ikke er retvisende. Konkurrencerådet betænkeligheder i 2007 vedrørte Divisionsforeningens udbud af rettighederne. De nu anførte betænkeligheder vedrører forhold på markedet for udbud af tv-kanaler og for distribution af tv-kanaler. Betænkelighederne burde være rettet mod aktørerne i disse markeder, og ikke mod Divisionsforeningen."*

4.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

219. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at:

- Aftalen om fælles salg af rettighederne til Superligaen forværrer de konkurrencemæssige problemer på tv-markederne, fx ved at én kanaludbyder kan erhverve samtlige af disse særligt vigtige rettigheder eksklusivt og for en lang periode, hvilket også medfører betydelig risiko for, at kun udvalgte distributører får adgang til rettighederne. Eftersom disse forværringer på tv-markederne er et direkte resultat af superligaklubbernes konkurrencelovsstridige aftale om fælles salg af medierettighederne, er det fuldt ud legitimt, og i øvrigt i fuld overensstemmelse med dansk og EU-praksis, at gribe ind over for aftalen og i den forbindelse inddrage skadesvirkningerne på tv-markederne.
- Det er heller ikke korrekt, at sammenligningen med 2007-afgørelsen ikke er retvisende. I såvel 2007-afgørelsen⁵⁸ som i nærværende afgørelse⁵⁹ redegøres der udførligt for de konkurrencemæssige betænkeligheder på alle tre markeder: 1) rettighedsmarkedet, 2) kanalmarkedet og 3) distributionsmarkedet.

5. Bestemmelser angående Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens involvering i Divisionsforeningens udbud medfører unødvendige administrative byrder

5.1 Divisionsforeningens bemærkninger

220. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"der ikke er grundlag for at opretholde de omfattende administrative byrder i relation til udbuddet af rettighederne. Tilsagnene indeholder fortsat en række komplicerede tekniske bestemmelser, der reelt ingen betydning har. Divisionsforeningen har foreslået disse fjernet eller eventuelt videreført i en simpel form, hvor for eksempel alene en trustee påser forløbet. Der er således ikke grund til, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal være en aktiv aktør i forbindelse med gennemførelse af udbuddet. Dette er både er tidskrævende og fordyrende for Divisionsforeningen, og det*

⁵⁸ Jf. afsnit 7.1 i 2007-afgørelsen.

⁵⁹ Jf. afsnit 5.3.3.1.

har ingen betydning for konkurrencen i de afsætningsmarkeder, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen fokuserer på."

5.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

221. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at:

- Med Konkurrencerådets indgriben stilles der en lang række krav til salget af rettighederne, som Divisionsforeningen ikke af sig selv havde gennemført forinden. Det er derfor nødvendigt, at der indføres en række kontrolforanstaltninger, hvorved Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen får sikkerhed for, at salgs- og udbudsprocessen også i praksis gennemføres i overensstemmelse med tilsagnene.

6. Markedsafgrænsningen afviger fra markedsafgrænsningen i TV 2 Sport-afgørelsen

6.1 Divisionsforeningens bemærkninger

222. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"markedsafgrænsningen afviger fra den markedsafgrænsning, som følger af Konkurrencerådet i rådets afgørelse af 19. december 2012 om MTG's overtagelse af TV 2 Sport. Styrelsen vælger nu at afgrænse et marked alene for tv-rettigheder til dansk ligafodbold, selv om rådet i december 2012 afgrænsede et marked for premium rettigheder."*

6.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

223. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkning hertil fremgår af afsnit 5.1.1.1 nedenfor.

7. TV 2 Sport-afgørelsen giver grundlag for ophævelse af de eksisterende tilsagn

7.1 Divisionsforeningens bemærkninger

224. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"der er fri adgang til at byde på disse [rettigheder til at vise forskellige koncepter, serier, film, sport og så videre, red.]", hvilket "Konkurrencerådet allerede [har] bekræftet i sin afgørelse af 19. december 2012 om MTG's overtagelse af TV 2 Sport". En "ophævelse af de eksisterende tilsagn ville således være en naturlig følge af Konkurrencerådets afgørelse fra december 2012."*

7.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

225. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at:

- I Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012, *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, blev der taget stilling til, at en fusion kunne gennemføres – og ikke at der er basis for at deregulere salget af superligarettighederne. Tværtimod var det rådets bekymring, at fusionen ville skabe en situation, hvor MTG i en periode ville sidde på rettighederne til det meste "premium fodbold". Dette ville kunne skade konkurrencen både på kanal- og distributionsniveau. Det var baggrunden for, at fusionen kun kunne gennemføres med tilsagn.⁶⁰

⁶⁰ Jf. bl.a. punkt 349-350 i Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012, *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*.

- TV 2 Sport-afgørelsens konklusion om, at der er flere aktører (MTG og SBS – og eventuelt C More), som har "evne og vilje" til at erhverve "premium fodboldrettigheder", kan heller ikke tages som udtryk for, at der er basis for at deregulere salget af superligarettighederne. Denne vurdering er nemlig foretaget på baggrund af, hvordan rettighederne er blevet fordelt historisk, og hvordan vilkårene forventes at være for de kommende salgsrunder.⁶¹ Det er således klart en præmis for konklusionen om, at flere har "evne og vilje" til at erhverve premium rettigheder, at rettighederne har været – og fortsat vil blive – 1) udbudt 2) for treårige perioder og – for så vidt angår Superligaen – 3) med krav om "no single buyer". Det er dermed ikke givet, at rådet ville have nået samme konklusion, hvis der i forhold til Superligaen – som er den [...] dyreste rettighed – var mulighed for fuld eksklusivitet og/eller en rettighedsperiode på fx 10 år.

8. Divisionsforeningen bør ikke stilles til ansvar for, at én aktør kan erhverve rettighederne til Champions League og Premier League

8.1 Divisionsforeningens bemærkninger

226. Divisionsforeningen har bemærket, at:

- *"Divisionsforeningen ikke kan være pligtssubjekt for en betænkelighed om, at én køber kan erhverve rettigheder til både Premier League og Champions League, når Divisionsforeningen ikke udbyder disse rettigheder. Det er ikke proportionalt at pålægge Divisionsforeningen begrænsninger i sit salg, fordi én køber af rettighederne potentielt kan erhverve flere konkurrerende rettigheder, herunder rettigheder der konkurrerer med Divisionsforeningen. Denne betænkelighed – som i øvrigt er udtryk for effektiv konkurrence i et bidding market – må fremføres over for den pågældende køber."*

8.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

227. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at:

- Divisionsforeningen er ikke *"pligtssubjekt for en betænkelighed om, at én køber kan erhverve rettigheder til både Premier League og Champions League"*. Afgørelsen og tilsagnene er direkte knyttet til dansk ligafodbold, herunder navnlig Superligaen. Det anføres blot i afgørelsen, at de konkurrencemæssige betænkeligheder ved en "enlig købers" erhvervelse af eksklusive rettigheder til samtlige livekampe fra Superligaen vil blive forstærket af, at den samme aktør også har adgang til liverettigheder til de øvrige "premium fodboldrettigheder". I øvrigt henvises til bemærkningen ovenfor i punkt 219.

228. Som nævnt ovenfor, er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger til en række af Divisionsforeningens anbringender indarbejdet i de relevante dele af afsnit 5 nedenfor.

⁶¹ Jf. afsnit 5.4.1 i Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012, *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*.

5. Vurdering

229. Der er som nævnt tale om, at det fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold foregår på regulerede vilkår, der fremgår af 2007-afgørelsen. Den konkurrencemæssige vurdering af den fælles salgsaftale i nærværende afsnit vil imidlertid tage udgangspunkt i situationen, som den forventeligt vil være, hvis 2007-afgørelsen ophæves. Der foretages således en fornyet vurdering af, om der i lyset af den nuværende markedssituation fortsat er konkurrencemæssige betænkeligheder forbundet med den fælles salgsaftale, og hvad betænkelighederne i givet fald nærmere relaterer sig til.
230. Eftersom Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 ved den i regi af Divisionsforeningen indgåede aftale om fælles salg af medierettigheder til dansk ligafodbold imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn, har styrelsen dog ikke foretaget en endelig vurdering af, hvorvidt aftalen har til formål og/eller til følge at begrænse konkurrencen på de(t) relevante marked(er). Vurderingen nedenfor har derfor alene karakter af en umiddelbar vurdering.

5.1 Afgrænsning af de relevante markeder

231. Det er nødvendigt at undersøge det relevante marked for at vurdere, om der kan foreligge en konkurrencebegrænsende aftale i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 1. Det relevante marked består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked.
232. Det følger af konkurrencelovens § 5 a, og af Kommissionens meddelelse om afgrænsningen af det relevante marked,⁶² at det relevante marked skal afgrænses på baggrund af undersøgelser af efterspørgsels- og udbudssubstitution – suppleret med undersøgelser af den potentielle konkurrence.
233. Af Kommissionens meddelelse om afgrænsningen af det relevante marked fremgår, at *"[m]arkedsafgrænsningen går dybest set ud på at fastslå, om de pågældende virksomheders kunder i praksis har alternative forsyningskilder, og dette gælder både med hensyn til produkterne/tjenesteydelserne og med hensyn til leverandørernes geografiske beliggenhed"*.⁶³
234. I de følgende afsnit vil de(t) relevante produktmarked(er) og geografiske marked(er) blive undersøgt med henblik på at afgrænse det relevante marked i denne sag. Det er dog ikke nødvendigt at tage endelig stilling til afgrænsningen af de enkelte markeder, idet styrelsens betænkeligheder i denne sag imødekommes ved Divisionsforeningens tilsagn.

5.1.1 De relevante produktmarkeder

235. I nærværende afgørelse vil afgrænsningen samle sig om følgende:

⁶² Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret (97372/03), EFT C 372 af 9.12.1997 (herefter "Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked").

⁶³ Jf. Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked, punkt 13, sidste punktum.

- (1) Markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold, som formentligt kan inddeles i nedenstående relevante delmarkeder, som hver især kan være selvstændige markeder:
 - (a) Markedet for erhvervelse af tv-rettighederne til dansk ligafodbold,
 - (b) Markedet for erhvervelse af new media-rettighederne til dansk ligafodbold,
 - (c) Markedet for erhvervelse af radiorettighederne til dansk ligafodbold,
- (2) Markedet for salg af betalings-tv-kanaler, og
- (3) Markedet for distribution af tv

5.1.1.1 Markedet for erhvervelse af tv-rettighederne til dansk ligafodbold

236. I Kommissionens Champions League-afgørelse⁶⁴ blev der afgrænset et forudgående marked for erhvervelse af rettigheder til tv-transmission af fodboldbegivenheder, der finder sted løbende gennem året og hvert år. Det blev anført, at denne afgrænsning i praksis hovedsagligt vil vedrøre *"kampe i de nationale ligaer og pokalturneringer samt UEFA Champions League og UEFA Cup"*⁶⁵.⁶⁶
237. Kommissionen lagde således i sin markedsafgrænsning til grund, at rettighederne til fodboldbegivenheder udgør et særligt marked, hvor der ikke er substituerbarhed over mod andre typer af tv-rettigheder, herunder andre sportsrettigheder. Det blev således anført i Champions League-afgørelsen, at tv-rettighederne til fodboldbegivenheder gør det muligt for tv-stationen at nå ud til et særligt segment af tv-seere, som ikke kan nås via andre typer af programmer.⁶⁷
238. Kommissionen lagde endvidere til grund, at fodboldbegivenheder, der ikke finder sted regelmæssigt hvert år, som fx landskampbegivenhederne FIFA World Cup og UEFA European Championship, ikke skal medtages i afgrænsningen, idet de *"ikke udgør en lige så regelmæssig programlægningskilde for tv-stationerne"*.⁶⁸
239. Ovennævnte markedsafgrænsning blev fastholdt i både Bundesliga-afgørelsen⁶⁹ og Premier League-afgørelsen⁷⁰.⁷¹
240. I forhold til markedet for erhvervelse af rettigheder til tv var Konkurrencerådet i 2007-afgørelsen enig med Kommissionen i, at der findes et særskilt marked for erhvervelse af

⁶⁴ Kommissionens beslutning af 23. juli 2003 i sag COMP/C.2-37.398, *Fælles salg af de kommercielle rettigheder til UEFA Champions League*.

⁶⁵ UEFA Cup har sidenhen skiftet navn og format og hedder nu UEFA Europa League.

⁶⁶ Jf. Champions League-afgørelsen, punkt 79.

⁶⁷ Jf. Champions League-afgørelsen, punkt 63, 68 og 77.

⁶⁸ Jf. Champions League-afgørelsen, punkt 61-62.

⁶⁹ Kommissionens beslutning af 19. januar 2005 i sag COMP/C-2/37.214), *Fælles salg af medierettighederne til den tyske Bundesliga*.

⁷⁰ Kommissionens beslutning af 22. marts 2006 i sag COMP/C-2/38.173), *Fælles salg af medierettighederne til den engelske Premier League*.

⁷¹ Jf. Bundesliga-afgørelsen, punkt 17-19, og Premier League-afgørelsen, afsnit 5.1.

rettigheder til tv-transmission af fodboldbegivenheder, der finder sted løbende gennem året og hvert år.⁷²

241. Imidlertid foretog Konkurrencerådet i 2007-afgørelsen en indsnævring af markedet i forhold til Kommissionen, som udover den nationale liga og pokalturnering også havde inddraget UEFA Champions League og UEFA Cup (nu UEFA Europa League), jf. punkt 236 ovenfor. Konkurrencerådet fandt således, at der findes et særskilt marked for erhvervelse af transmissionsrettigheder til tv til dansk ligafodbold, som navnlig omfatter kampe fra Superligaen og den danske pokalturnering. Det blev i afgørelsen begrundet med, at danske seere har en særlig interesse over for lokale, danske klubber, som gør, at kampe med udenlandske klubber ikke kan erstatte nationale klubkampe. Endvidere anførte rådet, at dette forhold afspejles i priserne for rettighederne, hvor rettigheder til de nationale turneringer i alle lande typisk sælges til priser, som er betydeligt højere end rettighederne til udenlandske turneringer.⁷³
242. På det tidspunkt, hvor Konkurrencerådet traf 2007-afgørelsen, indtog tv-rettighederne til Superligaen (sammen med rettighederne til det danske landsholds kampe) en særstatus, som de klart mest attraktive rettigheder.⁷⁴ I Konkurrencerådets afgørelse i *MTG's overtagelse af TV 2 Sport* fra 2012 blev det imidlertid anført af rådet, at både rettighederne til Superligaen, Champions League og Premier League i dag har en *"særlig betydning for konkurrencen om at tiltrække seere og distributører"*⁷⁵, og rettighederne til disse tre fodboldturneringer blev derfor i afgørelsen kategoriseret som "premium fodboldrettigheder".
243. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer umiddelbart, at tv-rettighederne til Superligaen navnlig adskiller sig fra øvrige sportsrettigheder, herunder tv-rettigheder til andre fodboldbegivenheder, i forhold til pris. Prisen på superligarettighederne til det danske marked er således [...] højere end prisen på øvrige fodboldrettigheder – og [...] i forhold til andre sportsgrene, jf. Tabel 4.1.
244. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er – ligesom det var tilfældet på tidspunktet for 2007-afgørelsen – af den opfattelse, at den enkelte forbruger som udgangspunkt ikke vil anse kampe fra fx den engelske Premier League for at udgøre en substitut til superligakampe. Det skyldes, at en forbrugers interesse i Superligaen oftest har sammenhæng med et tilhørsforhold til én bestemt klub.⁷⁶
245. Imidlertid gælder det ofte, at en forbruger, som interesserer sig for fx Superligaen, også vil have en bredere interesse for fodbold, som kommer til udtryk ved, at den pågældende forbruger tillige følger med i de mest prestigefyldte europæiske og pan-europæiske turneringer. Dette kan være et udslag af, at forbrugeren (også) har et tilhørsforhold til én eller flere udenlandske klubber, eller at forbrugeren blot har en almen interesse for fodbold.
246. Det er derfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at rettighederne til Superligaen – set fra kanaludbydernes perspektiv – i dag i højere grad kan erstattes med rettighederne til visse andre væsentlige fodboldbegivenheder, men det vurderes fortsat, at superligarettighederne indtager en særstatus.

⁷² Jf. 2007-afgørelsen, punkt 88-97.

⁷³ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 98-99.

⁷⁴ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 43.

⁷⁵ Jf. *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, punkt 228.

⁷⁶ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 98.

247. På den baggrund er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at der formentlig fortsat kan afgrænses et særskilt marked for erhvervelse af tv-retighederne⁷⁷ til dansk ligafodbold. Det er især kampe i Superligaen og Landspokalturneringen, som er kommercielt interessante.⁷⁸
248. Divisionsforeningen har gjort gældende, at en sådan markedsafgrænsning afviger fra Konkurrencerådets afgørelse om *MTG's overtagelse af TV 2 Sport* fra 2012:
- "Styrelsen vælger nu at afgrænse et marked alene for tv-retigheder til dansk ligafodbold, selv om rådet i december 2012 afgrænsede et marked for premium rettigheder."*⁷⁹
249. Det af Divisionsforeningen anførte er ikke korrekt. Det er rigtigt, at der i fusionsafgørelsen fra 2012 argumenteres for, at der er en kategori af fodboldrettigheder, som kan betegnes som værende "premium rettigheder". Dette forhold kommer imidlertid ikke til udtryk i selve markedsafgrænsningen, hvor det konkluderes, at der ikke er anledning til at afvige fra tidligere praksis, og at der derfor *"kan afgrænses en række særskilte produktmarkeder, hvor rettighederne til en bestemt fodboldbegivenhed, der finder sted løbende gennem året og hvert år, udgør et selvstændigt marked."*⁸⁰
250. Det er dog uanset ovenstående Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens opfattelse, at det kan overvejes, om der kan foretages en bredere afgrænsning i form af et samlet marked for erhvervelse af tv-retighederne til premium fodboldbegivenheder, der finder sted løbende gennem året og hvert år. Et sådant marked vil i givet fald formentligt p.t. kunne afgrænses til rettighederne til Superligaen, Champions League og Premier League, da disse rettigheder hver især adskiller sig fra alle øvrige fodboldrettigheder med hensyn til deres pris og evne til at tiltrække en attraktiv målgruppe af tv-seere.
251. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog i denne sag ikke fundet anledning til at foretage en endelig afgrænsning af det relevante tv-retighedsmarked, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.1.1.2 Markedet for erhvervelse af new media-retighederne til dansk ligafodbold

252. I 2007-afgørelsen blev der afgrænset et særskilt marked for salg og erhvervelse af new media-retigheder til dansk ligafodbold.⁸¹ "New media" er en samlebetegnelse for medier, som er under hastig udvikling – fx mobiltelefoner og internettet. Rettigheder til fodboldkampe udbydes således også til new media, fx i form af højdepunkts- og nyhedsklip, som kan bestilles som *on demand*-tjenester.⁸²
253. Det særskilte marked for rettigheder til new media inkluderer ikke direkte transmission af fodboldkampe via *streaming*, idet dette ikke adskiller sig væsentligt fra transmission via tv. I 2007-afgørelsen blev det imidlertid anført, at new media også giver mulighed for at levere

⁷⁷ Dette inkluderer også livestreaming via internettet, jf. 2007-afgørelsen, punkt 104.

⁷⁸ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 99.

⁷⁹ Jf. Divisionsforeningens høringssvar af 30. januar 2014.

⁸⁰ Jf. punkt 171-172 i Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012, *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*.

⁸¹ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 4.1.5.

⁸² Jf. 2007-afgørelsen, punkt 104-105.

indhold på nye og mere målrettede måder, og at dette forhold gør, at der kan være tale om et særskilt marked.

