

Sonofons standard storkundeaftaler

Rådsmødet den 25. august 1999

1. Resumé

Dansk MobilTelefon I/S (SONOFON) har den 30. juni 1998 foretaget anmeldelse af to standard storkundeaftaler, der udgør det aftaleretlige grundlag ved kontraktindgåelse med storkunder vedrørende GSM-mobiltelefoni. Selskabet har anmodet om ikke-indgrebserklæring i medfør af konkurrencelovens § 9 og - hvis sådan ikke kan gives - fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.

Den ene standard storkundeaftale anvendes overfor private personer og virksomheder, medens den anden anvendes overfor stat, amt og kommuner. De to standard storkundeaftaler indeholder et enslydende rabatsystem, der gennem detaljerede bestemmelser giver storkunderne mulighed for at opnå væsentlige rabatter på deres samlede køb af mobiltrafikminutter og -abonnementer oprettet som tale-, data-, fax- eller E-mail abonnementer til brug på GSM-nettet.

Rådet skal tage stilling til om standard storkundeaftalerne, og særligt rabatbestemmelserne, er konkurrencebegrænsende.

2. Afgørelse

Det meddeles SONOFON, at ansøgningen om en ikke-indgrebserklæring i medfør af konkurrencelovens § 9 for de af SONOFON anmeldte standard storkundeaftaler ikke kan imødekommes, idet storkundeaftalerne indeholder konkurrencebegrænsninger omfattet af lovens § 6, stk. 1.

I medfør af konkurrencelovens § 8, stk. 1, meddeles det SONOFON, at Konkurrencerådet fritager standard storkundeaftalerne fra forbudet i konkurrencelovens § 6, stk. 1, med undtagelse af vilkårene for førtidig udtræden af storkundeaftaler med aftalt mindsteforbrug.

I medfør af konkurrencelovens § 8, stk. 3 skal vilkårene for førtidig udtræden af storkundeaftaler med fastsat mindsteforbrug ændres således, at de højst fastsættes til den rabatterede abonnementsafgift for den resterende del af uopsigelsesperioden tillagt en tilbageregulering af den af SONOFON ydede rabat svarende til, hvad det aftalte forbrug og den faktiske løbetid berettiger.

Fritagelsen gives for en tidsperiode på 3 år, regnet fra den 30 juni 1998 jf. konkurrencelovens § 8, stk. 3.

3. Sagsfremstilling

3.1 Indledning

Ved brev af 30. juni 1998 har Konkurrencestyrelsen modtaget Dansk MobilTelefon I/S¹ anmeldelse af to standard storkundeaftaler, der udgør det aftaleretlige grundlag ved indgåelse af kontrakter med storkunder vedrørende GSM-mobiltelefoni. I anmeldelsen ansøges der om ikke-indgrebserklæring i medfør af konkurrencelovens § 9 og - hvis sådan ikke kan gives - fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.

Konkurrencerådet behandlede på rådsmødet den 16. juni 1999 Tele Danmark Mobils standard storkundekontrakter, og forbød i den forbindelse visse dele af de anmeldte standardkontrakter. De af SONOFON anmeldte standard storkundeaftaler vil blive vurderet i lyset af Konkurrencerådets afgørelse af [16. juni 1999](#).

3.2 Aftalens opbygning og indhold

De af SONOFON anmeldte standard storkundeaftaler anvendes ved indgåelse af aftaler med

storkunder vedrørende disses GSM-mobiltrafik og mobilabonnementer oprettet som tale-, data-, telefax- eller E-mail abonnementer. Den ene standard storkundeaftale anvendes til aftaleindgåelse med private personer og virksomheder og betegnes almindelig standard storkundeaftale. Den anden anvendes overfor stat, amt og kommuner og betegnes SAK standard storkundeaftale.

SONOFON har ultimo marts 1999 indgået xxxx almindelige storkundeaftaler og xx SAK-storkundeaftaler.

Såvel den almindelige standard storkundeaftale som SAK standard storkundeaftalen omhandler alene et detaljeret og omfattende rabatsystem, der er baseret på de underliggende mobilabonnementer, hvorfor der i standardaftalerne henvises til de til enhver tid gældende Takstoversigt & Abonnementsvilkår for SONOFON.

Aftalevilkårene i de to anmeldte standard storkundeaftaler er næsten enslydende, herunder også for så vidt angående de procentvise takstnedsættelser og dermed størrelsen af rabatterne. Eneste forskel mellem de to standardaftaler er, at de underliggende abonnementer i SAK-aftalen som udgangspunkt har en uopsigelighed på 6 måneder, medens de underliggende abonnementer i den almindelige standardaftale har en uopsigelighed på 12 måneder. Som følge af den store ensartethed i de to standard storkundeaftaler vil de blive behandlet under et i nærværende notat og betegnes i det følgende som standardaftalerne.

For at kunne indgå en af de anmeldte standardaftaler med SONOFON er det en betingelse, at storkunden altid har mindst 10 aktive abonnementer oprettet som enten tale-, data-, telefax- eller E-mail abonnementer. Hvorvidt en kunde kan betegnes som værende en storkunde er således ikke afhængig af dennes forbrug af mobilminutter, men alene antallet af abonnementer. Storkunden kan vælge at få oprettet selskaber, med hvilke storkunden har en selskabsretlig sammenhæng for eksempel datterselskaber og afdelinger, som abonnementsbrugere under storkundeaftalen.

