

# Forbruger-Kontakts klage over Post Danmarks misbrug af dominerende stilling (predatory pricing)

Journal nr. 3/1120-0100-1205/ISA/CHJ/TWA

**Rådsmødet den 24. november 2004**

## Resumé

1. Forbruger-Kontakt distribuerer adresseløse forsendelser i form af reklamer og lokalaviser i konkurrence navnlig med Post Danmark. I 2. halvår 2003 har Forbruger-Kontakt med virkning fra primo 2004 mistet 3 betydelige kunder til Post Danmark. Det drejer sig om de store detailkæder Coop, SuperBest og Spar, der tegner sig for rundt regnet XX pct. af den samlede omsætning ved omdeling af adresseløse forsendelser i Danmark.

2. I den anledning har Forbruger-Kontakt med henvisning til forbudet i konkurrencelovens § 11 klaget over, at Post Danmark misbruger sin dominerende stilling på markedet for distribution af adresseløse forsendelser. Klagen omfatter følgende 4 forhold:

- urimeligt lave priser ("predatory pricing")
- diskriminerende og loyalitetsskabende priser og rabatter
- aftaler med urimelig lang løbetid, og
- krydssubsidiering med konkurrenceforvridning til følge og ulovlig statsstøtte, jf. konkurrencelovens § 11, nr. 1 og § 11 a

3. På rådsmødet den 29. september 2004 tog Konkurrencerådet stilling til de tre sidstnævnte klagepunkter, som Forbruger-Kontakt havde fremsat med påstand om, at Post Danmark misbrugte sin dominerende stilling.

4. Rådet fastslog, at Post Danmark er dominerende på markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser i Danmark. Rådet fastslog samtidig, at Post Danmark havde misbrugt sin dominerende stilling ved at anvende diskriminerende og loyalitetsskabende priser og rabatter. Samtidig afviste rådet at tage stilling til klagepunkterne om urimelig lang løbetid og krydssubsidiering med konkurrenceforvridning til følge, idet disse ikke fandtes at give anledning til videre undersøgelser.

5. For så vidt angår klagen over mulig statsstøtte, så er kompetencen placeret hos EU-Kommissionen, idet Forbruger-Kontakt har indbragt spørgsmålet om en eventuel overtrædelse af statsstøttereglerne for Kommissionen. Rådet fandt derfor, at der ikke var grundlag for en vurdering af dette spørgsmål efter konkurrenceloven.

6. Klagen over urimeligt lave priser ("predatory pricing") blev ikke forelagt til behandling på rådsmødet den 29. september, idet problemstillingen om urimeligt lave priser ("predatory pricing") beror på en mere dybtgående analyse. Behandlingen af dette spørgsmål blev derfor udsat, og forelægges hermed for Konkurrencerådet.

7. Forbruger-Kontakt har klaget over, at Post Danmark i sine kontrakter med storkunder som XX opererer med priser, som er lavere end hhv. Post Danmarks gennemsnitlige totale omkostninger og gennemsnitlige variable omkostninger samt de produktspecifikke meromkostninger.

8. Vurderingen af om Post Danmark har misbrugt sin dominerende stilling ved at anvende urimeligt lave priser, jf. forbudet i artikel 82, stk. 1, litra a, og i konkurrencelovens § 11, stk. 1, tager udgangspunkt i fællesskabets retspraksis, jf. Deutsche Post-afgørelsen<sup>[1]</sup>. Det fremgår af denne afgørelse, at en postvirksomhed som Post Danmark, som har en befordringspligt og samtidig udbyder andre tjenester i fri konkurrence, er underlagt en omkostningstest, der er baseret på de produktspecifikke omkostninger (IC), dvs. at prisen skal overstige de gennemsnitlige produktspecifikke omkostninger (AIC).

9. Beregning af AIC rummer selvsagt en vis usikkerhed, men når Post Danmarks konkurrenceregnskab lægges til grund finder Konkurrencerådet, at der bør foretages en række justeringer af Post Danmarks opgørelse. Det skyldes efter rådets vurdering, at Post Danmark ikke i tilstrækkeligt omfang medregner omkostninger, som selskabet har henført til de befordringspligtige produkter. Efter rådets vurdering bør AIC for adresseløse således korrigeres for omkostninger, der kan falde bort inden for en periode på 3-5 år og som vedrører både befordringspligtige og adresseløse forsendelser. Det gælder fx samtransport og sambesøg med både befordringspligtige og adresseløse forsendelser.

10. Endvidere finder Konkurrencerådet, at der bør foretages en række korrektioner i AIC, så fælles faste og variable omkostninger, som Post Danmark ikke finder er inkrementelle, i højere grad indregnes i AIC for adresseløse. Konkurrencestyrelsens opgørelse af AIC afviger således fra Post Danmarks AIC baseret på selskabets konkurrenceregnskab for adresseløse, idet AIC efter styrelsens beregning er XX øre højere i 2003 og XX øre højere i 2004 end efter Post Danmarks beregning. Konkurrencerådets konklusion er derfor, at konkurrenceregnskabet, som opstillet af Post Danmark, ikke kan lægges til grund uden væsentlige korrektioner.

11. Selvom det samlede marked omfatter distribution af adresseløse forsendelser og lokalaviser, er der kun klaget over Post Danmarks adfærd i relation til kunder der køber landsdækkende omdeling af reklamefor sendelser (Coop, Spar og Super Best). I overensstemmelse med AKZO-dommen skal en analyse af forholdet mellem pris og omkostninger foretages for hvert enkelt produktområde for sig. Rådet har på den baggrund med henvisning til konkurrencelovens § 14, stk. 1, 3. pkt. ikke fundet grundlag for at inddrage en undersøgelse af forholdet mellem priser og omkostninger for så vidt angår distribution af lokalaviser. Rådet ser derfor alene på AIC for så vidt angår adresseløse forsendelser.

12. Ved en vurdering af, om Post Danmark anvender urimeligt lave priser, ses der først og fremmest på, om Post Danmarks gennemsnitlige priser ligger under AIC. Dette er ikke tilfældet hverken i 2003 eller 1. halvår 2004. Dernæst vurderes, om nogen enkeltkunder får en pris under AIC. I 2003 og 1. halvår 2004 ligger selskabets laveste nettopris nogenlunde på niveau med det af styrelsen beregnede AIC:

13. De fremlagte beregninger af AIC rummer selvsagt en vis usikkerhed. Det forhold, at det af styrelsen beregnede AIC for 2003 ligger XX/stk. over Post Danmarks laveste pris til nogle enkelte kunder er således utilstrækkeligt til at fastslå, at Post Danmark har anvendt urimeligt lave priser. Det skal også indgå, at det skønnede AIC er prisen på en "gennemsnitlig" adresseløs forsendelse, og at der er en betydelig variation i omkostningerne til disse, bl.a. afhængig af disses vægt.

14. Herefter ses på, om der kan være tale om priser under ATC kombineret med elimineringshensigt. De gennemsnitlige priser (XX) ligger i begge år over ATC (XX), beregnet på basis af konkurrenceregnskabet. Hvis ATC i stedet opgøres efter fuldkostfordelingsmetoden (produktøkonomiregnskabet) er ATC i 2003 i alt XX (tilsvarende tal foreligger endnu ikke for 2004). Det ligger også under den gennemsnitlige pris.

15. Den laveste nettopris i en del enkeltkundeforhold ligger under ATC i begge perioder. Det kan være problematisk, såfremt det drejer sig om mange og store kunder, og der samtidig kan konstateres elimineringshensigt. For så vidt angår spørgsmålet om elimineringshensigt, så har rådet inddraget en række elementer i denne vurdering, herunder de af Forbruger-Kontakt fremlagte indicier, og de af Post Danmark fremlagte strategiplaner, bestyrelsesmødereferater og direktionsmødereferater for 2000-2004. Ud fra en samlet vurdering af disse elementer, er det rådets opfattelse, at der ikke kan påvises elimineringshensigt i den betragtede periode.

16. Ud fra en samlet vurdering finder rådet, at Post Danmark ikke har anvendt urimeligt lave priser i 2003 og 2004, jf. konkurrencelovens § 11 og EF-Traktatens artikel 82.

17. Med rådets afgørelse af 29. september 2004 har rådet givet Post Danmark påbud om at ændre sin prisstruktur for at undgå diskriminerende priser mellem enkeltkunder. Denne afgørelse begrænser Post Danmarks fremtidige mulighed for at tilbyde for mange kunder priser under ATC. Der ligger således i denne afgørelse en yderligere sikkerhed mod fremtidig predatory pricing, fordi selskabet ikke længere kan diskriminere mellem egne og konkurrentens kunder.

18. Da AIC for 2004 imidlertid kun er baseret regnskabstal for 1. halvår 2004, vil Konkurrencerådet anmode Post Danmark om den endelige beregning af AIC for 2004, når de endelige regnskabstal herfor foreligger, senest 1. april 2005.

19. Som følge af den nyligt gennemførte modernisering af Fællesskabets konkurrenceregler har Konkurrencestyrelsen i nærværende sag fulgt procedurerne i artikel 11, stk. 4 i Rådsforordning 1/2003.

20. Forbruger-Kontakt har den 9. juli 2004 indbragt en klage for EU-Kommissionen med påstand om, at den danske stat har overtrådt EU's statsstøtteregler ved at Post Danmark modtager ulovlig statsstøtte.

21. Det skal oplyses, at Forbruger-Kontakt i december 2003 og senere ankede Konkurrencestyrelsens afgørelser om aktindsigt til Konkurrenceankenævnet med det formål at få udleveret flere oplysninger end indeholdt i det materiale, som styrelsen vurderede, at Forbruger-Kontakt som part kunne få udleveret. Da det under ankenævnets behandling var uklart, hvorvidt Forbruger-Kontakt ville blive betragtet som part, kunne der først foretages yderligere aktindsigt og endelig høring, efter at Ankenævnet havde truffet sin kendelse. Den 12. august 2004 stadfæstede

Konkurrenceankenævnet imidlertid alle styrelsens afgørelser vedrørende aktindsigt. Forbruger-Kontakts klage har sinket sagsbehandlingen betydeligt.

## Afgørelse

22. Post Danmark har ikke misbrugt sin dominerende stilling på markedet for adresseløse forsendelser i Danmark, jf. artikel 82, stk. 1, litra a, og konkurrencelovens § 11, stk. 1, for så vidt angår klagen over urimeligt lave priser set i forhold til Post Danmarks omkostninger ved at udbyde ydelsen adresseløse forsendelser på basis af de foreliggende oplysninger for 2003 og 1. halvår af 2004.

23. Da Post Danmarks laveste priser efter Konkurrencerådets vurdering fortsat ligger tæt på AIC, vil rådet foretage en ny vurdering af Post Danmarks prissætning, når der foreligger regnskabstal for 2. halvår 2004 og dermed for hele 2004. Konkurrencestyrelsen vil derfor i medfør af konkurrencelovens § 17 anmode Post Danmark om hurtigst muligt, og senest den 1. april 2005, at tilvejebringe alle de oplysninger, der er nødvendige for at foretage denne nye vurdering.

24. I forbindelse med vurderingen af AIC for 2004 vil Konkurrencestyrelsen desuden anmode Post Danmark om at fremlægge alle nødvendige oplysninger, herunder tidsstudier og oplysninger, der kan belyse tidsbesparelsen ved sambesøg med adresseløse forsendelser og befordringspligtige produkter ved bortfald af adresseløse forsendelser.

## Sagsfremstilling

### *Indledning*

25. Forbruger-Kontakt distribuerer adresseløse forsendelser i form af reklamer og lokalaviser i konkurrence navnlig med Post Danmark. I 2. halvår 2003 har Forbruger-Kontakt med virkning fra primo 2004 mistet 3 betydelige kunder til Post Danmark. Det drejer sig om de store detailkæder Coop, SuperBest og Spar, der tegner sig for rundt regnet XX pct. af den samlede omsætning ved omdeling af adresseløse forsendelser i Danmark, eller XX pct. af den totale mængde i 2002. Forbruger-Kontakt klagede til Konkurrencestyrelsen over Post Danmarks adfærd, der ifølge Forbruger-Kontakt udgør et misbrug af Post Danmarks dominerende stilling, jf. forbudet i konkurrencelovens § 11.

26. Distribution af adresseløse forsendelser er ikke omfattet af Post Danmarks eneret eller befordringspligt for en række forskellige forsendelser. Post Danmark tilbyder derfor distribution af adresseløse forsendelser i konkurrence med private distributionselskaber som Forbruger-Kontakt.

27. Forbruger-Kontakt har med henvisning til forbudet i konkurrencelovens § 11 klaget over, at Post Danmark misbruger sin dominerende stilling på markedet for distribution af adresseløse forsendelser. Klagen omfatter følgende 4 forhold:

- urimeligt lave priser ("predatory pricing")
- diskriminerende og loyalitetsskabende priser og rabatter
- aftaler med urimelig lang løbetid, og

- krydssubsidiering med konkurrenceforvridning til følge og ulovlig statsstøtte, jf. konkurrencelovens § 11, nr. 1 og § 11 a

28. På rådsmødet den 29. september 2004 tog Konkurrencerådet stilling til de tre sidstnævnte klagepunkter, som Forbruger-Kontakt havde fremsat med påstand om, at Post Danmark misbrugte sin dominerende stilling.

29. Rådet fastslog, at Post Danmark er dominerende på markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser i Danmark. Rådet fastslog samtidig, at Post Danmark havde misbrugt sin dominerende stilling ved at anvende diskriminerende og loyalitetsskabende priser og rabatter. Samtidig afviste rådet at tage stilling til klagepunktet om urimelig lang løbetid og krydssubsidiering med konkurrenceforvridning til følge.

30. Klagen over urimeligt lave priser ("predatory pricing") blev ikke forelagt til behandling på rådsmødet den 29. september, men behandles i dette notat.

31. Forbruger-Kontakt har klaget over, at Post Danmark misbruger sin dominerende stilling ved at anvende urimeligt lave priser ("predatory pricing") ved at udbyde ydelsen med det formål at drive Forbruger-Kontakt ud af markedet. I den forbindelse anfører Forbruger-Kontakt, at Post Danmark i sine kontrakter med storkunder som XX opererer med priser, som er lavere end hhv. Post Danmarks gennemsnitlige totale omkostninger og gennemsnitlige variable omkostninger samt de produktspecifikke meromkostninger ved at udbyde tjenesten, som består i distribution af adresseløse forsendelser.

### **Høring**

32. Udkast til Konkurrencestyrelsens afgørelse har været i høring hos sagens parter, Post Danmark og Forbruger-Kontakt. Styrelsens vurdering af klagen om predatory pricing blev først behandlet sammen med Forbruger-Kontakts øvrige klager – herunder klagen over at Post Danmark anvendte diskriminerende priser. Dette udkast til sagsfremstilling blev sendt i høring to gange[2], hvor parterne begge gange fik 3 ugers høringsfrist.

33. Disse høringer viste imidlertid, at problemstillingen om predatory pricing var kompliceret og forudsatte en mere dybtgående analyse. På den baggrund lagde styrelsen op til at udsætte vurderingen af klagen over predatory pricing, og at forelægge dette spørgsmål en selvstændig sag for Konkurrencerådet snarest muligt. På rådsmødet den 29. september 2004 tilsluttede rådet sig denne fremgangsmåde.

34. Derefter udarbejdede styrelsens en sagsfremstilling, som fokuserede på Forbruger-Kontakts klage over predatory pricing, som blev sendt i høring til parterne i oktober med henblik på at sagen kunne forelægges rådet på rådsmødet den 3. november 2004.

35. Forbruger-Kontakt havde imidlertid indvendinger imod denne fremgangsmåde, hvorefter det blev besluttet, at rådet først vil få mulighed for at træffe beslutning i sagen på rådsmødet den 24. november 2004. Hermed har Forbruger-Kontakt fået tilstrækkelig mulighed for at varetage sine interesser. Post Danmark har efterfølgende udsat budprocessen i forbindelse med selskabets delvise privatisering.

36. Hovedpunkterne i høringssvarene er gengivet her og er indarbejdet og kommenteret under de relevante punkter i notatet. Det bemærkes, at de i høringssvarene anførte referencer til styrelsens sagsfremstilling ikke stemmer overens med nummereringen i nærværende notat.

37. Det bemærkes, at Forbruger-Kontakt har søgt om løbende aktindsigt i sagen. Konkurrencestyrelsen fandt, at Forbruger-Kontakt var part i sagen og har imødekommet selskabets anmodning om aktindsigt, men styrelsen har dog i forbindelse med visse dokumenter udeladt specifikke oplysninger om Post Danmarks forretningsforhold.

38. Forbruger-Kontakt har imidlertid i december 2003 og senere anket Konkurrencestyrelsens afgørelser om aktindsigt til Konkurrenceankenævnet med det formål at få udleveret flere oplysninger end indeholdt i det materiale, som styrelsen vurderede, at Forbruger-Kontakt som part kunne få udleveret. Denne anke har sinket sagsbehandlingen betydeligt. Den 12. august 2004 stadfæstede Konkurrenceankenævnet imidlertid alle styrelsens afgørelser vedrørende aktindsigt.

#### ***Post Danmarks høringssvar af 25. oktober og 9. november 2004***

39. Post Danmark er uenig i, at styrelsen ud fra dominanstesten i denne sag kan konkludere, at Post Danmark har indtaget eller indtager en dominerende stilling i den undersøgte periode.

40. I relation til predatory pricing anfører Post Danmark, at Konkurrencestyrelsen alene har hjemmel til at underlægge selskabet IC-testen, jf. DPAG-afgørelsen, men ikke AVC- og ATC-testen, jf. AKZO-dommen, ved en vurdering af, om selskabet har udøvet predatory pricing. Videre anfører selskabet, at IC-testen skal baseres på det af Post Danmark udarbejdede konkurrenceregnskab, jf. punkt 113 og efterfølgende.

41. Endvidere har Post Danmark taget stilling til hver enkelt af Forbruger-Kontakts ti anbringender om, at visse tiltag og materiale fra Post Danmarks side udgør bevis for elimineringshensigt, jf. bilag 2. Post Danmark har afvist samtlige ti anbringender

42. Post Danmark's grundlæggende indvending imod den fremsendte sagsfremstilling knytter sig derudover hovedsageligt til opgørelsen af AIC. Selskabets synspunkter herom er nærmere refereret i afsnittene om beregningen af AIC.

#### ***Forbruger-Kontakts høringssvar af 18. maj og 1. juni og 25. oktober og 9. november 2004***

43. Forbruger-Kontakt definerer de inkrementelle omkostninger som de variable og faste omkostninger, der umiddelbart forsvinder som følge af et bortfald af adresseløse forsendelser samt de omkostningsbesparelser, der ville kunne realiseres inden for 3-5 år ved at tilpasse organisationen til det lavere forsendelsesvolumen uden adresseløse forsendelser. Forbruger-Kontakt hævder, at en langt større andel af Post Danmarks totale omkostninger vil variere med mængden af adresseløse forsendelser og følgelig bør medregnes i IC.

