

Netto I/S' klage over Egmont Magasiner A/S og Aller Press A/S

Rådsmødet den 16. juni 1999

1 Resumé

Netto I/S har klaget til Konkurrencestyrelsen over, at Egmont Magasiner A/S har nægtet at levere ugebladet "Her og Nu" til en række Netto-forretninger, medmindre forretningerne samtidig vil forhandle ugebladet "Kig Ind", der udgives af Aller Press A/S. Endvidere anfører klageren, at både Egmont og Aller har truet med at standse samtlige leveringer af ugeblade til Netto, hvis selskabet ikke fremover aftager "Kig Ind". Begge selskaber har i den forbindelse stillet krav om, at Netto skal aftage fuldt sortiment af ugeblade fra begge udgivere.

Klageren gør gældende, at der mellem Aller og Egmont eksisterer en aftale eller en samordnet praksis, der er i strid med konkurrencelovens § 6. Videre finder klageren, at selskabernes praksis samtidig er udtryk for misbrug af dominerende stilling, jf. konkurrencelovens § 11.

Konkurrencestyrelsen finder, at kravet om fuldt sortiment fra begge selskaber er udtryk for en samordnet praksis, der er i strid med bestemmelserne i konkurrencelovens § 6. Styrelsen finder endvidere, at selskabernes adfærd er udtryk for misbrug af en kollektiv dominerende stilling, jf. konkurrencelovens § 11, stk.1.

Endelig finder Konkurrencestyrelsen, at Aller isoleret har en dominerende stilling på markedet for løssalg af danske ugeblade, og at selskabet ligeledes misbruger sin dominerende stilling.

Der er ingen saglig begrundelse for et krav om, at Netto samtidig skal aftage alle Allers ugeblade og alle Egmonts ugeblade som vilkår for at få leveret "Her og Nu". Selskabernes ensartede adfærd hindrer forhandlerne i at vælge mellem konkurrerende produkter, og med kravet og truslen om leveringsstandsning påtvinges Netto urimelige købsbetingelser.

2. Afgørelse

- Allers og Egmonts krav om, at Netto skal aftage "Kig Ind", hvis selskabet vil føre "Her og Nu", er omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 3, og af konkurrencelovens § 11, stk.1, jf. stk. 2, nr. 1.
- Allers og Egmonts trusler om at afbryde leverancerne af samtlige ugeblade til Netto-forretningerne, hvis Netto ikke aftager "Kig Ind", er omfattet af konkurrencelovens § 11, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1.
- Allers vilkår om, at Netto skal aftage hele Allers ugebladssortiment og hele Egmonts ugebladssortiment og trussel om at afbryde leverancerne af samtlige ugeblade til Netto-forretningerne, hvis Netto ikke aftager "Kig Ind" er omfattet af konkurrencelovens § 11, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1.
- Aller og Egmont skal i henhold til konkurrencelovens §§ 6, stk. 4 og 11, stk. 3, jf. § 16, stk. 1, nr.1
 - ophøre med at kræve, at Netto for at få "Her og Nu" samtidig skal aftage "Kig Ind" og ophøre med at true med at afbryde leverancerne af samtlige ugeblade til Netto-forretningerne, hvis Netto ikke aftager "Kig Ind".
- Aller skal i henhold til konkurrencelovens § 11, stk. 3, jf. § 16, stk. 1, nr. 1
 - ophøre med at kræve, at Netto skal aftage hele Allers ugebladssortiment og hele Egmonts ugebladssortiment.

Påbudene skal efterkommes straks.

3 Sagsfremstilling

3.1 Baggrund og procedure

Netto I/S har anmodet Konkurrencestyrelsen om at meddele påbud til Egmont Magasiner A/S og Aller Press A/S i henhold til konkurrencelovens § 6, stk. 4 og § 11, stk. 3.