254. Siden 2007 er der i takt med den øgede udvikling og fremkomst af smartphones således bl.a. blevet udviklet en række applikationer, hvorfra forbrugerne (i tekst) kan følge med i kampudviklingen og tilgå videoklip af målene kort efter, at de er scoret.
255. Det er fortsat Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der kan være tale om et særskilt marked for erhvervelse af transmissionsrettigheder til indholdstjenester til medieplatforme som fx mobiltelefoner og internettet. Eftersom dette marked netop ikke indbefatter direkte transmission i billeder og lyd, kan indholdstjenester på dette marked alene opfattes som et supplement (og ikke en erstatning), som er klart sekundære i forhold til direkte tv-transmission, som for forbrugerne fortsat vil være det ubetinget mest attraktive produkt. Hertil kommer, at der for aktørerne på markedet for indholdstjenester til new media gælder helt andre markeds- og konkurrenceforhold, når der sammenlignes med situationen på tv-området.
256. Det kan på den baggrund – og i overensstemmelse med 2007-afgørelsen – konkluderes, at der formentligt kan afgrænses et særskilt marked for erhvervelse af transmissionsrettigheder, som ikke er tv-rettigheder, til dansk ligafodbold i forhold til indholdstjenester til medieplatforme, som er under hastig udvikling (fx mobiltelefoner og internettet).
257. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog i denne sag ikke fundet anledning til at foretage en endelig afgrænsning af det relevante new media-rettighedsmarked, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.1.1.3 Markedet for erhvervelse af radiorettighederne til dansk ligafodbold

258. Ligesom tilfældet er for tv-mediet, kan radiorettigheder til direkte transmission af fodboldkampe benyttes til at opbygge et *brand* for en radiostation, idet direkte transmission af væsentlige fodboldbegivenheder ofte tiltrækker mange lyttere.
259. I 2007-afgørelsen blev der dog afgrænset et særskilt marked for salg og erhvervelse af radiotransmissioner til dansk ligafodbold.⁸³ Direkte tv-transmission er et klart mere attraktivt forbrugerprodukt, og radiotransmission af fodboldkampe tiltrækker således særligt de lyttere, som ikke har mulighed for at følge en kamp direkte på tv.
260. Transmissionsrettigheder til radio kan derfor ikke erstatte transmissionsrettigheder til tv. Dette afspejles også i prisen på rettighederne, hvor rettighederne til tv er markant dyrere end radiorettighederne.
261. I overensstemmelse med 2007-afgørelsen er det på ovenstående baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at der formentligt kan afgrænses et særskilt marked for erhvervelse af de direkte radiotransmissionsrettigheder til dansk ligafodbold.
262. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog i denne sag ikke fundet anledning til at foretage en endelig afgrænsning af det relevante radiorettighedsmarked, da styrelsens

⁸³ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 106-109.

betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.1.1.4 Markedet for salg af betalings-tv-kanaler

263. I 2007-afgørelsen blev der defineret et relevant marked for udbud af tv-kanaler. Det skyldes, at erhvervelse af rettigheder til væsentlige fodboldturneringer, herunder særligt Superligaen, som nævnt også har stor betydning for de tilstødende tv-markeder.^{84, 85} Dette er bekræftet af markedsundersøgelserne i forbindelse med både TV 2 Sport-fusionen fra 2012 og nærværende sag.
264. I flere andre afgørelser er markedet opdelt i særskilte markeder for henholdsvis betalingskanaler og gratiskanaler.⁸⁶ Det skyldes, at der – set fra distributørens side – er væsentlig forskel på en betalingskanal og en gratiskanal, hvor distributøren således skal opkræve og afregne abonnementer over for en betalingskanal, men ikke over for en gratiskanal. Endvidere er det – set fra kanaludbyderens side – forbundet med væsentlige omkostninger at ændre en gratiskanal til en betalingskanal eller omvendt.
265. [...] Erhvervelse af liverettighederne til Superligaen og andre væsentlige fodboldturneringer er således primært relevant for betalings-tv-kanaler.
266. Betalingskanaler lægger som nævnt stor vægt på væsentlige fodboldbegivenheder, herunder navnlig premium fodboldturneringer såsom Superligaen, Champions League og Premier League. Rettigheder til disse turneringer udgør for det første en vigtig bestanddel i konkurrencen om annoncører for betalingskanaler, fordi seertal har betydning for salget af annoncer.
267. Endvidere udgør premium fodbold en væsentlig del af det samlede indhold, som kanaludbyderne kan konkurrere med hinanden på, når de skal gøre kanalerne til attraktive salgsobjekter i forhold til tv-distributørerne. Således er tv-distributørernes salg af abonnementer til forbrugerne afhængigt af, at der tilbydes adgang til de kanaler, som har et efterspurgt indhold. Derfor kan kanaludbyderne også kræve en høj pris over for tv-distributørerne, såfremt kanalerne er i besiddelse af rettighederne til premium fodboldturneringer, jf. detailpriserne for udvalgte tv-kanaler i Tabel 4.4.
268. Det kan på den baggrund umiddelbart konkluderes, at der kan afgrænses et relevant marked for salg af betalings-tv-kanaler. Det kan overvejes, om markedet for salg af betalings-tv-kanaler kan segmenteres yderligere, fx om der eksisterer et særskilt marked for sportskanaler.⁸⁷
269. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog i denne sag ikke fundet anledning til at foretage en endelig afgrænsning af det relevante marked for betalings-tv-kanaler, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

⁸⁴ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 100.

⁸⁵ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 4.1.4.

⁸⁶ Jf. bl.a. *Etableringen af TV2 Sport*, afsnit 4.4.1, og *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, afsnit 5.1.1.2.

⁸⁷ Jf. bl.a. *Etableringen af TV2 Sport*, punkt 319-320, og *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, punkt 180-182.

5.1.1.5 Markedet for distribution af tv

270. Som det tilstødende detailmarked til markedet for udbud af tv-kanaler blev der i 2007-afgørelsen afgrænset et relevant marked for distribution af tv-kanaler. Det skyldes, at erhvervelse af væsentlige fodboldrettigheder også har betydning for dette marked.⁸⁸
271. Som nævnt ovenfor under afsnit 5.1.1.4 har tv-distributørerne således interesse i at indgå aftaler om distribution med de kanaludbydere, som har rettighederne til væsentlige fodboldbegivenheder, herunder navnlig premium fodboldturneringer såsom Superligaen, da dette hører til det mest efterspurgte indhold blandt forbrugerne.
272. Aftaler om distribution af kanaler med et attraktivt indhold giver således tv-distributørerne mulighed for at markedsføre sig med en programportefølje, som indeholder de mest populære tv-kanaler, og som dermed giver flere abonnenter, ligesom det giver distributørerne mulighed for at hæve de priser, som forbrugerne skal betale for deres tv-pakker.
273. I den forbindelse bemærkes, at tv-distributørerne selv vurderer, at de tre premium fodboldrettigheder, Superligaen, Champions League og Premier League, har en sådan tyngde, at de hver især kan være afgørende for en distributørs mulighed for at komme ind på markedet eller fastholde/udbygge sin position. Endvidere vurderer tv-distributørerne, at det er på baggrund af disse tre rettigheder, at væsentlige dele af abonnementssalget foregår, og som flytter markedsandele.⁸⁹
274. Det kan overvejes, om der kan foretages en yderligere opdeling af markedet efter distributionsform, således at der afgrænses separate markeder for hver distributionsplatform (kabel, satellit m.v.).⁹⁰
275. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog i denne sag ikke fundet anledning til at foretage en endelig afgrænsning af det relevante marked for distribution af tv, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.1.2 Geografisk markedsafgrænsning

276. I forhold til den geografiske afgrænsning blev det i Champions League-afgørelsen vurderet, at der var tale om nationale markeder (eller i det mindste markeder begrænset til sprogrationer).^{91, 92} Dette er begrundet med, at rettighederne traditionelt udbydes og erhverves nationalt.
277. Konkurrencerådet tiltrådte i 2007-afgørelsen, at der var tale om nationale markeder ud fra samme begrundelse.⁹³
278. For så vidt angår rettighedsmarkedet, gælder det generelt for nationale fodboldligaer, at interessen for de enkelte ligaer – og dermed prisen – varierer markant fra land til land, således at interesse og pris er højest i de enkelte ligaers hjemlande. Selvom interessen for fx Premier

⁸⁸ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 100-101.

⁸⁹ Jf. *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, punkt 230-236 og Tabel 7.

⁹⁰ Jf. bl.a. 2007-afgørelsen, punkt 103, *Etableringen af TV2 Sport*, afsnit 4.7.1, og *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, afsnit 5.1.1.3.

⁹¹ Med undtagelse af de relevante produktmarkeder for de øvrige kommercielle rettigheder, som formentlig kan omfatte mere end det nationale marked.

⁹² Jf. *Champions League-afgørelsen*, afsnit 4.2.

⁹³ Jf. 2007-afgørelsen, afsnit 5.2.

League er stor i Danmark, er prisen for rettighederne til det danske marked mange gange lavere end den pris, som Premier League sælges for til det britiske hjemmemarked. Specifikt for markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold og dets tre beskrevne delmarkeder, markederne for erhvervelse af henholdsvis tv-, new media-, og radiorettighederne, er der fortsat tale om, at rettighederne udbydes og sælges nationalt.

279. For så vidt angår markedet for salg af betalings-tv-kanaler, gælder det, at Danmark udgør en særlig enhed med hensyn til kultur og sprog i forhold til andre lande, herunder nabolandene. Derfor er bl.a. tv-reklamer, som udgør en væsentlig del af betalings-tv-kanalernes indtægter, som oftest målrettet et dansk publikum. Det samme gælder tv-programmerne, som generelt er tilpasset det danske sprog (eventuelt i form af tekstning eller synkronisering), ligesom de produceres eller indkøbes med et nationalt publikum for øje.⁹⁴
280. For så vidt angår markedet for distribution af tv, gælder det, at distributørernes produkter alene kan købes og modtages af danske husstande. Derfor sammensættes distributørernes pakker også specifikt med tanke på det danske publikum. Endelig er flere af distributørernes infrastrukturer begrænset til Danmark (eller danske regioner), fx distributører som anvender kabel- og fibernet.
281. Det er således Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der ikke er grundlag for at ændre ved den geografiske markedsafgrænsning fra tidligere afgørelser, herunder *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, ifølge hvilken der er tale om nationale markeder.⁹⁵
282. På den baggrund kan alle de beskrevne markeder umiddelbart geografisk afgrænses nationalt til Danmark.
283. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog i denne sag ikke fundet anledning til at foretage en endelig afgrænsning af det relevante geografiske marked, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.1.3 Konklusion vedrørende markedsafgrænsning

284. Det kan konkluderes, at der umiddelbart kan afgrænses følgende relevante produktmarkeder:
 - (1) *Markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold.* Markedet kan formentlig inddeles i nedenstående relevante delmarkeder, som hver især kan være selvstændige markeder:
 - (a) *Markedet for erhvervelse af tv-rettighederne til dansk ligafodbold.* Det er primært rettighederne til Superligaen og Landspokalturneringen, som er interessante, men 1. og 2. division kan også have interesse. Det kan dog overvejes, om der kan foretages en bredere afgrænsning af et samlet marked for erhvervelse af tv-rettighederne til premium fodboldbegivenheder, der finder sted løbende gennem året og hvert år, og som formentligt p.t. vil bestå af Superligaen, Champions League og Premier League,

⁹⁴ Jf. bl.a. Konkurrencerådets afgørelse af 11. april 2007, *Etablering af TV 2 Sport*, afsnit 4.4.2.

⁹⁵ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2012, *MTG's overtagelse af TV 2 Sport*, afsnit 5.1.2.

- (b) *Markedet for erhvervelse af new media-rettighederne til dansk ligafodbold.* Det er primært rettighederne til Superligaen, som er interessante, men 1. og 2. division kan også have interesse,
 - (c) *Markedet for erhvervelse af radiorettighederne til dansk ligafodbold.* Det er primært rettighederne til Superligaen, som er interessante, men 1. og 2. division kan også have interesse,
- (2) *Markedet for salg af betalings-tv-kanaler.* Det kan dog overvejes, om markedet kan segmenteres yderligere, og
- (3) *Markedet for distribution af tv.* Det kan dog overvejes, om markedet kan segmenteres yderligere.
285. Alle ovenstående markeder kan umiddelbart afgrænses nationalt til Danmark.
286. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog i denne sag ikke fundet anledning til at foretage en endelig afgrænsning af det relevante marked, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.2 Samhandelspåvirkning

287. Efter forordning nr. 1/2003⁹⁶ skal det undersøges, om en eventuel konkurrencebegrænsende aftale mærkbart kan påvirke samhandelen mellem medlemsstater. Hvis det er tilfældet, er Konkurrencerådet forpligtet til at anvende TEUF artikel 101.⁹⁷
288. Udtrykket "samhandelen mellem medlemsstater" er neutralt. Det er ikke en betingelse, at handelen begrænses eller mindskes. Samhandelen kan også blive påvirket, når en aftale fører til en stigning i handelen. Det er dog i begge tilfælde en betingelse, at samhandelen påvirkes mærkbart.⁹⁸
289. Kommissionen har opstillet en formodningsregel for, hvornår en aftale m.v. i princippet ikke kan påvirke handelen mellem medlemsstaterne mærkbart – den såkaldte NAAT-regel.⁹⁹
290. Ifølge NAAT-reglen¹⁰⁰ kan der i princippet ikke ske en mærkbar samhandelspåvirkning, når følgende kumulative betingelser er opfyldte:
1. parterne ikke på nogen af de(t) relevant(e) marked(er) inden for EU har en samlet markedsandel på over 5 pct., og

⁹⁶ Rådets forordning nr. 1/2003 af 16. december 2002 om gennemførelse af konkurrencereglerne i traktatens artikel 81 og 82 ("forordning nr. 1/2003"). EF-traktatens artikel 81 og 82 er blevet til henholdsvis artikel 101 og 102 i Traktaten om den Europæiske Unions Funktionsmåde ("TEUF"). De to sæt bestemmelser er i det væsentlige identiske. I forordninger og meddelelser vedtaget inden 1. december 2009 skal henvisninger til EF-traktatens artikel 81 og 82 forstås som henvisninger til TEUF artikel 101 og 102.

⁹⁷ Jf. forordning nr. 1/2003, artikel 3, stk. 1.

⁹⁸ Jf. Kommissionens meddelelse af 27. april 2004 om retningslinjer vedrørende begrebet påvirkning af samhandelen i traktatens artikel 81 og 82 (2004/C 101/07) ("samhandelsmeddelelsen").

⁹⁹ Jf. samhandelsmeddelelsen, punkt 52.

¹⁰⁰ NAAT står for "no appreciable affectation of trade", jf. samhandelsmeddelelsen, punkt 3.

2. de deltagende virksomheder ikke har en samlet årlig omsætning inden for EU inden for de produkter, der er omfattet af aftalen m.v., på over 40 mio. euro (knap 300 mio. kr.)
291. [...].
 292. Salget af tv-rettigheder til Superligaen har hidtil været begrænset til Danmark, men handelspåvirkningskriteriets anvendelse er uafhængig af definitionen af det relevante geografiske marked. Der kan således foreligge en påvirkning af handelen mellem medlemsstater også i tilfælde, hvor det relevante geografiske marked er nationalt.
 293. Liverettighederne til den danske Superliga er vigtige for (udenlandske) kanaludbydere, der ønsker at trænge ind eller ekspandere på det danske marked. Rettighederne har siden 1998 eksklusivt eller delvist været overdraget til MTG, der sender fra Storbritannien og er aktiv på tv-markedet i adskillige lande, herunder de nordiske. Derudover har norske Telenor, der siden videresolgte rettighederne til svenske TV4/C More, erhvervet rettigheder siden det første udbud af superligarettighederne i 2007.
 294. Flere af de øvrige selskaber, Divisionsforeningen nævner, som potentielt kunne være interesseret i at erhverve liverettigheder til Superligaen, indgår desuden i internationale koncerner.¹⁰¹
 295. På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at aftaler vedrørende udnyttelse af medierettigheder til dansk ligafodbold har en mærkbar påvirkning af samhandelen mellem medlemsstater. Denne sag skal derfor behandles efter både konkurrencelovens og TEUF's regler.
 296. Denne sag har derfor været forelagt EU-Kommissionen, der ikke har ønsket at indlede en procedure efter artikel 11, stk. 6, i forordning 1/2003. Konkurrencerådet kan derfor træffe afgørelse i denne sag.

5.3 Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101

297. Forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 omfatter aftaler mellem virksomheder, vedtagelser inden for sammenslutninger af virksomheder og samordnet praksis mellem virksomheder, der direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen mærkbart.
298. Der er fire betingelser, der alle skal være opfyldte for, at konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse. Der skal være tale om (i) erhvervsvirksomheder, henholdsvis en sammenslutning af erhvervsvirksomheder, der (ii) indgår en aftale, vedtagelse eller udøver en samordnet praksis, som (iii) har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen (iv) mærkbart.
299. Ved vurderingen af, om de fire betingelser er opfyldt, skal fællesskabspraksis inddrages.
300. Det vil i det følgende blive vurderet, hvorvidt den i sagen omhandlede adfærd umiddelbart opfylder disse fire betingelser.

¹⁰¹ [...].

5.3.1 Erhvervsvirksomhed

301. Den første betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at der skal være tale om "erhvervsvirksomheder" eller en "sammenslutning af virksomheder".
302. Begrebet "erhvervsvirksomhed" fortolkes meget bredt. Det følger således direkte af konkurrencelovens § 2, stk. 1, at lovens forbud gælder for enhver form for erhvervsvirksomhed. Det er desuden præciseret i forarbejderne, at det omfatter "enhver økonomisk aktivitet, der foregår i et marked for varer og tjenester".¹⁰² Det følger ligeledes af Domstolens praksis, at virksomhedsbegrebet omfatter "enhver enhed, som udøver økonomisk virksomhed, uanset denne enheds retlige status og dens finansieringsmåde".¹⁰³ Det er uden betydning for anvendelsen af konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101, hvorvidt virksomheden drives med økonomisk gevinst for øje.
303. Forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 omfatter også sammenslutninger af virksomheder, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 3, og TEUF artikel 101, stk. 1. Begrebet "sammenslutning af virksomheder" omfatter enhver form for organiseret samarbejde mellem virksomheder, herunder brancheorganisationer og foreningssamarbejder.¹⁰⁴
304. Det blev i 2007-afgørelsen konkluderet, at fodboldklubberne i Danmarksturneringen (dvs. Superligaen, 1. og 2. division) er erhvervsvirksomheder. Klubberne er således gennemgående organiserede som virksomheder med ansat personale m.v.¹⁰⁵ Klubberne deltager i en række økonomiske aktiviteter, fx billetsalg, spillertransfers, merchandisesalg, indgåelse af sponsoraftaler og salg af medierettigheder. Flere af klubberne er endvidere børsnoterede.¹⁰⁶ Der er på den baggrund tale om, at fodboldklubberne i Danmarksturneringen hver især driver erhvervsvirksomhed i konkurrencelovens § 6's og TEUF artikel 101's forstand.¹⁰⁷
305. Divisionsforeningens medlemmer er fodboldklubberne i Danmarksturneringen. Divisionsforeningen udgør dermed en sammenslutning af virksomheder.
306. Herudover er Divisionsforeningen også selvstændigt omfattet af det konkurrenceretlige virksomhedsbegreb, idet foreningen udøver økonomisk virksomhed, fx i form af indgåelse af sponsoraftaler og salg af rettigheder.¹⁰⁸ Det samme gør sig gældende for Superligaen A/S og DBU.
307. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at betingelsen om, at der skal være tale om erhvervsvirksomheder eller en sammenslutning af virksomheder, er opfyldt. Konkret er fodboldklubberne i Danmarksturneringen hver især erhvervsvirksomheder, og Divisionsforeningen er en sammenslutning af virksomheder. Derudover er Divisionsforeningen også selvstændigt omfattet af virksomhedsbegrebet, og det gør sig tilsvarende gældende for Superligaen A/S og DBU.

