

PUNKT 3: RÅDSMØDE DEN 26. JUNI 2013

26-6-2013
12/07519
/SUPO

**BERLINGSKE MEDIA A/S' OG
JP/POLITIKENS HUS A/S'
ADFÆRD PÅ MARKEDET FOR
RETTIGHEDER TIL
NYHEDSARTIKLER M.V.**

INDHOLDSFORTEGNELSE

1	RESUMÉ.....	1
2	AFGØRELSE	6
2.1	TILSAGN MED BILAG	6
2.1.1	TILSAGN	6
2.1.2	BILAG 1	9
2.1.3	BILAG 2	12
3	SAGSFREMSTILLING	15
3.1	INDLEDNING	15
3.1.1	Virksomhederne.....	17
3.1.1.1	Berlingske Media.....	17
3.1.1.2	JP/Politiken	17
3.1.1.3	Infomedia	17
3.1.1.4	Infomedias konkurrenter.....	18
3.2	FAS FUSIONEN	19
3.2.1	De relevante markeder og vurdering	19
3.2.1.1	Markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v.	20
3.2.1.2	Markedet for presseovervågning	21
3.2.1.3	Markedet for adgang til søgning i nyhedsarkivdatabaser	23
3.2.2	Tilsagn.....	24
3.3	BERLINGSKE MEDIAS KONTRAKTER MED INFOMEDIA OG NEWSWATCH.....	24
3.3.1	Indkøbspris pr. elektronisk presseklip	25
3.3.1.1	Infomedia og Newswatch (2011).....	26
3.3.1.2	Newswatch, kontrakt for 2010	27
3.3.2	Årlige / halvårige minimumsbetalinger	27
3.3.2.1	Infomedia	27
3.3.2.2	Newswatch.....	28
3.3.3	Øvrige vilkår.....	29
3.4	JP/POLITIKENS KONTRAKTER MED INFOMEDIA OG NEWSWATCH	29
3.4.1	Indkøbspris pr. elektronisk presseklip	30
3.4.1.1	Jyllands-Posten.....	30
3.4.1.2	Politiken.....	31
3.4.1.2.1	Infomedia	31
3.4.1.2.2	Newswatch.....	31
3.4.1.3	Ekstra Bladet.....	32
3.4.1.3.1	Infomedia	32
3.4.1.3.2	Newswatch, kontrakt for 2010	32
3.4.1.3.3	Newswatch, kontrakt for 2011	32
3.4.2	Årlige / halvårige minimumsbetalinger	33
3.4.2.1	Jyllands-Posten.....	33
3.4.2.2	Politiken.....	33
3.4.2.3	Ekstra Bladet.....	34
3.4.3	Øvrige vilkår.....	34
4	HØRING	36
4.1	PARTSHØRING.....	36
4.1.1	Berlingske Medias høringssvar	36
4.1.2	JP/Politikens høringssvar	38

4.2	HØRING AF INFOMEDIAS KONKURRENTER	40
4.2.1	Retriever Danmarks hørings svar	40
4.2.2	Meltwaters hørings svar	42
5	VURDERING	44
5.1	MARKEDSAFGRÆNSNING	44
5.1.1	Det relevante produktmarked	44
5.1.2	Det relevante geografiske marked	46
5.1.3	Konklusion vedrørende markedsafgrænsning	46
5.2	KONKURRENCELOVENS § 11	46
5.2.1	Dominerende stilling	47
5.3	RETSGRUNDLAGET	49
5.4	TILSAGNETS ORDLYD	50
5.5	AFGØRELSENS ORDLYD OG FORMÅL	50
5.6	RETSPRAKSIS VEDRØRENDE DISKRIMINATION	52
5.7	KONKLUSION OM FORTOLKNING AF AFGØRELSEN OG TILSAGNET	54
6	VURDERING – PRISER OG VILKÅR – BERLINGSKE MEDIA	55
6.1	PRISER	55
6.1.1	Indkøbspris pr. elektronisk presseklip - Newswatch, kontrakt for 2010	55
6.1.2	Newswatch, 2011 – forskellige beløbsgrænser	57
6.1.3	Årlige / halvårige minimumsbetalinger	57
6.1.4	Berlingske Media – Newswatch, kontrakt for 2011	58
6.2	ØVRIGE VILKÅR	59
6.2.1	Prisreduktion ved forringet kvalitet	59
6.2.2	Medieovervågningsvirksomheders lagring af og søgning i redaktionelt materiale	60
6.2.3	Slutkunders lagring af og søgning i købte elektroniske presseklip	60
6.2.4	Kundebegrænsninger	60
6.2.5	Leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer	61
6.3	KONKURRENCELOVENS § 11	61
6.4	KONKLUSION	62
7	VURDERING – PRISER OG VILKÅR – JP/POLITIKENS HUS	64
7.1	PRISER	64
7.1.1	Indkøbspris pr. elektronisk presseklip - Newswatchs kontrakt for 2010 med Jyllands-Posten	64
7.1.2	Øvrige kontrakter	66
7.1.3	Newswatch – forskellige beløbsgrænser	66
7.1.4	Årlige / halvårige minimumsbetalinger	67
7.1.4.1	Newswatch, kontrakt for 2011	67
7.2	ØVRIGE VILKÅR	68
7.2.1	Udsendelsestidspunkt, Jyllands-Posten	68
7.2.2	Prisreduktion ved forringet kvalitet	69
7.2.3	Medieovervågningsvirksomheders lagring af og søgning i redaktionelt materiale	69
7.2.4	Kundebegrænsning, Jyllands-Posten	70
7.2.5	Leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer	70
7.3	KONKURRENCELOVENS § 11	70
7.4	KONKLUSION	71
8	VURDERING AF TILSAGN MED BILAG	73

9	KONKLUSION	76
10	BILAGSOVERSIGT	77

1 RESUMÉ

- 1 Denne sag drejer sig om Berlingske Media A/S' (herefter Berlingske Media) og JP/Politikens Hus A/S' (herefter JP/Politiken) adfærd på markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har haft betænkeligheder i forhold til, om Berlingske Media og JP/Politiken (herefter parterne) ved deres priser og vilkår for levering af elektroniske presseklip har overholdt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af Politikens, Berlingske Tidendes og Jyllands-Postens fælles oprettelse af joint venture-selskabet FAS (nu Infomedia A/S). Styrelsen har endvidere haft betænkeligheder i forhold til, om parterne ved deres priser og vilkår for levering af elektroniske presseklip har overtrådt konkurrencelovens § 11.
- 2 Konkurrencerådet godkendte den 25. september 2002 et samarbejde mellem Politiken, Berlingske Tidende og Jyllands-Posten om oprettelse af et joint venture, FAS, som sælger medieovervågningsydelser på baggrund af indhold fra blandt andet moderselskabernes dagblade. Etableringen af joint venture-samarbejdet indebærer blandt andet, at FAS fik tildelt en tidsbegrænset eneret til at udnytte redaktionelt stof i elektronisk form fra moderselskabernes landsdækkende dagblade.
- 3 Politiken, Berlingske Tidende og Jyllands-Posten afgav, som vilkår for fusionens godkendelse, følgende tilsagn:
- 4 *"Parterne giver tilsagn om fra 1. juli 2004 at tilbyde andre markedsaktører aftaler om levering af elektronisk presseklip fra publikationer med et oplag på 40.000 eks. eller mere, som parterne leverer til FAS' presseovervågning, på ikke-diskriminerende vilkår. JydskeVestkysten er undtaget fra leveringspligten."*
- 5 Fra fusionen og i perioden frem til 1. juli 2004 havde FAS ifølge tilsagnet eneret til at udnytte redaktionelt stof i elektronisk form fra parternes landsdækkende dagblade. Eneretten blev forlænget frem til 1. juli 2007, idet FAS årsomsætning ved presseovervågning ikke oversteg [...] mio. kr.¹
- 6 Det overordnede formål med tilsagnet var at imødekomme Konkurrencerådets betænkeligheder ved fusionen om, at samarbejdet mellem moderselskaberne indebærer en risiko for, at moderselskaberne ville samordne deres adfærd på markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v. ved for alle publikationer at nægte at levere til Infomedias konkurrenter eller ved at tilbyde Infomedias konkurrenter aftaler på diskriminerende vilkår i forhold til

¹ Svarende til en markedsandel på [...] pct. (på baggrund af 2004-tal)

Infomedia. Ved at gå sammen om etableringen af FAS øgedes moderselskabernes indtjeningsmuligheder markant. Samtidig konstaterede Konkurrencerådet, at der lå en mulighed for afskærmning over for FAS' konkurrenter på medieovervågningsmarkedet. FAS vurderedes at være den eneste medieovervågningsvirksomhed, som var sikret levering fra Politiken, Berlingske Tidende og Jyllands-Posten, der tilsammen, for så vidt angik de landsdækkende dagblade, havde en markedsandel på [80-90] pct.

- 7 I 2006 opkøbte Infomedia konkurrenten Ajour Klip Gruppen A/S, der også leverede presseklip og resuméer, og i 2009 opkøbte Infomedia overvågnings- og analysebureauet Cision Danmark A/S. Da styrelsen modtog en klage over Berlingske Medias og JP/Politikens priser og vilkår, var der, udover Infomedia, to virksomheder på markedet for presseovervågning, Infopaq og Newswatch. Infopaq og Newswatchs markedsandele udgjorde tilsammen mindre end ti pct. af markedet for presseovervågning. Infopaq blev i sommeren 2012 opkøbt af Infomedia. Omtrent samtidig blev Newswatch opkøbt af svensk/norske Retriever.
- 8 Nærværende sag er foranlediget af en klage fra Infopaq. Hverken Infopaq eller Newswatch (i dag Retriever Danmark A/S) har indsigt i, hvilke vilkår Infomedia har i sine aftaler med henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken om levering af elektroniske presseklip. Baseret på de forhandlinger Infopaq og Newswatch havde med kunder, som de i flere tilfælde tabte til Infomedia, mente begge, at Infomedia tilsyneladende måtte opnå mere fordelagtige vilkår hos Berlingske Media og JP/Politiken end Infopaq og Newswatch, og på denne baggrund havde en konkurrencefordel på markedet for presseovervågning. Idet Infopaq som nævnt er blevet opkøbt af Infomedia, omhandler nærværende sag alene Infomedias og Newswatchs kontrakter med henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken.
- 9 Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at der kan afgrænses et marked for rettigheder til nyhedsartikler m.v. og styrelsen kan ikke afvise, at parterne indtager en kollektivt dominerende stilling på dette marked.
- 10 Publikationerne Berlingske (tidligere Berlingske Tidende), B.T., Weekendavisen, Urban (eksisterede frem til januar 2012), Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet har alle et oplag på 40.000 eksemplarer eller mere og er omfattet af leveringspligten. Ved den umiddelbare vurdering af pligten til at tilbyde levering på ikke-diskriminerende vilkår lægger styrelsen vægt på, at ensartede tilfælde af salg af tilladelser til udnyttelse af nyhedsartikler mv. i elektronisk form ikke må behandles forskelligt - medmindre at der foreligger en objektiv begrundelse for forskelsbehandlingen.

- 11 Styrelsen har foretaget en sammenligning af vilkårene i parternes kontrakter med henholdsvis Infomedia og Newswatch om levering af elektroniske presseklip. Denne umiddelbare sammenligning giver anledning til betænkeligheder vedrørende følgende kontraktvilkår:
- *Indkøbspris pr. elektronisk presseklip:* Infomedia og Newswatch afregner i en række tilfælde efter forskellige prissystemer. Newswatch betaler derved en højere pris pr. elektronisk presseklip, end hvis Newswatch havde betalt efter Infomedias prissystem.
 - *Minimumsbetalinger:* Krav om minimumsbetaling medfører, at Newswatch *de facto* betaler en væsentligt højere indkøbspris pr. elektronisk presseklip end Infomedia i de tilfælde, hvor Newswatch ikke lever op til kravet om minimumsbetaling. Infomedia har på grund af høj omsætning ikke været berørt af hverken Berlingske Medias eller JP/Politikens krav til minimumsbetaling.
 - *Dybe links:* Infomedia anvender dybe links, dvs. direkte links til artikler på parternes internetudgivelser. Parterne tillader ikke Newswatch at anvende dybe links.
- 12 Styrelsen har desuden betænkeligheder vedrørende følgende øvrige kontraktvilkår:
- *Forskellige beløbsgrænser:* Beløbsgrænserne i Infomedias kontrakter med henholdsvis Berlingske Media og Jyllands-Posten indeksreguleres, hvorved beløbsgrænserne bliver højere end i Newswatchs kontrakter.
 - *Udsendelsestidspunkt:* Newswatch er forpligtet til ikke at udsende materiale fra Jyllands-Posten inden kl. 07.00, mens Infomedia ingen begrænsninger underlagt.
 - *Prisreduktion ved forringet kvalitet:* Det fremgår af Infomedias aftaler med henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken (Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet), at Infomedia har krav på kompensation ved forringet kvalitet af leveringen af elektroniske presseklip. Newswatch har ikke et tilsvarende vilkår.
 - *Slutkunders lagring af og søgning i redaktionelt materiale:* Det fremgår af Berlingske Medias aftale med Newswatch for 2010, at det skal fremgå af Newswatchs kundefølgende, at kunden ikke må lagre indhold i egne elektroniske genfindingsystemer. Infomedia har ikke et tilsvarende vilkår.

- *Kundebegrænsninger:* Newswatch afskæres i en række tilfælde fra at levere elektroniske presseklip til privatpersoner. Infomedia er ikke begrænset med hensyn til kunder.
 - *Leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer:* Infomedia får leveret redaktionelt materiale fra Berlingske Media tidligere på døgnet end Newswatch. Infomedia får desuden leveret materiale to gange om dagen fra begge parter, mens Infomedias konkurrenter modtager materiale én gang om dagen.
- 13 Selvom Newswatch i et enkelt tilfælde til dels stilles bedre end Infomedia, så giver forskelle i de nævnte vilkår anledning til betænkeligheder i forhold til, om Berlingske Media og JP/Politiken overholder vilkåret om ikke-diskrimination for Konkurrencerådets godkendelse af FAS-fusionen. Forskellene giver endvidere anledning til betænkeligheder i forhold til, om der er sket en forskelsbehandling i strid med konkurrencelovens § 11.
 - 14 Infomedias konkurrenter har endvidere påpeget, at de i modsætning til Infomedia ikke har ret til at danne arkiv og sælge adgang hertil. Styrelsen vurderer imidlertid ikke, at arkiv er omfattet af fusionstilsagnet. I FAS-afgørelsen afgrænses et særskilt marked for "adgang til søgning i nyhedsdatabaser", mens tilsagnet retter sig mod "markedet for rettigheder til nyhedsartikler mv.". Der gælder således ikke en leveringspligt for parterne med henblik på levering af redaktionelt materiale til arkiv. Spørgsmålet vedrørende arkiv behandles derfor ikke i nærværende afgørelse, jf. konkurrencelovens § 14, stk. 1, 4. pkt.
 - 15 Hertil bemærkes dog, at såfremt Infomedia sammenkæder salg af medieovervågning med arkivadgang vil det efter omstændighederne kunne være en overtrædelse af konkurrencelovens § 11. Infomedia er efter det foreliggende dominerende på markedet for salg af medieovervågning.
 - 16 Berlingske Media og JP/Politiken har - efter drøftelser med styrelsen - tilbudt at afgive tilsagn med bilag, der præciserer tilsagnet af 25. september 2002. Tilsagn med bilag imødekommer de betænkeligheder, som styrelsen har identificeret ved sin umiddelbare vurdering. Styrelsen har derfor ikke foretaget en endelig og ressourcekrævende vurdering af, hvorvidt Berlingske Media og JP/Politiken har overtrådt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af FAS-fusionen og konkurrencelovens § 11. Parterne bestrider at have overtrådt vilkåret for fusionen samt at have overtrådt konkurrencelovens § 11.
 - 17 Tilsagnet gentager, at parterne skal levere redaktionelt indhold fra parternes publikationer til alle andre aktører på markedet for medieovervågning på ikke-

diskriminerende vilkår, hvis parterne leverer materiale til Infomedia. Tilsagnet præciserer, at leveringsvilkår overfor andre markedsaktører, der er identiske med de vilkår, som tilbydes Infomedia, men som uden objektiv begrundelse stiller andre aktører ringere i konkurrencen på medieovervågningsmarkedet, anses ikke for at opfylde kravet om at være ikke-diskriminerende. Dermed må parterne ikke fremadrettet stille krav om eksempelvis en høj minimumsbetaling, der medfører *de facto* diskrimination af konkurrenter med en lille omsætning sammenlignet med Infomedia. I Bilag 1 og 2 er fastsat et maksimum for den abonnements- og/eller minimumsbetaling, som parterne fremadrettet kan opkræve som betaling for at levere redaktionelt materiale til medieovervågningsvirksomheder.

- 18 Tilsagnet udvider leveringspligten til også at omfatte dybe links samt publikationer med et oplag under 40.000 stk. Tilsagnet omfatter desuden indhold fra parternes internetudgivelser samt udgivelser på øvrige teknologiske platforme, herunder betalingssites, i det omfang materiale herfra stilles til rådighed for Infomedia.
- 19 Ved vurderingen af, om sagen kan afsluttes med tilsagn, er der lagt vægt på en helhedsbedømmelse af flere forhold.
- 20 For det første medfører afgivelsen af tilsagn med bilag, at der opnås et resultat, der har samme eller bedre effekt på konkurrencen, som hvis der blev udstedt et påbud, jf. konkurrencelovens § 12e, stk. 3.
- 21 For det andet giver en tilsagnsløsning mulighed for at inddrage forhold på det relevante marked, der ikke umiddelbart er omfattet af fusionstilsagnet og dermed skabe et tilsagn, der i højere grad er fremtidssikret.
- 22 Endelig er en tilsagnsløsning ressourcebesparende for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, idet styrelsen ikke skal foretage en endelig vurdering af, om Berlingske Media og JP/Politiken ved deres priser og vilkår for levering af elektroniske presseklip har overholdt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af FAS-fusionen og om parterne ved deres priser og vilkår har overtrådt konkurrencelovens § 11.

2 AFGØRELSE

23 Det meddeles Berlingske Media A/S og JP/Politikens Hus A/S, at

- det afgivne tilsagn med bilag imødekommer Konkurrencerådets betænkeligheder i forhold til overholdelse af vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af 25. september 2002 af oprettelsen af det fælles joint venture selskab FAS (nu Infomedia A/S)
- det afgivne tilsagn med bilag imødekommer Konkurrencerådets betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 11,
- Konkurrencerådet gør tilsagn med bilag bindende for parterne, jf. konkurrencelovens § 16a, stk. 1,
- tilsagn med bilag træder i kraft med virkning fra kvartalet efter, at Konkurrencerådet træffer afgørelse i sagen, dvs. med virkning fra 3. kvartal 2013. Andre medieovervågningsvirksomheder end Infomedia kan dog påberåbe sig gældende opsigelsesvarsler i eksisterende aftaler, hvorved ikrafttrædelsestidspunktet udskydes for den pågældende medieovervågningsvirksomhed,
- tilsagnet gælder tidsubegrænset med mulighed for drøftelse, jf. tilsagnets pkt. 8,
- bilag til tilsagn er gældende i fem år fra Konkurrencerådets afgørelse den 26. juni 2013.

2.1 TILSAGN MED BILAG

2.1.1 TILSAGN

TILSAGN AF JUNI 2013

A/S Dagbladet Politiken, Jyllands-Posten og Det Berlingske Officin A/S (nu henholdsvis JP/Politikens Hus A/S og Berlingske Media A/S, i det følgende kaldet "Parterne") afgav den 24. september 2002 fusionstilsagn ("Fusionstilsagnet") i tilknytning til Konkurrencerådets afgørelse af 25. september 2002 om godkendelse af etableringen af "FAS" (Infomedia A/S) efter konkurrencelovens kapitel 4.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har modtaget klager fra andre markedsaktører på markedet for medieovervågning over, at Parterne ikke har overholdt Fusionstilsagnet. Parterne bestrider, at Fusionstilsagnet ikke er overholdt, men har efter drøftelse med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen besluttet i medfør af konkurrencelovens § 16a at afgive nedenstående tilsagn, som har til formål at imødegå de betænkeligheder, som Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har haft.

Nedenstående tilsagn gælder sammen med de tidligere afgivne fusionstilsagn. Ved fortolkningen og anvendelsen af tilsagnene går nedenstående tilsagn inkl. bilag forud for fusionstilsagnet, jf. princippet om "lex posterior".

1. Parterne skal, uanset oplagsstørrelse, levere redaktionelt indhold fra alle Parternes publikationer til andre aktører på markedet for medieovervågning på ikke-diskriminerende vilkår, såfremt Parterne stiller redaktionelt indhold til rådighed for Infomedias medieovervågning. JyskeVestkysten er undtaget fra leveringspligten.
2. Parterne skal på ikke-diskriminerende vilkår give andre aktører på markedet for medieovervågning adgang til redaktionelt indhold fra Parternes internetudgivelser samt udgivelser på øvrige teknologiske platforme, herunder betalingsites, i det omfang dette indhold stilles til rådighed for Infomedias medieovervågning.
3. Parterne skal på ikke-diskriminerende vilkår give andre aktører på markedet for medieovervågning mulighed for at anvende dybe links, i det omfang Parterne giver Infomedias adgang hertil.
4. Parterne kan overfor andre markedsaktører gøre leveringen i henhold til pkt. 1-3 ovenfor betinget af, at Infomedias får tilsvarende adgang til på forretningsmæssigt grundlag at tilbyde Infomedias kunder medieovervågning på grundlag af redaktionelt indhold fra disse virksomheders (eller hertil tilknyttede virksomheders) publikationer eller medier eller tjenester på det danske marked som led i Infomedias medieovervågningsvirksomhed.
5. Parternes forpligtelse til at levere til andre medieovervågningsvirksomheder i Danmarks skal ske på ikke-diskriminerende vilkår i forhold til de vilkår, hvorpå indholdet stilles til rådighed for Infomedias. Kravet om ikke-diskrimination omfatter f.eks. betalingsvilkår (jf. pkt. 6 nedenfor samt bilag 1 og 2), vilkår om leverings- og udsendelsestidspunkt for det redaktionelle materiale samt vilkår om

prisreduktion ved forringet kvalitet. Leveringsvilkår overfor andre markedsaktører, der er identiske med de vilkår, som tilbydes Infomedia, men som uden objektiv begrundelse stiller andre aktører ringere i konkurrencen på medieovervågningsmarkedet, anses ikke for at opfylde kravet om at være ikke-diskriminerende.

