

# Mobilix A/S' distributionsaftale med Merlin A/S

J.nr. 2:8032-234/hh

## Rådsmødet den 26. maj 1999

### 1. Resumé

Mobilix A/S har den 29. juni 1998 foretaget anmeldelse af distributionsaftaler indgået med Merlin A/S, Holm Radio Korsør ApS, Fredgaard A/S, Expert A.M.B.A, Business Line, TeleRingen Randers, BlueTel A/S, og Unitalk A/S omhandlende distribution af Mobilix A/S' teletjenester og teleprodukter. Aftalen mellem Mobilix A/S og Merlin A/S afviger opbygningsmæssigt fra de øvrige aftaler, men vedrører samme konkurrenceretlige problematik.

I nærværende notat behandles den af Mobilix A/S anmeldte distributionsaftale med bilag (kaldet aftalen) indgået med Merlin A/S med anmodning om ikke-indgrebserklæring i medfør af konkurrencelovens § 9, eller - hvis en sådan ikke kan gives - fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.

Ifølge aftalen skal Merlin A/S på nærmere fastsatte vilkår forestå salg og markedsføring af Mobilix A/S' teletjenester (abonnementer m.v.) og teleprodukter. Aftalen indeholder fastsættelse af bindende salgspriser og en mestbegunstigelsesklausul.

Rådet skal således tage stilling til om aftalen med Merlin A/S efter de forhold, der foreligger oplyst, falder ind under forbudet i konkurrencelovens § 6, stk. 1, og om der i givet fald kan gives fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.

### 2. Afgørelse

Det meddeles Mobilix A/S og Merlin A/S, at ansøgningen om en ikke-indgrebserklæring i medfør af konkurrencelovens § 9 for den af dem indgåede distributionsaftale ikke kan imødekommes, idet aftalen indeholder konkurrencebegrænsninger omfattet af lovens § 6, stk. 1.

Det meddeles endvidere Mobilix A/S og Merlin A/S, at distributionsaftalen i medfør af konkurrencelovens § 8, stk. 1 fritages fra forbudet i konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Fritagelsen gives i medfør af § 8, stk. 3 på vilkår af

- at parterne ophæver mestbegunstigelsesklausulen i aftalens § 4.3 og
- at parterne begrænser rækkevidden af bestemmelsen i aftalens § 1.2 til ikke at omfatte nogen former for pris- eller rabatvilkår for Merlin A/S' salg af de af aftalen omfattede teleprodukter og teletjenester.

Fritagelsen gives i henhold til konkurrencelovens § 8, stk. 3, for en periode på 3 år fra den 29. juni 1998 til den 28. juni 2001.

### 3. Sagsfremstilling

#### 3.1 Indledning

Konkurrencestyrelsen har modtaget anmeldelse af en samarbejdsaftale indgået mellem Mobilix A/S (Mobilix) og Merlin A/S (Merlin) med anmodning om primært ikke-indgrebserklæring efter konkurrencelovens § 9, subsidiært fritagelse efter § 8, stk. 1.

Ifølge aftalen forestår Merlin på vegne af Mobilix salg af en uadskillelig enhed, bestående af en mobiltelefon, SIM-kort (Subscriber Identity Module) og et abonnement (i det følgende benævnt teleprodukt), samt salg af andre teleprodukter, som Mobilix til enhver tid måtte frigive til salg gennem eksterne danske distributionskanaler. Endvidere skal Merlin varetage løssalg af abonnementer, herunder forudbetalte SIM-kort (i det følgende benævnt teletjenester).

Aftalen mellem Mobilix og Merlin er betegnet som værende en samarbejdsaftale om agentur og kommissionssalg. Det skal derfor vurderes, hvorvidt EU-Kommissionens meddelelse vedrørende aftaler med handelsrepræsentanter om enerepræsentation af 24.12.1962 finder anvendelse.