¹⁰² Jf. forarbejderne til lov nr. 384 af 6. oktober 1997, FT 1996/97, tillæg A, side 3653.

¹⁰³ Jf. Domstolens dom af 23. april 1991 i sag C-41/90, *Höfner & Elser*, præmis 21.

¹⁰⁴ Jf. Kirsten Levinsen m.fl., *Konkurrenceloven med kommentarer*, 3. udg., side 274.

¹⁰⁵ Jf. 2007-afgørelsen, afsnit 3.4, og punkt 122.

¹⁰⁶ Fx AaB, AGF, Brøndby IF, FC København, FC Midtjylland og FC Nordsjælland.

¹⁰⁷ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 106, og Bundesliga-afgørelsen, punkt 21.

¹⁰⁸ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 106, og Bundesliga-afgørelsen, punkt 21.

5.3.2 Aftale, vedtagelse eller samordnet praksis

308. Den anden betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at der skal være tale om en aftale, vedtagelse eller samordnet praksis.
309. Som det fremgår af 2007-afgørelsen, er der tale om, at der er indgået en horisontal aftale mellem fodboldklubberne, hvor de har aftalt ikke at sælge deres medierettigheder individuelt, men i stedet har givet Divisionsforeningen fuldmagt til at foretage et fælles salg af rettighederne. Denne aftale er baseret på, at klubberne og DBU er enige om, at klubberne hver især har rettighederne til deres egne hjemmekampe, mens DBU er rettighedshaver til selve turneringen.¹⁰⁹
310. Den nævnte horisontale aftale mellem fodboldklubberne om fælles salg består fortsat. Det gælder således stadigvæk, at Divisionsforeningen forestår et fælles salg af klubbernes medierettigheder, og at klubberne dermed er afskåret fra at sælge rettighederne individuelt.
311. Den horisontale aftale om fælles salg implementeres vertikalt i form af en aftale mellem Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og en eller flere kanaludbydere om køb af retten til at udnytte rettighederne. Forinden Konkurrencerådet greb ind i 2007, hvor Divisionsforeningens tilsagn blev gjort bindende, gjaldt det som nævnt, at MTG siden 1998 på eksklusivt grundlag og uden forudgående udbud havde været i besiddelse af alle transmissionsrettigheder til udsendelse i tv, radio og andre elektroniske medier i forhold til fodboldkampe i den danske Superliga og Landspokalturnering.¹¹⁰
312. Det er på ovenstående baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at betingelsen om, at der skal være tale om en aftale, vedtagelse eller samordnet praksis, er opfyldt. Konkret er der tale om en horisontal aftale mellem fodboldklubberne om fælles salg af deres medierettigheder i regi af Divisionsforeningen.

5.3.3 Til formål og/eller til følge at begrænse konkurrencen

313. Den tredje betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at den konkrete aftale m.v. direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.
314. Det følger af Kommissionens retningslinjer for anvendelse af TEUF artikel 101, stk. 3,¹¹¹ at aftaler med konkurrencebegrænsende formål er aftaler, der ifølge selve deres natur er egnet til at begrænse konkurrencen. Der er tale om konkurrencebegrænsninger, der i lyset af formålet med EU's konkurrenceregler har et så stort potentiale af konkurrenceskadelige virkninger, at det i relation til anvendelsen af TEUF artikel 101, stk. 1, ikke er nødvendigt at påvise nogen konkrete virkninger på markedet.¹¹²
315. Vurderingen af, om en aftale har et konkurrencebegrænsende *formål* eller ej, foretages blandt andet på baggrund af aftalens indhold og dens objektive formål, samt hvilken sammenhæng den gælder eller skal gælde i og parternes faktiske adfærd på markedet. Hvis der kan påvises

¹⁰⁹ Jf. 2007-afgørelsen, afsnit 3.5.

¹¹⁰ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 65.

¹¹¹ Kommissionens retningslinjer af 27. april 2004 for anvendelsen af traktatens artikel 81, stk. 3 (2004/C 101/08) ("retningslinjer for anvendelse af TEUF artikel 101, stk. 3").

¹¹² Jf. retningslinjer for anvendelse af TEUF artikel 101, stk. 3, punkt 21.

en hensigt fra parternes side om at begrænse konkurrencen, kan det være en relevant faktor, men parternes subjektive hensigt er ikke det afgørende.¹¹³

316. Ved vurderingen af, om en aftale m.v. har til *følge* at begrænse konkurrencen, fremgår det af retningslinjerne, at aftaler m.v. rammes af forbuddet i TEUF artikel 101, stk. 1, når de har sandsynlige mærkbare skadelige indvirkninger på konkurrenceparametrene på markedet, fx på priser, produktion, produktkvalitet, variation i produktudbud og innovation.¹¹⁴ Det er således tilstrækkeligt at bevise, at en aftale m.v. har sandsynlige konkurrencebegrænsende virkninger.

5.3.3.1 Fælles salg af rettighederne til Superligaen kan have skadelige virkninger for konkurrencen på flere markeder

317. Tv-markedet er vertikalt integreret. Som det fremgår af 2007-afgørelsen, medfører dette, at konkurrenceproblemer i ét markedsled også kan have betydning for konkurrencen i de efterfølgende markedsled.^{115, 116}

Markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold

318. Uden den fælles salgsaftale ville klubberne individuelt sælge deres rettigheder, og klubberne ville dermed uafhængigt af hinanden skulle forhandle salgsvilkår, herunder pris, med kanaludbyderne. Dermed ville klubberne være i konkurrence med hinanden om at sælge de rettigheder, som de hver især råder over.¹¹⁷
319. Når superligaklubberne og Divisionsforeningen aftaler, at samtlige medierettigheder til klubbernes kampe udelukkende sælges i fællesskab i regi af Divisionsforeningen, udelukkes de enkelte klubber fra selv at udbyde deres rettigheder individuelt.
320. Den fælles salgsaftale medfører således, at 12 aktører i form af de 12 superligaklubber reduceres til én aktør på udbudssiden. Det betyder, at kanaludbyderne kun har én leverandør og alene kan købe rettighederne til de priser, som Divisionsforeningen fastsætter. Det fælles salg resulterer dermed i ensartede salgsvilkår, herunder priser, sammenlignet med en situation med individuelt salg.¹¹⁸
321. Derudover giver det fælles salg en betydelig markedsmagt til sælger. Denne markedsmagt kommer bl.a. til udtryk ved, at det antageligt giver klubberne mulighed for totalt set at tage en højere pris for rettighederne, når de sælges samlet, end hvis de blev solgt individuelt, hvor klubberne ville være i konkurrence med hinanden.
322. Et fælles salg til en højere pris kan også begrænse køberfeltet, idet ikke alle kanaludbydere vil have økonomisk mulighed for at erhverve rettighederne – og navnlig ikke hvis alle rettighederne sælges samlet i én pakke. Hvis rettighederne blev solgt individuelt, ville kanaludbyderne til en lavere pris kunne nøjes med at erhverve rettigheder til fx én klubs kampe.

¹¹³ Jf. retningslinjer for anvendelse af TEUF artikel 101, stk. 3, punkt 22.

¹¹⁴ Jf. retningslinjer for anvendelsen af TEUF artikel 101, stk. 3, punkt 24.

¹¹⁵ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 123.

¹¹⁶ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 113.

¹¹⁷ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 114.

¹¹⁸ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 114.

323. På den baggrund kan det konkluderes, at en aftale mellem klubberne om fælles salg af deres rettigheder udelukker den indbyrdes konkurrence mellem klubberne om afsætning af deres rettigheder, herunder i forhold til prissætning, som ville gælde uden den fælles salgsaftale. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at en sådan aftale mellem konkurrenter objektivt bedømt ifølge selve sin natur begrænser konkurrencen på rettighedsmarkedet, og at aftalen derfor har til formål at begrænse konkurrencen på dette marked, jf. punkt 314-315 ovenfor.
324. Aftalen om fælles salg udgør derfor som udgangspunkt en overtrædelse af konkurrencereglerne, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, og TEUF artikel 101, stk. 1, jf. litra b, hvorefter en aftale, som begrænser eller kontrollerer afsætningen i markedet, er forbudt.¹¹⁹ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog ikke foretaget en endelig vurdering heraf, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.
- Markedet for salg af betalings-tv-kanaler*
325. Det forhold, at rettighederne udbydes samlet i regi af Divisionsforeningen, gør det væsentligt nemmere for en kanaludbyder at erhverve alle rettighederne.¹²⁰ Dermed bliver den markedsmagt, som skabes hos Divisionsforeningen ved klubbernes aftale om fælles salg, videreført på det tilstødende marked for salg af betalings-tv-kanaler. I den forbindelse skal det fremhæves, at rettighederne til Superligaen (sammen med Champions League og Premier League) har særlig betydning for konkurrencen om at tiltrække seere, annoncører og distributører, jf. afsnit 5.1.1.1 og 5.1.1.4 ovenfor. Dermed vil den kanaludbyder, der har indgået aftale med Divisionsforeningen om køb af rettigheder til Superligaen, være væsentligt bedre stillet i konkurrencen end de øvrige kanaler.
326. Siden 1998 og indtil 2007-afgørelsen blev rettighederne til Superligaen som nævnt solgt eksklusivt og samlet i én stor pakke til MTG, hvor aftalen løbende blev forlænget, uden at rettighederne kom i udbud. Eftersom MTG besad alle tv-rettighederne og dertil løbende forlængede aftalen, blev andre tv-kanaler afskåret fra at få del i rettighederne og i at inkludere rettighederne i egne programsendeflader. Dermed begrænsede aftalen andre kanaludbyderes mulighed for at konkurrere med MTG's tv-kanaler over for distributørerne, annoncørerne og forbrugerne.¹²¹ Samtidigt gælder det, at når én kanaludbyder har eksklusiv adgang til vigtige rettigheder, giver det også kanaludbyderen mulighed for at hæve prisen over for tv-distributørerne.
327. Hertil kommer, at aftalen med MTG udgjorde en barriere for adgang til betalings-tv-kanalmarkedet. Som følge af den betydning, som rettighederne til Superligaen tillægges, er rettighederne nemlig særdeles velegnede til at sikre en ny kanal distribution. Det var imidlertid ikke muligt at anvende rettighederne til dette formål, idet aftalen med MTG løbende blev forlænget, uden at andre kanaludbydere havde mulighed for at byde på rettighederne.¹²²
328. Samlet set kan det konkluderes, at en aftale mellem klubberne om fælles salg af rettighederne til Superligaen generelt har potentiale til at skade konkurrencen mellem kanaludbyderne.¹²³ I perioden fra 1998 til 2007 kom dette til udtryk ved, at MTG som følge af eksklusiv og

¹¹⁹ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 124.

¹²⁰ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 128.

¹²¹ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 133.

¹²² Jf. 2007-afgørelsen, punkt 130-131

¹²³ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 116.

langvarig adgang til disse vigtige rettigheder indtog en unik position i konkurrencen med de øvrige kanaludbydere, og aftalen med MTG havde således skadesvirkninger for konkurrencen mellem kanaludbydere.

Markedet for distribution af tv

329. Årsagen til, at rettighederne til Superligaen (sammen med Champions League og Premier League) er af særlig betydning i konkurrencen mellem betalings-tv-kanaler, er, at det som nævnt er et populært produkt blandt forbrugerne. Af samme årsag har rettighederne ikke kun en særlig betydning for konkurrencen blandt kanaludbydere, men også for konkurrencen mellem tv-distributørerne,^{124, 125} jf. afsnit 5.1.1.5 ovenfor.
330. Det er således væsentligt for tv-distributørerne at indgå aftaler om distribution med den eller de kanaludbydere, som har rettighederne til Superligaen, da dette hører til det mest efterspurgte indhold blandt forbrugerne,¹²⁶ jf. afsnit 5.1.1.1 ovenfor.
331. En fælles salgsaftale, der, som tilfældet var indtil 2007-afgørelsen, indebærer, at én kanaludbyder erhverver rettighederne til Superligaen på eksklusivt og langvarigt grundlag, vil have konkurrenceskadelige virkninger også på tv-distributionsmarkedet. Det skyldes, at tv-distributørerne kun har én leveringskilde.
332. For det første har de distributører, som ikke har opnået distributionsaftale med den kanaludbyder, der viser Superligaen, ikke udsigt til, at rettighederne i nærmeste fremtid kan erhverves af andre kanaludbydere, som der eventuelt kan opnå distributionsaftale med.¹²⁷ Risikoen for, at ikke alle distributører kan opnå distributionsaftale med den kanaludbyder, der har erhvervet rettighederne, er særlig udtalt, hvis den pågældende kanaludbyder er vertikalt integreret, som fx MTG, jf. nærmere herom afsnit 5.3.3.3 nedenfor.
333. Den kanaludbyder, der har erhvervet rettighederne, kan for det andet hæve kanalprisen til et meget højt niveau, som kun ganske få distributører har mulighed for at betale. Eftersom rettighederne er samlet hos én kanaludbyder, bliver det samtidigt nemmere for en distributør at opnå eksklusivitet i distributionsleddet. En sådan eksklusivitet vil medføre, at distributøren kan hæve prisen over for forbrugerne.
334. På ovenstående baggrund kan det konkluderes, at en aftale mellem klubberne om fælles salg af rettighederne til Superligaen generelt har potentiale til at skade konkurrencen mellem tv-distributørerne,¹²⁸ og at dette er illustreret ved den måde, som salget foregik på i perioden fra 1998 til 2007,¹²⁹ hvor aftalen med MTG havde skadesvirkninger for konkurrencen mellem distributørerne.

5.3.3.2 Konkurrencerådets afgørelse fra 2007 har afbødet de konkurrenceskadelige virkninger af det fælles salg

335. Med Konkurrencerådets afgørelse fra 2007 skete der en markant ændring i den måde og i de vilkår, som rettighederne til Superligaen sælges på. Afgørelsen har således bl.a. betydet, at rettighederne udbydes i pakker, at ingen køber kan erhverve samtlige tre pakker med

¹²⁴ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 134.

¹²⁵ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 116.

¹²⁶ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 134-135.

¹²⁷ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 133-136.

¹²⁸ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, punkt 116.

¹²⁹ Jf. 2007-afgørelsen, punkt 140.

liverettigheder til Superligaen ("no single buyer"-reglen) og at udbuddene skal ske på gennemsigtige, åbne og ikke-diskriminerende vilkår hvert tredje år, jf. afsnit 3.3.2 ovenfor.

336. Konkurrencerådets afgørelse fra 2007 har således sikret, at også andre aktører end MTG har haft en rimelig mulighed for regelmæssigt at erhverve rettigheder til Superligaen, og at MTG som udgangspunkt ikke længere kunne besidde samtlige liverettigheder til Superligaen eksklusivt. Rettighederne har i mellemtiden været udbudt to gange efter den fastlagte model, og det kan konstateres, at den regulerede model har haft en positiv effekt på konkurrencen på rettigheds- og tv-markederne.
337. På rettighedsmarkedet – og dermed på betalings-tv-kanalmarkedet – har 2007-afgørelsen sikret, at rettighederne har været fordelt på mindst to kanaludbydere. I den forbindelse bemærkes, at rettighederne rent faktisk har været fordelt på tre kanaludbydere (MTG, C More og TV 2 Sport), indtil MTG købte TV 2 Sport i 2012. Det bemærkes endvidere, at 2007-afgørelsen helt konkret har muliggjort, at en ny kanaludbyder, C More, har kunnet benytte rettigheder til Superligaen til at etablere sig på det danske tv-marked og sikre distribution for sine to tv-kanaler, Canal9 og Canal8 Sport, der begge viser kampe fra Superligaen.
338. Det forhold, at også andre kanaludbydere end MTG har haft rettigheder til Superligaen, har også haft positiv effekt på konkurrencen i distributionsleddet. Således har flere tv-distributører fået adgang til tv-kanaler, som viser kampe fra Superligaen. Dette gælder fx Boxer og Waoo!, som har fået adgang til at vise kampe fra Superligaen via C Mores kanaler og TV 2 Sport.
339. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse i nærværende sag bekræfter i høj grad indtrykket af, at 2007-afgørelsen har styrket konkurrencen mellem både kanaludbydere og tv-distributører. 10 ud af 11 kanaludbydere og tv-distributører peger på, at reguleringen af salget af tv-rettighederne til Superligaen samlet set har styrket konkurrencen mellem kanaludbydere – [...]. Fire ud af seks distributører mener, at reguleringen også har styrket konkurrencen mellem tv-distributørerne. Respondenterne peger primært på, at det er "no single buyer"-reglen, der har styrket konkurrencen, da den har givet andre kanaludbydere end MTG mulighed for at erhverve superligarettigheder. Flere distributører bemærker, at de som følge af tilsagnene har fået mulighed for at distribuere kanaler med livekampe fra Superligaen, hvilket er af stor betydning, når de skal appellere til bestemte seergrupper.
340. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at tilsagnene i 2007-afgørelsen har sikret kanaludbydere bedre adgang til superligarettighederne, hvilket også har medvirket til at styrke konkurrencen mellem såvel kanaludbydere som tv-distributører på de tilstødende tv-markeder. Dette skyldes særligt, at tv-rettighederne til superligafodbold for første gang i mere end et årti har været sendt i åbne udbud, ligesom disse meget væsentlige rettigheder er blevet fordelt mellem flere kanaludbydere og dermed flere tv-distributører.
341. Det er sammenfattende Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at de konkurrenceskadelige virkninger, som et fælles salg af rettighederne til Superligaen tidligere havde på markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold samt de tilstødende tv-markeder, jf. afsnit 5.3.3.1 ovenfor, i høj grad er blevet afhjulpet som følge af 2007-afgørelsen. Det har i sidste ende gavnet forbrugerne, der bl.a. har nydt godt af et øget udbud af tv-kanaler og tv-distributører, som har adgang til at vise kampe fra Superligaen.