6. Parterne har hver især overfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen afgivet tilsagn om fremtidige vilkår for levering af redaktionelt indhold fra Parternes publikationer og internetudgivelser samt udgivelser på øvrige teknologiske platforme, herunder betalingssites, jf. bilag 1 og 2.

7. Yderligere bemærkes, at nærværende tilsagn indebærer:

at der alene gives ikke-diskriminerende adgang til at benytte det anførte indhold i forbindelse med medieovervågning (elektronisk presseklip, resuméer og medieanalyse), og at enhver anden brug af det redaktionelle indhold er uberettiget,

at adgangen til at anvende det anførte indhold yderligere begrænses derved, at der ikke kan gives ret til videresalg, offentliggørelse, publicering eller videreudnyttelse på anden måde end til aktørens kundes eget private brug. Samme begrænsning gælder for Infomedia.

at andre aktører på markedet ikke kan kræve en videre adgang til det anførte indhold end den adgang, som Infomedia har, og

at Parterne med henblik på at sikre korrekt afregning kan gøre brug af en logningsbaseret model, hvorved slutbrugernes og medieovervågningsvirksomhedernes brug af det redaktionelle indhold fra Parterne registreres. Sådan logning vil ikke indebære begrænsninger i forhold til de kommercielle udnyttelsesmuligheder, der følger af de vilkår, hvorpå indholdet stilles til rådighed for Infomedia og andre aktører på medieovervågningsmarkedet.

8. Såfremt Parterne godtgør, at markedet har ændret sig væsentligt, således at markedet er præget af effektiv konkurrence, kan Parterne rette henvendelse til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med henblik på en drøftelse af tilsagnet.

Såfremt en af Parterne ikke længere måtte være medejer af Infomedia, falder tilsagnet (inkl. bilag) automatisk bort i sin helhed for denne part, uden at parten behøver at godtgøre, at betingelserne i pkt. 8 er opfyldt.

Tilsagnet (inkl. bilag) træder i kraft med virkning fra kvartalet efter, at Konkurrencerådet træffer afgørelse i sagen og gør tilsagnet bindende for Parterne. Andre medieovervågningsvirksomheder end Infomedia kan dog påberåbe sig gældende opsigelsesvarsler i eksisterende aftaler, hvorved ikrafttrædelsestidspunktet udskydes for den pågældende medieovervågningsvirksomhed.

København, i juni 2013

2.1.2 BILAG 1

JP/POLITIKENS HUS A/S' BETALINGSVILKÅR – BILAG 1 TIL TILSAGN AF JUNI 2013

JP/Politikens Hus A/S er efter Fusionstilsagnet af 24. september 2002 samt tilsagn af juni 2013 forpligtet til at tilbyde aktører på det danske marked for medieovervågning aftaler om levering af redaktionelt materiale fra koncernens publikationer, publikationernes internetudgivelser samt udgivelser på øvrige teknologiske platforme, herunder betalingssites, på ikke-diskriminerende vilkår.

JP/Politikens Hus A/S vil som en del af denne forpligtelse tilbyde Infomedia og andre aktuelle og eventuelle fremtidige markedsaktører på det danske marked for medieovervågning de samme, ikke-diskriminerende betalingsvilkår.

Betalingsvilkårene vil overholde følgende retningslinjer:

1. Abonnementsbetaling

JP/Politikens Hus A/S kan opkræve en abonnementsbetaling.

Hvis der opkræves en abonnementsbetaling, beregnes denne som en procentsats af medieovervågningsvirksomhedens omsætning, dog således at der altid vil skulle betales et minimumsbeløb.

Procentsatsen af omsætningen

Procentsatsen fastsættes til maksimalt [...] pct. for adgangen til alle JP/Politikens Hus A/S-koncernens publikationer (inkl. publikationer under 40.000 eksemplarer), publikationernes internetudgivelser, udgivelser på øvrige teknologiske platforme, herunder betalingssites, samt dybe links, i det omfang Infomedia har adgang hertil.

Den maksimale procentsats på [...] pct. kan ikke ændres.

Procentsatsen beregnes på baggrund af den del af medieovervågningsvirksomhedens omsætning, som direkte eller indirekte knytter sig til *medieovervågning (elektronisk presseklip, resuméer og medieanalyse) og mediearkiv-virksomhed* vedrørende danske titler. Procentsatsen beregnes således også af f.eks. en medieovervågningsvirksomheds omsætning, der knytter sig til medieovervågning af andre kilder end JP/Politikens Hus A/S-koncernens publikationer.

Minimumsbetalingen

Minimumsbetalingen fastsættes til maksimalt [...] kr. for adgangen til alle JP/Politikens Hus A/S-koncernens publikationer (inkl. publikationer under 40.000 eksemplarer), publikationernes internetudgivelser, udgivelser på øvrige teknologiske platforme samt dybe links, i det omfang Infomedia har adgang hertil.

Den maksimale minimumsbetaling på [...] kr. kan ikke ændres i opadgående retning udover en indeksregulering med forbrugerprisindekset.

Ikke-diskrimination

Hver publikation i JP/Politikens Hus A/S-koncernen fastsætter procentsatsen og minimumsbeløbet efter forhandling med markedsaktørerne, idet ovennævnte maksimale satser overholdes.

Procentsatsen og minimumsbetalingen vil være ens over for alle medieovervågningsvirksomhederne, jf. kravet om ikke-diskrimination.

2. Royaltybetaling

JP/Politikens Hus A/S kan ud over abonnementsbetaling opkræve en royaltybetaling.

Hvis JP/Politiken opkræver en royaltybetaling, opdeles denne i henholdsvis en titellicens og en stykafregning. Titellicensen og stykafregningen beregnes på baggrund af antallet af

brugere hos slutkunden. Titellicensen og stykafregningen kan stige ved flere brugere hos slutkunden som følge af den øgede mulige eksponering.

Til brug for beregningen af titellicensen og stykafregningen defineres antallet af brugere hos slutkunden som *alle brugere hos slutkunden, der i løbet af arbejdsdagen har adgang til at se den medieovervågningsinformation, som slutkunden modtager.*

De enkelte beløb i en royaltybetaling vil for JP/Politikens Hus A/S' tre dagblade (Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet) skulle fastsættes efter forhandling med markedsaktørerne. Royaltybetalingen vil være ens over for alle medieovervågningsvirksomhederne, jf. kravet om ikke-diskrimination.

Royaltybetalingen for JP/Politikens Hus A/S-koncernens øvrige publikationer, herunder publikationer under 40.000 eksemplarer, vil ligeledes skulle fastsættes af de enkelte publikationer efter forhandling med markedsaktørerne. Royaltybetalingen vil være ens over for alle medieovervågningsvirksomhederne, jf. kravet om ikke-diskrimination.

Hver publikation kan fastsætte sin egen titellicens og stykafregning. Hver publikation skal imidlertid anvende samme titellicens og stykafregning over for Infomedia som Infomedias konkurrenter, jf. betingelsen om ikke-diskrimination.

Der kan opkræves særskilt royaltybetaling for adgang til internetudgivelser, øvrige teknologiske platforme samt dybe links efter samme model og principper som beskrevet ovenfor i dette afsnit 2.

3. Opgørelsetidspunkt mv.

Abonnementsbetalingen opgøres halvårligt på grundlag af medieovervågningsvirksomhedernes opgørelse af omsætningen.

Royaltybetalingen opgøres månedligt. Medieovervågningsvirksomhedernes opgørelse over brugere hos slutkunden og overvågningsvirksomhedernes opgørelse over antal kontrakter og antal elektroniske klip sker månedligt.

JP/Politikens Hus A/S kan kræve a conto betaling, der ikke i væsentligt omfang afviger fra den forventede betaling.

JP/Politikens Hus A/S kan udpege en statsautoriseret revisor, der gennemgår rigtigheden af de enkelte opgørelser. Ved væsentlige afvigelser mellem revisorens og

medieovervågningsvirksomhedens opgørelser kan JP/Politikens Hus A/S pålægge medieovervågningsvirksomheden at afholde omkostningerne til revisionen.

4. Ikrafttrædelse og varighed

Dette bilag til tilsagn træder (ligesom selve tilsagnet) i kraft med virkning fra kvartalet efter, at Konkurrencerådet træffer afgørelse i sagen og gør tilsagnet bindende for Parterne.

Bilaget til tilsagnet er bindende i 5 år fra afgørelsens dato.

5. Ophævelse eller genforhandling af bilag til tilsagnet

Såfremt JP/Politikens Hus A/S godtgør, at markedet har ændret sig væsentligt, således at markedet er præget af effektiv konkurrence, kan JP/Politikens Hus A/S rette henvendelse til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med henblik på en drøftelse af bilaget til tilsagn.

2.1.3 BILAG 2

Bilag 2.

Berlingske Medias model for afregning for adgang til og forbrug af indhold til medieovervågning

Afregningen for anvendelse af indhold fra Berlingske Media til medieovervågning beregnes ud fra nedenstående model og principper. I det følgende skal "kunde" (eller afledte former heraf) forstås som medieovervågningsbureauets kunder.

1. Abonnement

Der kan opkræves abonnementsbetaling for at stille indhold fra Berlingske Medias udgivelser til rådighed for medieovervågning. Betalingen er graderet efter titlernes indholdsvolumen og indholdets markedsmæssige værdi. Abonnementet kan tegnes for enkeltkategorier af udgivelser eller for flere eller alle kategorier. I 2013 priser vil den samlede abonnementsbetaling for indhold fra samtlige af Berlingske Medias publikationer (inklusive publikationer med et oplag på under 40.000 eksemplarer) i alle kategorier, herunder publikationernes internetudgivelser, udgivelser på øvrige teknologiske platforme, herunder betalingsites samt dybe links maksimalt udgøre [...] kr. pr. år. Beløbet reguleres i

perioden indtil bilagets udløb efter udviklingen i nettoprisindekset eller andet tilsvarende offentligt anerkendt indeks.

2.Årslicens pr. kunde print og online.

Der betales en efter kundens antal slutbrugere gradueret årslicens fra medieovervågningsbureauet til Berlingske Media for licensen til at lade udgivelsens indhold indgå i overvågningsproduktet. Skalaen for årslicensen er afhængig af udgivelsens volumen og indholdets markedsmæssige værdi. Årslicensen dækker både indhold fra printudgivelsen og digitale udgivelser.

Der tages et forbehold for, at der under den løbende udvikling og tilpasning af Berlingske Medias betalingsmodeller for adgang til digitalt indhold kan opstå behov for variationer af årslicensmodellen, herunder indførelse af alternative modeller. Sådanne variationer eller ændringer kan gennemføres under forudsætning af, at tilsagn af 25. september 2002 samt tilsagn af juni 2013 uændret overholdes.

3.Afregning pr. klip pr. kunde.

Der betales en efter kundens antal slutbrugere gradueret betaling pr. artikel, der stilles til rådighed for kunden. Skalaen for afregningsprisen pr. klip pr. kunde er afhængig af udgivelsens volumen og indholdets markedsmæssige værdi.

Der tages et forbehold for, at der under den løbende udvikling og tilpasning af Berlingske Medias betalingsmodeller for adgang til digitalt indhold kan opstå behov for variationer af den forbrugsafhængige afregningsmodel, herunder indførelse af alternative modeller. Sådanne variationer eller ændringer kan gennemføres under forudsætning af, at tilsagn af 25. september 2002 samt tilsagn af juni 2013 uændret overholdes.

Afregning efter ovenstående model gælder for al anvendelse af det indhold, der stilles til rådighed af Berlingske Media, herunder medieovervågning ved brug af fulde artikler, uddrag af artikler, resumeer, analyser eller andre produkter, der produceres eller baseres på grundlag af indhold fra Berlingske Media.

Som det er sædvanligt i licensaftaler, har Berlingske Media ret til med 8 dages forudgående skriftligt varsel at lade en af Berlingske Media udpeget revisor (eventuelt med IT-kyndig assistance) gennemgå medieovervågningsbureauets betalingsopgørelse samt det relevante underliggende materiale med henblik på at verificere, at betalingsopgørelsen er retvisende. Hvis der konstateres væsentlige afvigelser, vil omkostningerne til den revisionsmæssige bistand påhvile medieovervågningsbureauet.

4.Ikrafttræden og varighed

Bilaget træder i kraft med virkning fra kvartalet efter, at Konkurrencerådet træffer afgørelse i sagen og gør tilsagn med bilag bindende. Berlingske Medias forpligtigelse til at følge modellen i nærværende bilag ophører 5 år efter, at Konkurrencerådet har truffet afgørelse og gjort tilsagn med bilag bindende.

5.Genforhandling

Såfremt Berlingske Media A/S godtgør, at markedet har ændret sig væsentligt, således at markedet er præget af effektiv konkurrence, kan Berlingske Media A/S rette henvendelse til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med henblik på en drøftelse af bilag til tilsagn.

3 SAGSFREMSTILLING

3.1 INDLEDNING

- 24 Konkurrencerådet godkendte den 25. september 2002 et samarbejde mellem Politiken, Berlingske Tidende og Jyllands-Posten om oprettelse af et joint venture, FAS (nu Infomedia A/S), der driver en nyhedsarkivdatabase og sælger medieovervågning på baggrund af moderselskabernes dagblade.
- 25 Nærværende sag er foranlediget af en klage fra medieovervågningsvirksomheden Infopaq Danmark A/S (herefter benævnt Infopaq) den 20. januar 2009 til Konkurrencestyrelsen over, at ejerne bag Infomedia A/S - JP/Politiken og Berlingske Media - ikke overholdt de fusionstilsagn, som de afgav i forbindelse med etableringen af det fælles joint venture selskab FAS i 2002, jf. **Bilag 1**. Infopaq anførte, at parterne ved anvendelsen af vilkår bl.a. i form af minimumsvederlag og tidsbegrænsninger i brugsretten hindrede adgangen til markedet for udbud af elektroniske presseklip samt til markedet for medieovervågning i bred forstand.
- 26 Berlingske Media og JP/Politiken oplyste i forbindelse med Konkurrencestyrelsens behandling af klagen, at Berlingske Media og JP/Politiken tillige leverede elektroniske presseklip til medieovervågningsvirksomheden Newswatch ApS (herefter Newswatch). Konkurrencestyrelsen indhentede på denne baggrund tillige Newswatches kontrakter med Berlingske Media og JP/Politiken.
- 27 Infopaq blev i juni 2012 opkøbt af Infomedia. Nærværende sag behandler derfor alene priser og vilkår i Newswatches - og ikke Infopaqs - kontrakter med henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken.
- 28 Nærværende sag vedrører Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens betænkeligheder i forhold til Berlingske Medias og JP/Politikens efterlevelse af FAS-tilsagnet samt styrelsens betænkeligheder i forhold til overtrædelse af konkurrencelovens § 11 for så vidt angår priser og øvrige vilkår. Herudover har Infomedias konkurrenter påpeget en række andre forhold, som efter deres opfattelse gør det svært at konkurrere med Infomedia, jf. **Bilag 2**. Det drejer sig om adgang for Infomedias konkurrenter til at danne arkiv og sælge adgang hertil, adgang for Infomedias konkurrenter til at dybdelinke til artikler fra Berlingske Medias og JP/Politikens internetpublikationer og levering fra dagblade med oplag på under 40.000 (uge- og distriktsblade) til Infomedias konkurrenter.
- 29 Styrelsen er løbende nødt til at prioritere sine ressourcer, herunder også at prioritere, hvilke sager der skal behandles. Det følger af konkurrencelovens §

14, stk. 1, 4. pkt., at Konkurrencerådet, respektive Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, afgør, om der er tilstrækkelig anledning til at undersøge eller træffe afgørelse i en sag eller et selvstændigt forhold i en sag. Såfremt styrelsen finder, at behandlingen af en sag eller et selvstændigt forhold i en sag ikke vil være hensigtsmæssig anvendelse af styrelsens ressourcer, kan styrelsen afvise at behandle sagen yderligere.

- 30 Styrelsen har i nærværende sag vurderet, at styrelsen ikke på nuværende tidspunkt ønsker at anvende de betydelige yderligere myndighedsressourcer, der vil være nødvendige for at undersøge og træffe konkret afgørelse om, hvorvidt forhold, der ikke umiddelbart er omfattet af FAS-tilsagnet, strider mod konkurrencelovens regler om misbrug af dominerende stilling. Styrelsen vurderer, at adgangen til at danne arkiv og sælge adgang hertil ikke er omfattet af tilsagnet, og styrelsen behandler derfor ikke forholdet i denne sag, jf. konkurrencelovens § 14, stk. 1, 4 pkt.
- 31 Det bemærkes dog, at såfremt Infomedia sammenkæder salg af medieovervågning med arkivadgang vil det efter omstændighederne kunne være en overtrædelse af konkurrencelovens § 11. Infomedia er efter det foreliggende dominerende på markedet for salg af medieovervågning.
- 32 Styrelsen har ved brev af 20. april 2011 fremsendt Meddelelse om betænkeligheder til Berlingske Media og JP/Politiken, jf. **Bilag 3**. Ved brev af 13. september 2011 fik Berlingske Media og JP/Politiken fremsendt Supplerende Meddelelse om betænkeligheder, jf. **Bilag 4**. Ved disse meddelelser blev Berlingske Media og JP/Politiken skriftligt gjort bekendt med styrelsens foreløbige vurdering af, at Berlingske Media og JP/Politiken har overtrådt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af joint venture-selskabet FAS.
- 33 Berlingske Media og JP/Politiken fremsendte hver især deres bemærkninger til styrelsens Meddelelse om betænkeligheder ved breve af henholdsvis 9. og 18. maj 2011 og 17. maj 2011, jf. **Bilag 5**.
- 34 Berlingske Media og JP/Politiken fremsendte hver især deres bemærkninger til styrelsens Supplerende meddelelse om betænkeligheder ved breve af henholdsvis 10. oktober 2011 og 13. oktober 2011, jf. **Bilag 6**.
- 35 Styrelsen har både inden og efter udsendelse af Meddelelse om betænkeligheder afholdt møder med parterne, hvor parterne har haft lejlighed til at kommentere på sagen.

3.1.1 Virksomhederne

3.1.1.1 Berlingske Media

- 36 Siden etableringen af FAS i 2002 er det Berlingske Officin i 2006 blevet opkøbt af britiske Mecom Group Plc og skiftede i 2008 navn til Berlingske Media.
- 37 Berlingske Media driver medievirksomhed i Danmark primært gennem udgivelsen af de landsdækkende dagblade Berlingske (tidligere Berlingske Tidende), B.T., ugeavisen Weekendavisen samt udgivelsen af regionale dagblade, distriktsaviser og gratisavisen Urban, der dog udkom for sidste gang den 12. januar 2012. Berlingske Media publicerer desuden artikler online, blandt andre på siderne b.dk og bt.dk.
- 38 Det Berlingske Officin havde i 2001 en koncernomsætning i Danmark på 3,2 mia. kr. Berlingske Media havde i 2011 en koncernomsætning i Danmark på 3,04 mia. kr.²

3.1.1.2 JP/Politiken

- 39 Siden etableringen af FAS i 2002 er Jyllands-Posten A/S i 2003 fusioneret med Dagbladet Politiken og har skiftet navn til JP/Politikens Hus.
- 40 JP/Politiken udgiver de landsdækkende dagblade Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet. Derudover udgiver JP/Politiken 34 lokalaviser og var frem til 2012 medejer af gratisavisen Metroxpress Danmark, som også udgiver 24timer (til og med 2013). JP/Politiken publicerer desuden artikler online, blandt andre på siderne jp.dk, politiken.dk og eb.dk samt på betalingssider som medwatch.dk og finanswatch.dk.
- 41 Jyllands-Posten havde i 2001 en omsætning på 1,1 mia. kr. Dagbladet Politiken havde i 2001 en koncernomsætning i Danmark på 1,6 mia. kr. I 2011 havde JP/Politiken en koncernomsætning i Danmark på 3,4 mia. kr.³

3.1.1.3 Infomedia

- 42 Siden etableringen af FAS i 2002 har virksomheden skiftet navn til Infomedia. Infomedia ejes i dag ligeligt af JP/Politikens Hus og Berlingske Media. I 2006 købte Infomedia Ajour Klip Gruppen A/S, der også leverede presseklip og resuméer. I 2009 opkøbte Infomedia overvågnings- og analysebureauet Cision Danmark A/S⁴. Disse opkøb var ikke omfattet af reglerne om fusionskontrol. Den 1. juni 2012 overtog Infomedia konkurrenten Infopaq. Overtagelsen var

² Mecom Årsrapport 2011

³ JP/Politikens Hus årsrapport 2011, tilgængelig på www.jp.dk

⁴ Tidligere Observer

ikke underlagt fusionskontrol. Infomedia havde i 2010 en omsætning på [...] kr.⁵

- 43 For at kunne drive medieovervågningsvirksomhed har Infomedia brug for at indgå aftaler med leverandørerne af nyhedsstof (printmedier, TV, radio, nyhedsbureauer, internetsider m.v.), idet udgiverne sammen med journalisterne har rettighederne til at udnytte nyhedsstoffet elektronisk. Ophavsretten til nyhedsmaterialet overdrages således ikke Infomedia, men Infomedia får ret til at udnytte det redaktionelle stof fra mediernes publikationer. Infomedia har i dag, udover aftaler med moderselskaberne, aftaler med 450 andre danske medier om brug af deres nyhedsstof.

