

Medierettigheder til dansk ligafodbold

Journal nr. 4/0120-0204-0052/TUK/MIK

Rådetsmødet den 31. oktober 2007

1. Resumé

1. Rettigheder til sportsbegivenheder spiller en væsentlig rolle for konkurrencen på tv-markederne, navnlig rettigheder til vigtige nationale fodboldkampe. Tv-kanalerne og tv-distributørerne er villige til at betale høje beløb for disse rettigheder.
2. Sportens betydning for tv-markederne skyldes for det første, at sport er velegnet til at tiltrække abonnenter til betalingstv-kanalerne. For det andet har populær sport høje seertal, hvilket er en fordel i konkurrencen om annoncørernes budgetter. Betalingstv-kanalerne er villige til at betale høje priser for rettighederne, og det har ført til, at den populære sport i stadig højere grad vises på disse kanaler. Gratis-tv-kanalerne har haft vanskeligt ved at finansiere indkøb af de dyreste rettigheder, bl.a. fordi der er begrænsninger for, hvor meget sendetid en tv-kanal kan anvende til de reklamer, som finansierer disse kanaler.
3. Aftaler om salg af medierettigheder til sport og navnlig fodbold er også blevet undersøgt af EU-Kommissionen og en række andre nationale konkurrencemyndigheder inden for EU. I disse sager er det ligeledes konkluderet, at sport spiller en væsentlig rolle for tv-markedet.
4. De forskellige sportsgrenes udbredelse og popularitet er vekslende, men fodbold er generelt den mest attraktive sportsgren for tv i de europæiske lande. I Danmark betaler tv-selskaberne således væsentligt mere for rettighederne til fodbold end f.eks. håndbold, som er den næst dyreste rettighed til danske sportsbegivenheder.
5. Fodboldens betydning for tv-kanalerne understreges ved, at der målt pr. seer til udsendelserne betales væsentligt mere for rettigheder til denne sportsgren end for andre rettigheder. Udsendelser med f.eks. dansk drama og film opnår således ofte højere seertal, men rettighederne koster væsentligt mindre set i forhold til det antal seere, der overværer udsendelserne.
6. Fælles træk for salg af tv-rettigheder til dansk sport er:
 - at rettighederne er markedsført og solgt samlet
 - at rettighederne er overdraget eksklusivt,
 - at salget har omfattet kontrakter med perioder på op til 5 år,
 - at kontrakterne har indeholdt klausuler om eksklusiv adgang til genforhandling, og
 - at rettighederne er overdraget samlet til én bestemt køber.
7. En koncentration af rettigheder på udbudssiden begrænser tv-selskabernes og tv-distributørernes muligheder for at konkurrere om disse værdifulde rettigheder. Problemerne med at få adgang til rettighederne øges yderligere, når de sælges på eksklusiv basis og på langvarige kontrakter. Tilmed fører det samlede udbud ofte til, at rettighederne sælges i en stor pakke, hvor én køber erhverver langt de fleste eller endog alle rettigheder for lange perioder. Hertil kan der være en fortrinsret for denne køber til at forhandle om en forlængelse. Andre interesserede købere afskæres derigennem fra disse rettigheder og stilles dermed ringere i konkurrencen på de efterfølgende markeder.
8. Koncentrationen af rettigheder er også betænkelig i forhold til udviklingen af nye markeder som f.eks. mobilt tv, 3G, mv. Væsentlige rettigheder som fodboldkampe er nøglen til udvikling på disse markeder, og det er derfor væsentligt, at nye operatører på disse markeder har adgang til med mellemrum at deltage i konkurrencen om at erhverve disse rettigheder.
9. Et samlet salg af rettigheder til én køber, som erhverver dem på eksklusivt og langvarigt grundlag med en klausul om adgang til eksklusive forhandlinger om forlængelse, indebærer en form for afsætningskontrol, jf. § 6, stk. 2, nr. 2), i konkurrenceloven.

10. I Danmark har rettighederne til ligafodbold siden 1998 efter samlet udbud fra DBU/Divisionsforeningen været overdraget eksklusivt til det samme tv-selskab[1]. Overdragelsen er sket i form af 4½-årige aftaler med klausuler, der sikrede tv-selskabet fortrinsret til forhandlinger om forlængelse. Ifølge den eksisterende aftale må DBU/Divisionsforeningen således tidligst to måneder før kontraktudløb ultimo juni 2009 forhandle med andre tv-selskaber om salg af rettighederne. I flere tilfælde er aftalerne mellem DBU/Divisionsforeningen og tv-selskabet forlænget lang tid før den gældende aftales udløb. Det kan derfor anføres, at rettighederne reelt ikke har været udbudt siden 1998.

11. Fordelingen mellem tv-selskaber af rettigheder til vigtige sportsbegivenheder viser, at rettighederne er koncentreret hos nogle få tv-stationer på flerårige aftaler, jf. tabel 1.

Tabel 1. Fordelingen af vigtige tv-rettigheder til sport på danske tv-kanaler.

Sportsbegivenhed	To største selskabers andel af indkøbet i pct.	Tv-kanal	Aftalevarighed
Dansk sport i alt	80-90	-	-
Udenlandsk sport i alt	60-80	-	-
Dansk ligafodbold	-	TV3+ og TV 2 Sport	4½ år
Dansk fodboldlandshold	-	TV 2	4 år
Champions League fodbold	-	TV 3+ og TV 2 Sport	3 år

Kilde: Markedsandelene stammer fra styrelsens rapport om "Etableringen af TV 2 Sport", april 2007, tabel 5.1.

Anm.: Oplysningerne om det danske fodboldlandsholds kampe omfatter kun kampe i Danmark. Rettigheder til kampe i udlandet, skal erhverves fra den pågældende udenlandske arrangør. Andelene er opgjort efter rettighedernes seneste salgspris.

12. Efter stiftelsen af TV 2 Sport har de to moderselskaber TV 2 og MTG overdraget en række rettigheder til TV 2 Sport. For så vidt angår distribution gælder, at en stor del af tv-kanalerne med populær sport er placeret eksklusivt hos en satellitdistributør. For satellitdistribution til husstandene udspiller konkurrencen sig i høj grad på indhold, og det er derfor vigtigt at kunne vise de populære tv-kanaler eksklusivt. I kabelistributionsmarkedet er der ikke eksklusivaftaler. Ingen kabelidistributører er derfor afskåret fra at distribuere tv-kanaler.

13. I december 2006 annoncerede MTG og DBU/Divisionsforeningen, at parterne havde indgået en hensigtserklæring om at forlænge den gældende aftale om køb af tv-rettigheder til dansk ligafodbold frem til 2013. Som del af hensigtserklæringen var det planen, at udnyttelsen også kom til at gælde nye medieprodukter[2]. Med effektueringen af denne hensigtserklæring ville tv-rettighederne forblive hos det nuværende tv-selskab i yderligere 6 år, hvorefter der ikke i 15 år ville have været en åben udbudsforretning om rettighederne inkl. udnyttelsen af nye medieprodukter. Flere konkurrerende tv-selskaber anfægtede da også det manglende udbud af rettighederne. Konkurrenterne anførte, at det danske tv-marked var koncentreret bl.a. som følge af samarbejdet mellem TV 2 og MTG, som er de to største aktører i markedet. Således var henholdsvis 80-90 pct. af de danske rettigheder og 60-80 pct. af de udenlandske rettigheder målt på værdi samlet hos de to selskaber.

14. Det førte til, at styrelsen meddelte, at aftaleforholdet ville blive taget op til vurdering, når sagen om etableringen af TV 2 Sport var afsluttet.

15. Herefter har der været drøftelser med superligaklubberne og DBU/Divisionsforeningen. Disse drøftelser har ført til, at DBU/Divisionsforeningen har tilbudt en tilsagnsløsning, som kan afhjælpe styrelsens betænkeligheder. Da sagen har samhandlingspåvirkning, tager tilsagnene både højde for betænkeligheder i forhold til artikel 81 i EF-traktaten og § 6 i konkurrenceloven.

16. Under disse forhandlinger har DBU/Divisionsforeningen haft en række ønsker med henblik på at foretage en totaloptimering af salget. Rettighedernes pris er således ikke det eneste forhold, der tillægges vægt. Klubberne har samlet set

endnu større indtægter fra sponsorer, fra annoncører og fra salg af merchandise[3]. Eksponeringen gennem tv har væsentlig betydning for klubbernes mulighed for at få indtægter fra disse kilder. DBU/Divisionsforeningen har derfor lagt afgørende vægt på, at der blev tilrettelagt en proces, der gav mulighed for at sikre en hensigtsmæssig bred visning af kampene, ligesom det var vigtigt at skabe rammer for et fornuftigt samspil mellem udsendelserne i tv og klubbernes egen markedsføring af deres kampe mv.

17. Styrelsen har drøftet DBU/Divisionsforeningens forslag med potentielle købere i flere omgange og søgt at inddrage disses bemærkninger i den endelige udformning af tilsagnene.

18. Tilsagnene indebærer for det første, at medierettighederne til dansk ligafodbold bringes i udbud. Dernæst er der opstillet faste rammer for dette udbud. DBU/Divisionsforeningen skal udfylde rammerne nærmere i forbindelse med de enkelte udbud. Rammerne indebærer overordnet at:

- Medierettighederne opdeles i et antal pakker, som udbydes særskilt og på åbne, ikke-diskriminerende og objektive vilkår.
- Medierettighederne må ikke overdrages for længere tidsrum end tre år.
- Ingen adgang til eksklusiv genforhandling af en aftale.
- DBU/Divisionsforeningen kan forhandle med aktører, der opfylder visse egnethedskriterier.
- Som udgangspunkt kan ingen erhverve samtlige pakker til direkte transmission af superligakampe. Dog har DBU/Divisionsforeningen adgang til at forhandle om salg af samtlige pakker til én byder, såfremt højst to aktører afgiver et kvalificeret bud i første budrunde.
- Medierettighederne til den enkelte pakke tildeles den, der giver det økonomisk mest fordelagtige bud. I det økonomisk mest fordelagtige bud vægtes ud over prisen for rettigheden tillige tv-kanalens penetration samt dens markedsførings- og programplaner for fodbold.
- Processen følges af en trustee, der handler efter et mandat godkendt af Konkurrencestyrelsen.

19. Tilsagnene indebærer en betydelig ændring i måden rettighederne overdrages på, idet alle tv-selskaber og andre medieselskaber i fremtiden minimum hvert tredje år får adgang til at forhandle om køb af rettighederne. Tilsagnene er i øvrigt overensstemmende med de løsninger, som EU-Kommissionen og andre nationale konkurrencemyndigheder er nået frem til.

20. Med et bredt udbud af forskellige pakker skabes reel mulighed for, at flere medieselskaber kan sikre sig rettigheder. Når flere rettigheder udbydes på samme tidspunkt på åbne og ikke-diskriminerende vilkår, reduceres risikoen for, at der opstår problemer med afskærmning på de efterfølgende markeder. Antallet af pakker skal være tilstrækkeligt stort og differentieret til at passe til efterspørgselen. Et differentieret udbud vil bl.a. kunne give nye aktører uden stor finansiel styrke mulighed for at erhverve mindre bekostelige rettigheder.

21. Konkret er medierettighederne opdelt i seks forskellige kategorier, hver indeholdende et antal pakker. De eksklusive tv-rettigheder til direkte transmission af superligakampene er de mest attraktive rettigheder. Her forpligter DBU/Divisionsforeningen sig til at udbyde minimum tre pakker, der hver indeholder minimum en kamp fra hver runde i Superligaen, svarende til minimum 33 kampe i alt.

22. De andre kategorier er eksklusive rettigheder til direkte transmission af 1. divisionskampe, eksklusive rettigheder til direkte transmission af kampe fra Landspokalturneringen og ikke-eksklusive rettigheder til højdepunktsklip fra samtlige udbudte kampe. Sidstnævnte rettigheder er velegnede til sammensætning af magasin- og nyhedsprogrammer. Derudover udbydes en kategori med pakker til ikke-eksklusive radiorettigheder og en kategori med pakker til New media rettigheder, dvs. rettigheder til at distribuere indhold via mobilt tv, internet, 3G mv.[4]

23. Tilsagnene fastsætter alene et minimum for udbuddet. DBU/Divisionsforeningen kan derfor udbyde flere rettigheder end anført.

24. Medierettigheder til fodboldkampe, som afvikles løbende over året og hvert år, overdrages normalt for en vis afgrænset periode. Visse rettigheder, herunder rettighederne til direkte transmission fra kampene, overdrages eksklusivt. Overdragelsesmetoden betyder, at køber kan udnytte den fulde værdi af rettighederne. På den anden side er det vigtigt, at en køber ikke kan opbygge og fastholde en betydende stilling på et efterfølgende marked ved at sikre sig en bestemt vigtig rettighed for en lang periode, hvor der ikke er lige adgang for konkurrenter til at byde på rettigheden. En periode på tre år giver mulighed for, at køber kan opbygge en programflade omkring rettigheden og få forrentet sin investering via markedet. Omvendt kan konkurrenterne se frem til muligheden for at erhverve rettigheden inden for en overskuelig periode.

25. Dernæst er det væsentligt at afpasse pakkesammensætningen med efterspørgslen, så enkelte aktører ikke kan afskærme markedet for mindre eller nye virksomheder. F.eks. skal rettigheder til højdepunktsklip kunne udnyttes inden for rimelig tid efter afviklingen af en kamp. Rettigheder til New media er også centrale rettigheder. Konkurrencemæssigt er det væsentligt, at adgangen til at udvikle New media ikke afskærmes. Disse rettigheder er derfor udskilt i en særlig kategori.
26. Eksklusive rettigheder til direkte tv-transmission af superligakampe er i øvrigt uafhængig af distributionsformen. Tv-rettigheden er således knyttet til den direkte transmission af billede og lyd og dækker alle former for distribution, hvad enten der er tale om kabelnet, IP-tv, satellit eller det kommende DTT-net.
27. Der er indført en klausul om, at én og samme aktør ikke kan erhverve samtlige pakker til direkte transmission af superligakampene eller til højdepunktsklip[5].Klausulen øger muligheden for konkurrence på de efterfølgende markeder og modvirker afskærmning. Den har særlig betydning i den situation, hvor en enkelt aktør har haft fordel af at kunne udnytte den væsentligste del af rettighederne i en årrække og herigennem udbygge sin markedsposition, uden at andre aktører har haft reel mulighed for at konkurrere om rettighederne.
28. DBU/Divisionsforeningen har peget på, at denne klausul medfører en risiko for at svække konkurrencen om erhvervelse af rettighederne til direkte transmission i det tilfælde, hvor der reelt ikke er mere end én eller to aktører, der er interesseret i rettighederne. I så fald er der risiko for, at de pågældende aktører afgiver lave bud, fordi aktørerne mener sig sikre på at få tildelt en pakke af rettigheder. Fodboldklubberne får derfor ikke det fulde udbytte af deres rettigheder. For at tage højde for det er der indført en modifikation til reglen om no single buyer. Såfremt det konstateres efter afgivelse af første bud, at højst to aktører har afgivet kvalificerede bud på disse rettigheder, kan DBU/Divisionsforeningen forhandle med de to aktører om salg af samtlige rettigheder til direkte transmission til én af dem. Erhvervelse af samtlige rettigheder forudsætter bl.a., at den pågældende aktør er parat til at betale en merpris på minimum 30 pct. i forhold til summen af de bud, der er afgivet i første runde. Såfremt ingen af disse to aktører er villige hertil, fastholdes reglen om no single buyer.[6]
29. Tilsvarende modifikation gælder ikke for højdepunktsklip. Disse udbydes ikke-eksklusivt, og det er ikke muligt for en udbyder at erhverve samtlige pakker og dermed opnå eksklusivitet.
30. En aktør kan ikke gøre et bud på en pakke betinget af at erhverve andre pakker eller rettigheder. Bestemmelsen medvirker til at sikre, at budprocessen foregår på objektive og ikke-diskriminerende vilkår. Derimod kan det accepteres, at en aktør betinger et bud på flere pakker i en kategori af, at aktøren kun erhverver et mindre antal af pakkerne. Det betyder, at en virksomhed, som har et bestemt beløb til rådighed til indkøb af rettigheder, kan udnytte hele dette beløb i konkurrencen om at erhverve den enkelte pakke[7].
31. Endelig tilknyttedes en trustee, som skal åbne alle indkomne bud og overvære alle forhandlinger og afgørelser. Trustee er garant for en åben og fair proces. Trustee skal påse, at udbuddet sker i overensstemmelse med de fastlagte tilsagn og trustee skal straks give besked til Konkurrencestyrelsen, såfremt der konstateres forhold, der kan være en afvigelse fra tilsagnene.
32. Når der er fundet anledning til at tilknytte en trustee, skyldes det bl.a., at rettighedspakkerne efter ønske fra DBU/Divisionsforeningen tildeles den aktør, som afgiver det økonomisk mest fordelagtige bud. Det økonomisk mest fordelagtige bud fastsættes efter vægtning af pris, penetration samt markedsførings- og programplaner. Disse kriterier har alle væsentlig betydning for klubbernes samlede indtjening, hvor tv-eksponering er særdeles væsentlig for sponsor- og annonceindtægter. Trustee skal sikre, at disse hensyn inddrages i vurderingen på en saglig og ikke-diskriminerende måde, og således at der ikke efterfølgende kan rejses berettiget tvivl om vurderingen.
33. Tilsagnene finder anvendelse for udbuddet af medierettighederne efter juni 2009, hvor den gældende aftale udløber. Der er herved taget hensyn til, at det tager tid at gennemføre et udbud, ligesom der efter udbuddet er behov for tid til at planlægge de nærmere omstændigheder for udsendelse af kampe, herunder indgå aftaler med distributører. Endelig er det væsentligt, at udbuddet følger sæsonerne for fodboldturneringen.
34. Det er styrelsens opfattelse, at de afgivne tilsagn imødekommer betænkelighederne ved et fælles salg af rettighederne og vil kunne medvirke til at opretholde en effektiv konkurrence på de berørte markeder. Tilsagnene er ikke tidsbegrænset, men DBU/Divisionsforeningen har ret til at anmode om genforhandling, såfremt DBU/Divisionsforeningen godtgør væsentlige ændringer i markedsforholdene, der indebærer, at de ikke vil kunne udbyde rettighederne efter den fastlagte model uden at blive påført væsentlige tab.
35. Tilsagnene træder i kraft og gøres bindende, jf. § 16 a, stk. 1, i konkurrenceloven ved Konkurrencerådets godkendelse.

