

Post Danmarks fremtidige prissætning

Journal nr. 1120-0289-0076/ISA/twa/chj

Rådsmødet den 23. februar 2005

Resumé

1. I anledning af en klage fra Forbruger-Kontakt traf Konkurrencerådet den 29. september 2004 afgørelse om, at Post Danmark havde misbrugt sin dominerende stilling ved at anvende diskriminerende priser på markedet for adresseløse forsendelser og lokal-og regionalaviser i Danmark, jf. artikel 82, stk. 1, litra c, og konkurrencelovens § 11, stk.1. Konkurrencerådet påbød i sin afgørelse, jf. den daværende konkurrencelovs § 23a, og § 11, stk. 4, Post Danmark A/S:

at ændre selskabets priser og rabatter, så selskabet ikke anvender priser/rabatter overfor kunder med loyalitetsskabende og ekskluderende effekt, og at ændre selskabets priser og rabatter, så selskabet ikke anvender priser/rabatter, der stiller kunder i samme situation forskelligt

2. Påbuddet vedrørende Post Danmarks priser og rabatter skulle have været efterkommet af selskabet med virkning fra 1. januar 2005.

3. Der blev herefter indledt forhandlinger mellem Post Danmark og Konkurrencestyrelsen om en ny prisstruktur med henblik på selskabets opfyldelse af påbudet. Uanset disse forhandlinger valgte Post Danmark den 27. oktober 2004 at indbringe Rådets afgørelse af 29. september 2004 for Konkurrenceankenævnet. Post Danmark har anket rådets afgørelse med påstand om, at selskabet ikke er dominerende, og at rådets afgørelse bør ophæves. Post Danmark har til støtte for den principale påstand gjort gældende, at selskabet ikke har indtaget en dominerende stilling på det relevante marked, og at selskabets prissætning – selv hvis ankenævnet måtte finde, at Post Danmark har indtaget en dominerende stilling – ikke udgør et misbrug.

4. Konkurrenceankenævnet tillagde den 8. december 2004 Post Danmarks klage opsættende virkning frem til den mundtlige behandling af sagen den 11. januar 2005. Under ankenævnets mundtlige behandling af klagen den 11. januar 2005 besluttede Ankenævnet at tillægge Post Danmarks anke fortsat opsættende virkning, indtil nævnet træffer kendelse i selve sagen, hvilket tidligst kan ske efter nævnets møde den 5. april 2005. På dette møde vil ankenævnet desuden behandle den af Forbruger-Kontakt indbragte klage over Konkurrencerådets afgørelse af 24. november 2004, hvor Rådet fandt, at Post Danmark ikke havde misbrugt sin dominerende stilling til at fastsætte urimeligt lave priser (predatory pricing).

5. I mellemtiden har Post Danmark og Konkurrencestyrelsen drøftet, hvorledes selskabet kan imødekomme de betænkeligheder, som Konkurrencerådet har haft til Post Danmarks prissætning. Drøftelserne har ledt til, at Post Danmark har afgivet tilsagn, jf. konkurrencelovens § 16a, stk.1, til en ny prisstruktur for adresseløse forsendelser til kunder med mere end 0,5 mio. forsendelser pr. år. Tilsagnet vil være gældende fra 1. juni 2005 og til 31. december 2006. Post Danmark har tilkendegivet, at tilsagnet vil gælde uanset udfaldet af Ankenævnets afgørelse i den af Post Danmark indbragte klagesag.

6. Post Danmarks tilsagn er i et og alt afgivet uafhængigt af den ved Konkurrenceankenævnet verserende sag (ankenævnets j. nr. 2004-995), og er således ikke på nogen måde udtryk for, at Post Danmark har anerkendt, at selskabet er – eller har været – dominerende på markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser i Danmark, eller at selskabets hidtidige prissætning ikke har været i overensstemmelse med konkurrenceloven/EF-traktatens konkurrenceregler.

7. Tilsagnsmodellen kan sammenfattes til, at der for alle storkunder fastsættes en grundpris og hertil lægges 7 omkostningsbaserede tillæg¹ og et kommercielt tillæg. Grundprisen må aldrig fastsættes så lavt, at den samlede pris – dvs. grundprisen plus tillæg – er under de inkrementelle omkostninger (AIC).