Baggrunden er, at Egmont ifølge klageren har nægtet at levere ugebladet "Her og Nu" til en række Nettoforretninger, medmindre forretningerne ligeledes vil forhandle ugebladet "Kig Ind", der udgives af Aller. Begge selskaber kræver, at Netto skal aftage fuldt sortiment af ugeblade fra begge udgivere. Da Netto ikke vil aftage "Kig Ind", har både Egmont og Aller truet med at standse leveringer af samtlige af selskabernes ugeblade til Netto-forretningerne.

Netto har på den baggrund anmodet Konkurrencestyrelsen om at afgøre, hvorvidt Egmont er berettiget til at forlange, at Netto, som betingelse for at få et bestemt ugeblad udgivet af Egmont A/S, ligeledes skal føre et bestemt ugeblad udgivet af Aller.

Klageren gør gældende, at der mellem Aller og Egmont eksisterer en aftale eller en samordnet praksis, der efter klagerens opfattelse falder ind under bestemmelserne i konkurrencelovens § 6, stk. 1, og at Egmonts og Allers krav om, at Netto skal føre et bestemt ugebladssortiment, er en samordnet praksis, der tillige medfører misbrug af dominerende stilling som nævnt i konkurrencelovens § 11, stk. 1.

3.2 Sagens parter

Netto I/S er datterselskab af Dansk Supermarked og Netto Marked Århus A/S (25 pct.). Netto forhandler dagligvarer.

Siden forretningskædens start i 1981 har den haft et koncept, der medfører, at kædens forretninger har et begrænset udbud af varer, som til gengæld sælges i store volumener.

Aller Press A/S fremstiller og udgiver ugeblade. I 1997 havde Aller Press A/S en omsætning på 788 mio. kr., mens hele koncernen, Carl Allers Etablissement A/S, havde en samlet omsætning på 2.934 mio. kr. Ud over fremstilling og udgivelse af ugeblade, fremstiller og udgiver koncernen magasiner.

Også **Egmont Magasiner A/S** fremstiller og udgiver ugeblade. Egmont Magasiner A/S havde en omsætning på 391 mio. kr., mens Egmont koncernen totalt havde en omsætning i 1997 på 6.771 mio. kr. Foruden ugeblade fremstiller Egmontkoncernen magasiner, serieblade, bøger, film og & tv m.v.

Dansk Magasinpresses Udgiverforening (DMU), er brancheorganisation for danske magasinudgivere. Den væsentligste del af udgiverne af magasiner i Danmark er medlemmer af foreningen. DMU skønner selv, at foreningens medlemmer dækker mellem 80 og 90 pct. af salget af magasiner i Danmark, herunder 100 pct. af salget af ugeblade i Danmark. Såvel Aller Press A/S som Egmont Magasiner A/S er medlemmer af DMU. DMU's medlemmer havde i 1997 en samlet omsætning på 19,1 mia. kr. Det skønnes, at medlemmerne i 1997 havde en samlet omsætning i Danmark på ca. 2 mia. kr. på markedet for magasiner og ugeblade.

DMU og Københavnske Dagblades Samråd (KDS) har på medlemmernes vegne indgået en fælles overenskomst med tilhørende forretningsbetingelser for forhandlingen af dagblade og magasiner i løssalg. I henhold til den indgåede overenskomst er nedsat **Bladudgivernes Forhandlernævn (BFN)**, der varetager den praktiske administration af forretningsbetingelserne, herunder sanktionering af overtrædelse af disse. Udgiverne forpligter sig til at organisere deres løssalg således, at det foregår gennem BFN, og samtlige forhandlere forpligtes til at underskrive de fælles forretningsbetingelser for forhandling af dagblade og magasiner.

Distribution af ugeblade foretages af **Ugebladsdistributionen I/S (UD)**, hvor Egmont og Aller ejer hver 50 pct. Dette selskab står for pakning og udbringning af ugebladene og for håndteringen af retursystemet, der følger af de oven for nævnte forretningsbetingelser. Ugebladsdistributionen

distribuerer også andre publikationer end ugeblade. Endvidere foretager Bladkompagniet A/S distribution af ugeblade.