2. Afgørelse

36. Det meddeles DBU/Divisionsforeningen,

- at de af DBU/Divisionsforeningen givne tilsagn gøres bindende, jf. § 16 a, i konkurrenceloven, idet tilsagnene imødekommer de betænkeligheder, som Konkurrencerådet har i relation til § 6, stk. 1, i konkurrenceloven samt artikel 81 EF over for det fælles salg og markedsføring af medierettigheder til dansk ligafodbold, og
- at Konkurrencestyrelsens sag 4/0120-0204-0052 om fælles salg og markedsføring af medierettigheder til dansk ligafodbold, som styrelsen af egen drift åbnede, hermed lukkes.

Tilsagn

Dansk Boldspil-Union (DBU) er en landsdækkende organisation for dansk fodbold. DBU udskriver og arrangerer de officielle turneringer i dansk fodbold såsom Superligaen og 1. division. DBU har bl.a. medierettighederne til de kampe, det danske landshold spiller. DBU har desuden rettigheder til de turneringer, unionen udskriver, men ikke til de konkrete kampe.

Divisionsforeningen er en forening af bl.a. danske superliga- og 1. divisionsklubber. Foreningen forhandler efter fuldmagt fra DBU og klubberne medierettighederne til fodboldkampe i Danmark, som DBU henholdsvis foreningens medlemmer har rettighederne til. Klubberne har rettighederne til egne hjemmekampe.

Foranlediget af Konkurrencestyrelsens undersøgelse af DBU og Divisionsforeningens aftale med MTG om udnyttelsen af medierettigheder til Dansk ligafodbold indtil 30. juni 2009 og forhandlingerne om en forlængelse af denne aftale, har DBU og Divisionsforeningen besluttet at afgive nedenstående tilsagn til Konkurrencerådet.

Tilsagnene gælder fra Konkurrencerådets afgørelse.

Tilsagnene afgives under hensyn til den eksisterende turneringsform og finder anvendelse på salget af rettigheder til Dansk ligafodbold fra sæsonstart 2009/2010.

1. Definitioner

"Aktør" omfatter alle virksomheder, der indgår i samme koncern, som afgiver tilbud på eller erhverver en rettighed. Et budkonsortium betragtes som én selvstændig Aktør. TV 2 Sport skal i forhold til disse tilsagn ikke betragtes som koncernforbunden med hverken TV 2 eller MTG.

"Clean Tv-signal" er optagelse af billede og lyd fra fodboldkampen uden tilføjelse af nogen form for kommercielle budskaber.

"Dansk ligafodbold" er Superligaen og 1. division i de turneringer, som udskrives af DBU, herunder Landspokalturneringen.

"1. division" er den næstøverste fodboldrække, som defineret i DBU's propositioner for Danmarksturneringen.

"Hold back" er den tidsperiode, rettighedshaver kan holde udnyttelsen af en rettighed tilbage.

"Højdepunktsklip" er brudstykker af en eller flere kampe, hvor varigheden er minimum 90 sekunder og maksimum 5 minutter pr. kamp. Højdepunktsklip leveres som Clean Tv-signal.

"Landspokalturneringen" er en turnering for herrer, som defineret i DBU's propositioner herfor.

"Live Tv-rettighed" er en rettighed til at transmittere billede og lyd analogt og digitalt uanset medie fra en hel kamp direkte, herunder livestreaming på internettet og øvrige New Media. Indeholdt i en Live Tv-rettighed er tillige rettigheden til forskudt

visning (genudsendelse) samt rettighed til visning af Højdepunktsclear for den pågældende begivenhed, som Live Tv-rettigheden vedrører.

"New Media-rettigheder" er rettigheder til fremførelse af billede og lyd via Internetclear, 3G, mobiltelefon o.l. elektroniske medier, som ikke er Tv- eller Radiorettigheder.

"Radiorettigheder" er rettigheder til billedløs fremførelse via et analogt og et digitalt sendenet, som f.eks. radio via Internettet.

"Superligaen" er den øverste fodboldrække, som defineret i DBU's propositioner for Danmarksturneringen.

"Sæson" består af et antal runder, som afsluttes med kåring af henholdsvis en Danmarksmester, vinder af 1. division eller Landspokalmester.

"Trustee" har den betydning, der er angivet i punkt 5.

"Tv-rettigheder" er rettigheder til visning og distribution på tv, digitalt eller analogt og streaming på internettet.

2. Rettighedspakker

2.1 Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier i)-vi):

- i) Minimum 3 pakker indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til Superligaen, hvor hver pakke består af minimum 1 live kamp pr. runde. Indholdet af de enkelte pakker er nærmere specificeret i bilag 1.
- ii) Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til kampe i 1. division.
- iii) Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettigheder til kampe i Landspokalturneringen.
- iv) Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Tv-rettigheder til Højdepunktsclear af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.
- v) Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Radiorettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen.
- vi) Minimum 1 pakke indeholdende New media rettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.

2.2 DBU/Divisionsforeningen kan alene ændre kategorierne og den i pkt. 2.1 i) nævnte pakkesammensætning forud for igangsætning af et udbud, under overholdelse af disse tilsagn og kun med Konkurrencestyrelsens godkendelse. Bilag 1 kan ændres med forudgående godkendelse af Konkurrencestyrelsen.

3. Udbudsmodel

3.1 Samtlige pakker inden for hver kategori udbydes samtidigt og individuelt på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår og således, at interesserede Aktører har minimum 30 kalenderdage til at afgive første skriftlige bud. DBU/Divisionsforeningen kan fastsætte et maksimalt antal virksomheder, der kan indgå i et budkonsortium.

3.2 Samtlige pakker i én kategori udbydes for en periode på maksimalt 3 løbende sæsoner. Udbudet kan tidligst gennemføres 1½ år før en kontraktperiodes start, dog kan det første udbud iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrencerådets beslutning om at gøre denne tilsagnsaftale bindende, jf. § 16a, stk. 1, i konkurrenceloven.

3.3 I udbuds- og kontraktbetingelserne fastsætter DBU/Divisionsforeningen de nærmere betingelser i form af egnethedskriterier for at byde på pakkerne i hver kategori. Egnethedskriterierne skal være gennemsigtige og må ikke være urimelige eller diskriminerende. Eksempler på egnethedskriterier kan være produktionskapacitet og konkret erfaring med gennemførelse af fodboldtransmissioner samt finansiell kapacitet og evne til at opfylde de kontraktlige forpligtelser.

Endvidere kan DBU/Divisionsforeningen fastsætte en minimumspris for hver enkelt pakke. Minimumsprisen skal fastsættes på baggrund af de til hver en tid realistisk opnåelige markedspriser. I tillæg hertil kan DBU/Divisionsforeningen i udbuds- og kontraktsbetingelserne fastsætte vilkår om udnyttelse af rettigheder.

3.4 Udbudet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbudet. Konkurrencestyrelsen skal godkende udbuds- og kontraktsbetingelserne, inden udbudet igangsættes.

3.5 På baggrund af de indkomne skriftlige bud kan DBU/Divisionsforeningen iværksætte en eller flere runder af forhandlinger om salg af rettighederne. Forhandlingerne skal vedrøre samtlige de individuelle konkrete pakker for samtlige kategorier.

Der kan alene forhandles om:

i) Pris

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) kan der forhandles om de forhold, der fremgår af pkt. 3.7, og som er godkendt af Konkurrencestyrelsen.

Der kan endvidere forhandles om vilkår i kontrakterne for alle pakker i de enkelte kategorier, forudsat at det sker under overholdelse af ligebehandlingsprincippet, og at eventuelle ændringer i kontrakterne gælder generelt for alle Aktører i den pågældende kategori.

3.6 DBU/Divisionsforeningen forhandler med alle Aktører, som opfylder egnedetskriterierne samt de relevante minimumspriser, jf. pkt. 3.3. Ved forhandlingen tilkendegiver DBU/Divisionsforeningen, hvilke kriterier, jf. pkt. 3.5, en Aktør er – henholdsvis ikke er – konkurrencedygtige på. DBU/Divisionsforeningen oplyser desuden efter hver forhandlingsrunde – og inden der afgives skriftlige bud – om der gennemføres endnu en forhandlingsrunde, eller om der er tale om sidste skriftlige bud. Hver forhandlingsrunde – inklusiv den sidste forhandlingsrunde – afsluttes med afgivelse af nyt skriftlige bud, som – hvis der er tale om det sidste forhandlingsmøde – er det endelige bud. Det endelige skriftlige bud skal afgives senest 3 hverdage efter anmodning herom fra DBU/Divisionsforeningen. De skriftlige bud åbnes samtidigt af Trustee. Trustee skal deltage som observatør i samtlige forhandlinger og skal umiddelbart efter afslutningen af hver enkelt forhandlingsmøde føre protokol herover med behørig angivelse af tid og sted.

3.7 Tildeling af de enkelte pakker sker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på følgende underkriterier:

i) Pris (tillæg i forhold til minimumsprisen, hvis en sådan er fastsat)

ii) Penetration

iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) sker tildeling af de enkelte pakker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på underkriterier fastsat af DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrencestyrelsen.

3.8 Underkriterierne skal vægtes konkret og individuelt for hver af de i pkt. 2.1 i)-vi) nævnte kategorier og vægtningen skal fremgå af udbudsbetingelserne. Den pointmodel, der anvendes ved tildelingen i henhold til ovennævnte underkriterier, skal godkendes af Konkurrencestyrelsen inden udbudet iværksættes. For så vidt angår de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker er vægtningen af underkriterierne pris (tillæg til minimumsprisen) minimum 20 pct., penetration maksimum 40 pct. og markedsføringsplaner maksimum 40 pct.

3.9 På baggrund af de endelige skriftlige bud tildeler DBU/Divisionsforeningen de udbudte pakker. Såfremt minimumsprisen for en eller flere pakker i den i pkt. 2.1 i) nævnte kategori ikke opnås, forkaster DBU/Divisionsforeningen alle indkomne bud i forhold til denne kategori og de øvrige kategorier. DBU/Divisionsforeningen kan lade gennemføre et nyt udbud af alle kategorier i overensstemmelse med disse tilsagn. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

3.10 Alle pakker udbydes uoverdrageligt. DBU/Divisionsforeningen kan godkende en overdragelse af en eller flere rettigheder på anmodning fra en Aktør. Godkendelsen skal i givet fald hvile på objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår. DBU/Divisionsforeningen respekterer ligebehandlingsprincippet ved eventuelle overdragelser. Overdragelse kan ikke ske, hvis overdragelsen fører til, at erhververen besidder samtlige rettigheder omfattet af pkt. 2.1 i) eller iv), jf. dog pkt. 4.5.

4. Udbudsprocedure

4.1 En Aktør kan afgive skriftlige bud på én eller flere pakker. Et bud skal angå én individuel pakke og må ikke være betinget af erhvervelsen af andre pakker eller rettigheder. Derimod kan en Aktør afgive bud på flere pakker i en kategori betinget af, at Aktøren kun erhverver et mindre antal af pakkerne i denne kategori, idet budet dog ikke kan prioritere, hvilke(n) pakke(r) der tildeles Aktøren. Pakkerne tildeles ud fra den kombination, som samlet giver DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i den pågældende kategori.

4.2 Én og samme Aktør kan ikke erhverve samtlige de i pkt. 2.1 iv) nævnte pakker.

4.3 Én og samme Aktør kan ikke erhverve samtlige de under pkt. 2.1 i) nævnte pakker, jf. dog pkt. 4.5.

4.4 Tildeling af hver enkelt pakke skal ske til den Aktør, der skriftligt på den pågældende pakke har afgivet det økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7. Kan de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker ikke fordeles ud fra dette princip som følge af pkt. 4.3, tildeles pakkerne i denne kategori Aktørerne ud fra den kombination, som samlet giver DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud for alle pakker i pkt. 2.1 i).

4.5 Hvis mindre end tre Aktører afgiver et første skriftligt bud, der opfylder egnethedskravene og minimumspriserne fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker, kan DBU/Divisionsforeningen dog sælge alle pakkerne i denne kategori til én og samme Aktør efter følgende procedur

a. DBU/Divisionsforeningen forhandler efter den i pkt. 3.6 beskrevne procedure salget af pakkerne i pkt. 2.1 i) med de Aktører, som har afgivet bud, der opfylder egnethedskravene og minimumspriserne fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker.

b. Salg af samtlige pakker til én og samme Aktør kan kun ske, hvis Aktøren i alt betaler en pris for samtlige pakker, som er minimum 30 pct. over den højeste af følgende to priser: 1) summen af minimumspriserne for pakkerne i pkt. 2.1 i) og 2) summen af det højeste skriftlige bud aktuelt afgivet i første budrunde for hver enkelt pakke i pkt. 2.1 i).

c. Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker sker til den Aktør, som skriftligt byder det for DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7.

Såfremt ingen Aktører ønsker eller er berettiget til at erhverve samtlige pakker i henhold til denne procedure, sker tildeling efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.5-3.10 og pkt. 4.3-4.4 i disse tilsagn.

4.6 Bud indgives til Trustee og åbnes for hver pakke samtidig af Trustee på en på forhånd udmeldt dato. Aktører har ikke krav på at få oplysninger om indgivne bud, herunder hvem der har afgivet bud, og hvilke pakker der er afgivet bud på. Straks efter åbning af de skriftligt indkomne bud påser Trustee, om proceduren i pkt. 4.5 kan finde anvendelse, hvilket føres til protokol og meddeles de pågældende Aktører. DBU/Divisionsforeningen beslutter senest 3 hverdage herefter, om processen i pkt. 4.5 skal anvendes, hvilket meddeles Aktørerne straks efter, at beslutningen er truffet.

5. Trustee

5.1 Trustee udnævnes af Konkurrencestyrelsen efter indstilling fra DBU/Divisionsforeningen.

5.2 Trustee deltager som observatør under hele udbudsproceduren på baggrund af et mandat udarbejdet af DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrencestyrelsen.

5.3 Trustee skal være uafhængig af DBU/Divisionsforeningen samt af alle aktuelle og potentielle Aktører. Trustee skal endvidere opfylde principperne i § 3, i forvaltningsloven om habilitet.

5.4 Trustee skal påse, at udbudet sker i henhold til samtlige disse tilsagn og i overensstemmelse med udbudsbetingelserne. Trustee skal straks orientere Konkurrencestyrelsen, såfremt Trustee konstaterer forhold, der kan være en afvigelse fra den proces, som disse tilsagn, udbudsbetingelserne og Trustees mandat fastlægger. Trustee skal desuden løbende kunne redegøre for udbudsprocessen overfor Konkurrencestyrelsen, jf. § 17, i konkurrenceloven.

5.5 DBU/Divisionsforeningen afholder alle omkostninger til Trustee.

6. Forudsætninger og genforhandling

6.1 De afgivne tilsagn er minimumstilsagn. DBU/Divisionsforeningen kan vælge at udbyde rettigheder i videre omfang, end hvad der følger af tilsagnene. Yderligere udbud skal foregå i overensstemmelse med disse tilsagn.

6.2 Såfremt DBU/Divisionsforeningen godtgør væsentlige ændringer i markedsforholdene, der medfører, at det ikke ville være muligt at udbyde rettighederne efter disse tilsagn, uden at påføre DBU/Divisionsforeningen væsentlige tab, har DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af disse tilsagn. Konkurrencestyrelsen forelægger en sådan anmodning for Konkurrencerådet.

København, den 30. oktober 2007

(sign)

For DBU Jim Stjerne Hansen

(sign.)

For Divisionsforeningen Claus Thomsen

Bilag 1 – Pakkesammensætning

Ad. kategori 2.1.i)

Kampe

De af denne kategori omfattede pakker består af følgende kampe

- Pakke 1 består af 1. valgskampen og 4. valgskampen
- Pakke 2 består af 2. valgskampen og 5. valgskampen
- Pakke 3 består af 3. valgskampen og 6. valgskampen

Spilletidspunkter placeres ud fra følgende principper:

I spillerunder, der afvikles i weekender, placeres kampene som følger:

- 1. valgskampen spilles søndag kl. 18.00
- 2. valgskampen spilles søndag kl. 16.00
- 3. valgskampen spilles lørdag kl. 17.00
- 4. valgskampen spilles mandag kl. 19.00
- 5. valgskampen spilles søndag kl. 14.00
- 6. valgskampen spilles søndag kl. 16.00

I spillerunder, der afvikles i en weekend, hvor den efterfølgende mandag er en helligdag, forskydes ovennævnte tidspunkter en dag frem, således at 1. valgskampen spilles mandag kl. 18.00 og så fremdeles.

I spillerunder, der afvikles på hverdage, placeres kampene som følger:

- 1. valgskampen spilles kl. 20.00
- 2. valgskampen spilles kl. 18.00
- 3. valgskampen spilles kl. 20.00
- 4. valgskampen spilles kl. 18.00
- 5. valgskampen spilles kl. 20.00
- 6. valgskampen spilles kl. 18.00

I spillerunder, der afvikles på en helligdag, der falder på ugedagene tirsdag-fredag, placeres kampene som følger:

- 1. valgskampen spilles den pågældende helligdag kl. 18.00
- 2. valgskampen spilles den pågældende helligdag kl. 16.00
- 3. valgskampen spilles den pågældende helligdag kl. 14.00
- 4. valgskampen spilles den pågældende helligdag kl. 14.00
- 5. valgskampen spilles den pågældende helligdag kl. 18.00
- 6. valgskampen spilles den pågældende helligdag kl. 16.00

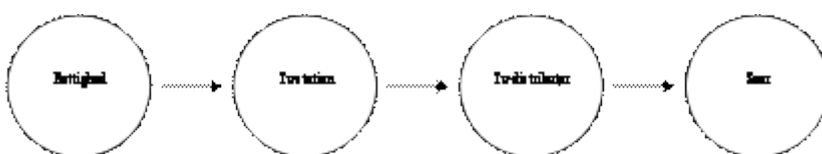
DBU/Divisionsforeningen kan fastsætte andre kamptidspunkter, såfremt dette er begrundet i en klubs deltagelse i europæiske turneringer, og forudsat at ligebehandlingsprincippet respekteres.