3.1.1.4 Infomedias konkurrenter

- 44 Infopaq har været aktør på det danske marked siden 1998. Infopaq tilbyder medieovervågning, kommunikationsanalyser og en nyhedsportal til sine kunder. Infopaq har indgået aftaler om levering af elektroniske artikler med JP/Politikens aviser (Politiken, Morgenavisen Jyllands-Posten og Ekstra Bladet) og Berlingske Medias aviser (Berlingske, Urban, B.T. og Weekendavisen). Infopaq blev opkøbt af Infomedia den 1. juni 2012, hvorved Infomedia overtog Infopaqs aktiviteter i Danmark. Infopaq havde i 2010 en omsætning på [...] kr.⁶
- 45 Newswatch er en relativt ny aktør, der blev grundlagt i 2009. Newswatch leverer medieovervågning og medieanalyser til organisationer og virksomheder. Newswatch har indgået aftaler om levering af elektroniske artikler med JP/Politikens aviser (Politiken, Morgenavisen Jyllands-Posten og Ekstra Bladet) og Berlingske Medias aviser (Berlingske, Urban, B.T. og Weekendavisen). Newswatch blev i sommeren 2012 opkøbt af svensk/norske Retriever og skiftede i den forbindelse navn til Retriever Danmark A/S, der fortsat udbyder medieovervågning. Newswatches omsætning i første regnskabsår, 2009/10, var [...] kr.⁷ I 2010/11 udgjorde omsætningen [...] kr.
- 46 Meltwater er en ny aktør på det danske marked. Meltwater etablerede sig i Danmark i 2012 og tilbyder blandt andet medieovervågning.
- 47 Som det fremgår af Tabel 1, er Infomedia, målt i volumen, langt den største kunde henset til videresalg af elektroniske presseklip fra Berlingske Medias publikationer (Berlingske, B.T. og Urban). Infomedia har således en markedsandel på over 90 pct.⁸

⁵ Infomedia

⁶ Infopaq har dog oplyst, at omsætningen relateret til salg af ydelser til kunder udgjorde [...] kr. De resterende [...] kr. er intern omsætning.

⁷ Regnskabsåret går fra 1. oktober - 30. september.

⁸ Markedsandelen er beregnet som andelen af de elektroniske presseklip, som medieovervågningsvirksomheder har modtaget fra Berlingske Medias publikationer og videresolgt til deres kunder.

Tabel 1 ANDELE FOR VIDERESALG AF ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA BERLINGSKE MEDIAS PUBLIKATIONER MÅLT I VOLUMEN				
	1H 2009	2H 2009	1H 2010	2H 2010
Infopaq	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.
Newswatch	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.
Infomedia	[90-100] pct.	[90-100]pct.	[90-100]pct.	[90-100]pct.

- 48 Infomedia er ligeledes, målt i volumen, langt den største kunde henset til videresalg af elektroniske presseklip fra JP/Politikens publikationer (Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet), jf. Tabel 2. Infomedias markedsandel udgør over 90 pct.⁹

Tabel 2 ANDELE FOR VIDERESALG AF ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA JP/POLITIKENS PUBLIKATIONER MÅLT I VOLUMEN				
	1H 2009	2H 2009	1H 2010	2H 2010
Infopaq	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.
Newswatch	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.	[0-10] pct.
Infomedia	[90-100] pct.	[90-100]pct.	[90-100]pct.	[90-100]pct.

3.2 FAS FUSIONEN

- 49 Oprettelsen af det fællesejede FAS mellem Dagbladet Politiken, Det Berlingske Officin og Jyllands-Posten havde til formål at oprette en online nyhedsarkivdatabase med artikler og anden information, som FAS' kunder skulle have adgang til at søge i, ligesom FAS skulle udbyde medieovervågning og andre relaterede tjenester på baggrund af artiklerne i databasen. Ved etableringen af FAS indskød Dagbladet Politiken og Det Berlingske Officin deres virksomheder Polinfo og Avisdata i selskabet.

3.2.1 De relevante markeder og vurdering

- 50 Ved Konkurrencerådets behandling af fusionsanmeldelsen om etableringen af FAS blev der identificeret tre produktmarkeder: 1) markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v., 2) markedet for presseovervågning (medieovervågning) og 3) markedet for søgning i nyhedsarkivdatabaser. Da fusionen imidlertid kun ansås for problematisk på markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v., og der derfor kun blev afgivet tilsagn for så vidt angår dette marked, er de to øvrige markeder alene beskrevet for at give et overblik over helheden.

⁹ Markedsandelen er beregnet som andelen af de elektroniske presseklip, som medieovervågningsvirksomheder har modtaget fra JP/Politikens publikationer og videresolgt til deres kunder.

3.2.1.1 Markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v.¹⁰

- 51 I FAS-afgørelsen konstateredes det, at rettighedshaverne, det vil sige Berlingske Media og JP/Politiken, som leverandører af nyhedsstof befinder sig på et marked, der vertikalt set er i et tidligere omsætningsled til det marked, hvorpå Infomedia opererer.
- 52 På dette tidligere vertikalt forbundne marked, der kan beskrives som et marked, hvor der foregår salg af tilladelser til udnyttelse af nyhedsartikler m.v. i elektronisk form, er moderselskaberne til Infomedia aktive, hvorfor dette marked i FAS-afgørelsen blev afgrænset til et såkaldt tilstødende marked.
- 53 I FAS-afgørelsen konstateredes det, at leverandører af nyhedsstof kan tage flere forskellige former. Der er to hovedgrupper af medier, de elektroniske medier, der udgøres af tv, radio og internettet, og printmedier.
- 54 For så vidt angår printmedier konstateredes det i FAS-afgørelsen, at dagbladene udgør den dominerende mediegruppe. Derudover findes distriktsaviser, der typisk udkommer ugentligt inden for et lokalt område, og endelig findes magasiner og tidsskrifter, der typisk udkommer én til fire gange om måneden og som oftest fokuserer på et specifikt område, f.eks. ComputerWorld, Dagens Medicin, m.v.
- 55 Det blev lagt til grund i FAS-afgørelsen, at medierne spiller en forskellig rolle og er af forskellig vigtighed i nyhedsdækningen. Af samme grund er ikke alle medierne af samme betydning i de vertikalt efterstillede markeder, som for eksempel markedet for medieovervågning.
- 56 Samtidig lagde Konkurrencerådet til grund i FAS-afgørelsen, at de enkelte landsdækkende dagblade adskiller sig fra hinanden på områder såsom politisk orientering og stofområder. Dette betyder, at dagbladene til en vis grad har forskellige læsere. For eksempel er Berlingske, Dagbladet Børsen og til dels Jyllands-Posten førende for så vidt angår dækningen af erhvervsnyheder, mens Politiken giver erhvervsstoffet en knap så fremtrædende rolle.
- 57 Konkurrencerådet vurderede dog i FAS-afgørelsen, at landsdækkende dagblade, og særligt Politiken, Berlingske, Jyllands-Posten, Dagbladet Børsen og til dels også Erhvervsbladet, B.T. og Ekstra Bladet, har det til fælles, at de udgør de vigtigste kilder for så vidt angår den generelle nyhedsdækning. De landsdækkende dagblade er således de andre medier overlegne dels henset til omfanget af artikler, og fordi de er de medier, der har flest nyheder af bred interesse. De landsdækkende dagblade fungerer således som nyhedsskabere i Danmark, som dem, der sætter mediedagsordenen. Det vurderes ikke

¹⁰ Se FAS-afgørelsen punkt 180-196

umiddelbart, at betydningen af Berlingske Medias og JP/Politikens publikationer er mindre i dag.

- 58 I FAS-afgørelsen vurderede Konkurrencerådet, at moderselskabernes stærke stilling som nyhedsleverandører medførte, at der var sandsynlighed for samordning på dette vertikalt forbundne marked for rettigheder til nyhedsartikler mv. som følge af det fælles ejerskab af FAS/Infomedia.
- 59 Konkurrencerådet lagde vægt på, at moderselskaberne på dette marked indtager en markant stilling, idet de ejer landsdækkende dagblade med en markedsandel på [80-90] pct.¹¹, der spiller en afgørende rolle i den daglige nyhedsformidling.
- 60 Moderselskabernes stærke stilling på dette marked, kombineret med selskabernes millioninvestering i FAS, medførte, at det blev anset for sandsynligt, at de ville samordne deres adfærd i kortere eller længere tid. Det blev vurderet i FAS-afgørelsen, at samordningen kunne føre til, at moderselskaberne helt nægtede at give tilladelse til at anvende deres nyhedsstof til elektronisk presseovervågning til andre end FAS, medmindre de priser, de opnåede herved, var så meget højere end til FAS, at indtjeningen mere end opvejede den risiko, som levering til konkurrenter kunne indebære for deres investeringer i FAS.
- 61 Konkurrencerådet lagde til grund i FAS-afgørelsen, at en sådan samordnet adfærd ville beskytte FAS i konkurrencen med andre presseovervågningsvirksomheder og ville medføre en afskærmning af markedet for presseovervågning, der måtte anses for omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1, og som ikke ville kunne opnå en fritagelse i medfør af konkurrencelovens § 8.

3.2.1.2 Markedet for presseovervågning¹²

- 62 I FAS-afgørelsen konstateredes det, at presseovervågning er karakteriseret ved, at kunden ikke selv behøver at søge sin information, idet presseovervågningsvirksomheden søger efter artikler i bestemte kilder ud fra bestemte søgeord, som er defineret af kunden.
- 63 I FAS-afgørelsen vurderes fire forhold at være afgørende på markedet: dækning, overblik, selektivitet og aktualitet/tempo.
- 64 På markedet for presseovervågning blev der i afgørelsen afgrænset fire forskellige produktgrupper, der dog alle er på samme relevante marked: 1)

¹¹ Beregnet på oplag

¹² Se FAS-afgørelsen punkt 197-222

levering af fysiske presseklip, 2) elektroniske presseklip, 3) resumétjenester samt 4) relaterede ydelser i form af medieanalyser, IT-løsninger etc.

- 65 Siden FAS-afgørelsen har den teknologiske udvikling medført, at elektroniske presseklip i dag stort set har erstattet fysiske presseklip. Overvågningen af elektroniske medier er i dag af samme vigtighed som overvågningen af trykte medier, idet nogle artikler alene bringes på dagbladenes hjemmesider. Således har flere dagblade særskilte webredaktioner, hvis arbejde ikke nødvendigvis bringes i den trykte udgivelse. Artikler publiceret på internettet kan ofte kommenteres af artiklens læsere og disse kommentarer kan have stor værdi for den virksomhed, der får foretaget medieovervågning. Desuden bringes blogs og lignende som regel kun på internettet. Ifølge JP/Politiken rummer nettet dog under 10 pct. af det indhold der findes i de trykte publikationer.
- 66 Artikler fra en fysisk publikation sendes typisk elektronisk til kunden i pdf-format. Artikler fra en hjemmeside kan fremsendes via e-mail enten som et såkaldt dybt link, dvs. et link direkte til den pågældende artikel, eller som et link til forsiden på den hjemmeside, hvorpå artiklen har været bragt. Herfra kan kunden selv søge efter den pågældende artikel. Et dybt link er således den letteste måde at tilgå en artikel på en hjemmeside på.
- 67 Hidtil har langt de fleste nyhedshjemmesider kunnet læses uden betaling. Nogle udgivere har dog indført betaling for enten hele siden eller for udvalgte artikler og flere har planer om at indføre betaling. Eksempelvis kræver det abonnement at læse artikler på finanswatch.dk, der hører under JP/Politiken.
- 68 I vurderingen af markedet for presseovervågning i FAS-afgørelsen lagde Konkurrencerådet særlig vægt på den ophavsretlige beskyttelse og de indskrænkninger, den medfører på brugen af artiklerne.
- 69 I 2002 var det væsentligste produkt på dette marked levering af fysiske presseklip, da levering af elektroniske presseklip kræver tilladelse fra udgiverne, og derfor ikke var særlig udbredt. Det var imidlertid forventet, at elektroniske presseklip med etableringen af FAS ville vinde frem som produkt. I 2002 fandtes der tre større operatører på markedet, nemlig Observer, Infopaq, og Ajour Klip Gruppen.
- 70 I FAS-afgørelsen vurderede Konkurrencerådet, at selv om FAS fra starten ikke ville have nogen stærk stilling på markedet, var der risiko for, at FAS inden for ret kort tid ville opnå en dominerende stilling, der kunne hæmme konkurrencen.
- 71 FAS havde ved sin indtræden på markedet kun en markedsandel på mindre end 5 pct., mens den største konkurrent havde 50-60 pct. af markedet.

Konkurrencerådet vurderede dog, at FAS med det elektroniske presseklip ville komme til at råde over et produkt, der inden for en kort tidsramme måtte antages at vinde omsætning fra det fysiske presseklip. FAS ville også tilbyde en bredere dækning med elektroniske presseklip end Artikelservice, i og med at også Det Berlingske Officins landsdækkende aviser findes i databasen. Endelig tog rådet hensyn til, at den treårige eneret ville give FAS en fredningsperiode, hvor ingen andre konkurrenter havde adgang til at levere presseklip fra 88 pct. af de landsdækkende dagblade i elektronisk form – selv om de var villige til at betale ekstra for det. Eneretsperioden blev efter FAS-afgørelsen forlænget og leveringspligten indtrådte således først 1. juli 2007.

- 72 Det var derfor Konkurrencerådets vurdering, at FAS på et tidspunkt i fremtiden ville komme til at indtage en dominerende stilling på markedet for presseovervågning. Det kunne dog ikke i 2002 påvises, at dette ville ske inden for den nærmeste årrække. Derfor vurderedes det i FAS-afgørelsen, at fusionen ikke på dette marked ville skabe eller styrke en dominerende stilling, der fører til at den effektive konkurrence på markedet begrænses således, at fusionen af den grund skulle forbydes, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2.

3.2.1.3 Markedet for adgang til søgning i nyhedsarkivdatabaser¹³

- 73 I FAS-afgørelsen konstateredes det, at en nyhedsarkivdatabase, som den FAS efter fusionen kom til at råde over, primært anvendes af brugerne til researchopgaver, hvor overblik og baggrundsviden er relevant. Databaserne er typisk kendetegnet ved at indeholde aktuelt og historisk nyhedsstof fra en lang række forskellige nyhedskilder, der er indekseret på en måde, der gør det nemt for brugeren at få overblik og medvirker til en effektiv søgning, selvom stofmængden er stor.
- 74 Konkurrencerådet vurderede i FAS-afgørelsen¹⁴, at der ikke ved etableringen af FAS var risiko for, at konkurrencen på markedet for adgang til søgning i nyhedsarkivdatabaser blev hæmmet betydeligt.
- 75 Dette hang sammen med, at betydningen af moderselskabernes udgivelser på dette marked ikke er så udtalt som på markedet for presseovervågning. FAS' database fik en fordel ved sin bredde og dybde, men der fandtes konkurrerende databaser, som kunderne kunne benytte, hvis FAS søgte at udnytte sin stærke position. Nogle nyhedskilder ligger også i flere forskellige databaser. Såfremt kunderne specifikt ønsker at orientere sig om, hvad fx Berlingske har skrevet om et emne, har de også mulighed for at søge disse oplysninger direkte fra Berlingskes tjenester uden at være henvist til FAS.

¹³ FAS-afgørelsen punkt 223-250

¹⁴ Se FAS-afgørelsen punkt 312-337

Endvidere var de store internationale arkivdatabaser allerede til stede i Danmark.

3.2.2 Tilsagn

- 76 Den samlede vurdering af fusionen viste, at etableringen af FAS kunne skabe konkurrenceproblemer, navnlig på markedet for rettigheder til nyhedsartikler mv. Det skyldtes dels varigheden af den aftalte eneret for FAS til at benytte moderselskabernes artikler til presseovervågning og dels, at samarbejdet i FAS skaber risiko for, at moderselskaberne samordner deres praksis for salg af tilladelser til udnyttelse af avisartikler m.v. i elektronisk form ved at nægte andre adgang til disse artikler til presseovervågning.
- 77 Med henblik på at imødekomme Konkurrencerådets betænkeligheder ved fusionen, særligt på markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v. afgav parterne tilsagn.
- 78 De af JP/Politiken og Berlingske Media afgivne tilsagn af 25. september 2002 er gengivet i FAS-afgørelsen, se **Bilag 7**.
- 79 Tilsagnet rettede sig både mod varigheden af den aftalte eneret og mod risikoen for samordning. Tilsagnet reducerede FAS' eneret til at udnytte redaktionelt stof i elektronisk form fra parternes landsdækkende dagblade fra at gælde i tre år, til at gælde i 18 måneder fra FAS' oprettelse, dog med mulighed for forlængelse, såfremt FAS' omsætning ikke oversteg et fastsat beløb. Endvidere forpligtede parterne sig til, efter udløbet af eneretten, at tilbyde andre markedsaktører end FAS aftaler om levering på ikke-diskriminerende vilkår af elektroniske presseklip fra publikationer med et oplag på 40.000 eksemplarer eller flere, som parterne leverer til FAS' presseovervågning.
- 80 Styrelsen fandt, at tilsagnet fjernede de konkurrencemæssige problemer ved fusionen. For det første fordi, at FAS' eneret til moderselskabernes artikler i elektronisk form ikke blev udstrakt i længere tid end nødvendigt og derved ikke gik unødigt ud over konkurrencen på markedet. Dernæst fordi, at konkurrencen på længere sigt sikredes ved, at konkurrenter til FAS fik ret til at få leveret elektroniske presseklip fra de publikationer, som moderselskaberne leverer til FAS' presseovervågning på ikke-diskriminerende vilkår i forhold til FAS.

3.3 BERLINGSKE MEDIAS KONTRAKTER MED INFOMEDIA OG NEWSWATCH

- 81 Som beskrevet i afsnit 5.4 er publikationerne Berlingske, B.T., og Weekendavisen dækket af tilsagnet. Berlingske Media har indgået kontrakter med Infomedia og Newswatch om levering af elektroniske presseklip fra

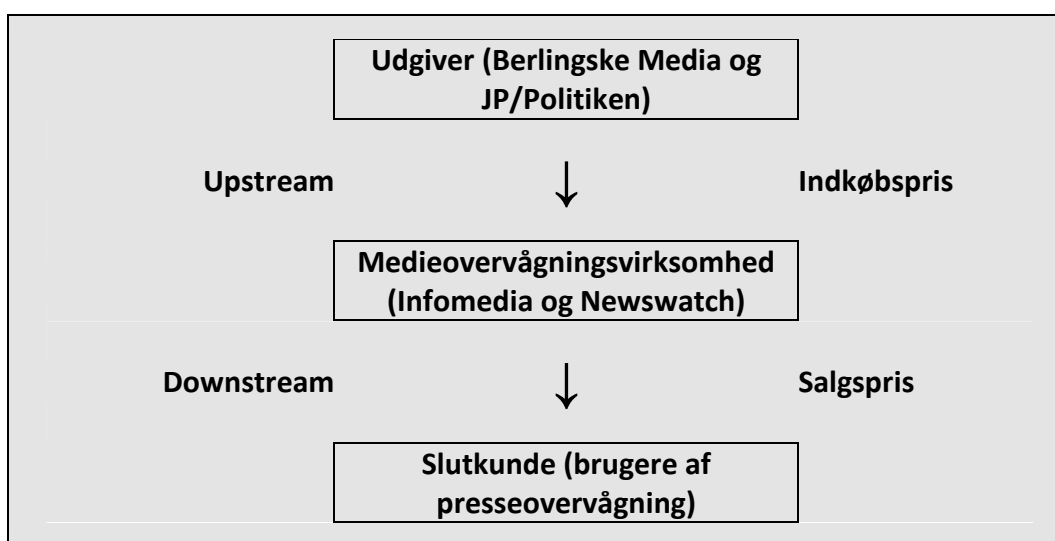
Berlingske, B.T., Berlingskes Nyhedsmagasin, Weekendavisen samt lokalaviser. For Newswatchs vedkommende dog kun lokalaviser med et oplag på mere end 40.000 eksemplarer.

- 82 Newswatch har oplyst, at *"Vores første afregninger med medierne begyndte 1. januar 2010. Derfor er der ingen afregning for 2009"*.¹⁵
- 83 I det følgende tages derfor udgangspunkt i priser og vilkår for 2010 og frem.

3.3.1 Indkøbspris pr. elektronisk presseklip

Ved medieovervågning forhandles et elektronisk presseklip både upstream mellem udgiveren af publikationen og medieovervågningsvirksomheden og downstream mellem medieovervågningsvirksomheden og slutkunden. I det følgende bruges betegnelsen "indkøbspris" om den pris, som medieovervågningsvirksomheden betaler udgiveren upstream for det elektroniske presseklip. Tilsvarende bruges betegnelsen "salgspris" om den pris, som slutkunden betaler medieovervågningsvirksomheden downstream for det elektroniske presseklip. Dette er vist i **Boks 1**.

Boks 1:



- 84 Medieovervågningsvirksomhederne afregner med udgiverne på baggrund af medieovervågningsvirksomhedernes salg til slutkunder. Udgiver stiller således samme materiale til rådighed for medieovervågningsvirksomhederne, men betalingen herfor pr. elektronisk presseklip afhænger af, i hvilket omfang medieovervågningsvirksomhederne videresælger materialet.

¹⁵ Mail af 8. februar 2011 fra Newswatch

3.3.1.1 Infomedia og Newswatch (2011)

- 85 Det fremgår af Berlingske Medias kontrakter med henholdsvis Infomedia og Newswatch (kontrakt for 2011), at indkøbsprisen for et elektronisk presseklip fra Berlingske Media er en procentdel af medieovervågningsvirksomhedens omsætning. Andelen er [...] pct. for de første [...] kr. af omsætningen, [...] pct. for omsætningen mellem [...] kr. og [...] kr. og endelig [...] pct. af omsætningen over [...] kr. 'Omsætning' skal forstås som den omsætning, der genereres på baggrund af videresalg af artikler fra alle publikationer (Berlingske, B.T. og Urban) inden for hver enkelt kontrakt. Kontrakternes eksakte formulering vedrørende indkøbsprisen er citeret i Boks 2. På baggrund af eksemplet i aftaleteksten kan det konkluderes, at der er tale om årsomsætning.
- 86 For Infomedia gælder, at beløbsgrænserne indeksreguleres med 2006 som indeks 100.
- 87 For Newswatch (kontrakt for 2011) gælder, at afregningen for B.T. og Weekendavisen betales særskilt for hver publikation. Vederlaget i aftalen genforhandles én gang årligt, første gang 1. januar 2012. Beløbsgrænserne i kontrakten indeksreguleres ikke ifølge kontrakten. Kontrakterne er vist i **Bilag 8 og 10**.