3.3 Klagesagen

Netto I/S har siden starten af 1990'erne og frem til starten af 1997 aftaget samtlige de ugeblade, der udgives fra såvel Aller som Egmont.

I uge 8 1997 introducerede Egmont billedugebladet "Her og Nu". Netto afviste at føre dette ugeblad, og Egmont har siden løbende ført forhandlinger med Netto for at få selskabet til at aftage "Her og Nu", hvilket ikke lykkedes.

I uge 23 1997 introducerede Aller "Kig Ind", der skulle konkurrere med "Her og Nu". Netto ønsker heller ikke at føre dette ugeblad, hvilket på daværende tidspunkt blev accepteret af Aller.

Da det i maj 1997 viste sig, at "Her og Nu" opnåede en vis salgsvolumen, rettede Netto henvendelse til Egmont for at opnå leverancer af "Her og Nu". Imidlertid meddelte Egmont, at selskabet ikke ville levere "Her og Nu" medmindre Netto ligeledes aftog Allers "Kig Ind". Egmont krævede, at Netto aftog fuldt sortiment af ugeblade.

Der førtes herefter en del forhandlinger om dette spørgsmål, uden at parterne nåede til en løsning.

I forbindelse med åbningen af en række nye Nettobutikker i begyndelsen af 1998, begyndte Aller og Egmont at levere såvel "Kig Ind" som "Her og Nu" til de nye butikker sammen med alle de andre ugeblade, uden at der ifølge Netto forelå nogen aftale med Netto herom. Butikkerne satte "Her og Nu" på hylderne, men returnerede samtlige eksemplarer af "Kig Ind".

Netto rettede igen henvendelse til Aller og Egmont for at få leverancer af "Her og Nu" til alle butikker, og for at få leverancerne af "Kig Ind" til de nye Nettobutikker bragt til ophør.

Dette resulterede i, at Aller og Egmont meddelte Netto, at det var et krav, at Netto skulle modtage fuldt ugebladssortiment fra begge udgivere og at alle ugebladene skulle udstilles i forretningerne. Samtidig meddelte Aller og Egmont, at hvis ikke Netto rettede sig herefter, ville leveringen af samtlige billedugeblade og øvrige ugeblade til den enkelte butik standse.

Begge udgivere henviste til Bladudgivernes Forhandlernævns forretningsbetingelser punkt 2, og meddelte, at Nettos nægtelse af at aftage "Kig Ind" var en grov overtrædelse af denne bestemmelse, og at dette berettigede udgiverne til at standse samtlige leverancer til Netto.

På baggrund heraf har Netto valgt at modtage begge ugeblade i de nye Netto-butikker og indbringe sagen for Konkurrencestyrelsen.

Hverken Aller eller Egmont har på noget tidspunkt i forløbet standset leveringerne af ugeblade til Netto.

3.3.1. Parternes vurdering af sagen

Såvel Aller som Egmont har over for Konkurrencestyrelsen afvist at have indgået en særskilt aftale om, at samtlige forhandlere skal have begge udgiveres totale udbud af ugeblade på hylderne.

Aller oplyser, at selskabets krav om, at forhandlere foruden at aftage alle de af Aller udgivne ugeblade også skal "føre de af Egmont udgivne ugeblade - således at der derved bliver fuldt forhandlersortiment af danske ugeblade - er udtryk for Allers ensidigt fastsatte forretningspolitik".

Baggrunden for dette krav er, dels at forhandlerne skal leve op til kundernes forventninger om et

dækkende udvalg af de på markedet eksisterende ugeblade, dels at kravet om fuldt sortiment er med til at holde omkostningerne til distribution nede.