3. Sagsfremstilling

3.1 Indledning

37. Tv-markedet er vertikalt integreret, jf. figur 1.

Figur 1. Tv-markedets opbygning

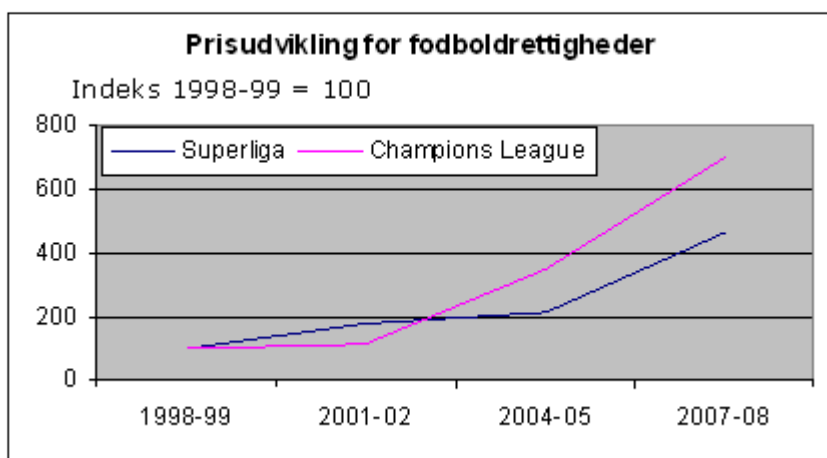


38. Salget af tv-rettigheder har således ikke kun betydning for rettighedshaveren. Adgangen til rettigheder har også indflydelse på konkurrenceforholdene for de efterfølgende markedsled i form af tv-stationer og tv-distributører, som i sidste ende får betydning for forbrugerens valg af tv-kanal og tv-distributør[8].

39. Rettigheder til sportsbegivenheder og navnlig til fodbold har særlig betydning for konkurrencen mellem tv-stationer og tv-distributører.

40. Udbyderne af rettigheder til sport og navnlig fodbold har som følge heraf generelt været i stand til at hæve prisen væsentligt. Prisen for rettighederne til danske fodboldkampe er firedoblet på under 10 år, og prisen for rettigheder til Champions League kampe er steget endnu mere, jf. figur 2. Tv-selskaberne betaler således i 2007 tilsammen op mod ½ mia. kr. årligt med henblik på visning på danske tv-kanaler.

Figur 2. Prisudviklingen i Superligaen og i Champions League

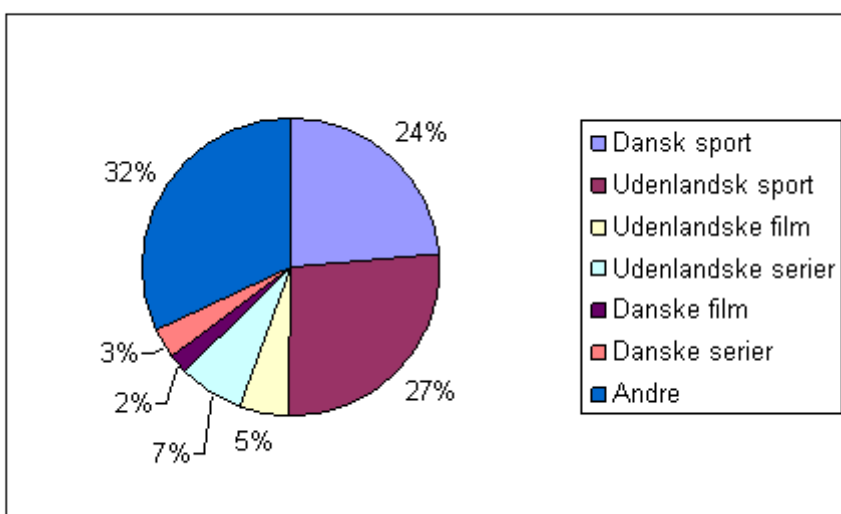


Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse

Anm.: Prisen for Champions League er prisen betalt for rettighederne til visning i Danmark.

41. For en tv-kanal med en alsidig programsammensætning, herunder attraktive sportsbegivenheder, udgør udgifterne til indkøb af rettigheder til sport gennemsnitligt godt halvdelen af budgettet til køb af rettigheder, jf. figur 3.

Figur 3. Rettighedsomkostninger fordelt på genre i 2005

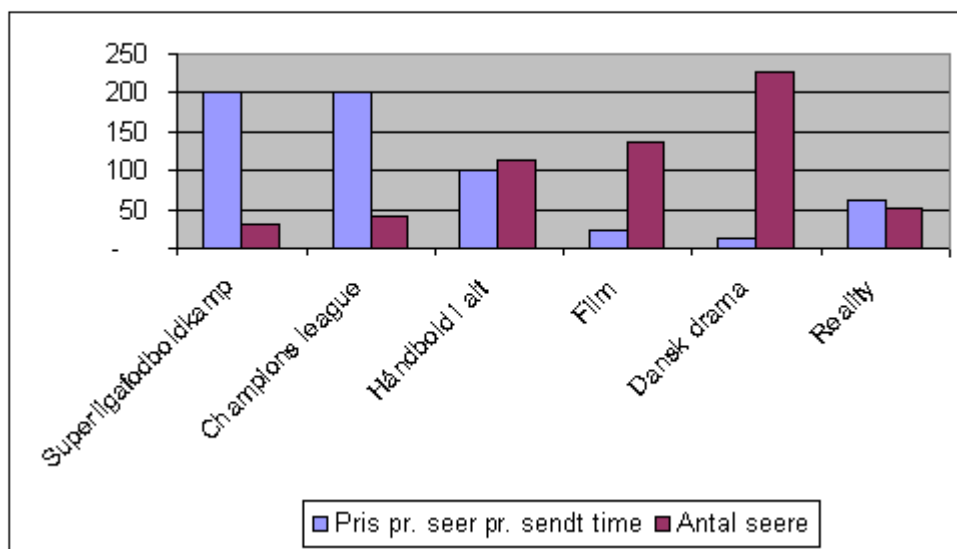


Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse.

Anm.: "Andre" dækker bl.a. over underholdningsprogrammer, børneprogrammer o.l. Medberegnet i udenlandske sportsrettigheder er EM, VM og OL, som også har væsentlig national interesse, særligt ved deltagelse af danske sportsfolk. Undersøgelsen er baseret på oplysninger fra TV 2, TV 2 Charlie, TV 2 Zulu, DR, DR 2, Tv Danmark (kanal 4), TV3 og TV3+, som alle på undersøgelsestidspunktet var kanaler med en bred programprofil. Visse sportsrettigheder er købt for flere lande af selskaberne bag de danske tv-kanaler (SBS, Cmore, MTG).

42. Fodboldens betydning for tv-kanalerne understreges ved, at der målt pr. seer til udsendelserne betales væsentligt mere for navnlig fodbold end for andre rettigheder, jf. figur 4. Udsendelser som f.eks. dansk drama og film har højere seertal men koster ikke det samme pr. seer at erhverve.

Figur 4. Sportens betydning for tv



Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse

Anm.: Indeks, hvor gennemsnit af henholdsvis pris pr. seer og af antal seere for de nævnte rettigheder er 100. Figuren bygger på tv-selskabernes oplysninger fra 2006-2007. Champions League er visning af kampe på danske tv-kanaler, håndbold dækker over landsholdskampe og nationale klubkampe, men er eksklusiv europacupkampe. Film indeholder både visning af premierefilm og genudsendelser af film. Dansk drama er produktioner som Rejseholdet, Krøniken mv. Reality er programmer baseret på virkelige hændelser som f.eks. Robinson og Big Brother.

43. Interessen for de enkelte sportsgrene er forskellig fra land til land. I Danmark er tv-rettigheder til fodbold i Superligaen og det danske fodboldlandshold de mest efterspurgte sportsrettigheder. Det følger dels af tv-selskabernes erklærede interesse i at erhverve alle eller dele af rettighederne, dels af prisen for rettighederne, hvor rettigheder til fodbold væsentligt overstiger andre sportsrettigheder.

44. De danske superligaklubber har hidtil markedsført alle tv-rettigheder i fællesskab gennem DBU/Divisionsforeningen. Salget er sket ved eksklusivaftaler af længere varighed, typisk 4½ år. Disse er siden 1998 blevet forlænget uden afholdelse af åbent udbud. Samtlige rettigheder til direkte udsendelse af superligafodbold har således siden 1998 været erhvervet af det samme tv-selskab, vist på de samme tv-kanaler og distribueret gennem det samme distributionselskab[9]. For at se direkte transmissioner fra den danske Superliga skal en tv-seer derfor i dag have adgang til denne rettigheds erhververs tv-kanaler.

45. I december 2006 annoncerede MTG og Divisionsforeningen, at parterne havde indgået en hensigtserklæring om at forlænge den gældende aftale om køb af tv-rettigheder til dansk ligafodbold frem til 2013. Med effektueringen af denne hensigtserklæring ville tv-rettighederne til fodbold ikke have været i åbent udbud i 15 år. Flere konkurrerende tv-selskaber

anfægtede det manglende udbud af rettighederne. Konkurrenterne anførte, at det danske tv-marked var koncentreret bl.a. som følge af samarbejdet mellem TV 2 og MTG, som er de to største aktører i markedet. Således var henholdsvis 80-90 pct. af de danske rettigheder og 60-80 pct. af de udenlandske rettigheder samlet hos de to selskaber målt på indkøbsprisen af rettighederne.

46. Problemet blev forstærket af, at også andre tv-rettigheder til sportsbegivenheder er solgt for en længere årrække på eksklusive vilkår. F.eks. er rettighederne til dansk håndbold solgt til TV 2 på en 5-årig kontrakt til 2011[10]. Styrelsens markedsundersøgelse i fusionssagen om TV 2 Sport viste, at dansk håndbold var den næst dyreste sportsrettighed for tv-kanalerne. Parterne bag fusionen ville således komme til at råde eksklusivt over de væsentligste danske sportsrettigheder frem til henholdsvis 2011 og 2013 samtidig med, at mulighederne for at udnytte fordelene herved øgedes betragteligt gennem etableringen af joint venturet TV 2 Sport.

47. Styrelsen besluttede derfor at undersøge DBU/Divisionsforeningens udbud af rettighederne til Superligaen. Styrelsen har drøftet sagen med DBU/Divisionsforeningen og fremlagt sine betænkeligheder i henhold til § 6 i konkurrenceloven og artikel 81 EF. DBU/Divisionsforeningen har tilbudt at afgive tilsagn i henhold til § 16 a i konkurrenceloven for at imødekomme betænkelighederne.

48. Aftaler om medierettighederne til dansk ligafodbold har mærkbar påvirkning af samhandlen mellem medlemsstater. Udkast til afgørelse har derfor været forelagt EU-Kommissionen, jf. artikel 11, stk. 3, i forordning 1/2003.

3.2 Konkurrencemyndighedernes praksis

49. Andre EU-medlemsstater og Kommissionen har behandlet tilsvarende problemstillinger om fælles salg af rettigheder til sport og navnlig fodbold. Gennem flere afgørelser har Kommissionen undersøgt og fundet løsninger på, hvorledes konkurrenceproblemerne i forbindelse med et fælles salg af rettigheder til væsentlige sportsbegivenheder skal håndteres[11]. Kommissionens løsninger er lagt til grund i flere nationale sager hos andre konkurrencemyndigheder i EU.[12]

50. Udgangspunktet for afgørelserne for ligafodbold har været, at der er tale om fodboldklubbers fælles salg af eksklusive tv-rettigheder for længere perioder, hvor klubberne tilsammen har en høj markedsandel. Ligafodbold har nogle særlige kendetegn, f.eks. turneringsplanlægning og balance mellem de forskellige hold, der kan begrunde et vist samarbejde mellem klubberne. Fælles salg af rettigheder i store pakker på eksklusive og langvarige kontrakter skaber imidlertid problemer for tv-selskabers adgang til markedet. Det forstærkes ved, at rettighederne ofte er solgt samlet til én køber, som har en stærk stilling på tv-markedet. Som følge af de eksklusive rettigheder har denne køber efterfølgende kunne udbygge sin stilling på bekostning af konkurrenterne.

51. På den baggrund har konkurrencemyndighederne vurderet, at fælles salg af tv-rettighederne må forudsætte, at rettighederne deles op i et antal pakker som udbydes minimum hvert tredje år. Pakkerne kan være eksklusive, når blot der udbydes flere pakker. Disse pakker skal dernæst udbydes, således at tv-selskaber og tv-distributører har adgang til hver især at byde på og erhverve relevante rettigheder.

52. Aftaler om tv-rettigheder til sportsbegivenheder har tidligere været behandlet af Konkurrencerådet og Konkurrencestyrelsen. Senest har aftaler om tv-rettigheder til betydende danske sportsbegivenheder været inddraget i forbindelse med godkendelsen af TV 2 Sport i april 2007[13]. Dertil har rådet bl.a. behandlet aftalen mellem DBU og TV 2/DR om dansk landsholds fodbold[14] og aftalen mellem Dansk Håndbold Forbund og TV 2/DR om tv-rettighederne til dansk håndbold[15]. Endelig har Konkurrencestyrelsen behandlet spørgsmålet om salg af tv-rettigheder til sport i kapitel 7 i Konkurrenceredegørelsen fra 2006.

53. Sagen om tv-rettighederne til dansk landsholds fodbold vedrørte et samlet salg af hjemmekampe i 8 år. Aftalen blev indgået i 1996 og ophævet af Konkurrencerådet i 2001, fordi aftalens varighed klart overskred det tilladelige. Rådet henviste til EU-praksis, hvoraf fulgte, at tildeling af eksklusive rettigheder til sport generelt skal ske for væsentligt kortere perioder end 8 år.

54. I sagen om fælles salg af dansk håndbold godkendte rådet i 2002 en eksklusiv aftale gældende for fem år. Rådet lagde vægt på, at den konkrete aftale på daværende tidspunkt ikke begrænsede konkurrencen betydeligt. Rådet henviste bl.a. til, at sportsrettigheder på det tidspunkt generelt var spredt på flere forskellige tv-stationer. Dertil konstaterede rådet, at håndboldsporten var i en udviklingsfase, hvor det var væsentligt at have så langsigtede garantier for økonomien som muligt. Aftalen blev indgået i 2001 og forlænget i 2004 med virkning frem til 2011. I forbindelse med forlængelse af aftalen trådte DR ud af aftaleforholdet med håndboldforbundet og erhvervede i stedet for dele af rettighederne på en sublicensaftale med TV 2.

3.3 Organiseringen af dansk fodbold

56. Den organiserede afvikling af fodboldkampe sker i turneringer. De turneringer, der tiltrækker sig mest opmærksomhed fra bl.a. tilskuere og medier, er Danmarksturneringen og Landspokalturneringen for herrer[16].

57. Danmarksturneringen omfatter Superligaen med de 12 bedste hold, 1. division med 16 hold og 2. division med 32 hold fordelt i en øst- og en vestpulje. Kampene afvikles ved, at alle klubber i en række spiller mod alle et vist antal gange inden for en sæson. I Superligaen møder holdene hinanden tre gange på en sæson, mens holdene i de øvrige rækker spiller to gange mod hinanden.

58. En sæson løber over et år. Ved sæsonens afslutning kåres vinderen af Superligaen som Danmarksmester. De dårligst placerede hold fra hver række rykker ned i den næste, lavere rangerende række og erstattes af de bedst placerede herfra. Landspokalturneringen er ligeledes en årligt tilbagevendende turnering, som omfatter alle hold, der har tilmeldt sig. Turneringen afvikles over et antal runder, hvor vinderen går videre til næste runde, mens taberen går ud af turneringen. Superligaholdene indtræder først i den 6. sidste runde, hvilket har betydning for, om kampene har interesse for tv-mediet.

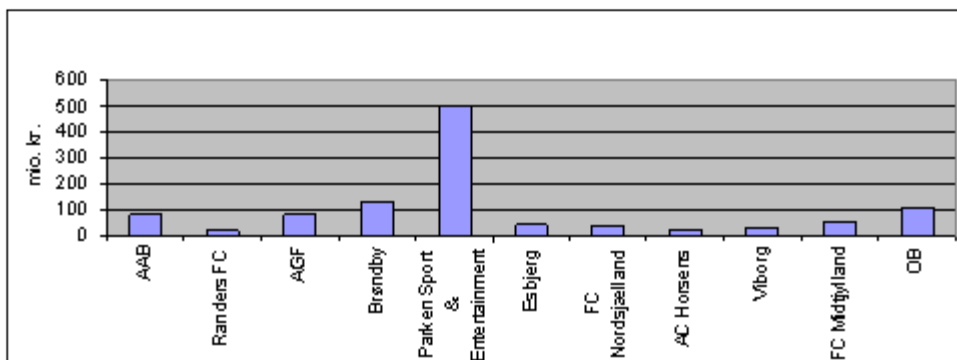
59. For hver turnering afvikles kampene efter et fastlagt turneringsprogram. Traditionelt har kampene været spillet søndag eftermiddag. I de senere år er kampene spillet henover hele weekenden og på forskellige tidspunkter. Senest er der introduceret en mandagskamp. En væsentlig grund hertil er efterspørgslen fra tv-mediet. Tv-mediet har således et ønske om at kunne anvende så mange af rettighederne som muligt. Derfor efterspørger tv-selskaberne også, at kampene ikke spilles samtidig, og at kampene så vidt muligt spilles om aftenen, hvor der er flest tv-seere.

60. Turneringsprogrammet fastslår, hvilken klub der er arrangør af den enkelte kamp. Arrangøren afholder som udgangspunkt alle udgifter og beholder indtægterne fra kampen.

3.4 Virksomhederne

61. Klubberne i de øverste rækker er gennemgående organiseret som virksomheder med en direktion og en bestyrelse. Flere af klubberne er børsnoterede og har erhvervsaktiviteter ved siden af fodbold, f.eks. udleje af lokaler, salg af mad og drikke osv. Klubbernes samlede årlige omsætning udgør mere end 1 mia. kr. om året, jf. figur 5.