I vurderingen af, hvorvidt en aftale skal anses for at være en agentaftale skal følgende to kumulative kriterier vurderes:

1. Et risikokriterium
2. Et integrationskriterium

Ad. 1:

En aftalepart betegnes ikke som værende agent, hvis denne<sup>1</sup>:

- skal opretholde eller opretholder som sin ejendom et betydeligt lager af de af aftalen omfattede varer eller
- for egen regning skal opbygge, opretholde eller varetage, eller opbygger, opretholder eller varetager en (betydelig) vederlagsfri kundeservice eller
- kan fastsætte eller fastsætter priser eller forretningsbetingelser

Det skal bemærkes, at der er tale om ikke-kumulative punkter.

En agent må således ikke - udover almindelig del credere hæftelse - påtage sig nogen økonomisk risici forbundet med den virksomhed, som denne udfører for agenturgiveren.

Ad 2:

Det skal vurderes, hvorvidt

- agenten kan betragtes som et hjælpeorgan, der i realiteten er en integreret del af agenturgiverens virksomhed.

Den eksisterende EU-praksis fastslår, at der ikke foreligger den fornødne integration, såfremt agenten repræsenterer flere indbyrdes konkurrerende virksomheder.<sup>2</sup> Endvidere er EU-kommissionen af den opfattelse, at der ikke foreligger en agentaftale, såfremt agenten udøver anden virksomhed, som udgør en væsentlig del (2/3) af dennes samlede virksomhed.

Udover den kvalificerede og professionelle vejledning og betjening, som skal ydes af Merlin i forbindelse med salgssituationer, fremgår det eksplicit af § 3 i aftalen mellem Mobilix og Merlin, at sidstnævnte både vedrørende teletjenester og teleprodukter skal foretage en sortering af kundereklamationer, for derigennem at gennemføre en afhjælpning af kundernes problemer. For de reklamationer, som Merlin ikke umiddelbart løser, skal der udfyldes en fejlrapport og denne videresendes til Mobilix' Forhandlerservice. Et krav, som også vil være gældende efter aftalens ophør for så vidt angår tjenester og produkter solgt af Merlin. Der ydes efter aftalen ikke Merlin særskilt vederlag herfor. Det skal i denne forbindelse også nævnes, at Merlin endvidere vederlagsfrit skal føre et lager af Mobilix' produkter, tjenester samt tilstrækkeligt lager af kommercielle dokumenter m.v., uden at ejendomsretten hertil overgår til Merlin. Dette skal sikre, at Merlin er i stand til umiddelbart at kunne efterkomme kundernes efterspørgsel. Det vurderes samlet, at Merlin er forpligtet til at opbygge, varetage og opretholde en vederlagsfri kundeservice af et ikke ubetydeligt omfang.

For så vidt angår integrationskriteriet er dette ikke opfyldt. Det skyldes, at Mobilix leverer til en lang række andre distributører og Merlin er forhandler for andre teleoperatører, samtidig med, at sidstnævnte har en væsentlig del af sin omsætning indenfor produktområder, der ikke har noget

med telekommunikation at gøre. Merlin kan derfor ikke anses for at være en integreret del af Mobilix' virksomhed.<sup>3</sup>

Det skal i denne sammenhæng endvidere bemærkes, at Mobilix i aftalen mellem Mobilix A/S og Fredgaard A/S har anført, at formidling af salg af teletjenester, herunder abonnementer, ikke skal anses for at være omfattet af lov nr. 272 af 2. maj 1990 om handelsagenter og handelsrejsende.

Det vurderes samlet, at EU-Kommissionens meddelelse vedrørende aftaler med handelsrepræsentanter om enerepræsentation af 24.12.1962 ikke finder anvendelse på aftalen mellem Mobilix og Merlin. Parterne anfører selv i anmeldelsen af aftalen til Konkurrencestyrelsen, at aftalen er udtryk for en distributionsaftale, hvilket vil blive lagt til grund for den videre konkurrenceretlige bedømmelse af aftalen.

