

Konkurrencerådsafgørelse den 21. december 2022

# Medierettigheder til dansk ligafodbold – Midlertidig dispensa- tion



---

**Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen**

Carl Jacobsens Vej 35  
2500 Valby  
Tlf.: +45 41 71 50 00  
E-mail: kfst@kfst.dk

Journal nr. 21/09213/ SBR, ESI, CHAR, DEB, SAM, MEA

Afgørelsen er udarbejdet af  
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

---

# Indholdsfortegnelse

---

<b>1.</b>	<b>RESUME.....</b>	<b>5</b>
<b>2.</b>	<b>AFGØRELSE.....</b>	<b>8</b>
<b>3.</b>	<b>SAGSFREMSTILLING.....</b>	<b>9</b>
3.1	Indledning.....	9
3.2	De involverede virksomheder.....	11
3.2.1	Organisering af dansk fodbold.....	11
3.2.2	Superligaklubberne.....	12
3.2.3	Divisionsforeningen.....	13
3.2.4	DBU.....	13
3.3	Sagens baggrund.....	13
3.3.1	Kommissionens praksis.....	14
3.3.2	Konkurrencerådets tilsagnsafgørelse fra 2007.....	15
3.3.3	Konkurrencerådets tilsagnsafgørelse fra 2014.....	16
3.3.4	Konkurrencerådets dispensationsafgørelse fra 2018.....	18
3.3.5	Hensynene bag tilsagnene.....	18
3.3.5.1	Særligt vedrørende ”no single buyer”-reglen.....	19
3.3.6	Regulering i øvrige europæiske lande.....	20
3.3.7	Divisionsforeningens anmodning om genforhandling i 2021.....	20
3.4	Markedsbeskrivelse.....	21
3.5	Styrelsens markedsundersøgelser.....	24
3.5.1	Forbrugerundersøgelse.....	24
3.5.2	Prisudvikling.....	31
3.5.3	Styrelsens markedsundersøgelse vedrørende ”no single buyer”-reglen.....	33
3.5.4	Opsummering på styrelsens undersøgelser.....	33
3.6	Divisionsforeningens beskrivelse af tv-markedets udvikling samt forslag til ændring af de gældende tilsagn.....	34
3.6.1	Tv-markedets udvikling.....	34
3.6.2	Diskrimination i forhold til øvrige fodboldturneringer.....	35
3.6.3	Divisionsforeningens begrundelse for at ophæve ”no single buyer”-reglen.....	36
3.6.4	Divisionsforeningens begrundelse for at forenkle udbudsbetingelserne.....	36
3.7	Høringsvar.....	37
<b>4.</b>	<b>KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSENS VURDERING AF DIVISIONSFORENINGENS ANMODNING.....</b>	<b>40</b>
4.1	Indledning.....	40
4.2	Det relevante retsgrundlag.....	40
4.2.1	Genoptagelse af en tilsagnsafgørelse.....	40
4.2.2	Styrelsens vurdering af tv-markedets udvikling.....	41
4.2.3	Genforhandlingsklausulen i de gældende tilsagn fra 2014.....	42
4.2.4	Forvaltningsretlige grundsætninger.....	43
4.2.4.1	Hel eller delvis tilbagekaldelse af tilsagnsafgørelsen.....	43
4.2.5	Ligebehandling.....	45

---

<b>5.</b>	<b>VURDERING AF MIDLERTIDIG DISPENSATION FRA DELE AF TILSAGNENE.....</b>	<b>46</b>
5.1	Indledning.....	46
5.2	Midlertidig dispensation fra "no single buyer"-reglen og forenkling af udbudsbetingelserne.....	46
5.2.1	Styrelsens vurdering af dispensation fra "no single buyer"-reglen.....	47
5.2.1.1	Samlet vurdering af en midlertidig dispensation fra "no single buyer"-reglen.....	49
5.2.2	Styrelsens vurdering af en forenkling af udbudsbetingelserne.....	49
5.2.2.1	Tilsagnenes punkt 2 vedrørende rettighedspakker.....	50
5.2.2.2	Tilsagnenes punkt 3 vedrørende udbudsmodellen.....	50
5.2.2.3	Tilsagnenes punkt 4 vedrørende udbudsproceduren.....	54
5.2.2.4	Tilsagnenes punkt 5 vedrørende trustee.....	54
5.2.2.5	Samlet vurdering af forenkling af udbudsbetingelserne.....	55
5.2.3	Samlet vurdering af delvis og midlertidig dispensation fra de gældende tilsagn.....	55
<b>6.</b>	<b>DISPENSATION.....</b>	<b>57</b>
6.1	Indledning.....	57
6.2	Evaluering.....	57
6.3	Dispensation.....	58
6.3.1	Sammenligning af de gældende tilsagn og tilsagn til brug for dispensationsperioden.....	58
<b>7.</b>	<b>BILAG.....</b>	<b>64</b>