8. Konsekvenserne af modellen er, at Post Danmarks prisspænd indskrænkes væsentligt, og at prisen fastsættes ud fra objektive kriterier. Den nye prisstruktur modvirker, at Post Danmark behandler konkurrentens kunder bedre end selskabets tilsvarende eksisterende kunder, og modellen sikrer, at ens kunder behandles ens. Desuden opnås en bedre sammenhæng med Post Danmarks listepreiser for de helt små kunder.

9. Ligebehandlingen sikres yderligere ved, at de samme kriterier, der gælder for koncerner med hensyn til kvantums- og frekvenstillæg udstrækkes til at gælde konkurrenter og indkøbsforeninger, når de opfylder tilsvarende forretningsbetingelser som gælder for koncerner. Post Danmark har således accepteret, at indkøbsforeninger såvel som konkurrenter har ret til at få uddelt adresseløse forsendelser efter de samme vilkår som andre storkunder. Styrelsen tillægger dette stor betydning.

10. Tilsagnet sikrer således de-facto adgang for konkurrenter, dvs. at konkurrenter til enhver tid kan opnå mindst de samme priser og vilkår, som gælder for andre kunder af adresseløse forsendelser. Det betyder, at også i den situation, hvor konkurrenter ikke kan opretholde en landsdækkende distribution, så kan konkurrenter omdele adresseløse forsendelser i dele af Danmark og bruge Post Danmark som underleverandør for den resterende del. Derved opretholdes et betydeligt konkurrencepres på Post Danmark også i en tænkt situation, hvor Post Danmark måtte blive den eneste landsdækkende distributør.

11. Tilsagnet om, at indkøbsforeninger kan opnå status som en kunde betyder, at Post Danmark også i fremtiden vil være nødt til at lade de storkundefordele, store virksomheder og koncerner får, være omkostningsbegrundede. I modsat fald ville Post Danmark ellers imødesee et tab ved, at kunder i større omfang slår sig sammen.

12. På den baggrund finder styrelsen, at tilsagnet imødekommer de betænkeligheder, som lå til grund for rådets afgørelse af 29. september 2004, og tilsagnet forelægges hermed for rådet. Hermed anses påbuddet i rådets afgørelse af 29. september 2004 for opfyldt med afgivelsen af det bindende tilsagn.

Afgørelse

13. Det meddeles Post Danmark, at de af selskabet afgivne tilsagn gøres bindende, jf. konkurrencelovens § 16a, stk. 1. Tilsagnet sættes i kraft straks og gælder frem til 31. december 2006. Prissætningsmodellen skal være implementeret for alle kunder senest den 1. juni 2005.

Sagsfremstilling

Indledning

14. I anledning af en klage fra Forbruger-Kontakt traf Konkurrencerådet den 29. september 2004 afgørelse om, at Post Danmark havde misbrugt sin dominerende stilling ved at anvende diskriminerende priser på markedet for adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser i Danmark, jf. artikel 82, stk. 1, litra c, og konkurrencelovens § 11, stk.1. Konkurrencerådet påbød i sin afgørelse, jf. den daværende konkurrencelovs § 23a, og § 11, stk. 4, Post Danmark A/S:

at ændre selskabets priser og rabatter, så selskabet ikke anvender priser/rabatter overfor kunder med loyalitetsskabende og ekskluderende effekt, og at ændre selskabets priser og rabatter, så selskabet ikke anvender priser/rabatter, der stiller kunder i samme situation forskelligt

15. Påbuddet vedrørende Post Danmarks priser og rabatter skulle have været efterkommet af selskabet med virkning fra 1. januar 2005.

16. Der blev straks indledt forhandlinger mellem Post Danmark og Konkurrencestyrelsen om ny prisstruktur med henblik på selskabets opfyldelse af påbudet. Uanset disse forhandlinger valgte Post Danmark den 27. oktober 2004 at indbringe Rådets afgørelse af 29. september 2004 om misbrug i form af prisdiskriminering for Konkurrenceankenævnet. Post Danmarks har anket Rådets afgørelse med principal påstand om, at selskabet ikke er dominerende, og at rådets afgørelse bør ophæves for så vidt angår, at Post Danmark har misbrugt en dominerende stilling ved hhv.:

(i) at anvende forskellige priser overfor egne og Forbruger-Kontakts kunder uden omkostningsbegrundelse

(ii) at have anvendt loyalitetsskabende målrabatter overfor [XX]

(iii) at have stillet kunder i samme situation forskelligt

17. Post Danmarks subsidiære påstand er, at Rådets afgørelse bør hjemvises til fornyet behandling for så vidt angår ovennævnte delafgørelser.