Der stilles ikke i standardaftalerne krav om, hvilke typer af abonnementer storkunderne skal have indgået aftale om, og det er op til den enkelte kunde, hvorvidt alle dennes abonnementer skal indgå i storkundeaftalen. Der er endvidere ikke som udgangspunkt noget krav om opnåelse af et givent mindsteforbrug af mobilminutter.

Standardaftalerne indeholder ingen eksklusivitetsbestemmelser og heller ingen former for engelske klausuler². Storkunderne er således ikke forpligtet til at give SONOFON detaljerede oplysninger om konkurrenternes rabat og/eller bonusordninger, som SONOFON ellers ikke ville have fået kendskab til, og dermed en konkret mulighed for at tilbyde mere favorable vilkår vedrørende sin egen rabatordning.

Samtidig med anmeldelsen af standard storkundeaftalerne vedrørende GSM-mobiltrafik, anmeldte SONOFON også to standardaftaler vedrørende fastnettelefoni, der vil blive forelagt for Konkurrencerådet på et senere tidspunkt. Som det fremgår af ovenstående finder såvel den almindelige standardaftale som SAK-standardaftalen imidlertid alene anvendelse på mobilorigineret trafik. Der sker således ikke sammenblanding af fastnettrafik og mobiltrafik ved beregning af rabatterne.

Det konkurrenceretligt interessante ved de anmeldte standardaftaler er således, hvorvidt den i aftalerne indeholdte rabatordning i sin helhed eller enkelte dele indebærer risiko for konkurrencebegrænsende eller konkurrenceforvridende virkninger. Der vil nedenfor ske en nærmere gennemgang af rabatordningens enkelte elementer.

Standardaftalerne er som udgangspunkt tidsubegrænset og uopsigelige i 12 måneder for begge parter, hvorefter aftalen kan opsiges med 30 dages varsel til udløbet af en måned. Der er imidlertid ifølge standardaftalerne mulighed for at indgå kontrakter med op til tre års

uopsigelighed kombineret med særlige udtrædelsesvilkår jf. nærmere side 6.

Den i standardaftalerne indeholdte rabatordning er overordnet opbygget i fire dele. Storkunden har således for det første mulighed for at opnå rabat på abonnementsafgifterne på SIM-kortene (Subscriber Identity Module). Endvidere kan storkunden opnå rabatter på henholdsvis SMS-beskeder og mobiltrafikminutter, der begge gives ved fakturering af en lavere takst ved den månedlige afregning for forbruget af mobilminutter. ³ Endelig for det fjerde stilles en række serviceydelser gratis til rådighed for storkunderne.

For så vidt angår rabatten på abonnementsafgiften, er denne afhængig af antallet af (aktive) abonnemeter oprettet som enten tale-, data/telefax- eller E-mail abonnemeter. Grundafgiften på disse abonnementsformer er henholdsvis 64 kr., 32 kr. og 52 kr. om måneden. Rabatprocenten er imidlertid uafhængig af, hvilken konkret sammensætning af de forskellige abonnemestyper den pågældende storkunde har. Nedenstående tabel I angiver de mulige rabatter per abonnementskort, der kan opnås gennem fakturering af en lavere abonnementsafgift.

Tabel I - Rabat på abonnementsafgifter

Antal kort pr. måned	Rabat
1	
10	
20	
50	
100	
150	
200	
300	

Rabatprocenten fastlægges ud fra det samlede antal abonnemeter og beregnes forholdsmæssigt mellem de i tabellen viste intervaller.

Storkunderne opnår endvidere lavere taksering af deres SMS beskeder (tekstbeskeder) afsendt fra mobiltelefonerne, og kan realisere rabatter af følgende størrelser ved den månedlige afregning:

Tabel II - Rabat på SMS-beskeder

Antal SMS	Rabat pr. besked,
-----------	-------------------

pr. måned	hele døgnet
1 (Grundtakst)	
500	
1.000	
2.500	
5.000	
20.000	
50.000	

Rabatprocenten beregnes også her forholdsmæssigt mellem de viste intervaller.

Standardaftalerne indebærer også en rabattering på storkundernes forbrug af indenlandske mobilminutter gennem en lavere mobiltakst afhængig af det samlede månedlige forbrug. I beregningen af forbruget indgår mobilminutter medgået til udgående tale-, telefax-, data- eller E-mail minutter eksklusiv opkaldsforsøgsafgift og viderestilling. Beregningen af forbruget er opdelt efter, hvorvidt mobiltrafikken er sket i eller udenfor normaltid, hvor normaltid er fastsat som værende mandag - lørdag 08:00 - 19:30. Det skal i relation til rabatteringen udenfor normaltid anføres, at grundtaksten på 0,76 kr., der er gældende for alle kunder - såvel storkunder som ikke-storkunder - og som er anvendt ved analysen af rabatprocenterne udenfor normaltid - ligger 51,28\% under mobiltaksten på 1,56 kr., som opkræves indenfor normaltid.

Standard storkundeaftalerne indeholder flere forskellige muligheder for storkunderne til at aftale sig frem til et lavere niveau for taksering af minutforbruget end grundtaksterne 1,56 kr./0,76 kr.