# 1. Resume

1. Denne sag handler om salget af medierettigheder til dansk ligafodbold, herunder navnlig Superligaen. Det skal vurderes, hvorvidt de markedsmæssige forhold har ændret sig på en sådan måde, at der er grundlag for at foretage en ændring af den regulering af salget af medierettighederne til dansk ligafodbold, som blev indført i 2007 og senere ændret i 2014.
2. Den 31. oktober 2007 traf Konkurrencerådet afgørelse om at gøre en række tilsagn bindende, der var afgivet af Superligaen A/S/Divisionsforeningen/DBU (herefter "Divisionsforeningen") med henblik på at imødekomme de konkurrencemæssige betænkeligheder, som rådet havde i forhold til superligaklubbernes fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold ("2007-afgørelsen"). Disse tilsagn blev revideret den 26. februar 2014, hvor Konkurrencerådet traf en ny afgørelse ("2014-afgørelsen"). Det er disse tilsagn fra 2014, der er gældende i dag. I 2018 fik Divisionsforeningen dispensation fra tilsagnenes punkt 3.2, hvorefter Divisionsforeningen kunne påbegynde udbuddet af medierettighederne til Superligaen for perioden 2021-2024 tidligere end 1,5 år før kontraktperiodens start ("2018-afgørelsen").
3. Uden den fælles salgsaftale ville klubberne skulle sælge deres medierettigheder individuelt, og klubberne ville dermed uafhængigt af hinanden skulle forhandle salgsvilkår, herunder pris, med kanaludbyderne. Dermed ville klubberne være i konkurrence med hinanden om at sælge de medierettigheder, som de hver især råder over.
4. Den fælles salgsaftale medfører således, at 12 aktører i form af 12 superligaklubber reduceres til én aktør på udbudssiden. Det betyder, at tredjeparter kun har én leverandør og alene kan købe medierettighederne til de priser, som Divisionsforeningen fastsætter. Det fælles salg resulterer dermed i ensartede salgsvilkår, herunder priser, sammenlignet med en situation med individuelt salg.
5. Udgangspunktet er, at en aftale mellem konkurrenter om fælles salg af medierettighederne til Superligaen er omfattet af forbuddet i af konkurrenceloven jf. § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, samt TEUF art. 101, stk. 1, hvorefter en aftale, som begrænser eller kontrollerer afsætningen i markedet, er forbudt.
6. Et fælles salg af medierettighederne til Superligaen har ikke kun betydning for rettighedsmarkedet, men også for de tilstødende markeder for i) udbud af tv-kanaler og ii) distribution af tv-kanaler.
7. Således udgør væsentlige fodboldbegivenheder en vigtig del af det samlede indhold, som kanaludbyderne kan konkurrere med hinanden på, når de skal gøre kanalerne attraktive salgsobjekter i forhold til distributørerne. Tilsvarende er distributørernes salg af abonnementer til forbrugerne afhængigt af, at der tilbydes adgang til de kanaler, der har et efterspurgt indhold. Derfor kan både kanaludbydere og distributørerne også kræve en høj pris fra henholdsvis distributørerne og forbrugerne, såfremt de har adgang til at vise væsentlige fodboldbegivenheder.
8. Baggrunden for 2007-afgørelsen var, at de danske superligaklubber i regi af Divisionsforeningen siden 1998 havde foretaget fælles salg af medierettighederne til den danske Superliga i forhold til én virksomhed, MTG (senere Nent, nu Viaplay Group), på eksklusiv basis. I december 2006 annoncerede MTG og Divisionsforeningen, at parterne havde til hensigt at forlænge aftalen frem til 2013. Såfremt denne hensigt var blevet effektueret, ville medierettighederne ikke have været i åbent udbud i 15 år.