Figur 5. Superligaklubbernes omsætning 2005/2006



Kilde: Deloitte.

Anm.: Tallene er uden medtagelse af salg af spillere. Parken Sport og Entertainment, som står bag FC København, omsætter for mere end 500 mio. kr. årligt fordelt på en række forskellige områder, hvor fodboldforretningen er et område. Andre af klubberne har også udvidet forretningen inden for underholdnings- og oplevelsesindustrien. Lyngby Boldklub er ikke medtaget i figuren.

62. Divisionsforeningen er en forening af klubberne i Danmarksturneringen og repræsenterer divisionsklubberne udadtil, herunder i forbindelse med salg af medierettigheder.

63. Dansk Boldspil-Union, DBU, er dansk fodbolds enhedsorganisation og repræsenterer dansk fodbold udadtil. DBU fastsætter reglerne for turneringerne og udskriver de nationale turneringer, herunder Danmarksturneringen og Landspokalturneringen.

3.5 Aftalerne om superligafodbold

64. Salget af medierettighederne til dansk ligafodbold omfatter to aftaleforhold. For det første et horisontalt forhold, hvor klubberne har givet fuldmagt til Divisionsforeningen til at forhandle samtlige rettigheder til transmission af kampe i radio og tv. Denne aftale er baseret på, at klubberne og DBU er enige om, at klubberne har rettigheder til kampene, mens DBU er rettighedshaver til selve turneringen.

65. Det andet forhold er en vertikal aftale mellem DBU/Divisionsforeningen og tv-selskaberne om køb af retten til at udnytte rettighederne, hvilket sædvanligvis er en eksklusiv ret. Efter den gældende aftale har den nuværende rettighedsrhverver fået overdraget alle transmissionsrettigheder til udsendelse i tv, radio og andre elektroniske medier af fodboldkampe i Danmark i Superligaen og Landspokalturneringen [17]. Overdragelsen gælder alle former for distribution af lyd og billede og såvel analog som digital fremføring.

66. Spilletidspunktet for fodboldkampene aftales mellem tv-selskabet og Divisionsforeningen forud for hvert halvår.

67. Betalingerne for rettighederne fordeles af Divisionsforeningen mellem klubberne og DBU efter en aftalt nøgle, hvor der tages hensyn til en række faktorer såsom antal af klubbernes kampe, der vises i tv, turneringsformen, ude- eller hjemmebane mv.

4. Markedsbeskrivelse

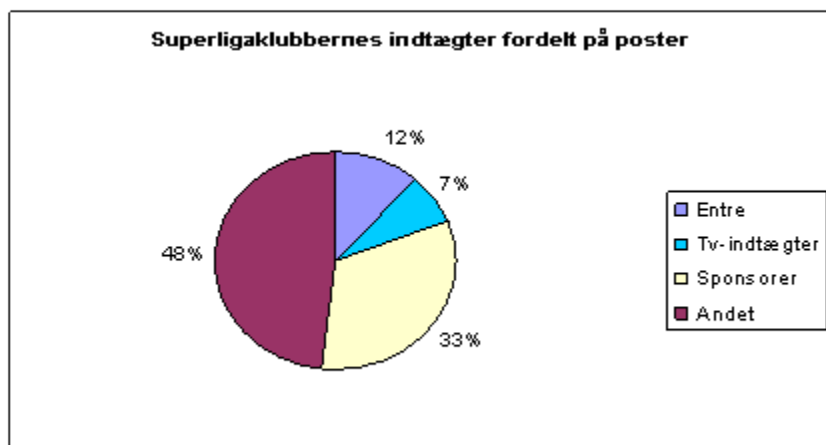
68. Sagen omhandler medierettigheder til dansk ligafodbold. Medierettigheder omfatter tv, radio og andre elektroniske medier. De berørte markeder er alle dele af værdikæden, jf. figur 1 ovenfor, dvs. dels rettighedsmarkedet, dels markedet for udbud af tv-kanaler og andre elektroniske medier og endelig markedet for distribution af tv-kanaler og andre elektroniske medier.

4.1 Rettigheder til fodbold

69. Arrangøren af en fodboldkamp kan opkræve betaling i form af entre for tilskuere på stadion. Arrangøren kan på samme måde opkræve betaling for tilskuere, som vil følge kampen via tv eller et andet medie. [18]

70. Klubberne har flere forskellige indtægtskilder, jf. figur 6. Salget til medier er samlet set ikke den største post, men udsendelse i medierne har betydning for flere af de andre indtægtsposter. Klubberne foretrækker derfor ikke nødvendigvis at sælge medierettighederne til den højeste pris. Klubberne må også prioritere, hvordan tv- og radiodækning har indflydelse på indtægter fra bl.a. sponsorer og annoncører til klubbernes kampe. Salg af eksklusive medierettigheder til en betalingstv-kanal med meget få abonnenter kan være en ulempe, idet eksponeringen af klubben og klubbens sponsorer da bliver meget lille. Tilsvarende vil efterspørgslen fra annoncører til køb af bandereklameplads langs fodboldbanen være mindre, ligesom prisen på en bandereklame er lavere uden tv-eksponering. Omvendt vil stor eksponering af klubben, klubbens sponsorer samt annoncører betyde øgede sponsorindtægter, øgede indtægter gennem salg af reklameplads langs fodboldbanen samt øgede indtægter gennem salg af merchandise [19].

Figur 6. Fodboldklubbernes indtægter i 2005



Kilde: Deloitte.

Anm.: Figuren viser klubbernes ordinære indtægter. "Andet" er blandt andet udleje af stadion, konferencelokaler, kontorlokaler, salg af mad og drikke, provisioner, merchandise og andre indtægter som ikke har tilknytning til fodboldforretningen. Flere af klubberne er således også aktive på andre markeder end fodboldmarkedet. Salg af spillere er ikke medregnet, idet indtægter herfra betragtes som ekstraordinære indtægter.

71. Ca. 7 pct. af fodboldklubbernes årlige indtægter kom i 2005 fra tv-indtægter, jf. figur 6. Fordelingen undervurderer imidlertid tv-dækningens betydning for klubbernes samlede indtægter. Udsendelse af fodboldkampe i tv betyder, at eksponeringen af klubben for publikum vokser betydeligt. Udsendelse i medierne øger dermed mulighederne for at udnytte klubbernes popularitet gennem tegning af sponsorater, salg af annonceplads på bandereklamer, salg af merchandise mv. Sponsorindtægternes andel på 33 pct. skyldes således bl.a., at sponsorens navn og logo ugentligt vises på tv. Det giver sponsoren et image og fremhæver et brand over for sponsorens kunder og samarbejdspartnere.

72. Fodboldklubberne vil derfor være interesseret i en bred tv-dækning, for derigennem også at maksimere de andre indtægtsposter. Hvis f.eks. et salg af rettighederne til en høj pris ikke ledsages af en bred tv-eksponering, som stimulerer de afledte indtægter fra sponsorer, annoncører mv., vil salget ikke nødvendigvis være det økonomisk set mest fordelagtige.

73. Tv-selskabernes markedsføring af fodboldkampe og fodboldturneringer på tv har således stor betydning for fodboldklubberne. Tv-selskabernes programplaner har ligeledes betydning for klubberne. Dels er det væsentligt, at tv-selskaberne sender direkte transmissioner fra fodboldkampene, men det er også væsentligt, at tv-selskaberne laver magasinprogrammer og andre indslag om klubberne. Det gavner i sidste ende klubbernes sponsorer og annoncører, som af den grund er indstillet på at bidrage med yderligere sponsor- og annonceindtægter.

4.2 Tv-kanalerne

74. Medierettigheder til fodbold har betydning for alle elektroniske medier. Interessen har dog primært været knyttet til tv-rettighederne, hvor betalingen fra tv-selskaberne til rettighedshaverne er væsentligt større end for andre medier. I Danmark konkurrerer særligt DR, TV 2, MTG og SBS om at erhverve markedsandele i forhold til seere, annoncører og abonnenter. Disse fire tv-selskaber, som udsender en række forskellige tv-kanaler, vil således alle være interesseret i at erhverve rettigheder til dansk fodbold.

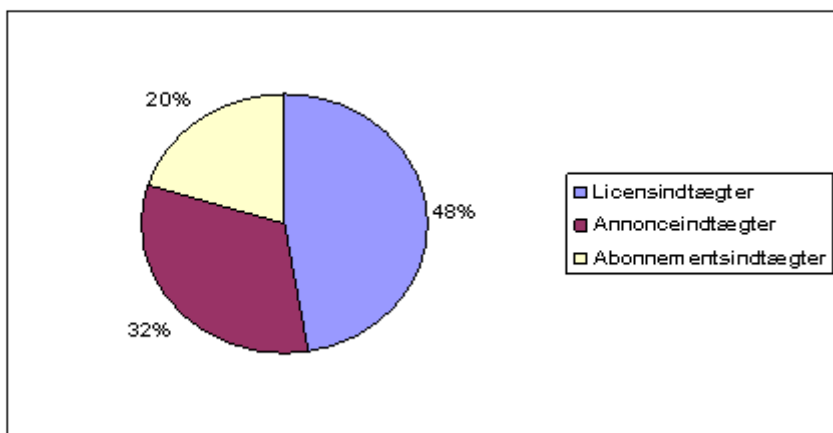
75. For tv-kanaler sondres der traditionelt mellem gratis tv-kanaler og betalingstv-kanaler. Begge typer af tv-kanaler efterspørger rettigheder til populære sportsbegivenheder med henblik på at tiltrække seere og abonnenter.

76. For betalingstv-kanaler sondres der sædvanligvis yderligere mellem mini pay tv-kanaler[20] og high pay tv-kanaler[21], hvor mini pay tv-kanaler typisk koster mellem 5-25 kr. om måneden og distribueres bredt i markedet, mens high pay kanaler typisk koster fra 50 kr. om måneden og oftest og distribueres smalt i markedet. High pay tv-kanalerne pakkes som følge heraf ikke i de mest almindelige tv-pakker og har således væsentligt færre abonnenter end mini pay tv-kanaler. Mini og high pay tv-kanaler har i den sammenhæng den samme interesse i abonnenter. Valget mellem mini henholdsvis

high pay er et strategisk valg som foretages på baggrund af bl.a. indholdet på tv-kanalen sammenholdt med abonnenternes betalingsvillighed. MTG og SBS råder over både mini pay og high pay tv-kanaler, TV 2 har en gratiskanal og en række mini pay tv-kanaler, mens DR alene udsender gratis tv-kanaler.

77. Tv-stationernes indtægter kommer fra licensmidler, annonceindtægter og abonnementsindtægter, jf. figur 7. Licensmidlernes størrelse afhænger af en politisk beslutning og tilfalder i Danmark alene DR og TV 2 regionerne.

Figur 7. Fordeling af tv-selskabernes indtægter 2006

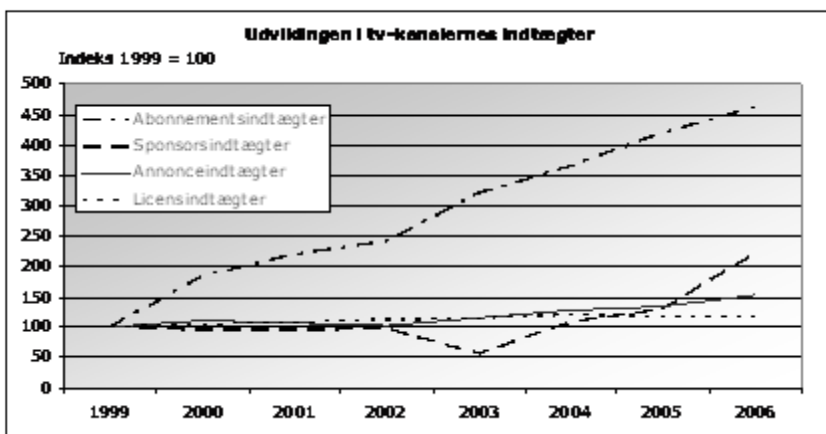


Kilde: Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse.

Anm.: Abonnementsindtægter fra high pay tv-kanaler indgår ikke i figuren. De seneste år har tv-selskaberne også oppebåret indtægter via programsponsorater. Disse er dog fortsat så beskedne, at de er udeladt som selvstændig post i denne figur, jf. i stedet figur 8.

78. Gennem de senere år er særligt abonnementsindtægterne steget betydeligt. Reklameindtægterne er ligeledes steget, men dog i væsentligt mindre grad, jf. figur 8.[22]

Figur 8. Udviklingen i tv-kanalernes indtægter



Kilde: konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse.

79. Annonceindtægterne er i perioden 2002-2006 steget med ca. 50 pct. Den samlede tid brugt på at se tv er ikke øget væsentligt[23], og udnyttelsen beror således på højere priser kombineret med muligheden for en øget segmentering af annoncørernes målgruppe. I konkurrencen om annoncekronerne er tv-kanalerne interesseret i at kunne tiltrække flest mulige seere i annoncørernes målgrupper. Populære fodboldkampe har betydning, fordi de tiltrækker seere i en bred målgruppe.

80. Abonnementsindtægternes betydning som indtægtskilde er steget betragteligt siden 1999, og det er sandsynligt, at denne udvikling vil fortsætte. Væsentligt for at tiltrække abonnenter til en tv-kanal er at kunne tilbyde tv-programmer, som husstandene er parate til at betale for. Afgørende for disse kanaler er således ikke, hvor mange der ser kanalen, men hvor mange der vil betale for at kunne se kanalen. Populære fodboldkampe er et vigtigt salgsargument for disse kanaler, fordi en række forbrugere er villige til at betale for muligheden for at kunne følge fodbold i tv. Mange husstande omfatter således minimum en person, som er interesseret i at se fodbold i tv. Interessen for at se tv-kanalen gør det også muligt for tv-selskaberne at hæve prisen for tv-kanalen. TV 2 Sport er et eksempel herpå. Kanalen erstatter Viasat Sport 1, som er en anden sportstv-kanal. Prisen for Viasat Sport 1 var ca. 5 kr. om måneden, mens TV 2 Sport er prissat til 25 kr. om måneden, hvortil dog bemærkes, at TV 2 Sport råder over flere attraktive rettigheder end Viasat Sport 1 gjorde.

81. Eksklusive rettigheder til at transmittere populære fodboldkampe er således egnede til at øge abonnementsindtægterne. Et tv-selskab vil f.eks. kunne bruge rettighederne på flere tv-kanaler og derigennem få flere abonnenter på flere forskellige tv-kanaler. Tv-selskabet vil også kunne anvende rettighederne til at hæve prisen på tv-kanalerne.

4.3 Tv-distributørerne

82. For at få tv-kanalernes signaler frem til husstandene benytter tv-selskaberne en eller flere distributører. Distributørerne markedsfører tv-kanalerne over for husstandene og administrerer normalt også betalingsforholdet.

83. Der sondres traditionelt mellem distribution af tv via stueantenne, via kabel, via satellit og via IP-tv. Tv-distribution via stueantenne sker gennem det jordbaserede net, som enhver gratis kan benytte sig af[24]. I dette net er det ikke muligt at distribuere betalingstv-kanaler. Tv-distribution via de øvrige tre netværk sker i form af et kodet signal, hvor distributøren mod betaling kan dekode signaler og derigennem oppebære indtægter ved salg af adgang til tv-kanalen. Konkurrencen om abonnenter mellem de tre distributionsformer viser, at adgang til tv-kanaler med væsentlige eksklusive transmissionsrettigheder til fodbold er vigtige.

84. Denne konkurrence er især af betydning på markedet for satellitdistribution, hvor der i dag er to aktører på markedet, som begge konkurrerer om de samme kunder i Danmark. Disse distributører konkurrerer derfor om at have flest tv-kanaler eksklusivt på deres respektive satellit og dermed også flest eksklusive rettigheder til bl.a. fodbold. I dag er kampene i Superligaen f.eks. kun tilgængelig hos satellitdistributøren Viasat, mens konkurrenten Canal Digital f.eks. kan vise engelsk fodbold eksklusivt. Konkurrencen mellem satellitdistributørerne kan være til fordel for rettighedshaverne, idet satellitdistributørerne ligesom tv-kanalerne vil betale ekstra for at have eksklusive transmissionsrettigheder. Som følge af konkurrencesituationen mellem satellitdistributørerne Viasat[25] og Canal Digital, vil begge disse selskaber være interesseret i at byde på og erhverve rettigheder til fodboldkampe.

5. Afgrænsning af det relevante marked

86. For anvendelsen af såvel artikel 81 i traktaten som § 6 i konkurrenceloven er det nødvendigt at afgrænse det relevante marked[27]. Det relevante marked består af et produktmarked og et geografisk marked.

5.1 Produktmarkedet

87. Det relevante marked for denne sag er markedet for salg og erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold samt markedet for udbud af tv-kanaler og tv-distribution. Efter styrelsens vurdering kan disse markeder inddeles i nedenstående relevante delmarkeder, som hver især kan være selvstændige markeder, idet det for denne sag ikke er nødvendigt at foretage en endelig markedsafgrænsning:

- i) Markedet for salg og erhvervelse af rettigheder til tv.
- ii) Markedet for udbud og distribution af tv-kanaler.

iii) Markedet for salg og erhvervelse af rettigheder til new media.

iv) Markedet for salg og erhvervelse af rettigheder til radio.

Ad i) Markedet for salg og erhvervelse af rettigheder til tv

88. Kommissionen har tidligere fastslået, at der findes et marked for erhvervelse af rettigheder til tv-transmission af fodboldbegivenheder, der finder sted løbende gennem året og hvert år[28]. Denne afgrænsning vedrører kampe mellem holdene i de højst rangerende nationale rækker og pokalturneringer[29].

89. Afgrænsningen begrundes med, at fodboldkampe har nogle egenskaber, som er vigtige for en tv-station, der ønsker at opbygge et brand og som appellerer til en bred og attraktiv målgruppe af seere.