44. Forbruger-Kontakt har anført, at Post Danmark ved brug af selskabets konkurrenceregnskab opnår, at en uforholdsmæssig stor andel af omkostningerne henføres til de befordringspligtige produkter. Forbruger-Kontakt mener, at Post Danmark ikke opgør de inkrementelle omkostninger for adresseløse forsendelser korrekt. Forbruger-Kontakt har især understreget, at Post Danmark's beregning af distributionsomkostninger og transportomkostninger efter Forbruger-Kontakt's

opfattelse er beregnet for lavt. Sammenfattende mener Forbruger-Kontakt, at styrelsen bør fastslå, at principperne bag Post Danmarks konkurrenceregnskab bør underkendes.

45. Forbruger-Kontakt påpeger, at Konkurrencestyrelsen ved beregning af de gennemsnitlige inkrementelle omkostninger også bør indregne offeromkostninger/alternativomkostninger dvs. omkostninger, som kunne spares, hvis Post Danmark tilpasser sin omkostningsstruktur til en ny situation uden adresseløse forsendelser. Efter Forbruger-Kontakts opfattelse inddrager Kommissionen i DPAG-afgørelsen også offeromkostninger, og selskabet henviser yderligere til styrelsens afgørelse i MetroXpress II, hvor offeromkostninger blev taget i betragtning.[3]

46. For så vidt angår opgørelsen af de inkrementelle omkostninger, så påpeger Forbruger-Kontakt, at styrelsen ikke har været tilstrækkelig kritisk for så vidt angår opgørelsen af solobesøg, som Forbruger-Kontakt antager, at Post Danmark har opgjort for lavt. I den forbindelse mener Forbruger-Kontakt, at det må sikres, at disse tal inddrager lokalaviser og ikke medregner besøg til erhvervsvirksomheder, som ikke modtager adresseløse.

47. Forbruger-Kontakt understreger især, at Konkurrencestyrelsen i sine beregninger af de inkrementelle omkostninger undervurderer omkostninger, der stammer fra sambesøg vedrørende befordringspligtige og adresseløse forsendelser. Det er Forbruger-Kontakts opfattelse, at styrelsen undervurderer den tidsbesparelse i sambesøg, som vil forekomme, hvis de adresseløse forsendelser bortfalder. Hvor styrelsen oprindeligt tog udgangspunkt i, at der kunne spares 1 sek pr. for disse sambesøg, så finder Forbruger-Kontakt, at tidsbesparelsen ved disse sambesøg er mindst XX sek/besøg. Ifølge Forbruger-Kontakt svarer denne tidsbesparelse til XX kr., som skal indregnes i de inkrementelle omkostninger for adresseløse forsendelser.

48. Endvidere påpeger Forbruger-Kontakt, at Konkurrencestyrelsen har udeladt en andel af de ikke-henførbare fællesomkostninger til centrale funktioner i Post Danmark, idet forretningsområdet for adresseløse forsendelser efter Forbruger-Kontakts opfattelse også skal være med til at dække ikke-henførbare fællesomkostninger til centrale funktioner i Post Danmark.

49. Hertil kommer, at der efter Forbruger-Kontakts opfattelse er et misforhold mellem Post Danmarks samlede omsætning, omkostninger og mængder og de samme oplysninger for så vidt angår forretningsområdet for adresseløse forsendelser.

50. Forbruger-Kontakt har endvidere påpeget, at det er relevant at inddrage en ATC-test for at konstatere, at Post Danmark har haft til hensigt at eliminere Forbruger-Kontakt for så vidt angår priser under ATC. Efter Forbruger-Kontakts opfattelse kan Konkurrencestyrelsen lægge til grund, at Post Danmark har haft til hensigt at eliminere Forbruger-Kontakt, og at ATC er det omkostningsmål, som Post Danmarks priser skal dække. Forbruger-Kontakt har i den forbindelse henvist til materiale, som omhandler Post Danmarks udmeldinger vedrørende selskabets strategi på markedet for adresseløse forsendelser, som efter Forbruger-Kontakts opfattelse beviser, at Post Danmark har haft til hensigt at eliminere Forbruger-Kontakt

51. Forbruger-Kontakt har den 9. juli 2004 indbragt en klage for EU-Kommissionen med påstand om, at den danske stat har overtrådt EU's statsstøtteregler ved at Post Danmark modtager ulovlig statsstøtte. Med henvisning til EF-Domstolens dom i Chronopost-sagen[4] har Forbruger-Kontakt bl.a. gjort gældende, at der er tale om indirekte statsstøtte til forretningsområdet for adresseløse forsendelser og gratisaviser. Forbruger-Kontakt hævder således, at Post Danmark subsidierer

forretningsområdet for adresseløse forsendelser med ressourcer fra eneretsområdet (brevmonopolet).

52. Endelig hævder Forbruger-Kontakt, at høringsfristen reelt kun har været på 1½ uge i modsætning til den lovbestemte frist på 3 uger.

### **Virksomhederne**

53. Forbruger-Kontakt A/S er navnet på den division i Søndagsavisen A/S, som hovedsagelig udfører distributionsopgaverne for koncernen i Danmark enten ved egenomdeling eller ved omdeling via samejede selskaber.

54. De primære forretningsområder for Søndagsavisen er udgivelse af annoncefinansierede, husstandsomdelte aviser (fx den regionale avis Søndagsavisen), distribution af adresseløse tryksager, aviser mv. og internettjenester (fx Ofir). Søndagsavisen havde i 2002 en omsætning på 602,5 mio. kr.

55. Forbruger-Kontakt distribuerer aviser, tryksager, kataloger, vareprøver o. lign. til de danske husstande og udvikler selv distributionskoncepter og IT-systemer for Søndagsavisens distributionselskaber. Forbruger-Kontakt havde i 2002 en omsætning på XX mio. kr. fra distribution af adresseløse forsendelser inkl. gratisaviser. Forbruger-Kontakt udfører endvidere i begrænset omfang adresseret distribution, dvs. distribution til udvalgte adresser. I 2002 etablerede Søndagsavisen A/S sammen med Berlingske Lokalaviser A/S et joint venture-selskab (Dansk Distributions Center A/S) til distribution af bl.a. adresseløse forsendelser og husstandsomdelte gratisaviser. Konkurrencerådet godkendte den 24. april 2002 denne fusion[5]. Dansk Distributionscenter ejes af Søndagsavisen A/S og Berlingske Lokalaviser med hver 50 pct. Dansk Distributionscenter havde i 2002 en samlet omsætning på XX kr., hvoraf adresseløse forsendelser bidrog med XX kr. [6]

56. Udover selskabet Forbruger-Kontakt indgår ALFO Distribution A/S (Århus) i Søndagsavis-koncernen. Selskabet blev pr. 1. januar 2003 fusioneret med Søndagsavisen a-s.

57. Efter fusionen i 2002, hvor selskabet Dansk Distributionscenter blev stiftet, har Søndagsavisen opkøbt og indgået en række samejeaftaler med konkurrerende distributionsvirksomheder. Således har Søndagsavisen overtaget aktiviteterne i Reklameservice A/S og DTD København A/S. Endvidere har Søndagsavisen nu ejerandele i selskaberne: UA/FK distribution a-s, Distribution Syd A/S, HA Grafisk A/S, og Tryksagsomdelingen Fyn A/S.

58. **Post Danmark A/S** er et aktieselskab, som ejes 100 pct. af staten. Post Danmark er en af landets største virksomheder og har ca. 1.100 posthuse og postbutikker rundt om i landet. Post Danmark er endvidere ejer eller medejer af en række virksomheder: Budstikken Transport A/S (100 pct.), Post Danmark Leasing A/S (100 pct.), Pan Nordic Logistics AB (50 pct.), e-Boks (33,3 pct.).

59. Selskabet har eneret til og befordringspligt på omdeling af breve og pakker inden for nærmere fastlagte vægtgrænser, jf. afsnittet om forholdet til anden regulering nedenfor. Endvidere beskæftiger selskabet sig bl.a. med distribution af adresseløse forsendelser, aviser og blade. Efter Post Danmarks monopol for postudbringning blev brudt for visse typer forsendelser, indhenter virksomheden mere end halvdelen af sin årlige omsætning på ca. 11 mia. kr. i konkurrence med



andre virksomheder. Hovedindtægtskilden er adresserede breve, selv om brevmængden siden 2001 er faldet med 3-4 pct. om året. Selv med et sådant fald vil brevproduktet en rum tid endnu være den dominerende indtægtskilde i virksomheden, som imidlertid forsøger at udvikle andre produkter i takt med, at eneretten indskrænkes i de kommende år.

60. Distribution af adresseløse forsendelser er som nævnt ikke omfattet af Post Danmark A/S' eneret eller befordringspligt, og Post Danmark udfører derfor disse aktiviteter i konkurrence med private distributionselskaber. Post Danmarks omsætning fra distribution af adresseløse forsendelser og lokale ugeaviser udgjorde i 2002 i alt 751 mio. kr.

61. Ud over Post Danmark og Forbruger-Kontakt findes følgende mindre selskaber, som distribuerer adresseløse forsendelser og gratisaviser.

62. **Berlingske Lokalaviser A/S** er et helejet datterselskab også distributionsvirksomhed ved en ejerandel i De Bergske Blade K/S. **De Bergske Blade** distribuerer ud over de ugeblade og specialaviser, som de selv producerer, også andre adresseløse forsendelser. Heraf distribuerer selskabet selv ca. halvdelen af tryksagerne i det midt- og vestjyske område, mens selskabet får den anden halvdel distribueret af andre distributionselskaber. De Bergske Blade K/S havde i 2002 en omsætning på XX kr. Heraf stammede XX kr. fra distribution af adresseløse forsendelser.

63. **Nordjysk Distribution A/S** er 100 pct. ejet af Nordjyske Medier A/S. Selskabet havde i 2002 en omsætning på XX kr., hvoraf XX kr. stammede fra distribution af adresseløse forsendelser.

64. **Dansk Total Distribution** er en sammenslutning af lokale distributionsvirksomheder (landsforening), som udøver distribution af adresseløse forsendelser mv. Hovedparten af virksomhederne i Dansk Total Distribution er ejet af distriktsaviser og dagblade. Dansk Total Distribution synes på nuværende tidspunkt næsten at have udspillet sin rolle på markedet, idet en lang række tidligere medlemmerne er trådt ud af foreningen eller opkøbt af Søndagsavisen/Forbruger-Kontakt.

### **Forholdet til anden regulering**

65. Vilkårene for posttjenester er fastlagt i internationale konventioner, EU-regulering og national regulering (lov om postvirksomhed og lov om Post Danmark med tilhørende bekendtgørelser og cirkulærer mv.)[8].

66. I 1995 blev myndighedsopgaverne overført til Trafikministeriet, mens postvæsenet samtidigt blev omdannet til en selvstændig offentlig virksomhed (SOV). I 2002 blev Post Danmark SOV omdannet til et egentligt aktieselskab, Post Danmark A/S. Staten har ansvaret for, at der tilbydes landsdækkende basale posttjenester. Post Danmark er derfor pålagt landsdækkende befordringspligt for pakker og breve inden for visse vægtgrænser. Som modvægt til denne befordringspligt er Post Danmark tildelt eneret til befordring af adresserede breve inden for 100 gram. Eneretten for breve vil blive vil indskrænket til breve under 50 gram pr. 1. januar 2005, jf. nedenfor.

67. Post Danmarks aktiviteter kan opdeles i følgende tre kategorier med udgangspunkt i virksomhedens rettigheder og pligter:

- Eneretsområdet (adresserede breve under 100 gram)

- Befordringspligtområdet (fx adresserede breve under 2 kg, andre adresserede forsendelser op til 2 kg samt blade op til 2 kg og pakker op til 20 kg)
- Det rene konkurrenceområde (fx kurerforsendelser, adresserede breve over 2 kg, pakker over 20 kg og adresseløse forsendelser og lokalaviser)

68. EU regulerer postområdet, navnlig via postdirektivet. Postdirektivets artikel 14[9] stiller fx krav om adskilte regnskabsopgørelser for hver enkelt af de tjenester, som er omfattet af eneretten. For de tjenester, som ikke er omfattet af eneretten, skal der sondres klart mellem tjenester, der er omfattet af befordringspligt og de tjenester, som ikke er omfattet heraf. Direktivet stiller endvidere krav til den nationale kontrol med den befordringspligtige virksomheds regnskaber. Desuden opstiller direktivet principper for fastsættelse af takster og gennemsigtighed i regnskaberne. Et af principperne er, at taksterne for alle tjenester, der er omfattet af en befordringspligt, skal være gennemsigtige og ikke-diskriminerende, jf. direktivets artikel 12.

69. Da Post Danmark blev etableret, fastsatte Trafikministeren særlige retningslinjer for forholdet mellem virksomhedens aktiviteter på eneretsområdet og på området i konkurrence[10]. Disse retningslinjer skal forhindre konkurrenceforvridende krydssubsidiering og diskriminering, og retningslinjerne om Post Danmarks regnskabsføring[11] skal sikre gennemsigtighed og at der ikke sker krydssubsidiering. Det er efter de konkurrenceretlige retningslinjer forbudt at flytte midler fra eneretsområdet til det rene konkurrenceområde, mens det er tilladt at overføre midler fra eneretsområdet til befordringspligtområdet, jf. § 19, stk. 2 i bekendtgørelse om Post Danmarks koncession. Færdselsstyrelsen fører tilsyn med, at reglementet overholdes og revisorer udpeget af Trafikministeriet påser, at der ikke sker krydssubsidiering. Konkurrencerådet tog på mødet den 29. november 1995 Trafikministeriets forslag til Regnskabsreglement med tilhørende konkurrenceretlige retningslinjer for Post Danmark til efterretning. Konkurrencemæssige forhold der alene vedrører konkurrenceområdet er fuldt ud omfattet af konkurrenceloven.

70. Det skal tilføjes, at Folketinget den 25. maj 2004 vedtog en ny lov om postbefordring, som skaber nye rammer for postsektoren, og gør det muligt at starte den formelle proces med at forberede salget af Post Danmark. Med loven gennemføres EU's liberaliseringsplan, hvor den såkaldte eneretsgrænse for breve som nævnt reduceres fra 100 til 50 gram med virkning allerede fra 1. januar 2005. Hermed åbner Danmark brevmarkedet for yderligere konkurrence ét år før den tidsfrist, dvs. 1. januar 2006, som EU har fastsat som sidste frist for yderligere liberalisering.

71. Samtidigt ophæves lov nr. 89 af 8. februar 1995 om postvirksomhed, mens reglerne og koncessionen, som er udstedt i medfør af denne lov, forbliver i kraft, indtil de ophæves eller afløses af regler eller koncessioner, som fastsættes i medfør af den nye lov. Dermed er det muligt, at de nuværende konkurrenceretlige retningslinjer bortfalder. Dette vil betyde, at Trafikministeriets tilsyn med regnskabsreglementet, herunder hvorvidt der sker krydssubsidiering, fremover vil være et spørgsmål, der ikke er underlagt sektorspecifik regulering, men som alene er omfattet af den almindelige konkurrenceregulering.

## **Det relevante marked**

### ***Det relevante produkt- og geografiske marked.***

72. Sagen vedrører distribution af tryksager, herunder reklamer, telefonbøger, vejvisere mv. samt lokal- og regionalaviser. Disse tryksager anvendes hovedsagelig af detailbutikker og -kæder til at

markedsføre deres produkter i de områder, hvor butikkerne er beliggende. Telefonbøger, vejvisere og lokal- og regionalaviser omdeles også i de områder, hvor målgruppen befinder sig. Fælles for forsendelserne er, at målgruppen er et unavngivent antal husstande, som er beliggende i et bestemt geografisk område.

73. Forsendelserne distribueres som adresseløse forsendelser. Adresseløse forsendelser er kendetegnet ved, at distributionen retter sig mod alle husstande i et område og er planlagt til gennemførelse inden for nogle tidsintervaller, typisk midtuge eller weekend. Opsamling af distributionsopgaver over en vis tid til fordeling til alle i et distrikt uden særlig sortering betyder, at den bliver billigere end distributionen af adresserede forsendelser, der er rettet til individuelle modtagere.

74. Adresseløs distribution adskiller sig herved fra den adresserede – individuelt rettede – distribution, som er kendetegnet ved ekstra service og højere distributionsomkostninger.

75. Konkurrencestyrelsen vurderer, at det relevante produktmarked er markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser i Danmark, hvilket er i overensstemmelse med Konkurrencerådets afgørelse af 29. september 2004 vedrørende om Post Danmark.

76. Post Danmark og Forbruger-Kontakt er enige i styrelsens afgrænsning af markedet.

### **Dominerende stilling**

77. Det vurderes i overensstemmelse med rådets beslutning af 29. september 2004, at Post Danmark har en dominerende stilling på markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser i Danmark.

Iskab af Det Berlingske Officin A/S, som er et koncernselskab i den norske Orkla-koncern[7]. Berlingske Lokalaviser havde i 2002 en omsætning på XX kr. Berlingske Lokalaviser A/S driver udover distributionsvirksomheden i Dansk Distributionscenter A/

78. EU-praksis er vejledende for fortolkningen af begrebet dominerende stilling. Ifølge fast retspraksis fra EF-Domstolen foreligger der en dominerende stilling, når en virksomhed indtager en økonomisk magtposition, som sætter den i stand til at hindre, at der opretholdes en effektiv konkurrence på det relevante marked, idet den kan anlægge en i betydeligt omfang uafhængig adfærd over for sine konkurrenter og kunder og i sidste instans over for forbrugerne<sup>[12]</sup>.

79. En dominerende stilling forudsætter, i overensstemmelse med EU-praksis, at indflydelsen har været opretholdt over en vis periode. Derfor ses der på Post Danmarks markedsandel over en 3-årig periode fra 2001 til 2003.

80. Virksomhedens markedsandel er vigtig ved vurdering af, om virksomheden er dominerende. Post Danmarks markedsandel målt i omsætning fremgår af tabel 1 nedenfor. Det fremgår af tabellen, at Post Danmark har kunnet opretholde en markedsandel i perioden 2001-2003, der overstiger XX pct. målt i omsætning. På grundlag af det foreløbige estimat for omsætningen i 2004 forventes det endvidere, at Post Danmarks markedsandel vil overstige XX pct. i 2004. Til sammenligning har Post Danmarks eneste reelle konkurrent Forbruger-Kontakt en markedsandel på mellem XX og XX pct. i perioden 2001-2003.

81. Som det fremgår af bemærkningerne til konkurrenceloven, vil der ved en markedsandel på over 40 pct. være en formodning for, at virksomheden indtager en dominerende stilling på markedet<sup>[13]</sup>. Videre fremgår det af bemærkningerne, at dette under alle omstændigheder gælder i de tilfælde, hvor denne markedsandel er fastholdt over en længere periode<sup>[14]</sup>.