- 
9. I juni 2021 henvendte Divisionsforeningen sig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med anmodning om genforhandling med henblik på ophævelse af de gældende tilsagn, subsidiært ophævelse af "no single buyer"-reglen samt forenkling af reglerne for udbudsproceduren.
  10. På baggrund af Divisionsforeningens henvendelse indvilgede styrelsen i at undersøge, om genforhandlingsklausulen var opfyldt, samt om der var grundlag for at ændre de gældende tilsagn. I den forbindelse har styrelsen afholdt møder med udvalgte danske og internationale kanaludbydere og distributører, indhentet oplysninger om relevant praksis fra de øvrige europæiske myndigheder og iværksat markedsundersøgelser blandt udvalgte danske kanaludbydere, distributører samt forbrugere.
  11. Styrelsens undersøgelser har vist, at der er sket en udvikling på tv-markedet siden 2014, særligt i forhold til betydningen af streamingtjenester. Flere udenlandske aktører som Netflix, HBO Max og Disney+ er aktive i Danmark, og flere danske kanaludbydere som fx Discovery, TV 2 og Viaplay Group er aktive med deres egne streamingtjenester, Discovery+, TV 2 Play og Viaplay. I forhold til direkte sportsudsendelser har det betydet, at aktørerne, via deres streamingtjenester, har direkte adgang til forbrugerne uden om distributørerne.
  12. Herudover har tv-markedet ændret sig i forhold til forbrugernes muligheder for frit at vælge tv-kanaler siden afgivelsen af de gældende tilsagn i 2014. Hos de fleste distributører er der i dag fri mulighed for at vælge mellem, hvor mange og hvilke tv-kanaler, man ønsker. Derudover har boligforeninger ved lov fået frit valg af distributør og tv-pakke. Dette medfører, at de enkelte husstande i foreningen ikke er fastlåste hos den distributør, som boligforeningen har indgået aftale med om en fælles tv-pakke, samt at de enkelte husstande selv kan vælge, hvilken tv-pakke eller streamingtjeneste de ønsker. Det er dermed blevet væsentligt nemmere for forbrugere at vælge mellem distributører, tv-pakker, tv-kanaler, streaming og indhold, end det var i 2014.
  13. Styrelsen har endvidere undersøgt, hvilken betydning henholdsvis Superligaen, Champions League og Premier League har for de danske forbrugere. Resultaterne af undersøgelsen viser, at Superligaen spiller en væsentlig rolle for forbrugerne som helhed og for nogle forbrugere i særdeleshed, mens Champions League og til dels Premier League også ser ud til at have stor betydning for forbrugerne.
  14. Styrelsens undersøgelser viser endvidere, at der er sket en udvikling af prisen på særligt Champions League og Premier League i Danmark, hvilket også hænger sammen med forbrugernes præferencer for disse ligaer. Set ud fra prisudviklingen er Superligaen [xxx], hvilket dog skal ses i sammenhæng med, at Superligaen har været reguleret af tilsagn siden 2007.
  15. I styrelsens undersøgelse blandt de danske kanaludbydere har størstedelen af respondenterne angivet, at en fjernelse af "no single buyer"-reglen vil svække konkurrencen, da medierettighederne vil kunne sælges eksklusivt. Halvdelen af distributørerne i styrelsens undersøgelse har dog angivet, at det ikke vil have nogen effekt på konkurrencen blandt distributørerne, hvis medierettighederne sælges eksklusivt til én aktør.
  16. Styrelsen har fundet, at der efter de almindelige forvaltningsretlige grundsætninger er grundlag for at give en midlertidig dispensation fra "no single buyer"-reglen samt visse af de gældende udbudsbetingelser. Styrelsen har fundet, at en delvis og midlertidig dispensation vil være den mest retvisende måde at tilvejebringe et grundlag for en vurdering af, om tilsagnene fortsat er nødvendige og proportionale i sin nuværende udformning sammenholdt med hensynet bag konkurrencereglerne og de potentielle skadelige virkninger af at sælge medierettighederne eksklusivt til én aktør.
  17. En dispensationen vil bl.a. give styrelsen mulighed for at se, hvordan en tilbagekaldelse af "no single buyer"-reglen vil påvirke prisudviklingen på medierettighederne, og hvordan denne udvikling vil påvirke henholdsvis distributørerne og i sidste ende forbrugerne. Styrelsen vil foretage en evaluering af dispensationens effekt på den kommende udbudsrunde og markedet.
-

- 
18. På baggrund af styrelsens undersøgelser får Divisionsforeningen dispensation fra tilsagnet punkt 2.1 og 2.2 angående "no single buyer"-reglen samt en forenkling af de gældende udbuds-betingelser. Dispensationen medfører, at Divisionsforeningen vil kunne sælge medierettighederne til Superligaen eksklusivt til én aktør. Dispensationen vil være en fireårig periode gældende for sæsonstart i 2024. Divisionsforeningen vil fortsat have mulighed for at sælge medierettighederne for en længere periode end fire år, men i så fald vil de gældende tilsagn fra 2014 træde i kraft.
-