5.3.3.3 Ophævelse af Konkurrencerådets afgørelse fra 2007 kan få negative virkninger for konkurrencen

342. Divisionsforeningen har anført, at situationen på det danske tv-marked har ændret sig i et sådant omfang, at de i 2007 afgivne tilsagn ikke længere er nødvendige. Divisionsforeningen har i den forbindelse anført, at der er kommet et øget udbud af tv-kanaler og tv-distributører, og at konkurrencen således er blevet styrket.
343. Endvidere har Divisionsforeningen peget på, at Superligaen har mistet betydning i forhold til særligt Champions League og Premier League, hvilket ifølge Divisionsforeningen bl.a. kan ses afspejlet i udviklingen i rettighedspriserne. Det er i den forbindelse Divisionsforeningens opfattelse, at reguleringen stiller Divisionsforeningen ringere i konkurrencen med de øvrige rettighedshavere, herunder UEFA og det engelske FA.
344. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er som udgangspunkt enig med Divisionsforeningen i, at forholdene på det danske tv-marked har ændret sig siden 2007-afgørelsen. Denne vurdering bekræftes ligeledes i styrelsens markedsundersøgelse, jf. afsnit 4.5. Ændringerne relaterer sig bl.a. til den teknologiske udvikling, som har påvirket tv- og mediemarkedet i de seneste år, fx introduktionen af det digitale tv-signal.
345. En del af ændringerne kan dog ligeledes anses som værende en afledt effekt af de af Divisionsforeningen afgivne tilsagn i 2007, hvorefter rettighederne til superligafodbold i foreløbigt to perioder af tre år har været i åbne udbud med krav om "no single buyer". Her har nye kanaler, som fx C Mores Canal9 og Canal8 Sport, haft mulighed for at profilere sig på rettigheder til Superligaen.
346. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen deler Divisionsforeningens opfattelse af, at Superligaen relativt set har mistet betydning i forhold til særligt Champions League og Premier League. Det er som nævnt styrelsens vurdering, at det kan overvejes, om der nu er grundlag for en bredere markedsdefinition med et samlet marked for "premium fodboldrettigheder", som i givet fald formentligt p.t. består af rettighederne til disse tre turneringer, jf. afsnit 5.1.1.1 ovenfor. Det skal dog bemærkes, at Superligaen fortsat er [...] den dyreste sportsrettighed på det danske marked, og at rettighederne er ca. [...] rettighederne til Champions League, [...].
347. Divisionsforeningen har gjort det klart, at foreningen ønsker mulighed for at sælge rettighederne til Superligaen eksklusivt til én køber og for en meget lang periode, fx 10 år. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at det vil mindske kanaludbydernes adgang til rettighedsmarkedet og dermed også give anledning til konkurrenceskadelige virkninger på de tilstødende tv-markeder, hvis rettighederne til Superligaen sælges eksklusivt eller for en meget lang periode, og at de konkurrenceskadelige virkninger forstærkes, hvis rettighederne sælges både eksklusivt og for en meget lang periode.
348. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens betænkeligheder i forhold til eksklusivitet relaterer sig til det forhold, at rettighederne til Superligaen fortsat må betegnes som den vigtigste sportsrettighed overhovedet på det danske tv-marked, når rettighederne vurderes efter pris. Hvis én kanaludbyder får mulighed for at erhverve samtlige rettigheder til Superligaen på eksklusiv basis, vil det således skabe en betydelig markedsmagt hos denne kanaludbyder.
349. Denne markedsmagt forstærkes, såfremt den ene kanaludbyder er i besiddelse af alle tre "premium fodboldrettigheder", idet en sådan akkumulering af vigtige rettigheder vil få samme konkurrenceskadelige virkninger på tv-markederne, som er beskrevet under afsnit 5.3.3.1 ovenfor.

350. Det bemærkes i den forbindelse, at risikoen for, at én aktør erhverver alle rettighederne til de tre premium fodboldturneringer, er til stede. På nuværende tidspunkt har MTG således erhvervet (i) eksklusive rettigheder til alle kampene i Champions League, (ii) rettigheder til alle kampene i Premier League, hvoraf ca. 2/3 er på eksklusiv basis, og (iii) to ud af tre pakker med eksklusive rettigheder til kampe i Superligaen, som er det maksimalt tilladte under den nuværende regulering.
351. I forhold til MTG gælder endvidere specifikt, at virksomheden på grund af vertikal integration vil få øget incitament og mulighed for at fremme sin egen distributionsplatform, såfremt MTG erhverver eksklusive rettigheder til samtlige kampe i de tre premium fodboldturneringer. Selv i en situation, hvor MTG ikke har mulighed for fuld eksklusivitet, betyder MTG's vertikale integration med distributionsleddet gennem virksomhedens Viasat-satellitplatform, at distribution af de af selskabets kanaler, der viser premium fodbold, er forbeholdt visse distributionsplatforme. Eksempelvis har MTG indtil videre ikke solgt virksomhedens mest attraktive kanaler (TV3+ og TV3 Sport 2)¹³⁰ til Boxer, der, som udbyder af det landsdækkende digitale jordbaserede netværk, er en væsentlig konkurrent til MTG's satellitplatform.
352. I forhold til rettighedsperioden knytter Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens betænkeligheder sig til, at Superligaen som nævnt – også isoleret set – fortsat er en rettighed, som har væsentlig betydning for konkurrencen på tv-markederne. Selvom Superligaen relativt set har mistet betydning i forhold til Champions League og Premier League, og aktører i højere grad kan erhverve rettigheder til disse to ligaer som erstatning for rettigheder til Superligaen, kan det have negativ betydning for konkurrencen på tv-markederne, hvis rettighederne bliver fastlåst hos bestemte aktører for en meget lang periode, uden at andre aktører får mulighed for at erhverve rettighederne.
353. Det er på ovenstående baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at rettighederne til Superligaen fortsat har en sådan konkurrencemæssig styrke, at det er nødvendigt at stille en række krav til, hvordan et fælles salg af rettighederne foregår. Det skyldes, at et fælles salg med stor sandsynlighed vil få skadelige virkninger for konkurrencen på tv-markederne uden indgreb, hvis fx én aktør erhverver samtlige rettigheder i en meget lang periode.

5.3.3.4 Delkonklusion vedrørende til formål og/eller til følge at begrænse konkurrencen

354. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering,
- at den horisontale aftale mellem fodboldklubberne om fælles salg af medierettighederne til Superligaen i regi af Divisionsforeningen har til formål at begrænse konkurrencen på markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold. Konkret er der tale om en form for afsætningskontrol, der som udgangspunkt er i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, og TEUF artikel 101, stk. 1, jf. litra b, og
 - at et fælles salg af rettighederne til Superligaen med stor sandsynlighed også vil få skadelige virkninger for konkurrencen på markederne for salg af betalings-tv-kanaler

¹³⁰ MTG har indtil 2015 forpligtet sig til at udbyde TV3 Sport 1 til alle distributører som følge af de tilsagn, der blev afgivet i forbindelse med behandlingen af TV 2 Sport-fusionen i 2012.

og distribution af tv uden Konkurrencerådets indgreb, hvis fx én aktør erhverver samtlige rettigheder i en meget lang periode.

355. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog ikke foretaget en endelig vurdering af, hvorvidt den fælles salgsaftale har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.3.4 Mærkbar konkurrencebegrænsning

356. Den fjerde og sidste betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at der skal være tale om en mærkbar konkurrencebegrænsning. Det vil sige, at en konkurrencebegrænsende aftale m.v. skal være egnet til at påvirke konkurrencen på det relevante marked i et vist omfang.
357. Hvorvidt en konkurrencebegrænsning er mærkbar beror dels på en kvantitativ og en kvalitativ vurdering.

5.3.4.1 Det kvantitative mærkbarhedskrav

358. Det kvantitative mærkbarhedskrav afhænger af virksomhedernes omsætning og/eller markedsandele og følger af konkurrencelovens § 7 og Kommissionens bagatelmeddelelse¹³¹.
359. Kommissionens bagatelmeddelelse undtager i punkt 7, litra a, visse konkurrencebegrænsende aftaler mellem konkurrenter fra forbuddet i TEUF artikel 101, når aftalen er indgået mellem virksomheder, hvis samlede markedsandel ikke overstiger 10 pct. på noget relevant marked, der er berørt af aftalen.
360. Imidlertid fremgår det af bagatelmeddelelsens punkt 11, stk. 1, litra b, at undtagelsen i punkt 7 ikke finder anvendelse på aftaler mellem konkurrerende virksomheder, hvis aftalen har til formål at begrænse produktion eller salg. Det er som nævnt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at nærværende sag netop vedrører en sådan aftale, jf. afsnit 5.3.3 ovenfor.
361. Af konkurrencelovens § 7, stk. 1, fremgår det, at visse konkurrencebegrænsende aftaler er undtaget fra forbuddet i § 6, når disse er indgået mellem virksomheder, der har (i) en samlet årlig omsætning på under 1 mia. kr. og en samlet markedsandel for den pågældende vare eller tjenesteydelse på under 10 pct. eller (ii) en samlet årlig omsætning på under 150 mio. kr.
362. Bagatelgrænserne i § 7, stk. 1, finder imidlertid ikke anvendelse på aftaler, der består i begrænsninger af produktion eller salg, jf. § 7, stk. 2, nr. 2.
363. For god ordens skyld bemærkes det dog, at de i aftalen involverede virksomheders markedsandel og omsætning langt overstiger tærsklerne i både konkurrencelovens § 7 og Kommissionens bagatelmeddelelse.

¹³¹ Kommissionens meddelelse af 22. december 2001 om aftaler om ringe betydning, der ikke indebærer en mærkbar begrænsning af konkurrencen i henhold til traktatens artikel 101, stk. 1, i traktaten om oprettelse af Det Europæiske Fællesskab (bagatelaftaler) (2001/C 368/07) ("bagatelmeddelelsen").

364. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at den fælles salgsaftale ikke er undtaget fra forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101, allerede fordi undtagelserne ikke finder anvendelse på aftaler som denne, der har til formål at begrænse produktion eller salg.

5.3.4.2 Det kvalitative mærkbarhedskrav

365. Det kvalitative mærkbarhedskrav supplerer det kvantitative mærkbarhedskrav og beror på en helhedsvurdering af den omtvistede aftales betydning for konkurrencen – set i den retlige og økonomiske kontekst, hvori den indgår.¹³²
366. Den kvalitative mærkbarhed vil blandt andet afhænge af konkurrencebegrænsningens art, det pågældende markeds særlige kendetegn, om samarbejdet har en særlig stilling på en del af markedet,¹³³ adgangsbarrierer til markedet, osv.
367. Det er som behandlet under afsnit 5.3.3 ovenfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at nærværende sag vedrører en fælles salgsaftale, som har til formål at begrænse konkurrencen på markedet for erhvervelse af medierettighederne til dansk ligafodbold.
368. Når det – som i dette tilfælde – drejer sig om en aftale, der umiddelbart vurderet har til formål at begrænse konkurrencen, ses kravet om kvalitativ mærkbarhed reelt ikke at være eksisterende. Ved aftaler, der har til formål at begrænse konkurrencen, er dette ifølge såvel dansk¹³⁴ som EU-praksis i sig selv tilstrækkeligt til, at konkurrencebegrænsningen anses som en mærkbar konkurrencebegrænsning i strid med konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101. Dette kan bl.a. udledes af Expedia-dommen, hvor EU-Domstolen udtaler følgende:

”Det må [...] fastslås, at en aftale, der kan påvirke samhandelen mellem medlemsstater, og som har et konkurrencebegrænsende formål, efter sin art og uanset aftalens faktiske følger udgør en mærkbar begrænsning af konkurrencen.”¹³⁵

369. Det skal supplerende understreges, at det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at en aftale, der reducerer 12 aktører til én på udbudssiden i forhold til salget af rettighederne til Superligaen, der har status af vigtige rettigheder, i høj grad er egnet til at begrænse konkurrencen mærkbart på markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold. For det første elimineres den indbyrdes konkurrence helt mellem klubberne i forhold til salg af deres individuelle rettigheder. Dette gælder også i forhold til fastsættelsen af salgsvilkår og pris, som fastsættes centralt i regi af Divisionsforeningen.
370. For det andet er tv-kanaludbydere nødsaget til at opnå aftale med Divisionsforeningen for at erhverve rettigheder til kampe fra Superligaen, hvor de uden den fælles salgsaftale ville have 12 udbydere, som de kunne indgå aftale med én eller flere af. Dette får også betydning for prisen, som med den fælles salgsaftale samlet set må antages at være højere end, hvis rettighederne blev solgt individuelt.

¹³² Jf. f.eks. Retten i Første Instans' dom af 15. september 1998 i forenede sager T-374/94 m.fl., *European Night Services m.fl. mod Kommissionen*, præmis 136.

¹³³ Jf. Konkurrenceankenævnets kendelse af 2. oktober 2007, *Møns Bank* m.fl., punkt 6.9.

¹³⁴ Jf. Konkurrenceankenævnets kendelse af 2. oktober 2007, *Møns Bank* m.fl., og dom af 4. oktober 2007 fra Retten i Horsens, *Danske Kroer & Hoteller*.

¹³⁵ Jf. Domstolens dom af 13. december 2012 i sag C-226/11, *Expedia*, præmis 37.

371. Hertil kommer, at de afledte skadesvirkninger på de tilstødende tv-markeder, som den fælles salgsaftale kan give anledning til, også vurderes at være mærkbare. Der er således tale om rettigheder, som (sammen med Champions League og Premier League) tillægges særlig betydning i konkurrencen mellem både kanaludbydere og tv-distributører. Derfor kan det også påvirke konkurrencen mærkbart på begge tv-markeder, hvis fx kun én kanaludbyder får mulighed for at erhverve rettighederne, jf. afsnit 5.3.3 ovenfor.
372. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at den fælles salgsaftale er egnet til at have en kvalitativ mærkbar, negativ betydning for konkurrencen på markedet for erhvervelse af medierettighederne til dansk ligafodbold, ligesom de afledte skadesvirkninger på de tilstødende markeder for salg af betalings-tv-kanaler og distribution af tv også umiddelbart vurderes at være mærkbare.

5.3.4.3 Delkonklusion vedrørende mærkbar konkurrencebegrænsning

373. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering,
- at den fælles salgsaftale udgør en mærkbar konkurrencebegrænsning, idet aftalen dels ikke er omfattet af bagatelgrænserne i konkurrencelovens § 7 og Kommissionens bagatelmeddelelse, dels opfylder det kvalitative mærkbarhedskrav.
374. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog ikke foretaget en endelig vurdering af, hvorvidt den fælles salgsaftale udgør en mærkbar konkurrencebegrænsning, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.3.5 Konklusion vedrørende konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101

375. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering,
- at fodboldklubberne i Danmarksturneringen hver især er erhvervsvirksomheder, og at Divisionsforeningen er en sammenslutning af virksomheder. Derudover er Divisionsforeningen også selvstændigt omfattet af virksomhedsbegrebet, og det gør sig tilsvarende gældende for Superligaen A/S og DBU,
 - at fodboldklubbernes aftale om fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold i regi af Divisionsforeningen udgør en horisontal aftale,
 - at den fælles salgsaftale har til formål at begrænse konkurrencen på markedet for erhvervelse af medierettighederne til dansk ligafodbold i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, og TEUF artikel 101, stk. 1, jf. litra b,
 - at den fælles salgsaftale med stor sandsynlighed også vil få skadelige virkninger for konkurrencen på markederne for salg af betalings-tv-kanaler og distribution af tv uden Konkurrencerådets indgreb, hvis fx én aktør erhverver samtlige rettigheder i en meget lang periode, og
 - at den fælles salgsaftale udgør en mærkbar konkurrencebegrænsning, idet aftalen dels ikke er omfattet af bagatelgrænserne, dels opfylder det kvalitative mærkbarhedskrav.

376. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog ikke foretaget en endelig vurdering af, hvorvidt den pågældende aftale har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen mærkbart på det relevante marked, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.4 Mulig individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3

377. Det følger af konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3, at der ikke kan gribes ind over for en konkurrencebegrænsede aftale m.v., hvis den opfylder alle fire betingelser, der er opremset i konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3. Den pågældende aftale m.v. skal således:
- 1) bidrage til at styrke effektiviteten i produktionen eller distributionen af varer eller tjenesteydelser eller fremme den tekniske eller økonomiske udvikling,
 - 2) sikre forbrugerne en rimelig andel af fordelene herved,
 - 3) ikke pålægge virksomhederne begrænsninger, som er unødvendige for at nå disse mål, og
 - 4) ikke give virksomhederne mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer eller tjenesteydelser.
378. Når der ses bort fra mindre sproglige afvigelser, svarer betingelserne efter TEUF artikel 101, stk. 3, og konkurrencelovens § 8, stk. 1, indholdsmæssigt til hinanden. Ifølge forarbejderne til § 8, stk. 1, skal Konkurrencerådet ved vurderingen af, om betingelserne i konkurrencelovens § 8, stk. 1, er opfyldt også tage hensyn til Kommissionens og fællesskabsdomstolens praksis efter TEUF artikel 101, stk. 3. Det er således de samme hensyn, der skal lægges til grund for en vurdering af, om TEUF artikel 101, stk. 3, og konkurrencelovens § 8, stk. 1, er opfyldt.
379. Det kan indledningsvist bemærkes, at det er virksomhederne, der har bevisbyrden for, at betingelserne for en individuel fritagelse er opfyldte. Det må imidlertid kræve en særlig underbygget begrundelse, hvis en aftale, der som i denne sag umiddelbart vurderet indebærer en alvorlig konkurrencebegrænsning, skal kunne opfylde betingelserne.
380. Det er dog ikke på forhånd udelukket, at fodboldklubbers aftaler om fælles salg af medierettigheder kan opnå en individuel fritagelse. I Champions League-afgørelsen kunne Kommissionen således meddele UEFA en individuel fritagelse, efter at UEFA havde anmeldt en revideret fælles salgsaftale, som tog højde for Kommissionens konkurrencemæssige betænkeligheder.¹³⁶
381. I denne sag har virksomhederne ikke påberåbt sig, at aftalen kan individuelt fritages. I lyset af at Kommissionen tidligere har individuelt fritaget UEFA's fælles salgsaftale, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen dog alligevel foretaget en umiddelbar vurdering af heraf.

¹³⁶ Jf. Champions League-afgørelsen, afsnit 7.

382. Undersøgelserne nedenfor tager udgangspunkt i en sammenligning af den fælles salgsaftale, som den vil være implementeret uden Konkurrencerådets indgriben, og den hypotetiske situation hvor den fælles salgsaftale ikke eksisterer, og klubberne i stedet sælger deres rettigheder individuelt.

Ad 1) bidrage til at styrke effektiviteten i produktionen eller distributionen af varer eller tjenesteydelser eller fremme den tekniske eller økonomiske udvikling

383. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der kan være visse effektivitetsfordele forbundet med fælles salg af rettighederne til Superligaen. For det første skal en køber kun henvende sig ét sted i stedet for at skulle henvende sig til alle 12 klubber. Det er ikke kun kanaludbyderne, der høster effektivitetsgevinster herved. Klubberne drager også fordel, da de undgår at skulle opbygge egne salgsafdelinger m.v.¹³⁷
384. Disse effektivitetsgevinster er dog relativt beskedne sammenlignet med fx et fælles salg af rettighederne til Champions League, hvor der (i) deltager et langt større antal klubber, som (ii) er hjemmehørende i en række forskellige lande, og hvor (iii) klubberne ikke kan vide sig sikre på deltagelse mere end ét år ad gangen, da kvalifikation til turneringen afhænger af en topplacering i den hjemlige liga året forinden.
385. For det andet giver en fælles salgsaftale bedre mulighed for at skabe og fastholde et samlet Superliga-produkt af en ensartet og konsekvent kvalitet end, hvis hver enkelt klub solgte sine rettigheder individuelt. Dette må antages at forbedre dækningen af og interessen for Superligaen, hvilket kan bidrage til, at produktionen og distributionen af Superliga-produktet forbedres.¹³⁸
386. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har imidlertid noteret sig, at Divisionsforeningen ønsker at have mulighed for at sælge eksklusivt til én køber og for en meget lang periode, fx 10 år. På den ene side er det styrelsens vurdering, at en længere rettighedsperiode isoleret set vil kunne øge købernes incitament til løbende at investere i Superliga-medieproduktet – og dermed forbedre produktet – da køberne dermed får en længere periode til at kapitalisere på investeringen. På den anden side vil et eksklusivt salg til én aktør og for en meget lang periode med stor sandsynlighed samlet set ikke bidrage til at styrke produktionen eller distributionen af Superliga-medieproduktet. En sådan aftale kan bl.a. blive en "sovepude" for den pågældende aktør, som ikke kan mødes med konkurrence af et tilsvarende Superliga-medieprodukt i en meget lang periode.
387. Dette illustreres af, hvordan rettighederne blev udnyttet inden Konkurrencerådet greb ind i 2007, og hvor samtlige medierettigheder var erhvervet af MTG. Det betød bl.a., at en række af rettighederne ikke blev udnyttet. Fx var det kun udvalgte kampe, som blev vist direkte på tv, hvorimod der alene blev vist højdepunktsklip fra de mindre attraktive kampe.
388. Hertil kommer, at det må antages, at det totalt set giver klubberne mulighed for at tage en højere pris for rettighederne, når de sælges samlet, end hvis de blev solgt individuelt, hvor klubberne ville være i konkurrence med hinanden. Det er vanskeligt at se, at højere priser rent samfundsmæssigt kan fremme den økonomiske udvikling, tværtimod.
389. Endvidere er der som nævnt tale om, at det fælles salg kan give anledning til en række afledte skadesvirkninger på de efterfølgende afsætningsmarkeder, dvs. markederne for betalings-tv-

¹³⁷ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.1.1.