**Tabel 1. Markedsandele for 2001-2004, målt i omsætning**

	2004		2003		2002		2001	
	Skønnet oms. (mio. kr.) <sup>[15]</sup>	Andel (pct.)	Oms. (mio. kr.)	Andel (pct.)	Oms. (mio. kr.)	Andel (pct.)	Oms. (mio. kr.)	Andel (pct.)
Post Danmark	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
F-K	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Bergske	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Nordjyske	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
DTD	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Andre	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Øvrige i alt	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Totale marked	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX

82. Markedsandele kan opgøres i værdi (omsætning) eller mængde (stk.). Det mest almindelige er dog at opgøre virksomhedens markedsandel på baggrund af dens omsætning. Det fremgår af punkt 55 i Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked, at når det drejer sig om differentierede produkter, vil afsætningen opgjort i værdi og markedsandelen i denne forbindelse normalt blive anset for bedre at afspejle de enkelte leverandørers relative stilling og styrke<sup>[16]</sup>.

83. Det vurderes, at Post Danmarks markedsandel skal opgøres i omsætning, da styrelsen finder, at der er tale om en differentieret ydelse. Prisen på distribution af de adresseløse forsendelser afhænger således bl.a. af både forsendelsernes vægt og antal. Der er således stor forskel på selskabernes omsætning og indtjening alt efter, om de distribuerer tunge eller lette forsendelser og alt efter, hvor mange forsendelser de distribuerer pr. udsendelse. Endvidere er der forskel på, hvornår forsendelserne bliver indleveret af kunden, og hvornår de distribueres. Der er således en væsentlig forskel på, om kunden ønsker at få distribueret telefonbøger eller små, lette reklamer. Post Danmark har en lang række kunder, som får distribueret meget tunge forsendelser, hvilket medfører, at både Post Danmarks gennemsnitlige nettopris og omsætning er højere end Forbruger-Kontakt. Dette taler for, at det vil give det mest retvisende billede af parternes markedsstilling og -styrke, når vurderingen af parternes markedsandele baseres på deres omsætning.

84. I Konkurrencerådets afgørelse ”Vedrørende etableringen af Dansk Distributionscenter” af 24. april 2002 blev parternes markedsandele opgjort på baggrund af antallet af distribuerede enheder, idet styrelsen vurderede, at det i det konkrete tilfælde ikke dengang var muligt at få tilstrækkeligt pålidelige omsætningstal.

85. Ifølge Konkurrencestyrelsens opgørelser var Post Danmarks markedsandele opgjort på basis af mængder blevet hhv. XX%, XX%, XX% og XX% i hhv. 2001, 2002, 2003 og 2004. Med henvisning til styrelsens beslutning fra 2002 og disse opgørelser over Post Danmark’s markedsandele baseret på mængde, mener Post Danmark, at selskabet har været i god tro, når selskabet ikke hidtil har anset sig selv for at indtage en dominerende stilling.

86. Forbruger-Kontakt er derimod enig i, at Post Danmark indtager en dominerende stilling. Ifølge Forbruger-Kontakt er ydelserne differentierede, så der er en prisforskel, hvorved markedsandelen bør vurderes på grundlag af omsætningen, som tager højde for herfor<sup>[17]</sup>. Endvidere hævder Forbruger-Kontakt, at Post Danmarks markedsandel ikke kun bør vurderes på basis af perioden 2001–2003, men at Post Danmarks markedsandel for 2004 også bør indgå i vurderingen af dominans spørgsmålet, idet Post Danmark netop har styrket sin markedsposition kraftigt fra 2003-2004.

87. Post Danmarks markedsandel er et vigtigt, men ikke det eneste element i vurderingen af, om der foreligger dominans. Post Danmarks markedsandel skal vurderes i forhold til såvel de aktuelle som potentielle konkurrenters styrke samt betingelserne for at få adgang til markedet. Der skal således ses på yderligere kriterier for vurdering af Post Danmarks dominans.

88. Der er ingen juridiske, administrative eller tekniske barrierer til markedet. Der er dog en række andre forhold, som hæmmer adgangen til markedet.

89. En af de væsentligste konkurrenceparametre, som også er en væsentlig økonomisk barriere, er for selskaberne at kunne tilbyde landsdækkende distribution. Dette skyldes, at hovedparten af de større kunder er detailkæder, som efterspørger landsdækkende distribution. Derfor er det vigtigt for virksomhederne at have landsdækkende distribution, og dermed have distributionscentre og omdelere i hele landet. Ellers skal konkurrenterne anvende Post Danmark til at omdele i de områder i landet, hvor konkurrenterne ikke selv har omdelerkorps. Post Danmark er det eneste selskab på markedet, som i en årrække har haft et fuldt landsdækkende omdelerkorps. Forbruger-Kontakt og de andre mindre aktører på markedet har således været nødt til at anvende Post Danmark i de områder, hvor de ikke har haft omdelere dvs. hovedsagelig uden for byområder. Forbruger-Kontakt har over de seneste par år opbygget et landsdækkende distributionsapparat, som er afhængigt af, at selskabet opretholder den kritiske masse i form af et tilstrækkeligt kundegrundlag eller volumen. Forbruger-Kontakts landsdækkende distribution er således særdeles sårbar over for tab af kunder.

90. Forbruger-Kontakt har anført, at på grund af de store kunders efterspørgsel efter landsdækkende distribution udgør nødvendigheden af et landsdækkende distributionsnet en betydelig adgangsbarriere til markedet. Forbruger-Kontakt understreger, at det har taget Forbruger-Kontakt flere år at opbygge et næsten landsdækkende distributionsnetværk, og at dette kun var muligt, fordi Forbruger-Kontakt var i stand til at opkøbe mindre distributører og gennem et højere volumen at opnå tilstrækkelig kritisk masse til, at der nu er et næsten landsdækkende distributionsnetværk. Endvidere peger Forbruger-Kontakt på, at mens en konkurrent er ved at opbygge sit eget distributionsnetværk, så kan konkurrenten være afhængig af Post Danmarks netværk for så vidt

angår distribution i landdistrikter, hvilket gør konkurrenten afhængig af Post Danmarks ydelser og prissætning.

91. Vigtigheden af den landsdækkende distribution kan i praksis ses af de seneste års udvikling på markedet, som har vist, at de mindre aktører på markedet får mindre og mindre betydning. Mange af disse er blevet opkøbt af eller har etableret et formaliseret samarbejde med Forbruger-Kontakt. Der er således i de senere år ikke kommet nye konkurrenter på markedet, og antallet af konkurrenter er faldet støt. Der er heller ikke noget, som taler for, at der indtræder nye aktører på markedet i den nærmeste fremtid.

92. Post Danmarks styrke på markedet underbygges af selskabets legale eneret for så vidt angår adresserede breve under 100 gram og selskabets befordringspligt (fx adresserede breve under 2 kg, andre adresserede forsendelser op til 2 kg samt blade op til 2 kg og pakker op til 20 kg). Det indebærer, at Post Danmark som nævnt har et meget stort distributionsapparat til rådighed med kapacitet til de befordringspligtige ydelser, hvilket som udgangspunkt medfører en række stordriftsfordele, som også giver selskabet fordele ved distribution af adresseløse forsendelser. Kommissionen har anerkendt, at driften af et befordringspligtigt postdistributionsnet giver sådanne postvirksomheder betydelige fordele i forhold til andre (ikke-befordringspligtige) tjenester[18].

93. De eksisterende postbude kan fx også uddele adresseløse forsendelser. Post Danmark vil således qua sin legale eneret og befordringspligt forsat kunne opretholde sit distributionsapparat – lige meget om selskabet distribuerer adresseløse forsendelser eller ej – mens Forbruger-Kontakt ikke vil kunne opretholde sin landsdækkende distribution eller forsat kunne være en konkurrent til Post Danmark, såfremt Post Danmark bliver ved med at overtage Forbruger-Kontakts største kunder. Disse forhold betyder, at selvom Post Danmark mistede alle sine kunder med distribution af adresseløse forsendelser, har selskabet pga. sin befordringspligt for breve et landsdækkende distributionsnetværk til sin rådighed, som selskabet til enhver tid også kan anvende til at tilbyde distribution af adresseløse forsendelser, men hvor det økonomiske grundlag for at opretholde netværket ikke afhænger af aktiviteten adresseløse forsendelser. Dette sætter i høj grad Post Danmark i stand til at handle uafhængigt af konkurrenter på markedet for adresseløse forsendelser, idet ingen konkurrenter vil have samme fordel med et udbygget distributionsnetværk, som i stor udstrækning står til rådighed uafhængigt af, hvordan kundeunderlaget med adresseløse forsendelser udvikler sig.

94. Post Danmarks fordele knyttet til den legale eneret og befordringspligt vedrører ikke bare etableringen af et landsdækkende netværk, men har også givet selskabets mange års forspring til at udvikle et distributionsnetværk med en høj service, som sætter selskabet i stand til at tilbyde kunderne landsdækkende forsyningsikkerhed.

95. Hertil kommer, at Post Danmark har en betydelig kapital- og ledelsesmæssig styrke, hvad angår postsektoren, som er oparbejdet ved indtægter og erfaringer fra enerets- og befordringspligtområdet gennem mange år. Endvidere har Post Danmark et meget velkendt varemærke. Post Danmark havde i 2002 en samlet omsætning på godt 11 mia. kr., som overvejende er indtjent i denne sektor. Forbruger-Kontakt har i den forbindelse anført, at Post Danmarks kapitalstyrke overstiger Forbruger-Kontakts mange gange, og således kan være en medvirkende årsag til, at Post Danmark vil kunne fastholde sin dominans.

96. Post Danmark har således en meget stærk position på markedet, og er reelt set det eneste selskab, som kan handle uafhængigt på markedet. Post Danmark har således qua sin styrke kunnet overtage nogle af de største kunder på markedet fra Forbruger-Kontakt, uden at Forbruger-Kontakt har kunnet komme med et modsvarende tilbud. Dette er tydeliggjort i praksis med Post Danmarks overtagelse af Coop, SuperBest og Spar. I relation til SuperBest og Spar fik Forbruger-Kontakt slet ikke mulighed for at komme med et konkurrerende tilbud, men måtte blot acceptere at afgive sine kunder til Post Danmark.

97. Selvom der ikke er fast praksis for, hvornår på året Post Danmark og Forbruger-Kontakt indgår deres kundefaftaler, så er der en tendens til, at kundefaftalerne følger kalenderåret, og at de typisk indgås i det forudgående halvår. Der er heller ikke nogen fast praksis for kontraktens længde og dermed for aftalernes udløb, men kundefaftalerne har typisk en varighed på mellem XX og XX år. Parterne er ikke vidende om det nøjagtige tidspunkt for, hvornår konkurrentens kundefaftaler udløber, og dermed hvornår det bedst kan betale sig at slå til. Parterne bliver kun opmærksomme på kundefaftalernes udløb i de få tilfælde, hvor kunden enten afholder et egentligt udbud, eller hvor kunden selv henvender sig direkte til den konkurrerende distributør med henblik på at få et konkurrerende tilbud. Det er alene XX, som har afholdt et udbud, og det er ikke nødvendigvis kutyme, at kunderne indhenter konkurrerende tilbud. Post Danmark og Forbruger-Kontakt er således generelt ikke afhængige af at skulle indgå i egentlige budrunder eller forhandlinger med henblik på at vinde konkurrentens kunder. Det indebærer, at hvis Post Danmark eller Forbruger-Kontakt har vundet en kunde, så er der ikke egentlige udbud eller årlige forhandlinger, som gør det lettere for modparten at vinde kunden tilbage.

98. Den eneste reelle konkurrent til Post Danmark er Forbruger-Kontakt, hvis position netop er blevet svækket betydeligt ved tabet af nogle af selskabets største kunder til Post Danmark. Tabet af disse kunder betyder, at Forbruger-Kontakt har tabt omtrent XX pct. af sin volumen, hvilket gør det sværere for Forbruger-Kontakt at opretholde sin landsdækkende distribution. Forbruger-Kontakt kan kun vanskeligt genvinde netop disse kunder de næste XX år, dvs. så længe selskabernes aftaler med Post Danmark løber, hvilket kan svække Forbruger-Kontakts stilling på markedet i en længere periode. Hvis Forbruger-Kontakt mister flere kunder til Post Danmark, kan det yderligere svække Forbruger-Kontakt og virksomhedens mulighed for at opretholde en kritisk masse i form af et tilstrækkeligt kundeunderlag, dvs. et tilstrækkeligt volumen, til at forblive det eneste landsdækkende distributør-alternativ til Post Danmark. Den kritiske masse udgør således grundlaget for virksomhedens landsdækkende distribution, og såfremt kundeunderlaget undergraves, kan virksomhedens eksistensgrundlag være truet, og dens tid som en alternativ udbyder til Post Danmark være talte. Forbruger-Kontakt har oplyst, at tab af yderligere store kunder vil medføre, at selskabet må opgive at være landsdækkende og dermed egentlig konkurrent til Post Danmark.

99. Det er på den baggrund den samlede vurdering, at Post Danmark er dominerende på markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser.

100. Forbruger-Kontakt har anført, at Post Danmark har en dominerende stilling på det danske marked for postbefordring inden for Post Danmarks eneretsområde samt på det danske marked for distribution af adresserede kataloger mv., hvor Post Danmark har befordringspligt. Forbruger-Kontakt anfører i den forbindelse, at Post Danmark anvender sin dominans på disse markeder til misbrug på det beslægtede marked for adresseløse forsendelser (med eller uden adresserede kataloger).

## Vurdering

### Lovens anvendelsesområde

101. Da Post Danmarks distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regionalaviser er erhvervsvirksomhed i konkurrencelovens forstand, er selskabets aktiviteter omfattet af loven, jf. konkurrencelovens § 2, stk. 1.

### Anvendelse af artikel 82

102. Pr. 1. maj 2004 trådte moderniseringen af EU's konkurrenceregler i kraft. Som led i moderniseringspakken har Kommissionen udstedt en ny meddelelse om begrebet påvirkning af samhandelen<sup>[19]</sup>. Begrebet påvirkning af samhandelen er et vigtigt begreb, fordi det udgør et kriterium for jurisdiktion, dvs. afgrænser konkurrencesager med EU-dimension over for nationale konkurrencesager. Begrebet afgør derfor, hvornår medlemsstaternes konkurrencemyndigheder og domstole er forpligtet til at anvende EU-traktatens konkurrenceregler direkte, og hvornår Kommissionen og medlemsstaterne er forpligtet til at følge bestemte regler for sagsfordeling og sagsbehandling i European Competition Network (ECN).

103. Det kan i denne sag konstateres, at der ikke vil være tale om et misbrug af en dominerende stilling i flere medlemsstater. Post Danmarks dominerende stilling vedrører imidlertid hele én medlemsstats område, dvs. Danmark, hvilket derfor kræver en nærmere analyse af, hvorvidt adfærden påvirker samhandelen<sup>[20]</sup>. Når eventuelt misbrug skal vurderes, anbefaler Kommissionen, at der sondres mellem de forskellige former for misbrug, 1) "ekskluderende misbrug", der skaber barrierer for adgangen til markedet, og 2) "udnyttende misbrug", dvs. de former for misbrug, hvor den dominerende virksomhed udnytter sin økonomiske styrke, fx ved at anvende for høje eller diskriminerende priser.

104. I den konkrete sag er der fremsat påstand om ekskluderende misbrug i form af predatory pricing. Den konkurrent, der risikerer at blive trængt ud af markedet, Forbruger-Kontakt, opererer ikke kun i Danmark men er også aktiv fsva. adresseløse forsendelser og gratisaviser via datterselskaber i både Sverige, Polen og Norge<sup>[21]</sup>. Forbruger-Kontakt tilbyder således via sine datterselskaber distributionsydelser i andre medlemsstater. Der er derfor tale om et påstået misbrug af Post Danmark, som er dominerende i én medlemsstat, men hvor den konkurrent, som risikerer at blive ekskluderet af dette marked, opererer i flere medlemsstater. Forbruger-Kontakt indgår i Søndagsavis-koncernen, og koncernens distributionsaktiviteter i Danmark bidrager med en væsentlig større del af omsætningen end koncernens distributionsaktiviteter i de øvrige lande. Hvis Forbruger-Kontakt derfor risikerer at blive ekskluderet af det danske marked, kan der også være tale om en afledet svækkelse af koncernens distributionsaktiviteter i de andre lande. Elimineres Forbruger-Kontakt som alternativ udbyder på det danske og eventuelt på andre markeder, medfører det, at konkurrencestrukturerne ændres generelt i Fællesskabet og dermed påvirker samhandelen. Konkurrencestyrelsen lægger derfor til grund, at samhandelskriteriet i nærværende sag kan være opfyldt. Derfor anvendes EF-traktatens konkurrenceregler og de nationale konkurrenceregler parallelt for det tilfælde, at dele af adfærden ikke påvirker samhandelen.

105. Styrelsens sagsbehandling er påbegyndt flere måneder før, at moderniseringsreglerne trådte i kraft pr. 1. maj, men afgørelsen skal træffes efter denne dato. Konkurrencestyrelsen har derfor fulgt procedurene i artikel 11, stk. 4 i Rådsforordning 1/2003.



## Praksis vedrørende urimeligt lave priser – "predatory pricing"

106. Forbruger-Kontakt har anført, at Post Danmark misbruger sin dominerende stilling ved at anvende urimeligt lave priser med det formål at drive Forbruger-Kontakt ud af markedet. Da Post Danmark indtager en dominerende stilling på det relevante marked vurderes det, om Post Danmark misbruger denne stilling ved at anvende urimeligt lave priser.

107. I henhold til artikel 82, stk. 1, litra a, og konkurrencelovens § 11, stk. 1, er det forbudt en virksomhed at misbruge sin dominerende stilling ved at anvende urimeligt lave priser ("predatory pricing"). Fællesskabets retspraksis vedr. anvendelse af EF-Traktatens artikel 82 danner grundlag for en vurdering af, hvorvidt der foreligger et misbrug af en dominerende stilling i form af predatory pricing. Der er tale om predatory pricing, dvs. underbudspriser, når den dominerende virksomhed sælger en tjeneste under kostprisen med henblik på at udelukke konkurrenter fra markedet eller afholde dem fra at træde ind på markedet, således at den dominerende virksomhed får mulighed for at styrke sin markedsstilling. Begrebet kostpris er nærmere fastlagt i AKZO-dommen og i Deutsche Post afgørelsen, jf. nedenfor.

### *AKZO-dommen*

108. EF-Domstolen tog første gang stilling til spørgsmålet om predatory pricing i AKZO-dommen[22]. Dommen fastslog, at AKZO havde misbrugt sin dominerende stilling ved selektivt at tilbyde underbudspriser, som var lavere end virksomhedens gennemsnitlige variable omkostninger med henblik på at fortrænge konkurrenten fra markedet.

109 I AKZO-dommen blev der anvendt en omkostningsbaseret test, der havde til formål at definere de omkostninger, som ændres i forhold til den producerede mængde. Det fremgår af dommen, at der er tale om et prismisbrug, når prisen ligger under den dominerende virksomheds gennemsnitlige variable omkostninger ( $P$  mindre end  $AVC$ ). Hvis tager pris, som er lavere de gennemsnitlige variable omkostninger, påføres virksomheden et tab hver gang, den sælger en enhed mere. Den dominerende virksomhed har derfor på sigt ingen anden interesse i anvende sådanne end eliminere konkurrenter fra markedet for derefter at udnytte sin monopolstilling og hæve sine priser igen.