## 2. Afgørelse

---

19. Det meddeles Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, at der i forhold til tilsagn af 26. februar 2014 gives
- » dispensation fra tilsagnenes punkt 2.1 og 2.2 angående rettighedspakker, hvormed medierettighederne i dispensationsperioden skal sælges i minimum en pakke.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.1 angående udbudsmodellen, hvormed medierettighederne ikke skal udbydes samtidigt, samt en forlængelse af perioden for aktørerne til at fremkomme med første bud fra 30 kalenderdage til 60 kalenderdage.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.2 angående udbudsmodellen, hvormed medierettighederne kan udbydes i en periode på fire løbende sæsoner.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.4 angående udbudsmodellen, hvormed Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ikke skal godkende udbuds- og kontraktbetingelserne, inden udbuddet i gang sættes.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.5 angående udbudsmodellen, hvormed der ikke er krav til hvilke kategorier, forhandlingerne kan omhandle.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.6 angående udbudsmodellen, hvormed det ikke er et krav, at der efter hver forhandlingsrunde skal være skriftlige bud.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.7 angående udbudsmodellen, hvormed underkriteriet ii) penetration ændres til ii) kunde adgang.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.8 angående udbudsmodellen, hvormed der ikke er krav om anvendelse af pointmodellen.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 4.2 angående udbudsproceduren, hvormed én og samme aktør kan erhverve samtlige direkte tv-rettigheder.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 4.3, 4.4, 4.5 og 4.7 angående udbudsproceduren.

Ovenstående dispensationer gives for en fireårig periode gældende for det kommende udbud af salget af medierettighederne til Superligaen for rettighedsperioden startende i 2024.

---



## 3. Sagsfremstilling

---

### 3.1 Indledning

20. Den 31. oktober 2007 traf Konkurrencerådet afgørelse om at gøre en række tilsagn bindende. Disse tilsagn var afgivet af DBU/Divisionsforeningen med henblik på at imødekomme de konkurrencemæssige betænkeligheder, som rådet havde i forhold til superligaklubbernes fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold ("2007-afgørelsen"). Disse tilsagn blev efterfølgende, efter henvendelse fra Divisionsforeningen om genforhandling af tilsagnene, revideret i Konkurrencerådets afgørelse af den 26. februar 2014 ("2014-afgørelsen"). Den 5. november 2018 gav Konkurrencerådet Divisionsforeningen en mindre dispensation fra en del af de gældende tilsagn ("2018-afgørelsen").
  21. Nærværende sag drejer sig om, hvorvidt de markedsmæssige forhold har ændret sig på en sådan måde, at der er grundlag for at foretage en ændring af den regulering af salget af medierettighederne til dansk ligafodbold, som blev indført i 2007 og ændret i 2014, samt om der er grundlag for at give yderligere en midlertidig dispensation fra disse tilsagn.
  22. Fodboldklubberne i den danske Superliga har før 2007 indgået aftale om, at samtlige medierettigheder til klubbernes superligakampe udelukkende sælges i fællesskab i regi af Divisionsforeningen. Ved at indgå en sådan aftale, udelukkes de enkelte klubber fra selv at udbyde deres medierettigheder individuelt. Potentielt 12 aktører i form af de 12 superligaklubber reduceres til én aktør på udbudssiden. Derved får sælgerne en betydelig markedsmagt, der kan give klubberne mulighed for samlet set at tage en højere pris for de samlede medierettigheder ved salg til kanaludbydere på rettighedsmarkedet, end hvis medierettighederne blev solgt individuelt. Denne skabelse af markedsmagt videreføres endvidere i større eller mindre grad på de tilstødende markeder for henholdsvis salg af tv-kanaler og distribution af disse.
  23. En aftale indgået af konkurrenter om fælles salg af individuelle medierettigheder er som udgangspunkt omfattet af forbuddet i konkurrenceloven jf. § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2, samt TEUF art. 101, stk. 1, hvorefter en aftale, som begrænser eller kontrollerer afsætningen i markedet, er forbudt.
  24. Flere europæiske fodboldklubbens fælles salg af medierettigheder til deres kampe er tidligere blevet reguleret af såvel EU-Kommissionen gennem tilsagn som af flere nationale konkurrencemyndigheder, og salget bliver fortsat reguleret i en række lande i Europa.
  25. Baggrunden for 2007-afgørelsen var, at de danske superligaklubber i regi af Divisionsforeningen siden 1998 havde foretaget fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold til én virksomhed, MTG (tidligere Nent, nu Viaplay Group), på eksklusiv basis. I december 2006 annoncerede MTG og Divisionsforeningen, at parterne havde til hensigt at forlænge aftalen frem til 2013. Såfremt denne hensigt var blevet effektueret, ville medierettighederne have været solgt eksklusivt til MTG i 15 år uden at have været i åbent udbud.
  26. Et afgørende element i Konkurrencerådets betænkeligheder dengang var, at salget af medierettighederne ikke kun har betydning for rettighedshaverne. Adgangen til sportsrettigheder – og specielt medierettigheder til fodbold – har også stor betydning for konkurrencen mellem både kanaludbydere og distributører af tv-kanaler. Det skyldes, at det tillægges stor betydning for mange forbrugere at have adgang til de væsentlige nationale og europæiske fodboldturneringer. På tidspunktet for 2007-afgørelsen var medierettighederne til Superligaen og det danske herrelandshold i fodbold de mest efterspurgte sportsrettigheder i Danmark. På tidspunktet for
-

