

Fakta om Mediacenter Danmark A/S' og mediebyureauers aftaler om afsætning af distribution af adresseløse forsendelser

- Adresseløse forsendelser er tryksager, herunder reklamer, telefonbøger samt lokal- og regionalaviser m.v. Adresseløse forsendelser anvendes af blandt andet supermarkeder samt detailbutikker og -kæder til markedsføring.
- Mediacenter Danmark A/S indgik i løbet af 2007 aftaler med fire mediebyureauer om videresalg af distribution af adresseløse forsendelser. Aftalerne er indgået mellem:
 - På den ene side Mediacenter Danmark A/S (MCD) og på den anden side Mediabroker A/S og GroupM, herunder Maxus Communications A/S, Mediacom A/S, Mindshare A/S, Promedia A/S, Mediacom Danmark A/S samt MEC Danmark A/S (Mediabroker)
 - Mediacenter Danmark A/S og Carat Danmark A/S (Carat)
 - På den ene side Mediacenter Danmark A/S og på den anden side Initiative Universal Media A/S og MediaPrint ApS (IUM)
 - Mediacenter Danmark A/S og OMD Danmark A/S (OMD)
- MCD køber distribution af adresseløse forsendelser hos Post Danmark. MCD videresælger distributionen af adresseløse forsendelser til hvert af de fire mediebyureauer.
- De fem virksomheder omdeler ikke selv adresseløse forsendelser, men sælger og/eller formidler distribution af adresseløse forsendelser til slutkunder som supermarkeder, byggemarkeder, butikskæder m.v.
- De fem virksomheder konkurrerer med hinanden ved at sælge og formidle distribution af adresseløse forsendelser til for eksempel detailbutikker og -kæder. Det er denne konkurrence mellem virksomhederne, der har været begrænset af kundedelingsaftalerne.
- Konkurrencerådet har ikke vurderet selve indkøbssamarbejdet. I visse tilfælde kan samarbejder om indkøb være gavnlige for konkurrencen. Konkurrencerådets undersøgelse og vurdering handler kun om aftalerne om kundedeling.