Aftalen mellem Mobilix og Merlin blev første gang anmeldt til Konkurrencestyrelsen den 29. juni 1998. Aftalen havde imidlertid kun en løbetid indtil den 31. december 1998, hvorfor parterne senest den 1. november 1998 skulle indlede forhandlinger om en fornyelse af aftalen. Den 19. februar 1999 blev en ny aftale på næsten samme vilkår som den gamle underskrevet af de to selskaber. Der er således hovedsageligt sket ændringer vedrørende størrelsen af provision- & bonussatser og markedsføringstilskuddet samt indførelse af et uddannelsesstilskud.

Fornyelsen og de ændrede bestemmelser blev ikke anmeldt til Konkurrencestyrelsen, som først fik fuld kendskab til indholdet af disse ændringer efter en henvendelse til Mobilix den 22. marts 1999. Idet der ikke er tale om væsentlige ændringer med betydning for den konkurrenceretlige vurdering af aftalen vurderes § 6, stk. 5 og § 9 i bekendtgørelse nr. 986 af 11. december 1997 om regler for anmeldelse af aftaler m.v. til Konkurrencestyrelsen ikke at finde anvendelse på den manglende information.

Mobilix har endvidere indgået distributionsaftaler med syv andre selskaber - henholdsvis Holm Radio Korsør ApS, Fredgaard A/S, Expert A.M.B.A, Business Line, TeleRingen Randers, BlueTel A/S og Unitalk A/S. Disse aftaler er også anmeldt første gang til Konkurrencestyrelsen den 29. juni 1998, og udløb ligeledes ved udgangen af 1998. For så vidt angår aftalerne med Holm Radio Korsør ApS, Fredgaard A/S, BlueTel A/S, og Unitalk A/S er disse blevet fornyet ved brug af en af Mobilix udarbejdet standardkontraktmodel, der også lægger til grund for indgåelsen af helt nye distributionsaftaler. Der pågår fortsat forhandlinger om fornyelse af aftalen med Business Line, medens der ikke vil ske fornyelse af aftalerne med Expert A.M.B.A. og TeleRingen Randers. Ovennævnte aftaler er opbygningsmæssigt forskellige fra aftalen med Merlin A/S og vil derfor blive behandlet særskilt på et senere tidspunkt.

Nærværende aftale og aftalerne med Holm Radio Korsør ApS og Fredgaard A/S er indsendt den 24. marts 1999. Aftalerne med BlueTel A/S og Unitalk A/S er først indsendt den 7. maj 1999.

For at sikre en korrekt vurdering af den foreliggende distributionsaftales indvirkning på konkurrencen på det relevante marked vil der blive taget hensyn til eksistensen af de øvrige distributionsaftaler, hvor dette er relevant.

### **3.2 Aftalens opbygning og indhold**

Aftalen fastlægger ingen form for eksklusivitet, hvorfor begge parter er berettiget til at indgå aftaler med modpartens konkurrenter. Der er endvidere ikke i aftalen nogen bestemmelser om tildeling af eksklusive territorier.

Aftalen løber indtil den 31. december 1999, hvorefter aftalen vil ophøre. Parterne indleder senest den 1. november 1999 forhandlinger om en eventuel fornyelse af aftalen.

Aftalens § 1.2 indeholder en bestemmelse om, at salg af Mobilix' teletjenester og produkter skal ske på de af Mobilix fastsatte vilkår uden nærmere at præcisere om det også gælder prisvilkår.

Drages der en parallel til de af Mobilix i øvrigt indgåede distributionsaftaler, fremgår det heraf, at selskaberne skal respektere de af Mobilix udarbejdede gældende prislister, og ikke må meddele kunden nogen form for tilsagn om gratis produkter eller teletjenester, rabat, bonus eller lignende i forhold til de gældende priser, med mindre Mobilix forud skriftligt har givet tilsagn eller instruks herom. Dette må anses for at være et forsøg fra Mobilix på at forhindre priskonkurrence mellem distributørerne. I § 7.5 i aftalen mellem Mobilix og Merlin fremgår det, at Mobilix udarbejder og leverer prislister til Merlin, hvorfor § 1.2 i samme aftale vurderes at omfatte prisvilkår. Bestemmelsen anses derfor at omfatte fastsættelse af bindende salgspriser.