90. Fodboldkampe har stor tiltrækningskraft for seere i nogle attraktive målgrupper. Disse seere interesserer sig ikke kun for udfaldet af den enkelte kamp, men for hele turneringen. Det betyder, at seerne indretter sig efter at se kampe på en bestemt tv-kanal. Det styrker tv-kanalens image i konkurrencen med andre tv-kanaler. Loyalitet i forhold til en tv-kanals image kræver opbygning over en vis periode. Kommissionen fremhæver, at dette har ført til, at tv-kanalerne er parat til at betale mere for rettigheder til fodboldkampe, end de kan tjene fra de indtægter, de opnår i forbindelse med udsendelserne. Fodbold er således ifølge Kommissionens undersøgelser den dyreste rettighed blandt tv-stationernes sportsrettigheder[30].

91. Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse bekræfter Kommissionens konklusion. Tv-kanalerne anser sportsrettigheder og navnlig fodboldrettigheder som en nøgle til at etablere sig i markedet. Tv-kanalerne oplyser således, at fodbold er et unikt produkt for opbygning af en tv-kanal.

92. Dertil kommer, at fodbold appellerer til en bestemt bred målgruppe, som er villig til at betale for at se de tv-kanaler, som transmitterer kampene. Fodboldkampe mellem superligaholdene har høje seertal. Høje seertal har værdi for annoncører, som derved når frem med deres budskab til mange seere på en gang. De annoncører, som køber bandereklameplads langs fodboldbanerne, vil tilsvarende være interesseret i, at kampene vises på tv for så mange seere som muligt, idet mange seere da ser annoncerne.

93. Dernæst har alle seere ikke lige stor værdi for tv-stationerne. Kommissionens undersøgelse viser, at fodboldkampe er en af de vigtigste programtyper til at tiltrække mandlige seere mellem 16 og 40 år. Denne gruppe er villig til at betale for muligheden for at følge fodboldturneringen i tv, og den er også attraktiv for annoncørerne.

94. Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse bekræfter denne effekt af fodboldkampene. Dels bruger de danske tv-selskaber mange penge på køb af rettigheder til sport og navnlig fodbold. Dels anfører tv-selskaberne, at sport – og særligt populære fodboldkampe – virker som en adgangsnøgle til tv-markedet. En tv-kanal, som viser betydende fodboldkampe, har således væsentligt nemmere ved at få plads i tv-distributørernes pakker. Ligeledes modtager tv-kanaler med populært sportsindhold traditionelt mange stemmer i forbindelse med antenneforeningernes afstemninger om sammensætning af tv-pakker. Interessen blandt tv-selskaberne om muligheden for at erhverve rettighederne til direkte transmission af superligakampe bekræfter fodboldkampenes væsentlige betydning for tv-markedet.

95. Transmission af fodboldkampe fra Superligaen har dertil nogle unikke karakteristika sammenholdt med andre transmissionsrettigheder. Rettighedstyper som film og serier substituerer ikke umiddelbart ligafodboldkampe. Ligeledes substituerer andre sportsbegivenheder såsom håndbold eller udenlandsk fodbold heller ikke national fodbold.

96. Sportsbegivenheder som fodbold har et særligt spændingselement mens de foregår, hvilket gør dem særlig interessante at transmittere direkte og eksklusivt. En film har også et spændingselement, men dette element er ikke afhængig af, hvornår filmen vises. Konkret betyder det, at en fodboldkamp tiltrækker mange seere til den direkte transmission, men væsentligt færre til en forskudt transmission[31]. Det hænger sammen med, at spændingsmomentet til sportsbegivenheden er knyttet til resultatet, og at resultatet kort efter afslutningen af kampen er kommunikeret bredt ud via flere medier. Dertil vil en sportsbegivenhed være et samtaleemne, som er forældet allerede en uge senere, hvor en ny kamp spilles. En film vil derimod kun opleve en svagt faldende interesse blandt seerne, selv om den genudsendes flere gange, ligesom det som udgangspunkt har en mindre betydning, i hvilken uge filmen vises første gang. En film forældes således ikke på samme måde som en fodboldkamp. Endelig er spændingsmomentet til fodbold også knyttet til en turnering, hvor holdene løbende spiller mod hinanden for at blive bedst placeret i turneringen.

97. Det understreges af, at der for film og populære serier findes et forudgående og efterfølgende marked i form af biografvisning og salg og leje af film og serier på DVD. Serier er i den sammenhæng sammenlignelige med film, om end der ikke er et forudgående biografmarked for serier. Et tilsvarende marked findes ikke for sportsbegivenheder. For sportsbegivenheder er det efterfølgende marked for salg af DVD således knyttet til en klubs kampe gennem en sæson eller en turnering. Den enkelte kamp udgives som udgangspunkt ikke på en selvstændig DVD.[32]

98. For danske tv-stationer adskiller rettigheder til danske superligakampe sig endvidere fra rettigheder til kampe mellem udenlandske klubber. Danske seere har således en særlig interesse over for lokale, danske klubber, bl.a. fordi seeren bor i samme by som klubben og eventuelt har deltaget i lokale arrangementer. De har derfor særlig interesse i at følge deres favoritklub i turneringen. Det afspejler sig også i forhold til prisen på rettighederne, hvor rettigheder til nationale turneringer i alle lande typisk sælges til priser, som er betydeligt højere end rettighederne til udenlandske turneringer. Prisforskellen indikerer, at udenlandske klubkampe ikke umiddelbart kan erstatte nationale klubkampe[33].

99. Styrelsen finder derfor, at der kan defineres et særskilt marked for salg og erhvervelse af transmissionsrettigheder til tv til dansk ligafodbold. Dette marked omfatter navnlig fodboldkampene i Superligaen og Landspokalturneringen.

Ad ii) Markedet for udbud og distribution af tv-kanaler

100. Erhvervelse af rettigheder til fodboldkampe er nært knyttet til tv-stationernes efterfølgende salg og markedsføring af tv-kanaler i de efterfølgende markeder. Fodbold udgør et vigtigt element i tv-stationernes konkurrence om annoncører på gratis tv-kanaler, fordi salg af annoncer er afhængig af seertal. Fodbold udgør også et vigtigt element for betalingstv-kanaler, fordi salg af abonnementer er afhængig af, hvilke programmer en tv-kanal sender.

101. Tv-distributørerne har en selvstændig interesse i at indgå aftaler med tv-kanaler, som viser fodbold – og gerne på eksklusivt grundlag, så også distributøren er den eneste, der kan tilbyde forbrugeren tv-kanalen med fodbold. Distributørerne administrerer normalt betalingsforholdet over for de husstande, der abonnerer på en tv-kanal, idet tv-kanalen ikke uden en distributør er i stand til at fremføre tv-kanalen til husstanden. Distributøren er derfor interesseret i at kunne markedsføre sig med at distribuere de mest populære tv-kanaler i sine pakker til kunderne, idet det giver flere kunder og mulighed for at øge prisen på tv-pakkerne. Sport og især fodbold hører til blandt de mest efterspurgte programmer.

102. Værdien for distributøren ligger i den sammenhæng særligt i, at tv-kanaler distribueres i pakker bestående af flere kanaler. Distributøren kan således pakke en tv-kanal med attraktive sportsbegivenheder sammen med andre tv-kanaler og derved øge sin omsætning.

103. Styrelsen finder derfor, at der udover et marked for udbud af tv-kanaler kan defineres et marked for distribution af tv-kanaler. Dette marked kan eventuelt opdeles yderligere efter distributionsformen, hvilket imidlertid ikke er relevant at undersøge nærmere i denne sag.

Ad iii) Markedet for salg og erhvervelse af rettigheder til new media

104. Rettigheder til fodboldkampe udbydes også til markeder, som er under hastig udvikling. Det drejer sig bl.a. om distribution og udsendelse af indhold til en mobiltelefon eller på internettet. Der kan være tale om flere typer af produkter som f.eks. nyhedsklip, højdepunkter o.l., som kan bestilles som on demand tjenester[34]. Nogle af disse new media produkter kan ikke altid adskilles fra eksisterende medier som f.eks. tv. Direkte transmission af fodboldkampe via internettet i form af streaming[35] adskiller sig således ikke væsentligt fra tv. De nye omsætningsformer giver dog også adgang til nye og mere målrettede leverancer af indhold og tjenester. Det medfører, at der kan være tale om et særskilt relevant marked. Aktørerne inden for dette område vil være interesseret i at erhverve vigtige indholdsrettigheder, herunder rettigheder til fodbold, for at opbygge tjenesterne. Derved kan aktørerne tiltrække både kunder og annoncører.

105. Styrelsen finder derfor, at der kan defineres et særskilt marked for transmissionsrettigheder af nye indholdstjenester via nye medieplatforme så som bl.a. mobiltelefoni og internet, som ikke er tv-rettigheder.

Ad iv) Markedet for salg og erhvervelse af rettigheder til radio

106. På samme måde som tv-mediet kan fodboldkampe transmitteret i radio anvendes til at opbygge et brand for en radiostation. Radiotransmission af fodboldkampe tiltrækker således særligt de lyttere, som af forskellige grunde ikke kan følge en kamp direkte på tv. Også lyttere, som ikke nødvendigvis følger fodbold, vil lytte med. Det skyldes, at et radioprogram nemmere kan kombinere en sportsudsendelse med andet indhold som f.eks. musik. Dertil er radiomediet velegnet til at

transmittere fra flere samtidige kampe, hvor produceren kan skifte mellem de forskellige kommentatorer ude på de forskellige fodboldstadions. Derved kan det også være relevant at transmittere fra fodboldkampe, som spilles i lavere rangerende rækker.

107. Radiotransmission tiltrækker mange lyttere, og mange lyttere tiltrækker annoncører. Rettighederne er i dag solgt eksklusivt til DR, men det vil ikke være utænkeligt, at DR i fremtiden vil blive mødt med konkurrence fra kommercielle radiokanaler i takt med den øgede liberalisering af radiomarkedet.

108. Transmissionsrettighederne til radio kan ikke erstatte transmissionsrettigheder til tv. Der er væsentlige produktmæssige forskelle mellem en lydtransmission og en lyd- og billedtransmission. Det afspejles i prisen på rettighederne, hvor tv-rettighederne er mange gange dyrere end radiorettighederne, selv når begge sælges eksklusivt.

109. Styrelsen finder derfor, at der kan defineres et særskilt marked for erhvervelse af radiotransmissionsrettigheder til dansk ligafodbold. Dette marked omfatter fodboldkampene i Superligaen og Landspokalturneringen, idet det bemærkes, at også kampene i den næstbedste række, som i Danmark er 1. division, er interessante for radiostationer, herunder lokale radiostationer.

5.2 Det geografiske marked

110. I Kommissionens sager om medierettigheder til fodbold er det geografiske marked afgrænset nationalt. Kommissionen har blandt andet begrundet dette med, at rettighederne udbydes nationalt, at distributionsmønstret er nationalt blandt andet som følge af regulering og som følge af sprogforhold og andre kulturelle forhold [36].

111. Medierettigheder til sportsbegivenheder udbydes og erhverves nationalt. Det gælder både internationale sportsbegivenheder og nationale sportsbegivenheder. Selv om nogle rettigheder har bredere seerinteresse og derfor kan sælges i flere lande, forhandles også disse rettigheder på nationalt grundlag [37]. Det eksklusive udbud og erhvervelse af rettigheder er således afgrænset til nationale geografiske områder, hvorfor ét tv-selskab har eksklusive rettigheder i Tyskland, mens et andet kan have eksklusive rettigheder til samme kamp i Danmark.

112. Den geografiske markedsafgrænsning afspejler sig også i prisen for rettighederne. Ingen tv-selskaber har vist interesse i at erhverve rettigheder til visning af dansk ligafodbold i Tyskland. Ligeledes er tv-rettighederne til tysk ligafodbold i Danmark væsentlig mindre efterspurgt end rettighederne til Superligaen. Omvendt er interessen for dansk ligafodbold gældende for hele Danmark, idet Danmarksturneringen består af hold fra alle dele af landet, og idet kampe således spilles mellem hold fra alle dele af landet.

113. På den baggrund kan det geografiske marked afgrænses til Danmark.

5.3 Konklusion om afgrænsning af det relevante marked

114. Det relevante marked for denne sag er markedet for salg og erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold samt markedet for udbud af tv-kanaler og tv-distribution.

115. På markedet for salg og erhvervelse af medierettigheder til dansk ligafodbold er først og fremmest rettighederne til kampene i Superligaen interessante. For nye medier såsom mobil- og internetmarkederne samt for radio kan rettighederne til de lavere rækker også have interesse.

6. Samhandelspåvirkning

116. Aftaler om udnyttelse af medierettigheder til dansk ligafodbold er egnet til at påvirke konkurrencen mellem medlemsstaterne.

117. Rettighederne er siden 1998 og frem til 2009 overdraget til MTG, som er aktiv på tv-markedet i adskillige lande, herunder de nordiske. Medierettigheder til populære sportsbegivenheder er væsentlige i konkurrencen om seerne, og dermed af betydning for nye aktørers – herunder udenlandske tv-selskaber og tv-distributørers – adgang til det danske marked. Begrænsninger i denne adgang kan således påvirke konkurrencemulighederne for aktører fra andre medlemsstater, der søger adgang til det danske marked.

118. Flere af de selskaber, som potentielt kunne være interesseret i at erhverve rettigheder til visning i Danmark, indgår i internationale koncerner[38].

119. Konkurrencestyrelsen har derfor behandlet aftalerne om udnyttelse af medierettighederne til dansk ligafodbold både efter den danske konkurrencelov og artikel 81 EF.

7. Vurdering, jf. § 6 i konkurrenceloven og artikel 81 EF

120. To aftaleforhold skal vurderes i denne sag. For det første har fodboldklubberne og DBU indgået en aftale om fælles salg af medierettighederne, som er en horisontal aftale. For det andet har DBU/Divisionsforeningen efterfølgende indgået en aftale med én rettighedserhverver om køb af samtlige rettigheder på eksklusivt grundlag for en længere periode. Disse aftaleforhold er aftaler i konkurrencereglernes forstand og vurderes samlet. Vurderingen sker i henhold til § 6 i konkurrenceloven og artikel 81 EF, som begge forbyder indgåelse af konkurrencebegrænsende aftaler.

121. Fire betingelser skal som udgangspunkt være opfyldt, for at § 6 i konkurrenceloven og artikel 81, stk. 1 EF finder anvendelse. Der skal (i) være tale om erhvervsvirksomheder, (ii) der skal være indgået en aftale, vedtagelse eller samordnet praksis mellem virksomhederne, (iii) denne aftale skal have til formål eller til følge at begrænse konkurrencen, og (iv) denne begrænsning skal være mærkbar.

122. Fodboldklubberne i de bedste rækker er alle organiseret som virksomheder med ansat personale, revideret regnskab og har ofte andre forretningsaktiviteter end fodbold. Flere af klubberne er børsnoterede. Det kan således lægges til grund, at der er tale om virksomheder, som har indgået aftaler omfattet af konkurrencereglerne. Det skal derfor vurderes, om disse aftaleforhold mærkbart begrænser konkurrencen og som følge heraf er uforenelige med § 6 i konkurrenceloven og artikel 81 i traktaten.

7.1 Konkurrencemæssige betænkeligheder

123. Tv-markedet er vertikalt integreret. Det indebærer, at konkurrenceproblemer i et markedsled kan skabe konkurrenceproblemer i de efterfølgende markedsled.

124. Når klubberne og DBU aftaler, at samtlige medierettigheder sælges i fællesskab, udelukkes de enkelte klubber fra selv at udbyde deres produkter. Potentielt 12 aktører i form af de 12 superligaklubber reduceres til én aktør på udbudssiden. En aftale om fælles salg af konkurrerende produkter skaber umiddelbart mulighed for en begrænsning i konkurrencen, jf. § 6, stk. 2, nr. 2, i konkurrenceloven, hvorefter en aftale, som begrænser eller kontrollerer afsætningen i markedet, udgør en aftale omfattet af forbuddet i § 6 i konkurrenceloven.

125. Tilsvarende afskæres potentielle købere fra at forhandle med én klub eller en mindre gruppe af klubber om at erhverve rettigheder. F.eks. kan en fodboldklub ikke forhandle individuelt med en tv-station om rettighederne til klubbens kampe. En klub kunne f.eks. have en interesse i at forhandle om et særligt spilletidspunkt eller en særlig plads i programsendefloden. Derved får det fælles salg også virkninger for konkurrencen i de efterfølgende markeder.

126. Følgerne for konkurrencen understreges af, at medierettigheder til sportsbegivenheder traditionelt er solgt eksklusivt og samlet i en stor pakke. Eksklusiviteten indebærer, at køberen ikke kan blive mødt med konkurrence med samme produkt fra et konkurrerende tv-selskab eller fra en konkurrerende distributør. Andre medierettigheder som film og serier sælges også i pakker, men for disse rettigheder gælder, at der er flere pakker i udbud, som i højere grad substituerer hinanden.

127. Eksklusive rettigheder til direkte tv-transmission af superligakampene er især efterspurgt af betalingstv-kanalerne. Højdepunktsklip er som udgangspunkt solgt ikke-eksklusivt til DR og TV 2. For dette salg gælder der dog nogle begrænsninger i forhold til DR's og TV 2's udnyttelse af rettighederne. Således kan DBU/Divisionsforeningen kun sælge højdepunktsklip til netop DR og TV 2 med forskellig varighed og med fastlagte tider for, hvornår tv-kanalerne må vise højdepunkterne. Andre tv-stationer har ikke adgang til at byde på pakker med højdepunkter, og DR og TV 2 er ikke berettiget til at videresælge dele af rettighederne til andre tv-selskaber.

128. I det alle rettigheder udbydes samlet er det tilsvarende lettere for én og samme køber at erhverve samtlige medierettigheder til danske fodboldkampe. Den nuværende rettighedserhverver har således alle rettighederne til fodboldkampene i Superligaen. Selv om rettighedserhververen f.eks. vælger ikke at transmittere en kamp, er andre tv-

selskaber alligevel afskåret fra at erhverve ret til at tv-transmittere kampen. Rettighedserhververen har derved fuld kontrol over, i hvilket omfang medierettighederne udnyttes.