18. Konkurrenceankenævnet tillagde den 8. december 2004 Post Danmarks klage opsættende virkning frem til den mundtlige behandling. Under ankenævnets mundtlige behandling af klagen den 11. januar 2005 besluttede Ankenævnet at tillægge Post Danmarks anke fortsat opsættende virkning, indtil nævnet træffer kendelse i selve sagen, hvilket tidligst kan ske efter nævnets møde den 5. april 2005. På dette møde vil ankenævnet desuden behandle den af Forbruger-Kontakt indbragte klage over Konkurrencerådets afgørelse af 24. november 2004, hvor Rådet fandt, at Post Danmark ikke havde misbrugt sin dominerende stilling til at fastsætte urimeligt lave priser (predatory pricing).

19. I mellemtiden har Post Danmark og Konkurrencestyrelsen drøftet, hvorledes selskabet kan imødekomme de betænkeligheder, som Konkurrencerådet har haft til Post Danmarks prissætning. Drøftelserne har ledt til, at Post Danmark har afgivet tilsagn, jf. konkurrencelovens § 16a, stk.1, til en ny prisstruktur for adresseløse forsendelser til kunder med mere end 0,5 mio. forsendelser pr. år.

Tilsagnet vil træde i kraft straks og være gældende for alle kunder senest med virkning fra 1. juni 2005 og til 31. december 2006. Post Danmark har tilkendegivet, at tilsagnet vil gælde uanset udfaldet af Ankenævnets afgørelse i den af Post Danmark indbragte klagesag.

20. Tilsagnsmodellen kan sammenfattes til, at der for alle storkunder fastsættes en grundpris og hertil lægges 7 omkostningsbaserede tillæg² og et kommercielt tillæg. Grundprisen må aldrig fastsættes så lavt, at den samlede pris – dvs. grundprisen plus tillæg – er under de inkrementelle omkostninger (AIC). De 7 omkostningsbaserede tillæg er følgende:

Kvantumstillæg Frekvens-tillæg Varslings-tillæg [XX] Vægt-tillæg [XX] Format-tillæg [XX]
Rute/modtager-tillæg [XX] By/Land-tillæg [XX]

21. Konsekvenserne af modellen er, at Post Danmarks prisspænd indskrænkes væsentligt, og prisen fastsættes ud fra objektive kriterier. Modellen betyder, at hvis to kunder er ens for så vidt angår de forsendelser, som de ønsker distribueret, vil de som udgangspunkt blive behandlet ens, dog har Post Danmark en begrænset mulighed for at variere med et såkaldt kommercielt tillæg alt efter forhandlingssituationen. Dette tillæg har et begrænset spænd.

22. Modellen sætter også Post Danmark, væsentlig bedre i stand til at redegøre for eventuelle forskelle i kundernes priser ud fra de på forhånd angivne kriterier i modellen. Det gælder fx hvis Post Danmark tilbyder særligt lave priser overfor Forbruger-Kontakts kundekreds, så det sikres, at den eneste alternative konkurrent har mulighed for at fortsat at udgøre et alternativ for så vidt angår distribution af adresseløse forsendelser i Danmark. På den baggrund finder styrelsen, at tilsagnet imødekommer de betæneligheder, som er indeholdt i rådets afgørelse af 29. september 2004.

Høringssvar

23. Udkast til Konkurrencestyrelsens afgørelse har været i høring hos Post Danmark. Hovedpunkterne i Post Danmarks høringssvar er gengivet her og er indarbejdet og kommenteret under de relevante punkter i notatet. Det bemærkes, at de i høringssvaret anførte referencer til styrelsens sagsfremstilling ikke stemmer overens med nummereringen i nærværende notat. Høringssvaret er vedlagt.

24. Post Danmark henstiller, at Konkurrencerådets afgørelse om at gøre tilsagnet bindende begrundes helt uafhængigt af den verserende sag for Konkurrenceankenævnet, dvs. at den i sagsfremstillingen anførte begrundelse for at gøre Post Danmarks tilsagn bindende, hverken helt eller delvist er baseret på en vurdering af Post Danmarks hidtidige prissætningsmodel³.

25. Endvidere har Post Danmark understreget, at tilsagnet indeholder strengt fortrolige – og kommercielt meget følsomme oplysninger om Post Danmarks prissætning, og at det vil være til stor skade for både markedet og Post Danmark, hvis Post Danmarks konkurrenter opnår kendskab hertil.