Boks 2: Indkøbspris

"§ 11 Vederlag

[...]

c. Den procentvise andel af indtægterne stiger i takt med forbruget efter følgende skala:

Totalt forbrug af Udgiverens Indhold* Udgiverens andel af indtægterne:

0 - [...] kr. [...] procent

[...] - [...] kr. [...] procent

[...] - ∞ [...] procent

Eksempel på udregning af vederlaget til Udgiveren: Hvis totalforbruget af Udgiverens Indhold for det pågældende år har været på [...] kr. bliver vederlaget på [...]"

3.3.1.2 Newswatch, kontrakt for 2010

- 88 Det fremgår af Berlingske Medias kontrakt med Newswatch for 2010, at hvis Newswatch fakturerer en salgspris på op til [...] kr. pr. elektronisk presseklip, skal Newswatch betale en indkøbspris på [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde til Berlingske Media. Hvis Newswatches salgspris er højere end [...] kr. pr. elektronisk presseklip, men maksimalt [...] kr. pr. elektronisk presseklip, skal Newswatch betale [...] pct. af sin salgspris til Berlingske Media. Hvis Newswatches salgspris er højere end [...] kr. pr. elektronisk presseklip, skal Newswatch betale [...] pct. af sin salgspris pr. elektronisk presseklip til Berlingske Media. Newswatch har imidlertid afregnet samtlige artikler fra Berlingske Media til [...] kr. i 2010. Ifølge kontrakten genforhandles vederlaget én gang årligt, første gang med virkning fra 1. januar 2011. Kontrakten fremgår af **Bilag 9**.

3.3.2 Årlige / halvårslige minimumsbetalinger

- 89 I nogle af kontrakterne mellem Berlingske Media og henholdsvis Infomedia og Newswatch garanteres Berlingske Media en årlig/halvårlig minimumsbetaling. Hvis minimumsbetalingen ikke opfyldes ved afregning efter de gældende principper for betaling pr. elektronisk presseklip, skal medieovervågningsvirksomheden yderligere indbetale differencen op til den årlige/halvårslige minimumsbetaling. Opfyldes kravet til minimumsbetaling derimod, så har kravet ingen betydning for betalingen for indkøb af elektroniske presseklip. Minimumsbetalingen er således kun relevant i de tilfælde, hvor medieovervågningsvirksomheden ikke kan opfylde kravet til minimumsbetaling efter gældende principper for afregning.

3.3.2.1 Infomedia

- 90 De årlige eller halvårslige minimumsbetalinger, som Berlingske Media ifølge kontrakterne mellem Infomedia og Berlingske Media er garanteret for levering af elektroniske presseklip, fremgår af Tabel 3. Kravene har imidlertid ikke haft betydning for Infomedia, idet Infomedias betalinger til Berlingske Media oversteg kravet til minimumsbetaling i 2009 og 2010, som følge af en høj omsætning.

Tabel 3

INFOMEDIAS MINIMUMSBETALINGER FOR ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA BERLINGSKE MEDIA

Publikationer	Kontraktperiode	Minimumsbetaling
Berlingske Berlingske Nyhedsmagasin Urban	28. marts 2007 – 29. juni 2010	[...] kr. halvårligt
ErhvervsBladet Dato (lukket 19. april 2007) Berlingske Lokaltaviser	23. november 2006 – 29. juni 2010	_ Note 1
Berlingske Berlingske Nyhedsmagasin Urban (lukket 12. januar 2012) ErhvervsBladet Berlingske Lokaltaviser	30. juni 2010 –	[...] kr. årligt
B.T. Weekendavisen	1. marts 2007 – 30. oktober 2006 –	[...] kr. halvårligt –

Note 1: Det fremgår ikke af aftalen mellem Infomedia og Urban, ErhvervsBladet, Dato og Berlingske Lokaltaviser, at Infomedia skal betale et minimumsbeløb i løbet af en periode. Berlingske Media har imidlertid oplyst i mail af 8. september 2009 til styrelsen, at der skal "ske en minimumsafregning, svarende til den tilsvarende bestemmelse i aftalen mellem Infopaq og Urban." Infopaq skal betale minimum [...] kr. halvårligt for elektroniske presseklip fra Urban.

3.3.2.2 Newswatch

- 91 Af Tabel 4 fremgår, hvilken aftale Newswatch og Berlingske Media har indgået omkring minimumsbetalinger. Idet Newswatch har betalt mere end minimumsbeløbene ved afregning efter de gældende principper for betaling pr. elektronisk presseklip i 2010, har kravet om minimumsbetaling ikke haft betydning. I første halvår 2011 har Newswatch derimod ikke opfyldt kravet alene ved afregning efter gældende principper for betaling pr. elektronisk presseklip og har derfor betalt differencen.

Tabel 4

NEWSWATCHS MINIMUMSBETALINGER FOR ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA BERLINGSKE MEDIA

Publikationer	Kontraktperiode	Minimumsbetaling
Berlingske Berlingske Nyhedsmagasin B.T. ErhvervsBladet Urban Weekendavisen Århus Stiftstidende Randers Amtstavis Dagbladet Holstebro-Struer Viborg Stifts Folkeblad Dagbladet Ringkøbing-Skjern Folkebladet Lemvig	1. januar 2010 – 31. december 2010	[...] kr. årligt. I 2010 afregnes minimumsbetalingen således: 1. januar 2010 – 30. juni 2010: [...]kr. 1. juli 2010 – 31. december 2010: [...] kr.
Berlingske B.T. Urban Weekendavisen m.fl.	1. januar 2011 -	[...] kr. årligt. ¹ Betalingen forfalder halvårligt.

Note 1: Det fremgår af kontrakten, at "[d]et er intentionen, at minimumsbetalingen vil blive justeret i opadgående retning, efterhånden som Newswatches position på markedet udvikles."

3.3.3 Øvrige vilkår

- 92 Berlingske Medias kontrakter, enten alle eller udvalgte, indeholder desuden vilkår vedrørende:
- 93 *Prisreduktion ved forringet kvalitet:* Det fremgår af Infomedias aftale med Berlingske Media, at Infomedia har krav på kompensation ved forringet kvalitet af leveringen af elektroniske presseklip. Newswatch har ikke et tilsvarende vilkår.
- 94 *Medieovervågningsvirksomheders lagring og søgning i redaktionelt materiale:* Det fremgår af Newswatchs aftale med Berlingske Media, at Newswatch alene har ret til lagring af redaktionelt materiale op til en uge med henblik på at foretage søgninger for sine kunder. Infomedia har ikke et tilsvarende vilkår.
- 95 *Slutkunders adgang til søgning i købte elektroniske presseklip:* Det fremgår af Berlingske Medias aftale med Newswatch for 2010, at det skal fremgå af Newswatchs kundefaletter, at kunden ikke må lagre indhold i egne elektroniske genfindingsystemer. Infomedia har ikke et tilsvarende vilkår.
- 96 *Kundebegrænsninger:* Det fremgår af Newswatchs aftale med Berlingske Media, at Newswatch ikke må videresælge til privatpersoner. Infomedia har ikke et tilsvarende vilkår.
- 97 *Leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer:* Det fremgår af Infomedias aftale med Berlingske Media, at Infomedia modtager redaktionelt materiale senest kl. 4.30, mens Newswatch modtager redaktionelt materiale senest kl. 5.30. Derudover fremgår det af Infomedias aftale med Berlingske Media, at Infomedia modtager levering af redaktionelt materiale to gange dagligt. Imidlertid fremgår det af Newswatchs aftale, at Newswatch kun modtager redaktionelt materiale én gang dagligt.

3.4 JP/POLITIKENS KONTRAKTER MED INFOMEDIA OG NEWSWATCH

- 98 Som beskrevet i afsnit 5.4 er publikationerne Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet dækket af tilsagnet. JP/Politiken har indgået kontrakter med Infomedia og Newswatch om levering af elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet.
- 99 Newswatch har oplyst, at "Vores første afregninger med medierne begyndte 1. januar 2010. Derfor er der ingen afregning for 2009".¹⁶

¹⁶ Jf. mail af 8. februar 2011 fra Newswatch

100 I det følgende tages derfor udgangspunkt i priser og vilkår for 2010 og frem.

3.4.1 Indkøbspris pr. elektronisk presseklip

3.4.1.1 Jyllands-Posten

- 101 Det fremgår af Jyllands-Postens kontrakt med henholdsvis Infomedia og Newswatch, at indkøbsprisen for et elektronisk presseklip fra Jyllands-Posten er en procentdel af medieovervågningsvirksomhedens omsætning. Andelen er [...] pct. for de første [...] kr. af omsætningen, [...] pct. for omsætningen mellem [...] kr. og [...] kr. og endelig [...] pct. af omsætningen over [...] kr. 'Omsætning' skal forstås som den omsætning, medieovervågningsvirksomheden genererer på baggrund af videresalg af artikler fra publikationen i den enkelte kontrakt, fx Jyllands-Posten. Kontrakternes eksakte formulering vedr. indkøbsprisen er citeret i **Boks 3**. På baggrund af eksemplet i aftaleteksten kan det konkluderes, at der er tale om årsomsætning. Beløbsgrænserne indeksreguleres for Infomedias vedkommende med 2006 som indeks 100.
- 102 For Newswatch (kontrakt for 2010) gælder dog tillige, at Newswatch minimum betaler [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde. Newswatch har afregnet samtlige artikler fra Jyllands-Posten til [...] kr. i 2010. Kontrakten mellem Jyllands-Posten og Newswatch indeholder ikke en bestemmelse om indeksregulering af beløbsgrænserne.
- 103 For Newswatch (kontrakt for 2011) gælder, at Newswatch minimum betaler [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde. Denne minimumspris falder over tid til først [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde fra 1. januar 2014 og siden hen til [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde fra 1. september 2016. Kontrakten mellem Jyllands-Posten og Newswatch gældende fra 2011 indeholder ikke en bestemmelse om indeksregulering af beløbsgrænserne. Kontrakterne fremgår af **bilag 11, 12 og 13**.

Boks 3: Indkøbspris

“§ 11 Vederlag

[...]

c. Den procentvise andel af indtægterne stiger i takt med forbruget efter følgende skala:

Totalt forbrug af Udgiverens Indhold* Udgiverens andel af indtægterne:

0 - [...] kr. [...] procent

[...] - [...] kr. [...] procent

[...] - ∞ [...] procent

* Disse beløbsgrænser indeksreguleres jf. nettoprisindekset med 2006 som indeks 100.

Eksempel på udregning af vederlaget til Udgiveren: Hvis totalforbruget af Udgiverens Indhold for det pågældende år har været på [...]”

3.4.1.2 Politiken

3.4.1.2.1 Infomedia

104 Det fremgår af Politikens kontrakt med Infomedia, at vilkårene for beregning af Infomedias indkøbspris for elektroniske presseklip fra Politiken er identiske med vilkårene i Jyllands-Postens kontrakt med Infomedia, se Boks 3. Kontrakten fremgår af **bilag 14**.

3.4.1.2.2 Newswatch

105 Det fremgår af Politikens kontrakter med Newswatch om levering af elektroniske presseklip, at der afregnes på baggrund af antallet af samtidige brugere hos slutkunden, jf. Boks 4. Kontrakten fremgår af **bilag 15**.

Boks 4: Indkøbspris, kontrakt med Politiken

"PRIS OG BETALINGSBESTEMMELSER

Ved levering af Elektroniske Presseklip til Kunder betaler Newswatch følgende vederlag:

*Ved [...] samtidige brugere betales [...] kr. Pr. Elektroniske Presseklip
Ved [...] samtidige brugere betales [...] kr. Pr. Elektroniske Presseklip
Ved [...] samtidige brugere betales [...] kr. Pr. Elektroniske Presseklip
Ved [...] samtidige brugere betales [...] kr. Pr. Elektroniske Presseklip
Ved [...] samtidige brugere betales [...] kr. Pr. Elektroniske Presseklip
Ved [...] eller flere samtidige brugere betales [...] kr. Pr. Elektroniske Presseklip"*

3.4.1.3 Ekstra Bladet

3.4.1.3.1 Infomedia

- 106 Det fremgår af Ekstra Bladets kontrakt med Infomedia, at vilkårene for beregning af Infomedias indkøbspris for elektroniske presseklip fra Ekstra Bladet er identiske med vilkårene i Jyllands-Postens kontrakt med Infomedia, jf. Boks 3. Kontrakten fremgår af **bilag 16**.

3.4.1.3.2 Newswatch, kontrakt for 2010

- 107 Det fremgår af Ekstra Bladets kontrakt med Newswatch for 2010, at hvis Newswatch fakturerer en salgspris på op til [...] kr. pr. elektronisk presseklip, skal Newswatch betale en indkøbspris på [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde til Ekstra Bladet. Hvis Newswatches salgspris er højere end [...] kr. pr. elektronisk presseklip, skal Newswatch betale [...] pct. af sin salgspris til Ekstra Bladet. Newswatch har imidlertid afregnet samtlige artikler fra Ekstra Bladet til [...] kr. i 2010. Kontrakten fremgår af **bilag 17**.

3.4.1.3.3 Newswatch, kontrakt for 2011

- 108 Det fremgår af Ekstra Bladets kontrakt med Newswatch for 2011, at printartikler afregnes til [...] pct. af Newswatches faktureringspris, mens webartikler afregnes til [...] pct. af Newswatches faktureringspris. Kontrakten fremgår af **bilag 18**.

3.4.2 Årlige / halvårslige minimumsbetalinger

3.4.2.1 Jyllands-Posten

Jyllands-Postens kontrakter med henholdsvis Infomedia og Newswatch indeholder alle et krav om en halvårlig eller årlig minimumsbetaling, dog Jyllands-Postens kontrakt for 2010 med Newswatch undtaget. Størrelsen af minimumsbetalingerne fremgår af Tabel 5. Infomedia har i 2009 og 2010 opfyldt kravet til minimumsbetaling.

Tabel 5 MINIMUMSBETALINGER FOR ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA JYLLANDS-POSTEN		
	Kontraktperiode	Minimumsbetaling
Infomedia	22. februar 2007 -	[...] kr. halvårligt
Newswatch	1. november 2009 - 31. december 2010	-
Newswatch	1. januar 2011	1. januar 2011 - 31. december 2011: [...] kr. 1. januar 2012 - 31. december 2012: [...] kr. 1. januar 2013 - 31. december 2013: [...] kr. 1. januar 2014 - 31. december 2014: [...] kr. De efterfølgende 12 måneders perioder (fra og med 1. januar 2015) betales en samlet minimumsbetaling på [...] kr.

3.4.2.2 Politiken

- 109 Politikens kontrakter med henholdsvis Infomedia og Newswatch indeholder alle krav om en halvårlig minimumsbetaling. Hvis minimumsbetalingen ikke opfyldes ved afregning efter de gældende principper for betaling pr. elektronisk presseklip, skal medieovervågningsvirksomheden yderligere indbetale differencen op til den årlige/halvårslige minimumsbetaling. Opfyldes kravet til minimumsbetaling derimod, så har kravet ingen betydning for betalingen for indkøb af elektroniske presseklip.

Størrelsen af minimumsbetalingen fremgår af Tabel 6. Infomedia har i 2009 og 2010 opfyldt kravet til minimumsbetaling. Det samme gør sig gældende for Newswatch i 2010 og 2011.

Tabel 6 MINIMUMSBETALINGER FOR ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA POLITIKEN		
---	--	--

	Kontraktperiode	Minimumsbetaling
Infomedia	13. februar 2007 -	[...] kr. halvårligt
Newswatch	1. januar 2010 -	1. januar 2010 betales [...] kr. 1. juli 2010 betales [...] kr. 1. januar 2011 betales [...] kr. 1. juli 2011 betales [...] kr. 1. januar 2012 betales [...] kr. 1. juli 2012 betales [...] kr. Herefter betales [...] kr. for alle efterfølgende 6 måneders perioder.

3.4.2.3 Ekstra Bladet

- 110 Ekstra Bladets kontrakter med henholdsvis Infomedia og Newswatch indeholder alle krav om en halvårlig minimumsbetaling. Størrelsen af minimumsbetalingen fremgår af Tabel 7. Infomedia har i 2009 og 2010 opfyldt kravet til minimumsbetaling. Det samme gør sig gældende for Newswatch i 2010.

Tabel 7

MINIMUMSBETALINGER FOR ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA EKSTRA BLADET

	Kontraktperiode	Minimumsbetaling
Infomedia	9. december 2007 -	[...] kr. halvårligt
Newswatch	1. februar 2010 - 31. december 2010	[...] kr. i 2010
Newswatch	1. januar 2011 -	[...] i 2011

3.4.3 Øvrige vilkår

- 111 JP/Politikens kontrakter, enten alle eller udvalgte, indeholder desuden vilkår vedrørende:
- 112 *Udsendelsestidspunkt:* Det følger af Newswatches kontrakt med Jyllands-Posten, at Newswatch er forpligtet til ikke at udsende redaktionelt materiale til sine kunder fra Jyllands-Posten inden kl. 7.00 samme dag. Infomedias kontrakt med Jyllands-Posten har ingen begrænsning for så vidt angår hvilket tidspunkt Infomedia må udsende sine produkter til Infomedias kunder.
- 113 *Prisreduktion ved forringet kvalitet:* Det fremgår af Infomedias aftale med JP/Politiken (Politiken, Jyllands-Posten og Ekstra Bladet), at Infomedia har krav på kompensation ved forringet kvalitet af leveringen af elektroniske presseklip. Ingen af Infomedias konkurrenter har et tilsvarende vilkår.

- 114 *Medieovervågningsvirksomheders lagring og søgning i redaktionelt materiale:* Det fremgår af Newswatchs aftale med JP/Politiken (Politiken, Jyllands-Posten og Ekstra Bladet), at Newswatch har ret til lagring af redaktionelt materiale i maksimalt 3 dage fra leveringsdatoen. Infomedias har ikke en tilsvarende begrænsning.
- 115 *Kundebegrænsning:* Det fremgår af Newswatchs aftale med Jyllands-Posten, at Newswatch ikke må videresælge til privatpersoner. Det fremgår af Infomedias aftale med Jyllands-Posten, at Infomedias gerne må sælge til privatpersoner.
- 116 *Leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer:* Det fremgår af JP/Politikens aftaler med Newswatch, at Newswatch modtager materiale fra JP/Politikens publikationer senest mellem kl. 4.30 og 5.00 afhængig af den konkrete aftale. Infomedias modtager senest materiale mellem kl. 5.30 og 6.30. Derudover fremgår det af Infomedias aftaler med JP/Politiken, at Infomedias modtager redaktionelt materiale to gange dagligt. Imidlertid fremgår det af Newswatchs aftale, at Newswatch kun modtager redaktionelt materiale én gang dagligt.

4 HØRING

4.1 PARTSHØRING

- 117 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte den 17. maj 2013 udkast til afgørelse i høring hos Berlingske Media og JP/Politiken. De ændringer, som parternes høringssvar har givet anledning til, er indføjjet i afgørelsen.

4.1.1 Berlingske Medias høringssvar

- 118 Berlingske Media fremsendte høringssvar den 31. maj 2013.
- 119 Overordnet har Berlingske Media bemærket, at Berlingske Media er af den opfattelse, at styrelsens betænkeligheder i nærværende sag er ubegrundede. Berlingske Media afviser, at Berlingske Media har anvendt diskriminerende vilkår i aftalerne med Infomedias konkurrenter i strid med fusionstilsagnet eller konkurrencelovens § 11.

Indkøbspris pr. elektronisk presseklip

- 120 Berlingske Media har anført: *"For så vidt angår Berlingske Medias prissystem beror KFST's antagelse i Udkastet om betænkeligheder i forhold til manglende overholdelse af fusionstilsagnet på teoretiske beregninger af Newswatch' og Infomedias indkøbspris pr. elektronisk presseklip i 2010. På baggrund heraf er det antaget, at Newswatch af Berlingske Media kan være tilbudt levering af redaktionelt indhold på diskriminerende vilkår i forhold til de vilkår, der er tilbudt Infomedia."*
- 121 Hertil bemærker styrelsen, at der ikke er tale om teoretiske beregninger, men om en direkte sammenligning af henholdsvis Newswatchs og Infomedias prissystemer, idet styrelsen henviser til afsnit 6.1.1.

Minimumsbetaling

- 122 Berlingske Media har anført: *"... En vurdering af Berlingske Medias prissystem må tage udgangspunkt i, hvilken ydelse Berlingske Media stiller til rådighed for Infomedia og konkurrenterne. Denne ydelse er ikke "elektroniske presseklip", men adgangen for Infomedia og Newswatch til frit at benytte Berlingske Medias varelager af artikler til brug for virksomhedernes medieovervågningsprodukter. Det er forkert, når Styrelsen vurderer minimumsbetalingsvilkåret alene ud fra en sammenligning af en teoretisk stykpris for elektroniske presseklip, som er et – blandt flere – af de produkter, der udbydes på downstream markedet, men som ikke er det produkt, der sælges af Berlingske Media til Infomedia og Newswatch."*
- 123 Styrelsen bemærker hertil, at det er korrekt, at Infomedia og Newswatch søger i det fulde materiale fra Berlingske Medias publikationer. Styrelsen

hæfter sig dog ved, at presseovervågningsvirksomhederne afregner til Berlingske Media på baggrund af antallet af videresolgt elektroniske presseklip, jf. afsnit 3.3.1. Det er således svært at se, at elektroniske presseklip ikke skulle være det produkt, som Berlingske Media sælger til Infomedia og Newswatch og at styrelsens vurdering derfor ikke skulle tage udgangspunkt heri ved en vurdering af minimumsbetalingskravet.

- 124 Berlingske Media har endvidere anført: *”Der påhviler Berlingske Media meget betydelige omkostninger på mange [...] kroner til produktion af redaktionelt indhold fra Berlingske, B.T. og Weekendavisen, og der er betydelige omkostninger på [...] kr. forbundet med at kunne stille indholdet fra disse udgivelser til rådighed for presseovervågningsvirksomhederne udenfor Berlingske-koncernen. [...] Berlingske Media har således på trods af minimumsafregningsvilkåret ikke dækning for de omkostninger, der afholdes for at kunne stille indholdet [til] rådighed for medieovervågningsvirksomhederne.”*
- 125 Hertil bemærker styrelsen for det første, at Berlingske Media vel næppe kan forvente at få dækket omkostninger til produktion af redaktionelt indhold til de nævnte publikationer alene ved salg af elektroniske presseklip, men snarere må forventes at søge omkostningerne dækket gennem annonce- og abonnementsalg.
- 126 For det andet bemærker styrelsen, at Berlingske Media ikke har uddybet eller dokumenteret de omkostninger, som Berlingske Media hævder at have ved at stille redaktionelt indhold til rådighed for virksomheder uden for Berlingske-koncernen. Styrelsen har derfor svært ved at vurdere Berlingske Medias objektive begrundelse for vilkåret om en minimumsbetaling.