Storkunden kan som udgangspunkt indgå en standard storkundeaftale indeholdende 12 måneders uopsigelighed for både storkundeaftalen og de underliggende abonnementer⁴. I en sådan aftale fastsættes det endvidere, at storkunden indenfor et nærmere fastsat tidsinterval på op til 24 måneder skal tilstræbe at opnå et mellem parterne fastsat minutforbrug og antal aktive abonnementer. Herved opnår storkunden i hele det aftalte tidsinterval en lavere takst - i forhold til grundtaksterne for mobiltelefoni - fastsat ud fra de i tabel III viste rabatter.

Såfremt storkunden ikke opnår det aftalte minutforbrug eller abonnementer er SONOFON alene berettiget til at foretage en tilbageregulering af differencen mellem de af parterne aftalte faste takster og den rabat, det aktuelle forbrug efter tabel III giver ret til. Ikke opfyldelse er således ikke forbundet med retlige konsekvenser, herunder opsigelse af aftalen.

Storkunden har som tidligere nævnt imidlertid også mulighed for ved indgåelse af aftale med SONOFON at fravige de 12 måneders uopsigelighed og binde sig uopsigeligt i enten 24 eller 36 måneder. Denne forlængelse er gældende både for selve storkundeaftalen og de underliggende abonnementer. Herved opnår storkunden i uopsigelighedsperioden de i tabel III viste rabatter på minuttaksten, der betegnes af SONOFON som værende variable på grund af, at storkunden ikke har forpligtet sig til at aftage en given mængde mobilminutter i forbindelse med forlængelsen.

Såfremt storkunden forpligter sig til en længere uopsigelighedsperiode er kunden for hver 12 måneders periode berettiget til at opsiges 10\% af de abonnementer under storkundeaftalen, som

har været aktive i mindst 12 måneder - dog således at der fortsat minimum er 10 aktive abonnemeter.

Idet storkunden ikke har forpligtet sig til at aftage et givet minutforbrug, vil storkunden have mulighed for at komme ud af aftalen ved betaling af den rabatterede abonnementsafgift for de tilknyttede abonnemeter i den resterende del af uopsigelsesperioden.

Tabel III - Rabat på minuttaksterne

Indenfor normaltid					
	Rabat på taksterne pr. minut				
Antal minutter pr. måned ⁵	12 måneders binding	24 måneders binding		36 måneders binding	
		Ikke aftalt forbrug	Aftalt forbrug	Ikke aftalt forbrug	Aftalt forbrug
500					
1.000					
5.000					
10.000					
50.000					
100.000					

For så vidt angår takseringen af forbruget af mobilminutter udenfor normaltid gælder der efter standardaftalerne en rabatstruktur, der er nøjagtig lig den i ovenstående tabel dog med en meget lille forskel i rabatprocenterne.

Endelig kan storkunden i sammenhæng med ovenstående forlængelse af uopsigelsesperioden, vælge at forpligte sig til på årsbasis at aftage et nærmere fastsat antal mobilminutter. Aftales denne yderligere forpligtelse opnår storkunden en endnu lavere minuttakst og dermed en højere rabattering som vist i tabel III. Storkunden kan maksimalt forpligte sig til at aftage 1.200.000 minutter per år, hvorfor den højeste rabatprocent, der kan opnås på mobilforbruget er xxxx\% og xxxx\% henholdsvis indenfor og udenfor normaltid.

Såfremt storkunden vælger at forpligte sig til at aftage et givent mindsteforbrug vil storkunden i år 1 være forpligtet til at opnå et forbrug svarende til 100\% af den aftalte mængde, medens kravet til forbruget i år 2 og 3 henholdsvis vil være 90\% og 80\% af det aftalte mindsteforbrug.

Opnår storkunden ikke det aftalte forbrug vil det resterende antal minutter blive faktureret til denne, medens eventuelt overskydende minutter i et år ikke kan overføres til et andet opgørelsesår.

Såfremt storkunden ønsker at udtræde af aftaleforholdet før udløbet af uopsigelighedsperioden er denne ikke alene forpligtet til at betale den rabatterede abonnementsafgift for den resterende del af uopsigelighedsperioden, men også for det forbrug storkunden har forpligtet sig til at aftage i denne periode.⁶

Standard storkundeaftalerne muliggør endelig, at der på abonnementssiden stilles en række serviceydelser gratis til rådighed for storkunderne efter dennes eget valg. Gratis til rådighedsstilling indebærer, at storkunderne ikke skal betale kvartalsafgift for abonnement på ydelserne. De gratisydelser storkunden kan vælge xxxx, xxxxxxxxx. Endvidere kan storkunderne xxxxxx.

SONOFON anfører overordnet angående opbygningen af rabatordningen i storkundeaftalerne, at denne er baseret på objektive, åbne og ikke diskriminerende principper, og har karakter af en mængderabat. SONOFON anser derfor ikke rabatordningen for værende konkurrencebegrænsende.

3.3 Det relevante marked

Ifølge de to anmeldte standard storkundeaftaler anvendes disse ved aftaleindgåelse med private personer og virksomheder samt stat, amt og kommuner, der opfylder kravet om minimum 10 aktive abonnementer og som følge heraf betegnes som værende storkunder. Anvendelsen af standard storkundeaftalerne er således ikke som udgangspunkt afhængig af om kunderne opnår et givent månedligt minutforbrug.