26. Endelig understreger Post Danmark, at markedets duopolistiske karakter indebærer, at det vil være til skade for konkurrencen, hvis markedet opnår selv et overordnet kendskab til prissætningsmodellens detaljer. Post Danmark har derfor henstillet til, at der for så vidt angår beskrivelse af tilsagn og prissætningsmodel kun henvises til bilag.

Samhandelspåvirkning

27. I henhold til procedurerne i artikel 11, stk. 4 i Rådskonvention 1/2003 orienterede styrelsen på forhånd Kommissionen om det forventede udfald af rådets afgørelse af 29. september 2004 i form af et påbud til Post Danmark. Imidlertid har styrelsen for god ordens skyld taget kontakt til Kommissionen igen for at orientere Kommissionen om, at Post Danmark har afgivet ovennævnte tilsagn med henblik på at imødekomme de betænkeligheder, som er indeholdt i Rådets afgørelse af 29. september 2004.

Post Danmarks oplæg til ny prissætningsmodel

28. Post Danmarks prissætningsmodel er et resultat af forhandlinger mellem Post Danmark og Konkurrencestyrelsen. Modellen omfatter kunder, der leverer mere end 0,5 mio. adresseløse forsendelser til distribution hos Post Danmark pr. år (storkunder).

29. Prissætningsmodellen er baseret på, at der for alle storkunder fastsættes en grundpris. Grundprisen må aldrig fastsættes så lavt, at den samlede pris – dvs. grundprisen plus tillæg – er under de inkrementelle omkostninger. Udover denne grundpris beregnes følgende 7 omkostningsbaserede tillæg og et kommercielt tillæg:

Kvantumstillæg Frekvens-tillæg Varslings-tillæg [XX] Vægt-tillæg [XX] Format-tillæg [XX]
Rute/modtager-tillæg [XX] By/Land-tillæg [XX]

30. Modellen omfatter ikke følgende forsendelser, kunder og produkter: (i) forsendelser [XX], (ii) kunder med levering af under 0,5 mio. stk. adresseløse forsendelser til distribution pr. år⁴ (iii) lokale uge- og regionalaviser.

Kvantumstillæg

31. Når kvantumstillægget beregnes, så bliver koncerner betragtet som én og samme kunde. Konkurrencestyrelsen har krævet, at dette også gælder konkurrenter og indkøbsforeninger, hvis de opfylder samme forretningsbetingelser som koncerner, og dette har Post Danmark accepteret. Styrelsen har endvidere krævet, at Post Danmark skal offentliggøre, at der gælder de samme kriterier med hensyn til kvantums- og frekvenstillæg (se nedenfor) for konkurrenter og indkøbsforeninger som for koncerner, når konkurrenter og indkøbsforeninger opfylder tilsvarende forretningsbetingelser som koncerner. Dette har Post Danmark også accepteret.

Frekvens-tillæg

32. En høj omdelingsfrekvens i form af mange omdelinger pr. år med faste intervaller (fx hver uge) fra de enkelte kunder medvirker til en stabil og kontinuerlig udnyttelse af virksomhedens distributionssystem over tid. Det giver anledning til en bedre udnyttelse af distributionssystemet, så overkapacitet kan minimeres. Da høj frekvens medvirker til at sprede kundernes mængder kontinuerligt over fx et år, så forsendelserne ikke klumper sig sammen i korte perioder, så giver det virksomheden bedre muligheder for at planlægge distributionen og undgå fordyrende overarbejde.

33. Når frekvenstillægget beregnes, så bliver koncerner betragtet som én og samme kunde. Som nævnt for så vidt angår kvantumstillægget ovenfor, har Konkurrencestyrelsen krævet, at dette også gælder konkurrenter og indkøbsforeninger, hvis de opfylder samme forretningsbetingelser som koncerner, og dette har Post Danmark accepteret.

Varsling

34. Det er afgørende for Post Danmark at have kendskab til storkundernes årlige produktionsplaner, for at kunne tilrettelægge og dimensionere selskabets distributionsapparat, herunder antallet af postbude mv. Der opkræves derfor et varslingstillæg på [XX] pr. forsendelse for kunder, som ikke indleverer årlige produktionsplaner. Listeprikkunder kan også spare varslingstillægget, dvs. få [XX] pr. stk. i rabat, hvis de er villige og i stand til at indlevere produktionsplaner.