110 Videre fremgår det, at der er tale om misbrug, hvis en dominerende virksomhed sætter sin pris på en ydelse, under de gennemsnitlige totale omkostninger, men over de gennemsnitlige variable omkostninger ( $AVC$  mindre end  $P$  mindre end  $ATC$ ), som den en dominerende virksomhed i fra at  $P$  hvis det samtidig kan dokumenteres, fastsætter prisen led plan om fjerne konkurrent markedet.

111. Domstolen accepterede dog en undtagelse fra denne test. Domstolen anerkendte, at en dominerende virksomhed godt kan foretage rent defensive pristilpasninger over for allerede eksisterende kunder med henblik på at bevare sin faste kundekreds ("meeting the competition"), idet rent defensive pristilpasninger ikke kan afspejle en hensigt om at eliminere konkurrenten.

### *Deutsche Post afgørelsen*

112. Kommissionen har senere taget stilling til spørgsmålet om predatory pricing i en sag indenfor postområdet i Tyskland (Deutsche Post (DPAG) sagen)<sup>[23]</sup>. Kommissionen fandt, at en test baseret på de gennemsnitlige variable og totale omkostninger, som blev anvendt i AKZO-dommen, ikke er den bedst egnede test til at identificere niveauet for predatory pricing for en postvirksomhed, som

udfører en lovbestemt befordringspligt og tillige er en multiservicevirksomhed, som også udbyder tjenester på konkurrenceudsatte markeder. Årsagen var ifølge Kommissionen bl.a., at AKZO-testen fokuserer på et omkostningsbegreb, der retter sig mod enkeltvareproduktion, der ikke kan sammenlignes med postvirksomhed. Kommissionens konklusion var derfor, at AVC ikke er den rette omkostningstest at anvende for at vurdere, om der er tale om prismisbrug for en dominerende postvirksomhed.

#### *AIC-testen*

*Incremental costs, dvs. de produktspecifikke meromkostninger*, opstår ved udførelsen af en specifik tjeneste. Disse meromkostninger er afhængige af mængden af denne tjeneste, som opstår alene på grundlag af den specifikke tjeneste, og bortfalder fuldt ud i tilfælde af en afvikling af denne tjenesteydelse. Incremental cost omfatter kun omkostninger, der alene opstår på grundlag af den enkelte tjeneste. I AIC indgår ikke de faste omkostninger, som ikke alene opstår på grundlag af en enkelt tjeneste (dvs. de fælles faste omkostninger). Det skyldes, at de fælles faste omkostninger ikke er produktspecifikt forbundet med en bestemt tjeneste og først bortfalder, når alle virksomhedens tjenester bliver afviklet[24].

I modsætning til en privat virksomhed har en postvirksomhed med befordringspligt i tilfælde af afviklingen af en konkurrenceudsat tjeneste ikke mulighed for at reducere personalemæssige og materielle ressourcer i samme forhold som den mængdemæssige nedgang[25]. Denne forpligtelse til at råde over en reservekapacitet betegnes som ”carrier of last resort”[26].

Hvis postvirksomheden som følge af forpligtelsen til at udføre offentlige tjenester råder over en infrastruktur, skal der sondres mellem de fælles omkostninger til reservekapaciteten og de produktspecifikke meromkostninger ved de enkelte tjenester. Omkostninger til reservekapaciteten opstår uafhængigt af de leverede tjenester og den befordrede mængde forsendelser alene som følge af reservekapaciteten. De omkostninger, som opstår som følge af den lovbestemte befordringspligt, øger den andel af de fælles faste omkostninger, som skal afholdes af ”carrier of last resort” i forhold til virksomheder, der ikke er underlagt en forpligtelse til at udføre offentlige tjenester. Fælles faste omkostninger bortfalder kun, hvis forpligtelsen til at udføre offentlige tjenester generelt bortfalder. På denne måde tages der højde for omkostningerne til reservekapaciteten i netværket og derfor kræves det således kun, at de produktspecifikke meromkostninger dækkes i forbindelse med den konkurrenceudsatte tjeneste. Dermed belastes de konkurrenceudsatte aktiviteter ikke med de fælles faste omkostninger til reservekapaciteten i netværket, som opstår for postvirksomheden som følge af forpligtelsen til at udføre offentlige tjenester[27]. De fælles faste omkostninger indgår således ikke i de produktspecifikke omkostninger for den enkelte tjeneste. Disse omkostninger bortfalder kun, hvis befordringspligten bortfalder, og de er derfor ikke forbundet med en enkelt konkurrenceudsat tjeneste.

Derfor skal de produktspecifikke omkostninger ikke belastes med de generelle omkostninger til reservekapaciteten, som opstår som følge af befordringspligten. AIC inddrager derfor kun alle faste og variable omkostninger, som alene opstår ved at producere den enkelte konkurrenceudsatte tjeneste.

114. Kommissionen tog stilling til, hvorvidt Deutsche Post AG (DPAG) havde misbrugt sin dominerende stilling ved at tilbyde pakketjenester til postordresektoren til urimeligt lave priser.

115. På baggrund af AIC- testen i Deutsche Post gennemgik Kommissionen hvert enkelt trin i produktionen af den pågældende tjeneste for at sondre mellem de produktspecifikke omkostninger, som alene opstår ved at udføre den enkelte tjeneste, og de fælles faste omkostninger, som ikke alene kan henføres til denne tjeneste. Kommissionen fandt, at der ved opgørelsen af de omkostninger, der ændres i forhold til den producerede mængde (i AKZO-dommen lig med AVC), skulle tages hensyn til en opdeling mellem de fælles faste omkostninger på den ene side og de produktspecifikke (faste og variable) meromkostninger ved at udføre den konkurrenceudsatte tjeneste på den anden side. Som følge af postvirksomhedens forpligtelse til at udføre offentlige tjenester fandt Kommissionen, at det alene er de gennemsnitlige produktspecifikke omkostninger (AIC), som ændres i forhold til mængden af den konkurrenceudsatte tjeneste.

116. Kommissionen fandt, at DPAG i perioden 1990-1995 havde tilbudt pakketjenester til postordresektoren til underbudspriser, dvs. priserne under de produktspecifikke meromkostninger. Kommissionen afgjorde på den baggrund, at Deutsche Post havde misbrugt sin dominerende stilling ved predatory pricing og dermed overtrådt EF-traktatens artikel 82[28].

117. Det fremgår således af DPAG-afgørelsen, at der for en postvirksomhed som Post Danmark, der har hhv. eneret, befordringspligt, og samtidig udbyder andre tjenester i fri konkurrence, ikke længere eksisterer en omkostningstest baseret på AVC, men i stedet en omkostningstest baseret på de gennemsnitlige produktspecifikke meromkostninger (AIC).

118. Det er styrelsens vurdering, at principperne i DPAG-afgørelsen finder anvendelse, når styrelsen skal vurdere, om Post Danmark har anvendt urimeligt lave priser. Dette skyldes, at Post Danmark er en postvirksomhed, som har en befordringspligt på visse tjenester og samtidig udbyder tjenester i konkurrence med andre selskaber dvs. uden befordringspligt. Der henvises i den forbindelse til Kommissionens pressemeddelelse, der blev udsendt samtidig med afgørelsen, hvoraf følgende fremgår: ”This formal decision under Article 82 of the Treaty clarifies the Commission’s position on the costs to be covered by a multi-product monopoly operator that offers an additional line of products in markets open to competition”.

119. Udover predatory pricing skal der også tages stilling til om der foreligger elimineringshensigt. Elimineringshensigt vil normalt tage form af en eller anden plan, der har til hensigt at eliminere en konkurrent fra markedet (på anden vis en via den normale konkurrenceproces). Priskonkurrence er som bekendt som udgangspunkt positiv, og bevisbyrden for, at priser i enkeltkundeforhold, der overstiger AIC, men ikke dækker ATC, kan anses for at være udtryk for elimineringshensigt, må antages at være streng.

120. Det er vanskeligt at udlede noget entydigt af de foreliggende EU-domme vedrørende emnet for så vidt angår bevisbyrden, dvs. hvilke elementer der bør lægges til grund ved vurderingen af, om der i en given sag foreligger elimineringshensigt[29]. Det skyldes, at konklusionerne om elimineringshensigt i disse EU-domme ofte er baseret på flere elementer og hviler på et individuelt og særdeles konkret grundlag i hver enkelt dom. Ifølge EU-praksis lægges der bl.a. og navnlig vægt på varigheden, uforanderligheden og størrelsen af eventuelt tabsgivende salg.

121. I DPAG-afgørelsen tages ikke stilling til, om der udover AIC-testen stadig gælder en såkaldt ATC-test, som den fremgår af AKZO-dommen, allerede fordi prisen var lavere end AIC. Predatory intent kan komme på tale, hvis der foreligger bevis for, at den dominerende virksomhed på forhånd har en bevidst strategi om at eliminere sin konkurrent og samtidig tilbyder kunderne en pris, som ligger mellem de gennemsnitlige inkrementelle og de gennemsnitlige totale omkostninger (AIC

122. Det er Konkurrencestyrelsens vurdering, at det er relevant at anvende en ATC-test, hvis der kan påvises en elimineringshensigt[30]. Dette er drøftet med Kommissionen. Det er desuden styrelsens vurdering, at forholdet mellem priserne og ATC er relevant ved en vurdering af spørgsmålet om statsstøtte og krydssubsidiering. Det bemærkes, at Post Danmark har understreget, at selskabet også finder, at AIC er den relevante test for så vidt angår vurdering af statsstøtte[31]

### **Parternes synspunkter vedrørende valg af omkostningstest**

123. ATC kan opgøres på grundlag af Post Danmarks produktøkonomiregnskab, hvor Post Danmark's samlede omkostninger fordeles ud fra fordelingsnøgler. Produktøkonomiregnskabet er opstillet i overensstemmelse med de krav, som Kommissionen har stillet i henhold til postdirektivet. Fordelingsnøglerne indeholder et arbitrært element og tjener et andet formål. Men ATC kan også som i denne sag opgøres med udgangspunkt i DPAG-afgørelsen ud fra en opgørelse af de omkostninger, der falder bort.

124. Der er ikke retspraksis for om anvendelsen af det ene eller andet ATC begreb skal lægges til grund ved bedømmelsen af, om der foreligger predatory intent. Det kan desuden diskuteres om ATC-begrebet giver mening for en multiproduktvirksomhed, fordi der er tale om et gennemsnitbegreb, der bl.a. baserer sig på antallet af forsendelser, forsendelsernes vægt og på forsendelsestyper. Den samme diskussion kan rejses i forhold til AVC-begrebet. Det er således en rimelighedsvurdering og ikke et spørgsmål, der kan afgøres objektivt, om omkostningerne ved produktion af flere produkter skal fordeles på disse efter antal styk, vægt, omsætningsandele eller andet. For en multiproduktvirksomhed er det teoretisk mere veldefineret at opgøre de såkaldte stand-alone omkostninger, dvs. virksomhedens omkostninger i den hypotetiske situation, hvor virksomheden alene skulle tilvejebringe et af produkterne. Summen af stand-alone omkostningerne for de enkelte produkter vil normalt klart overstige virksomhedens samlede omkostninger. Det vil imidlertid ikke være samfundsøkonomisk optimalt at kræve, at dominerende virksomheder generelt sætter sine priser højere end stand-alone omkostningerne, og det er derfor i denne afgørelse valgt at anvende omkostningsbegreber, hvor omkostningerne efter et skøn er delt ud på virksomhedens - her Post Danmarks - forskellige produkter.

125. Efter Konkurrencestyrelsens vurdering er det først relevant at anvende en ATC-test, hvis der kan påvises en elimineringshensigt[32]. Dette er drøftet med Kommissionen.

### **Vurdering af elimineringshensigt**

126. Post Danmark er enig i, at en vurdering af, om selskabet har anvendt urimeligt lave priser, bør baseres på DPAG-afgørelsen, idet selskabet mener, at Kommissionen i afgørelsen giver en klar og generel regel for, hvilke omkostninger en sådan operatør med befordringspligt skal dække, hvis denne operatør samtidig udbyder tjenester på konkurrenceudsatte markeder[33].

127. Post Danmark mener ikke, at der efter Kommissionens DPAG-afgørelse gælder en ATC-test, men selskabet er af den opfattelse, at der alene gælder en AIC-test, dvs. om prisen er højere end de produktspecifikke meromkostninger[34].

128. Forbruger-Kontakt har påpeget, at udover AIC-testen, så er det også relevant at inddrage en ATC-test for at konstatere, at Post Danmark har haft til hensigt at eliminere Forbruger-Kontakt for så vidt angår priser under ATC. Efter Forbruger-Kontakts opfattelse kan Konkurrencestyrelsen lægge til grund, at Post Danmark har haft til hensigt at eliminere Forbruger-Kontakt, og at ATC er det omkostningsmål, som Post Danmark priser skal dække. Forbruger-Kontakt har i den forbindelse henvist til forskellige avisartikler, som omhandler Post Danmarks udmeldinger vedrørende selskabets adfærd på markedet for adresseløse forsendelser, jf. bilag 6 og 7.

129. Forbruger-Kontakt har anført en række forhold til støtte for sin påstand om, at der foreligger elimineringshensigt.

130. Forbrugerkontakt peger således på, at Post Danmark har besluttet at udgive et husstandsomdelt blad i konkurrence med Søndagsavisen. Konkurrencestyrelsen finder ikke, at det forhold, at Post Danmark vælger at konkurrere med Søndagsavisen for så vidt angår et andet marked, beviser, at der foreligger elimineringshensigt på markedet for adresseløse forsendelser. Post Danmark har understreget, at der ikke er tale om en egentlig avis alene et reklamebærende omslag.

131. Forbruger-Kontakt har henvist til, at Post Danmark i artikler og informationsmateriale har udtrykt sig aggressivt over Forbruger-Kontakt. Det drejer sig bl.a. om, at Post Danmark ifølge Forbruger-Kontakt udøver misbrug af befordringspligten. Forbruger-Kontakt har her henvist til Post Danmark materiale, hvori der indgår udtalelser som ”use USO as an offensive tool”. Hertil kommer Post Danmarks udtalelser om, at selskabet ønsker at kapre nye kunder på markedet for adresseløse forsendelser. Konkurrencestyrelsen finder, at disse udmeldinger fra Post Danmarks side har for generel karakter til at udgøre bevis for elimineringshensigt.

132. Hertil kommer Forbruger-Kontakts eget udsagn om, at ”Post Danmark ikke har brudt sig om Forbruger-Kontakts opbygning af et landsdækkende net”. Efter styrelsens opfattelse er det ikke et bevis på elimineringshensigt. Det samme gælder Forbruger-Kontakts udsagn om, at ”Post Danmark udviser en aggressiv adfærd, som tidsmæssigt falder sammen med intensiveringen af salgsbestræbelserne for en aktiepost i Post Danmark”.

133. Post Danmark har endvidere udvidet distributionen til at omfatte fredage/lørdage, hvilket er en forretningsmæssig disposition, som efterspørges af kunderne, og et sådant tiltag fra Post Danmark’s side kan efter styrelsens opfattelse ikke i sig selv siges at udgøre elimineringshensigt.

134. Endvidere har Konkurrencestyrelsen bl.a. på Forbruger-Kontakts opfordring indhentet kopier af strategiplaner, bestyrelsesmødereferater og direktionsmødereferater for det adresseløse område for perioden 2000-2004. Der er ikke i dette materiale fundet beviser for, at Post Danmark har stræbt efter at eliminere Forbruger Kontakt.

135. Endvidere har Post Danmark benyttet lavere priser over for konkurrenters kunder end egne kunder. Det forhold, at Post Danmark i enkeltkundeforhold har benyttet priser under ATC er efter styrelsens vurdering ikke i sig selv udtryk for en elimineringshensigt. Til disse forklaringer hører, at Post Danmark i kraft af sin størrelse og netværksfordele i tilknytning til det befordringspligtige

distributionsnet opnår positive eksternaliteter på omkostningssiden og economies of scope og skalafordele.

136. Selvom Post Danmark har overtaget kunder som Coop, Superbest og Spar fra Forbruger-Kontakt, så har det ikke haft som konsekvens, at Forbruger-Kontakt er blevet elimineret fra markedet. Hvis Post Danmark imidlertid fortsætter med at erobre store enkeltkunder fra Forbruger-Kontakt ved at tilbyde dem priser mellem AIC og ATC, så kan en sådan adfærd fra Post Danmarks side få som konsekvens, at den undergraver den kritiske masse af kunder, som er nødvendig for, at Forbruger-Kontakt fortsat kan opretholde et konkurrerende landsdækkende distributionsnet. I en sådan situation kan spørgsmålet om elimineringshensigt komme på tale.

137. Konkurrencestyrelsen er enig med Forbruger-Kontakt i, at spørgsmålet om elimineringshensigt må vurderes på en anden måde i den foreliggende sag end i de fleste andre sager om lave priser (predation). I den foreliggende sag er der således tale om, at Post Danmark må antages fuldt ud at være klar over, at Forbruger-Kontakt må vurderes at have en undergrænse for den omsætning, ved hvilken det er rentabelt at opretholde et landsdækkende distributionsnet. Hvis Post Danmark således i kraft af priser, der ikke dækker gennemsnitsomkostningerne (ATC) opnår så stor en markedsandel, at Forbruger-Kontakt må opgive landsdækkende distribution, så vil der være gode argumenter for, at Post Danmarks adfærd må vurderes på samme måde, som hvis virksomheden bevisligt, fx på baggrund af internt materiale, havde givet udtryk for en hensigt om at eliminere Forbruger-Kontakt. Konkurrencestyrelsen vurderer imidlertid, at en sådan situation ikke foreligger på nuværende tidspunkt. Post Danmarks adfærd kan indtil videre betegnes som stærkt konkurrencepræget, men ikke mere, end at Forbruger-Kontakt fortsat har en betydelig markedsandel.

138. Hertil kommer, at Post Danmarks gennemsnitlige priser i den betragtede periode har været højere end ATC (både når ATC er opgjort efter produktøkonomiregnskabet og konkurrenceregnskabet).

139. Endelig kunne det anføres, at det - i kombination med ovenstående betragtning om, at Post Danmark må antages at være klar over effekten af sin markedsadfærd på Forbruger-Kontakts situation - kan siges at udgøre et problem, at priserne til flere af Post Danmarks kunder er lavere end ATC. Hertil kan imidlertid anføres, at spørgsmålet om, hvorvidt der er større forskel på priserne til de forskellige kunder, end omkostningsforholdene berettiger, er fuldt ud dækket af den sag vedr. misbrug af Post Danmarks dominerede stilling, som Konkurrencerådet tog stilling til den 29. september 2004. Denne afgørelse betyder, at Post Danmarks fremtidige prissætning skal ske på en måde, så prisforskelle er omkostningsbegrundede, og i den foreliggende sag er der derfor ingen grund til at vurdere, om det er problematisk, at priserne til flere af kunderne ikke dækker de gennemsnitlige omkostninger.