Aller anfører, at selskabets "forretningspolitik om fuldt sortiment for så vidt angår ugeblade er et udtryk for et selektivt distributionssystem. Sortimentskravet indgår som et kvalitativt kriterium i dette selektive distributionssystem. Sortimentskravet er begrundet med, at ugeblade sælges i en meget kort periode, hvorfor Allers kundekreds forventer, at enhver forhandler tilbyder det samlede udvalg af de på markedet eksisterende ugeblade. Som modvægt hertil har Aller forpligtet sig til at give forhandlerne fri returret."

Aller henviser i den forbindelse til sagen AMP mod Binon (EU-domstolen 243/83¹.)

Det anføres videre af Aller, at det efter EU praksis normalt ikke anses for at være i strid med artikel 81, stk. 1², når der i et selektivt distributionssystem anvendes objektive og kvalitative kriterier.

Egmont stiller ligeledes krav om fuldt sortiment og har oprindeligt givet udtryk for, at det følger af Forhandlernævnets forretningsbetingelser punkt 2. Egmont har dog nu præciseret, at det alene følger af Egmonts ensidigt fastsatte forretningspolitik.

Egmont finder, at kravet om fuldt sortiment er en forudsætning for en billig og effektiv distribution. Såfremt en forhandler kunne nægte at aftage enkelte af udgivernes ugeblade, ville der ske en svækkelse af effektiviteten og dermed en forøgelse af driftsomkostningerne for den part, hvis ugeblade fortsat skulle distribueres, en forøgelse, der ville skulle bæres af forbrugerne. Samtidig ville forbrugernes udvalg af blade formindskes, hvilket ikke ville være befordrende for konkurrencen.

Egmont har oplyst, at det var ifølge aftale med Netto I/S, at selskabet begyndte at levere til nye Netto-butikker. Endvidere oplyser Egmont, at truslen om leveringsstandsning af samtlige ugeblade alene var møntet på de nye Netto-butikker og ikke som anført af klageren på samtlige Netto-butikker.

3.4 BFN's regler m.v.

Forhandlernævnets forretningsbetingelsers punkt 2 har følgende ordlyd:

"Udgiverne eller disses distributionsfirmaer har ret til at ændre de løbende leveringer og til på eget initiativ at udsende skønnede oplag af nye publikationer. På ikke bestilte leveringer er der fri retur".

BFN har præciseret, at begrebet "fuldt sortiment" ikke indgår i BFN's forretningsbetingelser eller overenskomsten mellem udgivere af dag- og ugeblade. BFN's forretningsbetingelser og overenskomst mellem udgivere af dag- og ugeblade indeholder ikke krav om, at forhandlerne skal aftage et minimumssortiment eller for et minimumsbeløb inden for en bestemt periode. Dette er et anliggende mellem den enkelte forhandler og udgiveren/distributøren.

De enkelte udgivere har med forhandlerne en aftale om transport af leverancerne fra og til forhandlerne. I relation til disse transportaftaler stiller udgiverne ofte krav om mindstedebiteringer og leveringsgebyrer. Men heller ikke her er der efter det oplyste noget sortimentskrav.

BFN har over for Konkurrencestyrelsen oplyst, at sagen vedrørende Netto ikke på noget tidspunkt har været behandlet i nævnet, hvorfor nævnet ikke vil udtale sig om den konkrete sag.

3.5. Det relevante marked

3.5.1 Produktmarkedet

Aller Press A/S og Egmont Magasiner A/S er to af de største udbydere af ugeblade og magasiner i Danmark. Ud over disse 2 udbydere er Bonniers Magasiner A/S, der udbyder magasiner, stor på dette marked.

Det er styrelsens opfattelse, at magasiner, der sælges på ugebasis overordnet udgør et selvstændigt produkt, ugeblade. Der udgives i dag 12 danske ugeblade, hvor af Aller udgiver de 7 ugeblade og Egmont udgiver de 5.