Det fremgår endvidere af aftalens § 4.3, at skulle Mobilix tilbyde andre af sine distributører højere provisionssatser end dem, som er fastsat i aftalens § 4.2, er Mobilix forpligtet til at forhøje Merlins provisionssatser tilsvarende. Dette er udtryk for en mestbegunstigelsesklausul.

Ovenstående bestemmelser er af særlig konkurrenceretlig relevans.

Endvidere indeholder aftalen i §§ 2 og 7 krav om føring af varelager samt i § 10 krav om et årlig mindstesalg. Disse bestemmelser er også af konkurrenceretlig relevans.

Endelig indeholder aftalen en række mere kvalitative bestemmelser vedrørende uddannelse af Merlins personale i § 8 og anvendelse af Mobilix' varemærker, logoer m.v i § 7, herunder modtagelse af tilskud til at opfylde disse krav. Idet ovennævnte bestemmelser vurderes at være af kvalitativ karakter, som anvendes konsekvent i alle distributionsaftaler, anses de ikke for værende konkurrenceretlige problematiske.

### **3.3 Det relevante marked**

Ifølge den foreliggende distributionsaftale skal Merlin varetage salget af Mobilix' teletjenester (abonnementer, SIM-kort m.v.) og teleprodukter. Grundet karakteren af de i aftalen opregnede tjenester og produkter må det vurderes, at det kundesegment som Mobilix særligt ønsker at nå ved distribution gennem Merlin er privatkunders mobiltelefoni. Skrabekort og forudbetalte SIM-kort må således anses for udelukkende at være målrettet mod privatkunder, herunder nok især yngre mobilkunder samt privatkunder med et begrænset behov.

Merlin anses derfor for særligt at skulle varetage salg til privatkunder af teletjenester og teleprodukter til brug for disses mobiltelefoni.

For at være en udbyder af teletjenester til privatkunders mobiltelefoni er det en betingelse, at have adgang til et landsdækkende mobilnet, idet brugerne primært efterspørger teletjenester, der giver adgang til landsdækkende telefoni. En sådan adgang kan enten opnås gennem ejerskab, lejeaftaler, samtrafikaftaler og/eller tjenesteudbyderaftaler. Andre teleoperatører kan derfor relativt nemt opnå adgang til dette marked, såfremt de ikke selv ønsker at eje en landsdækkende teleinfrastruktur, hvilket også er sket efter at telekommunikationsmarkedet blev liberaliseret.

Ejerskab er derimod forbundet med meget store omkostninger og skal sammenholdes med, at frekvenslicenser og mastepositioner er begrænsede ressourcer, hvorfor adgang til markedet via ejerskab vil være forbundet med en række barrierer.

Der er ikke for så vidt angår privatkunders mobiltelefoni grundlag for at skelne mellem NMT og GSM-nettene.

Der skelnes ikke mellem pre paid (forudbetalte taletidskort) og post paid (f.eks. almindeligt abonnement) teletjenester, idet substitutionsgraden mellem disse tjenester når der fokuseres på privatkunder som en samlet gruppe er høj.

Det relevante produktmarked anses derfor som værende salg til privatkunder af landsdækkende teletjenester samt teleprodukter til brug for mobiltelefoni.

Det relevante geografiske marked er som udgangspunkt Danmark. Det kan imidlertid ikke afvises, at det geografiske marked i konkrete tilfælde skal fastlægges som et mindre område som følge af særlige forhold. En præcis fastlæggelse af det relevante geografiske marked er imidlertid ikke afgørende for den konkurrenceretlige vurdering af den foreliggende anmeldelse, idet bagatelreglen i konkurrencelovens § 7 allerede som følge af parternes samlede omsætning ikke vil finde anvendelse i nærværende sag, jf. nærmere afsnit 3.4.

### 3.4 Parternes stilling på markedet

Der foreligger ingen regnskabstal for Mobilix, idet selskabet først påbegyndt sine aktiviteter i 1998. Mobilix tilhører France Telecom koncernen, som er forsyningspligtselskab i Frankrig. France Telecom havde i 1997 en samlet omsætning på ca. 157 mia. FF. svarende til 177,4 mia. danske kr. ved en omregningskurs på 113.