### **Opgørelse af AIC og ATC**

140. Konkurrencestyrelsen, Forbruger-Kontakt og Post Danmark er således enige om, at principperne i DPAG-afgørelsen bør lægges til grund, men som det ses nedenfor er der uenighed om, hvilke omkostninger der i praksis skal indregnes i de inkrementelle omkostninger (AIC).

141. Ifølge gældende postdirektiver og nationale regler skal Post Danmark lave særskilte regnskaber for følgende hovedkategorier: 1) eneretsområdet, 2) befordringspligt med konkurrence og 3) det rene konkurrenceområde uden eneret og befordringspligt. Under disse hovedkategorier

skal Post Danmark endvidere udarbejde særskilte delregnskaber for de særskilte forretningsområder, hvilket Post Danmark allerede udfører i dag på grundlag af de gældende nationale regler herom, jf. omtale heraf i afsnittene under overskriften ”Forholdet til anden regulering”.

142. Som nævnt stilles der ifølge Postdirektivets artikel 14 krav om adskilte regnskabsopgørelser for den befordringspligtige virksomheds regnskaber. Som supplement til regnskabsføringen efter årsregnskabsloven udarbejder Post Danmark derfor på basis af Trafikministeriets regnskabsreglement[35] interne produktøkonomiregnskaber for hvert regnskabsår. De overordnede principper herfor har Trafikministeriet forelagt Kommissionen. Post Danmark skal redegøre for virksomhedens indtægter, omkostninger og dækningsbidrag for tre hovedområder (eneret, befordringspligt med konkurrence og konkurrence uden befordringspligt) opdelt på selskabets 16 produkter. Produktøkonomiregnskabet opererer med arts- og funktionsopdelte omkostninger og udarbejdes efter ”fuldkost-fordelingsmetoden” for indtægter og udgifter, dvs. at der foretages en fordeling på de enkelte ydelser/produkter af alle indtægter og omkostninger, som ud fra en driftsøkonomisk gennemsnitsbetragtning vedrører den relevante ydelse. Som led i Trafikministeriets tilsyn med Post Danmark skal opgørelserne godkendes af to eksterne revisionsfirmaer udpeget af Trafikministeriet. På baggrund af disse regnskaber kan Post Danmark blandt andet beregne ATC efter fuldkost fordelingsmetoden.

143. Kommissionen har med DPAG-afgørelsen angivet, at AIC er den relevante test for så vidt angår vurdering af predatory pricing for postvirksomheder med en befordringspligt. Som følge heraf udarbejder Post Danmark udover ovennævnte produktøkonomiregnskaber de såkaldte konkurrenceregnskaber, der indeholder selskabets egne opgørelser af de inkrementelle omkostninger for særskilte forretningsområder under ovennævnte tre hovedkategorier. Post Danmark ønsker, at disse regnskaber fremover kan erstatte de nuværende regnskabsopgørelser (produktøkonomiopgørelser) udarbejdet i medfør af postlovgivningen. Produktøkonomiopgørelser bygger på en fordeling af omkostningerne uden hensyntagen til opretholdelsen af befordringspligten. Disse principper afviger fra DPAG-afgørelsen og kan derfor ikke lægges til grund i denne sag.

144. Adresseløse forsendelser udgør et særskilt forretningsområde under hovedkategorien ”ren konkurrence”. Til dette forretningsområde hører fx også omdeling af lokale ugeaviser, direct mail og ikke befordringspligtige pakker og breve.

145. Konkurrencestyrelsen har afgrænset det samlede marked til markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokalaviser. Selvom det samlede marked omfatter distribution af adresseløse forsendelser og lokalaviser, er der kun klaget over Post Danmarks adfærd i relation til kunder, som efterspørger landsdækkende omdeling af reklamefor sendelser (Coop, Spar og Super Best). Konkurrencestyrelsens er enig med Forbruger-Kontakt i, at afgrænsningen af det relevante marked ikke bør have som konsekvens, dels at forholdet mellem priser og omkostninger forrykkes, eller at nogle omkostninger så at sige ”falder ned imellem to stole”. Efter styrelsens opfattelse, er ingen af delene imidlertid tilfældet, dels fordi en inddragelse af lokalaviser i beregningerne efter styrelsens vurdering ville få både AIC og gennemsnitsprisen til at stige knap XX øre pr. stk. [36], dels fordi omkostninger, der er fælles for adresseløse forsendelser og lokalaviser, er fordelt efter fuldkostmetoden. I overensstemmelse med AKZO-dommen[37] skal analysen af forholdet mellem pris og omkostninger desuden foretages for hvert enkelt produktområde for sig. På den baggrund har styrelsen med henvisning til konkurrencelovens § 14, stk. 1, 3. pkt. ikke fundet grundlag for

nærmere at undersøge forholdet mellem priser og omkostninger for så vidt angår distribution af lokalaviser. Styrelsen ser derfor i den videre analyse alene på AIC for så vidt angår adresseløse forsendelser eksklusiv lokalaviser.

146. Hvis man alligevel vurderer forretningsområdet for lokalaviser isoleret set, så ligger selskabets gennemsnitspris pr. lokalavis (XX pr. stk. i 2003 og XX pr. stk. i de første 9 måneder af 2004) og den laveste pris til en enkeltkunde (XX pr. stk. i 2003 og XX pr. stk. i de første 9 måneder af 2004) over de variable stykomkostninger (XX pr. stk. ifølge produktregnskabet i 2003 og XX pr. stk. ifølge konkurrenceregnskabet i de første 9 måneder af 2004, når AIC er opgjort efter styrelsen korrigerede beregningerne, jf. styrelsens metode for opgørelse af AIC for adresseløse nedenfor). Endvidere er ATC opgjort til XX pr. stk. efter produktøkonomiregnskabet i 2003 og XX pr. stk. efter konkurrenceregnskabet i de første 9 måneder af 2004. Det giver derfor ikke anledning til yderligere undersøgelse af dette spørgsmål.

### **Post Danmark's beregning af AIC og ATC**

147. På baggrund af DPAG afgørelsen har Post Danmark som nævnt udarbejdet et såkaldt konkurrenceregnskab. Fordelingsprincipperne bag dette regnskab fremgår. Selve Post Danmarks konkurrenceregnskab for adresseløse forsendelser i 2003 er vedlagt.

148. Ifølge disse principper sonderer Post Danmark på basis af aktivitetsbaserede analyser mellem tre omkostningstyper. Det drejer sig om hhv.:

- Produktspecifikke omkostninger (IC),
- Henførbare fællesomkostninger og
- Ikke-henførbare fællesomkostninger

149. *De produktspecifikke omkostninger (IC)* udgøres af variable og faste omkostninger fra produktion, transport og distribution, som udelukkende vedrører det konkurrenceudsatte produkt.

150. *De henførbare fællesomkostninger* vedrører omkostninger, der er fælles for nogle men ikke alle Post Danmarks produkter. De henførbare fællesomkostninger kan både være faste og variable. Hvis aktiviteterne vedrører flere forskellige konkurrenceprodukter, så fordeles omkostningerne forholdsmæssigt i de pågældende produkters konkurrenceregnskaber. Hvis omfanget af aktiviteterne er fastsat for at kunne opfylde befordringspligten, så henføres alle omkostningerne derimod til de relevante befordringspligtige produkter som henførbare fællesomkostninger. Sidstnævnte gør sig fx gældende for både variable omkostninger og kapacitetsomkostninger for en stor del af aktiviteterne i forbindelse med filialer og transport samt for de fleste kapacitetsomkostninger vedrørende transport og produktion. Salgs- og administrationsomkostninger er også opgjort som henførbare fælles omkostninger, idet disse er fælles for en række forskellige produkter.

151. *De ikke-henførbare fællesomkostninger* er de omkostninger, som eksempelvis opstår i den centrale del af Post Danmarks organisation, dvs. hovedkontoromkostninger. I disse omkostninger indgår fx fælles udviklingsomkostninger, finans (fx renteindtægter og -udgifter), og afskrivning af goodwill. Det er et fællestræk for disse omkostninger, at de ikke vil falde bort eller blive reduceret med bortfald af et enkelt produkt, og at de må betragtes som værende fælles for hele virksomheden.



152. Opdelingen af forskellige omkostninger i faste og variable omkostninger går på tværs af disse omkostningstyper. De variable omkostninger omfatter primært lønomkostninger til de enkelte aktiviteter, hvorimod kapacitetsomkostninger betragtes som faste omkostninger, der går med at tilvejebringe produktionssystemet, dvs. bygninger, maskiner, varevogne osv.

153. Ovenstående regnskabsprincipper anvendes af Post Danmark i konkurrenceregnskabet for selskabets enkelte produkter, herunder også separat for adresseløse forsendelser. Sondringen mellem de omkostninger, der er produktspecifikke for de adresseløse forsendelser, og dermed henregnes til IC, og de omkostninger, der er fælles for adresseløse forsendelser og andre produkter, vedrører både variable og faste omkostninger. I denne opdeling henviser Post Danmark til Kommissionens synspunkt[38] om, at der grundet befordringspligten bør sondres mellem omkostninger til "network capacity" på den ene side og omkostninger til "network usage" på den anden side. Idet en stor del af de faste omkostninger ifølge Post Danmark medgår til at opretholde en "network capacity", medregnes en stor del af disse ikke i IC, men medregnes i de fælles henførbare omkostninger. Omvendt er det især de variable omkostninger forbundet med det enkelte produkt som fx adresseløse forsendelser, der kan anses for at være omkostninger til "network usage", og som derfor henregnes til IC for det pågældende produkt.

#### ***De enkelte hovedposter i Post Danmarks konkurrenceregnskab for adresseløse forsendelser***

154. Post Danmarks konkurrenceregnskab for produktet adresseløse forsendelser for 2003 og første halvår af 2004, kan sammenfattes på følgende måde.

**Tabel 2. Post Danmark's beregning af (AIC) og ATC for adresseløse**

	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
	<b>øre/stk.</b>	<b>1. halvår</b>	<b>2003</b>	<b>1. halvår</b>
	<b>øre/stk.</b>	<b>øre/stk.</b>	<b>mio. kr.</b>	<b>mio. kr.</b>
Produktspecifikke logistikomkostninger				
- Variable	XX	XX	XX	XX
- Faste	XX	XX	XX	XX
AIC	XX	XX	XX	XX
Henførbare fællesomkostninger	XX	XX	XX	XX
- Fælles variable omkostninger	XX	XX	XX	XX
- Kapacitetslogistikomkostninger	XX	XX	XX	XX
- Salg- og administrationsomkostninger	XX	XX	XX	XX
Ikke-henførbare fællesomkostninger	XX	XX	XX	XX
Finans (inkl. goodwill)	XX	XX	XX	XX
ATC	XX	XX	XX	XX
Fortjeneste	XX	XX	XX	XX
Pris/stk. eller omsætning	XX	XX	XX	XX
Antal forsendelser (mio. stk)	XX	XX	XX	XX

## Produktspecifikke logistikomkostninger

155. Post Danmark mener, at det alene er de produktspecifikke omkostninger, som umiddelbart vil falde bort, såfremt Post Danmark måtte vælge at afvikle sine aktiviteter med distribution af adresseløse forsendelser, som skal indregnes i AIC. Disse produktspecifikke meromkostninger består ifølge Post Danmark af variable og faste omkostninger fra produktion, transport og distribution, som udelukkende er forårsaget af de adresseløse forsendelser. De variable omkostninger udgøres primært af lønomkostninger i produktionen, og drives af mængden som produceres. Disse omkostninger kan derfor betragtes som falde-bort omkostninger for det enkelte produkt, dvs. adresseløse forsendelser. De variable omkostninger til distribution er dimensioneret efter antal besøg, hvor omkostningerne ved solobesøg med aflevering af kun ét produkt henføres til de produktspecifikke omkostninger for dette produkt. Omkostningerne ved besøg, hvor der afleveres mere end ét produkt henregnes ikke til AIC, men til de befordringspligtige produkter, når uddelingen sker sammen med et befordringspligtigt produkt eller de andre konkurrenceprodukter, hvis uddelingen sker sammen med et konkurrenceprodukt.

156. Til disse produktspecifikke omkostninger henregner Post Danmark i praksis lønomkostninger til:

- grovsortering i postcentre
- sammenlægning af de enkelte adresseløse forsendelser pr. afleveringssted i postcentre
- largøring/læsning af bil og udkørsel af depotsække fra distributionscentre
- postbudenes "solobesøg" dvs. besøg, hvor der alene udbringes adresseløse forsendelser.

157. Udover ovennævnte variable produktspecifikke omkostninger forekommer der ifølge Post Danmark indenfor transport og produktion produktspecifikke kapacitetsomkostninger, dvs. faste omkostninger. Disse forekommer i tilfælde, hvor anlæg mv. kan henføres til et specifikt produkt fx de adresseløse forsendelser. Hertil henregner Post Danmark i praksis for adresseløse forsendelser faste omkostninger til de større lastbiler og anhængere samt vedligehold og afskrivninger på det ekstra materiel, som skal anvendes som følge af, at de adresseløse forsendelser skal transporteres mellem postcentre. Grunden til, at Post Danmark indregner faste omkostninger som følge af brug af større biler er, at adresseløse forsendelser tilfører transporterne mellem postcentre et væsentlig større volumen, end hvis adresseløse forsendelser ikke er med.

158. Det ses af tabel 2, at AIC er faldet XX fra 2003 til 1. halvår 2004. Post Danmark har redegjort for dette fald i AIC med henvisning til, at selskabet har opnået et større volumen pga. de nye leverancer til store kunder (XX) for 2004. Selskabet har henvist til, at større volumen indebærer stordriftsfordele for selskabet i form af såkaldt dropøkonomi, og at der ikke er direkte proportionalitet mellem volumen og omkostninger. Hvis der fx kommer én ekstra adresseløs forsendelse med pr. stop, så der fremover er to forsendelser pr. stop i stedet for kun én forsendelse, så er enhedsomkostningerne for den anden forsendelse mindre end for den første forsendelse. Post Danmark oplyser, at sådanne omkostningsforbedringer navnlig gør sig gældende for omkostningerne til distribution, herunder XX og XX, hvor næsten uændrede omkostninger kombineret med større volumen resulterer i lavere gennemsnitlige omkostninger.

### *Henførbare fællesomkostninger*

#### *Fælles variable omkostninger*

159. Fællesomkostninger er ifølge Post Danmark omkostninger, som ikke vil falde bort ved ændringer i sammensætningen af produkter, og derfor ifølge selskabet ikke betragtes som produktspecifikke. For så vidt angår fællesomkostninger for en gruppe produkter, så kan de opdeles i variable fællesomkostninger og fælles kapacitetsomkostninger. Med henvisning til DPAG afgørelsen mener Post Danmark, at fælles variable omkostninger rent definatorisk ikke bør indregnes i de produktspecifikke omkostninger for det enkelte produkt, idet selskabet ikke mener, at nogen af disse fælles variable omkostninger bortfalder, hvis adresseløse forsendelser bortfalder[39].

160. For så vidt angår de fælles variable omkostninger, så dækker de fx arbejds løn i forbindelse med transport med flere typer produkter eller distribution ved besøg af husstande med flere forskellige konkurrenceprodukter, Langt hovedparten af de fælles variable omkostninger udgøres af distributionsomkostninger. Ifølge Post Danmark falder sambesøg med flere konkurrenceprodukter ikke væk, selv om det adresseløse produkt falder bort. Det skyldes ifølge selskabet, at disse aktiviteter alligevel skal foretages for at transportere eller omdele de øvrige konkurrenceprodukter. Øvrige konkurrenceprodukter kan fx være lokalaviser eller andre typer som eksempelvis postordrebrev og pakker under konkurrence. Det ses af tabel 2, at de fælles variable omkostninger er forholdsvis XX sammenlignet med de produktspecifikke variable omkostninger, hvilket har flere årsager. Den første årsag er, at fx fælles distributionsomkostninger i form af eksempelvis løn til postbudet for tid ved stop fra ruten ind til én husstand med fælles omdeling af både ét adresseret brev og én adresseløs, ikke indgår i konkurrenceregnskabet for adresseløse forsendelser. Det skyldes, at de adresserede breve netop er omfattet af selskabets befordringspligt og omkostningerne ved de nævnte fælles omdelinger henføres som inkrementelle omkostninger til konkurrenceregnskabet for det befordringspligtige produkt, dvs. konkurrenceregnskabet for adresserede breve[40]. Den anden årsag er, at de adresseløse forsendelser udgør en XX andel af de konkurrenceprodukter, som faktisk distribueres, således at de adresseløse forsendelser repræsenterer en XX andel af besøg uden befordringspligtige produkter. Konkurrencestyrelsen er uenig i Post Danmarks synspunkt om, at de fælles variable omkostninger, der vedrører adresseløse forsendelser, ikke falder væk ved bortfald af de adresseløse forsendelser, jf. Konkurrencestyrelsens nedenstående beregning af AIC og ATC.

#### *Fælles kapacitetslogistikomkostninger*

161. De fælles kapacitetsomkostninger betragtes af Post Danmark som faste omkostninger og eksempler herpå er bygninger, afskrivninger på produktionsanlæg, drift og vedligehold af maskiner og indkøb af inventar.

162. Som nævnt opstår kapacitetsomkostninger i forbindelse med filialer, distribution, transport og produktion. Det kan fx være omkostninger til produktionsanlæg og inventar, der anvendes til adresseløse forsendelser og andre konkurrenceprodukter. Når de adresseløse indleveres til et af de store postcentre, så optager de fx kortvarigt rampeplads, og derfor skal de være med til at dække de faste omkostninger ved bygningerne, idet de især bruger rampeplads fra denne ressource. Senere i produktionsprocessen klargøres adresseløse forsendelser og andre konkurrenceprodukter i budstuerne, hvorved de især trækker på disse ressourcer ( $m^2$  i budstuer). Endvidere trækker

adresseløse forsendelser sammen med andre konkurrenceprodukter også på en ressource som den eksisterende vognpark, som samtidig anvendes til fælles depotkørsel af disse produkttyper.

#### *Fælles salgs- og administrationsomkostninger*

163. En del af de henførbare fællesomkostninger er salgs- og administrationsomkostninger, der udgøres af omkostningerne til Post Danmarks salgsorganisation, dvs. de servicecentre, som varetager salgs- og markedsføringsopgaver, personaleadministration, regnskab, kundeservice samt centrale IT-omkostninger. Ifølge Post Danmark XX. Salgs- og administrationsomkostningerne er ifølge Post Danmark hovedsageligt at betragte som faste kapacitetsomkostninger. I forlængelse heraf anfører Post Danmark, at løn til salgsmedarbejdere, som beskæftiger sig med årlige storkundeaftaler for så vidt angår adresseløse, kun udgør en forsvindende lille del af de samlede udgifter til løn til salgspersonale, og at man måske maksimalt ville kunne spare XX pr. år, hvis adresseløse forsendelser bortfaldt.