¹³⁸ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.1.2.

kanaler og distribution af tv. Der kan således nemmere opstå en situation, hvor kun én kanaludbyder og få tv-distributører har adgang til at vise kampe fra Superligaen, når rettighederne sælges fælles, jf. afsnit 5.3.3 ovenfor. En sådan situation, som medfører en begrænsning af produktions- og distributionskanalerne, vil ikke bidrage til at styrke effektiviteten i produktionen eller distributionen af kampene på tv-markederne.

390. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at der kan være visse effektivitetsfordele forbundet med klubbernes fælles salg af medierettighederne til Superligaen. Imidlertid er det ikke godtgjort, at den fælles salgsaftale samlet set vil bidrage til at styrke effektiviteten i produktionen eller distributionen uden Konkurrencerådets indgriben.

Ad 2) sikre forbrugerne en rimelig andel af fordelene herved

391. Begrebet "forbrugere" omfatter "*alle direkte eller indirekte brugere af de produkter, aftalen omhandler, herunder producenter der anvender produkterne som input, grossister, detailforhandlere og endelige forbrugere, dvs. fysiske personer, der ikke køber produkterne som led i deres erhverv*", jf. punkt 84 i Kommissionens meddelelse om retningslinjer for anvendelsen af traktatens artikel 81, stk. 3 [nu TEUF artikel 101, stk. 3].¹³⁹
392. Skabelsen af et samlet Superliga-medieprodukt kan skabe fordele for visse forbrugere. For det første er rettighederne tilgængelige fra et enkelt salgssted, hvilket som nævnt kan komme specielt de største tv-kanaludbydere til gode. For det andet sikres tv-seerne en mere fyldestgørende og samlet dækning af Superligaen, ligesom de sikres bedre adgang til fx højdepunktsklip fra hele ligaen.¹⁴⁰
393. Det er imidlertid en forudsætning for, at forbrugerne sikres en rimelig andel af fordelene ved den fælles salgsaftale, at det er muligt for alle interesserede parter at erhverve rettigheder til Superligaen, ligesom der skal være et bredt udvalg af rettighedspakker, således at mulighederne øges for, at også mindre kanaludbydere får adgang til Superliga-indhold.¹⁴¹ Dette var ikke muligt, før Konkurrencerådet greb ind i 2007: Rettighederne blev solgt i én samlet pakke til én kanaludbyder uden forudgående åbent udbud.
394. I den forbindelse bemærkes det, at hvis én kanaludbyder har erhvervet samtlige rettigheder til Superligaen på eksklusiv basis, vil det give denne kanal mulighed for at hæve priserne over for tv-distributørerne. Det skyldes, at der er tale om et særdeles eftertragtet produkt blandt tv-seerne, som kun den ene kanaludbyder vil være i besiddelse af. I sidste ende vil det være tv-seerne, som kommer til at betale for disse prisstigninger i form af øgede abonnementsbetalinger til distributørerne.
395. Det vil også øge risikoen for, at visse distributører ikke får adgang til at vise tv-kanaler, der har indhold fra Superligaen, hvis samtlige rettigheder sælges eksklusivt til én kanaludbyder, da distributørerne dermed vil være afhængige af at opnå aftale med den pågældende kanaludbyder. Dette har i praksis vist sig at være et problem, jf. punkt 351 ovenfor.
396. Som nævnt under punkt 388 ovenfor, må det i det hele taget antages, at et fælles salg af rettighederne til skade for forbrugerne medfører højere priser i alle omsætningsled, herunder detaileddet, når der sammenlignes med en situation, hvor rettighederne sælges individuelt.

¹³⁹ Kommissionens meddelelse af 27. april 2004 om retningslinjer for anvendelsen af traktatens artikel 81, stk. 3 [nu TEUF artikel 101, stk. 3] (2004/C 101/08).

¹⁴⁰ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.2.

¹⁴¹ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.2.

397. I den forbindelse bemærkes det, at det flertal af tv-seere, som ikke har interesse i superligafodbold, også er med til at betale for disse dyre rettigheder. Det skyldes den struktur, der stadig er fremherskende på tv-markedet, hvor kanalerne sammensættes i store pakker. Dermed kan tv-seerne komme til at betale for kanaler og indhold, som de ikke ser.
398. Hertil kommer, at det entydigt ikke er i forbrugernes interesse, hvis den fælles salgsaftale implementeres på en måde, som fører til, at der er en række rettigheder, som ikke udnyttes. Det vil der som nævnt være en betydelig risiko for, hvis der ikke gribes ind, jf. punkt 386 ovenfor.
399. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at det ikke er godtgjort, at de mulige fordele, som en fælles salgsaftale kan sikre forbrugerne, opvejer de skadelige virkninger, som den fælles salgsaftale vil have for forbrugerne, såfremt Konkurrencerådet ikke foretager indgreb.

Ad 3) ikke pålægge virksomhederne begrænsninger, som er unødvendige for at nå disse mål

400. Det vil som udgangspunkt være en forudsætning for at opnå de effektivitetsgevinster og fordele for forbrugerne, som kan være forbundet med en fælles salgsaftale, at salget sker fra et fælles organ, og at klubberne samtidigt er forhindret i selv at sælge rettighederne. Ved et salg i regi af Divisionsforeningen kan det bl.a. sikres, at der kan skabes et samlet medieprodukt, som dækker og markedsfører Superligaen som helhed og ikke blot enkelte klubber.¹⁴²
401. Hertil kommer, at det vanskeligt kan forenes med et fælles salg i regi af Divisionsforeningen, hvis de enkelte klubber samtidigt kan sælge de samme rettigheder individuelt. Det må således bl.a. antages at betyde, at de samlede indtægter fra de to salg vil være væsentligt lavere end de indtægter, som et salg alene fra Divisionsforeningen vil medføre. Det skyldes, at en kanaludbyder vil være mindre interesseret i et produkt, hvor nøjagtigt det samme indhold også er tilgængeligt for konkurrerende kanaludbydere.¹⁴³
402. Det er dog en forudsætning for at opfylde denne tredje betingelse, at klubberne har mulighed for efterfølgende selv at forestå salg af eventuelle rettigheder, som ikke er blevet solgt som led i det fælles salg, og som derfor ellers vil forblive uudnyttede.¹⁴⁴
403. Det er samlet Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at den fælles salgsaftale ikke pålægger klubberne begrænsninger, som er unødvendige for at opnå de mulige effektivitetsgevinster og fordele for forbrugerne.

Ad 4) ikke giver virksomhederne mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer eller tjenesteydelser

404. Aftalen om fælles salg af medierettighederne til kampene i Superligaen medfører som nævnt, at 12 aktører i form af de 12 superligaklubber reduceres til én aktør på udbudssiden. Herved elimineres den indbyrdes konkurrence mellem klubberne om salg af deres individuelle rettigheder, som ville være til stede uden den fælles salgsaftale, jf. afsnit 5.3.3.1 ovenfor.
405. I forhold til konkurrencen mellem kanaludbydere om at erhverve rettighederne har det betydning, om salget af rettighederne sker som nu med åbne udbud, og hvor rettighederne er opdelt i et antal pakker. Herved sikres det, at alle kanaludbydere kan byde på rettighederne,

¹⁴² Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.3.

¹⁴³ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.3.

¹⁴⁴ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.3.

og at flere kanaludbydere kan erhverve rettigheder.¹⁴⁵ Omvendt vil det kunne udelukke konkurrencen om rettighederne til Superligaen, hvis situationen fra før Konkurrencerådets indgriben i 2007 genetableres. Her blev alle rettighederne som nævnt solgt samlet til én kanaludbyder, som ovenikøbet havde en eksklusiv adgang til at genforhandle aftalen, uden at andre kanaludbydere havde mulighed for at byde på rettighederne.

406. Hvorvidt der er tale om udelukkelse af konkurrencen for en "væsentlig" del af produkterne på markedet, vil formentligt afhænge af markedsafgrænsningen. Hvis der er tale om et bredere marked for erhvervelse af rettighederne til "premium fodbold", er det således usikkert, om rettighederne til Superligaen vil udgøre en "væsentlig" del af dette samlede marked.¹⁴⁶ I nærværende sag er der som nævnt ikke taget endelig stilling til spørgsmålet, om den nøjagtige definition af rettighedsmarkedet, jf. afsnit 5.1.1.1 ovenfor.
407. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at den fælles salgsaftale udelukker konkurrencen mellem klubberne om salg af rettighederne til Superligaen, og at der er risiko for, at også konkurrencen mellem kanaludbydere om erhvervelse af rettighederne udelukkes uden Konkurrencerådets indgriben. Det vil dog formentligt afhænge af markedsafgrænsningen, om der er tale om udelukkelse af konkurrencen for en "væsentlig" del af de pågældende medieprodukter.

5.4.1 Konklusion vedrørende mulig individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3

408. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering,
- at den fælles salgsaftale ikke opfylder de kumulative betingelser, der skal være opfyldte for at opnå en individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3.
409. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog ikke foretaget en endelig vurdering af, hvorvidt den pågældende aftale kan opnå en individuel fritagelse, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

5.5 Tilsagn

410. Med 2007-afgørelsen blev der indført en række krav, som sikrede, at også andre kanaludbydere end MTG fik mulighed for med jævne mellemrum at erhverve rettigheder til Superligaen. Det har i sidste ende gavnet forbrugerne, der bl.a. har nydt godt af et øget udbud af tv-kanaler og tv-distributører, som har adgang til at vise kampe fra Superligaen.
411. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen deler dog Divisionsforeningens opfattelse af, at Superligaen i mellemtiden relativt set har mistet betydning i forhold til særligt Champions League og Premier League, og at disse rettigheder kan tillægges en betydning for konkurrencen på tv-markederne, som i nogen grad kan sammenlignes med rettighederne til Superligaen.

¹⁴⁵ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.4.

¹⁴⁶ Jf. i samme retning Champions League-afgørelsen, afsnit 7.4.

412. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den ændrede markedssituation begrundet visse justeringer af reguleringen. I den forbindelse bemærkes det dog, at rettighederne til Superligaen fortsat må betegnes som den vigtigste sportsrettighed overhovedet på det danske tv-marked, når rettighederne vurderes efter pris.
413. Hvis én kanaludbyder fx får mulighed for at erhverve samtlige rettigheder til Superligaen på eksklusiv basis, vil det således skabe en betydelig markedsmagt hos denne kanaludbyder. Denne markedsmagt vil dels stille kanaludbyderen fordelagtigt i konkurrencen med de øvrige kanaludbydere, dels få betydning for tv-distributørerne, idet de kun vil have én forsyningskilde. Dermed vil bl.a. risikoen for, at ikke alle tv-distributører får adgang til at vise kampe fra Superligaen, være øget, navnlig hvis den pågældende kanaludbyder er vertikalt integreret, som fx MTG er det.
414. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der fortsat er så betydelige konkurrencemæssige problemer på rettigheds- og tv-markederne, at det også fremadrettet er nødvendigt at stille en række krav til, hvordan et fælles salg af rettighederne foregår.
415. Dette bekræftes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse i nærværende sag, hvoraf det fremgår, at både kanaludbydere og distributører generelt set er skeptiske over for en hel eller delvis ophævelse af tilsagnene, om end det for de flestes vedkommende især er en ophævelse af "no single buyer"-reglen, der anses som værende problematisk, men flere vurderer også, at en længere rettighedsperiode vil udgøre et problem.
- "No single buyer"-reglen*
416. Rettighederne til Superligaen har fortsat en sådan konkurrencemæssig styrke, at det selv med den nuværende rettighedsperiode på maksimalt tre år vil skabe en betydelig markedsmagt hos en kanaludbyder, som erhverver samtlige rettigheder eksklusivt.
417. Denne markedsmagt vil være styrket betragteligt, hvis den pågældende kanaludbyder også har eksklusive rettigheder til de øvrige premium fodboldrettigheder, Champions League og Premier League. En sådan koncentration af premium fodboldrettigheder hos én kanaludbyder vil betyde, at den pågældende kanaludbyder vil have en klar fordel i konkurrencen med de øvrige kanaludbydere. Det vil indebære at risikoen for, at ikke alle tv-distributører får adgang til rettighederne, øges, og at priserne kan hæves i alle omsætningsled.
418. På den baggrund kan Divisionsforeningens ønske om at ophæve reglen om "no single buyer" ikke imødekommes.
- Undtagelsen til "no single buyer"-reglen*
419. Divisionsforeningen kan som nævnt indlede forhandlinger om at sælge til én kanaludbyder, såfremt der er afgivet bud fra mindre end tre kanaludbydere, som er "egnede". Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der fremadrettet er en betydelig risiko for, at denne undtagelse til "no single buyer"-reglen kan bringes i anvendelse.
420. For det første har det vist sig, at Divisionsforeningen ved de foregående udbud har anvendt meget høje minimumspriser. Såfremt minimumspriserne sættes højt, er der en betydelig risiko for, at en række interesserede kanaludbydere ikke vil være i stand til at byde minimumsprisen. Eftersom et afgivet bud mindst skal lyde på minimumsprisen for at blive erklæret "egnet", er Divisionsforeningens implementering af minimumspriser i høj grad med til at begrænse antallet af egnede bud.

421. For det andet er markedstendensen på betalings-tv-markedet, at aktørerne konsoliderer sig. Siden seneste udbud er TV 2 Sport blevet opkøbt af MTG, mens virksomheden bag Discovery Channel har opkøbt SBS og indgået en aftale om overtagelse af kontrol af Eurosport. Der er dermed nu tale om et mere begrænset køberfelt, hvilket i kombination med anvendelsen af minimumspriser betyder, at risikoen for, at der afgives færre end tre egnede bud, er betydelig.

Rettighedsperioden

422. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har konkurrencemæssige betænkeligheder ved at forlænge rettighedsperioden. Det har sammenhæng med den nuværende udformning af "no single buyer"-reglen, hvor der er mulighed for, at én kanaludbyder kan erhverve fem ud af seks kampe, og hvor den ene kamp, som tilfalder en anden kanaludbyder, endda kan være den mindst attraktive kamp, dvs. kampvalg 6. En sådan situation kan bedre accepteres med den nuværende rettighedsperiode, hvor der er mulighed for en ny fordeling af rettighederne allerede efter tre år.
423. Hvis alene rettighedsperioden forlænges, vil det således skabe en risiko for, at der for en lang periode fastlåses en situation, hvor én kanaludbyder er i besiddelse af et klart mere attraktivt produkt – både volumen- og kvalitetsmæssigt. Dette vil skabe en væsentlig markedsmagt hos denne kanaludbyder, dog uden at svare til fuld eksklusivitet, jf. punkt 416-417 ovenfor.
424. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at det er vigtigt, at rettighederne fortsat kommer i udbud i passende intervaller, således at de kanaludbydere, herunder nyetablerede, som ikke i første omgang erhverver rettigheder, har mulighed for at gøre det inden for overskuelig tidshorisont. Det er dog samtidigt styrelsens vurdering, at en vis forlængelse af den maksimale rettighedsperiode ikke er udelukket, men det vil bero på en samlet vurdering af tilsagnene.
425. En mulighed for at forlænge rettighedsperioden har sammenhæng med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering af, at Superligaen relativt set har mistet betydning i forhold til specielt Champions League og Premier League. Det er således vurderingen, at en forlængelse af rettighedsperioden er mindre problematisk, når de kanaludbydere, som ikke erhverver rettigheder til Superligaen, i stedet har mulighed for løbende at byde på andre rettigheder med tilsvarende egenskaber. På nuværende tidspunkt sælges rettighederne til Champions League og Premier League for treårige perioder.
426. Efter drøftelser med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har Superligaen A/S/DBU/ Divisionsforeningen den 20. februar 2014 afgivet følgende tilsagn med henblik på at imødekomme styrelsens konkurrenceretlige betænkeligheder:

Modifikation af eksisterende tilsagn

1. Definitioner

”Aktør” omfatter alle virksomheder, der indgår i samme koncern, som afgiver tilbud på eller erhverver en rettighed. Et budkonsortium betragtes som én selvstændig Aktør.

”Clean Tv-signal” er optagelse af billede og lyd fra fodboldkampen uden tilføjelse af nogen form for kommercielle budskaber.

”Dansk ligafodbold” er Superligaen og 1. division i de turneringer, som udskrives af DBU, herunder Landspokalturneringen.

”1. division” er den næstøverste fodboldrække, som defineret i DBU’s propositioner for Danmarksturneringen.

”Hold back” er den tidsperiode, rettighedshaver kan holde udnyttelsen af en rettighed tilbage.

”Højdepunktsklip” er brudstykker af en eller flere kampe, hvor varigheden er minimum 90 sekunder og maksimum 5 minutter pr. kamp. Højdepunktsklip leveres som Clean Tv-signal.

”Landspokalturneringen” er en turnering for herrer, som defineret i DBU’s propositioner herfor.

”Live Tv-rettighed” er en rettighed til at transmittere billede og lyd analogt og digitalt uanset medie fra en hel kamp direkte, herunder livestreaming på internettet og øvrige New Media. Indeholdt i en Live Tv-rettighed er tillige rettigheden til forskudt visning (genudsendelse) samt rettighed til visning af Højdepunktsklip for den pågældende begivenhed, som Live Tv-rettigheden vedrører.

”New Media-rettigheder” er rettigheder til fremførelse af billede og lyd via Internetklip, 3G, mobiltelefon o.l. elektroniske medier, som ikke er Tv- eller Radiorettigheder.

”Radiorettigheder” er rettigheder til billedløs fremførelse via et analogt og et digitalt sendenet, som f.eks. radio via Internettet.

”Superligaen” er den øverste fodboldrække, som defineret i DBU’s propositioner for Danmarksturneringen.

”Sæson” består af et antal runder, som afsluttes med kåring af henholdsvis en Danmarksmester, vinder af 1. division eller Landspokalmester.

”Trustee” har den betydning, der er angivet i punkt 5.

”Tv-rettigheder” er rettigheder til visning og distribution på tv, digitalt eller analogt og streaming på internettet.

2. Rettighedspakker

- 2.1. Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier **i)-vi)**:
- i)** Minimum 3 pakker indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til Superligaen, hvor hver pakke består af minimum 1 live kamp pr. runde. **ii)** Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til kampe i 1. division. **iii)** Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til kampe i Landspokalturneringen. **iv)** Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Tv-rettigheder til Højdepunktsklip af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp. **v)** Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Radiorettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. **vi)** Minimum 1 pakke indeholdende New media rettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.
- 2.2. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan alene ændre kategorierne og den i pkt. 2.1 i) nævnte pakkesammensætning forud for igangsætning af et udbud, under overholdelse af disse tilsagn og kun med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens godkendelse.

3. Udbudsmodel

- 3.1. Samtlige pakker inden for hver kategori udbydes samtidigt og individuelt på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår og således, at interesserede Aktører har minimum 30 kalenderdage til at afgive første skriftlige bud. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan fastsætte et maksimalt antal virksomheder, der kan indgå i et budkonsortium.
- 3.2. Samtlige pakker i én kategori udbydes for en periode på maksimalt 6 løbende sæsoner. Udbuddet kan tidligst gennemføres 1½ år før en kontraktperiodes start, dog kan det første udbud iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrencerådets beslutning om at gøre denne tilsagnsaftale bindende, jf. § 16a, stk. 1, i konkurrenceloven.
- 3.3. I udbuds- og kontraktbetingelserne fastsætter Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen de nærmere betingelser i form af egnethedskriterier for at byde på pakkerne i hver kategori. Egnethedskriterierne skal være gennemsigtige og må ikke være urimelige eller diskriminerende. Eksempler på egnethedskriterier kan være produktionskapacitet og konkret erfaring med gennemførelse af fodboldtransmissioner samt finansiel kapacitet og evne til at opfylde de kontraktlige forpligtelser. Endvidere kan Superligaen

A/S/DBU/Divisionsforeningen i udbuds- og kontraktbetingelserne fastsætte vilkår om udnyttelse af rettigheder.