Beregnet på grundlag af SONOFONs grundtakster for mobilminutter og -abonnementer anses begrebet storkunde i nærværende sag at dække over kunder med en årlig udgift til mobiltelefoni fra omkring 15.000,- kr. og opefter. Dette er et lavere forbrugsniveau end påkrævet for at kunne indgå en storkundeaftale med Tele Danmark Mobil.

Målgruppen for de anmeldte standard storkundeaftaler anses derfor for at være (mellemstore og) storkunder - såvel private som offentlige.

Storkunder anses samlet for at være et særskilt markedssegment, eftersom disse kunder stiller særlige krav og har specielle behov hvad angår teletjenester, herunder mobiltelefoni. Dette markedssegment muliggør således i langt højere grad end almindelige privatkunder konkurrence på flere parametre end blot pris, hvorfor teleselskaberne har mulighed for at differentiere sig på en række områder. Endvidere er det et attraktivt markedssegment, fordi disse kunder ofte er ensbetydende med stor trafikvolumen, hvilket er et vitalt element for alle selskaber, idet der skal opnås en mindstevolumen i trafikmængden før det er rentabelt at være på mobilmarkedet. Det er således også dette markedssegment, der har været mest konkurrenceudsat siden liberaliseringen af telemarkedet.

For at være en udbyder på ovennævnte markedssegment er det en betingelse, at have adgang til et landsdækkende mobilnet. En sådan adgang kan enten opnås gennem ejerskab, lejeaftaler, samtrafikaftaler og/eller tjenesteudbyderaftaler. Andre teleoperatører end de nuværende kan derfor relativt nemt opnå adgang til dette marked. Det skal i denne forbindelse bemærkes, at de nuværende mobiltelefonioperatører opbygger meget infrastruktur, hvorfor der ikke vurderes indenfor en overskuelig periode at ville opstå kapacitetsproblemer, der skulle forhindre nye teleudbydere at leje sig ind.

Indtræden gennem ejerskab af teleinfrastruktur vil derimod være forbundet med meget store omkostninger og skal sammenholdes med, at frekvenslicenser og mastepositioner er begrænsede ressourcer, hvorfor adgang til markedet via ejerskab ikke umiddelbart er en realistisk mulighed.

Der vil i nærværende sag ikke blive skelnet mellem GSM- og NMT-nettene, idet de for så vidt angår almindelig mobiltelefoni vurderes at være internt substituerbare. Det skal i den forbindelse

bemærkes, at de frekvenser, der er afsat til NMT-nettet indenfor en kortere årrække vil overgå til brug for et eller flere GSM-net.

Det relevante produktmarked anses samlet for at være markedet for (mellemstore og) storkunders mobiltrafik.

Idet aftalerne vedrører storkunders landsdækkende mobiltrafik anses det relevante geografiske marked for at være Danmark.

3.4 Markedsaktørernes stilling

Dansk MobilTelefon I/S er en del af SONOFON Holding A/S - koncernen, hvor SONOFON Holding A/S er moderselskabet. Koncernen havde i 1998 en samlet omsætning på 2.347.140 t.kr., hvoraf 2.036.215 t.kr. stammede fra trafik- og abonnementsindtægter.

SONOFON har sammen med Tele Danmark A/S fået licens til drift af et GSM 900-net, medens Telia A/S og Mobilix A/S har licens til et GSM 1800-net. Tele Danmark A/S har endvidere eneret på NMT-nettene (450 og 900 MHz området).

Udover disse selskaber er debitel Danmark A/S aktør på markedet. Dette selskabet har til forskel fra de ovennævnte selskaber ikke eget net, men har på service provider betingelser opnået adgang til markedet. Der forventes endvidere yderligere konkurrenter på mobiltelefonimarkedet, herunder Interroute Danmark A/S.

Det er ikke muligt at opgøre markedsandelene for ovennævnte selskaber på det i nærværende sag relevante marked, men betragtes det samlede marked for mobiltelefonabonnementer kan følgende tabel over relevante markedsaktørers markedsandele opstilles²:

Tabel IV - Markedaktører på markedet for mobiltelefoniabonnementer

	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 \%

Tallene i ovenstående tabel gælder for det samlede mobilmarked, og skal derfor anvendes med

forsigtighed i nærværende sag. Faldet i SONOFONs markedsandele fra medio 1998 til primo 1999 kan tildels forklares ved udviklingen på privatkundemarkedet som følge af introduktionen af taletidskort. Således er op imod 80\% af Telia A/S' og Mobilix A/S' kunder taletidskunder, hvorfor disse selskaber ikke vurderes at have særlig store markedsandele på markedet for (mellemstore og) storkunder. SONOFON vurderes at have en markedsandel på over 40\%, men under 50\% af det i nærværende sag relevante marked.

Det skal i denne forbindelse bemærkes, at SONOFON er at betragte som second mover på markedet for mobiltelefoni, idet selskabet i 1992 fik en GSM 900-licens samtidig med Tele Danmark, der dog allerede på det tidspunkt i en årrække havde haft NMT-licens. SONOFON har således i forhold til Mobilix, Telia og debitel haft længere tid til at opbygge en kundebase af storkunder, og dermed en god markedsposition på det i nærværende sag relevante marked. Dette er af betydning, idet storkunder anses for at være mere loyale overfor deres teleselskaber end almindelige forbrugere som følge af blandt andet ikke uvæsentlige switching costs ved skift af teleselskab. Dette vanskeliggøre alt andet lige andre selskabers indtræden på markedet, og er med til at give Tele Danmark og SONOFON en god konkurrenceposition.