Andre vilkår

- 127 Berlingske Media har anført: *”Det er Berlingske Medias opfattelse, at de forskelle i vilkårene, der er konstateret på de anførte punkter [afsnit 6.1.2 og 6.2], ikke kan påberåbes af Styrelsen til støtte for, at Newswatch er blevet diskrimineret i forhold til Infomedia. Der er for alle de anførte vilkår tale om forskelle, der har været og er uden for nogen som helst betydning for konkurrencen mellem Infomedia og Newswatch, og som derfor ikke er blevet tillagt betydning eller overvejet nærmere ved aftalernes indgåelse. Derfor er disse forskelle ikke omfattet af tilsagnet og irrelevante for stillingtagen til, om tilsagnet og konkurrencelovens § 11 er overholdt.”*
- 128 Hertil bemærker styrelsen, at det faktum, at et vilkår ikke har været *”overvejet nærmere ved aftalernes indgåelse”* ikke fritager Berlingske Media fra forpligtelsen til at levere elektroniske presseklip i overensstemmelse med fusionstilsagnet og konkurrenceloven.

Dominans

- 129 Berlingske Media har anført: *"Berlingske Media er ikke enig i, at der er grundlag for en overvejelse om kollektiv dominans. [...] Da KFST ikke som følge af afgivelse af nyt tilsagn har fundet grundlag for at gennemføre analysen om dominans, vil Berlingske Media afstå fra at fremkomme med yderligere bemærkninger hertil."*
- 130 Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen er uenig og henviser til afsnit 5.2.1.

4.1.2 JP/Politikens høringssvar

- 131 JP/Politiken fremsendte høringssvar den 30. maj 2013.
- 132 JP/Politiken har indledningsvis anført: *"JP/Politikens Hus bemærker samtidig, at selskabet ikke finder at have overtrådt det oprindelige tilsagn eller forbuddet i konkurrencelovens § 11. JP/Politikens Hus er derfor ikke enig med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i de identificerede betænkeligheder."*

JP/Politikens prissystem

- 133 JP/Politiken har anført: *"... For kunden ligger værdien i ydelsen i selve presseovervågningen, og ikke i de artikler, der måtte – eller muligvis ikke måtte - blive udsendt, ... Fordi den relevante ydelse i sagen ikke er levering af elektroniske artikler, men adgangen til at benytte alle artiklerne, kan spørgsmålet om diskrimination ikke vurderes ved at sammenligne stk.-priser pr. artikel."*
- 134 Styrelsen bemærker hertil, at værdien for kunden naturligvis også ligger i selve artiklernes indhold – foruden selve medieovervågningen. En ting er at vide, at den pågældende kunde, kundens produkter, eller hvad der nu overvåges, har været nævnt i en eller flere medier, men denne information er kun fuldkommen, når kunden tillige bliver klar over, i hvilken kontekst, kunden eller kundens produkt har været nævnt. Derfor udgør artiklerne også en værdi for kunden. Dette afspejles i, at betalingen mellem JP/Politiken og medieovervågningsvirksomheder og betalingen mellem medieovervågningsvirksomheder og slutkunder er knyttet op på enten antallet af artikler eller et maksimum antal artikler. Styrelsen finder derfor fortsat, at spørgsmålet om diskrimination kan vurderes ved at sammenligne stykpriser pr. elektronisk presseklip.
- 135 JP/Politiken har videre anført: *"Infomedia og Newswatch benytter også adgangen til dagbladenes elektroniske artikler til at lave resumeskrivelser og medieanalyser. Ved resumeskrivelser og medieanalyser udsendes der ikke elektronisk artikler til slutkunderne. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse fører til det forkerte resultat, at den medieovervågningsvirksomhed, der fokuserer mere på resumeskrivelser og medieanalyser og mindre på*

presseovervågning [...], bliver diskrimineret i forhold til den virksomhed, der fokuserer mere på presseovervågning og mindre på resumeer og analyser. Dette på trods af, at begge virksomheder har samme adgang til at bruge dagbladenes artikler og begge bruger disse, men til forskellige formål.”

- 136 Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen er opmærksom på, medieovervågningsvirksomhederne foruden medieovervågning udbyder resumeer og medieanalyse, der udarbejdes på baggrund af elektroniske presseklip. Medieovervågningsvirksomhederne afregner imidlertid tillige for elektroniske presseklip anvendt til resumeer. Styrelsens analyse skal således tage højde for, at JP/Politikens artikler også benyttes til medieanalyse, for hvilket der ikke afregnes, hvilket styrelsen har gjort, jf. punkt 289-291.
- 137 Endelig har JP/Politiken anført: *”Dagbladene og journalisterne har aftalt en royaltybetaling for den videreudnyttelse af artiklerne, der er knyttet til Infomedias og Newswatchs virksomheder. Royaltybetalingen er forhandlet på overenskomstniveau og følger Overenskomster mv. mellem Danske Mediers Arbejdsgiverforening og Dansk Journalistforbund [...]. Royaltybetalingen oversteg endvidere medieovervågningsvirksomhedernes samlede minimumsbetalinger til dagbladene for at få adgang til de elektroniske artikler.”*
- 138 Styrelsen bemærker hertil for det første, at royaltybetaling for videreudnyttelse ikke alene omfatter betaling for salg til medieovervågningsvirksomheder, men også betaling for eksempelvis koncernintern brug af artikler, når artikler skrevet til fx Politiken gengives i Jyllands-Posten. Det er således ikke givet, at minimumsbetalinger alene skal kunne dække dagbladenes royaltybetalinger.
- 139 Styrelsen bemærker for det andet, at det står dagbladene frit for at forhandle nye aftaler, såfremt de aftaler der foreligger nu ikke giver mulighed for rentabel drift.

Øvrige vilkår

- 140 JP/Politiken har anført: *”Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i sit udkast til afgørelse identificeret øvrige forskelle, der efter styrelsens opfattelse rejser betænkeligheder. Det er efter JP/Politikens opfattelse kendetegnende for disse forskelle, at de ikke har stillet Infomedia og Newswatch ringere i konkurrencen, hvorfor forskellene ikke kan udgøre en overtrædelse af tilsagnet eller forbuddet i konkurrencelovens § 11.”*
- 141 Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen - i overensstemmelse med fusionstilsagnet - vurderer, om JP/Politiken har tilbudt Newswatch aftaler om levering af elektroniske presseklip på ikke-diskriminerende vilkår i forhold til de vilkår, som Infomedia får leveret elektroniske presseklip på. Testen er

således ikke, om Newswatch er blevet stillet ringere i konkurrencen, om end styrelsen finder, at vilkårene er egnede hertil.

4.2 HØRING AF INFOMEDIAS KONKURRENTER

142 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte den 17. maj 2013 udkast til afgørelse i høring hos Retriever Danmark (tidl. Newswatch), mens Meltwater modtog udkastet den 21. maj 2013. De ændringer, som høringssvarene har givet anledning til, er indføjet i afgørelsen.

4.2.1 Retriever Danmarks høringssvar

143 Retriever fremsendte høringssvar den 31. maj 2013.

144 Retriever beklager indledningsvis, at nærværende sag ikke omhandler arkiv. Retriever anfører, at *"Infomedias vigtigste aktiv er deres arkiv. [...] Infomedia [har] ved flere lejligheder bundlet deres arkiv og medieovervågning i tilbud til kunderne, tilbud Retriever IKKE kan matche, netop fordi vi er afskåret fra kunne tilbyde et arkiv med landets største aviser."*

145 Styrelsen bemærker hertil, at arkiv ikke er omfattet af fusionstilsagnet, hvorfor det ikke behandles i nærværende sag, jf. punkt 30. Det bemærkes dog samtidig, at såfremt Infomedia bundler salg af medieovervågning med salg af arkivadgang vil det efter omstændighederne kunne være en overtrædelse af konkurrencelovens § 11.

146 Retriever har anført: *"Det foreslås [...], at der i tilsagnet såvel som i afgørelsesudkastet indsættes en forpligtelse til – på anmodning fra Infomedias aktuelle og potentielle konkurrenter og inden for f.eks. 1 uge eller en af KFST i tilsagnet på forhånd defineret rimelig frist – at stille de aftalevilkår, som til enhver tid er gældende mellem Parterne og Infomedia til rådighed for Infomedias konkurrenter, så det kan sikres, at Parterne rent faktisk lever op til ikke-diskriminationsforpligtelsen."*

147 Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen ikke finder det nødvendigt at indsætte en sådan forpligtelse, idet styrelsen, jf. konkurrencelovens § 17, kan indhente kontrakter og øvrigt materiale, som styrelsen måtte finde nødvendigt.

148 Retriever har desuden anført, at *"Retriever ser ingen grunde til, at Jydske Vestkysten skal undtages fra leveringspligten."*

149 Styrelsen bemærker hertil, at JydskeVestkysten fortsat er undtaget fra leveringspligten, idet Berlingske Media alene ejer en del af JydskeVestkysten, men ikke har kontrol over JydskeVestkysten og derfor ikke kan gennemtvinge en leveringsforpligtelse overfor JydskeVestkysten.

JP/Politikens betalingsvilkår (bilag 1)

- 150 Retriever har anført: *”Retriever er principielt ikke afvisende overfor, at JP/Politiken anvender en given procentsats af en given af Retriever genereret omsætning som grundlag for beregning af en årlig abonnementsbetaling, [...]. Retriever finder det dog yderst problematisk og helt uacceptabelt, såfremt KFST tillader, at JP/Politiken kan lade abonnementsbetalingen afhænge af Retrievers totale omsætning.”* Retriever anfører videre: *”JP/Politikens ”abonnementsbetaling” baseret på maksimalt [...] % af Retrievers totale omsætning vil således føre til en alt for høj fast årlig basisbetaling, der i øvrigt væsentlig overstiger den umiddelbart tilforladeligt udseende ”minimumsbetaling” på maksimalt [...] kr.”*
- 151 Styrelsen anfører hertil, at styrelsen vurderer, at JP/Politikens betalingsvilkår (bilag 1) sikrer, at Retriever og andre konkurrenter ikke de facto diskrimineres, fx ved krav om en høj minimumsbetaling eller ved en fast, høj abonnementsbetaling, der de facto vil belaste aktører med lav omsætning mere end aktører med høj omsætning. At abonnementsbetalingen beregnes som samme procentsats af omsætningen sikrer, at Infomedias konkurrenter ikke belastes forholdsmæssigt hårdere end Infomedia.
- 152 Retriever beregner, hvor meget abonnementsbetalingen ville have udgjort for Retriever i 2012, nemlig [...] pct. af [...] kr., svarende til [...] kr.
- 153 Styrelsen bemærker hertil, at Newswatch i 2011, efter det til styrelsen oplyste, betalte [...] kr. i minimumsbetaling.¹⁷ Dette tal må formodes at have været højere i 2012. Sammenlignet hermed er en maksimal abonnementsbetaling på [...] (på baggrund af Newswatch omsætning i 2012) lavere og dermed ikke *”alt for høj”*. Tværtimod er abonnementsbetalingen efter de nye betalingsvilkår lavere end under Newswatches hidtidige kontrakter med JP/Politiken.
- 154 Styrelsen bringer desuden i erindring, at Infomedia tillige skal betale op til [...] pct. af Infomedias totale omsætning i abonnementsbetaling.
- 155 Styrelsen bemærker endelig, at hensigten med tilsagnet samt bilag ikke er at prisregulere parternes produkter, men at sikre, at Retriever og andre konkurrenter til Infomedia tilbydes levering på ikke-diskriminerende vilkår – både *de jure* og *de facto* – i forhold til de vilkår, som tilbydes Infomedia. Det er styrelsens vurdering, at JP/Politikens betalingsmodel imødekommer dette. Den faktiske abonnementsbetaling (procentsats) og royaltymbetaling fastsættes efter forhandling med markedsaktørerne.

¹⁷ Jf. mail af 30. januar 2012 fra Newswatch.

Berlingske Medias betalingsvilkår (bilag 2)

- 156 Retriever har anført: *”Retriever finder, at det er helt uacceptabelt, såfremt KFST tillader Berlingske Media et sådan generelt forbehold, som er indsat i pkt. 2, 2. afsnit [og pkt. 3, 2. afsnit]. Forbeholdet skaber betydelig usikkerhed for, hvilke vilkår Retriever m.fl. kan risikere at blive mødt med.”*
- 157 Styrelsen bemærker hertil, at Berlingske Medias priser og vilkår skal overholde fusionstilsagnet og tilsagnet, hvilket begrænser rækkevidden af forbeholdet. Dernæst anerkender styrelsen Berlingske Medias behov for at kunne imødekomme ændringer, fx i forhold til nye produkter, i et marked, der er præget af teknologisk udvikling.

4.2.2 Meltwaters hørings svar

- 158 Meltwater fremsendte hørings svar den 3. juni 2013.

Dybe links

- 159 Meltwater har anført: *”Alla aktörer på den danska marknaden måste ha samma avtal för att ”djup länka”? [...] Google är en konkurrent till oss, och där kan våra kunder i dagsläget hitta djuplänkat till JP/POL hos Berlingske. I en eventuell betalningsdiskussion vi vill försäkra oss omm att samma vilkor gäller för samtliga potentiella aktörer i marknaden”.*
- 160 Styrelsen bemærker hertil, at tilsagnet retter sig mod markedet for medieovervågning og aktører herpå. Såfremt Meltwaters kunder selv søger på Google, så er der ikke umiddelbart tale om konkurrence til et medieovervågningsprodukt, som det udbydes af fx Meltwater. Det bemærkes endvidere, at en række af Berlingske Medias og JP/Politikens internetudgivelser har indført betaling for at læse artikler. For disse publikationer kan artikler ikke tilgås via Google.

JP/Politikens betalingsvilkår (bilag 1)

- 161 Meltwater har om JP/Politikens mulige abonnementsbetaling, der beregnes som en procentsats af den del af medieovervågningsvirksomhedens omsætning, som direkte eller indirekte knytter sig til medieovervågning (elektronisk presseklip, resuméer og medieanalyse) og mediearkiv-virksomhed, anført at *”Detta är helt orimligt. Ingen aktör på marknaden kan acceptera detta. Om inte aktören ägs av mediahuset. Det bliver en stor entry barrier på marknaden då företag som Infomedia betaleren stor del av vår vinst till vår konkurrens ägare.[...] En rimlig lösning är att det är [...] % av den del som vi tjänar på att sälja artikler från JP/Politikens Hus A/S-koncernen.”*

- 162 Meltwater har om royaltybetalingen videre anført: *”Detta kommer i slutänden resultera i i kostnader som inte står i proportion med innehåll som tidningarna levererar.”*
- 163 Styrelsen anfører hertil, at styrelsen vurderer, at JP/Politikens betalingsvilkår (bilag 1) sikrer, at Meltwater og andre konkurrenter ikke de facto diskrimineres, fx ved krav om en høj minimumsbetaling eller ved en fast abonnementsbetaling, der de facto vil belaste aktører med forskellig omsætning forskelligt. At abonnementsbetalingen beregnes som en procentsats af omsætningen sikrer, at Infomedias konkurrenter ikke belastes forholdsmæssigt hårdere end Infomedia.
- 164 Styrelsen bemærker desuden, at hensigten med tilsagnet samt bilag ikke er at prisregulere parternes produkter, men at sikre, at Meltwater og andre konkurrenter til Infomedia tilbydes levering på ikke-diskriminerende vilkår – både *de jure* og *de facto* – i forhold til de vilkår, som tilbydes Infomedia. Det er styrelsens vurdering, at JP/Politikens betalingsmodel imødekommer dette. Den faktiske abonnementsbetaling (procentsats) og royaltybetaling fastsættes efter forhandling med markedsaktørerne.

Berlingske Medias betalingsmodel (bilag 2)

- 165 Meltwater har om Berlingske Medias betalingsmodel anført, at *”Bilaga 2 (Berlingske) är ett mer genomarbetat och klart upplägg som alla parter kan arbeta med.”*

5 VURDERING

5.1 MARKEDSAFGRÆNSNING

- 166 For at vurdere parternes stilling på markedet, jf. konkurrencelovens § 11, er det nødvendigt at afgrænse det relevante marked. Det relevante marked består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked.
- 167 Det følger af konkurrencelovens § 5 a, og af Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked¹⁸, at det relevante marked skal afgrænses på baggrund af undersøgelser af efterspørgsels- og udbudssubstitutionen – suppleret med undersøgelser af den potentielle konkurrence.

5.1.1 Det relevante produktmarked

- 168 Ved det relevante produktmarked forstås markedet for alle de produkter eller tjenesteydelser, som forbrugeren anser for indbyrdes substituerbare på baggrund af produkternes eller tjenesteydelsernes egenskaber, pris og anvendelsesformål.¹⁹
- 169 Ved afgrænsningen af det relevante produktmarked tages udgangspunkt i de produkter eller tjenesteydelser, som det konkurrenceretlige problem vedrører. Dernæst afgrænses, hvilke øvrige produkter, der er substituerbare hermed. Afgrænsningen tager derfor udgangspunkt i vilkårene for salg af rettigheder til nyhedsartikler m.v.
- 170 Konkurrencerådet afgrænsede i sin afgørelse af 25. september 2002 vedrørende etableringen af FAS et marked for rettigheder til nyhedsartikler m.v. samt markeder for henholdsvis presseovervågning og søgning i nyhedsarkivdatabaser. Markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v. er vertikalt forbundet med markederne for henholdsvis presseovervågning og nyhedsarkivdatabaser, men adskiller sig herfra ved, at udgivere på markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v. sælger såkaldte feed indeholdende alle artikler fra en given publikation til medieovervågningsvirksomheder, mens medieovervågningsvirksomheder på det efterfølgende marked for medieovervågning bl.a. sælger søgning på udvalgte ord i samtlige tilgængelige publikationer til slutkunder. På markedet for nyhedsarkivdatabaser udbydes søgning på udvalgte ord i historiske artikler fra samtlige tilgængelige publikationer.

¹⁸ Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret (97/372/02), punkt 14.

¹⁹ Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret (97/C 372/03), punkt 7.

- 171 De tilsagn, der blev afgivet i forbindelse med etableringen af FAS for at imødekomme rådets betænkeligheder, rettede sig mod upstream-markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v. med henblik på at forhindre afskærmning af Infomedias konkurrenter på downstream-markedet for medieovervågning.
- 172 Om upstream-markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v. konstaterede Konkurrencerådet i FAS-afgørelsen, at aktører på downstream-markedet for presseovervågning er afhængige af at indgå af aftaler med rettighedshaverne til nyhedsartiklerne, det vil sige blandt andre Berlingske Media og JP/Politiken.
- 173 Rådet konstaterede i FAS-afgørelsen, at:

"[m]edierne spiller en forskellig rolle og er af forskellig vigtighed i nyhedsdækningen. Af samme grund er ikke alle medierne af samme betydning i de vertikalt efterstillede markeder som for eksempel presseovervågning. De enkelte landsdækkende dagblade adskiller sig fra hinanden på områder såsom politisk orientering og stofområder. Dette betyder, at dagbladene til en [vis] grad har forskellige læsere. For eksempel er Berlingske Tidende, Dagbladet Børsen og til dels Jyllands-Posten førende f.s.v.a. dækningen af erhvervsnyheder, mens Politiken giver erhvervsstoffet en knap så fremtrædende rolle.

Når dette er sagt har de landsdækkende dagblade, og særligt Politiken, Berlingske Tidende, Jyllands-Posten, Dagbladet Børsen og til dels også Erhvervsbladet, BT og Ekstra Bladet, det til fælles, at de udgør de vigtigste kilder f.s.v.a. den generelle nyhedsdækning. De landsdækkende dagblade er således de andre medier overlegne f.s.v.a. omfanget af artikler, og fordi de er de medier, der har flest nyheder af bred interesse. De landsdækkende dagblade fungerer således som nyhedsskabere i Danmark, som dem der sætter mediedagsordnen."

- 174 I forhold til markedet for presseovervågning anførtes i FAS-afgørelsen:

"Dækning, overblik, selektivitet og aktualitet/tempo er nøgleord inden for området.

Kunderne ønsker at være dækket ind hele vejen rundt f.s.v.a. de medier, der betyder noget for dem. Et gennemgående træk er, at alle virksomheder ønsker, at de landsdækkende dagblade overvåges. Særligt Dagbladet Børsen, Jyllands-Posten, Berlingske Tidende og Politiken, men også Erhvervsbladet, Information samt de øvrige landsdækkende dagblade."

- 175 Det vurderes fortsat, at der kan afgrænses et marked for rettigheder til nyhedsartikler m.v. Således har der ikke været væsentlige ændringer siden FAS-afgørelsen.
- 176 Til brug for nærværende sag kan den endelige afgrænsning af det relevante produktmarked dog lades stå åbent, idet de af parterne afgivne tilsagn imødekommer de betænkeligheder Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har.

5.1.2 Det relevante geografiske marked

- 177 Ved det relevante geografiske marked forstås det område, hvor de deltagende virksomheder er involveret i udbud af og efterspørgsel efter produkter eller tjenesteydelser, og som har tilstrækkelig ensartede konkurrencevilkår og kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene der er meget anderledes.²⁰
- 178 Parternes publikationer er dansksprogede og har primært interesse for medieovervågningsvirksomheder og slutkunder i Danmark.
- 179 Det relevante geografiske marked vurderes derfor at kunne afgrænses til Danmark.
- 180 Til brug for nærværende sag kan den endelige afgrænsning af det relevante geografiske marked dog lades stå åbent, idet de af parterne afgivne tilsagn imødekommer de betænkeligheder Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har.