129. I den annoncerede hensigtserklæring[39] om forlængelse af den gældende aftale mellem DBU/Divisionsforeningen og MTG er der indarbejdet et tillæg om udnyttelse af New media rettigheder, dvs. rettigheder til nye medieprodukter og medieplatforme. Derved udbredes eneretten til at omfatte flere medieplatforme. Det kan afskærme konkurrenternes adgang til andre markeder, herunder mobilmarkedet, internettet o.l.

130. Endelig skaber aftalernes varighed en yderligere barriere for adgangen til markedet. Den nuværende aftale gælder for en periode på 4½ år. Den udløber dermed i juni 2009. I aftalen er indbygget en klausul om, at aftalen skal genforhandles senest 6 måneder før, den udløber. Der er desuden indarbejdet en klausul, som forhindrer DBU/Divisionsforeningen i at forhandle med andre aktører før tidligst to måneder før kontraktudløb. Det giver parterne en periode på minimum 4 måneder til at forhandle om forlængelse, uden at andre aktører har mulighed for at byde ind på rettighederne.

131. Selv om der er mindst 4 måneders garanti for eksklusive forhandlinger, er genforhandlingen om de seneste kontrakter i praksis gennemført allerede op til 2½ år før en kontrakts udløb. Andre aktører har derved været afskåret fra at byde ind på rettighederne. Det har ført til, at rettighederne til dansk ligafodbold ikke har været i åbent udbud siden 1998. Ved gennemførelsen af den annoncerede hensigtserklæring havde det medført, at rettighederne tidligst i 2013 kunne komme i åbent udbud i markedet.

132. Denne afskærmning har virkninger på de efterfølgende markeder, hvor aktørerne udelukkes fra at erhverve medierettigheder til danske klubkampe for en lang periode. Disse aktører afskæres derved fra dels at styrke deres position i markedet, dels i at udvikle nye produkter og dels i at udvikle og skabe interesse for nye medieplatforme.

133. Det gælder for markedet for udbud af tv-kanaler. Når samme rettighedserhverver besidder alle tv-rettigheder og dertil løbende forlænger aftalerne, afskæres andre tv-kanaler i at få del i rettighederne, og i at inkludere rettighederne i egen programsendeflade. Det begrænser andre tv-kanalers mulighed for at kunne konkurrere med rettighedserhververens tv-kanaler over for distributørerne, over for annoncørerne og over for forbrugerne.

134. Samme konkurrenceproblemer kan optræde på distributionsmarkedet. For at markedsføre og sælge tv-pakker til forbrugeren er det vigtigt for distributøren at tilbyde tv-kanaler med populær sport. Derfor er det væsentligt, at distributøren har aftaler med en tv-kanal, som har erhvervet vigtige rettigheder. Det er særligt relevant for satellitmarkedet, hvor tv-kanaler typisk distribueres eksklusivt. Det vil imidlertid også være relevant for udbredelsen af IP-tv, det kommende DTT-net, herunder mobilt tv og andre fremtidige medieplatforme.

135. Konkurrencestyrelsens markedsundersøgelse bekræfter, at distributørerne anser rettighederne til superligafodbold for en af de vigtigste rettigheder i forhold til at markedsføre sig over for forbrugerne.

136. Jo længere tid én og samme aktør besidder samtlige rettigheder på eksklusivt grundlag uden at andre aktører kan byde ind på rettighederne, des sværere bliver det for andre aktører at komme ind på markedet.

137. Konkurrenceproblemerne i de foregående markeder betyder i sidste ende, at forbrugeren stilles ringere. Der er risiko for et mindre udbud af tv-kanaler og tv-distributører – herunder et mindre udbud af danske fodboldkampe i tv. Mindre udbud kan føre til langsommere produktudvikling og stigende priser, fordi tv-kanalerne og tv-distributørerne ikke konkurrerer effektivt. Samles alle rettigheder i et tv-selskab er der desuden risiko for, at tv-selskabet bruger rettighederne til at etablere nye tv-kanaler og derigennem presser konkurrerende tv-kanaler ud af markedet. Det gælder f.eks. i forhold til antenneforeningernes afstemninger om sammensætningen af tv-pakker, hvor tv-kanaler med attraktive eksklusive sportsbegivenheder har lettere ved at blive stemt ind.

138. Disse betænkeligheder opstår også på andre medieplatforme. Når alle rettigheder til enhver form for elektronisk transmission er overdraget til en markedsaktør, er det denne aktør, som afgør, hvordan, hvornår og på hvilke vilkår rettighederne udnyttes. Hermed begrænses konkurrencen inden for disse medieformer. Det kan medføre manglende innovation af nye markeder. Køber af rettighederne kan tilmed have en interesse heri, selv hvis køber ikke er aktiv på disse markeder. I den situation vil køber have en interesse i at fremme sit eget produkt og begrænse udviklingen af nye og konkurrerende produkter mest muligt.

139. Det kan anføres, at der er visse effektivitetsfordele ved et samlet udbud af rettigheder. Dels skal en køber kun henvende sig et kendt sted, dels kan klubberne spare omkostninger ved salg ved at sælge sammen. Efter styrelsens vurdering

kan det imidlertid ikke anses for godtgjort, at disse fordele alene tilgodeses ved at udbyde rettighederne i en stor pakke for en lang periode, således som den hidtidige udbudsform har været tilrettelagt.

140. Samlet er DBU/Divisionsforeningens samlede udbud af alle rettigheder til dansk ligafodbold og overdragelse heraf til én aktør eksklusivt og på langvarige kontrakter behæftet med betydelige betænkeligheder. Kombinationen af, at klubberne samler alle rettigheder i én pakke, hvor denne pakke sælges eksklusivt for en lang periode til én køber uden afholdelse af et åbent udbud, begrænser konkurrencen og er umiddelbart omfattet af artikel 81 i traktaten og § 6 i konkurrenceloven om forbud mod indgåelse af konkurrencebegrænsende aftaler. Kombinationen af fælles eksklusivt salg for lange perioder og uden udbud udgør således en form for afsætningskontrol, jf. § 6, stk. 2, nr. 2, i konkurrenceloven.

7.2 Kommissionens praksis

141. EU-Kommissionen har i en række lignende sager konstateret tilsvarende mulige konkurrencebegrænsninger. Senest har Kommissionen meddelt det engelske fodboldforbund, FA, at fælles salg af medierettigheder er en konkurrencebegrænsende aftale i strid med artikel 81, og ikke opfylder fritagelsesbetingelserne [40].

142. Kommissionen har i disse sager lagt vægt på, at en aftale om at sælge alle rettigheder samlet og til én køber på eksklusivt grundlag er en konkurrencebegrænsende aftale, som ikke kan fritages. Det skyldes dels, at konkurrencen begrænses mellem fodboldklubberne på det forudgående marked, dels at konkurrencen begrænses i de efterfølgende markedsled, idet én aktør bliver i stand til at kontrollere det efterfølgende marked helt frem til forbrugeren[41].

143. Kommissionens løsninger indeholder nogle fælles træk, som samtidig har tilgodeset forholdene på de lokale, relevante markeder, jf. boks 1.

Boks 1. Vilkår for fælles salg af medierettigheder

Rettighederne udbydes åbent på objektive og ikke-diskriminerende vilkår

Rettighederne sælges højest for tre sæsoner

Rettighederne udbydes opdelt i et passende antal pakker både i forhold til sammensætningen af kampe, i forhold til rettighedstype og i forhold til medieplatforme[42]

Dele af rettigheder udbydes ikke-eksklusivt, herunder højdepunktscenarier

Udbudsprocessen overvåges af en uafhængig instans i form af en trustee

144. Såfremt disse vilkår for fælles salg følges, er det Kommissionens opfattelse, at betænkelighederne ved fælles salg er tilstrækkeligt afhjulpet. Væsentligt er især, at rettighederne udbydes på gennemsigtige, åbne, ikke-diskriminerende vilkår, og at rettighederne tildeles for en kortere periode, som ikke overstiger tre år, såfremt de tildeles eksklusivt. Derved bliver en tabende aktør ikke afskåret fra markedet i længere tid, og vil således have en god mulighed for at byde på rettighederne igen, når de udbydes næste gang. Desuden er det væsentligt både for markedsudviklingen og for fodboldklubberne, at rettigheder ikke henlægges uudnyttet.

145. Dertil kommer et behov for at udbyde rettigheder på forskelligt grundlag, herunder ikke-eksklusive rettigheder. Sportsrettigheder sælges traditionelt eksklusivt, idet rettighederne da kan sælges for en højere pris. Eksklusivitet er imidlertid også medvirkende til at afskærme konkurrencen i de efterfølgende markedsled. Derfor er der i Kommissionens sager indarbejdet et kriterium om at udbyde visse ikke-eksklusive rettigheder, så der er sikkerhed for en vis spredning på det efterfølgende tv-marked.

146. Kommissionen har fundet, at der kan være behov for at regulere yderligere i forhold til spredning af de eksklusive rettigheder. Det var tilfældet i sagen om rettighederne til Premier League i England, hvor Kommissionen indarbejdede en

klausul, hvorefter én og samme aktør ikke kunne erhverve alle eksklusive rettigheder til direkte tv-transmission af kampene[43]. Baggrunden var, at samme tv-selskab i en længere periode havde haft samtlige rettigheder eksklusivt. Andre aktører i markedet havde derfor vanskeligt ved at konkurrere om erhvervelse af rettighederne, idet de ikke kunne fremvise tilstrækkelig erfaring og viden om produktion af fodboldkampe og samtidig dermed havde vanskeligheder ved at erhverve yderligere erfaring og viden.

147. Endelig har Kommissionen lagt vægt på, at forhandlingerne om salg af rettighederne gennemføres efter en åben og gennemsigtig procedure. For at sikre dette har Kommissionen indarbejdet en trustee, som deltager i hele udbudsprocessen og fører protokol over forhandlingsforløbet.

148. I Kommissionens sager er der dernæst indarbejdet regler for tildelingen af de enkelte pakker. I sagen om salg af rettighederne til fodboldkampene i Champions League har UEFA oplyst at ville tildele de enkelte pakker ud fra objektive kriterier, herunder navnlig a) den tilbudte pris, b) sendeforpligtelser pålagt medieselskabet, c) penetrationsgrad, d) leverings- og transmissionsmetode, e) markedsføringsindsats af turneringen, f) produktionskapacitet og erfaring, g) pakkesammensætning og h) balance mellem gratis og betalings-tv-kanaler. Endvidere er der adgang til, at UEFA kan forhandle med byderne om salg af rettighederne.[44]

8. Tilsagn

149. For at imødekomme Konkurrencestyrelsens betænkeligheder om fælles salg af medierettigheder til dansk ligafodbold har DBU og Divisionsforeningen – med mandat fra fodboldklubberne – afgivet tilsagn om at ændre udbuddet af rettighederne, således at udbuddet tager hensyn til konkurrencen i markedet, samtidig med at udviklingen i dansk fodbold fortsat fremmes.

150. Tilsagnene er inddelt i seks overordnede afsnit, som fastlægger den fremtidige udbudsmetode. Tilsagnene er minimumstilsagn. Det indebærer, at DBU/Divisionsforeningen kan udbyde rettighederne i videre omfang, end tilsagnene foreskriver.

151. Tilsagnsaftalen har været drøftet med en række tv-selskaber, tv-distributører og øvrige interessenter. Bemærkninger fra disse drøftelser har været inddraget i drøftelserne om den endelige tilsagnsaftale, ligesom DBU/Divisionsforeningens bemærkninger til sagen har været inddraget i udfærdigelsen af tilsagnsaftalen og indstillingsnotatet.

8.1 Beskrivelse af tilsagnsaftalen

Definitioner

152. Afsnit 1 er definitioner af de anvendte begreber. Særligt skal bemærkes, at TV 2, TV 2 Sport og MTG betragtes som selvstændige aktører i budprocessen. Dette er overensstemmende med Konkurrencerådets afgørelse om TV 2 Sport, idet TV 2 Sport udgør en selvstændig virksomhed uafhængig af TV 2 og MTG. Det skal også bemærkes, at definitionen på tv-rettigheder dækker over samtlige former for produkter og distributionsformer af tv. Da mediemarkedet er et dynamisk marked, kan det ikke afvises, at der allerede i den nærmeste fremtid opstår nye muligheder for at vise og distribuere tv eller lignende produkter på nye måder. Det er væsentligt at understrege, at hverken DBU/Divisionsforeningen eller en aktør kan udnytte rettigheder, som direkte substituerer tv-rettigheder, uden at sådanne rettigheder har været udbudt efter vilkårene i de afgivne tilsagn. Dette sikrer også erhververen af tv-rettighederne den fulde værdi af tv-rettighederne i erhvervsperioden.

153. Det følger af definitionerne, at streaming via internettet er inkluderet i rettigheden til tv. Årsagen er, at denne distributionsform allerede i dag udgør en direkte konkurrent til andre former for tv-distribution. Derimod er klip på internettet regnet til kategorien af nye medierettigheder. Denne kategori kunne opdeles yderligere i forhold til den teknologiske udvikling, men der er endnu så stor usikkerhed om gennemslagskraften af de forskellige former for nye medier, at disse rettigheder behandles under et.

Rettighedspakker

154. Afsnit 2 sikrer, at medierettigheder til dansk ligafodbold i fremtiden udbydes i flere kategorier, og at disse kategorier indeholder flere pakker. Kategorierne er inddelt efter produkt, således at de forskellige kategorier som udgangspunkt ikke substituerer hinanden, jf. boks 2 nedenfor.

Boks 2. Kategorier af rettigheder

- § eksklusive direkte tv-transmissioner af Superligaen
- § eksklusive direkte tv-transmission af 1. division
- § eksklusive direkte tv-transmission af Landspokalturneringen
- § ikke-eksklusive rettigheder til tv-transmission af højdepunktsklip fra de nævnte turneringer
- § ikke-eksklusive rettigheder til radiotransmission
- § eksklusive eller ikke-eksklusive new media rettigheder til de nævnte turneringer

155. For hver af de seks kategorier udbydes et varierende antal pakker. Det indebærer, at aktører får mulighed for at byde på en konkret pakke i en konkret kategori, som specifikt svarer til aktørens efterspørgselsbehov. Inddelingen i kategorier og pakker medfører, at rettighederne ikke længere er koblet sammen i én stor pakke. Dertil vil der blive udbudt både eksklusive og ikke-eksklusive rettigheder. Denne inddeling er ligeledes anvendt i en række andre sager om fælles salg af medierettigheder til nationale fodboldturneringer[45].

156. Der er særlig interesse blandt tv-selskaberne for tv-rettighederne til Superligaen. Disse rettigheder er derfor placeret i to forskellige kategorier i form af en kategori med rettigheder til direkte eksklusiv tv-transmission og en kategori til ikke-eksklusiv transmission af højdepunkter fra samtlige kampe i en runde. Rettighederne til direkte eksklusiv tv-transmission af kampe i Superligaen er inddelt i tre pakker, hvor hver pakke indeholder to kampe pr. runde svarende til i alt 66 kampe, hvor kamptidspunktet er lagt fast på forhånd. Pakkerne sammensættes ud fra et valg af de mest attraktive kampe i hver runde. Pakke 1 består således af 1. og 4. valgskampen, pakke 2 består af 2. og 5. valgskampen og pakke 3 består af 3. og 6. valgskampen[46]. Der er derved skabt mulighed for, at flere tv-selskaber kan erhverve rettigheder til at vise direkte tv-transmissioner af attraktive fodboldkampe. Samtidig udbydes minimum to selvstændige pakker indeholdende højdepunktsklip fra samtlige kampe. Sådanne pakker har været efterspurgt til magasinprogrammer på særligt gratis tv-kanalerne, men også til betalingstv-kanaler.

157. Kategorierne og pakkerne – herunder pakkerne i bilag 1 til tilsagnsaftalen – kan alene ændres, hvis ændringen godkendes af Konkurrencestyrelsen.

158. Pakkerne til direkte tv-transmission af kampe fra Superligaen vil næppe være lige attraktive. De følger den opdeling, der er fastlagt i turneringsprogrammet for afvikling af hver rundes kampe. Hver af de seks kampe i en runde er på forhånd fastlagt til at blive afviklet på et bestemt individuelt tidspunkt. Dog afvikles to kampe i hver runde samtidig. Det betyder, at direkte tv-transmission af to kampe vil ligge samtidig på to forskellige tv-kanaler.

159. Turneringsprogrammet er lagt fast for en sæson ad gangen, således at køber har mulighed for at tilpasse sig og tilrettelægge sin programflade. Der vil kunne forekomme visse ændringer i programmet f.eks. som følge af deltagelse i europæiske turneringer, hvorfor DBU/Divisionsforeningen i den anledning kan fastsætte andre kamptidspunkter. Samtidig giver en differentieret pakkesammensætning købere adgang til at afgive differentierede bud afhængig af deres individuelle behov.

Udbudsmodel og procedure

160. Afsnit 3 og 4 beskriver selve udbudsmodellen og udbudsproceduren. Det skal gennemføres samtidigt for hver kategori, og pakkerne skal tilbydes individuelt på gennemsigtige ikke-diskriminerende vilkår, således at alle interesserede aktører kan afgive bud på samme forudsætninger. Dermed har alle aktører lige adgang til at byde på rettigheder, hvilket sikrer lige konkurrencevilkår på de efterfølgende markeder.

161. Det følger desuden af udbudsmodellen, at rettighederne højest kan udbydes for tre sæsoner ad gangen. Der vil ikke kunne anvendes optioner på forlængelse, hvorved en bestemt aktør opnår en fortrinsstilling i forhold til sine konkurrenter.

162. En del af pakkerne udbydes også i fremtiden eksklusivt. Eksklusiv overdragelse af rettigheder er almindelig praksis i markedet. Så længe der enten er tale om rettigheder til enkeltstående begivenheder eller aftaler gældende for korte perioder, giver det sjældent væsentlige konkurrenceproblemer. Dette hensyn varetages i disse tilsagn ved at dele rettighederne op i kategorier og pakker. Alle aktører har dertil mulighed for at byde på rettighederne på samme tid minimum hvert tredje år.

Der sker derigennem en skærpelse af konkurrencen på markedet for køb af rettigheder i forbindelse med afholdelsen af udbuddet. Det medvirker også til øget konkurrence i de efterfølgende markeder.