4. Vurdering

De af SONOFON anmeldte standard storkundeaftaler er fortrinvist blevet anvendt til aftaleindgåelse med private virksomheder samt offentlige myndigheder. Anvendelsen af standardaftalerne sker således i forbindelse med udøvelsen af erhvervsvirksomhed, og er som følge heraf omfattet af konkurrenceloven, jf. dennes § 2, stk. 1. Aftalerne er ikke EU-fritaget og de vil ikke finde anvendelse for parter, der er en del af samme koncern, hvorfor lovens §§ 4 og 5 ikke finder anvendelse.

Konkurrencelovens § 6

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

Det skal indledningsvist bemærkes, at der indtil 1. marts 1999 skete en prisregulering i form af maksimalprisfastsættelse for udbud af grundabonnementer jf. Bekendtgørelse nr. 647 om videreførelse af maksimalpriser for visse offentlige mobilkommunikationstjenester af 4. august 1997. Den centrale prisregulering har i en vis udstrækning medført en uniformering af markedsprisen på maksimalprisniveauet, og dermed en begrænsning i brugen af pris som konkurrenceparameter, for ikke at give myndighederne bevæggrund til at nedsætte maksimalprisen. Konkurrencen mellem teleselskaberne om storkunderne er derfor i særdeleshed sket gennem rabat- og bonusordninger.

Det er af generel betydning for vurderingen af rabatordningen, at denne ikke direkte eller indirekte indeholder krav om eksklusivitet. Storkunden er således såvel før som efter kontraktindgåelse med SONOFON berettiget til at købe teleydelser hos andre teleselskaber. Storkunden har derfor både valgmulighed i relation til hvilket teleselskab denne ønsker at bruge og hvilke teletjenester denne ønsker at erhverve hos SONOFON, så længe kravet om minimum 10 aktive abonnementer opfyldes. Det er endvidere op til storkunden, hvorvidt alle de tjenester som denne erhverver hos SONOFON, skal indgå i standardaftalen. Storkunden er således berettiget til kun at indgå aftale om en del af sine abonnementer hos SONOFON, såfremt dette er mere fordelagtigt for denne. I denne forbindelse er det også af betydning, at standardaftalerne ikke sammenblander storkundens trafik på henholdsvis fast- og mobilnettet i den anmeldte ordningen, men alene omhandler mobiltrafik.

Det er også af betydning, at standardaftalerne ikke indeholder nogen former for engelske klausuler, idet den informationsudveksling, der er forbundet med engelske klausuler kan have konkurrenceskadelig virkninger.

For så vidt angår rabatten på forbruget af mobiltelefoni beregnes denne alene ud fra antal mobilminutter medgået til udgående tale, telefax, data eller E-mail eksklusiv opkaldsforsøgsafgift og viderestilling, hvorfor beregningsgrundlaget anses for at være et objektive kriterium, som anvendes konsekvent overfor alle storkunder. Dette vil sikre, at der ikke sker diskrimination mellem storkunderne.

Der er imidlertid ikke for så vidt angår rabatten på mobiltelefoni alene tale om en mængderabat som anført af SONOFON, idet rabatprocenten udregnes efter det samlede forbrug i den pågældende måned. Rabatten er således uafhængig af, om forbruget er sket gennem få store opkald eller mange små, hvorfor der er tale om en aggregeret rabat, der udregnes på grundlag af det samlede forbrug af mobilminutter medgået til forskellige teleydelser, hvorved rabatten også kan karakteriseres som en samlerabat.

Der kan stilles spørgsmålstejn ved den omkostningsmæssige begrundelse for, at rabatprocenten på minuttaksten indenfor samme minutforbrug kan variere betragteligt både indenfor eller udenfor normaltid, alene fordi storkunden binder sig til en længere uopsigelighed og/eller et givent minutforbrug.

SONOFON anfører som begrundelse herfor, at en længere bindingsperiode indebærer, at omkostningerne forbundet med erhvervelsen af et abonnementsforhold kan fordeles ud over en længere periode, hvilket vil indebære en lavere minuttakst. Endvidere anføres det, at en længere bindingsperiode eller et garanteret minutforbrug medfører bedre budgettering og planlægning af kapacitetsbehovet for SONOFON, hvilket mindsker den overkapacitet som SONOFON af sikkerhedsmæssige hensyn skal budgettere med, og dermed mindskes omkostningerne, hvilket giver mulighed for lavere taksering. Endelig anfører SONOFON, at kundens bidrag til omkostningerne ved forretning og afskrivning af SONOFONs netværk stiger jo længere aftaleperioden er, hvilket afspejles i form af lavere minuttakster.