#### *Ikke-henførbare fællesomkostninger og finans*

164. I disse omkostninger indgår fx udgifter til kerneprocesser og støtteprocesser (fx løn til øverste ledelse i virksomheden) og fælles udviklingsomkostninger. Disse fællesomkostninger antages ikke at varierer med det enkelte produkt. Disse omkostninger er i konkurrenceregnskabet fordelt på de enkelte produkter (herunder adresseløse) på grundlag af fordelingen af de henførbare fælles omkostninger. En særlig kategori af de ikke-henførbare fællesomkostninger er finansielle omkostninger, som imidlertid er udskilt i en særskilt post.

#### ***Forbruger-Kontakts bemærkninger til Post Danmarks opgørelse af AIC***

165. Som nævnt er Post Danmark og Forbruger-Kontakt principielt enige om, at DPAG-afgørelsen bør lægges til grund for beregningen af de relevante omkostninger, men parterne er uenige om, hvordan de produktspecifikke omkostninger beregnes i praksis.

166. Post Danmark fortolker DPAG-afgørelsen således, at der alene skal henregnes de omkostninger, som er unikke for adresseløse forsendelser, og som kun opstår i forbindelse med ekspederingen af adresseløse forsendelser, fx sortering og omdeling af adresseløse forsendelser alene. Dette gælder både variable og faste omkostninger. Omkostninger, der ikke er unikke for adresseløse forsendelser, men er fælles for en række forskellige ikke-befordringspligtige produkter, medregnes således ikke af Post Danmark i AIC for adresseløse. Konkurrencestyrelsen er på dette punkt uenig med Post Danmark, jf. nedenfor.

167. Forbruger-Kontakt definerer de inkrementelle omkostninger som de variable og faste omkostninger, der umiddelbart forsvinder som følge af et bortfald af adresseløse forsendelser samt de omkostningsbesparelser, der ville kunne realiseres inden for 3-5 år ved at tilpasse organisationen til det lavere forsendelsesvolumen uden adresseløse forsendelser. Forbruger-Kontakt gør gældende, at en langt større andel af Post Danmarks totale omkostninger vil variere med mængden af adresseløse forsendelser og følgelig bør medregnes i IC. Det drejer sig især om de omkostninger, der både vedrører befordringspligtige produkter og adresseløse forsendelser.

168. Forbruger-Kontakt benævner sådanne omkostninger som offeromkostninger eller alternativomkostninger, og der kan ifølge Forbruger-Kontakt være tale om såvel faste som variable

omkostninger, der ganske vist er fælles med andre produkter, men hvor kapitalapparatet eller produktionsgangen kan optimeres, og omkostninger spares, såfremt adresseløse forsendelser afvikles. Det er fx omkostninger til fælles transport, hvor antallet af ruter og lastbiler ifølge Forbruger-Kontakt kan skæres ned, eller fælles omdeling af breve og adresseløse forsendelser, hvor postbudet bruger mindre tid på klargøring og på at lægge post i postkassen. Forbruger-Kontakt mener således, at Post Danmark ved afvikling af de adresseløse forsendelser kan sammenlægge en række post- og distributionscentre, og at der kan opnås besparelser på omkostninger til postruter som følge af en sammenlægning af ruter, når ”solobesøg” med adresseløse forsendelser falder bort.

169. Forbruger-Kontakt har tillige fået Copenhagen Economics til at udarbejde en konkret model for, hvor meget Post Danmarks omkostninger ville ændre sig, hvis de adresseløse forsendelser faldt bort. Modellen anslår på baggrund af internationale undersøgelser og erfaringer de omkostningsreduktioner, som vil kunne realiseres af Post Danmark på mellemlang sigt (fx 3-5 år) ved at tilpasse logistikken som følge af et tænkt bortfald af adresseløse forsendelser. Forbruger-Kontakt skønner, at Post Danmarks totale omkostninger totale løn- og driftsomkostninger ville kunne reduceres med ca. 17% ved bortfald af adresseløse forsendelser.

170. Endelig har Forbruger-Kontakt ved Copenhagen Economics fremsendt et indlæg til styrelsen om ”De ni tal”, med et forslag om, at det bør kræves, at Post Danmark bør udregne 9 nøgletal. Forbruger-Kontakts ”checkliste” i form af denne nøgletalsberegning bygger på de samme basisantagelser som ovenstående model. Forbruger-Kontakt beregner først fordelingen af Post Danmarks samlede omkostninger på hhv. 1) værdikæden for breve og adresseløse forsendelser, 2) andre værdikæder og 3) overhead. Der fokuseres derefter på, hvorledes de samlede omkostninger for både breve og adresseløse forsendelser (52 pct.), kan fordeles på omkostningsarter (indlevering, sortering, transport og klargøring/distribution). Herefter fordeles Post Danmarks skøn for de omkostninger, der indgår i AIC, ud på de tilsvarende kategorier. Hermed er det for hver kategori muligt at sammenligne de inkrementelle omkostningers andel af omkostningerne til breve og adresseløse med de adresseløse forsendelsers andel, målt i styk (som i 2003 var XX%).

### ***Post Danmarks bemærkninger til Forbruger-Kontakts omkostningsmodeller***

171. Post Danmark er ikke enig i Forbruger-Kontakts grundlæggende antagelser om Post Danmarks omkostningsstruktur. Post Danmark mener, at Forbruger-Kontakts grundlæggende antagelse om, at adresseløse forsendelser kan sammenlignes med breve, er forkert. Post Danmark har derfor redegjort for brevprocessen, og forskellene i brevprocessen sammenlignet med adresseløseprocessen, som også beskriver de dele af processerne, som foregår fælles. Efter selskabets opfattelse er de to processer markant forskellige, hvorved Copenhagen Economics’ antagelse om, at de to processer er så ens, at nøgletal for brevprocessen (i andre lande) kan overføres på adresseløseprocessen i Danmark, ikke er rimelig. Heraf fremgår, at adresseløseprocessen er langt mere simpel end brevprocessen. Hele processen med fx klargøring af adresseløse er ganske simpel i modsætning til brevsortering, idet der for adresseløse ikke skal læses og fortolkes adresser. Endvidere er processen for adresseløse mindre tidskritisk end brevprocessen, hvilket betyder, at adresseløseprocessen kan tilrettelægges, så den ledige kapacitet, der allerede eksisterer i selskabets logistiksystem udnyttes. En af de største forskelle mellem de to processer er, at der stort set ikke foregår nogen indsamling af adresseløse, hvilket der derimod gør for breve, fordi de adresseløse forsendelser indleveres af kunderne selv direkte til de centrale ankomst- eller afgangcentre, hvorfra de distribueres videre i landet.

172. Ifølge Post Danmark er selskabets logistiksystem i sin helhed dimensioneret med udgangspunkt i de beforderingspligtige produkter, og de i koncessionen fastsatte servicekrav hertil for disse forsendelser. Disse krav indebærer eksempelvis et stramt tidskrav til udbringningen af breve. Disse servicekrav medfører endvidere et produktionssystem, hvor alle led i processen skal være dimensioneret efter den største dag i måneden, hvilket medfører en betydelig overkapacitet i alle led. Ifølge Post Danmark er de fælles omkostninger, som Forbruger-Kontakt ønsker inddraget i IC, således ikke dimensioneret efter det samlede volumen af forsendelser, som antaget i Copenhagen Economics' beregninger, men er i stedet dimensioneret til at opfylde Post Danmarks beforderingspligt, herunder opbejling af en vis reservekapacitet, som er nødvendig for, at beforderingspligten på de største dage til enhver tid kan honoreres. Det betyder, at variabiliteten af Post Danmarks omkostninger i forhold til mængden af adresseløse forsendelser er lavere end antaget i Forbruger-Kontakts modelberegninger.

173. En del af B-posten behandles som A-post, hvilket kunne indikere, at Post Danmark kunne klare sig med en lavere kapacitet, end virksomheden faktisk har[41]. Post Danmark har henvist til, at der er forskel i tidskravene, fordi B-post som hovedregel skal være omdelt senest 3 dage efter indlevering, medens adresseløse forsendelser som hovedregel omdeles ca. 14 dage efter indlevering. Selskabet hævder således, at B-post bruges til at udjævne belastningen, hvorved der opnås optimal kapacitetsudnyttelse i afgangscentrene, dvs. at selskabets behandling af B-post ikke kan ses som et udtryk for, at selskabet kunne klare sig med lavere kapacitet. Selvom de adresseløse afleveres tidligere end B-post, skal de omdeles på bestemte dage. Styrelsen finder derfor, at tidskravene til adresseløse forsendelser er strammere end tidskravene til B-post, hvor et givet brev kan uddeles over 3 dage efter Post Danmarks valg.

174. Ifølge Post Danmark er antallet af posthuse og distributionscentre styret af de fastlagte servicekrav for de beforderingspligtige produkter, den danske bystruktur og den indbyrdes afstand mellem byerne. Da Post Danmark skal kunne distribuere beforderingspligtige forsendelser til samtlige husstande hver dag, er der en naturlig begrænsning i den afstand, der kan være mellem distributionscentret og de husstande, der besøges.

175. Således har Post Danmark anført, at postcentrenes og distributionscentrenes størrelse er bestemt ud fra beforderingspligten, og ikke er dimensioneret eller placeret af hensyn til de adresseløse forsendelser. De adresseløse forsendelser håndteres alene på rampearealer og forhaller på postcentrene, ligesom de adresseløse forsendelser heller ikke lagres. Der er således ifølge Post Danmark ingen sammenhæng mellem antallet af adresseløse forsendelser og antallet af distributionscentre, og følgelig finder selskabet ikke, at der kan ske en reduktion i antal, placering eller størrelse af distributionscentrene, hvis de adresseløse forsendelser afvikles.

176. Endvidere er distributionscentrene størrelsesmæssigt dimensioneret ud fra antallet af de arbejdspladser, som bygningerne skal kunne rumme den dag i måneden, hvor der som følge af de beforderingspligtige produkter er flest udbringningsruter[42].

177. Bortfalder adresseløse forsendelser, vil de omtalte fælles omkostninger, som fx antallet af posthuse og distributionscentre ifølge Post Danmark derfor ikke kunne reduceres. Den reduktion i omkostningerne, der vil kunne realiseres som følge af et evt. bortfald af adresseløse forsendelser, udgøres ifølge Post Danmark netop af de produktspecifikke meromkostninger, som selskabet selv har beregnet dem, dvs. omkostninger, som er unikke for de adresseløse forsendelser. Der er altså ifølge Post Danmark stort set ingen alternativomkostninger, som kan indregnes i IC.

178. Endvidere har selskabet fremført, at lastbiler og køreplaner udelukkende styres af befordringspligten, hvilket medfører en betydelig overkapacitet. Eksempelvis er udnyttelsesgraden i center til distributionscenter transporten i gennemsnit kun XX %, og derfor kan adresseløse i vid udstrækning medsendes lastbilerne med befordringspligtige forsendelser, når disse har ledig kapacitet, hvilket typisk er i tidsrummet mandag til onsdag. Ifølge selskabet har tilkomsten af næsten XX adresseløse i 2004 således ikke medført nogen ændringer overhovedet i transportkapaciteten.

179. Ifølge Post Danmark har et distributionscenter gennemsnitlig XX omdelingsruter. Antallet af ruter varierer i løbet af ugen og måneden afhængig af postmængden. Post Danmark fremfører i relation til ruteomlægning, at hvis besøgene med adresseløse forsendelser falder bort, så kan der ske en omlægning til længere ruter. Ved bortfald af adresseløse vil der gennemsnitlig kunne spares XX ruter pr. distributionscenter, hvilket ikke vil medføre reduktion i antallet af distributionscentre. Besparselsen herved omfatter hovedsagelig lønomkostninger ved solobesøgene og disse omkostninger er allerede indregnet i IC.

180. Post Danmark gør som yderligere forklaring herpå gældende, at ved bortfald af adresseløse forsendelser vil der kunne nedlægges XX årsværk[43], hvilket svarer til det personaleforbrug, som selskabet har indregnet i IC for adresseløse forsendelser svarende til XX af ressourceforbruget i 2004. Endvidere oplyser selskabet, at kontortid og udetid udgør hhv. XX % og XX % af den samlede arbejdstid for et postbud. Af udetiden på XX % bruges heraf XX% på rutetid og XX % på besøg. Tiden til solobesøg er som nævnt indregnet i AIC, og omfatter både besøgs- og rutetid[44], men Post Danmark anfører, at rutetiden reelt ikke påvirkes af et bortfald af adresseløse forsendelser. Solobesøgeeffekten er derfor efter selskabets opfattelse reelt overvurderet med XX %, fordi den faste rutetid er indregnet. Denne overvurdering svarer ifølge selskabet til XX timer i 2003. Konkurrencestyrelsen er ikke enig i denne betragtning, idet det vil trække resultaterne i modsat retning, at en del af kontortiden på XX pct. må antages at dække pauser og fravær, som rettelig burde fordeles ud på den arbejdstid, der er brugt på adresseløse forsendelser.

181. Efter Post Danmarks vurdering tager selskabets afleveringstid pr. besøg højde for, at der afleveres flere forsendelser pr. aflevering, idet selskabet anvender en gennemsnitstid pr. besøg målt ved aktivitetsbaserede målinger. Post Danmark påpeger, at hvis adresseløse bortfalder, så svarer det til XX i 2003, dvs. et væsentlig lavere timetal end den i IC medregnede rutetid.

182. Post Danmarks grundlæggende kritik af Forbruger-Kontakts beregninger er således, at de adresseløse forsendelser gennemgår en langt simplere proces end breve, og at Post Danmarks infrastruktur som helhed er dimensioneret efter befordringspligten, og derfor ikke kan optimeres ved et evt. bortfald af adresseløse forsendelser.

183. Hertil kommer, at Post Danmark mener, at det er en forkert antagelse, at man kan sammenligne Post Danmarks omkostninger med postvirksomheder i andre lande, og at de foretagne sammenligninger er baseret på forældede data.

184. På Konkurrencestyrelsens opfordring har Post Danmark imidlertid lavet selskabets egen beregning af ”de ni tal”, med udgangspunkt i CE’s model. Denne beregning viser selskabets samlede omkostninger for breve og adresseløse fordelt på omkostningsarter (indlevering, sortering, transport og klargøring/distribution). Endvidere er der foretaget et skøn over, hvor stor en andel af

disse omkostninger, der kan henregnes som inkrementelle til de adresseløse forsendelser. Af denne beregning fremgår, at de inkrementelle omkostninger for adresseløse forsendelser udgør følgende.

**Tabel 3. Post Danmarks egen beregning af "de ni tal" for 2003.**

	Samlede omkostninger		Samlede omkostninger for breve og adresseløse forsendelser		Inkrementelle omkostninger for adresseløse forsendelser	
	pct.	mio. kr.	pct.	mio. kr.	pct.	mio. kr.
Overheadomkostninger	XX	XX				
Andre værdikæder	XX	XX				
Breve og adresseløse forsendelser	XX	XX				
Indlevering/indsamling			XX	XX	1,3 %	XX
Sortering			XX	XX	1,4 %	XX
Transport			XX	XX	0,1 %	XX
Klargøring			XX	XX	9,4 %	XX
Distribution			XX	XX	8,1 %	XX
Samlede omkostninger	100 %	XX	100 %	XX	XX	XX

185. Heraf fremgår, at adresseløse forsendelser på grundlag af Post Danmarks egne beregninger udgør en forholdsvis større andel af de samlede omkostninger for breve og adresseløse for så vidt angår omkostningsarter som klargøring (9,4 %) og distribution (8,1 %) i modsætning til omkostningsarter som henholdsvis indlevering (1,3 %), sortering (1,4 %) og transport (0,1 %). Ifølge denne beregning udgør de inkrementelle omkostninger for adresseløse XX % af de samlede omkostninger for breve og adresseløse forsendelser. De inkrementelle omkostningers andel i hver kategori kan sammenlignes med de adresseløse forsendelsers andel, mål i styk, som i 2003 var XX%.

186. Post Danmarks opgørelse af de inkrementelle omkostninger svarer til XX % i 2003 af de samlede omkostninger på 100 % til breve og adresseløse forsendelser. De 100 % var i 2003 var XX kr., og XX % heraf udgør XX kr., jf. Post Danmarks egen opgørelse af IC i konkurrenceregnskabet for adresseløse forsendelser i 2003.

#### **Konkurrencestyrelsens beregning af AIC og ATC**

187. Konkurrencestyrelsen har nøje vurderet Post Danmarks regnskab, og finder anledning til at korrigere det fremlagte konkurrenceregnskab på to områder. Dels mener styrelsen, at Post Danmark har henregnet for mange omkostninger til befordringspligtområdet, og for få omkostninger til de adresseløse forsendelser. Dels mener styrelsen, at ud af de omkostninger, som med rette kan



allokeres til de adresseløse forsendelser, kan en større andel falde bort indenfor 3-5 år end antaget af Post Danmark.

188. For så vidt angår fordelingen af omkostninger mellem befordringspligtområdet, udgør DPAG-afgørelsen grundlaget for Konkurrencestyrelsens vurdering. Det skal dog understreges, at fordi infrastrukturene i DPAG-sagen i vid udstrækning var adskilte for de relevante produkter henholdsvis med og uden befordringspligt, så var det i det tilfælde langt nemmere at afgøre hvilke omkostninger, der direkte var dimensioneret af befordringspligten. Dette spørgsmål er vanskeligere at afgøre i nærværende sag, fordi de relevante befordringspligtige produkter og adresseløse forsendelser, især for så vidt angår visse kritiske knudepunkter af infrastrukturen, benytter samme infrastruktur, om end der også er mange forskelle i behandlingen af de to produkter. Det drejer sig eksempelvis om omdeling og transport af befordringspligtige produkter og adresseløse forsendelser på samme tid. Sådanne omkostninger er af Post Danmark henført til konkurrenceregnskabet for de befordringspligtige produkter, og indgår derfor ikke i konkurrenceregnskabet for de adresseløse forsendelser.

189. Den andel af omkostningerne, der er fælles med det befordringspligtige område og konkurrenceområdet, og som bortfalder, hvis de adresseløse bortfalder, er imidlertid usikker og kan diskuteres, og er efter styrelsens vurdering anslået for lavt af Post Danmark. Konkurrencestyrelsen har derfor nøje gennemgået produktionsprocessernes sammenhæng med omkostningsfordelingen til de adresseløse forsendelser og mener, at der er mulighed for større besparelser på omkostningerne til samtransport og sambesøg med befordringspligtige produkter ved bortfald af adresseløse forsendelser, end opgjort af Post Danmark.

190. For så vidt angår muligheden for besparelser vedrørende samtransport med befordringspligtige produkter og adresseløse forsendelser, har Konkurrencestyrelsen udøvet følgende skøn. Post Danmark har i 2003 henregnet 0,1 % af de samlede transportomkostninger ved breve og adresseløse forsendelser på i alt XX kr., jf. tabel 3, svarende til XX kr., til transport af adresseløse forsendelser alene, til AIC. Post Danmark har desuden henregnet omkostninger til transport af adresseløse forsendelser sammen med andre konkurrenceprodukter på i alt XX kr.[45] til de adresseløse forsendelser som fælles henførbare omkostninger. Efter Post Danmarks mening indgår de ikke i AIC.