Egmont finder, at det ikke er muligt at udskille specielle markeder for henholdsvis ugeblade og magasiner, idet ugeblade godt kan konkurrere med magasiner, der udgives på månedsbasis.

Styrelsen finder, at ugeblade adskiller sig fra magasiner i øvrigt fortrinsvis ved indholdet. Der er tale om blade med artikler og reportager inden for en meget bred vifte af emner, hvorfor ugebladene henvender sig til en bred kreds af læsere. For magasiner gælder, at disse typisk ikke indeholder aktualitetsstof som fx TV-programmer og døgnets begivenheder. Dertil kommer, at udgivelseshyppigheden for ugebladene er væsentlig større end for magasinerne, der udkommer 1 gang om måneden eller mindre. Endelig ligger priserne for ugeblade væsentlig under priserne for magasiner.

Såvel Aller som Egmont har oplyst, at det ikke er alle af selskabernes forhandlere, der aftager fuldt sortiment. Ud over Netto, der ikke for tiden får "Her og Nu" og "Kig Ind" i alle forretninger, aftager flere forhandlere, hvis salgssteder adskiller sig væsentligt, et begrænset sortiment, fx færger, trafikmidler, samt salgssteder uden offentlig adgang som kantiner mv.

Det kan diskuteres om det er muligt, at opdele markedet for ugeblade yderligere. Billedugeblade adskiller sig fra familieugeblade og kvindeugeblade ved indholdet. Billedugeblade indeholder meget korte reportager, har meget få artikler, og intet læsestof som romaner og noveller. Der er endvidere tale om, at reportagerne fortrinsvis præsenteres i billedform med meget lidt tekst. Familieugeblade og kvindeugeblade har mere læsestof og artikler om emner, der særligt henvender sig til disse grupper af læsere.

For "Kig Ind" og "Her og Nu" gælder endvidere, at der er tale et andet koncept, der adskiller sig fra andre billedugeblade og øvrige ugeblade, hvilket kommer til udtryk i færre antal sider samt lavere pris (ca. halvdelen).

Styrelsen har på basis af oplysninger om ugebladenes oplagstal beregnet Allers og Egmonts markedsandele. Aller har den største del af markedet med ca. 70 pct. Andelen har været stigende efter introduktionen af "Her og Nu". Egmont har 30 pct. af markedet, og denne markedsandel har været stigende efter introduktion af "Her og Nu".

"Her og Nu" og "Kig Ind" har i løbet af 2 år opnået et væsentligt salg pr. uge. Det er sket delvis på bekostning af "Se & Hør" og "Billedbladet". Den nettofremskud for billedugeblade, der er sket i den betragtede periode, kan tillægges, at de to nye blade er billigere og at salget af denne type blade er meget elastisk.

Aller finder ikke, at der kan foretages en så snæver markedsafgrænsning. Selskabet finder, at ugeblade i Danmark tilhører samme produktmarked, idet alle ugeblade er indbyrdes substituerbare og efterspørgslen elastisk.

Styrelsens opgørelse viser, at introduktionen af billig-billedugebladene ikke har påvirket salget af kvindeugeblade, mens der er et vist fald i salget af familieugeblade. Faldet af salget af de andre billedugeblade er dog signifikant større. Under hensyn til at der kan være en usikkerhed i disse opgørelser, er det imidlertid i det følgende valgt at afgrænse det relevante marked til at være markedet for salg af danske ugeblade til forhandlere.

3.5.2 Det geografiske marked

Det geografiske marked for danske ugeblade er Danmark. Bladene udgives på dansk og distribueres ikke i noget nævneværdigt omfang til forhandlere uden for Danmark.