Merlin, som forhandler foto, computer, radio, TV, musik og film, havde en samlet omsætning på ca. 811.1 mio. kr. i 1997<sup>4</sup>. Merlin er et selskab ejet af Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger (FDB), som i 1997 havde en omsætning på 29.336 mio. kr.

Betragtes det samlede marked for mobiltelefonabonnementer med udgangspunkt i tidspunktet for Mobilix' indtræden på markedet og nu, og før/efter indførslen af taletidskort, kan følgende tabel over relevante markedsaktørers markedsandele opstilles<sup>5</sup>:

	Medio 1998		Primo 1999	
	antal	\%	antal	\%
Samlede marked	1.574.182	100 \%	1.945.000	100 \%
Tele Danmark	884.490	56 \%	945.000	49 \%
Sonofon	609.322	39 \%	696.000	36 \%
Mobilix	10.396	1 \%	100.000	5 \%
Telia	9.900	1 \%	100.000	5 \%
debitel	60.074	4 \%	104.000	5 \%

Laves en opgørelse over væksten i antal kunder og i markedsandele heraf for 2. halvår 1998 fås:

Tilvækst 2. halvår 1998	Antal	\%
	370.818	100 \%
Tele Danmark	60.510	16 \%

Sonofon	86.678	23 \%
Mobilix	89.604	24 \%
Telia	90.100	24 \%
debitel	43.926	12 \%

Det fremgår af ovenstående tabeller, at Mobilix kan karakteriseres som værende en mindre aktør på det samlede markedet for mobiltelefonabonnemeter, hvor Tele Danmark Mobil A/S og Sonofon er dominerende. Det skal imidlertid bemærkes, at Mobilix i 2. halvår af 1998 har oplevet en kraftig vækst i antal kunder, hvilket især skyldes markedsføringen af forudbetalte taletidskort.

#### 4. Vurdering

Parterne i aftalen udøver begge erhvervsvirksomhed og er som følge heraf omfattet af konkurrenceloven, jf. dennes § 2, stk. 1. Aftalen er ikke EU-fritaget og parterne i aftalen er ikke en del af samme koncern, hvorfor lovens §§ 4 og 5 ikke finder anvendelse.

#### Konkurrencelovens § 6

Det skal herefter vurderes om aftalen direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen, og dermed vil være omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Et distributionssystem, som det i aftalen mellem Mobilix og Merlin anmeldte, kan indebære hindringer for den frie konkurrence. Det skyldes, at de erhvervsdrivende, der ikke opfylder de objektive krav for optagelse som distributører, udelukkes fra forhandling af de givne produkter. Det medfører en begrænsning i antallet af distributører, og dermed en risiko for begrænsning i intra-brand-konkurrencen.

Distributionssystemet er imidlertid konkurrenceretligt acceptabelt og anses ikke for omfattet af forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6, stk. 1, såfremt udvælgelsen af distributører alene sker på objektive kvalitetskriterier, som anvendes konsekvent og uden diskriminering overfor alle.

De konkurrenceretlige betænkeligheder, der måtte være overfor distributionssystemet mindskes yderligere, når distributionsformen anvendes på områder med betydelig konkurrence fra andre producenters produkter, og når den pågældende producent kun besidder en relativ beskedent markedsandel.

Som det fremgår af afsnit 3.4 må Mobilix på nuværende tidspunkt anses for kun at besidde en mindre del af markedet for mobilabonnemeter, hvis dette afgrænses som værende hele Danmark. Markedet for privatkunders mobiltelefoni anses generelt for værende meget konkurrenceudsat både hvad angår teletjenester og teleprodukter.

Distributionsaftalen mellem Mobilix og Merlin indeholder imidlertid en række bestemmelser, der ikke er af kvalitativ karakter, men må anses for værende salgsfremmende og/eller kvantitative.

Ved vurdering af, hvorvidt et kriterium skal anses for at være kvantitativt, er det afgørende, om kravet har til formål eller følge at begrænse antallet af distributører i et givet område.