191. Det er imidlertid Konkurrencestyrelsens vurdering, at det vil være muligt at spare langt flere omkostninger ved samtransport af adresseløse forsendelser med befordringspligtige produkter ved et bortfald af adresseløse forsendelser. Begrundelsen herfor er, at det vurderes, at der bliver mindre transporttid og -volumen ved samtransport med de befordringspligtige ydelser, hvis de adresseløse forsendelser falder bort. Selv om Post Danmark alligevel skal transportere de befordringspligtige ydelser, kan en del af køretiden og transportvolumen falde bort ved et bortfald af de adresseløse forsendelser, og en større besparelse af de samlede transportomkostninger til breve og adresseløse forsendelser end angivet af Post Danmark er derfor realistisk. Det angives af Post Danmark i høringssvar af 9. november 2004, at antallet af adresseløse udgør XX % af transportvolumen ekskl. pakker. Regner man imidlertid ovenstående transportomkostninger sammen, udgør de kun XX % af de samlede transportomkostninger for breve og adresseløse[46]. Konkurrencestyrelsen har derfor skønsmæssigt vurderet, at et bortfald af de adresseløse forsendelser inden for en 3-5-årig periode kan medføre en reduktion af de samlede transportomkostninger på yderligere XX %, således at besparelsen ved et bortfald af de adresseløse forsendelser bringes i bedre overensstemmelse med de adresseløse forsendelsers transportvolumen. Denne besparelse består i sparet arbejdstid og materiel

ved samtransport med adresseløse forsendelser og beforderingspligtige produkter, som følge af et bortfald af de adresseløse forsendelser.

192. Styrelsen har derfor forhøjet den af Post Danmark opgjorte AIC med XX % af de samlede transportomkostninger for breve og adresseløse på XX kr. svarende til XX kr. eller XX ekstra pr. forsendelse i 2003. En tilsvarende forhøjelse pr. stk. er skønnet for 2004.

193. For så vidt angår muligheden for besparelser vedrørende sambesøg med beforderingspligtige produkter og adresseløse forsendelser, vurderer Konkurrencestyrelsen, at et bortfald af adresseløse forsendelser i et vist omfang vil mindske besøgstiden ved de sambesøg, hvori indgår både adresseløse forsendelser og beforderingspligtige forsendelser. Besparelserne kommer ved, at der ved bortfald af adresseløse forsendelser vil kunne spares på besøgstiden ved sambesøgene, fordi der skal afleveres og håndteres færre forsendelser pr. besøg. Sådanne besparelser er ikke indregnet i det af Post Danmark forelagte konkurrenceregnskab.

194. Post Danmark har oplyst, at XX % af distributionstiden er kontortid, mens de øvrige XX % af distributionstiden fordeler sig med XX % på rutetid og XX % på besøgstid. Post Danmark mener ikke, der kan spares på rutetiden ved bortfald af adresseløse forsendelser. Bortfald af adresseløse forsendelser antages kun at påvirke besøgstiden. Den samlede besøgstid udgjorde i 2003 i gennemsnit XX pr. besøg for alle typer af besøg. Besøgstiden består af tre elementer: plukketid, gangtid og afleveringstid. Ved bortfald af de adresseløse forsendelser vurderes det, at der ved sambesøgene kan spares på plukketiden og afleveringstiden, men ikke på gangtiden. Post Danmark har desværre ikke kunnet tilvejebringe tidsstudieoplysninger, der kan belyse tidsbesparelsen pr. besøg ved bortfald af adresseløse forsendelser, så besparelsen ved sambesøgene er af Konkurrencestyrelsen skønnet til at udgøre 5 sek. pr. besøg ved bortfald af adresseløse. Til sammenligning har Forbruger-Kontakt i deres hørings svar af 9. november 2004 anført, at tidsbesparelsen må udgøre XX sek. pr. besøg. I forbindelse med vurderingen af AIC for 2004 skal Post Danmark tilvejebringe tidsstudier for at belyse tidsbesparelsen for sambesøg med adresseløse forsendelser og beforderingspligtige produkter ved bortfald af adresseløse forsendelser.

195. Post Danmark har oplyst, at der i 2003 var XX sambesøg, hvori der indgik adresseløse forsendelser. Heraf var de XX sambesøg, hvori der tillige indgik beforderingspligtige produkter (forskellen udgøres af sambesøg med adresseløse forsendelser og andre konkurrenceprodukter). De tilsvarende tal for 2004 (hele året) skønnes af Post Danmark at være XX og XX besøg. Post Danmark oplyser, at en besparelse på XX ved sambesøg ved bortfald af adresseløse forsendelser, vil udløse en besparelse på XX kr. i 2003 og XX kr. i 2004 (hele året). Styrelsen har allerede inddraget de fælles variable omkostninger i AIC, jf. nedenfor, og har allerede medregnet en tidsbesparelse for sambesøg med andre konkurrenceprodukter. Korrigeres for denne dobbeltregning ved kun at regne med en tidsbesparelse på de XX sambesøg med beforderingspligtige produkter[48], medfører det en reduktion af besparelsen, der således bliver på XX kr. i 2003 og XX kr. i 2004 (hele året) ved en tidsbesparelse på XX pr. besøg. Styrelsen vurderer imidlertid, at tidsbesparelsen snarere er 5 sek. pr. besøg, hvorfor det slutteligt antages, at der kan spares XX kr. i 2003 og XX kr. i 2004 (hele året), svarende til XX pr. stk. i 2003 og XX pr. stk. i 1. halvår 2004.

196. Post Danmark oplyser, at der yderligere kan spares på postbuddets tidsforbrug ved depoter ved sambesøg undervejs på ruten, ved et bortfald af adresseløse forsendelser. Post Danmark oplyser endvidere, at der herved kan spares XX kr. i 2003 og XX kr. i 2004 (hele året). Ud af denne besparelse er en del allerede indregnet i IC eller i de fælles henførbare variable omkostninger. Det

medfører ifølge Post Danmarks egne oplysninger, at depottiden ved sambesøg med adresseløse forsendelser og beforderingspligtige produkter vil forhøje IC med XX kr. i 2003 og XX kr. i 2004 (hele året), svarende til en forhøjelse af AIC med XX pr. stk. i 2003 og med XX pr. stk. i 1. halvår 2004.

197. Post Danmark erkender altså, at der kan finde en tids- og omkostningsbesparelse sted ved sambesøg med beforderingspligtige produkter og adresseløse forsendelser, men anfører i tillæg hertil, at man også bør korrigere den af selskabet anførte besparelse ved solobesøg med adresseløse forsendelser. I de omkostninger til solobesøg med adresseløse forsendelser, som Post Danmark har henregnet til produktspecifikke omkostninger for adresseløse forsendelser, indgår ifølge selskabets oplysninger også rutetid, der ifølge selskabet ikke reduceres ved bortfald af adresseløse forsendelser. Den af Post Danmark beregnede IC bør derfor efter Post Danmarks mening korrigeres ned med XX kr. i 2003 og XX kr. i 2004 (hele året). Som kontrol har styrelsen konstateret at disse tal også nogenlunde svarer til XX af summen af linjerne 10-12 i konkurrenceregnskabet, der omfatter postbuddets udetid ved solobesøg med adresseløse forsendelser. Styrelsen accepterer derfor Post Danmarks korrektion for den uændrede rutetid, der udløser en reduktion af AIC med hhv. XX og XX pr. stk. i 2003 og 1. halvår 2004.

198. Efter ovenstående korrektioner i omkostningsfordelingen mellem beforderingspligtprodukter og konkurrenceprodukter står stadig tilbage at vurdere, hvilke af de omkostninger, der nu er allokeret til de adresseløse forsendelser, som kan falde bort indenfor 3-5 år ved et bortfald af de adresseløse forsendelser. Også her finder styrelsen, at flere omkostninger kan falde bort, end antaget af Post Danmark.

199. I konkurrenceregnskabet for adresseløse forsendelser indgår alene omkostninger, som er fælles for de forskellige konkurrenceprodukter. Det betyder, at argumentet om, at fx fælles kapacitetslogistikomkostninger ikke kan falde bort, fordi de er dimensioneret efter beforderingspligten, ikke er holdbart, når der ses på disse poster i konkurrenceregnskabet for adresseløse forsendelser. Det samme gælder salgs- og administrationsomkostningerne. Desuden udgør disse fælles omkostningstal, som de optræder i konkurrenceregnskabet for de adresseløse forsendelser, udelukkende den andel af de samlede fælles omkostninger, som ud fra Post Danmarks egne studier og fordelingsnøgler kan henregnes til adresseløse forsendelser. Disse to forhold er i sig selv et argument for at inddrage disse omkostninger i en korrekt opgørelse af IC og AIC for adresseløse forsendelser.

200. Konkurrencestyrelsens opgørelse af AIC og ATC er således foretaget på grundlag af en kritisk gennemgang af de foreliggende oplysninger fra Post Danmarks konkurrenceregnskab for adresseløse forsendelser. Gennemgangen har ud fra ovenstående overvejelser ført til, at Konkurrencestyrelsen i AIC har medregnet 1) de produktspecifikke variable omkostninger (med Post Danmarks egen korrektion for den uændrede rutetid), 2) de produktspecifikke faste omkostninger samt 3) de fælles variable omkostninger 4) 75 % af de henførbare fælles kapacitetslogistikomkostninger 5) de fælles salgs- og administrationsomkostninger og 6) 25 % af de ikke-henførbare fælles omkostninger. Hertil kommer de ovennævnte korrektioner af AIC på grund af bidrag fra samtransport og sambesøg samt depottid. Den samlede beregning ses i tabel 4 nedenfor.

**Tabel 4. Konkurrencestyrelsens beregning af AIC for adresseløse forsendelser.**

	2003	2004	2003	2004
	øre/stk.	1. halvår øre/stk.	mio. kr.	1. halvår mio. kr.
Produktspecifikke Logistikomkostninger				
- Variable	XX	XX	XX	XX
- Faste	XX	XX	XX	XX
Post Danmarks AIC	XX	XX	XX	XX
Post Danmarks korrektion for uændret rutetid	XX	XX	XX	XX
Bidrag fra samtransport med befordringspligt	XX	XX	XX	XX
Bidrag fra sambesøg med befordringspligt	XX	XX	XX	XX
Bidrag fra depottid	XX	XX	XX	XX
Fælles variable omkostninger	XX	XX	XX	XX
Kapacitetslogistikomkostninger (75 %)	XX	XX	XX	XX
Salg- og administrationsomkostninger	XX	XX	XX	XX
Ikke-henførbare fællesomkostninger (25 %)	XX	XX	XX	XX
Korrigeret AIC	XX	XX	XX	XX
Kapacitetslogistikomkostninger (25 %)	XX	XX	XX	XX
Ikke-henførbare fællesomkostninger (75 %)	XX	XX	XX	XX
Finans (inkl. goodwill)	XX	XX	XX	XX
ATC	XX	XX	XX	XX
Fortjeneste	XX	XX	XX	XX
Pris/stk. eller omsætning	XX	XX	XX	XX
Post Danmarks ATC	XX	XX	XX	XX
Antal forsendelser (mio. stk.)	XX	XX	XX	XX

201. De fælles henførbare variable omkostninger udgøres af de adresseløse forsendelsers andel af arbejdstiden brugt til transport, afhentning og omdeling af flere konkurrenceprodukter samtidigt, hvoraf de adresseløse udgør en stor andel volumenmæssigt. Disse omkostninger vil efter styrelsens opfattelse derfor kunne falde bort på kort sigt ved bortfald af adresseløse forsendelser, idet antallet af postbude og deres tidsforbrug på adresseløse forsendelser kan reduceres betragteligt. Det vurderes derfor, at selskabet over en tidshorizont på 3-5 år vil kunne optimere sine produktionsprocesser, hvis alle adresseløse forsendelser faldt væk. Ud fra denne betragtning findes det ikke godtgjort, at de nævnte fælles variable omkostninger, som varierer efter volumen af flere produkter, ikke vil kunne reduceres eller falde helt bort, såfremt de adresseløse forsendelser falder bort, og de inddrages derfor af Konkurrencestyrelsen i opgørelsen af AIC. Det svarer til XX og XX pr. stk. i 2003 og i 1. halvår 2004. Post Danmark mener, at en sådan indregning strider imod DPAG-afgørelsen, og henviser bl.a. til memorandummet udarbejdet af Freshfields Bruckhaus Deringer. Heri indrømmes det imidlertid, at Kommissionen i DPAG-afgørelsen ikke forholder sig eksplicit til de fælles henførbare variable omkostninger.

202. For så vidt angår de fælles henførbare kapacitetslogistikomkostninger, så udgøres disse af de adresseløse forsendelsers brug af arealer i bygninger og af volumen i biler, samt afskrivninger på biler og bygninger, der anvendes til opbevaring, klargøring og transport af konkurrenceprodukter. Det vil sige omkostninger til bygninger i form af rampeplads og budstuer (m<sup>2</sup>), hvor adresseløse forsendelser klargøres med andre konkurrenceprodukter, og udgifter til vognparken i form af biler, der anvendes til depotkørsel af flere konkurrenceprodukter. Idet de adresseløse forsendelser udgør et stort volumen af konkurrenceprodukterne, må de adresseløse forsendelser antages at være dimensionerende for disse fælles omkostninger, og det er derfor ikke realistisk, at Post Danmark ikke kan reducere disse omkostninger ved bortfald af de adresseløse. Konkurrencestyrelsen skønner derfor, at disse fælles henførbare kapacitetslogistikomkostninger i en vis udstrækning vil kunne reduceres over en 3-5-årig periode, men finder omvendt også, at disse omkostninger på grund af deres faste karakter ikke fuldstændig kan falde væk indenfor denne tidsperiode. Styrelsen havde i første omgang indregnet 50 % af de henførbare logistikomkostninger (fælles mellem adresseløse og andre konkurrenceprodukter, især lokalaviser) i AIC. Efter en fornyet gennemgang af regnskabsmaterialet er det imidlertid styrelsens vurdering, at (mindst) 75 % bør indregnes. Det skyldes, at en fuld indregning (100 %) ville svare til en fuldkostfordeling mellem adresseløse og andre lokalaviser. Hvis analysen var foretaget for adresseløse og lokalaviser under ét, og de to kategorier blev slået sammen, ville det være naturligt at forudsætte en fuldkostfordeling. I så fald ville resultatet også være konsistent med, hvis der efterfølgende skulle foretages en AIC-beregning for lokalaviser. Når der alligevel ikke indregnes 100 %, men kun 75 %, er det fordi nogle af kapacitetslogistikomkostningerne, selv på 3-5 års sigt må vurderes at være så faste, at de ikke ville være mulige at fjerne – eller nyttiggøre i anden sammenhæng – inden for en sådan tidshorizont. De fælles henførbare kapacitetslogistikomkostninger vurderes at bidrage til AIC med hhv. XX og XX pr. stk. for 2003 og 1. halvår 2004.

203. En yderligere begrundelse for at anse en del af de fælles henførbare kapacitetslogistikomkostninger som inkrementelle er, at de arealer og transportkapaciteter, som i dag anvendes til adresseløse forsendelser, alternativt vil kunne anvendes til andre konkurrenceprodukter såfremt adresseløse forsendelser bortfalder. Sådant en alternativbetragtning er fremført af Forbruger-Kontakt, og kan være et andet argument for at medregne (dele af) de fælles henførbare kapacitetslogistikomkostninger til AIC, særligt fordi der fortsat kun er tale om omkostninger, der er fælles med andre konkurrenceprodukter, og ikke omkostninger, der er fælles med befordringspligtige produkter. Den anvendte kapacitet, som indregnes her, er ikke underlagt hensynet til den lovbestemte befordringspligt, og er således ikke i samme omfang ”gratis” for Post Danmark. Sådanne alternativ- eller offeromkostningsbetragtninger er Post Danmark ikke enig i, idet selskabet mener, de strider imod DPAG-afgørelsen. Post Danmark har desuden i deres høringssvar af 9. november 2004 hævdet, at de fælles henførbare kapacitetslogistikomkostninger, der er henregnet til konkurrenceregnskabet, ikke kun er fælles med andre konkurrenceprodukter, men også fælles med befordringspligtprodukter. Dette synspunkt modsiger imidlertid tidligere materiale fremsendt fra Post Danmark, og denne indvending er derfor ikke taget til følge.

204. De fælles henførbare salgs- og administrationsomkostninger udgør ifølge Post Danmark fælles omkostninger for flere konkurrenceprodukter i selskabets salgsorganisation (salg, markedsføring, personaleadministration, regnskab, kundeservice og centrale IT-løsninger), hovedsageligt dog salgs- og markedsføringsomkostninger. Styrelsen mener, at salgs- og markedsføringsomkostninger som udgangspunkt er variable, og at Post Danmark som følge heraf vil have mulighed for at reducere dem betydeligt inden for en 3-5-årig periode, hvis adresseløse forsendelser bortfalder. Konkurrencestyrelsen anser de fælles salgs- og administrationsomkostninger for at være





XX

XX

XX

210. Priserne i tabel 5 og 6 dækker over et gennemsnit af kundernes forskellige forsendelser, dvs. forsendelser som er forskellige med hensyn til vægt, antal, udbringningstidspunkt mv.

### Samlet vurdering

211. Ved en vurdering af, om Post Danmark anvender urimeligt lave priser, ses der først og fremmest på, om Post Danmarks gennemsnitlige priser ligger under AIC. Det ses af tabel 7, at dette ikke tilfældet hverken i 2003 eller 1. halvår 2004.

212. Dernæst vurderes, om enkeltkunder opnår en pris under AIC. Post Danmarks gennemsnitlige nettopris for hver enkelt af de 15-20 største kunder fremgår af tabel 5 og 6. Som det fremgår af tabellerne, er den laveste nettopris, som Post Danmark har ydet en enkelt kunde i 2003 XX pr. stk. (XX) og i 2004 XX pr. stk. (XX). Sammenlignes disse priser med AIC, som i 2003 var XX pr. stk. og XX pr. stk. i 2004, følger det, at selskabets laveste nettopriser overfor XX enkeltkunder ligger på niveau med det af styrelsens beregnede AIC i 2003. I 2004 ligger selskabets laveste nettopris på niveau med det af styrelsen beregnede AIC.

213. Den gennemsnitlige nettopris, den laveste nettopris og AIC for hhv. 2003 og 1. halvår af 2004 fremgår af nedenstående tabel 7.

**Tabel 7. Post Danmarks ATC, gennemsnitlige nettopris, laveste nettopris og AIC for 2003 og 2004 (1. halvår)**

År	ATC (øre/stk.)	Gnsn. nettopris (øre/stk.)[51]	KS's AIC (øre/stk.)	Laveste nettopris (øre/stk.)
2003 (regnskab)	XX	XX	XX	XX
2004 (1. halvår)	XX	XX	XX	XX

214. Herefter ses på, om der kan være tale om priser under ATC kombineret med elimineringshensigt. De gennemsnitlige priser (XX/stk) ligger i begge år over ATC (XX/stk), beregnet på basis af konkurrenceregnskabet. Hvis ATC i stedet opgøres efter fuldkostfordelingsmetoden (produktøkonomiregnskabet) er ATC i 2003 i alt XX/stk (tilsvarende tal foreligger endnu ikke for 2004). Det ligger også under den gennemsnitlige pris.