3.5.3 Allers og Egmonts stilling på det relevante marked

Markedsandelene og udviklingen fremgår foran. Allers stilling på markedet for ugeblade understøttes ved, at selskabet udgiver 7 ugeblade, mens Egmont udgiver 5 ugeblade. Udgivernes stilling på markedet understreges af, at det er et fastprisområde. Det hindrer ikke priskonkurrence mellem udgiverne, men forhandlernes stilling vis-a-vis leverandørerne svækkes. De to virksomheder i duopol har i en årrække samarbejdet om distribution og administration over for forhandlerne. Konkurrencen er derved begrænset og specielt har forhandlerne ikke mange frihedsgrader i forhandlingen af ugeblade.

4. Vurdering

Netto, Egmont og Aller udøver erhvervsvirksomhed og forholdet er derfor omfattet af bestemmelserne i konkurrencelovens kapitel 2 og 3. Området er endvidere ikke offentlig reguleret på en måde, der kan bringe § 2, stk. 2, i anvendelse.

Der er ikke tale om aftaler, vedtagelser eller samordnet praksis, hvor der er meddelt fritagelse efter EF-Traktaten eller som opfylder betingelserne i en forordning om fritagelse eller undtagelse af visse kategorier af aftaler, jf. konkurrencelovens § 4.

Samtlige de deltagende virksomheder er uafhængige af hinanden, hvorfor bestemmelsen i konkurrencelovens § 5 om koncerninterne aftaler ikke kommer i anvendelse.

Konkurrencelovens § 7 finder ikke anvendelse, idet såvel Egmont som Aller har markedsandele og omsætning, der langt overstiger grænserne i § 7.

4.1. Konkurrencelovens § 6

Selskaberne har afvist, at de har indgået en aftale om at bladforhandlere skal have samtlige ugeblade fra de to bladhuse på hylderne. Det understøttes af, at Netto i en periode på op til 2 år ikke har forhandlet "Her og Nu" samt "Kig Ind", men har forhandlet de øvrige ugeblade fra Aller og Egmont. Netto forhandler ligeledes fortsat ugeblade bortset fra "billig-billedugeblade" i en række "gamle" Netto-forretninger.

Egmont og Aller har begge ved sagens start henvist til BFN's forretningsbetingelsers punkt 2, men har senere erkendt, at denne bestemmelse ikke hjemler noget sortimentskrav. BFN afviser også en sådan fortolkning.

Der er tale om en ensartet adfærd fra Allers og Egmonts side. Begge selskaber nægter at levere deres eget blad (Kig Ind/Her og Nu), hvis Netto ikke også aftager konkurrentens blad, og denne reaktion er sket nogenlunde samtidig, og således at selskaberne har forhandlet sammen over for Netto (fx ved møder).

Samtidig har begge udgivere meddelt, at hvis ikke Netto aftager alle ugeblade fra hvert af selskaberne til de enkelte butikker, vil leveringen af samtlige selskabets ugeblade (familieugeblade, billedugeblade og kvindeugeblade) standse, (for Egmont gælder dog, at leveringen kun vil blive standset over for de nye Nettobutikker).

Kravet om, at forhandlerne ikke kan føre "Her og Nu" uden også at aftage "Kig Ind", kan ikke på noget objektivt grundlag henføres til markedsudviklingen. Egmont og Aller samdistribuerer, men det betinger ikke, at forhandlerne skal tage de samme blade eller tage lige mange eksemplarer. "Her og Nu" og "Kig Ind" er ikke nødvendige komplementære produkter. "Her og Nu" kom på markedet flere uger før "Kig Ind", og bladene må naturligt betragtes som substitutter. Det må

derfor lægges til grund, at virksomhedernes selvstændige krav om, at kunderne skal aftage begge produkter, er et udslag af den afsætningspolitik, de har valgt over for deres forhandlere. På et marked med virksom konkurrence vil virksomhederne naturligt søge at øge deres salg evt. på bekostning af konkurrenterne, dvs. den modsatte reaktion af Allers og Egmonts efter Nettos fremsatte ønske om at forhandle "Her og Nu".