Det fremgår af § 1.2 i distributionsaftalen mellem Mobilix og Merlin, at Mobilix kræver, at Merlin efterlever dennes vilkår. Som omtalt under afsnit 3.2 vurderes dette også at gælde priser. Der er således tale om et forsøg på at begrænse intra-brand konkurrencen gennem fastsættelse af

bindende salgspriser, hvilket er omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1 jf. stk. 2, nr. 1.

Som det også blev omtalt under afsnit 3.2 er aftalens § 4.3 udtryk for en mestbegunstigelsesklausul for så vidt angår provisionssatser. Anvendelse af en sådan klausul anses for at være en ikke efficiensbegrundet forskelsbehandling mellem distributørerne, idet reguleringen af Merlins provisionssatser i sådanne tilfælde ikke er objektivt omkostningsbegrundet. Merlin er med mestbegunstigelsesklausulen garanteret en fordelagtig markedsposition for så vidt angår distribution af Mobilix's teleprodukter og teletjenester, idet selskabet er sikret, at ingen andre af Mobilix's distributører får højere provisionssatser end Merlin. Nærværende aftale er den eneste af de anmeldte distributionsaftaler, der indeholder en sådan mestbegunstigelsesklausul. Mestbegunstigelsesklausulen er konkurrenceretlig problematisk, fordi den indebærer betragtelig risiko for uniformering af Mobilix's provisionssatser, idet dennes incitament til at hæve andre distributørers provisioner over Merlins reduceres, fordi konsekvensen er en samtidig provisionsforøgelse til Merlin. Bestemmelsen indebærer derved, at distributørernes muligheder for at konkurrere indbyrdes på provisionen udjævnes, hvorfor incitamentet til at konkurrere bortfalder, med deraf følgende begrænsning i intra-brand-konkurrencen. Mestbegunstigelsesklausulen falder derfor også ind under konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Det fremgår af aftalens § 10.1, at Merlin har forpligtet sig til at opnå en ordreoptagelse og produktsalg på 28.500. Dette skal ses i sammenhæng med bonusbestemmelsen i § 5.2, som giver Merlin et økonomisk incitament til at lægge salgssindsatsen særligt på Mobilix' varer samt begrænse udvalget af andre teleoperatørers teletjenester/produkter i forretningerne og dermed et vist incitament til at begrænse inter-brand-konkurrencen. Der er imidlertid tale om en almindelig anvendt form for salgsbonus, som udbetales for hver solgt enhed og derfor ikke er afhængig af, at det aftalte salgsmål opnås. Beløbsstørrelsen varierer mellem x-y kr. afhængigt af, hvor mange enheder, der samlet bliver solgt. Bestemmelsen er imidlertid som følge af mulig konkurrencebegrænsende effekt omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Ifølge §§ 2.1 og 7.5 i aftalen skal Merlin uden vederlag føre et rimeligt lager af Mobilix's produkter og kommercielle dokumenter, herunder prislister. Det er ikke nærmere præciseret, hvad der ligger i et rimeligt lager, men det skal bemærkes, at ejendomsretten forbliver hos Mobilix. Det er af betydning, at dette krav ikke vurderes at medføre nogen større økonomisk belastning for Merlin, idet pladsbehov m.v. ikke vil være stort, og Merlin ikke binder penge i varelageret. Kravet om føring af varelager vurderes derfor ikke at have en kvantitativ, og dermed konkurrencebegrænsende, effekt, hvorfor kravet ikke anses for omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Aftalen mellem Mobilix og Merlin fastsætter således visse betingelser, der går videre end hvad der må anses for at være objektive og kvalitative krav, hvorfor salgssystemet er omfattet af forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler i konkurrencelovens § 6, stk. 1, og derfor ikke kan gives en ikke-indgrebserklæring efter lovens § 9.