215. Den laveste nettopris i en del enkeltkunde forhold ligger under ATC i begge perioder. Det kan være problematisk, såfremt det drejer sig om mange og store kunder, og der samtidig kan konstateres elimineringshensigt. For så vidt angår spørgsmålet om elimineringshensigt, så har styrelsen inddraget en række elementer i denne vurdering, herunder de af Forbruger-Kontakt fremlagte indicier, og de af Post Danmark fremlagte strategiplaner, bestyrelsesmødereferater og ledermødereferater. Ud fra en samlet vurdering af disse elementer, er det styrelsens opfattelse, at der ikke kan påvises elimineringshensigt og elimineringshensigt i 2003 og 1. halvår 2004.



216. Ud fra en samlet vurdering finder styrelsen, at Post Danmark ikke har anvendt urimeligt lave priser i 2003 og 2004, jf. konkurrencelovens § 11, stk. 1, og EF-Traktatens artikel 82.

217. Med rådets afgørelse af 29. september 2004 har rådet givet Post Danmark påbud om at ændre sin prisstruktur for at undgå diskriminerende priser mellem enkeltkunder. Denne afgørelse begrænser Post Danmarks fremtidige mulighed for at tilbyde for mange kunder priser under ATC. Der ligger således i denne afgørelse en yderligere sikkerhed mod fremtidig predatory pricing, fordi selskabet ikke længere kan diskriminere mellem egne og konkurrentens kunder.

218. Da AIC for 2004 imidlertid kun er baseret på regnskabstal for 1. halvår 2004, vil Konkurrencestyrelsen i medfør af konkurrencelovens § 17 anmode Post Danmark om den endelige beregning af AIC for 2004, når de endelige regnskabstal herfor foreligger, senest 1. april 2005.

### **Konklusion**

219. Det er Konkurrencerådets vurdering, at det relevante marked er markedet for distribution af adresseløse forsendelser og lokal- og regional aviser i Danmark, jf. Rådets afgørelse af 24. april 2002 vedr. etablering af Dansk Distributionscenter A/S. På dette marked indtager Post Danmark en dominerende stilling.

220. Vurderingen af om Post Danmark har misbrugt sin dominerende stilling ved at anvende urimeligt lave priser, jf. forbudet i artikel 82, stk. 1, litra a, og i konkurrencelovens § 11, stk. 1, tager udgangspunkt i fællesskabets retspraksis, jf. Deutsche Post-afgørelsen<sup>[52]</sup>. Det fremgår af denne afgørelse, at en postvirksomhed som Post Danmark, som har en befordringspligt og samtidig udbyder andre tjenester i fri konkurrence, er underlagt en omkostningstest, der er baseret på de inkrementelle omkostninger (IC), dvs. at prisen skal overstige de gennemsnitlige inkrementelle omkostninger (AIC).

221. Konkurrencerådet finder, at der bør foretages en række korrektioner i AIC, så fælles faste og variable omkostninger, som Post Danmark ikke finder er inkrementelle, i højere grad indregnes i AIC for adresseløse. Konkurrencestyrelsens opgørelse af AIC afviger således fra Post Danmarks AIC baseret på selskabets konkurrenceregnskab for adresseløse. Konkurrencerådets konklusion er derfor, at konkurrenceregnskabet, som opstillet af Post Danmark, ikke kan lægges til grund uden væsentlige korrektioner.

222. Beregninger af AIC rummer selvsagt en vis usikkerhed, men når Post Danmarks konkurrenceregnskab lægges til grund finder Konkurrencerådet, at der bør foretages en række justeringer af Post Danmarks opgørelse. Det skyldes efter rådets vurdering, at Post Danmark ikke i tilstrækkeligt omfang medregner omkostninger, som selskabet har henført til de befordringspligtige produkter. Efter rådets vurdering bør AIC for adresseløse således korrigeres for, at det må påregnes besparelser i fælles omkostninger, som vedrører samtransport og sambesøg for både befordringspligtige og adresseløse forsendelser. Endvidere finder Konkurrencerådet, at der bør foretages en række korrektioner for så vidt angår besparelser i de fælles faste og variable omkostninger, som allerede indgår i konkurrenceregnskabet for adresseløse forsendelser. En del af disse omkostninger medregner Konkurrencestyrelsen derfor også til AIC for adresseløse forsendelser. Konkurrencestyrelsens opgørelse af AIC afviger således fra Post Danmarks AIC baseret på selskabets konkurrenceregnskab, idet AIC efter styrelsens beregning er hhv. XX og XX højere pr. stk. end efter Post Danmarks beregning i 2003 og 1. halvår 2004.

223. Selvom det samlede marked omfatter distribution af adresseløse forsendelser og lokalaviser, er der kun klaget over Post Danmarks adfærd i relation til kunder der køber landsdækkende omdeling af reklameforsendelser (Coop, Spar og Super Best). I overensstemmelse med AKZO-dommen skal en analyse af forholdet mellem pris og omkostninger foretages for hvert enkelt produktområde for sig. Rådet har derfor med henvisning til konkurrencelovens § 14, stk. 1, 3. pkt. ikke fundet grundlag for at inddrage en undersøgelse af forholdet mellem priser og omkostninger for så vidt angår distribution af lokalaviser. Rådet ser derfor alene på AIC for så vidt angår adresseløse forsendelser.

224. Ved en vurdering af, om Post Danmark anvender urimeligt lave priser, ses der først og fremmest på, om Post Danmarks gennemsnitlige priser ligger under AIC. Dette er ikke tilfældet hverken i 2003 eller 1. halvår 2004. Dernæst vurderes, om nogen enkeltkunder får en pris under AIC. I 2003 ligger selskabets laveste nettopris på niveau med det af styrelsen beregnede AIC og i 2004 ligger selskabets laveste nettopris på niveau med det af styrelsen beregnede AIC.

225. De fremlagte beregninger af AIC rummer selvsagt en vis usikkerhed. Selvom det af styrelsen beregnede AIC i 2003 ligger ca. XX øre/stk. over den laveste nettopris for enkelte kunder, så taler usikkerheden i beregningerne for, at det ikke kan konkluderes, at Post Danmark har anvendt for lave priser. Dertil kommer, at AIC er et udtryk for de gennemsnitlige, marginale omkostninger på 3-5 års sigt ved en "gennemsnitsydelse". Ydelserne varierer imidlertid i omkostninger efter bla. vægt, regularitet, omfang (landsdækkende eller lokal omdeling osv.). De ydelser, der har lavest pris, belaster Post Danmark med færre omkostninger end en "gennemsnitlig" ydelse."

226. Herefter ses på, om der kan være tale om priser under ATC kombineret med elimineringshensigt. De gennemsnitlige priser (XX/stk) ligger i begge år over ATC (XX/ stk), beregnet på basis af konkurrenceregnskabet. Hvis ATC i stedet opgøres efter fuldkostfordelingsmetoden (produktøkonomiregnskabet) er ATC i 2003 i alt XX/stk (tilsvarende tal foreligger endnu ikke for 2004). Det ligger også under den gennemsnitlige pris.

227. Den laveste nettopris i en del enkeltkundeforhold ligger under ATC i begge perioder. Det kan være problematisk, såfremt det drejer sig om mange og store kunder, og der samtidig kan konstateres elimineringshensigt. For så vidt angår spørgsmålet om elimineringshensigt, så har rådet inddraget en række elementer i denne vurdering, herunder de af Forbruger-Kontakt fremlagte indici, og de af Post Danmark fremlagte strategiplaner, bestyrelsesmødereferater og direktionsmødereferater for 2000-2004. Ud fra en samlet vurdering af disse elementer, er det rådets opfattelse, at der ikke kan påvises elimineringshensigt i den betragtede periode.

228. Ud fra en samlet vurdering finder rådet, at Post Danmark ikke har anvendt urimeligt lave priser i 2003 og 2004, jf. konkurrencelovens § 11, stk. 1, og EF-Traktatens artikel 82.

229. Med rådets afgørelse af 29. september 2004 har rådet givet Post Danmark påbud om at ændre sin prisstruktur for at undgå diskriminerende priser mellem enkeltkunder. Denne afgørelse begrænser Post Danmarks fremtidige mulighed for at tilbyde for mange kunder priser under ATC. Der ligger således i denne afgørelse en yderligere sikkerhed mod fremtidig predatory pricing, fordi selskabet ikke længere kan diskriminere mellem egne og konkurrentens kunder.

230. Da AIC for 2004 imidlertid kun er baseret på ikke-reviderede regnskabstal for 1. halvår 2004, vil Konkurrencestyrelsen derfor i medfør af konkurrencelovens §17 anmode Post Danmark om beregning af AIC for 2004, når validerede regnskabstal herfor foreligger, senest 1. april 2005.

Konkurrencestyrelsen vil endvidere drøfte med Post Danmark, hvordan der kan tilvejebringes regnskabsprincipper, der sikrer, at konkurrenceprodukterne omkostningsdækkes på en retvisende måde.

231. I forbindelse med vurderingen af AIC for 2004 vil Konkurrencestyrelsen desuden anmode Post Danmark om at fremlægge alle nødvendige oplysninger, herunder tidsstudier og oplysninger, der kan belyse tidsbesparelsen ved sambesøg med adresseløse forsendelser og befordringspligtige produkter ved bortfald af adresseløse forsendelser.

### **Forbruger-Kontakt a-s har den 22. december 2004 indbragt afgørelsen for Konkurrenceankenævnet.**

---

[1] AKZO Chemie mod Kommissionen, C-62/86, Saml. 1999-I, 3359 og Kommissionens afgørelse af 20. marts 2001, COMP/35.141 – Deutsche Post AG, L 125/27.

[2] Jf. sagsnummer 3/1120-0100-0974, hvor sagsfremstillingen blev sendt i høring i henholdsvis maj og august 2004.

[3] Jf. punkt 101-109 i Konkurrencestyrelsens afgørelse i MetroXpress II af 24. september 2003.

[4] EF-Domstolens Chronopost dom af 3. juli 2003, jf. C-83/01 O, C-93/01 P og C-94/01 P.

[5] Jf. Konkurrencerådets afgørelse ”Vedrørende etableringen af Dansk Distributionscenter” af 24. april 2002.

[6] Jf. Dansk Distributions Center A/S – årsrapport 2002.

[7] Orkla-koncernen driver virksomhed indenfor forretningsområderne mærkevarer, kemisk industri og finansielle investeringer, medie og internetvirksomhed.

[8] Kommissionens ”Grønbog om udvikling af det indre marked for posttjenester” fra 1992 udgør grundlaget for flere senere EU-direktiver fra bl.a. 1997 og 2002.

[9] Europa-Parlamentet og Rådets direktiv 97/67/EF af 15. december 1997.

[10] ”Konkurrenceretlige retningslinjer for Post Danmark”, Trafikministeriet, 16. dec. 1996.

[11] ”Regnskabsreglement for Post Danmark”, Trafikministeriet 12. december 1996.

[12] Jf. Michelin mod Kommissionen, sag 322/81, Saml. 1983, 3461.

[13] Der henvises til Konkurrencerådets afgørelse ”Klage over Post Danmark” af 28. april 1999, hvor Konkurrencerådet udtalte, at man ikke var enig med Post Danmark i, at en markedsandel på 30-40 pct. ikke kunne konstituere en dominerende stilling, når det blev taget i betragtning, at Post Danmark qua sine øvrige aktiviteter besad et distributionsapparat, der var landsdækkende og effektivt.

[14] Jf. lovforslag nr. L 172/1997, side 27.

[15] Omsætningen for Post Danmark og Forbruger-Kontakt for 2004 er skønnet til at være lig med omsætningen for 2003 med de ændringer, som følger af Post Danmarks overtagelse af kunderne Coop, SuperBest og Spar. Det er endvidere skønnet, at omsætningen for de andre aktører på markedet er den samme som i 2003.

[16] Jf. punkt 55 i Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked, jf. FT 1999-2000 tillæg B, side 1387. Se også European Community Law of Competition, Bellamy & Child, 5. udgave, 2001, side 703.

[17] Forbruger-Kontakt har henvist til Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked samt Kommissionens beslutning af 10. november 1992 (IV/33.440 – Warner-Lambert/Gillette m.fl. samt IV/33.486 BIC/Gillette og andre.

- [18] Jf. meddelelse fra Kommissionen om anvendelse af konkurrencereglerne på postsektoren og på vurderingen af visse statslige foranstaltninger i relation til posttjenesterne – EF-Tidende nr. C 39 af den 6. februar 1998, punkt 6.2.
- [19] Retningslinier for begrebet påvirkning af samhandelen i traktatens artikel 81 og 82. EFT 2004/C, 101/07, p. 81.
- [20] Meddelelsens punkt 92-95.
- [21] Søndagsavisen a-s beskriver i sin årsrapport 2003 koncernen som den største private pan-skandinaviske distributionsvirksomhed for adresseløs husstandsomdeling af aviser og tryksager med distributionsnetværk i de nævnte lande.
- [22] AKZO Chemie mod Kommissionen, C-62/86, Saml. 1999-I, 3359.
- [23] Kommissionens afgørelse af 20. marts 2001, COMP/35.141 – Deutsche Post AG, L 125/27.
- [24] DPAG-afgørelsen, punkt 6-10, især fodnote 7
- [25] DPAG-afgørelsen, punkt 8.
- [26] DPAG-afgørelsen, punkt 8.
- [27] DPAG-afgørelsen, punkt 9-10.
- [28] Jf. punkt 35 i DPAG-afgørelsen.
- [29] Tetra Pak II, Kommissionens beslutning (EUT 1992 L 72/1), AKZO-dommen (C-62/86).
- [31] Selskabet har i den forbindelse henvist til Tilman Lüders artikel i European State Aid Law Quarterly 3/2004, side 385-391.
- [32] Der stilles forholdsvis strenge beviskrav mht. at godtgøre en elimineringshensigt (dvs. ”predatory intent”, jf. p. 163 i EU-konkurrenceretten af Kim Lundgaard Hansen, Lars Kjølbye og Henrik Saugmandsgaard Øe, 1. udg. 1998 og p. 171 i The EC Law of Competition af Jonathan Faull og Ali Nickpay, 1999.
- [33] Post Danmark har endvidere henvist til en artikel af John Temple Lang, tidl. medarbejder i DG COMP, der ifølge Post Danmark har fastslået, at IC-testen tillige finder anvendelse for et konkurrenceudsat produkt, der benytter samme infrastruktur som eneretsområdet, jf. Fordham International Law Journal, ”Defining legitimate competition: How to clarify pricing abuses under Article 82”.
- [34] Ifølge Post Danmark fremgår denne konklusion af DPAG-beslutningens punkt 10 og Kommissionens pressemeddelelse om samme beslutning, jf. bilag 8.
- [35] Trafikministeriets regnskabsreglement for Post Danmark af 12. december 1996.
- [36] Forbruger-Kontakt har den 16. november 2004, jf. bilag 21, gennemført en analyse af de meromkostninger som skal tilføjes de adresseløse forsendelser, hvis adresseløse og lokalaviser ses under et. Forbruger-Kontakts metode afviger fra Konkurrencestyrelsens metode. En sammenligning af beregningerne med den usikkerhed, der knytter sig hertil, viser at de inkrementelle omkostninger opgjort efter Forbruger-Kontakts metode fører til det nogenlunde resultat som opgjort efter Konkurrencestyrelsens metode.
- [37] AKZO-dommen (C-62/86), jf. punkt 83.
- [38] Jf. Kommissionens pressemeddelelse til DPAG-afgørelsen (IP/01/419).
- [39] Der henvises især til underbilagene til bilag 1, jf. advokat Zincks brev af 15. juni 2004 og det juridiske memo fra Freshfields Bruckhaus Deringer.
- [40] Jf. Post Danmark’s brev af af 15. juni 2004. Årsagen hertil er, at det er de befordringspligtige tjenester, som dimensionerer Post Danmark’s distributionssystem, og de distributionsomkostninger, som er forbundet med postbudets besøg ved én husstand med fælles uddeling af både et adresseret brev og en adresseløs, falder først bort, når den befordringspligtige tjeneste bortfalder. Det skyldes, at de nævnte stop under alle omstændigheder alligevel skal udføres af hensyn til, at selskabet skal opfylde sin befordringspligt for så vidt angår de adresserede breve.
- [41] Servicekravet er fastsat af Post Danmarks koncession, og består i, at 97 % af A-posten bør

være omdelt dagen efter indlevering, og at 97 % af B-posten bør være omdelt indenfor tre dage efter indlevering. I 1. halvår af 2004 udgjorde B-posten XX af brevmængden.

[42] Post Danmark gennemfører i disse år en gradvis reduktion i antallet af distributionscentre især i landområder. XX. Ifølge selskabet sker denne udvikling fuldstændig uafhængigt af udviklingen i antallet af adresseløse, der i stedet har medført, at der samlet er oprettet ca. XX nye omdelingsruter fra distributionscentrene.

[43] 2004-tal

[44] Det vil sige, at besøgstiden indeholder tiden fra postbuddet stopper for at gå ind til den enkelte husstand for at foretage afleveringen til postbuddet genoptager den faste rute efter besøget,

[45] Transportomkostninger på XX mio. kr. i fælles henførbare variable omkostninger samt XX kr. i fælles henførbare kapacitetslogistikomkostninger.

[46] XX kr. fra linje 8, XX kr. fra linje 20 og XX kr. fra linje 30 i konkurrenceregnskabet, i alt XX kr., som andel af de samlede transportomkostninger for breve og adresseløse forsendelser på XX kr.

[47] Forbruger-Kontakt har den 16. november 2004, jf. bilag 21, ved en syntetisk opgørelse af tidsbesparelsen for plukke- og afleveringstiden ved bortfald af adresseløse forsendelser opgjort tidsbesparelsen ved sambesøg til XX sekunder pr. besøg.

[48] Idet de XX sambesøg med adresseløse forsendelser og befordringspligtige produkter udgør XX% af de XX sambesøg med adresseløse forsendelser og andre produkter, korrigeres Post Danmarks besparelse med samme faktor.

[49] Tallene er opstillet efter de rabatintervaller, som ifølge Post Danmark er gældende for selskabets storkunder, jf. punkt 150. De hvide felter svarer således til en mængde mellem XX og XX stk. pr. år, mens de lysegrå felter svarer til en mængde mellem XX. stk. pr. år. Endeligt svarer de mørkegrå felter til en mængde over XX. stk. pr. år.

[50] Tallene er opstillet efter de rabatintervaller, som ifølge Post Danmark er gældende for selskabets storkunder, jf. punkt 150. De lysegrå felter svarer til en mængde mellem XX og XX stk. pr. år, mens de mørkegrå felter til en mængde over XX stk. pr. år.

[51] Jævnfør tabel 2 og 4.

[52] AKZO Chemie mod Kommissionen, C-62/86, Saml. 1999-I, 3359 og Kommissionens afgørelse af 20. marts 2001, COMP/35.141 – Deutsche Post AG, L 125/27.