3.4. Udbuddet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbuddet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal godkende udbuds- og kontraktbetingelserne, inden udbuddet igangsættes.

3.5. På baggrund af de indkomne skriftlige bud kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen iværksætte en eller flere runder af forhandlinger om salg af rettighederne. Forhandlingerne skal vedrøre samtlige de individuelle konkrete pakker for samtlige kategorier. Der kan alene forhandles om:

i) Pris

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) kan der forhandles om de forhold, der fremgår af pkt. 3.7, og som er godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Der kan endvidere forhandles om vilkår i kontrakterne for alle pakker i de enkelte kategorier, forudsat at det sker under overholdelse af ligebehandlingsprincippet, og at eventuelle ændringer i kontrakterne gælder generelt for alle Aktører i den pågældende kategori.

3.6. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler med alle Aktører, som opfylder egnethedskriterierne, jf. pkt. 3.3. Ved forhandlingen tilkendegiver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, hvilke kriterier, jf. pkt. 3.5, en Aktør er – henholdsvis ikke er – konkurrencedygtige på. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen oplyser desuden efter hver forhandlingsrunde – og inden der afgives skriftlige bud – om der gennemføres endnu en forhandlingsrunde, eller om der er tale om sidste skriftlige bud. Hver forhandlingsrunde – inklusiv den sidste forhandlingsrunde – afsluttes med afgivelse af nyt skriftligt bud, som – hvis der er tale om det sidste forhandlingsmøde – er det endelige bud. Det endelige skriftlige bud skal afgives senest 3 hverdage efter anmodning herom fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. De skriftlige bud åbnes samtidigt af Trustee. Trustee skal deltage som observatør i samtlige forhandlinger og skal umiddelbart efter afslutningen af hver enkelt forhandlingsmøde føre protokol herover med behørig angivelse af tid og sted.

3.7. Tildeling af de enkelte pakker sker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på følgende underkriterier:

i) Pris

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) sker tildeling af de enkelte pakker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på underkriterier fastsat af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

3.8. Underkriterierne skal vægtes konkret og individuelt for hver af de i pkt. 2.1 i)-vi) nævnte kategorier og vægtningen skal fremgå af udbudsbetingelserne. Den pointmodel, der anvendes ved tildelingen i henhold til ovennævnte underkriterier, skal godkendes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen inden udbuddet iværksættes. For så vidt angår de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker er vægtningen af underkriterierne pris minimum 20 pct., penetration maksimum 40 pct. og markedsføringsplaner maksimum 40 pct.

3.9. På baggrund af de endelige skriftlige bud tildeler Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen de udbudte pakker. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan lade gennemføre et nyt udbud af alle kategorier i overensstemmelse med disse tilsagn. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

3.10. Alle pakker udbydes uoverdrageligt. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan godkende en overdragelse af en eller flere rettigheder på anmodning fra en Aktør. Godkendelsen skal i givet fald hvile på objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen respekterer ligebehandlingsprincippet ved eventuelle overdragelser. Overdragelse kan ikke ske, hvis overdragelsen fører til, at erhververen besidder rettigheder i et omfang, som ikke ville være tilladt i forbindelse med udbudsproceduren, jf. pkt. 4.2 og 4.3, jf. dog pkt. 4.5 og 4.7.

4. Udbudsprocedure

4.1. En Aktør kan afgive skriftlige bud på én eller flere pakker. Et bud skal angå én individuel pakke og må ikke være betinget af erhvervelsen af andre pakker eller rettigheder. Derimod kan en Aktør afgive bud på flere pakker i en kategori betinget af, at Aktøren kun erhverver et mindre antal af pakkerne i denne kategori, idet budet dog ikke kan prioritere, hvilke(n) pakke(r) der tildeles Aktøren. Pakkerne tildeles ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i den pågældende kategori.

- 4.2. Én og samme Aktør kan ikke erhverve samtlige de i pkt. 2.1 iv) nævnte pakker.
- 4.3. Én og samme Aktør kan (i) maksimalt erhverve Live Tv-rettigheder til 4 kampe pr. runde i Superligaen og kan (ii) ikke erhverve Live Tv-rettigheder til 1.- og 2.-kampvalget samtidig, jf. dog pkt. 4.5.
- 4.4. Tildeling af hver enkelt pakke skal ske til den Aktør, der skriftligt på den pågældende pakke har afgivet det økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7. Kan de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker ikke fordeles ud fra dette princip som følge af pkt. 4.3, tildeles pakkerne i denne kategori Aktørerne ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i pkt. 2.1 i).
- 4.5. Hvis mindre end tre Aktører afgiver et første skriftligt bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker, kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen dog sælge alle pakkerne i denne kategori til én og samme Aktør efter følgende procedure
- a) Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler om salget af pakkerne i pkt. 2.1 i) med de Aktører, som har afgivet bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker.
 - b) Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker til én og samme Aktør kan kun ske, hvis Aktøren i alt betaler en pris for samtlige pakker, som er minimum 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke i pkt. 2.1 i) på tværs af budrunderne afholdt forud for, at proceduren i pkt. 4.5 igangsættes, jf. pkt. 4.6.
 - c) Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker sker til den Aktør, som skriftligt byder det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7.
 - d) Hvis en Aktør erhverver samtlige rettigheder af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker i mere end tre sæsoner, skal to af livekampene, herunder minimum 2. live-kampvalget, udbydes igen efter maksimalt 3 sæsoner efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.3-3.10 og pkt. 4.3-4.6.
- Såfremt ingen Aktører ønsker eller er berettiget til at erhverve samtlige pakker i henhold til denne procedure, sker tildeling efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.5-3.10, pkt. 4.3-4.4 og pkt. 4.6 i disse tilsagn.
- 4.6. Bud indgives til Trustee og åbnes for hver pakke samtidig af Trustee på en på forhånd udmeldt dato. Aktører har ikke krav på at få oplysninger om indgivne bud, herunder hvem der har afgivet bud, og hvilke pakker der er afgivet bud

på. Straks efter åbning af de skriftligt indkomne bud påser Trustee, om proceduren i pkt. 4.5 kan finde anvendelse, hvilket føres til protokol, men meddeles ikke Aktørerne. Efter gennemførelse af proceduren i pkt. 3.6 beslutter Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, om processen i pkt. 4.5 skal anvendes. Bringes pkt. 4.5 i anvendelse meddeles dette Aktørerne, som herefter kan afgive nye bud i overensstemmelse med pkt. 4.5.

- 4.7. Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen beslutter at udbyde Live Tv-rettighederne for maksimalt 3 sæsoner, skal Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen udbyde Live Tv-rettighederne i overensstemmelse med disse tilsagn, dog således at pkt. 4.3 ikke finder anvendelse. Såfremt Live Tv-rettighederne udbydes for maksimalt 3 sæsoner, kan én og samme Aktør ikke erhverve samtlige de under pkt. 2.1 i) nævnte pakker, jf. dog pkt. 4.5.

5. Trustee

- 5.1. Trustee udnævnes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen efter indstilling fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen.
- 5.2. Trustee deltager som observatør under hele udbudsproceduren på baggrund af et mandat udarbejdet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.
- 5.3. Trustee skal være uafhængig af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen samt af alle aktuelle og potentielle Aktører. Trustee skal endvidere opfylde principperne i § 3, i forvaltningsloven om habilitet.
- 5.4. Trustee skal påse, at udbuddet sker i henhold til samtlige disse tilsagn og i overensstemmelse med udbudsbetingelserne. Trustee skal straks orientere Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, såfremt Trustee konstaterer forhold, der kan være en afvigelse fra den proces, som disse tilsagn, udbudsbetingelserne og Trustees mandat fastlægger. Trustee skal desuden løbende kunne redegøre for udbudsprocessen overfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, jf. § 17, i konkurrenceloven.
- 5.5. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afholder alle omkostninger til Trustee.

6. Forudsætninger og genforhandling

- 6.1. De afgivne tilsagn er minimumstilsagn. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan vælge at udbyde rettigheder i videre omfang, end hvad der følger af tilsagnene. Yderligere udbud skal foregå i overensstemmelse med disse tilsagn.
- 6.2. Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen godtgør en væsentlig forbedring i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, har Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af disse tilsagn, herunder en ophævelse af tilsagnet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen forelægger en sådan anmodning for Konkurrencerådet. Såfremt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen godtgør, at der er sket væsentlige ændringer i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, som gør, at en maksimal rettighedsperiode på 6 år vil skade konkurrencen på markedet, har styrelsen ret til at pålægge Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen at anvende de oprindelige tilsagn eller følge eventuelle nye tilsagn afgivet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. Et sådant pålæg kan dog tidligst være relevant, når der er gennemført et udbud under nærværende tilsagn, hvor der er anvendt en længere rettighedsperiode end 3 sæsoner, og pålægget vil da først kunne få virkning for det efterfølgende udbud.

København, den xx. xx 2014

(sign)

For DBU xx

(sign.)

For Superligaen A/S/Divisionsforeningen Claus Thomsen

5.5.1 Markedstest af tilsagn

427. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har foretaget en markedstest af de afgivne tilsagn. Markedstesten er gennemført blandt de kanaludbydere og distributører, der deltog i markedsundersøgelsen, med henblik på at sikre, at den foreslåede modificering af de eksisterende tilsagn også i praksis vil imødekomme styrelsens konkurrencemæssige betænkeligheder.¹⁴⁷ Et par af aktørerne har dog ikke forholdt sig direkte til de reviderede tilsagn, idet de bl.a. har henvist til deres svar på markedsundersøgelsen eller har givet generelle bemærkninger angående ønsker til regulering.¹⁴⁸
428. På den baggrund har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtaget nedenstående bemærkninger fra henholdsvis kanaludbydere og tv-distributører.¹⁴⁹ Hovedparten af bemærkningerne adresseres i de relevante dele af vurderingsafsnittet 5.5.2 nedenfor.

Kanaludbydere

429. Blandt kanaludbydere udtrykker tre respondenter, [...], bekymring for den længere maksimale rettighedsperiode på seks år. [...] noterer bl.a., at det "[u]middelbart ser (...) ud som ganske fornuftige ændringer", men at det samtidig "ikke just er fremmede for konkurrencen, at en så vigtig rettighed kan ligge hos samme aktør(er) i hele 6 år." [...] stiller sig generelt uforstående over for, hvorfor man ønsker en længere rettighedsperiode, da såvel rettighedskøber som rettighedssælger påtager sig øget risiko i forhold til mulige værdiændringer for rettigheden. Der bemærkes bl.a. en risiko for, at rettighedskøberne binder sig til en dyr rettighed i en længere periode. [...] bemærker, at en længere maksimal rettighedsperiode "vil risikere at medvirke til en fastlåsnings og afskærmning af konkurrencen på markedet".
430. [...] ser positivt på de øvrige ændringer, herunder at eksklusivitetspræmien hæves fra 30 til 40 pct., og at selve udbudsprocessen ikke skal gennemføres hvert tredje år, men det er ikke nok til at imødekomme bekymringen i relation til den længere rettighedsperiode.
431. De fire resterende kanaludbydere, [...], ser umiddelbart positivt på de reviderede tilsagn, [...]. [...] noterer bl.a., at en længere rettighedsperiode giver en større sikkerhed i kanalens programplanlægning og distributørers pakketering. [...] mener, at en længere rettighedsperiode vil gavne konkurrencen, men man forstår ikke nødvendigheden af en højere eksklusivitetspræmie, hvis superligarettighederne fortsat sælges for maksimalt tre år.
432. [...] synes overordnet, at de nye tilsagn er interessante. Man udtrykker dog bekymring for undtagelsesbestemmelsen i tilsagnenes punkt 4.5, selvom man anerkender, at risikoen for, at undtagelsesbestemmelsen kommer i brug, er mindsket, når Divisionsforeningen ikke længere har mulighed for at sætte minimumspriser. [...] foreslår, at bestemmelsen først træder i kraft ved mindre end to egnede bydere, ligesom eksklusivitetspræmien i punkt 4.5 b) [...] ikke bør beregnes ud fra det første skriftlige bud, men i stedet ud fra det endelige bud. Det skyldes, at det første skriftlige bud kan være relativt lavt, [...].
433. [...].

¹⁴⁷ [...].

¹⁴⁸ [...].

¹⁴⁹ Aktørernes svar på markedstesten fremgår af Bilag 3.

434. [...] er ligeledes skeptisk, hvad angår tilsagnet punkt 4.5, idet man bl.a. [...] henviser til, at punkt 4.5 b) giver mulighed for at erhverve eksklusive rettigheder til samtlige kampe på en billigere baggrund, da der ikke længere gøres brug af minimumspriser.
- Tv-distributører*
435. Tre tv-distributører, [...], er skeptiske over for den længere maksimale rettighedsperiode. [...] vurderer, at en længere rettighedsperiode "vil skabe et mere fastlåst marked, og at priserne vil stige", da interesserede aktører ikke ønsker at blive holdt væk fra rettighederne i en længere periode. Omvendt bemærker [...] også, at tilsagnene "i et vist omfang må forventes at forbedre den generelle konkurrencesituation", men at tilsagnene ikke adresserer den fastlåste situation, som eksisterer på markedet i dag.
436. [...] noterer, at man forventer stigende priser som følge af de reviderede tilsagn. [...] ser overordnet helst en videreføring af de nuværende tilsagn, men man mener dog, "at tilsagnet om at max 4 kampe ud af 6 kan have hos én aktør vil være godt for konkurrencen."
437. [...] har ikke forholdt sig direkte til de reviderede tilsagn, men der refereres til virksomhedens svar på Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse, hvoraf det fremgår, at man er kritisk over for en total ophævelse af tilsagnene, men at man samtidig ser en række u hensigtsmæssigheder ved den nuværende regulering, bl.a. i relation til større prisstigninger ved hyppige udbud.
438. [...] forventer, at de reviderede tilsagn vil gavne konkurrencen blandt såvel kanaludbydere som tv-distributører. Det skyldes bl.a., at "topkampe bliver fordelt mellem to aktører" på kanalniveau, og at "ingen tv-distributør (formentlig) vil stå uden topkampe" på distributionsniveau. Man bemærker dog – ligesom [...] – at den længere maksimale rettighedsperiode "teoretisk [kan] betyde, at rettighedernes pris ikke overtid afspejler den virkelige værdi".
439. [...]. Da de reviderede tilsagn ifølge [...] ikke forbedrer konkurrencesituationen, kan man ikke "se meningen med de foreslåede ændringer".
440. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har overvejet [...] – som alternativ eller supplement til den nuværende reguleringsmodel – at indføre en forpligtelse for den eller de kanaludbydere, som erhverver rettigheder til Superligaen, til at levere til alle distributører ("must supply"-forpligtelse). Styrelsen har imidlertid vurderet, at en "must supply"-forpligtelse ikke umiddelbart er det bedst egnede redskab til at løse de konkurrenceproblemer, som et fælles salg af rettighederne til dansk ligafodbold kan medføre.
441. Det skyldes for det første, at en "must supply"-forpligtelse alene adresserer konkurrenceproblemerne på distributionsmarkedet – men ikke på betalings-tv-kanalmarkedet. For det andet vil en "must supply"-forpligtelse skabe en række udfordringer i forhold til at fastsætte de vilkår, herunder pris, som skulle gælde for de distributører, som vil gøre brug af forpligtelsen. For det tredje er en "must supply"-forpligtelse som udgangspunkt en mere indgribende foranstaltning end den nuværende reguleringsmodel, idet en "must supply"-forpligtelse ikke er et krav til subjektet for overtrædelsen af konkurrencereglerne (Divisionsforeningen) men i stedet til tredjeparter (kanaludbydere) i forhold til hvem, der kan/skal indgås aftale med og på hvilke vilkår.
442. Aktørernes øvrige bemærkninger fra markedstesten bliver adresseret i de relevante dele af vurderingsafsnittet 5.5.2 nedenfor.

5.5.2 Vurdering af tilsagn

443. Indledningsvist skal det fremhæves, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering af de reviderede tilsagn er foretaget i lyset af de særlige konkurrence- og markedsmæssige forhold, som gør sig gældende for de relevante danske rettigheds- og tv-markeder.
444. De reviderede tilsagn er baseret på de gældende. Sidstnævnte er beskrevet i afsnit 3.3.2. Overordnet set ændres der med de reviderede tilsagn primært på fire elementer:
- (i) "No single buyer"-reglen
 - (ii) Undtagelsen til "no single buyer"-reglen
 - (iii) Genudbud ved anvendelse af undtagelsen til "no single buyer"-reglen
 - (iv) Den maksimale rettighedsperiode
445. I skemaet nedenfor fremgår hovedpunkterne af de eksisterende tilsagn og Divisionsforeningens nye forslag til tilsagn i forhold til de områder, hvor der foretages ændringer.

Tabel 5.1 Sammenligning af eksisterende og reviderede tilsagn

	Eksisterende tilsagn	Reviderede tilsagn v. rettighedsperiode på maks. 3 år	Reviderede tilsagn v. rettighedsperiode over 3 år.
"No single buyer"-reglen	Maks. 5/6 kampe til én aktør		<ul style="list-style-type: none"> Maks. 4/6 kampe Ikke både 1. og 2. kampvalg
Undtagelse til "no single buyer"-reglen	<ul style="list-style-type: none"> Mindre end 3 egnede bud (egnethedskrav og <u>minimumspris</u>) Én aktør byder min. 30 pct. over det højeste af summen af 1) minimumspriserne og 2) højeste bud for hver pakke i <u>første budrunde</u> Aktørerne får kendskab til, om der er egnede bud fra færre end tre aktører efter første budrunde, og det er herefter op til Divisionsforeningen at beslutte, hvornår der kan bydes på fuld eksklusivitet. 	<ul style="list-style-type: none"> Mindre end 3 egnede bud (egnethedskrav) Én aktør byder min. 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke <u>på tværs af alle</u> budrunder. Aktørerne får ikke kendskab til, om der er egnede bud fra færre end tre aktører før efter afgivelse af endeligt bud, hvorefter der kan bydes på fuld eksklusivitet. 	
Hvis "single buyer"	<ul style="list-style-type: none"> 6/6 kampe i udbud efter 3/3 år 	<ul style="list-style-type: none"> 6/6 kampe i udbud efter 3/3 år 	<ul style="list-style-type: none"> 2/6 kampe i udbud efter 3/6 år - herunder min. 2. kampvalg + valgfri kamp 6/6 kampe i udbud efter 6/6 år
Maks. varighed	3 år		6 år
Genforhandling	<ul style="list-style-type: none"> DBU/Divisionsforeningen har ret til at anmode om genforhandling og ophævelse i tilfælde af væsentlige ændringer i markedsforholdene, der fører til økonomisk tab. 	<ul style="list-style-type: none"> <u>Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen</u> får ret til at anmode om genforhandling og ophævelse, hvis de godtgør en væsentlig forbedring i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked. <u>Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen</u> får ret til at pålægge Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen at genforhandle eller anvende de eksisterende tilsagn fra 2007-afgørelsen, hvis det godtgøres, at der er sket væsentlige ændringer i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, som gør, at en maks. rettighedsperiode på 6 år vil skade konkurrencen. 	