Endvidere medfører kravet om et bestemt sortiment, at Netto begrænses i mulighederne for selv at bestemme, hvilke produkter selskabet ønsker at sælge. Det følger af BFN's forretningsbetingelser punkt 2, at udgiverne har ret til på eget initiativ at udsende skønnede oplag af nye publikationer. Dette har Konkurrencerådet fundet ikke var konkurrencebegrænsende, især når der henses til, at der er fri returret på ikke bestilte leveringer, og at BFN's forretningsbetingelser ikke indeholder krav om minimumssortiment eller minimumskøb.

På den baggrund finder styrelsen, at der foreligger en samordnet praksis omfattet af forbudet i konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 3, mellem Egmont og Aller om ikke at give Netto ret til at forhandle "Her og Nu" uden at selskabet samtidig vil forhandle "Kig Ind". Denne samordnede praksis understøttes af samarbejdet i BFN (hvor også deltager andre bladudgivere) og i Udgiverdistributionen (hvor de to ugebladsudgivere er eneste interessenter). En ensartet linie over for forhandlerne, således som det også kommer til udtryk gennem disse to samarbejder og til dels gennem bladenes ensartede fastprispolitik, stiller bladudgiverne stærkere over for købere, der afskæres fra at spille udgiverne ud mod hinanden samt fra at vælge frit mellem konkurrerende produkter.

Egmont og Aller har hver for sig henvist til, at distributionen af et fuldt sortiment er med til at holde distributionsomkostningerne pr. enhed nede. Det er ikke dokumenteret, at det skulle indebære meromkostninger, at Netto fører ét i stedet for begge ugeblade, fx kan omkostninger ved returtagning meget vel være højere ved et større sortiment. Desuden ville en eventuel besparelse være opnået på bekostning af forhandlernes konkurrencemuligheder og vil kun kunne gennemføres ved en fritagelse fra konkurrencelovens § 6.

Egmont og Aller har desuden hver for sig stillet som krav, at Netto aftager samtlige deres ugeblade (sortimentskrav). Der er iflg. bladhusenes oplysninger tale om ensidige krav fra udgivers side til forhandlere³. Kravet er nyt i den forstand, at det - styrelsen bekendt - ikke tidligere har været formuleret skriftligt. "Her og Nu" og "Kig Ind" har været distribueret siden primo 1997, og der har ikke før 1999 været håndhævet et krav over for Netto om, at de var en del af et pligtigt sortiment, men ifølge oplysninger fra selskaberne, har de andre forhandlere rettet sig efter sortimentskravet. Selskaberne har endvidere henvist til, at kunderne forventer, at alle forhandlerne fører alle ugeblade. Nettos koncept er imidlertid kendt af kunderne for et begrænset sortiment, og det fremgår, at selskaberne også over for andre forhandlere accepterer, at de aftager et begrænset udvalg.

Aller har anført, at selskabet anvender et selektivt distributionssystem, og at sortimentskravet indgår som et kvalitativt kriterium i dette.

Styrelsen er enig i, at der med udgangspunkt i aviser og tidsskrifters særlige karakter, kan stilles visse særlige, kvalitative krav til forhandlerne uden at dette er omfattet af konkurrencelovens § 6, forudsat de praktiseres åbent og ensartet over for alle. Et krav om et repræsentativt sortiment kan i den forbindelse være sagligt.

Et krav om et fuldstændigt sortiment gældende for alle ugeblade på markedet vil imidlertid gå videre end der sagligt set kan være grundlag for i forbindelse med denne sag. Dertil kommer, at Egmont og Aller skal administrere et sådant krav konsekvent, og der er en række fravigelser i praksis fra kravet. Det fremgår desuden, at man ikke over for nogen af Netto's forretninger i 1997-1998 har håndhævet et sådant krav om fuldt sortiment.

4.2 Konkurrencelovens § 8

Egmont og Allers samordnede praksis er ikke omfattet af nogen anmeldelse om fritagelse i henhold til konkurrencelovens § 8, stk. 1.