Specielt om produktionsplaner

35. Kunderne kan undgå at betale varslingstillæg ved at indlevere en *produktionsplan*. Post Danmark har oplyst, at alle kunder med over 0,5 mio. forsendelser pr. år kan indlevere og få en produktionsplan, hvorimod kunder med under 0,5 mio. forsendelser kun sjældent indleverer og dermed opnår en produktionsplan, fordi de typisk har få forsendelser, som indleveres uvarslet i løbet af et år, så Post Danmark ikke kan planlægge sin produktion efter disse kunder. [XX]

36. [XX]

Vægt

37. Adresseløse forsendelser med lav vægt indebærer lavere distributionsomkostninger end forsendelser med høj vægt. Det skyldes, at vægten påvirker omkostningerne mange steder i produktionsprocessen fx indlevering, transport, klargøring, sortering, transport (herunder depotkørsel) og distributionsomkostninger.

38. [XX]

Format

39. Forsendelsernes format har betydning for omkostningerne ved håndteringen, når forsendelserne skal klargøres. Hvis forsendelsernes format overstiger visse fastsatte standarder, kan forsendelserne blive mere vanskelige at behandle, hvilket øger omkostningerne. Det medfører eksempelvis lavere omkostninger, hvis forsendelserne er egnet til maskinel behandling med andre maskinegnede forsendelser, idet tidskrævende manuel behandling i de enkelte distributionscentre undgås. [XX]

Rute-/modtager

40. Priser fastsat ud fra antal forsendelser baseres normalt på, at forsendelserne skal omdeles til samtlige afleveringssteder i de postnummer områder, som kunden ønsker omdeling i. Nogle kunder ønsker imidlertid afvigende omdelingsområde, hvilket indebærer øgede omkostninger til planlægning, styring og distribution. Det medfører højere omkostninger at omdele forsendelser til særlige modtagergrupper [XX]. Distribution til disse udvalgte modtagergrupper medfører højere omkostninger pr. besøg end ved distribution til samtlige husstande, så der pålægges ekstra tillæg pr. stk.

Det samme gælder, hvis kunderne har særlige ønsker til rutevalg, dvs. kun ønsker omdeling på bestemte ruter, idet sådanne kundeønsker øger omkostningerne til administration ved klargøring og

distribution, fordi der er yderligere administration med at overvåge omdeling til de ønskede ruter/delruter.

By- /land-tillæg

41. Omdeling i landområder er dyrere end omdeling i byer, idet både transportomkostninger og besøgstider generelt er højere i landområder. Transport på landet foregår med bil, fordi afstandene mellem husstandene er højere end i byen. Desuden kan besøgstiden være længere i landområder end i byen (fx fordi forsendelserne skal afleveres ved døren frem for husbrevkasser).[XX].

42. [XX].

Kommercielt tillæg

43. Post Danmark har ud fra kommercielle overvejelser ønsket en mulighed for at pålægge et såkaldt kommercielt tillæg. Styrelsen har imødekommet dette, dog inden for en snæver ramme. Styrelsen har krævet en præcisering af, at et lavt kommercielt tillæg på ingen måde må være betinget af, at kunden udelukkende handler med Post Danmark.

Varighed af aftaler

44. Aftalernes varighed er typisk [XX] og vil af kunderne kunne opsiges med et varsel på maksimalt [XX]. Aftalerne vil – uden efterregulering af den aftalte pris som følge af et mindre årligt kvantum og lavere frekvens - kunne opsiges af kunden med et varsel på maksimalt [XX].

Meeting competition princip

45. Post Danmark A/S er berettiget til at anvende det konkurrenceretlige "meeting-the-competition" princip.

Gyldighedsperiode

46. Den nye prissætningsmodel vil træde i kraft straks og gælde med virkning fra senest 1. juni 2005 og frem til 31. december 2006. Prissætningsmodellen skal således være implementeret for alle kunder senest den 1. juni 2005. Post Danmark A/S kan i denne periode frit regulere grundprisen og kan pristalsregulere tillæggene pr. 1. januar 2006. Post Danmark forbeholder sig ret til at tilpasse modellen som følge af væsentlige ændringer i selskabets omkostningsstruktur og/eller markedsforhold. I så fald kan Konkurrencestyrelsen tage selskabets prissætning op til fornyet vurdering.