5.5.2.1 "No single buyer"-reglen

446. I de gældende tilsagn er der krav om, at ingen aktør som udgangspunkt må erhverve samtlige pakker med liverettigheder til Superligaen (reglen om "no single buyer"). Der skal minimum udbydes tre pakker med mindst én livekamp i hver. Tilsagnene giver på den baggrund mulighed for, at pakkerne til livekampe kan sammensættes således, at én køber kan erhverve fem ud af seks kampe.
447. Det kan fx være i form af, at der udbydes (i) seks pakker med én kamp pr. pakke eller (ii) tre pakker, hvor pakke 1 består af fx kampvalg 1-4, og pakke 2 og 3 består af henholdsvis kampvalg 5 og 6. I begge eksempler giver det således én køber mulighed for at erhverve kampvalg 1-5, hvor det alene er kampvalg 6 – der som udgangspunkt er den mindst attraktive kamp – som erhverves af en anden aktør.

448. I de reviderede tilsagn vil det kun være muligt for én køber at erhverve fire ud af seks livekampe. Det vil desuden ikke være muligt for én køber at erhverve både kampvalg 1 og 2 – uanset hvor mange kampe køberen ellers er i besiddelse af, jf. de reviderede tilsagns punkt 4.3. Dette gælder dog kun, hvis rettighedsperioden overstiger tre sæsoner. I modsat fald gælder den nuværende ”no single buyer”-regel, jf. de reviderede tilsagns punkt 4.7.
449. Konkurrence og Forbrugerstyrelsen vurderer, at disse stramninger af ”no single buyer”-reglen vil være til gavn for konkurrencen, da det sikres, at der er en vis volumen til en alternativ køber. Det bliver desuden sikret, at de to mest attraktive kampe i hver runde vil være fordelt på to forskellige aktører, hvorved den alternative køber også opnår et produkt af en vis værdi. Reglen er således med til at sikre, at ”no single buyer”-reglen ikke udvandes ved, at én køber erhverver de klart mest attraktive kampe.¹⁵⁰
450. Det bemærkes, at de to beskrevne stramninger af tilsagnene ikke vil finde anvendelse, hvis Divisionsforeningen vælger at udbyde rettighederne for samme periode som i dag, dvs. maksimalt tre år, jf. de reviderede tilsagns punkt 4.7.

5.5.2.2 Undtagelsen til ”no single buyer”-reglen

451. De gældende tilsagn indeholder en undtagelse til ”no single buyer”-reglen. Det er således muligt for én køber at erhverve samtlige pakker, hvis:
- (i) Mindre end tre aktører afgiver et første skriftligt bud, der opfylder egnethedskravene og minimumspriserne, på en eller flere af pakkerne, og
 - (ii) Én af de aktører, som har afgivet bud, der opfylder egnethedskravene og minimumspriserne, er villig til at betale en pris for samtlige pakker, som er minimum 30 pct. over den højeste af følgende to priser: 1) summen af minimumspriserne for pakkerne og 2) summen af det højeste skriftlige bud aktuelt afgivet i første budrunde for hver enkelt pakke.
452. Det betyder, at det vil være muligt for én aktør at erhverve samtlige rettigheder, hvis der kun er 1-2 aktører, som afgiver egnede bud – herunder overholder minimumspriserne. Det kræver dog, at aktøren er villig til at betale en ekstra præmie på 30 pct., som beskrevet ovenfor.
453. De reviderede tilsagn indeholder en revision af undtagelsen til ”no single buyer”-reglen.
454. Det er muligt for én køber at erhverve samtlige pakker, hvis:
- (i) Mindre end tre aktører afgiver et første skriftligt bud, der opfylder egnethedskravene, på en eller flere af pakkerne, og
 - (ii) Én af de aktører, som har afgivet bud, der opfylder egnethedskravene, er villig til at betale en pris for samtlige pakker, som er minimum 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke på tværs af alle budrunder, jf. forslaget punkt 4.5.
455. [...].

¹⁵⁰ [...].

456. De reviderede tilsagn giver til forskel fra de gældende ikke Divisionsforeningen mulighed for at fastsætte minimumspriser i forbindelse med udbuddet. Eksklusivitetspræmien hæves til 40 pct. Det bemærkes, at dette også vil gælde, hvis Divisionsforeningen vælger at udbyde rettighederne for samme periode som i dag, dvs. maksimalt tre år.
457. Konkurrence og Forbrugerstyrelsen vurderer, at risikoen for, at der vil være mindre end tre aktører, som afgiver egnede bud, vil være markant mindre under det nye forslag til tilsagn end under de nuværende tilsagn, når Divisionsforeningen ikke længere har mulighed for at begrænse antallet af egnede bud ved at sætte (høje) minimumspriser.¹⁵¹
458. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Divisionsforeningens manglende mulighed for at fastsætte minimumspriser i høj grad adresserer de betænkeligheder ved tilsagnetes mulighed for en "enlig køber", [...].
459. Den hævdede eksklusivitetspræmie gør det desuden vanskeligere for én aktør at erhverve samtlige pakker, hvis der er mindre end tre egnede bud. [...].
460. Hvis der alligevel er mindre end tre aktører, som afgiver egnede bud, kan der både under de eksisterende tilsagn og det nye forslag indledes forhandlinger med den eller de aktører, som har afgivet egnede bud. Hvis én af aktørerne er villig til at betale præmien på de 30 pct. efter de nuværende tilsagn, jf. punkt 451 (ii) ovenfor, og 40 pct. efter det nye forslag, jf. punkt 454 (ii) ovenfor, vil aktøren således kunne købe samtlige pakker i tre år.
461. [...].
462. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, at sandsynligheden for, at punkt 4.5 overordnet set vil finde anvendelse, er reduceret betydeligt, da Divisionsforeningen ikke længere har mulighed for at fastsætte minimumspriser. Dertil kommer, at der i forlængelse af markedstesten er foretaget en yderligere ændring, som imødekommer aktørernes bekymring om, at eksklusivitetspræmien vil blive udregnet på for lavt et grundlag, som udtrykt i markedstesten, jf. punkt 432. Det sker via en ændring til tilsagnetes punkt 4.5, litra b). Med denne ændring skal en eventuel "enlig køber" betale en pris for samtlige pakker, som er minimum 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke på tværs af alle budrunder. I den forbindelse sikres det i tilsagnetes punkt 4.6, at der gennemføres en almindelig budproces med flere budrunder, som afsluttes med et endeligt bud, før aktørerne bliver oplyst om, at der er færre end tre deltagende aktører. Først herefter vil aktørerne få mulighed for at afgive et bud på fuld eksklusivitet. Dermed minimeres risikoen for, at der afgives strategisk lave bud, hvorved en "enlig køber" kan erhverve samtlige rettigheder til Superligaen til en pris, som ikke afspejler værdien af eksklusiviteten.
463. Det er samlet Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den manglende mulighed for at indføre minimumspriser, den hævdede eksklusivitetspræmie og den ændrede budproces fører til, at risikoen for, at en enkelt aktør erhverver rettighederne til samtlige kampe – uanset rettighedsperiode – reduceres markant i forhold til tidligere, hvilket er til stor gavn for konkurrencen.

¹⁵¹ Ved seneste udbud i 2011 havde Divisionsforeningen iværksat et udbud med minimumspriser mellem [...] pr. år. [...]. Imidlertid mislykkedes udbuddet, og Divisionsforeningen valgte derfor at gennemføre et nyt udbud, hvor minimumspriserne var erstattet med "vejledende priser".

5.5.2.3 Genudbud ved anvendelse af undtagelsen til "no single buyer"-reglen

464. Med de gældende tilsagn vil en "enlig køber" kunne erhverve samtlige pakker med liverettigheder i op til tre sæsoner, hvis betingelserne herfor er opfyldte, jf. punkt 451 ovenfor. Herefter vil samtlige pakker blive sendt i fornyet udbud af Divisionsforeningen.
465. Med de reviderede tilsagn vil en "enlig køber" ligeledes kunne erhverve samtlige pakker med liverettigheder i op til tre sæsoner, hvis betingelserne herfor er opfyldte, jf. punkt 454 ovenfor. Hvis rettighederne er blevet udbudt for en periode på maksimalt tre sæsoner, vil samtlige pakker herefter blive sendt i fornyet udbud af Divisionsforeningen. Hvis én køber derimod erhverver samtlige pakker for en periode, der overstiger tre sæsoner, skal to af de seks kampe, herunder minimum kampvalg 2, udbydes igen efter maksimalt tre sæsoner i overensstemmelse med den almindelige procedure, jf. de reviderede tilsagns punkt 4.5, litra d).
466. Det vil alene være muligt for den aktør, som i forvejen har de øvrige fire kampe, at generhverve de to resterende kampe, hvis de almindelige betingelser for en "enlig køber" er opfyldte, jf. punkt 454 ovenfor, dvs. der er mindre end tre egnede bud og betaling af eksklusivitetspræmien.
467. Konkurrence og Forbrugerstyrelsen vurderer, at denne regel sikrer, at én aktør som udgangspunkt ikke har mulighed for at erhverve alle kampene for en periode, der overstiger tre år, jf. afsnit 5.5.2.4 nedenfor. Andre aktører vil således efter tre år have mulighed for at erhverve to kampe, hvoraf den ene er det attraktive kampvalg 2, for den resterende periode, som maksimalt er på tre år, hvorefter alle seks kampe igen kommer i udbud.
468. Ulempen ved det nye forslag vil være, at udbuddet efter de tre år vil være begrænset til to ud af seks kampe. Fordelen vil være, at en alternativ køber ved genudbuddet sikres to kampe, herunder kampvalg 2. Dette er som nævnt ikke tilfældet under den eksisterende model, hvor en alternativ køber kun er sikret én kamp, som endda kan være kampvalg 6.
469. Det er på den baggrund vurderingen, at bekymringen i relation til en "enlig køber" under det nye forslag navnlig knytter sig til, hvis der ved det begrænsede genudbud efter de tre år igen er mindre end tre egnede bud, og at der derfor ender med at være en "enlig køber" i alle seks år. Risikoen for dette må dog forventes at være minimal, idet der ikke kan fastsættes en minimumspris, og de alternative aktører ved, at den oprindelige "enlige køber" ikke vil være i spil til rettighederne, når blot der er to andre aktører, som byder. [...].

5.5.2.4 Den maksimale rettighedsperiode

470. Ifølge de gældende tilsagn er den maksimale rettighedsperiode på tre løbende sæsoner.
471. I de reviderede tilsagn forlænges den maksimale rettighedsperiode fra tre til seks sæsoner, jf. de reviderede tilsagns punkt 3.2. Den forlængede rettighedsperiode gælder for samtlige kategorier af rettighedspakker og altså ikke kun for live-tv-rettigheder til Superligaen.
472. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen har anført at muligheden for at indgå et længerevarende strategisk partnerskab med en aktør vil øge aktørens vilje til at investere i superligaproduktet. Dette vil komme forbrugerne til gode i form af en højere kvalitet af tv-produktionerne og markedsføring af ligaen.
473. Konkurrence og Forbrugerstyrelsen vurderer, at en fordobling af rettighedsperioden fra tre til seks sæsoner som udgangspunkt ikke er til gavn for konkurrencen.

474. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har behandlet en forlængelse af rettighedsperioden i markedsundersøgelsen, jf. afsnit 4.5.3. Tre kanaludbydere mente her, at begrænsningen af rettighedsperioden på tre år har styrket konkurrencen mellem kanalerne. Ligeledes mente fire ud af seks distributører, at denne begrænsning har styrket konkurrencen mellem kanaludbydere. I begrundelserne blev der bl.a. peget på, at en længere rettighedsperiode primært vil komme eksisterende rettighedshavere til gode og kan blive en sovepude for kanaludbydere.
475. Det er da også Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at en længere rettighedsperiode uden øvrige ændringer med stor sandsynlighed vil forstærke MTG's solide position på markedet for salg af betalings-tv-kanaler og dermed også have skadelig virkning på distributionsmarkedet.
476. Markedsundersøgelsen viser imidlertid også, at to kanaler, [...], mener, at begrænsningen af rettighedsperioden til tre sæsoner har svækket konkurrencen. Kanaludbydere bemærker bl.a., at treårsperioden er for kort for en eventuel ny kanaludbyder, der ønsker at komme på markedet, og at en længere periode vil få nogle af markedets andre aktører til at "dyrke alternativt indhold" med henblik på at konkurrere med Superligaen. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er enig i, at sandsynligheden for, at en ny aktør vil komme til, øges, hvis aktøren har mulighed for at erhverve rettighederne i længere tid.
477. Fordelen ved den nuværende model er, at alle pakkerne kommer i udbud igen allerede efter tre år, hvorimod situationen risikerer at bliver fastlåst i op til seks år under de reviderede tilsagn. Hvis det imidlertid forudsættes, at én aktør erhverver det maksimale antal tilladte kampe i forbindelse med det førstkommande udbud, og at dette gentager sig efter tre år, hvis den nuværende model fastholdes, vil de øvrige kanaludbydere – set over en seksårig periode – umiddelbart være bedre stillet under den reviderede model. Det skyldes som nævnt, at en af de øvrige kanaludbydere under de reviderede tilsagn vil være sikret minimum to kampe, herunder minimum kampvalg 2, hvorimod de alene vil være garanteret én kamp, som kan være kampvalg 6, under den nuværende model.
478. I den sammenhæng er det væsentligt at sammenligne, hvad de sandsynlige resultater af de kommende udbud vil være under henholdsvis de eksisterende tilsagn og Divisionsforeningens nye forslag.
479. Der er som beskrevet i punkt 421 tale om en ændret markedssituation siden seneste udbud, hvor markedets aktører konsoliderer sig. Omvendt er SBS blevet styrket som følge af fusionen med Discovery, ligesom TV 2 er blevet en betalingskanal, [...].
480. Det potentielle køberfelt vil således med stor sandsynlighed være reduceret [...].
481. I markedstesten har en række aktører, jf. punkt 429-430 og 435-436 ovenfor, udtrykt bekymring for muligheden for en længere rettighedsperiode. Bekymringen går bl.a. på, at ændringen medvirker til at fastlåse markedet i en længere periode, ligesom nogle aktører frygter stigende priser samt usikkerheden ved at binde sig til en dyr rettighed for en længere periode.
482. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, jf. punkt 477 ovenfor, at de øvrige kanaludbydere – set over en seksårig periode – umiddelbart vil være bedre stillet under de reviderede tilsagn, hvor én aktør er sikret minimum to kampe, herunder minimum kampvalg 2, hvorimod de alene vil være garanteret én kamp, som kan være kampvalg 6, under den nuværende model.

483. Det vurderes, at der ikke nødvendigvis er belæg for aktørernes frygt for stigende rettighedspriser. Muligheden for en længere rettighedsperiode kan muligvis anses som værende af større værdi for en rettighedskøber, men samtidig vurderes det, at Superligaen mister betydning relativt til andre væsentlige fodboldbegivenheder. Usikkerheden i relation til superligarettighedernes fremtidige betydning vil således afspejle sig i potentielle køberes bud.
484. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer desuden, at bekymringen i forhold til at binde sig til en dyr rettighed i en længere periode bl.a. imødekommes gennem muligheden for at sublicensere dele af rettighederne, hvis en rettighedskøber ser grund til det. En rettighedskøber vil eksempelvis have mulighed for at sublicensere de indkøbte rettigheder til en anden aktør, sådan som det fx er sket både i foregående og indeværende rettighedsperiode, i overensstemmelse med proceduren i tilsagnenes punkt 3.10.
485. Det er samlet set vurderingen – ud fra en statisk betragtning – at en længere rettighedsperiode er mindre problematisk i en situation som den nuværende på betalings-tv-kanalmarkedet, hvor tendensen er konsolidering. Konsolideringen medfører en begrænsning af køberfeltet, idet det samtidigt vurderes, at potentielle nye aktører ikke umiddelbart står over for at etablere sig på det danske marked gennem erhvervelse af eksempelvis superligarettigheder. Den ubekendte faktor er naturligvis, om markedssituationen kan ændre sig, således at der kommer nye kanaludbydere til, som vil have evne og vilje til at erhverve rettigheder til Superligaen. Det kan ikke udelukkes, men der er som nævnt ikke umiddelbart belæg for at tro, at det vil ske på kort eller mellemlang sigt.
486. Såfremt markedssituationen måtte ændre sig på en sådan måde, at en maksimal rettighedsperiode på seks år vil skade konkurrencen på markedet – eksempelvis hvis et øget køberfelt fører til, at flere aktører udelukkes fra muligheden for at byde på superligarettighederne i en lang periode – er der mulighed for at genindføre den oprindelige regulering fra 2007-afgørelsen, jf. afsnit 5.5.2.6 nedenfor.

5.5.2.5 Godkendelse af pakkesammensætningen

487. Efter de gældende tilsagn skal konkurrencemyndighederne godkende ændringer i pakkesammensætning med hensyn til Live tv-rettigheder til Superligaen. Tilsagnene specificerer således, hvilke livekampe, der skal ligge i hvilken pakke, og hvornår kampene skal spilles.
488. Efter de reviderede tilsagn: Det har endnu ikke været muligt for Divisionsforeningen at fastlægge den endelige pakkesammensætning i forhold til liverettigheder, som skal anvendes i forbindelse med det kommende udbud. Den præcise pakkesammensætning er derfor ikke en del af tilsagnene. Som en konsekvens heraf udgår bilag 1, som tidligere indeholdt en beskrivelse af liverettighedspakkerne. Divisionsforeningen kan dog fortsat alene ændre kategorierne af pakker med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens godkendelse, jf. forslagens punkt 2.2.

5.5.2.6 Genforhandling

489. Efter de gældende tilsagn har DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling, herunder ophævelse, af tilsagnene, såfremt de godtgør væsentlige ændringer i markedsforholdene, der medfører, at det ikke ville være muligt at udbyde rettighederne efter tilsagnene uden at påføre DBU/Divisionsforeningen væsentlige tab.
490. Efter de reviderede tilsagn får Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af tilsagnene, herunder en ophævelse af tilsagnene, såfremt Superligaen

A/S/DBU/Divisionsforeningen "godtgør en væsentlig forbedring i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked."

491. Endvidere fremgår det af de reviderede tilsagn, at såfremt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen "godtgør, at der er sket væsentlige ændringer i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, som gør, at en maksimal rettighedsperiode på 6 år vil skade konkurrencen på markedet", har styrelsen ret til at pålægge Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen at anvende de oprindelige tilsagn fra 2007-afgørelsen eller følge eventuelle nye tilsagn afgivet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen.
492. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, at Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens genforhandlingsklausul angiver et mere naturligt grundlag for et ønske om genforhandling af tilsagnene, end DBU/Divisionsforeningens tidligere genforhandlingsklausul gjorde. Genforhandlingsklausulen i de reviderede tilsagn relaterer sig således direkte til konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, mens genforhandlingsklausulen i de gældende tilsagn kræver, at DBU/Divisionsforeningen påviser, at de påføres et væsentligt tab som følge af tilsagnene.
493. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer desuden, at genforhandlingsklausulen på tilstrækkelig vis giver styrelsen ret til på en ressourcebesparende måde at kræve, at tilsagnene føres tilbage til deres oprindelige form eller revideres igen, hvis eksempelvis det potentielle køberfelt udvider sig på længere sigt, og det samtidig viser sig, at de nye "ventiler" i de reviderede tilsagn ikke imødekommer konkurrenceproblemerne i tilstrækkeligt omfang som følge af den maksimale rettighedsperiode på seks år. En sådan revisionsklausul skal ses i lyset af, at styrelsen under alle omstændigheder kan tilbagekalde tilsagnene efter konkurrencelovens § 16 a, stk. 3, nr. 1, hvis de faktiske forhold har ændret sig på et for afgørelsen væsentligt punkt. En eventuel udnyttelse af revisionsklausulen vil derfor være mindre byrdefuld for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen end en egentlig tilbagekaldelse af tilsagnene. Det bemærkes dog, at genforhandlingsklausulen alene skal ses som et supplement til konkurrencelovens § 16 a, stk. 3, og genforhandlingsklausulen er derfor ikke til hinder for, at styrelsen kan tilbagekalde tilsagnene efter konkurrencelovens § 16 a, stk. 3, hvis betingelserne herfor er opfyldte.
494. Samlet set vurderes det, at genforhandlingsklausulen i de reviderede tilsagn dels angiver et mere naturligt grundlag for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens anmodning om genforhandling, dels på tilstrækkelig vis giver Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen adgang til en ressourcebesparende revurdering af tilsagnene, såfremt de usikkerheder, der er forbundet med overgangen til en ny regulering, viser sig at få u hensigtsmæssige konsekvenser for konkurrencen.