Det må derfor lægges til grund, at Egmonts krav om, at Netto skal forhandle "Kig Ind" for at kunne forhandle "Her og Nu", samt Allers krav om at Netto skal forhandle "Her og Nu" for at kunne forhandle "Kig Ind" er forbudt og ugyldigt, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 5.

4.3 Konkurrencelovens § 11

4.3.1 Dominans

På det overordnede marked for løssalg af ugeblade foreligger et duopol, hvor Aller har 70 pct. og Egmont 30 pct. af salget. Det er styrelsens vurdering, at der foreligger en kollektivt dominerende stilling.

Udgivernes høje markedsandele understøttes af et organisatorisk/strukturelt samarbejde i BFN og UD. Dertil kommer, at begge bladhusene anvender bindende videresalgspriser og udbyder en vifte af blade. Selskaberne har fælles interesser i forhold til forhandlerleddet, og dette kommer til udtryk i de forannævnte samarbejder, samt i den konkrete sag i den koordinerede adfærd over for Netto. Hertil kommer også, at selskaberne samtidig har introduceret et krav om fuldstændigt sortiment af bladhusenes egne ugeblade. Der ses ikke at være konkrete markedsforhold, der gør det aktuelt at indføre et sådant krav nu.

Betragtet enkeltvis har Aller dominans på markedet for salg af ugeblade til forhandlere. Mens Egmont bedømt isoleret ikke kan anses for at have nogen dominans på dette marked.

4.3.2 Misbrug

Aller og Egmont har misbrugt deres kollektivt dominerende stilling på det danske marked for salg af ugeblade til forhandlere ved at kræve, at Netto

- aftager såvel "Her og Nu" som "Kig Ind", hvis selskabet vil føre et af bladene
- ved at true med at afbryde leverancerne af samtlige ugeblade til Netto-forretningerne, hvis Netto ikke aftager "Kig ind"

idet bladhusene derved påtvinger Netto urimelige købsbetingelser, jf. konkurrencelovens § 11, stk. 2, nr. 1. Dertil kommer, at kravet efter det oplyste ikke er administreret ensartet over for alle forhandlere.

Aller har tilsvarende misbrugt sin stilling på det overordnede marked for ugeblad

- ved at stille som vilkår, at Netto skal aftage hele Allers ugebladssortiment og hele Egmonts ugebladssortiment
- ved at true med at afbryde leverancerne af samtlige ugeblade til Netto-forretningerne, hvis Netto ikke aftager "Kig ind".

1 Binon-dommen drejer sig om en leveringsnægtelse, hvor AMP (der er en bladgrossist) ikke ville levere til en forhandler (Binon), der ikke opfyldte AMP's krav til forhandlere. Forhandlerne skal være meget store og velassorterede og føre et sortiment på ca. 350 forskellige aviser og tidsskrifter. I sådanne detailforretninger må publikum ifølge domstolen kunne forvente at finde et repræsentativt udvalg af de på markedet eksisterende aviser og tidsskrifter. Domstolen udtaler følgende:

"Da aviser og tidsskrifter har en særlig karakter, hvad deres distribution angår, kan der indføres distributionssystemer af den nævnte art uden at de kommer i strid med forbudet i artikel 85, stk. 1. Som AMP med rette fremhæver er den periode, i hvilken aviser og tidsskrifter kan sælges en

detail, normalt meget kort, hvorved gælder at publikum forventer, at enhver detailhandler tilbyder et repræsentativt udvalg af de på markedet eksisterende aviser og tidsskrifter, navnlig de indenlandske. Udgiverne forpligter sig på deres side til at tage de usolgte eksemplarer tilbage, hvilket giver anledning til en stadig vareudveksling mellem udgiver og detailhandlere." <

[2](#) Tidligere artikel 85, stk.1.

[3](#) Kravet går således ud over BFN § 2, jf. foran