## **Konkurrencelovens § 7**

Ved bedømmelsen af, hvorvidt § 7 finder anvendelse, skal den samlede omsætning for aftalens parter i al almindelighed beregnes jf. § 1 i [bkg. nr. 1030](#). Idet Mobilix A/S er datterselskab af France Telecom og Merlin ejes af FDB, der begge er koncerner med en omsætning, som overstiger 1 mia. kr. vil bagatelreglen i § 7 allerede som følge af parternes samlede omsætning ikke finde anvendelse.

## **Konkurrencelovens § 8**

Det skal herefter vurderes, hvorvidt der kan opnås fritagelse efter konkurrencelovens § 8.

### **§ 8, stk. 1, nr. 1**

I relation til en vurdering efter § 8, stk. 1, nr. 1 skal det anføres, at aftalen styrker effektiviteten i

distributionen. Mobilix opnår således gennem aftalen med Merlin hurtigere og billigere adgang til forbrugerne, end hvis Mobilix selv skulle etablere et fuldt salgsnetværk af forretninger. De enkelte forretninger i Merlin-kæden har således allerede en kundekreds, som de er fortrolige med, samt et lokalkendskab. To vigtige forhold, som Mobilix vil kunne drage fordel af til at opnå en optimal markedsføring og rådgivning overfor kunderne.

Ovenstående skal ses i lyset af, at Tele Danmark og Sonofon, der har været på markedet i flere år, allerede har et veletableret distributionsnetværk, hvorfor nye markedsaktører er nødsaget til at opbygge et konkurrencedygtigt distributionsnetværk. Kontrol over distributionssystemet og derigennem opnåelse af kundeforhold anses således i dag for at være en af de vigtigste faktorer for at overleve på telekommunikationsmarkedet.

Som følge af den hårde priskonkurrence på mobilområdet, herunder den hårde konkurrence om forhandlernes gunst, bliver det i stadig stigende grad nødvendigt for teleoperatørerne gennem sin distribution at få etableret et koncept, der særligt profilerer det pågældende produkt. Det gælder ikke mindst i forhold til teletjenesterne, hvor differentieringen mellem operatørerne kan være vanskelige at se især for privatkunderne. Dette er en af forklaringerne på, at Mobilix har nogle højprofileringsbutikker, som de selv ejer.

Kravet i § 8, stk. 1, nr. 1 vurderes samlet at være opfyldt.

#### **§ 8, stk. 1, nr. 2**

Forbrugerne vil som følge af ovenstående opnå en række fordele.

Mobilix får etableret et distributionsnetværk, hvilket giver kunderne i hele landet let adgang til at vælge mellem et stort udbud af teleprodukter og teletjenester, hvorfor konkurrencen mellem teleselskaberne skærpes, med deraf følgende lavere priser og/eller højere kvalitet m.v. til gavn for forbrugerne.

Telekommunikationsområdet udvikler sig mere og mere komplekst, hvorfor information og rådgivning til kunderne, og især til privatkunder, er meget vigtigt, hvilket sikres i aftalen ved den løbende uddannelse af Merlins personale samt at der er en medarbejder i Merlin med særligt kendskab til Mobilix' teleydelser. Endvidere opnår kunderne lettere adgang til personlig betjening, hvilket især for privatkunder er af betydning som følge af ovenstående kompleksitet. Forbrugerne vil derfor opnå et højt serviceniveau og deres transaktionsomkostninger vil i en vis udstrækning mindskes.

Kravet i § 8, stk. 1, nr. 2 anses for at være opfyldt.

#### **§ 8, stk. 1, nr. 3**

Det skal i relation § 8, stk. 1, nr. 3 særligt vurderes, hvorvidt kravet om at skulle følge fastsatte prisvilkår og mestbegunstigelsesklausulen er mere vidtgående end hvad der er nødvendigt for at opnå de under § 8, stk. 1, nr. 1 og 2 nævnte fordele.