Det er som udgangspunkt ikke nogen betingelse for indgåelse af en storkundeaftale med SONOFON, at kunden forpligter sig til at opnå et givent minutforbrug eller binder sig for en længere uopsigelighedsperiode end 12 måneder. Vælger storkunden imidlertid at indgå aftale herom, hvilket variationerne i rabatprocenterne for mobilminutforbruget er et væsentligt incitament til, er der risiko for konkurrencebegrænsning. Storkunden er i hele uopsigelighedsperioden - og dermed op til 3 år - begrænset i sine muligheder for at skifte til et andet teleselskab. Storkunden er således kun berettiget til under nærmere fastsatte betingelser hver 12. måned at opsige op til 10% af de abonnementerne, som har været aktive i mere end 12 måneder. Dette binder storkunden til SONOFON. En binding, der afgørende forstærkes af, at førtidig udtræden indebærer en forpligtelse til at betale såvel den rabatterede abonnementsafgift som et eventuelt aftalt minutforbrug for den resterende uopsigelighedsperiode. Førtidig udtræden kan således være forbundet med væsentlige økonomiske konsekvenser, hvilket for mange af SONOFONs storkunder de facto har den konsekvens, at de er bundet til SONOFON i hele uopsigelighedsperioden. Dette skal ses i lyset af, at SONOFON er en markedsaktør med en betydelig markedsbetydning.

Det skal endvidere i denne forbindelse bemærkes, at hvis storkunden forpligter sig til at opnå et nærmere fastsat minutforbrug, vil storkunden skulle betale for den givne mængde minutter uanset om disse konkret aftages gennem forbrug. Dette vil også have en begrænsende virkning på storkundens muligheder for at skifte mellem de forskellige teleoperatører.

Storkunden har derimod ikke noget incitament til at aftage mere end det aftalte, idet der efter det oplyst ikke er nogen former for meromsætningsrabatter

Der er ikke i rabatordningen opstillet noget krav om vækst i hverken forbruget af mobilminutter eller antallet af aktive abonnementer, hvilket er af betydning, idet et sådant vækstkrav ville indebære en risiko for konkurrenceskadelig diskriminering mellem storkunderne.

Det skal endelig anføres, at tilrådighedsstillelse af gratis ydelser ikke kan være omkostningsbegrundet ud fra stordriftsfordele, bedre kapacitetsplanlægning m.v. Tilrådighedsstillelse af gratis ydelser sker således alene ud fra afsætningsmæssige hensyn.

På baggrund af ovenstående og ud fra en samlet vurdering anses de af SONOFON anmeldte standard storkundeaftaler at kunne have konkurrencebegrænsende virkninger til følge, hvorfor aftalerne er omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1.

Som følge af, at standard storkundeaftalerne er omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1, kan der ikke meddeles SONOFON en ikke-indgrebserklæring i medfør af konkurrencelovens § 9.

<SMALL>Konkurrencelovens § 7</SMALL>

Allerede som følge af, at SONOFON er en del af SONOFON Holding A/S - koncernen, hvis samlede omsætning overstiger 1 mia. kr., jf. nærmere afsnit 3.4, finder bagatelreglen i konkurrencelovens § 7 ikke anvendelse.

<SMALL>Konkurrencelovens § 8</SMALL>

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 standard storkundeaftalerne muliggør opnåelse af fordele gennem bedre kapacitetsudnyttelse og kapacitetsplanlægning, herunder åbner mulighed for at mindske SONOFONs overkapacitet. Herved forbedres effektiviteten i SONOFONs brug af dets GSM-net til levering af teletjenester.

Som følge af den intense konkurrence på mobilområdet, især for så vidt angår storkunder, bliver det i stadig stigende grad nødvendigt for teleoperatørerne at optimere deres brug af netkapaciteten for derigennem at mindske enhedsomkostningerne, og dermed til stadighed have mulighed for at kunne tilbyde fordelagtige kundeløsninger.

Optimal anvendelse af netkapacitet er også vigtig for at kunne efterkomme den fortsat stigende efterspørgsel efter kapacitet som følge af den teknologiske udvikling.

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

§ 8, stk. 1, nr. 2:

Storkunderne vil som følge af de anmeldte standardaftaler opnå en række fordele i form af billigere teletjenester.

Det kan endvidere ikke udelukkes, at den endelige forbrugere også vil kunne opnå fordele af de omkostningsbesparelser som storkunderne opnår gennem rabatordningerne, idet storkunderne som følge af konkurrencepres på deres marked i en eller anden udstrækning vil anvende de sparede omkostninger til prisnedsættelser eller kvalitetsforbedringer af deres varer og/eller tjenesteydelser.

Idet forbrugerbegrebet i konkurrencelovens § 8, stk. 1, nr. 2 skal forstås bredt anses kravet i § 8, stk. 1, nr. 2 for at være opfyldt.

§ 8, stk. 1, nr. 3:

Det skal i relation til § 8, stk. 1, nr. 3 særligt vurderes, hvorvidt standard storkundeaftalernes bestemmelser vedrørende udtræden før udløbet af en given uopsigelsesperiode (førtidig udtræden), er mere vidtgående end hvad der er nødvendigt for at opnå de under § 8, stk. 1, nr. 1 og 2 nævnte fordele.

Det skal indledningsvist anføres, at standard storkundeaftalerne konkret udmøntes i individuelle

kommercielle aftaler, der indgås mellem parter, hvis forhandlingsstyrke må anses for at være tilnærmelsesvis lige stor. Det er i den forbindelse endvidere af betydning, at der som udgangspunkt kun gælder en uopsigelighed på 12 måneder, hvorfor storkunden relativt hurtigt har mulighed for at komme ud af et aftaleforhold med SONOFON uden at skulle betale bod. Indgåelse af aftaler med en længere uopsigelighedsperiode end 12 måneder er i sådanne situationer konkurrenceretligt bedømt mindre problematiske.