Vurdering

47. Konsekvenserne af modellen er, at Post Danmarks prisspænd indskrænkes væsentligt, og at prisen fastsættes ud fra objektive kriterier. Den nye prisstruktur modvirker, at Post Danmark behandler konkurrentens kunder bedre end selskabets tilsvarende eksisterende kunder, og modellen sikrer, at ens kunder behandles ens. Desuden opnås en bedre sammenhæng med Post Danmarks listepreiser for de helt små kunder. Ligebehandlingen sikres yderligere ved, at de samme kriterier,

der gælder for koncerner med hensyn til kvantums- og frekvenstillæg udstrækkes til at gælde for konkurrenter og indkøbsforeninger, når de opfylder tilsvarende forretningsbetingelser som gælder for koncerner. Det er endelig en forudsætning, at konkurrenter og indkøbsforeninger til enhver tid kan opnå mindst de samme priser og vilkår, som gælder for andre kunder. Herved sikres konkurrenter mulighed for en effektiv distribution i hele landet.

48. Som nævnt hindrer den nye prisstruktur, at Post Danmark behandler konkurrentens kunder bedre end selskabets tilsvarende eksisterende kunder, dvs. at modellen hindrer primary-line prisdiskrimination, som har en ekskluderende effekt i forhold til konkurrenten. Det skyldes bl.a., at der ikke indgår en betydelig kvantumsrabat ved et stort antal forsendelser. Den nye struktur hindrer, at der er uforholdsmæssigt stor forskel på rabatterne til henholdsvis små og store kunder, hvilket ellers kan have en loyalitetsbindende effekt, hvorved især de største kunder mister incitamenter til at skifte leverandør. Endelig kan aftalerne opsiges med max. [XX] varsel uden efterregulering af den aftalte pris som følge af et mindre årligt kvantum og lavere frekvens.

49. Modellen hindrer også, at secondary line prisdiskrimination opstår. Hvis to kunder er ens for så vidt angår de forsendelser, som de ønsker distribueret, vil de som udgangspunkt blive behandlet ens, idet Post Danmark kun har en begrænset mulighed for at variere det kommercielle tillæg.

50. Hertil kommer, at det nye prissystem har skabt en bedre sammenhæng med selskabets listepreiser overfor kunder med under 0,5 mio. forsendelser, fordi forskellen mellem listepreiskunder og de tidligere storkunder fjernes. Disse listepreiskunder kan nu også få [XX] pr. stk. i rabat, hvis de er i stand til at levere en produktionsplan.

51. Endvidere er effekten af en betydelig rabat til specielt koncerner fjernet, idet de samme fordele kan alle opnås af både indkøbsforeninger og konkurrenter. Ligebehandlingen sikres ved, at de samme kriterier, der gælder for koncerner med hensyn til kvantums- og frekvenstillæg udstrækkes til at gælde konkurrenter og indkøbsforeninger, når de opfylder tilsvarende forretningsbetingelser som gælder for koncerner. Post Danmark har således accepteret, at indkøbsforeninger såvel som konkurrenter har ret til at få uddelt adresseløse forsendelser efter de samme vilkår som andre storkunder. Styrelsen tillægger dette stor betydning.

52. Tilsagnet sikrer således de-facto adgang for konkurrenter, dvs. at konkurrenter til enhver tid kan opnå mindst de samme priser og vilkår, som gælder for andre kunder af adresseløse forsendelser. Det betyder, at også i den situation, hvor konkurrenter ikke kan opretholde en landsdækkende distribution, så kan konkurrenter omdele adresseløse forsendelser i dele af Danmark og bruge Post Danmark som underleverandør for den resterende del. Derved opretholdes et betydeligt konkurrencepres på Post Danmark også i en tænkt situation, hvor Post Danmark måtte blive den eneste landsdækkende distributør.

53. Tilsagnet om, at indkøbsforeninger kan opnå status som en kunde betyder, at Post Danmark også i fremtiden vil være nødt til at lade de storkundefordele, store virksomheder og koncerner får, være omkostningsbegrundede. I modsat fald ville Post Danmark ellers imødesee et tab ved, at kunder i større omfang slår sig sammen.

[1] De 7 omkostningsbaserede tillæg er baseret på hhv. kvantum, frekvens, varsling, vægt, format, rute/modtager, by/land.

[2] De 7 omkostningsbaserede tillæg er baseret på hhv. kvantum, frekvens, varsling, vægt, format, rute/modtager, by/land.

[3] Jf. ankenævnets sag nr. 2004/995, Post Danmark A/S ctr. Konkurrencerådet.

[4] Disse kunder er i stedet omfattet af Post Danmarks listepriser.