5.5.2.7 Delkonklusion vedrørende tilsagn

495. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer på baggrund af ovenstående og i lyset af de særlige konkurrence- og markedsmæssige forhold, som gør sig gældende for de relevante danske rettigheds- og tv-markeder, at Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens reviderede tilsagn imødekommer styrelsens betænkeligheder, når der sammenlignes med den eksisterende regulering, og der tages hensyn til markedsudviklingen.
496. Det tillægges her vægt, at "no single buyer"-reglen styrkes i forhold til tidligere, idet en alternativ aktør sikres (i) en vis volumen (2 ud af 6 kampe), og (ii) en vis kvalitet/værdi (kampvalg 1 eller 2), hvis Divisionsforeningen vælger at udbyde rettighederne for en periode, der overstiger tre år.

497. Risikoen for, at der opstår en enlig køber, minimeres markant uanset rettighedsperiode, primært fordi:
- (i) Divisionsforeningen ikke længere har mulighed for at fastsætte de minimumspriser, som må formodes at være den primære årsag til, at der kan opstå en situation med egnede bud fra mindre end tre aktører.
 - (ii) Eksklusivitetspræmien forhøjes fra 30 til 40 pct., hvilket gør det mindre sandsynligt, at der er én aktør, som er villig til at betale for alle pakkerne – selv hvis der skulle opstå en situation, hvor der er mindre end tre egnede bud.
498. En fordobling af rettighedsperioden fra tre til seks år er som udgangspunkt ikke til gavn for konkurrencen. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse har desuden vist en bekymring for en deregulering af salget af tv-retighederne til Superligaen.
499. Problemet med en længere rettighedsperiode er – ud fra en statisk betragtning – imidlertid mindre, når der er tale om et begrænset køberfelt, [...], jf. punkt 485 ovenfor. De reviderede tilsagn indeholder desuden væsentlige konkurrencegavnige ændringer, som efter Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering opvejer eventuelle skadelige virkninger af en længere rettighedsperiode, idet en alternativ køber sikres adgang til mere attraktivt indhold end tidligere. Det vurderes desuden, at minimeringen af markedets primære bekymring vedrørende risikoen for en "enlig køber" adresseres på tilstrækkelig vis med de reviderede tilsagn.
500. Hertil kommer, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser i nærværende sag har vist, at Superligaen har mistet betydning i forhold til Champions League og Premier League, og det er muligt, at denne udvikling vil fortsætte. Eventuelle aktører, som vil være afskåret fra at erhverve rettighederne til Superligaen i en årrække som følge af den længere rettighedsperiode, vil derfor i stedet kunne erhverve rettighederne til Champions League og/eller Premier League, som kan anvendes til at nå det samme attraktive forbrugersegment.
501. Endelig vurderes det, at genforhandlingsklausulen i de reviderede tilsagn på tilstrækkelig vis giver Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen adgang til en revurdering af tilsagnene, såfremt de usikkerheder, der er forbundet med overgangen til en ny regulering, viser sig at få u hensigtsmæssige konsekvenser for konkurrencen. Der vil således være mulighed for at genindføre reguleringen fra 2007-afgørelsen, hvis anvendelsen af en længere rettighedsperiode end tre år, i lyset af ændrede konkurrenceforhold på markedet viser sig at være skadelig for konkurrencen.

5.6 Samlet konklusion

502. På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering,
- at det relevante marked kan afgrænses til (i) *markedet for erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold*, som formentligt kan inddeles i en række relevante, selvstændige delmarkeder, samt (ii) *markedet for salg af betalings-tv-kanaler* og (iii) *markedet for distribution af tv*,
 - at fodboldklubberne i Danmarksturneringen hver især er erhvervsvirksomheder, og at Divisionsforeningen er en sammenslutning af virksomheder. Derudover er Divisionsforeningen også selvstændigt omfattet af virksomhedsbegrebet, og det gør sig tilsvarende gældende for Superligaen A/S og DBU,

- at fodboldklubbernes aftale om fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold i regi af Divisionsforeningen udgør en horisontal aftale,
 - at den fælles salgsaftale har til formål at begrænse konkurrencen på markedet for erhvervelse af medierettighederne til dansk ligafodbold i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, og TEUF artikel 101, stk. 1, jf. litra b,
 - at den fælles salgsaftale med stor sandsynlighed også vil få skadelige virkninger for konkurrencen på markederne for salg af betalings-tv-kanaler og distribution af tv uden Konkurrencerådets indgreb, hvis fx én aktør erhverver samtlige rettigheder i en meget lang periode,
 - at den fælles salgsaftale udgør en mærkbar konkurrencebegrænsning, idet aftalen dels ikke er omfattet af bagatelgrænserne i konkurrencelovens § 7 og Kommissionens bagatelmeddelelse, dels opfylder det kvalitative mærkbarhedskrav, og
 - at den fælles salgsaftale ikke opfylder de kumulative betingelser, der skal være opfyldte for at opnå en individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 3.
503. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har dog ikke foretaget en endelig vurdering af afgrænsningen af det relevante marked eller hvorvidt den pågældende aftale har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen mærkbart, da styrelsens betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 under alle omstændigheder imødekommes ved Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningens tilsagn.

6. Afgørelse

504. Det meddeles Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen,
- at de af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afgivne tilsagn imødekommer Konkurrencerådets betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101,
 - at de afgivne tilsagn gøres bindende fra og med den 26. februar 2014, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 4, jf. § 16 a, stk. 1, og
 - at samtlige tilsagn afgivet i forbindelse med Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, *Medierettigheder til dansk ligafodbold*, ophæves.

6.1 Tilsagn

505. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen har den 20. februar 2014 afgivet følgende tilsagn:

Modifikation af eksisterende tilsagn

1. Definitioner

”Aktør” omfatter alle virksomheder, der indgår i samme koncern, som afgiver tilbud på eller erhverver en rettighed. Et budkonsortium betragtes som én selvstændig Aktør.

”Clean Tv-signal” er optagelse af billede og lyd fra fodboldkampen uden tilføjelse af nogen form for kommercielle budskaber.

”Dansk ligafodbold” er Superligaen og 1. division i de turneringer, som udskrives af DBU, herunder Landspokalturneringen.

”1. division” er den næstøverste fodboldrække, som defineret i DBU’s propositioner for Danmarksturneringen.

”Hold back” er den tidsperiode, rettighedshaver kan holde udnyttelsen af en rettighed tilbage.

”Højdepunktsklip” er brudstykker af en eller flere kampe, hvor varigheden er minimum 90 sekunder og maksimum 5 minutter pr. kamp. Højdepunktsklip leveres som Clean Tv-signal.

”Landspokalturneringen” er en turnering for herrer, som defineret i DBU’s propositioner herfor.

”Live Tv-rettighed” er en rettighed til at transmittere billede og lyd analogt og digitalt uanset medie fra en hel kamp direkte, herunder livestreaming på internettet og øvrige New Media. Indeholdt i en Live Tv-rettighed er tillige rettigheden til forskudt visning (genudsendelse) samt rettighed til visning af Højdepunktsklip for den pågældende begivenhed, som Live Tv-rettigheden vedrører.

”New Media-rettigheder” er rettigheder til fremførelse af billede og lyd via Internetklip, 3G, mobiltelefon o.l. elektroniske medier, som ikke er Tv- eller Radiorettigheder.

”Radiorettigheder” er rettigheder til billedløs fremførelse via et analogt og et digitalt sendenet, som f.eks. radio via Internettet.

”Superligaen” er den øverste fodboldrække, som defineret i DBU’s propositioner for Danmarksturneringen.

”Sæson” består af et antal runder, som afsluttes med kåring af henholdsvis en Danmarksmester, vinder af 1. division eller Landspokalmester.

”Trustee” har den betydning, der er angivet i punkt 5.

”Tv-rettigheder” er rettigheder til visning og distribution på tv, digitalt eller analogt og streaming på internettet.

2. Rettighedspakker

- 2.1. Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier **i)-vi)**:
- i)** Minimum 3 pakker indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til Superligaen, hvor hver pakke består af minimum 1 live kamp pr. runde. **ii)** Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til kampe i 1. division. **iii)** Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til kampe i Landspokalturneringen. **iv)** Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Tv-rettigheder til Højdepunktsklip af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp. **v)** Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Radiorettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. **vi)** Minimum 1 pakke indeholdende New media rettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.
- 2.2. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan alene ændre kategorierne og den i pkt. 2.1 i) nævnte pakkesammensætning forud for igangsætning af et udbud, under overholdelse af disse tilsagn og kun med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens godkendelse.

3. Udbudsmodel

- 3.1. Samtlige pakker inden for hver kategori udbydes samtidigt og individuelt på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår og således, at interesserede Aktører har minimum 30 kalenderdage til at afgive første skriftlige bud. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan fastsætte et maksimalt antal virksomheder, der kan indgå i et budkonsortium.
- 3.2. Samtlige pakker i én kategori udbydes for en periode på maksimalt 6 løbende sæsoner. Udbuddet kan tidligst gennemføres 1½ år før en kontraktperiodes start, dog kan det første udbud iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrencerådets beslutning om at gøre denne tilsagnsaftale bindende, jf. § 16a, stk. 1, i konkurrenceloven.
- 3.3. I udbuds- og kontraktbetingelserne fastsætter Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen de nærmere betingelser i form af egnethedskriterier for at byde på pakkerne i hver kategori. Egnethedskriterierne skal være gennemsigtige og må ikke være urimelige eller diskriminerende. Eksempler på egnethedskriterier kan være produktionskapacitet og konkret erfaring med gennemførelse af fodboldtransmissioner samt finansiell kapacitet og evne til at opfylde de kontraktlige forpligtelser. Endvidere kan Superligaen

A/S/DBU/Divisionsforeningen i udbuds- og kontraktbetingelserne fastsætte vilkår om udnyttelse af rettigheder.

3.4. Udbuddet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbuddet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal godkende udbuds- og kontraktbetingelserne, inden udbuddet igangsættes.

3.5. På baggrund af de indkomne skriftlige bud kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen iværksætte en eller flere runder af forhandlinger om salg af rettighederne. Forhandlingerne skal vedrøre samtlige de individuelle konkrete pakker for samtlige kategorier. Der kan alene forhandles om:

i) Pris

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) kan der forhandles om de forhold, der fremgår af pkt. 3.7, og som er godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Der kan endvidere forhandles om vilkår i kontrakterne for alle pakker i de enkelte kategorier, forudsat at det sker under overholdelse af ligebehandlingsprincippet, og at eventuelle ændringer i kontrakterne gælder generelt for alle Aktører i den pågældende kategori.

3.6. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler med alle Aktører, som opfylder egnethedskriterierne, jf. pkt. 3.3. Ved forhandlingen tilkendegiver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, hvilke kriterier, jf. pkt. 3.5, en Aktør er – henholdsvis ikke er – konkurrencedygtige på. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen oplyser desuden efter hver forhandlingsrunde – og inden der afgives skriftlige bud – om der gennemføres endnu en forhandlingsrunde, eller om der er tale om sidste skriftlige bud. Hver forhandlingsrunde – inklusiv den sidste forhandlingsrunde – afsluttes med afgivelse af nyt skriftligt bud, som – hvis der er tale om det sidste forhandlingsmøde – er det endelige bud. Det endelige skriftlige bud skal afgives senest 3 hverdage efter anmodning herom fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. De skriftlige bud åbnes samtidigt af Trustee. Trustee skal deltage som observatør i samtlige forhandlinger og skal umiddelbart efter afslutningen af hver enkelt forhandlingsmøde føre protokol herover med behørig angivelse af tid og sted.

3.7. Tildeling af de enkelte pakker sker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på følgende underkriterier:

i) Pris

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) sker tildeling af de enkelte pakker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på underkriterier fastsat af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

3.8. Underkriterierne skal vægtes konkret og individuelt for hver af de i pkt. 2.1 i)-vi) nævnte kategorier og vægtningen skal fremgå af udbudsbetingelserne. Den pointmodel, der anvendes ved tildelingen i henhold til ovennævnte underkriterier, skal godkendes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen inden udbuddet iværksættes. For så vidt angår de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker er vægtningen af underkriterierne pris minimum 20 pct., penetration maksimum 40 pct. og markedsføringsplaner maksimum 40 pct.

3.9. På baggrund af de endelige skriftlige bud tildeler Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen de udbudte pakker. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan lade gennemføre et nyt udbud af alle kategorier i overensstemmelse med disse tilsagn. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

3.10. Alle pakker udbydes uoverdrageligt. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan godkende en overdragelse af en eller flere rettigheder på anmodning fra en Aktør. Godkendelsen skal i givet fald hvile på objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen respekterer ligebehandlingsprincippet ved eventuelle overdragelser. Overdragelse kan ikke ske, hvis overdragelsen fører til, at erhververen besidder rettigheder i et omfang, som ikke ville være tilladt i forbindelse med udbudsproceduren, jf. pkt. 4.2 og 4.3, jf. dog pkt. 4.5 og 4.7.

4. Udbudsprocedure

4.1. En Aktør kan afgive skriftlige bud på én eller flere pakker. Et bud skal angå én individuel pakke og må ikke være betinget af erhvervelsen af andre pakker eller rettigheder. Derimod kan en Aktør afgive bud på flere pakker i en kategori betinget af, at Aktøren kun erhverver et mindre antal af pakkerne i denne kategori, idet budet dog ikke kan prioritere, hvilke(n) pakke(r) der tildeles Aktøren. Pakkerne tildeles ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i den pågældende kategori.

- 4.2. Én og samme Aktør kan ikke erhverve samtlige de i pkt. 2.1 iv) nævnte pakker.
- 4.3. Én og samme Aktør kan (i) maksimalt erhverve Live Tv-rettigheder til 4 kampe pr. runde i Superligaen og kan (ii) ikke erhverve Live Tv-rettigheder til 1.- og 2.-kampvalget samtidig, jf. dog pkt. 4.5.
- 4.4. Tildeling af hver enkelt pakke skal ske til den Aktør, der skriftligt på den pågældende pakke har afgivet det økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7. Kan de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker ikke fordeles ud fra dette princip som følge af pkt. 4.3, tildeles pakkerne i denne kategori Aktørerne ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i pkt. 2.1 i).
- 4.5. Hvis mindre end tre Aktører afgiver et første skriftligt bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker, kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen dog sælge alle pakkerne i denne kategori til én og samme Aktør efter følgende procedure
- a) Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler om salget af pakkerne i pkt. 2.1 i) med de Aktører, som har afgivet bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker.
 - b) Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker til én og samme Aktør kan kun ske, hvis Aktøren i alt betaler en pris for samtlige pakker, som er minimum 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke i pkt. 2.1 i) på tværs af budrunderne afholdt forud for, at proceduren i pkt. 4.5 igangsættes, jf. pkt. 4.6.
 - c) Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker sker til den Aktør, som skriftligt byder det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7.
 - d) Hvis en Aktør erhverver samtlige rettigheder af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker i mere end tre sæsoner, skal to af livekampene, herunder minimum 2. live-kampvalget, udbydes igen efter maksimalt 3 sæsoner efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.3-3.10 og pkt. 4.3-4.6.
- Såfremt ingen Aktører ønsker eller er berettiget til at erhverve samtlige pakker i henhold til denne procedure, sker tildeling efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.5-3.10, pkt. 4.3-4.4 og pkt. 4.6 i disse tilsagn.
- 4.6. Bud indgives til Trustee og åbnes for hver pakke samtidig af Trustee på en på forhånd udmeldt dato. Aktører har ikke krav på at få oplysninger om indgivne bud, herunder hvem der har afgivet bud, og hvilke pakker der er afgivet bud

på. Straks efter åbning af de skriftligt indkomne bud påser Trustee, om proceduren i pkt. 4.5 kan finde anvendelse, hvilket føres til protokol, men meddeles ikke Aktørerne. Efter gennemførelse af proceduren i pkt. 3.6 beslutter Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, om processen i pkt. 4.5 skal anvendes. Bringes pkt. 4.5 i anvendelse meddeles dette Aktørerne, som herefter kan afgive nye bud i overensstemmelse med pkt. 4.5.

- 4.7. Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen beslutter at udbyde Live Tv-rettighederne for maksimalt 3 sæsoner, skal Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen udbyde Live Tv-rettighederne i overensstemmelse med disse tilsagn, dog således at pkt. 4.3 ikke finder anvendelse. Såfremt Live Tv-rettighederne udbydes for maksimalt 3 sæsoner, kan én og samme Aktør ikke erhverve samtlige de under pkt. 2.1 i) nævnte pakker, jf. dog pkt. 4.5.

5. Trustee

- 5.1. Trustee udnævnes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen efter indstilling fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen.
- 5.2. Trustee deltager som observatør under hele udbudsproceduren på baggrund af et mandat udarbejdet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.
- 5.3. Trustee skal være uafhængig af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen samt af alle aktuelle og potentielle Aktører. Trustee skal endvidere opfylde principperne i § 3, i forvaltningsloven om habilitet.
- 5.4. Trustee skal påse, at udbuddet sker i henhold til samtlige disse tilsagn og i overensstemmelse med udbudsbetingelserne. Trustee skal straks orientere Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, såfremt Trustee konstaterer forhold, der kan være en afvigelse fra den proces, som disse tilsagn, udbudsbetingelserne og Trustees mandat fastlægger. Trustee skal desuden løbende kunne redegøre for udbudsprocessen overfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, jf. § 17, i konkurrenceloven.
- 5.5. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afholder alle omkostninger til Trustee.

6. Forudsætninger og genforhandling

- 6.1. De afgivne tilsagn er minimumstilsagn. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan vælge at udbyde rettigheder i videre omfang, end hvad der følger af tilsagnene. Yderligere udbud skal foregå i overensstemmelse med disse tilsagn.
- 6.2. Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen godtgør en væsentlig forbedring i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, har Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af disse tilsagn, herunder en ophævelse af tilsagnet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen forelægger en sådan anmodning for Konkurrencerådet. Såfremt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen godtgør, at der er sket væsentlige ændringer i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, som gør, at en maksimal rettighedsperiode på 6 år vil skade konkurrencen på markedet, har styrelsen ret til at pålægge Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen at anvende de oprindelige tilsagn eller følge eventuelle nye tilsagn afgivet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. Et sådant pålæg kan dog tidligst være relevant, når der er gennemført et udbud under nærværende tilsagn, hvor der er anvendt en længere rettighedsperiode end 3 sæsoner, og pålægget vil da først kunne få virkning for det efterfølgende udbud.

København, den xx. xx 2014

(sign)

For DBU xx

(sign.)

For Superligaen A/S/Divisionsforeningen Claus Thomsen

7. Bilagsfortegnelse

Bilag 1: Divisionsforeningens rapport af 13. maj 2013

Bilag 2: Divisionsforeningens høringsvar af 30. januar 2014

Bilag 3: Svar på markedstest

Bilag 4: Underskrevne tilsagn

[Bilagene er ikke tilgængelige i denne version af afgørelsen]