5.1.3 Konklusion vedrørende markedsafgrænsning

- 181 Det vurderes, at der kan afgrænses et dansk marked for rettigheder til nyhedsartikler m.v.
- 182 Til brug for nærværende sag kan den endelige afgrænsning af det relevante marked dog lades stå åbent, idet de af parterne afgivne tilsagn imødekommer de betænkeligheder Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har.

5.2 KONKURRENCELOVENS § 11

- 183 Det er forbudt for en eller flere virksomheder m.v. at misbruge en dominerende stilling, jf. konkurrencelovens § 11.
- 184 Der er to betingelser, der skal være opfyldt for, at dette forbud er overtrådt. Der skal være tale om, at (i) en eller flere virksomheder besidder en dominerende stilling på det relevante marked, og (ii) at den dominerende stilling misbruges. (ii) behandles i henholdsvis afsnit 6.3 og 7.3.

²⁰ Jf. Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret (97/C 372/03) punkt 8.

5.2.1 Dominerende stilling

- 185 En virksomhed eller flere virksomheder har en dominerende stilling, når den/de indtager en position, som sætter den/de i stand til at hindre, at der opretholdes en effektiv konkurrence på det relevante marked, idet virksomheden eller virksomhederne kan anlægge en i betydeligt omfang uafhængig adfærd over for konkurrenter og kunder og i sidste instans forbrugerne²¹.
- 186 Vurderingen af, om en virksomhed eller flere virksomheder besidder en dominerende stilling, er en helhedsbedømmelse. I helhedsbedømmelsen skal indgå alle faktorer, der har betydning for, om den/de pågældende virksomhed(er) kan handle uafhængigt.
- 187 Ved formodning om kollektiv dominans skal det for det første undersøges om virksomhederne udgør en kollektiv enhed og dernæst om denne kollektive enhed har en dominerende stilling.
- 188 For så vidt angår, om parterne udgør en kollektiv enhed gælder, at *"[d]et afgørende element er forbindelserne mellem virksomhederne, og om forbindelserne medfører, at virksomhederne overfor deres konkurrenter og kunder kan finde det muligt, økonomisk hensigtsmæssigt og dermed ønskværdigt varigt at følge samme markedsstrategi og dermed indtage samme stilling på markedet, som en enkelt virksomhed ville indtage."*²²
- 189 Styrelsen vurderer umiddelbart, at Berlingske Medias og JP/Politikens fælles ejerskab af Infomedia udgør en sådan forbindelse. Det er i parternes interesse at beskytte Infomedia i konkurrencen mod Infomedias konkurrenter, for derved at beskytte deres egen investering i Infomedia og maksimere udbyttet herfra. Parterne har således interesse i at udvise samme adfærd på det relevante marked med henblik på at styrke Infomedias position.
- 190 Af *Airtours-sagen* og samt sagen *Piau mod Kommissionen* følger en præcisering af under hvilke betingelser, der kan foreligge en kollektivt dominerende stilling som følge af en oligopolistisk markedsstruktur.
- Gennemsigtighed og kontrol af adfærd. Hver af parterne skal kunne skaffe sig kendskab til den anden parts adfærd for at kunne kontrollere, om de begge følger samme handlemåde.
 - Den koordinerede adfærd skal opretholdes over en vis periode.

²¹ Jf. EF-Domstolens dom af 9. november 1983 i sag 322/81, *Michelin mod Kommissionen*, præmis 30.

²² Domstolens dom i forenede sager C-395/96 P og C-396/96 P, pr. 36.

- Den forudsigelige reaktion hos nuværende og potentielle konkurrenter og kunder må ikke så tvivl om de forventede resultater af den fælles handlemåde.
- 191 Ad 1) Begge parter er som følge af det fælles ejerskab af Infomedia repræsenteret i Infomedias bestyrelse og har derved kontakt og mulighed for at udveksle oplysninger om kontrakter og adfærd i forhold til Infomedias konkurrenter. Begge parter har endvidere detaljeret indblik i Infomedias regnskab og en faldende indtjening i Infomedia kan være et tegn på, at en af parterne afviger fra den koordinerede adfærd.
- 192 Ad 2) Bindeleddet Infomedia har eksisteret igennem mange år og eksisterer fortsat.
- 193 Ad 3) For så vidt angår potentielle konkurrenter, så vurderer styrelsen ikke umiddelbart, at nye dagblade vil etablere sig og opnå en betydende position. Infomedias stærke position gør det endvidere svært for en ny medieovervågningsvirksomhed at etablere sig og blive en væsentlig konkurrent til Infomedia.
- 194 Parterne har hver især rettighederne til nyhedsartikler fra deres respektive publikationer. Parternes publikationer udgør langt størstedelen af de vigtigste, danske publikationer. Således udgjorde parternes samlede markedsandel for så vidt angår landsdækkende betalingsdagblade i andet halvår 2012 78 pct. opgjort på baggrund af oplagsstørrelser.²³
- 195 Styrelsen vurderer umiddelbart, at for at en medieovervågningsvirksomhed, som Infomedia og Infomedias konkurrenter, kan levere en alsidig medieovervågningsydelse, har medieovervågningsvirksomheden brug for nyhedsartikler fra i hvert fald de vigtigste landsdækkende publikationer, herunder publikationer fra Berlingske Media og JP/Politiken. Dette forhold sammenholdt med det faktum, at parterne har en fælles interesse i, at Infomedia har en høj indtjening, gør at parterne i et vist omfang kollektivt kan agere selvstændigt og uafhængigt af konkurrenter og kunder.
- 196 Det kan på den baggrund ikke afvises, at Berlingske Media og JP/Politiken kollektivt indtager en dominerende stilling på markedet for rettigheder til nyhedsartikler m.v.
- 197 Da parterne i nærværende sag har afgivet tilsagn, som imødekommer styrelsens konkurrenceretlige betænkeligheder i sagen, har styrelsen imidlertid ikke fundet det nødvendigt at udføre en nærmere analyse af og en egentlig konklusion vedrørende parternes stilling på det relevante marked.

²³ Dansk Oplagskontrol

5.3 RETSGRUNDLAGET

- 198 Efter konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, kan Konkurrencerådet til godkendelsen af en fusion knytte vilkår, herunder for at sikre, at de deltagende virksomheder opfylder de tilsagn, som de har givet for at fjerne de skadelige virkninger for konkurrencen af fusionen.
- 199 Hvis en virksomhed efter Konkurrencerådets godkendelse af en fusion ikke efterkommer et vilkår for godkendelse, har Konkurrencerådet to muligheder²⁴:
- Konkurrencerådet kan udstede påbud, der er nødvendige for at sikre en rettidig og korrekt opfyldelse af de tilsagn, som en virksomhed i medfør af § 12 e, stk. 1, har afgivet over for rådet, jf. § 12 e, stk. 3.
 - Konkurrencerådet kan i medfør af § 12 f, stk. 1, nr. 2, tilbagekalde en godkendelse af en fusion, hvis en virksomhed undlader at efterkomme et vilkår efter § 12 e, stk. 1.
- 200 I nærværende sag har parterne imidlertid - efter drøftelser med styrelsen - afgivet tilsagn med bilag, der imødekommer styrelsens betænkeligheder i forhold til, om Berlingske Media og JP/Politiken ved deres priser og vilkår har overtrådt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af FAS-fusionen samt styrelsens betænkeligheder i forhold til, om parterne ved deres priser og vilkår har overtrådt konkurrencelovens § 11.
- 201 Der foretages i denne sag en umiddelbar vurdering af, om Berlingske Media og JP/Politiken overholder tilsagnet af 25. september 2002 ved at tilbyde andre markedsaktører aftaler om levering af elektroniske presseklip på ikke-diskriminerende vilkår. Der foretages endvidere en umiddelbar vurdering af, om partnerne ved deres priser og vilkår for levering af elektroniske presseklip overtræder konkurrencelovens § 11.
- 202 Konkurrencerådets vurdering skal derfor til dels tage udgangspunkt i hvorledes virksomhedernes tilsagn skal fortolkes. Vurderingen skal tage afsæt i de almindelige principper for fortolkning af aftaler.²⁵ Først og fremmest skal der ses på aftalen og aftalesituationen, hvilket i denne sammenhæng vil sige tilsagnets ordlyd og Konkurrencerådets afgørelse af 25. september 2002 om etableringen af FAS. Herefter skal sagsforløbet efter afgørelsen samt retspraksis om ikke-diskrimination inddrages.

²⁴ Hvortil kommer muligheden for at pålægge tvangsbøder efter § 22, nr. 2.

²⁵ Nykredits annoncerede forhøjelse af privatkunders administrationsbidrag, Konkurrencerådets afgørelse af 23. juni 2010, pkt. 128.

5.4 TILSAGNETS ORDLYD

- 203 Ser man på ordlyden af fusionsparternes tilsagn af 25. september 2002, som er gengivet i sin helhed i FAS-afgørelsen, jf. Bilag 11, fremgår følgende om parternes leveringspligt:

Parterne giver tilsagn om fra 1. juli 2004 at tilbyde andre markedsaktører aftaler om levering af elektronisk presseklip fra publikationer med et oplag på 40.000 eks. eller mere, som parterne leverer til FAS' presseovervågning, på ikke-diskriminerende vilkår. JydskeVestkysten er undtaget fra leveringspligten.

- 204 Af tilsagnet kan således udledes en pligt for Berlingske Media og JP/Politiken til at tilbyde andre markedsaktører aftaler om levering af elektroniske presseklip på følgende betingelser:

1. Fra publikationer med et oplag på 40.000 eksemplarer eller mere,
2. som parterne leverer til Infomedias presseovervågning,
3. på ikke-diskriminerende vilkår.

- 205 For så vidt angår de to første betingelser kan det uden videre konstateres, at leveringspligten i perioden fra leveringspligtens påbegyndelse til dags dato omfatter Berlingske Medias publikationer Berlingske, B.T., Weekendavisen og Urban (Urban udkom for sidste gang 12. januar 2012) samt JP/Politikens publikationer Jyllands-Posten, Politiken og Ekstra Bladet.

- 206 Samtlige disse publikationer har et oplag på over 40.000 eksemplarer og leveres til Infomedia.

- 207 Tilsagnets ordlyd indeholder ikke yderligere oplysninger om fortolkning af den tredje betingelse om levering på ikke-diskriminerende vilkår.

5.5 AFGØRELSENS ORDLYD OG FORMÅL

- 208 Ser man på ordlyden af FAS-afgørelsen, skal flere formuleringer af betydning for fortolkningen af tilsagnets betingelse om ikke-diskriminerende vilkår fremhæves.

- 209 I afgørelsens sammenfatning og konklusion er følgende anført:

Dernæst er der en alvorlig risiko for, at moderselskaberne, også når eneretten er udløbet, vil afholde sig fra at give andre virksomheder, herunder konkurrenter til FAS, adgang til disse artikler på sådanne vilkår, at de kan udgøre en reel konkurrencetrussel til FAS. Moderselskaberne har en naturlig tilskyndelse til at beskytte deres investeringer i FAS, og det kan føre til, at de ikke ønsker at levere til andre, med mindre de derved også kompenseres for evt. risici for deres investeringer. Dermed risikerer konkurrenter og i anden

omgang brugerne af presseovervågning at komme til at betale høje priser ligesom produktudviklingen på langt sigt bliver mindre end ønskeligt.

En forudsætning for at fusionen har kunnet godkendes har derfor været, at disse [...] problemer blev løst.²⁶

- 210 I afgørelsens afsnit om salg af tilladelser til udnyttelse af nyhedsartikler mv. i elektronisk form er følgende angivet:

Moderselskabernes stærke stilling på dette marked kombineret med selskabernes millioninvestering i FAS medfører, at det må anses for sandsynligt, at de samordner deres adfærd i kortere eller længere tid. Det kan føre til, at de helt nægter at give tilladelse til at anvende deres nyhedsstof til elektronisk presseovervågning til andre end FAS, [medmindre] de priser, de opnår herved er så meget højere end til FAS, at tillægget mere end opvejer den risiko, som levering til konkurrenter kan indebære for deres investering i FAS.

En sådan samordnet adfærd vil beskytte FAS i konkurrencen med andre presseovervågningsvirksomheder og vil medføre en afskærmning af markedet for presseovervågning, der må anses for omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1, og som ikke vil kunne opnå en fritagelse i medfør af konkurrencelovens § 8.²⁷

- 211 Disse citater fra afgørelsen viser, at formålet med tilsagnets vilkår om levering på ikke-diskriminerende vilkår har været at imødekomme risikoen for, at fusionsparterne ikke ville give andre aktører på markedet adgang på sådanne priser og vilkår, at de reelt ville kunne konkurrere med Infomedia. Dette taler for, at parternes tilsagn om levering på ikke-diskriminerende vilkår har haft til hensigt at give andre aktører samme muligheder for at konkurrere på markedet som Infomedia.

- 212 I afsnittet om vurderingen af tilsagnet er følgende anført:

Forpligtelsen til at levere til andre markedsaktører på ikke-diskriminerende vilkår fjerner den risiko for samordnet adfærd i strid med konkurrencelovens § 6, som styrelsen har påpeget. Parterne kan således herefter ikke nægte leverancer til andre virksomheder på markedet, hvis de leverer de pågældende produkter til brug for FAS' presseovervågningsvirksomhed. Og disse leverancer skal ske på ikke-diskriminerende vilkår sammenholdt med leverancerne til FAS. Det vil således ikke være i overensstemmelse med tilsagnet at kræve forholdsmæssigt højere priser af andre end af FAS, eller at gøre leveringsvilkårene i øvrigt – fx leveringstidspunktet dårligere.²⁸

²⁶ FAS-afgørelsen punkt 10-11.

²⁷ FAS-afgørelsen punkt 56-57

²⁸ FAS-afgørelsen punkt 421

- 213 Af dette følger først og fremmest, at parterne har en leveringsforpligtelse. Dernæst følger, at leveringen skal ske på ikke-diskriminerende vilkår sammenholdt med leverancerne til Infomedia. Heraf kan således udledes en pligt for Berlingske Media og JP/Politiken til løbende at sikre, at leveringen sker på ikke-diskriminerende vilkår ved at sammenholde Infomedias konkurrenters aftaler med Infomedias aftaler.
- 214 Sammenfattende er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at det ud fra afgørelsens ordlyd kan konkluderes, at Berlingske Medias og JP/Politikens anvendelse af diskriminerende vilkår, der stiller andre markedsaktører ringere i konkurrencen end Infomedia, strider mod tilsagnet. Ud fra afgørelsens nævnte eksempler på leveringsvilkår kan det samtidig konkluderes, at det især er vilkår om højere priser og dårligere leveringsvilkår i øvrigt, fx leveringstidspunkt, som Konkurrencerådet i 2002 vurderede ville kunne have en afskærmende virkning over for Infomedias konkurrenter på markedet for presseovervågning.

5.6 RETSPRAKSIS VEDRØRENDE DISKRIMINATION

- 215 I Kommissionens beslutning af 10. februar 1999 vedrørende portugisiske lufthavne, som senere er stadfæstet af Domstolen²⁹, fandt Kommissionen, at rabatordninger for landingsafgifter, som var baseret på antallet af landinger per måned, *de facto* favoriserede de nationale luftfartsselskaber. Forskelsbehandlingen kunne ikke anses for objektivt begrundet, da der var tale om levering af ensartede tjenesteydelser til alle luftfartsselskaber. Beslutningen blev indbragt for Domstolen, der bekræftede, at rabatordningen var i strid med artikel 82, stk. 2, litra c [nu artikel 102, stk. 2, litra c]. Rabatordningen var generel og gjaldt for alle luftfartsselskaber. Imidlertid var de faktiske virkninger af rabatordningen, at de nationale luftfartsselskaber fik en gennemsnitlig rabat på 22-30 %, hvorimod udenlandske luftfartsselskaber fik en rabat på 1-8 %. Domstolen udtalte, at:

*”selvom en dominerende virksomhed er berettiget til at yde sine kunder kvantumrabatter, der udelukkende har sammenhæng med de indkøbte mængder hos vedkommende virksomhed[...], ville en sådan ordning indebære, at der anvendes ulige vilkår for ydelser af samme værdi, når de tærskelværdier, der udløser de forskellige rabatprocenter, sammenholdt med de praktiserede satser, fører til at rabatfordelen forbeholdes visse handelspartnere, der gives en økonomisk fordel, der ikke begrundes i den tilførte aktivitetsvolumen eller i stordriftsfordele[...].”*³⁰

- 216 Domstolen fortsætter med at fastslå, at:

²⁹ Jf. 29/3/2001 C-163-99

³⁰ Jf. præmis 50-52.

”indicier for en forskelsbehandling kan bestå i, at tærskelværdien for rabatordningens ikrafttræden er høj, at ordningen kun vedrører nogle få partnere, der er særligt vigtige for den dominerende virksomhed, eller at rabatsatsen ikke stiger lineært med mængderne.”³¹

- 217 Portugal havde som begrundelse for at anvende rabatordningen alene påberåbt sig en lufthavns interesse i at benytte kvantumrabatter. Domstolen afviste imidlertid denne begrundelse med, at:

”i en situation, hvor rabatordningen forekommer at være mere gunstig for visse luftfartsselskaber, i dette tilfælde de nationale luftfartsselskaber, og hvor de berørte lufthavne for en meget stor del af deres virksomhed har et naturligt monopol, er sådanne almindelige argumenter ikke tilstrækkelige til at fremkomme med en økonomisk begrundelse, der gør det muligt konkret at forklare valget af rabatsatser.”³²

- 218 Sagen viser således, at afregningspriser og rabatter, der *de facto* tilgodeser større virksomheder kan være diskriminerende. Dette gælder også, selvom rabatterne objektivt set praktiseres ens.
- 219 Det afgørende for diskriminationstesten i denne sag bliver således først og fremmest hvorvidt de to konkrete forhold eller situationer er ens eller sammenlignelige. Dernæst om forskelsbehandlingen er objektivt begrundet.
- 220 Det er styrelsens vurdering, at levering af elektroniske presseklip fra Berlingske Media og JP/Politiken til henholdsvis Infomedia og Infomedias konkurrenter er ensartede eller sammenlignelige situationer. Det skyldes for det første, at leveringen af det samlede feed af redaktionelt materiale fra henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken til Infomedia og Infomedias konkurrenter foregår ved en daglig, elektronisk overførsel af en kopi af alt redaktionelt materiale fra henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken, Leveringen er uafhængig af, i hvor mange eksemplarer medieovervågningsvirksomhederne efterfølgende sælger det redaktionelle materiale. Omkostningerne til at levere feedet til Infomedia må alt andet lige være de samme som omkostningerne ved at levere feedet til Infomedias konkurrenter. For det andet er Infomedia og Infomedias konkurrenter bl.a. alle aktive på samme marked, de konkurrerer om de samme kunder og modtager det samme produkt (det samlede feed) fra henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken.

³¹ Jf. præmis 53.

³² Jf. præmis 56.

5.7 KONKLUSION OM FORTOLKNING AF AFGØRELSEN OG TILSAGNET

221 Det kan således lægges til grund, at tilsagnet forpligter Berlingske Media og JP/Politiken til at levere på ikke-diskriminerende vilkår til Infomedias konkurrenter i forhold til de vilkår, som parterne leverer til Infomedias på. Levering på ikke-diskriminerende vilkår indebærer, at parterne ikke må behandle ensartede tilfælde forskelligt, medmindre der foreligger en objektiv begrundelse.

6 VURDERING – PRISER OG VILKÅR – BERLINGSKE MEDIA

- 222 I dette afsnit vurderes de forhold, som styrelsen har fundet anledning til at undersøge i forhold til Berlingske Media. Styrelsens betænkeligheder går på, om Newswatch af Berlingske Media er blevet tilbudt levering af elektroniske presseklip på ikke-diskriminerende vilkår i forhold til de vilkår, som Infomedia tilbydes.
- 223 Det følger af tilsagnet afgivet i forbindelse med FAS-fusionen, at den enkelte publikation, hvorfra der leveres elektroniske presseklip til Infomedia, danner udgangspunkt for en sammenligning af kontraktvilkår for Infomedia og Newswatch. I det følgende vurderes først vilkår vedrørende priser og dernæst øvrige vilkår.

6.1 PRISER

- 224 Da Newswatch (kontrakt for 2011) afregner efter samme system som Infomedia, jf. afsnit 3.3.1.1, ses alene på vilkåret i Newswatches kontrakt for 2010 med Berlingske Media vedrørende indkøbsprisen pr. elektronisk presseklip. Endvidere vurderes virkningen af forskellige beløbsgrænser i Berlingske Medias kontrakter med Infomedia og Newswatch (for 2011). Endelig vurderes krav til minimumsbetaling.

6.1.1 Indkøbspris pr. elektronisk presseklip - Newswatch, kontrakt for 2010

- 225 Newswatch havde i 2010 én samlet kontrakt for de publikationer fra Berlingske Media, som Newswatch har indgået aftale om. Da betalingsvilkårene i alle Infomedias kontrakter med Berlingske Media samtidig er ens, er det tilstrækkeligt kun at foretage én sammenligning mellem Newswatches og Infomedias indkøbspriser for elektroniske presseklip fra Berlingske Media.
- 226 Det fremgår af afsnit 3.3.1.2, at Newswatch skal betale en indkøbspris på [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde til Berlingske Media, hvis Newswatch fakturerer en salgspris på op til [...] kr. pr. elektronisk presseklip. Hvis Newswatches salgspris er højere end [...] kr. pr. elektronisk presseklip, men maksimalt [...] kr. pr. elektronisk presseklip, skal Newswatch betale [...] pct. af sin salgspris til Berlingske Media. Er salgsprisen højere end [...] kr. pr. elektronisk presseklip, skal Newswatch betale [...] pct. af sin salgspris pr. elektronisk presseklip til Berlingske Media.