Storkunderne skal imidlertid også ved forlænget uopsigelighed have mulighed for på rimelige og objektive vilkår at kunne udtræde af aftaleforholdet førtidigt. Sidstnævnte forhold skal sammenholdes med, at der normalt i et aftaleforhold skal betales en kompensation ved førtidig opsigelse.

Storkunderne er ifølge det af SONOFON oplyste berettiget til at udtræde, hvornår de måtte ønske det, uanset hvor lang tids uopsigelighed der er aftalt.

Udtræden af et aftaleforhold med forlænget uopsigelighed uden aftalt mindsteforbrug indebærer en forpligtelse til at betale den rabatterede abonnementsafgift for alle abonnementer i den resterende uopsigelighedsperiode. Set i forhold til ovennævnte betragtninger - og ud fra en helhedsvurdering af sådanne aftaleforhold - anses dette ikke for at være en konkurrenceretlig problematisk konsekvens af førtidig udtræden af abonnementsforholdet.

Såfremt storkunden i forbindelse med en forlænget uopsigelighedsperiode har forpligtet sig til at aftage et givent minutforbrug per år vil førtidig udtræden ikke alene medfører en forpligtelse til at betale den rabatterede abonnementsafgift for den resterende uopsigelighedsperiode, men også for det aftalte mindsteforbrug selvom dette ikke konkret aftages. Dette vil for mange storkunder være en så stor økonomisk "bod", at det væsentligt mindsker disses mulighed og incitament til førtidig opsigelse, hvilket skal ses i sammenhæng med de store switching costs, der i forvejen eksisterer for storkunderne ved skift til et andet teleselskab. Vilkårene anses derfor for de facto at binde storkunderne til SONOFON for hele uopsigelighedsperioden.

Vilkårene for førtidig udtræden skal endvidere sammenholdes med, at standardaftalerne ikke indeholder en revisionsklausul, der gør det muligt for storkunderne at få sat det aftalte mindsteforbrug ned, såfremt storkunden efter aftaleindgåelsen viser sig ude af stand til at opnå det aftalte mindsteforbrug. Storkunden er således "tvunget til" at aftage det aftalte minutforbrug i hele uopsigelighedsperioden - dog modificeret af den tidligere omtalte 10 % nedsættelse per år - uanset om dette forbrug konkret kan aftages.

De økonomiske konsekvenser for SONOFON ved førtidig udtræden af en aftale med aftalt minutforbrug anses ikke for at være så forskellige fra førtidig udtræden af en lignende aftale uden aftalt minutforbrug, at det berettiger til den væsentlige forskel mellem de to aftaletyper vedrørende storkundens økonomiske forpligtelse ved førtidig udtræden. Aftaler med fastsat mindsteforbrug må således blandt andet anses for at være forbundet med færre omkostninger for SONOFON til den af sikkerhedsmæssige årsager nødvendige overkapacitet end lignende aftaler uden mindsteforbrug.

Endelig anses vilkårene for førtidig udtrædelse af aftaler med aftalt mindsteforbrug at gå længere end hvad der vurderes at være nødvendigt for at sikre de under § 8, stk. 1, nr. 1 omtalte fordele.

Vilkårene for førtidig opsigelse af storkundeaftaler med aftalt mindsteforbrug skal derfor ændres, således at storkunden skal betale den rabatterede abonnementsafgift for den resterende del af uopsigelighedsperioden tillagt forskellen mellem den opnåede rabat og den rabat som er berettiget givet det aftalte mindsteforbrug og den faktiske løbetid.

For så vidt angår gratisydelse kan disse ikke være begrundet i omkostningsbesparelser, og vurderes derfor at være afsætningsmæssigt begrundet. Det skal imidlertid bemærkes, at gratisydelse opnås i relation til teletjenester, som er sekundære i forhold til den af

storkunderne egentlige efterspurgte teleydelse i form af basal mobiltelefoni. Dette skal sammenholdes med, at den beløbsmæssige værdi af gratis ydelserne ud fra en storkundes samlede udgifter til mobiltelefoni vurderes at være af mindre betydning. Samlet anses gratisydelserne ikke for at have troskabsbindende effekt på storkunderne.

På det foreliggende grundlag findes § 8, stk. 1, nr. 3 at være opfyldt, såfremt vilkårene for førtidig udtræden af storkundeaftaler med fastsat mindsteforbrug højst fastsættes til den rabatterede abonnementsafgift for den resterende del af uopsigelsesperioden tillagt en tilbageregulering af den af SONOFON ydede rabat svarende til, hvad det aftalte forbrug og den faktiske løbetid berettiger.

§ 8, stk. 1, nr. 4:

Det skal i relation til § 8, stk. 1, nr. 4 anføres, at der på nuværende tidspunkt eksisterer en intens konkurrence på markedet for storkunders mobiltelefoni. Dette skal sammenholdes med, at adgangen til markedet ikke er forbundet med regulatoriske eller praktiske barrierer og at SONOFONs rabatordning ikke vurderes at virke markedsafskærmende. Vurderet på baggrund af det samlede rabatniveau og opbygningen af rabatsystemet burde andre selskaber således være i stand til at tilbyde tilsvarende ordninger.