163. En periode på tre sæsoner vurderes at give tv-selskaberne mulighed for at opbygge en programflade, udvikle programmerne, skabe en vis seerloyalitet samt skabe en vis indtjening i forhold til de nødvendige investeringer. Omvendt fortrænges tabende aktører ikke fuldstændigt fra markedet, men vil have mulighed for at deltage i næste budrunde uden at have mistet for meget terræn. Reglen suppleres i øvrigt med, at udbuddet tidligst kan gennemføres 1½ år før en kontraktperiodes start. Derved kan såvel den vindende som den tabende aktør indrette sig på, hvornår det næste udbud gennemføres. Det første udbud kan dog finde sted umiddelbart i forlængelse af Konkurrencerådets godkendelse af tilsagnsaftalen.

164. I udbudsproceduren er der taget hensyn til Divisionsforeningens ønske om at kunne forhandle de enkelte tilbud. For at sikre en ligelig behandling af alle aktører og en betryggende proces er der indarbejdet krav om, at en trustee overvåger hele processen og giver meddelelse til styrelsen, hvis der forekommer momenter, der kan være i strid med tilsagnene. I tilsagnene er desuden indarbejdet en proces for, hvordan forhandlingerne skal forløbe. Processen sikrer, at alle kvalificerede aktører har adgang til at forhandle med DBU/Divisionsforeningen på lige og identiske vilkår. Forhandlingerne afsluttes med, at DBU/Divisionsforeningen anmoder om et endeligt skriftligt bud, som alle aktører herefter har tre dage til at udarbejde og fremsende til Trustee. Trustee skal følge budprocessens forløb. Det bemærkes f.eks., at bud afgivet i forbindelse med forhandlingsprocessen skal fremsættes skriftligt og kun må åbnes af trustee.

165. En aktør må ikke bundle sine bud på de forskellige pakker. Et bud skal angå én bestemt pakke og må ikke være betinget af erhvervelsen af andre pakker eller rettigheder. Det er med til at modvirke muligheden for forskelsbehandling. Tilsagnet modsvarer, at rettighederne ikke må kobles i forbindelse med udbuddet. Det indebærer, at aktører heller ikke må koble bud sammen for på den måde at omgå tilsagnsaftalen. Afgives der alligevel sådanne betingede bud, kan disse bud på ingen måde tages i betragtning. Som en undtagelse hertil kan en aktør dog lave en "negativ" sammenkobling. Hermed menes, at en aktør kan byde på flere pakker inden for samme kategori, men betinge sig kun at erhverve en eller et mindre antal af pakkerne i den pågældende kategori. Aktøren kan ikke prioritere, hvilke(n) pakke aktøren foretrækker.

166. DBU/Divisionsforeningen tildeler pakkerne ud fra den model, hvor DBU/Divisionsforeningen samlet opnår det økonomisk mest fordelagtige bud. Trustee påser, om afgivne bud opfylder disse kriterier, og at DBU/Divisionsforeningen tildeler pakkerne korrekt.

167. En aktør kan afgive bud på flere pakker. Der er også mulighed for at indgå konsortieaftaler om erhvervelse af rettigheder. I så fald betragtes et konsortium som én selvstændig aktør. I den forbindelse kan DBU/Divisionsforeningen fastsætte regler om, hvor mange virksomheder der kan indgå i samme konsortium.

168. DBU/Divisionsforeningen fastsætter i udbuds- og kontraktbetingelser de nærmere betingelser for udbuddet i forhold til de enkelte pakker i form af egnethedsbetingelser, som skal være gennemsigtige og ikke må være urimelige eller diskriminerende. Egnethedsbetingelser kan f.eks. være produktionskapacitet, konkret erfaring med gennemførelse af fodboldtransmissioner og finansiel kapacitet. DBU/Divisionsforeningen kan også fastsætte minimumspriser baseret på de til enhver tid realistisk opnåelige markedspriser.

169. Kun aktører, som opfylder egnethedskriterierne og de eventuelt fastsatte minimumspriser, har adgang til at forhandle med DBU/Divisionsforeningen om at blive tildelt en eller flere pakker.

170. Ved tildelingen skal DBU/Divisionsforeningen lægge vægt på i) pris, ii) penetration[47] og iii) markedsførings- og programplaner[48]. Disse kriterier skal vægtes konkret og individuelt for hver kategori, og pointmodellen for vægtningen skal være ikke-diskriminerende og godkendes forud for iværksættelsen af udbuddet af Konkurrencestyrelsen[49]. For pakkerne indeholdende tv-rettigheder til superligakampene skal DBU/Divisionsforeningen dog minimum vægte prisforskellen mellem mindsteprisen og den budte pris med 20 pct., mens penetration og markedsførings- og programplaner hver maksimalt kan vægtes med 40 pct. Vægtningen mellem de tre kriterier skyldes bl.a., at fodboldklubberne gennem medierettighederne afleder betydelige indtægter fra andre indtægtskilder så som sponsorer og annoncer, jf. hertil afsnit 4.1.

171. For penetration gælder, at DBU/Divisionsforeningen har en interesse i, at kampene vises til så mange husstande som muligt. Jo flere husstande en tv-kanal kan tilbyde, des bedre er det således for DBU/Divisionsforeningen. Hertil bemærkes, at tv-selskaberne enten alene eller i konsortier vil være i stand til at tilbyde visning på tv-kanaler med både lav og høj penetration. Tv-selskaberne kan således i forhold til forhandling om penetration lægge vægt på, hvilken tv-kanal selskabet vil vise fodboldtransmissioner på. Hertil kan fodboldtransmissioner medvirke til at øge en tv-kanals penetration.

172. Tilsvarende har DBU/Divisionsforeningen en interesse i, at en tv-kanal bliver en samarbejdspartner. Derfor er det vigtigt, at en tv-kanal er indstillet på at promovere dansk fodbold gennem markedsføring af dansk fodbold og gennem udnyttelse af rettighederne på så bred vis som muligt. Det kunne f.eks. indebære, at tv-kanalen i sin programplanlægning laver særlige magasinprogrammer eller indslag om de forskellige klubber mv. Sådanne programmer er medvirkende til at promovere fodboldklubberne, DBU og disses sponsorer, som igen er med til at skabe indtægter til klubberne og DBU. Det kan også indebære, at tv-selskabet som samarbejdspartnerne med fodboldklubberne markedsfører fodboldtransmissioner, klubber og spillere i andre medier såsom dagblade, aviser eller out door[50].

173. Sammensætningen af tildelingskriterier og vægtningen heraf er overensstemmende med sædvanlig praksis for afhændelse af medierettigheder til sport, jf. således også Kommissionens praksis[51]. Tv-selskaberne har i markedstesten ønsket, at pris vægtes som det mest afgørende tildelingskriterium og gerne i form af en udbudsmodel med prækvalifikation og efterfølgende auktion. DBU/Divisionsforeningen er enige i, at prisen for rettighederne er væsentlig. Da tv-rettighederne også medfører andre indtægter, er det imidlertid ikke nødvendigvis det væsentligste kriterium for fodboldklubberne. Derfor har fodboldklubberne valgt at fastholde adgangen til at lægge vægt på flere tildelingskriterier og således ikke ensidigt fokusere på prisen.

174. Overordnet vil tildeling ske til den aktør, som afgiver det økonomiske mest fordelagtige bud. Det pågældende bud vil være et bud fra en aktør, som opfylder egnedskriterierne og de eventuelt fastsatte mindstepriser. Herudover vil tildelingen ske til den aktør som efter en samlet vurdering betaler den højeste pris, giver det bredeste seerpublikum og har fastsat de mest fordelagtige betingelser for udvikling af dansk fodbold og produktet dansk fodbold, herunder med økonomisk bistand til markedsføring af dansk fodbold. Disse tildelingskriterier vil være vægтет individuelt for hver kategori for at optimere klubbernes samlede indtægter.

175. Efter endt forhandling tildeles pakkerne til de vindende aktører. I tilfælde af, at minimumsprisen for en pakke i kategori 2.1, i) ikke er opnået, skal DBU/Divisionsforeningen forkaste alle bud i relation til denne kategori og til alle andre kategorier. DBU/Divisionsforeningen kan herefter gennemføre et nyt udbud.

No single buyer

176. En aktør kan erhverve flere pakker inden for samme kategori. For pakkerne til højdepunktsklip og pakkerne indeholdende rettigheder til direkte tv-transmission af superligakampe gælder dog, at én og samme aktør ikke kan erhverve samtlige pakker i kategorien. Pakkerne med rettigheder til direkte transmission af superligakampe hører til de mest efterspurgte og har hidtil ligget samlet hos den samme rettigheds erhverver i en lang periode, uden at andre aktører har haft adgang til at byde på rettighederne. Det er derfor dels væsentligt, at flere selskaber får del i disse rettigheder, dels væsentligt, at disse pakker ikke kan købes af aktører alene for at holde rettighederne tilbage fra en konkurrent til skade for forbrugerne og klubberne. Med henblik på at optimere klubbernes indtægter på andre indtægtsposter end salg af tv-rettigheder, er det således væsentligt, at rettigheds erhververne udnytter rettighederne, hvilket også er grunden til, at klubberne vægter markedsførings- og programplaner i forbindelse med tildelingen af rettighederne. En spredning af disse rettigheder medvirker således til at hindre, at der opstår afskærmningsproblemer på de efterfølgende markeder.

177. Efter ønske fra Divisionsforeningen er der indarbejdet en undtagelse til denne regel i det tilfælde, hvor der afgives kvalificerede bud fra højst to aktører på pakkerne indeholdende rettigheder til direkte tv-transmission af superligakampe. Hvis tre aktører eller flere afgiver et kvalificeret bud på en af pakkerne i denne kategori, kan undtagelsen ikke finde anvendelse. Et kvalificeret bud er i den sammenhæng et bud fra en aktør, som opfylder egnedskriterierne, og som byder mindsteprisen.

178. Trustee skal straks efter åbning af de indkomne bud tage stilling til, om undtagelsesbestemmelsen finder anvendelse. Senest tre hverdage herefter, skal DBU/Divisionsforeningen beslutte, om undtagelsen skal anvendes, hvilket straks meddeles aktørerne.

179. Anvendes undtagelsesbestemmelsen, indleder DBU/Divisionsforeningen forhandlinger om samlet salg af alle pakkerne til én af de to aktører. Begge kvalificerede aktører skal have adgang til på lige vilkår at forhandle om et samlet køb. For at erhverve alle pakkerne i denne kategori skal en aktør betale en merpris. Aktøren skal således byde minimum 30 pct. over det højeste af følgende to beløb: i) summen af minimumspriserne for pakkerne fastsat i udbudsbetingelserne eller ii) summen af de aktuelt højeste afgivne bud. I tilfælde af, at ingen af aktørerne vil betale dette beløb, skal udbuddet gennemføres efter hovedreglen om at fordele rettighederne mellem to eller flere aktører, jf. pkt. 3.5-3.10 samt pkt. 4.3-4.4 i tilsagnene.

180. Der er særligt to grunde til, at denne undtagelse kan accepteres. For det første gælder den kun, når der foreligger bud fra et minimalt antal aktører. Alle aktører har således forinden haft lige adgang til at byde på rettighederne. Risikoen for markedsafskærmning på de efterfølgende markeder er derved mindsket betragteligt.

181. For det andet kan der i en situation med få reelle aktører være risiko for koordinering af buddene. Med et fåtal af aktører er der større mulighed for at skønne over konkurrenternes bud og afstemme sit eget herefter. Det gælder særligt, såfremt de to aktører i forvejen formoder, at de under alle omstændigheder skal dele rettighederne og i det lys indretter deres budgivning efter dette faktum. Med indførelse af undtagelsesbestemmelsen kan der komme øget konkurrence i denne situation mellem de to aktører, som har budt på rettighederne til direkte tv-transmission.

182. Selv om undtagelsen udløses, skal der fortsat udbydes flere pakker indeholdende ikke-eksklusive rettigheder til tv-transmission af højdepunkter fra samtlige superligakampe, som ikke må tildeles én og samme aktør. Der vil således stadig være åbnet mulighed for, at forbrugerne kan se højdepunktsklip på flere forskellige tv-stationer.

183. Uagtet om udbuddet gennemføres efter hovedreglen eller undtagelsen tildeler DBU/Divisionsforeningen de enkelte pakker til den aktør, som afgiver det økonomisk mest fordelagtige bud.

184. For også i fremtiden at sikre et effektivt udbud har Konkurrencestyrelsen til hensigt i samarbejde med DBU/Divisionsforeningen at lave en undersøgelse i markedet af virkningen af tilsagnsvilkåret om no single buyer. Det vil tidligst være relevant at iværksætte en sådan undersøgelse efter gennemførelsen af det førstkomende udbud og efter effektueringen af de ved dette udbud indgåede kontrakter.

Trustee

185. Afsnit 5 omhandler trustee. For at sikre, at gennemførelsen af hele udbudsproceduren sker i overensstemmelse med de afgivne tilsagn, skal hele processen følges af en trustee. Trustee er en person uafhængig af såvel DBU/Divisionsforeningen som af de aktører, der kan eller vil byde på rettighederne. Trustee udnævnes af Konkurrencestyrelsen efter indstilling fra Divisionsforeningen og skal referere til Konkurrencestyrelsen[52]. Trustee rolle præciseres i øvrigt i et mandat godkendt af Konkurrencestyrelsen. Trustee er således garant for, at udbudsprocessen forløber korrekt.

Genforhandling

186. Afsnit 6 understreger, at de afgivne tilsagn er minimumstilsagn, og at DBU/Divisionsforeningen derfor kan udbyde i videre omfang end hvad følger af de afgivne tilsagn. Vælger DBU/Divisionsforeningen at udbyde yderligere rettigheder, skal udbuddet dog følge vilkårene i de afgivne tilsagn.

187. Der er indsat en genforhandlingsklausul. Såfremt DBU/Divisionsforeningen godtgør, at markedsforholdene har ændret sig væsentligt, hvorefter gennemførelse af udbud i henhold til de aftalte tilsagn vil medføre væsentlige tab for DBU/Divisionsforeningen, er styrelsen indstillet på at genforhandle tilsagnene. Resultatet heraf skal forelægges Konkurrencerådet.

188. Tilsagnene træder i kraft ved Konkurrencerådets afgørelse, men finder først anvendelse for salget af rettigheder til dansk ligafodbold fra sæsonen 2009/2010. Tilsagnene har således ingen betydning for den indeværende aftale med MTG, som udløber til juni 2009. Udbuddet kan dog iværksættes allerede efter rådets godkendelse af de afgivne tilsagn. Det bemærkes herved, at en omlægning af udbuddet efter de retningslinier, der er skitseret i tilsagnene i forhold til den nuværende procedure, er tidskrævende.

8.2 Vurdering af tilsagnsaftalen

189. Det er styrelsens vurdering, at de tilsagn, som DBU/Divisionsforeningen har afgivet, er tilstrækkelige til at imødekomme de betænkeligheder, der har foreligget omkring det fælles salg og markedsføring af medierettighederne til dansk ligafodbold. Samtidig har markedstesten vist, at de afgivne tilsagn bevirker en gennemsigtig og lige proces for salget af rettighederne, hvilket ikke har været tilfældet for de seneste aftaler om salg af rettighederne.

190. For det første skabes der således klare og gennemsigtige regler for salg af medierettighederne, som er lige for alle aktører, og som aktørerne derfor har mulighed for at indrette sig efter. Det vil således ikke længere være muligt at indgå eksklusive forhåndsftaler. Alle aktører har for fremtiden sikkerhed for, at rettighederne udbydes åbent og gennemsigtigt minimum hvert tredje år.

191. Dernæst øges konkurrencen ved, at rettighederne udbydes i et antal kategorier og pakker. Disse kategorier og pakker er afbalanceret i forhold til udbydernes interesser i at få eksponeret deres kampe, samt sikre konkurrencen på de efterfølgende markeder. Det sidste betyder bl.a., at antallet af pakker er gjort tilstrækkeligt stort og varieret til, at individuelle ønsker hos aktørerne kan imødekommes. De helt centrale rettigheder til direkte tv-transmission af superligakampene er derfor delt op i tre pakker, således at alle kampe bliver udbudt. Alle tre pakker vil næppe være lige attraktive, men vurderingen heraf vil være op til aktørerne, som vil have et rimeligt kendskab til kampprogrammet i hvert fald en sæson i forvejen. Ud over de tre pakker med superligakampe vil der desuden være andre pakker med rettigheder til direkte transmission af betydende fodboldkampe i form af f.eks. kampe i Landspokalturneringen.

192. Der vil desuden være særlige pakker med rettigheder til radio og de nye medieplatforme, som fortsat er under udvikling. Det sikrer, at nye medieplatforme også har adgang til attraktive rettigheder, som kan være med til at udvikle nye produkter inden for mediebranchen til gavn for både forbrugerne, fodboldklubberne og mediebranchen som helhed.

193. Aktørerne kan byde på hver enkelt pakke efter ønske. Buddene skal angå én enkelt pakke. Enhver form for betingede bud, f.eks. i form af samlet bud på to ud af tre pakker, kan på ingen måde tages i betragtning i salgsprocessen. Dette er med til at sikre lige vilkår for alle og skærpe konkurrencen om de enkelte bud. Dog kan der afgives negativt betingede bud ved, at en aktør kan byde på flere pakker i en kategori med klausul om f.eks. kun at aftage én pakke inden for en kategori. Det øger konkurrencen om de enkelte pakker. Desuden vil mindre pengestærke aktører have bedre mulighed for at deltage i konkurrencen om at byde på de enkelte pakker. En aktør med et indkøbsbudget på f.eks. 100 mio. kr. vil således kunne byde på alle pakker med op til 100 mio. kr. pr. pakke, men samtidig betinge kun af få en af pakkerne og således overholde sit indkøbsbudget.

194. Adgangen til at afgive negativt betingede bud er en imødekommelse af tv-selskabernes ønske om at kunne konkurrere i videre omfang om de enkelte pakker. Der er således tale om en undtagelse til hovedregelen, at bud ikke må være betinget. Betingede bud medvirker således til at skabe uigennemsigthed. Såfremt tv-selskaberne kunne prioritere, hvilke pakker der foretrækkes, ville dette medvirke til uigennemsigthed.