Et distributionssystem som det anmeldte indebærer en risiko for, at der opstår en begrænsning i intra-brand konkurrencen. Det er derfor af afgørende betydning for en accept af et sådant distributionssystem, at der ikke sker begrænsning af priskonkurrencen gennem fastsættelse af bindende salgspriser fra Mobilix' side. Fastsættelse af vejledende priser er som udgangspunkt konkurrenceretligt acceptabelt, men kun i de tilfælde, hvor distributørerne ikke er i tvivl om, at der er tale om vejledende priser som det ikke er forbundet med nogen former for sanktioner at bryde og hvor der ikke er tale om en indirekte fastsættelse af bindende salgspriser i form af for eksempel samordnet praksis. Ovenstående er ikke tilfældet i relation til aftalens § 1.2, hvorfor der skal ske en afgrænsning af denne bestemmelses rækkevidde, således at det eksplicit fremgår, at prisvilkår ikke er omfattet af bestemmelsen.



Bestemmelsen i aftalens § 4.3 vedrørende mestbegunstigelsesklausul vurderes ikke at være nødvendig for at opnå de i § 8, stk. 1, nr. 1 og 2 omtalte fordele. Idet denne bestemmelse som tidligere omtalt kan medføre begrænsninger i intra-brand konkurrencen skal § 4.3 ophæves.

For så vidt angår opstillingen af et salgsmål kombineret med en salgsbonus skal det bemærkes, at det ikke er forbundet med nogen retlige konsekvenser for Merlin, såfremt denne ikke er i stand til at opfylde salgsmålet. Endvidere er salgsbonusen ikke afhængig af, at salgsmålet opnås, hvilket har en dæmpende effekt på incitamentet til at begrænse inter-brand konkurrencen, som yderligere bliver dæmpet af det faktum, at variationen i bonussatserne er moderate. Endelig har Mobilix en beskedent markedsandel, hvorfor der kan argumenteres for, at der skal et særligt incitament til, før nogen ønsker at distribuere dets teletjenester og teleprodukter.

Kravet i § 8, stk. 1, nr. 3 er derfor kun opfyldt, hvis følgende vilkår fastsættes,

at parterne ophæver mestbegunstigelsesklausulen i aftalens § 4.3 og

at parterne begrænser rækkevidden af bestemmelsen i aftalens § 1.2 til ikke at omfatte nogen former for pris- eller rabatvilkår for Merlin A/S' salg af de af aftalen omfattede teleprodukter og teletjenester.

#### **§ 8, stk. 1, nr. 4**

Der eksisterer en intens konkurrence på mobiltelefonmarkedet, hvilket skal sammenholdes med, at adgang til markedet som udgangspunkt ikke er forbundet med større barrierer. For så vidt angår distributionskanaler er der vedrørende privatkunder sket en forøgelse heraf, eftersom især forudbetalte taletidskort bliver udbudt gennem for eksempel tankstationer m.v. Aftalen indeholder endelig ingen eksklusiv bestemmelse. Konkurrencen kan derfor samlet ikke anses for at blive udelukket for en væsentlig del af de pågældende produkter og tjenester.

Kravet i § 8, stk. 1, nr. 4 anses for at være opfyldt.

---

1 Kommissionens meddelelse vedrørende aftaler med handelsrepræsentanter om enerepræsentation af 24.12.1962.

2 jf. præjudiciel afgørelse af 1.10.1987, sag 311/85, A.S.B.L. Vereniging Van Vlaamse Reisbureaus mod A.S.B.L. Sociale Dienst Van De Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten.

3 jf. præjudiciel afgørelse af 1.10.1987, sag 311/85, A.S.B.L. Vereniging Van Vlaamse Reisbureaus mod A.S.B.L. Sociale Dienst Van De Plaatselijke en Gewestelijke Overheidsdiensten, præmis 20.

4 jf. Greens 1999

5 Tallene medio 1998 er fra Telestyrelsens statistik.

Tallene primo 1999 er baseret på Tele Danmarks og GN Store Nord's årsregnskab og for Telia og Mobilix vedkommende på estimater ud fra selskabernes egne oplysninger til bl.a. dagspressen. Tele Danmarks tal er inklusiv NMT-abonnementer. Af Sonofons kunder er 193.000 taletidskunder, hvilket tillige gælder for op imod 80 % af Telias og Mobilix.