- 227 For at vurdere, om Newswatchs prisstruktur er ikke-diskriminerende i forhold til det system, som Infomedia afregner elektroniske presseklip fra Berlingske Media efter, er det nedenfor beregnet, hvilken indkøbspris Newswatch skulle have betalt for elektroniske presseklip fra Berlingske Media, hvis Newswatch havde betalt efter samme prisstruktur som Infomedia.
- 228 På baggrund af Newswatchs faktiske forbrug kan det fastslås, at Newswatch ikke ville have overskredet beløbsgrænsen på [...] kr. (eller indeksreguleringen heraf). I det følgende kan der derfor tages udgangspunkt i, at Newswatch skulle have betalt en indkøbspris på [...] pct. af sin salgspris, hvis Newswatch havde betalt Berlingske Media efter Infomedias prissystem.
- 229 Figur 1 illustrerer indkøbsprisen for et elektronisk presseklip efter henholdsvis Newswatchs og Infomedias prissystem ved en samlet omsætning på mellem 0 kr. og [...] kr. genereret på baggrund af elektroniske presseklip fra Berlingske Media. Det fremgår af Figur 1, at indkøbsprisen efter Newswatchs prissystem er højere end indkøbsprisen efter Infomedias prissystem på nær ved én værdi af salgsprisen, nemlig ved en salgspris på [...] kr. pr. elektronisk presseklip, hvor indkøbspriserne er sammenfaldende.

Figur 1: Sammenligning af indkøbspriser efter henholdsvis Newswatchs og Infomedias prissystem

[...]

- 230 Newswatchs gennemsnitlige salgspris for klip fra samtlige publikationer var i 2010 [...] kr. pr. elektronisk presseklip³³. Hvis Newswatch havde betalt Berlingske Media efter Infomedias prissystem, ville indkøbsprisen have været [...] kr.³⁴ pr. elektronisk presseklip. Den samlede indkøbspris, som Newswatch skulle have betalt for de elektroniske presseklip, som Newswatch anvendte fra Berlingske Media i 2010, ville dermed have været [...] kr.³⁵, hvis Newswatch havde betalt efter Infomedias prissystem. I 2010 betalte Newswatch i stedet [...] kr. Newswatch betalte dermed [...] kr.³⁶ mere for elektroniske presseklip fra Berlingske Media efter sit eget prissystem, end hvis Newswatch havde betalt efter Infomedias prissystem.
- 231 Newswatchs prissystem giver derfor anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination.

³³ [...].

³⁴ [...]

³⁵ [...]

³⁶ [...]

6.1.2 Newswatch, 2011 – forskellige beløbsgrænser

- 232 Som beskrevet i afsnit 3.3.1.1 er beløbsgrænserne, som er afgørende for, om såvel Infomedia som Newswatch skal betale en indkøbspris på [...] pct., [...] pct. eller [...] pct. af deres omsætning, henholdsvis [...] kr. og [...] kr., jf. Boks 2. Af Infomedias kontrakt med Berlingske Media fremgår det imidlertid, at beløbsgrænserne indeksreguleres. I 2011 var Infomedias laveste beløbsgrænse dermed ikke [...] kr., men [...] kr., dvs. knap [...] kr. højere end Newswatches, jf. Tabel 8. Det betyder, at for en omsætning mellem [...] kr. og [...] kr. skulle Infomedia betale en indkøbspris på [...] pct. af sin salgspris til Berlingske Media, mens Newswatch skulle have betalt [...] pct. af sin salgspris, såfremt Newswatches omsætning havde været mellem [...] og [...] kr.

Tabel 8
BELØBSGRÆNSER, INFOMEDIA OG NEWSWATCH

	Infomedias beløbsgrænser, indeksregulerede ^{note 1}	Newswatches beløbsgrænser, ikke indeksregulerede
2008	[...] kr.	
2009	[...] kr.	
2010	[...] kr.	
2011	[...] kr.	[...] kr.

Note 1: Beløbsgrænsen er indeksreguleret i januar hvert år på baggrund af Nettoprisindekset med 2000 = 100 fra Danmarks Statistik.

- 233 De forskellige beløbsgrænser, som følger af indeksregulering i Berlingske Medias kontrakter med Infomedia, giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. Berlingske Media bestrider, at forskelle i beløbsgrænser som følge af indeksregulering har haft en diskriminerende virkning på markedet.

6.1.3 Årlige / halvårslige minimumsbetalinger

- 234 Berlingske Medias kontrakter med Infomedia og Newswatch indeholder alle krav om minimumsbetaling, dog undtaget kontrakten mellem Urban og Infomedia, der var gældende frem til 29. juni 2010. Newswatch har været berørt af kravet om minimumsbetaling, idet Newswatch ikke har kunnet opfylde minimumsbetalingen ved afregning efter de gældende principper for betaling pr. elektronisk presseklip i første halvår af 2011.
- 235 Krav til en høj minimumsbetaling kan være problematisk for en kunde med en mindre omsætning, idet kunden *de facto* kommer til at betale en væsentligt højere pris pr. elektronisk presseklip, end hvad principperne i kontrakten med Berlingske Media tilsiger.

6.1.4 Berlingske Media – Newswatch, kontrakt for 2011

- 236 Ifølge kontrakten mellem Berlingske Media og Newswatch for 2011 er Berlingske Media garanteret en halvårlig minimumsbetaling på [...] kr. fra Newswatch for elektroniske presseklip fra Berlingske Medias publikationer, jf. afsnit 3.3.2.2.
- 237 I første halvår 2011 betalte Newswatch minimumsbetalingen på [...] kr. pr. halvår for elektroniske presseklip fra Berlingske Media. Det skyldes, at Newswatches omsætning på baggrund af elektroniske presseklip fra Berlingske Media var så lav, at den samlede indkøbspris ikke oversteg minimumsbetalingen.
- 238 I første halvår 2011 videresolgte Newswatch [...] elektroniske presseklip fra Berlingske Media, jf. Tabel 9. Det betyder, at Newswatch *de facto* har betalt [...] kr. pr. elektronisk presseklip som følge af den halvårlige minimumsbetaling. Det svarer til, at Newswatches *de facto* pris er væsentligt højere end Infomedias gennemsnitlige pris pr. elektronisk presseklip fra Berlingske Media, jf. Tabel 9.
- 239 Det bemærkes, at Infomedia og Infomedias konkurrenter foruden medieovervågning (salg af elektroniske presseklip) udarbejder resumeer og analyser på baggrund af feed fra blandt andre Berlingske Medias publikationer. Der afregnes for elektroniske presseklip anvendt til resumeer, men ikke for klip anvendt til analyser. Såfremt omfanget af analyser afviger meget mellem Infomedia og Infomedias konkurrenter kan det sløre en direkte sammenligning af gennemsnitspriserne.
- 240 I 2010 udgjorde medieanalyser [...] pct. af Newswatches samlede omsætning i regnskabsåret 2010/2011. Styrelsen er ikke i besiddelse af oplysninger om fordelingen af Infomedias omsætning, men [...] pct. af Infomedias kunder havde i 2010 indgået aftale med Infomedia om medieanalyser.
- 241 Styrelsen er opmærksom på, at de nævnte størrelser ikke er direkte sammenlignelige, men de giver en indikation af omfanget af medieanalyser. Under forudsætning af, at Infomedias og Newswatches kunder er fordelt nogenlunde ens, vurderer styrelsen, at afvigelsen mellem mediebureauernes anvendelse af medieanalyser er så beskeden, at det ikke har betydning for styrelsens konklusion om, at Newswatches *de facto* gennemsnitlige pris pr. elektronisk presseklip fra Berlingske Media er væsentlig højere end Infomedias gennemsnitlige pris pr. elektronisk presseklip fra Berlingske Media.
- 242 Kravet om en halvårlig minimumsbetaling betyder, at Newswatch *de facto* kommer til at betale en væsentligt højere pris pr. elektronisk presseklip end

Infomedia, idet Newswatchs omsætning er lavere end minimumsbetalingen. Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til *de facto* diskrimination.

Tabel 9 FORBRUG AF OG BETALING FOR ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA BERLINGSKE MEDIA, NEWSWATCH OG INFOMEDIA	
	1. halvår 2011
Betaling fra Newswatch til Berlingske Media	[...] kr.
Antal elektroniske presseklip solgt af Newswatch	[...]
Newswatchs <i>de facto</i> pris	[...] kr.
Infomedias gnsn. pris	[...] kr.

6.2 ØVRIGE VILKÅR

6.2.1 Prisreduktion ved forringet kvalitet

- 243 Af Infomedias aftale om levering af elektroniske presseklip med Berlingske Media (Berlingske, B.T., Urban, Weekendavisen) fremgår følgende:

Hvis den gennemsnitlige leverancekvalitet i et halvår er lavere end indeks 95, vil leverandørafregningen blive taget op til revurdering med henblik på passende reduktion.

- 244 Newswatch har ikke et tilsvarende vilkår i deres aftaler om levering af elektroniske presseklip.
- 245 Vilkåret giver derfor anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. Berlingske Media bestrider, at vilkåret vedrørende prisreduktion ved forringet kvalitet har haft en diskriminerende virkning på markedet.

6.2.2 Medieovervågningsvirksomheders lagring af og søgning i redaktionelt materiale

- 246 Det følger af Newswatchs kontrakt med Berlingske Media, at Newswatch har ret til lagring af redaktionelt materiale op til en uge med henblik på at foretage søgninger for sine kunder. Herefter skal indholdet slettes.³⁷
- 247 Infomedia har ikke en tilsvarende begrænsning, og har derfor umiddelbart længere/ubegrænset tid til at udvælge relevante artikler til brug for sine kunder.
- 248 Disse begrænsninger skal ses i sammenhæng med, at Infomedia er den eneste aktør med ret til at oparbejde et arkiv med moderselskabernes elektroniske presseklip.
- 249 På denne baggrund giver de forskellige vilkår vedrørende medieovervågningsvirksomheders lagring og søgning i redaktionelt materiale ikke anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination, idet arkiv ikke er omfattet af tilsagnet.

6.2.3 Slutkunders lagring af og søgning i købte elektroniske presseklip

- 250 Af Newswatchs kontrakter for 2010 og 2011 med Berlingske Media følger, at det skal fremgå af Newswatchs kundefaftaler, at kunden ikke må lagre det købte indhold i egne genfindingsystemer.
- 251 Infomedia er ikke gennem sin kontrakt med Berlingske Media forpligtet til tidsmæssigt at begrænse sine kunders søgninger i det leverede indhold.
- 252 Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. Når Newswatch forhindres i at lade sine kunder søge i allerede købte presseklip, så forringes Newswatchs produkt, sammenlignet med det produkt Infomedia tilbyder, hvor kunderne frit kan søge i allerede købte presseklip. Dermed stilles Newswatch ringere i konkurrencen med Infomedia. Det bemærkes i den forbindelse, at styrelsen ikke finder, at en slutkundes lagring af købte elektroniske presseklip kan sammenlignes med en medieovervågningsvirksomheds opbygning af arkiv.

6.2.4 Kundebegrænsninger

- 253 Det følger af Newswatchs kontrakt med Berlingske Media, at Newswatch alene må videresælge til registrerede virksomheder og organisationer, men ikke til privatpersoner.

³⁷ Aftale om leverance af elektroniske artikler mellem Berlingske Media og Newswatch Pkt. 2.2.

- 254 Det fremgår imidlertid af Infomedias kontrakt med Berlingske Media, at Infomedia ikke har nogen kundebegrænsning, og må sælge til virksomheder, organisationer og privatpersoner.
- 255 Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. Berlingske Media bestrider, at kundebegrænsninger har haft en diskriminerende virkning på markedet.

6.2.5 Leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer

- 256 Det følger af Newswatchs kontrakt med Berlingske Media, at Newswatch modtager redaktionelt materiale senest kl. 5.30 på udgivelsesdagen fra Berlingske Media.
- 257 Det følger af Infomedias aftale med Berlingske Media vedrørende levering fra Berlingske, at levering skal ske inden kl. 4.30 for morgen- og formiddagspublikationer og senest kl. 12.30 for eftermiddagspublikationer.
- 258 Det følger af Infomedias aftale med B.T., at levering skal ske inden kl. 5.50 for morgen- og formiddagspublikationer og senest kl. 12.30 for eftermiddagspublikationer.
- 259 Det følger af Infomedias aftale med Weekendavisen, at levering skal ske inden kl. 5.30 for morgen- og formiddagspublikationer og senest kl. 12.30 for eftermiddagspublikationer.
- 260 Kontrakterne viser endvidere, at Infomedia modtager leverancer to gange dagligt, mens Newswatch modtager materiale én gang dagligt.
- 261 Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. Berlingske Media bestrider, at forskelle vedrørende leveringstidspunkt samt antallet af daglige leverancer har haft en diskriminerende virkning på markedet.

6.3 KONKURRENCELOVENS § 11

- 262 Misbrugsbegrebet er et objektivt begreb, som omfatter, at en dominerende virksomhed eller flere kollektivt dominerende virksomheder udviser en *"adfærd, som efter sin art kan påvirke strukturen på et marked, hvor konkurrencen netop som følge af den pågældende virksomheds tilstedeværelse allerede er afsvækket, og som bevirker, at der lægges hindringer i vejen for at opretholde den endnu bestående konkurrence på markedet eller udviklingen af denne konkurrence som følge af, at der tages andre midler i brug end i den normale konkurrence om afsætning af varer og*

tjenesteydelser, der udspiller sig på grundlag af de erhvervsdrivendes ydelser.”³⁸

- 263 Misbrugsbegrebet omfatter også den situation, hvor kollektivt dominerende virksomheder udviser en adfærd, som efter sin art kan påvirke strukturen på et tilknyttet/afledt marked. Fx kan der være tale om misbrug, når vertikalt integrerede kollektivt dominerende virksomheder sætter en høj pris for et produkt i engrosmarkedet (upstream) og en lav pris for det afledte produkt i detailmarkedet (downstream) med den følge, at margenen mellem engrosprisen og detailprisen ikke er tilstrækkelig til, at konkurrencen kan fungere effektivt i detailmarkedet (såkaldt *“margin squeeze”*).
- 264 Endelig følger det af konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3, at et misbrug kan bestå i *“anvendelse af ulige vilkår for ydelser af samme værdi over for handelspartnere, som derved stilles ringere i konkurrencen”*.
- 265 Såfremt parterne kollektivt er dominerende på det relevante marked, vil parternes adfærd kunne give anledning til konkurrenceretlige betænkeligheder i forhold til misbrug efter konkurrencelovens § 11, stk. 3, punkt 3. Berlingske Media bestrider at have overtrådt konkurrencelovens § 11.
- 266 Da Berlingske Media i nærværende sag har afgivet tilsagn, som vil fjerne styrelsens konkurrenceretlige betænkeligheder i sagen, har styrelsen imidlertid ikke fundet det nødvendigt, at nå frem til en egentlig konklusion med hensyn til spørgsmålet om, hvorvidt Berlingske Medias adfærd udgør et misbrug af dominerende stilling i strid med konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3.

6.4 KONKLUSION

- 267 Af ovennævnte, umiddelbare vurdering af Berlingske Medias priser og vilkår til henholdsvis Infomedia og Newswatch følger, at Newswatch på en række punkter tilbydes vilkår, der er forskellige fra de vilkår, som Infomedia får leveret elektroniske presseklip på. Derved stilles Newswatch ringere i konkurrencen med Infomedia. Således giver vilkår vedrørende indkøbspris pr. elektronisk presseklip, forskellige beløbsgrænser, krav til minimumsbetaling, prisreduktion ved forringet kvalitet, slutkunders adgang til søgning i købte elektroniske presseklip, kundebegrænsning og leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer anledning til betænkeligheder om, hvorvidt Berlingske Media ved sine priser og vilkår har overholdt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse FAS-fusionen. Berlingske Medias priser og vilkår giver desuden anledning til betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr.

³⁸ Jf. EF-Domstolens dom af 13. februar 1979 i sag 85/76, *Hoffmann-La Roche mod Kommissionen*, præmis 91.

3, idet styrelsen umiddelbart vurderer, at Berlingske Media med sine priser og vilkår for levering af elektroniske presseklip, forskelsbehandler Infomedia og Infomedias konkurrenter. Berlingske Media bestrider at have overtrådt tilsagnet samt konkurrencelovens § 11.

268 Berlingske Media har på baggrund heraf afgivet tilsagn samt bilag med henblik på at imødekomme styrelsens betænkeligheder.

7 VURDERING – PRISER OG VILKÅR – JP/POLITIKENS HUS

- 269 I dette afsnit vurderes de forhold, som styrelsen har fundet anledning til at undersøge i forhold til JP/Politiken. Styrelsens betænkeligheder går på, om Newswatch af JP/Politikens publikationer er blevet tilbudt levering af elektroniske presseklip på ikke-diskriminerende vilkår i forhold til de vilkår, som Infomedia tilbydes.
- 270 Det følger af tilsagnet afgivet i forbindelse med FAS-fusionen, at den enkelte publikation, hvorfra der leveres elektroniske presseklip til Infomedia, danner udgangspunkt for en sammenligning af kontraktvilkår for Infomedia og Newswatch. I det følgende vurderes først vilkår vedrørende priser og dernæst øvrige vilkår.

7.1 PRISER

- 271 I dette afsnit vurderes vilkårene i JP/Politikens kontrakter med Newswatch vedrørende indkøbsprisen pr. elektronisk presseklip. Endvidere vurderes virkningen af forskellige beløbsgrænser i Jyllands-Postens kontrakter med Newswatch for 2011. Endelig vurderes krav til minimumsbetaling.

7.1.1 Indkøbspris pr. elektronisk presseklip - Newswatches kontrakt for 2010 med Jyllands-Posten

- 272 Det fremgår af afsnit 3.4.1.1, at hvis Newswatches omsætning, genereret på baggrund af elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten, er mellem [...] kr. og [...] kr., skal Newswatch betale [...] pct. af sin salgspris i indkøbspris til Jyllands-Posten. Hvis omsætningen er [...] - [...]kr., stiger denne indkøbspris til [...] pct. af salgsprisen. Ved en omsætning på over [...] kr. stiger den indkøbspris, Newswatch skal betale til Jyllands-Posten, til [...] pct. af salgsprisen. Newswatch skal imidlertid minimum betale en indkøbspris på [...] kr. pr. elektronisk presseklip pr. kunde til Jyllands-Posten.
- 273 For at vurdere, om Newswatches prisstruktur er ikke-diskriminerende i forhold til det system, som Infomedia afregner elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten efter, er det nedenfor vist, hvilken indkøbspris Newswatch skulle have betalt for elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten, hvis Newswatch havde betalt efter samme prisstruktur som Infomedia. Desuden er Newswatches faktiske indkøbspris vist.
- 274 Jf. punkt 101-102 har Newswatch minimum skullet betale [...] kr. pr. elektronisk presseklip for salgspriser op til [...] kr. For salgspriser over [...] kr. har Newswatch skullet betale [...] pct. af salgsprisen.

- 275 På baggrund af Newswatchs faktiske forbrug, kan der tages udgangspunkt i, at Newswatch skulle have betalt en indkøbspris på [...] pct. (og ikke [...] pct. eller [...] pct.) af sin salgspris, hvis Newswatch havde betalt Jyllands-Posten efter Infomedias prissystem.
- 276 Figur 2 illustrerer indkøbsprisen for et elektronisk presseklip efter henholdsvis Newswatchs og Infomedias prissystem ved en samlet omsætning på mellem [...] kr. og [...] kr. genereret på baggrund af elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten. Det fremgår af Figur 2, at indkøbsprisen efter Newswatchs prissystem er højere end indkøbsprisen efter Infomedias prissystem for alle salgspriser op til [...] kr. pr. elektronisk presseklip.

Figur 2: Sammenligning af indkøbspriser efter henholdsvis Newswatchs og Infomedias prissystem

[...]

- 277 Newswatchs gennemsnitlige salgspris for klip fra samtlige publikationer var i 2010 [...] kr. pr. elektronisk presseklip.³⁹ Hvis Newswatch havde betalt Jyllands-Posten efter Infomedias prissystem, ville indkøbsprisen have været [...] kr.⁴⁰ pr. elektronisk presseklip. Den samlede indkøbspris, som Newswatch skulle have betalt for de [...] elektroniske presseklip, som Newswatch anvendte fra Jyllands-Posten i 2010, ville dermed have været [...] kr.⁴¹, hvis Newswatch havde betalt efter Infomedias prissystem. I 2010 betalte Newswatch i stedet [...] kr. Newswatch betalte dermed [...] kr.⁴² mere for elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten efter sit eget prissystem, end hvis Newswatch havde betalt efter Infomedias prissystem.
- 278 Da Newswatchs gennemsnitlige salgspris pr. elektronisk presseklip er [...] kr. vil der alt andet lige være tale om, at Newswatch sælger langt størstedelen af de elektroniske presseklip til en pris under [...] kr. Indkøbspriser efter Newswatchs prissystem vil derfor typisk være højere end indkøbspriser efter Infomedias prissystem.
- 279 Newswatchs prissystem for 2010 giver derfor anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination.

³⁹ [...]

⁴⁰ [...]

⁴¹ [...]

⁴² [...]

7.1.2 Øvrige kontrakter

280 En lignende analyse kan foretages for de øvrige kontrakter indgået mellem JP/Politikens publikationer og Newswatch.

281 Politikens kontrakt med Newswatch samt Ekstra Bladets kontrakter med Newswatch for henholdsvis 2010 og 2011 giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination, idet de anvendte prissystemer medfører, at Newswatch betaler en højere pris pr. elektronisk presseklip i forhold til, hvis Newswatch afregnede efter Infomedias prissystem.

7.1.3 Newswatch – forskellige beløbsgrænser

282 Som beskrevet i afsnit 3.4.1.1 er beløbsgrænserne, som er afgørende for, om såvel Infomedia som Newswatch skal betale en indkøbspris på [...] pct., [...] pct. eller [...] pct. af deres omsætning, henholdsvis [...] kr. og [...] kr., jf. Boks 3. Af Infomedias kontrakt med Jyllands-Posten fremgår imidlertid, at beløbsgrænserne indeksreguleres. I 2010 var Infomedias laveste beløbsgrænse dermed ikke [...] kr., men [...] kr., dvs. ca. [...] kr. højere end Newswatches, jf. Tabel 10. Det betyder, at for en omsætning mellem [...] kr. og [...] kr. skulle Infomedia betale en indkøbspris på [...] pct. af sin salgspris til Jyllands-Posten, mens Newswatch skulle have betalt [...] af sin salgspris, såfremt Newswatches omsætning havde været mellem [...] og [...] kr. Tilsvarende er forskellen på Infomedias og Newswatches laveste beløbsgrænser i 2011 knap [...] kr.