195. Dertil øges konkurrencen på de efterfølgende markeder, idet en enkelt køber ikke kan erhverve samtlige rettigheder til direkte tv-transmission af superligakampe[53]. Derved sikres visning af superligakampe på flere tv-kanaler og der bliver skabt mulighed for øget udbud. Såfremt en enkelt udbyder erhvervede samtlige rettigheder, ville der ikke være samme sikkerhed for, at alle kampe blev vist. Tilsvarende gælder for højdepunktsklip, hvor der vil være mulighed for, at både gratis- og betalings-tv-kanaler kan byde på højdepunktsklip.

196. I forbindelse med markedstesten har der været forskellige holdninger til reglen om, at en aktør ikke kan købe alle rettigheder til direkte transmission af superligakampe. Nogle tv-selskaber er positive, idet rettighederne i lang tid har været solgt til samme aktør, og at det derfor er vanskeligt at få adgang til markedet. Reglen vil ændre på dette. En aktør har påpeget, at prisen på rettighederne risikerer at falde, hvilket kan være til skade for udviklingen af dansk fodbold.

197. I tillæg hertil har aktører påpeget, at rettighederne kan tildeles en kombination af TV 2, MTG og TV 2 Sport, uden at dette vil være en tilsidesættelse af reglen om no single buyer. Da disse tre tv-stationer er tæt forbundne[54], er det disse aktørers opfattelse, at no single buyer reglen skal ændres, således at denne mulighed for tildeling afskæres. Konkurrencestyrelsen bemærker hertil, at TV 2 Sport i henhold til Konkurrencerådets afgørelse af 11. april 2007 er en selvstændig aktør i markedet. Som konsekvens af denne afgørelse må TV 2 Sport derfor betragtes som en selvstændig aktør i forbindelse med udbuddet af tv-rettigheder.

198. Én aktør har påpeget, at no single buyer reglen har konkurrencebegrænsende virkninger på markedet for tv-distribution. Det skyldes, at YouSee[55] har en betydelig stilling på markedet, og således er den eneste aktør, som umiddelbart har adgang til at distribuere alle de tv-kanaler, som potentielt vil byde på rettighederne. Når fodboldkampene vises på flere forskellige tv-kanaler, vil YouSee således være den eneste aktør, som kan vise alle kampe. Styrelsen bemærker hertil, at alle tv-kanaler som udgangspunkt må være interesseret i at blive distribueret til så mange husstande som muligt, hvorfor det også bør være en tv-kanals interesse at indgå aftale med så mange distributører som muligt. Vælger en tv-kanal en anden løsning, må det skyldes tv-kanalens strategi i markedet og må således være knyttet til de fordele, kanalen opnår i markedet ved ikke at være til stede hos alle distributører.

199. Såfremt rettighederne til direkte transmission af superligakampe fordeles på flere forskellige tv-kanaler, vil en husstand skulle abonnere på flere tv-kanaler for at se alle kampe. Nogle aktører har derfor anført, at en no single buyer regel kan være en ulempe for forbrugeren.

200. Hertil bemærkes, at denne situation ikke alene opstår som følge af no single buyer reglen. Køber én aktør alle rettigheder, vil aktøren ofte vise kampe på flere af sine forskellige tv-kanaler. Det vil være tilfældet, hvis aktøren vurderer, at denne strategi samlet kan tiltrække flere seere og abonnenter. Ulempen for forbrugeren er således den samme. No single buyer reglen kan derimod fremme konkurrencen mellem uafhængige tv-kanaler, hvilket vil være en fordel for forbrugeren. Tv-kanalerne vil således konkurrere om pris og kvalitet over for forbrugeren. Det vil både gavne den seer, som vil se alle kampe, og den seer som ikke behøver at se alle kampe, fordi tv-kanalerne som følge af indbyrdes konkurrence vil være billigere.

201. Såfremt kun to aktører ender med at afgive kvalificerede bud, kan samtlige rettigheder til direkte transmission af superligakampene alligevel tildeles én aktør. Byder kun to aktører, kan det være et udsalg af, at konkurrencen allerede er væsentligt reduceret. Med denne undtagelse skabes fornyet konkurrence mellem de to aktører. Dertil imødekommer denne undtagelse til dels de indsigelser, som enkelte aktører har mod reglen om no single buyer. Tildelingen er dog afhængig af, at den samlede pris for alle rettigheder er betydelig højere, end hvis rettighederne deles mellem flere aktører. Er rettighederne samlet hos én aktør, vil dette umiddelbart medføre en væsentlig fordel for denne aktørs konkurrenceevne, som må antages at have en betydelig merværdi for aktøren.

202. Der vil dog under alle omstændigheder være adgang til flere pakker indeholdende højdepunktclip fra Superligaen. Sælges alle rettigheder til direkte transmission til Superligaen således til én aktør, vil andre aktører fortsat kunne erhverve højdepunktclip. Det sikrer dels konkurrerende tv-selskaber mulighed for at vise dansk fodbold, dels forbrugerne adgang til i det mindste at kunne se højdepunkter fra en superligarunde.

203. Dertil vil opdelingen i mange pakker og til forskellige platforme være med til at øge mulighederne for en udvikling i takt med forbrugernes ønsker. De forskellige interessenter på de efterfølgende markeder vil have mulighed for at erhverve netop de rettigheder, de ønsker, og udvikle dem til gavn for deres kunder.

204. Varigheden af overdragelsen på maksimalt tre sæsoner giver endelig aktørerne rimelige vilkår i forhold til investeringer og udvikling, samt mulighed for også at opnå et rimeligt afkast. Får en aktør ikke del i rettighederne, kan denne aktør henholde sig, at rettigheden udbydes igen tre år senere. En aktør er derfor ikke permanent udelukket fra markedet, hvis aktøren i et udbud ikke formår at erhverve rettigheder. Hertil skal også bemærkes, at meget langvarige kontrakter om væsentlige rettigheder vil kunne modvirke en effektivitetsbaseret udvikling af markedet. En periode på tre sæsoner er desuden i overensstemmelse med løsninger i de sager, som EU-Kommissionen har behandlet i henhold til artikel 81 EF.

205. Hele udbudsprocessen vil blive fulgt af en trustee, som udpeges af styrelsen efter forslag fra DBU/Divisionsforeningen. Trustee skal være uafhængig af aktuelle og potentielle aktører i markedet, og skal deltage i alle forhandlinger og føre protokol over disse. Trustee skal straks orientere Konkurrencestyrelsen, såfremt der forekommer forhold, der ikke stemmer med tilsagnene. Trustee skal endelig arbejde efter et mandat, som er godkendt af styrelsen. Trustee medvirker således til at skabe tryk i afviklingen af udbuddet til gavn for både aktørerne og for DBU/Divisionsforeningen. I tillæg hertil har enkelte aktører i markedstesten efterspurgt en administrativ klageadgang. Styrelsen bemærker hertil, at aftaleforhold mellem erhvervsaktører traditionelt ikke er underlagt en særlig klagemulighed, medmindre det er aftalt mellem parterne. Sådanne aftaler vil i stedet normalt alene være underlagt domstolsprøvelse. I denne sag er det styrelsens opgave at påse, at tilsagnsaftalen følges. Bl.a. til brug herfor er indsat en trustee, som er garant for en gennemsigtig og lige udbuds- og forhandlingsproces. Med henvisning hertil er der ikke grund til at ændre på de almindelige klageadgange i det danske retssystem.

206. Den kombination af konkurrencebegrænsende elementer, som indebærer en kontrol med afsætningen i markedet, jf. § 6, stk. 2, nr. 2), i konkurrenceloven, er således løst ved dels at sælge rettighederne i flere forskellige pakker, dels at rettighederne sælges for en kortere periode, dels at der udbydes både eksklusive og ikke-eksklusive rettigheder og endelig, at alle aktører har adgang til at byde på rettighederne med jævne mellemrum på lige vilkår.

9. Konklusion

207. Tilsagnene afgivet af DBU/Divisionsforeningen imødekommer de betænkeligheder, som styrelsen har til det fælles salg og markedsføring af medierettigheder til dansk ligafodbold, jf. § 6 i konkurrenceloven og artikel 81 EF.

208. Den sag, som Konkurrencestyrelsen har indledt herom, kan derfor afsluttes med, at rådet gør tilsagnene bindende i henhold til § 16 a, stk. 1, i konkurrenceloven.

- [1] MTG, som bl.a. driver tv-kanalerne TV3 og TV3+ samt distributionsselskabet Viasat.
- [2] Såsom produkter på internettet.
- [3] F.eks. spilletrøjer, halstørklæder mv.
- [4] Disse kan overdrages såvel eksklusivt som ikke-eksklusivt.
- [5] Regel om no single buyer, som blev introduceret i Kommissionens afgørelse af 22. marts 2006 om Premier League, sag 38.173.
- [6] Dette gælder også, hvis kun én aktør har afgivet kvalificeret bud.
- [7] F.eks. har aktøren 100 mio. kr. at byde for og byder 80 mio. kr. på pakke 1 og 50 mio. på pakke 2 med vilkår om kun at aftage en af pakkerne. Aktøren har derved adgang til at byde på begge pakker til en samlet værdi af 130 mio. kr., selv om aktørens budget kun er 100 mio. kr.
- [8] Jf. desuden Kommissionen afgørelse af 2. april 2003, COMP/M2876, pkt. 54 i fusionssagen Newscorp/Telepiù: "In particular, rights to recent premium films and most regular football events where national teams participate (...) constitute the essential factor (the "drivers") that leads consumers to subscribe to a particular pay-tv channel / platform."
- [9] I 1998 erhvervede MTG rettighederne og udnyttede disse på først TV3 og siden TV3+, samt Viasat sport kanalerne. MTG ejer satellitdistributionsselskabet Viasat, som også videresælger distributionsretten til andre distributionsvirksomheder som f.eks. TDC kabel tv.
- [10] Aftalen indebærer, at TV 2 sublicensierer 1/3 af kampene til DR.
- [11] Bl.a. Kommissionens beslutning af 22. marts 2006, sag 38.173 (Premier League - England), Kommissionens beslutning af 23. juli 2003, sag 37.398 (Champions League - Europa) og Kommissionens beslutning af 19. januar 2005, sag 2/37.214 (Bundesligaen - Tyskland).
- [12] Bl.a. konkurrencemyndighederne i Polen, Østrig, Belgien og Nederlandene har dertil truffet identiske afgørelser om salg af medierettigheder til nationale sportsbegivenheder, herunder navnlig nationale fodboldligaer.
- [13] Konkurrencerådets afgørelse af 11. april 2007.
- [14] Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2001.
- [15] Konkurrencerådets afgørelse af 27. november 2002.
- [16] Andre turneringer er bl.a. Danmarksturneringen for kvinder, Landspokalturneringen for kvinder, Danmarksmesterskabet for herreungdom mv.
- [17] MTG har desuden erhvervet ikke-eksklusive rettigheder til kampene i 1. division med en klausul om førstevalg til transmission af én ugentlig kamp på eksklusivt grundlag. Radiorettighederne er overdraget til DR, og mobilsekskabet 3 har erhvervet visse rettigheder til 3G markedet. DBU/Divisionsforeningen kan desuden sælge en pakke til DR indeholdende 12 minutters højdepunkter fra en superligarunde og en tilsvarende pakke til TV 2 indeholdende 9 minutter.
- [18] Jf. bl.a. Ugeskrift for Retsvæsen 1982.179/2 H.
- [19] Såsom spilletrøjer, halstørklæder, etc.
- [20] Som f.eks. TV 2 Zulu, Kanal 5, TV3+.
- [21] Som f.eks. Viasat Golf, Canal+, TV 1000.

[22] I samme periode er antallet af tv-kanaler på det danske marked ligeledes steget betydeligt. I dag markedsføres mere end 100 tv-kanaler i Danmark, og der lanceres fortsat nye.

[23] Jf. figur 4.3 i Konkurrencerådets afgørelse af 11. april om TV 2 Sport.

[24] Idet der dog skal betales licens.

[25] Viasat er ejet af MTG, som også udsender tv-kanaler, bl.a. TV3 og TV3+.

[26] IP-tv markedet er fortsat et så lille og nyt marked, at det er for tidligt at vurdere, om eksklusivitet bliver et konkurrenceparameter i dette marked. På nuværende tidspunkt er der ikke eksklusivitet.

[27] Pkt. 1, i Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret af 9. december 1997, 97/C 372/03, samt § 5 a, i konkurrenceloven.

[28] Bl.a. Kommissionens beslutning af 22. marts 2006, sag 38.173 (Premier League - England), Kommissionens beslutning af 23. juli 2003, sag 37.398 (Champions League - Europa) og Kommissionens beslutning af 19. januar 2005, sag 2/37.214 (Bundesligaen - Tyskland).

[29] Kommissionens undersøgelse og afgørelse inddrog tillige UEFA Champions League og UEFA Cup i denne afgrænsning.

[30] Kommissionens undersøgelser omfatter også Danmark. Andelen af udgifter til fodbold i Danmark ligger ifølge disse undersøgelser på linie med lande som Tyskland, Irland og Portugal men over lande som Frankrig, Østrig, Sverige og Finland. I England, Nederlandene og Belgien udgør fodbold over halvdelen af tv-kanalernes sportsbudgetter.

[31] Herunder en genudsendelse.

[32] Historiske kampe såsom finaler o.l. kampe ses dog undtagelsesvist udgivet.

[33] Kommissionens sager om fælles salg af medierettigheder til tysk og engelsk fodbold blev således også vurderet på baggrund af salg til nationale markeder.

[34] En on demand tjeneste kan f.eks. være en anmodning om at modtage en sms hver gang et fodboldhold scorer et mål eller køb af visning af et eller flere mål i en kamp efter, at kampen er spillet.

[35] Dvs. transmission af lyd og billede via internettet.

[36] Pkt. 88 i Kommissionens beslutning af 23. juli 2003, sag 37.398 (Champions League) og pkt. 23 i Kommissionens beslutning af 22. marts 2006, sag 38.173 (Premier League).

[37] Det gælder f.eks. rettighederne til Premier League, Champions League og andre tilsvarende turneringer, som sælges eksklusivt opdelt efter landegrænser.

[38] Herunder MTG, SBS og Canal Digital.

[39] Jf. afsnit 3.1.

[40] Premier League, sag 38.173 fra marts 2006, pkt. 12. Kommissionen har desuden truffet lignende beslutninger om rettighederne til UEFA Champions League (2003) og rettighederne til Bundesligaen (2005).

[41] Konkurrencemyndighederne i bl.a. Polen, Østrig, Belgien og Holland har dertil truffet identiske afgørelser om salg af medierettigheder til nationale sportsbegivenheder.

[42] Kommissionens afgørelse om Bundesligafodbold indeholder 9 pakker, hvoraf flere ikke-eksklusive. Dertil kommer bestemmelser om klubbernes ret til at sælge egne rettigheder evt. med et vist hold back, jf. sag COMP/C-2/37.214

(Bundesligaen). Den engelske afgørelse omfatter 6 pakker med direkte eksklusiv transmission samt pakker for mobil, for radio og for klubbernes egne rettigheder, jf. Premier League, sag 38.173 fra marts 2006.

[43] Premier League, sag 38.173 fra marts 2006.

[44] Pkt. 30 og 31 i sag COMP/2-37.398 (Champions League). Tilsvarende tildelingskriterier er bl.a. indarbejdet i sag COMP/C-2/37.214 (Bundesligaen).

[45] Jf. f.eks. Kommissionens beslutning om Premier League, sag 38.173.

[46] Jf. i øvrigt bilag 1 til tilsagnsaftalen.

[47] DBU/Divisionsforeningen har om penetration oplyst, at der vil være tale om en pointmodel, som sikrer, at fodbolden vises på kanaler med så mange seere som muligt. Som udgangspunkt vil tv-kanaler, som vises i de almindelige tv-pakker således være attraktive samarbejdspartnere, mens kanaler med en meget lille seerskare vil være mindre attraktive. I praksis indebærer det, at pointmodellen for penetration vil tilgodese gratis- og mini pay tv-kanaler, mens high pay kanaler vil opnå betydelig lavere point i forhold til penetration

[48] DBU/Divisionsforeningen oplyser, at markedsføringsplaner kan defineres i forhold til følgende overliggende kriterier: i) hvor meget tv-tid ud over transmissionerne vil aktøren forpligte sig til at dedikere til fodbold på stationens programflade, ii) hvor synlig vil aktøren være on site, dvs. på landets stadions, iii) Hvor meget off site markedsføring vil aktøren yde bidrag til, iv) hvilken kvalitet og evne har aktøren til at realisere markedsplanerne, v) hvilke planer har aktøren for fremtidig videreudvikling af markedsføringssamarbejdet og vi) hvilke planer har aktøren for det videre samarbejde med klubberne om anvendelse af tv-visning i markedsføringen.

[49] For kategori 6 indeholdende new media rettigheder er tildelingskriterierne en anelse anderledes. Således giver det ikke mening af vægte penetration i forhold til new media. Derimod er det relevant at vægte nye ideer, forretningsplaner o.l. Der er dertil tale om nye produkter, hvor omkostningen til at udvikle dem overstiger værdien af rettighederne. Derfor er det ikke givet at disse rettigheder sælges til en høj pris. Efter omstændighederne kan udviklingen af rettighederne være en omkostning for DBU/Divisionsforeningens medlemmer. Underkriterierne for tildeling af pakkerne i kategori vi) om New media fastsættes i stedet konkret af DBU/Divisionsforeningen og godkendes af Konkurrencestyrelsen. New media er så omfattende en rettighedstype og en rettighedstype, som er genstand for stor udvikling, at det savner relevans at fastsætte faste underkriterier for disse pakker i et tilsagn.

[50] F.eks. reklamesøjler, busholdepladser, busser mv.

[51] F.eks. pkt. 30 og 31 i sag COMP/2-37.398 (Champions League).

[52] I EU-Kommissionens sager er der ligeledes indarbejdet en bestemmelse om, at en trustee skal påse udbudsforretningen, jf. f.eks. Premier League afgørelsen, sag 38.173.

[53] Reglen om no single buyer.

[54] TV 2 og MTG ejer henholdsvis 51 og 49 pct. af aktierne i TV 2 Sport.

[55] Tidligere TDC Kabel-tv.