I sammenhæng med ovenstående skal det bemærkes, at SONOFONs storkundeaftaler faktisk har haft en konkurrenceforøgende effekt på interbrand konkurrencen, i og med at Tele Danmark Mobil har følt sig tvunget til at udarbejde en konkurrencedygtig ordning som modsvar til nærværende rabatordning. Dette er af betydning set i lyset af den tidligere omtalte prisregulering på mobilabonnementer.

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

5. Fortrolighed

SONOFON har anmodet om, at alle talmæssige angivelser af rabatprocenter, herunder gratisydelser, alle tidsangivelser i relation til varigheden af SONOFONs storkundeaftaler, alle talangivelser af minimumsforbrug, antal indgåede storkundeaftaler og lignende udelades ved offentliggørelsen af nærværende notat, idet SONOFON anser oplysningerne for at være af væsentlig økonomisk betydning.

I medfør af konkurrencelovens § 13, stk. 4, 1. pkt. kan drifts- og forretningshemmeligheder ikke offentliggøres, for så vidt det er af væsentlig økonomisk betydning for den virksomhed, oplysningerne angår. Det følger imidlertid af lovbemærkningerne til denne bestemmelse, at "*det vil gøre formålet med offentliggørelse af afgørelser illusorisk, hvis forretningsforhold som sådan kan undtages fra offentlighed. Det er af væsentlig betydning for forståelsen og anvendelsen af en afgørelse, at det er muligt i et vist omfang at referere faktuelle oplysninger vedrørende drifts- og forretningsforhold*".

Styrelsen er opmærksom på, at specifikke økonomiske oplysninger vedrørende SONOFONs forhold til enkelt kunder skal udelades ved offentliggørelsen af nærværende rådsnotat. Det ses ikke, at notatet indeholder sådanne oplysninger.

Nærværende notat indeholder derimod oplysninger om, hvilke rabatsatser, der kan opnås ved indgåelse af et kontraktsforhold med SONOFON i form af en storkundeaftale. Set i sammenhæng med, at konkurrencen på telemarkedet om storkunder i høj grad foregår på ydelse af rabatter og bonuser vil der være en meget betydelig risiko for en uniformering af rabatsatserne på markedet for storkunder med deraf følgende neutralisering af konkurrencen, såfremt der sker offentliggørelse af de konkrete rabatsatser i nærværende notat. Dette forhold bør efter styrelsens opfattelse i den foreliggende sag konkret vægtes højere end ønsket om gennemsigtighed.

Det konkrete antal indgåede storkundeaftaler er ikke almindeligt kendt og har karakter af en

forretningshemmelighed. Oplysningen har heller ikke betydning for forståelsen af notatet.

Storkundeaftalernes løbetid er af betydningen i relation til vurderingen af vilkårene for udtrædelse af aftaler med aftalt mindsteforbrug. Oplysningerne vurderes ikke at kunne kategoriseres som egentlige drifts- eller forretningshemmeligheder, når den konkrete betydning af løbetiden i forhold til størrelsen af rabatsatserne ikke oplyses.

Oplysninger vedrørende kravet om minimum 10 aktive abonnemeter for at kunne indgå en storkundeaftale vil ikke blive udeladt allerede som følge af, at dette krav i hvert fald indirekte fremgår af SONOFONs hjemmeside på internettet.

På baggrund af ovenstående indstilles det, at SONOFONs begæring om vidtgående hemmeligholdelse af konkrete oplysninger kan imødekommes for så vidt angår talmæssige angivelser af rabatprocenter, herunder opremsningen af gratisydelse, samt angivelsen af det konkrete antal indgåede storkundeaftaler. Disse oplysninger udelades derfor ved offentliggørelsen af nærværende rådsnotat.

1 Dansk MobilTelefon I/S er en del af SONOFON Holding A/S - koncernen, hvor SONOFON Holding A/S er moderselskabet. Det kommercielle navn for den samlede koncern er SONOFON og vil blive anvendt i det følgende.

2 Ved en engelsk klausul forstås en aftalebestemmelse, hvor en leverandør fra aftagerne får leveret detaljerede oplysninger om de mest favorable tilbud fra konkurrerende virksomheder med henblik på altid at kunne tilbyde priser, der ikke overstiger konkurrenters laveste tilbudte priser jf. FT 1996-97, Tillæg A, side 3660, v. sp.

3 I nærværende sagsfremstilling angives rabatteringen i procenttal og ikke som i storkundeaftalerne ved lavere minutafgift, abonnementsafgift m.v.

4 For så vidt angår SAK-aftalen har de underliggende abonnemeter som udgangspunkt 6 måneders uopsigelighed.

5 For så vidt angår aftaler med 24 eller 36 måneders uopsigelighed og aftalt forbrug forpligter parterne sig til at aftage et givent antal minutter på årsbasis, der omregnet til pr. måned svarer til et gennemsnitligt forbrug pr. måned som vist i denne kolonne.

6 Dette er blandt andet telefonisk bekræftet af SONOFON/v. jurist Carsten Rasmussen.

7 Tallene medio 1998 er fra Telestyrelsens statistik. Tallene primo 1999 er baseret på Tele Danmarks og GN Store Nord's årsregnskab og for Telias og Mobilix' vedkommende på estimater ud fra selskabernes egne oplysninger til bl.a. dagspressen. Tele Danmarks tal er inklusiv NMT-abonnemeter. Af Sonofons kunder er 193.000 taletidskunder, hvilket tillige gælder for op imod 80 % af Telias og Mobilix.