Tabel 10
BELØBSGRÆNSER, INFOMEDIA OG NEWSWATCH

	Infomedia, indeksreguleret fra 2006 ¹	Newswatch, ikke indeksreguleret
2008	[...]	-
2009	[...]	-
2010	[...]	[...]
2011	[...]	[...]

Note 1: Indekseret med nettoprisindekset, januar til januar (2006 = 100)

Note 2: Indekseret med forbrugerprisindekset, juni til juni (2008 = 100)

283 De forskellige beløbsgrænser, som følger af indeksregulering i Jyllands-Postens kontrakt med Infomedia, giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. JP/Politiken bestrider at have overtrådt tilsagnet.

7.1.4 Årlige / halvårslige minimumsbetalinger

- 284 Alle kontrakter mellem henholdsvis Jyllands-Posten, Politiken samt Ekstra Bladet og Infomedia og Newswatch indeholder krav om minimumsbetaling, dog undtaget kontrakten mellem Jyllands-Posten og Newswatch gældende for 2010.
- 285 Newswatch har opfyldt kravet om minimumsbetaling til Politiken og Ekstra Bladet i 2010.
- 286 Krav til en høj minimumsbetaling kan være problematisk for en kunde med en mindre omsætning, idet kunden *de facto* kommer til at betale en højere pris pr. elektronisk presseklip, end hvad principperne i kontrakten med JP/Politiken tilsiger.

7.1.4.1 Newswatch, kontrakt for 2011

- 287 Som beskrevet i afsnit 3.4.2.1 er Jyllands-Posten, ifølge kontrakten mellem Newswatch og Jyllands-Posten, garanteret en minimumsbetaling. Minimumsbetalingen betales i halvårslige rater, første gang 30. juni 2011. Newswatch har oplyst, at Newswatch har betalt minimumsbetalingen i første halvår 2011, idet Newswatches omsætning på baggrund af elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten var lavere end kravet om minimumsbetaling.
- 288 I første halvår 2011 anvendte Newswatch [...] elektroniske presseklip fra Jyllands-Posten, jf. Tabel 11. Det betyder, at Newswatch *de facto* har betalt [...] kr. pr. elektronisk presseklip som følge af den årlige minimumsbetaling. Infomedia har i første halvår 2011 i gennemsnit betalt [...] kr. pr. elektronisk presseklip. Det svarer til, at Newswatches *de facto* gennemsnitspris er væsentligt højere end Infomedias gennemsnitlige pris pr. elektronisk presseklip fra Jyllands-Posten, jf. Tabel 11.
- 289 Det bemærkes, at Infomedia og Infomedias konkurrenter foruden medieovervågning (salg af elektroniske presseklip) udarbejder resumeer (i det omfang Infomedias konkurrenter har lov hertil) og analyser på baggrund af feed fra blandt andre JP/Politikens publikationer. Der afregnes for elektroniske presseklip anvendt til resumeer, men ikke for klip anvendt til analyser. Såfremt omfanget af analyser afviger meget mellem Infomedia og Infomedias konkurrenter kan det sløre en direkte sammenligning af gennemsnitspriserne.
- 290 I 2010 udgjorde medieanalyser [...] pct. af Newswatches samlede omsætning i regnskabsåret 2010/2011. Styrelsen er ikke i besiddelse af oplysninger om fordelingen af Infomedias omsætning, men [...] pct. af Infomedias kunder havde i 2010 indgået aftale med Infomedia om medieanalyser.

- 291 Styrelsen er opmærksom på, at de nævnte størrelser ikke er direkte sammenlignelige, men de giver en indikation af omfanget af medieanalyser. Under forudsætning af, at Infomedias og Newswatchs kunder er fordelt nogenlunde ens, vurderer styrelsen, at afvigelsen mellem mediebureauernes anvendelse af medieanalyser er så beskedent, at det ikke har betydning for styrelsens konklusion om, at Newswatchs *de facto* gennemsnitlige pris pr. elektronisk presseklip fra JP/Politiken er væsentlig højere end Infomedias gennemsnitlige pris pr. elektronisk presseklip fra JP/Politiken.
- 292 Kravet i kontrakten for 2011 mellem Newswatch og Jyllands-Posten om minimumsbetaling medfører, at Newswatch *de facto* betaler en meget højere pris pr. elektronisk presseklip end Infomedia. Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til *de facto* diskrimination.

Tabel 11
FORBRUG AF OG BETALING FOR ELEKTRONISKE PRESSEKLIP FRA
JYLLANDS-POSTEN, INFOMEDIA OG NEWSWATCH

		1. halvår 2011
Betaling fra Newswatch til JP/Politiken	[...]	
Antal elektroniske presseklip solgt af Newswatch	[...]	
Newswatchs <i>de facto</i> pris	[...]	
Infomedias gnsn. pris	[...]	

7.2 ØVRIGE VILKÅR

7.2.1 Udsendelsestidspunkt, Jyllands-Posten

- 293 Det følger af Newswatchs kontrakt med Jyllands-Posten, at Newswatch er forpligtet til ikke at udsende redaktionelt materiale leveret af Jyllands-Posten til sine kunder inden kl. 7.00 samme dag.⁴³
- 294 Infomedias kontrakt med Jyllands-Posten har ingen begrænsning for så vidt angår hvilket tidspunkt Infomedia må udsende medieovervågningsprodukter til deres kunder.
- 295 Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. JP/Politiken bestrider at have overtrådt tilsagnet.

⁴³ Pkt. 3.1

7.2.2 Prisreduktion ved forringet kvalitet

- 296 Af Infomedias aftale om levering af elektroniske presseklip med JP/Politiken (Politiken, Jyllands-Posten, Ekstra Bladet) fremgår følgende:

Hvis den gennemsnitlige leverancekvalitet i et halvår er lavere end indeks 95, vil leverandørafregningen blive taget op til revurdering med henblik på passende reduktion.⁴⁴

- 297 Newswatch har ikke tilsvarende vilkår i deres aftaler om levering af elektroniske presseklip.
- 298 Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. JP/Politiken har anført, at vilkåret aldrig har været anvendt. JP/Politiken bestrider at have overtrådt tilsagnet.

7.2.3 Medieovervågningsvirksomheders lagring af og søgning i redaktionelt materiale

- 299 Det følger af Newswatches kontrakter med JP/Politiken (Politiken, Jyllands-Posten og Ekstra Bladet), at Newswatch har ret til lagring af redaktionelt materiale i maksimalt 3 arbejdsdage fra den dato, hvor Newswatch modtager det pågældende redaktionelle materiale fra JP/Politiken med henblik på at foretage søgninger for Newswatches kunder.⁴⁵
- 300 Infomedia har ikke en tilsvarende begrænsning, og har derfor umiddelbart ubegrænset/længere tid til at udvælge relevante artikler til brug for sine kunder.
- 301 Denne begrænsning skal ses i sammenhæng med, at Infomedia er den eneste aktør med ret til at oparbejde et arkiv med moderselskabernes elektroniske presseklip. Det fremgår således af Infomedias kontrakter med JP/Politiken, at Infomedia helt eller delvis må lagre indholdet leveret fra aviserne i sit informationssystem.
- 302 På denne baggrund giver de forskellige vilkår vedrørende medieovervågningsvirksomheders lagring og søgning i redaktionelt materiale ikke anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination, idet arkiv ikke er omfattet af tilsagnet.

⁴⁴ Pkt. xx i aftalen.

⁴⁵ Ekstra Bladet og Politiken pkt. 3.1.ii. Jyllands-Posten pkt. 2.2.

7.2.4 Kundebegrænsning, Jyllands-Posten

- 303 Det fremgår af Newswatchs kontrakt med Jyllands-Posten, at Newswatch ikke må videresælge redaktionelt materiale til private personer, men alene til registrerede virksomheder.⁴⁶
- 304 Det fremgår imidlertid ingen kundebegrænsning af Infomedias kontrakt med Jyllands-Posten, men derimod at Infomedia må sælge til virksomheder, organisationer og privatpersoner.
- 305 Dette giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. JP/Politiken har anført, at der ifølge JP/Politiken ikke eksisterer et marked for salg til privatpersoner. JP/Politiken bestrider at have overtrådt tilsagnet.

7.2.5 Leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer

- 306 Det følger af Newswatchs kontrakt med JP/Politiken, at Newswatch modtager redaktionelt materiale senest kl. 4.45 på udgivelsesdagen fra Jyllands-Posten.
- 307 Newswatch modtager materiale fra Politiken senest kl. 4.30 på udgivelsesdagen.
- 308 Ifølge Newswatchs aftale med Ekstra Bladet modtager Newswatch materiale fra Ekstra Bladet senest kl. 5.00 på udgivelsesdagen.
- 309 Det følger af Infomedias aftale med henholdsvis Politiken og Jyllands-Posten, at indhold fra Politiken og Jyllands-Posten leveres til Infomedia på udgivelsesdagen senest kl. 5.30 for morgen- og formiddagspublikationer. Det følger af Infomedias aftale med Ekstra Bladet, at indhold fra Ekstra Bladet leveres på udgivelsesdagen senest kl. 6.30 for morgen- og formiddagspublikationer og senest kl. 12.30 for eftermiddagspublikationer.
- 310 Infomedia får således flere daglige leverancer, mens Newswatch får en daglig leverance. Antallet af daglige leverancer giver anledning til betænkeligheder i forhold til tilsagnets ordlyd om ikke-diskrimination. JP/Politiken bestrider at have overtrådt tilsagnet.

7.3 KONKURRENCELOVENS § 11

- 311 Misbrugsbegrebet er et objektive begreb, som omfatter, at en dominerende virksomhed eller flere kollektivt dominerende virksomheder udviser en *"adfærd, som efter sin art kan påvirke strukturen på et marked, hvor konkurrencen netop som følge af den pågældende virksomheds tilstedeværelse allerede er afsvækket, og som bevirker, at der lægges*

⁴⁶ Aftalen pkt. 7.4

hindringer i vejen for at opretholde den endnu bestående konkurrence på markedet eller udviklingen af denne konkurrence som følge af, at der tages andre midler i brug end i den normale konkurrence om afsætning af varer og tjenesteydelser, der udspiller sig på grundlag af de erhvervsdrivendes ydelser.”⁴⁷

- 312 Misbrugsbegrebet omfatter også den situation, hvor kollektivt dominerende virksomheder udviser en adfærd, som efter sin art kan påvirke strukturen på et tilknyttet/afledt marked. Fx kan der være tale om misbrug, når vertikalt integrerede kollektivt dominerende virksomheder sætter en høj pris for et produkt i engrosmarkedet (upstream) og en lav pris for det afledte produkt i detailmarkedet (downstream) med den følge, at margenen mellem engrosprisen og detailprisen ikke er tilstrækkelig til, at konkurrencen kan fungere effektivt i detailmarkedet (såkaldt ”margin squeeze”).
- 313 Endelig følger det af konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3, at et misbrug kan bestå i ”*anvendelse af ulige vilkår for ydelser af samme værdi over for handelspartnere, som derved stilles ringere i konkurrencen*”.
- 314 Såfremt parterne kollektivt er dominerende på det relevante marked, vil parternes adfærd kunne give anledning til konkurrenceretlige betænkeligheder i forhold til misbrug efter konkurrencelovens § 11, stk. 3, punkt 3. JP/Politiken bestrider at have overtrådt konkurrencelovens § 11.
- 315 Da JP/Politiken i nærværende sag har afgivet tilsagn, som vil fjerne styrelsens konkurrenceretlige betænkeligheder i sagen, har styrelsen imidlertid ikke fundet det nødvendigt, at nå frem til en egentlig konklusion med hensyn til spørgsmålet om, hvorvidt JP/Politikens adfærd udgør et misbrug af dominerende stilling i strid med konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3.

7.4 KONKLUSION

- 316 Af ovennævnte, umiddelbare vurdering af JP/Politikens priser og vilkår til henholdsvis Infomedia og Newswatch følger, at Newswatch på en række punkter tilbydes vilkår, der er forskellige fra de vilkår, som Infomedia får leveret elektroniske presseklip på. Derved stilles Newswatch ringere i konkurrencen med Infomedia. Således giver vilkår vedrørende indkøbspris pr. elektronisk presseklip, forskellige beløbsgrænser, krav til minimumsbetaling, udsendelsestidspunkt, prisreduktion ved forringet kvalitet, kundebegrænsning og samt flere daglige leverancer anledning til betænkeligheder om, hvorvidt JP/Politiken ved sine priser og vilkår har overholdt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af FAS-fusionen. JP/Politikens priser og vilkår giver desuden anledning til betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens §

⁴⁷ Jf. EF-Domstolens dom af 13. februar 1979 i sag 85/76, *Hoffmann-La Roche mod Kommissionen*, præmis 91.

11, stk. 3, nr. 3, idet styrelsen umiddelbart vurderer, at JP/Politiken med sine priser og vilkår for levering af elektroniske presseklip, forskelsbehandler Infomedia og Infomedias konkurrenter. JP/Politiken bestrider at have overtrådt tilsagnet samt konkurrencelovens § 11.

317 JP/Politiken har på baggrund heraf afgivet tilsagn samt bilag med henblik på at imødekomme styrelsens betænkeligheder.

8 VURDERING AF TILSAGN MED BILAG

- 318 Det af parterne afgivne tilsagn samt bilag gælder sammen med tilsagnet afgivet ved FAS-fusionen. Ved tolkningen og anvendelsen af tilsagnene går det senest afgivne tilsagn med bilag forud for fusionstilsagnet, jf. princippet om "lex posterior".
- 319 Tilsagnet gentager, at Berlingske og JP/Politiken skal levere redaktionelt indhold fra parternes publikationer til alle andre aktører på markedet for medieovervågning på ikke-diskriminerende vilkår, hvis parterne stiller materiale til rådighed for Infomedia. Tilsagnet udvider leveringspligten til også at omfatte publikationer med et oplag under 40.000 eksemplarer, hvilket vil sige mange ugeaviser og lokale dagblade.
- 320 Tilsagnet omfatter desuden redaktionelt indhold fra parternes internetudgivelser samt udgivelser på øvrige teknologiske platforme, herunder betalingsites, i det omfang materiale herfra stilles til rådighed for Infomedias medieovervågning.
- 321 Tilsagnet omfatter endelig dybe links, idet parterne på ikke-diskriminerende vilkår skal give andre aktører på markedet for medieovervågning mulighed for at anvende dybe links i det omfang parterne giver Infomedia adgang hertil.
- 322 Tilsagnet præciserer, at kravet om ikke-diskrimination for eksempel gælder betalingsvilkår, vilkår om leverings- og udsendelsestidspunkt for det redaktionelle materiale samt vilkår om prisreduktion ved forringet kvalitet. Leveringsvilkår overfor andre markedsaktører, der er identiske med de vilkår, som tilbydes Infomedia, men som uden objektiv begrundelse stiller andre aktører ringere i konkurrencen på medieovervågningsmarkedet, anses ikke for at opfylde kravet om at være ikke-diskriminerende. Dermed må parterne ikke fremadrettet stille krav om eksempelvis en høj minimumsbetaling, der medfører *de facto* diskrimination af konkurrenter med en lille omsætning sammenlignet med Infomedia.
- 323 Det er styrelsens vurdering, at tilsagn med bilag præciserer og udvider det tilsagn, der blev afgivet ved FAS-fusionen og derved sikrer, at Infomedias konkurrenter tilbydes ikke-diskriminerende vilkår i forhold til Infomedia. Endvidere sikres det, at Infomedias konkurrenter ikke *de facto* diskrimineres, for eksempel ved krav om minimumsbetaling, der medfører en højere *de facto* stykpris pr. elektronisk presseklip sammenlignet med Infomedias gennemsnitspris. Således er der i bilag 1 og 2 fastsat et maksimum for, hvor meget henholdsvis JP/Politiken og Berlingske Media kan opkræve i abonnementsbetaling for levering af elektroniske presseklip. Størrelsen af

denne betaling er fastsat med henblik på, at mindre og/eller nye aktører ikke i unødigt omfang *de facto* diskrimineres som følge af en høj minimums- og eller abonnementsbetaling.

- 324 Muligheden for at opkræve en abonnementsbetaling imødekommer samtidig parternes ønske om at kunne opnå betaling for at stille et varelager – det redaktionelle materiale – til rådighed for medieovervågningsvirksomheder og derved være sikret en vis betaling for adgangen til at overvåge artikler fra parternes publikationer mv.
- 325 Styrelsen vurderer desuden, at Infomedias konkurrenter sikres bedre muligheder for at konkurrere med Infomedia, idet konkurrenter sikres levering fra publikationer med et oplag under 40.000 stk., såfremt Infomedia får leveret redaktionelt materiale fra den pågældende publikation. Publikationer under 40.000 eksemplarer er ikke omfattet af det oprindelige tilsagn.
- 326 Endvidere sikres Infomedias konkurrenter muligheden for at anvende dybe links samt får adgang til materiale på betalingsites og øvrige teknologiske platforme, såfremt Infomedia modtager levering.
- 327 Infomedias konkurrenter får således samme muligheder som Infomedia for at imødekomme efterspørgslen fra medieovervågningskunder. Således har Infomedias konkurrenter under styrelsens sagsbehandling oplyst, at adgang til at levere elektroniske presseklip fra publikationer med et oplag under 40.000 stk. er nødvendigt for at kunne vinde kunder. Adgangen til at levere dybe links er ligeledes en vigtig konkurrenceparameter, idet direkte links til relevante artikler for slutkunder er langt at foretrække fremfor, at slutkunden selv skal søge artiklen frem.
- 328 Tilsagn med bilag 1 imødekommer styrelsens betænkeligheder for så vidt angår vilkår i kontrakter mellem JP/Politiken og henholdsvis Infomedia og Infomedias konkurrenter vedrørende indkøbspris pr. elektronisk presseklip, forskellige beløbsgrænser, krav til minimumsbetaling, udsendelsestidspunkt, prisreduktion ved forringet kvalitet, kundebegrænsning og leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer.
- 329 Ligeledes imødekommer tilsagn med bilag 2 styrelsens betænkeligheder for så vidt angår vilkår i kontrakter mellem Berlingske Media og henholdsvis Infomedia og Infomedias konkurrenter vedrørende indkøbspris pr. elektronisk presseklip, forskellige beløbsgrænser, krav til minimumsbetaling, opstartsomkostninger, prisreduktion ved forringet kvalitet, slutkunders adgang til søgning i købte elektroniske presseklip, kundebegrænsning og leveringstidspunkt samt flere daglige leverancer.

- 330 Tilsagn af 25. september 2002 og tilsagn af juni 2013 er tidsubegrænsede. Bilag til tilsagn, der indeholder principper for betalingsmodeller for henholdsvis Berlingske Media og JP/Politiken, er gældende i fem år fra Konkurrencerådets afgørelse. Det er styrelsens vurdering, at en varighed på fem år er passende på et marked, der er kendetegnet ved løbende udvikling, ikke mindst teknologisk.
- 331 Der gælder, at såfremt parterne kan godtgøre, at markedet har ændret sig væsentligt, således at det er præget af effektiv konkurrence, da kan parterne rette henvendelse til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med henblik på en drøftelse af tilsagn samt bilag.
- 332 Styrelsen har ved vurderingen af, om sagen kan afsluttes med tilsagn lagt vægt på en helhedsbedømmelse af flere forhold.
- 333 For det første medfører afgivelse af tilsagn med bilag, at der opnås et resultat, der har samme eller bedre effekt på konkurrencen, som hvis der blev udstedt et påbud, jf. konkurrencelovens § 12e, stk. 3.
- 334 For det andet giver en tilsagnsløsning mulighed for at inddrage forhold på det relevante marked, der ikke er omfattet af fusionstilsagnet og dermed skabe et tilsagn, der i højere grad er fremtidssikret.
- 335 Endelig er en tilsagnsløsning ressourcebesparende for styrelsen, idet styrelsen ikke skal foretage en endelig vurdering af, om Berlingske Media og JP/Politiken ved deres priser og vilkår for levering af elektroniske presseklip har overholdt vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af FAS-fusionen. Endvidere skal styrelsen ikke foretage en endelig vurdering af, om parterne har overtrådt konkurrencelovens § 11.

9 KONKLUSION

- 336 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering af de priser og vilkår, som Berlingske Media og JP/Politiken tilbyder henholdsvis Infomedia og Infomedias konkurrenter giver anledning til betænkeligheder i forhold til, om parterne overholder vilkåret for Konkurrencerådets godkendelse af FAS-fusionen af 25. september 2002. Parternes priser og vilkår giver desuden anledning til betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens § 11.
- 337 Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, idet parterne efter drøftelser med styrelsen har tilbudt at afgive tilsagn med bilag.
- 338 Tilsagn med bilag, der gælder sammen med det eksisterende tilsagn fra 2002, imødekommer styrelsens betænkeligheder. Tilsagn stiller på nogle områder desuden Infomedias konkurrenter bedre end tilsagnet fra 2002, idet tilsagn med bilag udvider parternes leveringspligt til også at omfatte publikationer med et oplag under 40.000 eksemplarer, såfremt parterne leverer redaktionelt materiale fra de pågældende publikationer til Infomedia. Leveringspligten udvides desuden til at omfatte dybe links, såfremt parterne giver Infomedia ret til at anvende dybe links.

10 BILAGSOVERSIGT

Bilagsnr.	Betegnelse
1	Infopags klage
2	Henvendelser fra Newswatch
3	Meddelelser om betænkeligheder
4	Supplerende meddelelser om betænkeligheder
5	Bemærkninger til meddelelser om betænkeligheder
6	Bemærkninger til supplerende meddelelser om betænkeligheder
7	FAS-afgørelsen
8	Kontrakt mellem Berlingske Media og Infomedia
9	Kontrakt mellem Berlingske Media og Newswatch (2010)
10	Kontrakt mellem Berlingske Media og Newswatch (2011)
11	Kontrakt mellem Jyllands-Posten og Infomedia
12	Kontrakt mellem Jyllands-Posten og Newswatch (2010)
13	Kontrakt mellem Jyllands-Posten og Newswatch (2011)
14	Kontrakt mellem Politiken og Infomedia
15	Kontrakt mellem Politiken og Newswatch
16	Kontrakt mellem Ekstra Bladet og Infomedia
17	Kontrakt mellem Ekstra Bladet og Newswatch (2010)
18	Kontrakt mellem Ekstra Bladet og Newswatch (2011)