---

2014-afgørelsen var Superligaen fortsat en af de mest efterspurgte sportsrettigheder i Danmark sammen med Premier League og Champions League.

27. Konkurrencerådet vurderede i 2007-afgørelsen, at et samlet salg af medierettigheder til én køber, som erhverver medierettighederne på et eksklusivt og langvarigt grundlag med klausul om eksklusiv adgang til forhandlinger om forlængelse, indebærer en form for afsætningskontrol, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 2.
  28. På den baggrund tilbød Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen (herefter "Divisionsforeningen") tilsagn i 2007. Disse tilsagn var gældende frem til 2014, hvor Divisionsforeningen afgav reviderede tilsagn.
  29. I perioden, hvor tilsagnene fra 2007-afgørelsen var gældende, blev medierettighederne udbudt to gange. I perioden, hvor tilsagnene fra 2014-afgørelsen har været gældende, har medierettighederne indtil nu været udbudt to gange, og medierettighederne skal efter planen sendes i udbud i starten af 2023 med kontraktstart fra 2024.
  30. Det første udbud af medierettighederne efter 2014-afgørelsen fandt sted umiddelbart efter afgørelsens afsigelse, hvor MTG (nu Viaplay Group) og Discovery fik tildelt medierettighederne til Superligaen for perioden 2015-2018, og DR blev tildelt medierettighederne til tv-highlights og radio.
  31. Det andet udbud af medierettighederne blev gennemført i 2019 for perioden 2021-2024. Oprindeligt ville medierettighederne først kunne blive udbudt tidligst i januar 2020, men Divisionsforeningen anmodede om dispensation i 2018. I 2018-afgørelsen traf Konkurrencerådet afgørelse om dispensation fra tilsagnenes punkt 3.2, således at udbuddet af medierettighederne til Superligaen for perioden 2021-2024 kunne afholdes tidligere end 1,5 år før kontraktperiodens start, hvorfor dette allerede blev udbudt i 2019. Medierettighederne blev fordelt på Nent (nu Viaplay Group) og Discovery.
  32. I juni 2021 henvendte Divisionsforeningen sig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med anmodning om genforhandling af de gældende tilsagn med henblik på fuld ophævelse af tilsagnene.
  33. I de gældende tilsagn er der følgende genforhandlingsklausul: *"Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen godtgør en væsentlig forbedring i konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked, har Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen ret til at anmode om genforhandling af disse tilsagn, herunder en ophævelse af tilsagnet"*, jf. tilsagnenes punkt 6.2.
  34. Det er Divisionsforeningens overordnede synspunkt, at der er sket en væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene på indholds- og distributionsmarkederne siden 2014, hvor der særligt har været en hastig teknologisk udvikling, der har banet vejen for nye aktører, herunder særligt streamingtjenester. Herudover har udviklingen i forhold til forbrugernes adgang til frit tv-valg også skabt en forbedring af konkurrenceforholdene.
  35. Divisionsforeningen ønsker som udgangspunkt en fuldstændig ophævelse af tilsagnene fra 2014-afgørelsen, således at medierettighederne kan sælges frit uden regulering. Divisionsforeningen vurderer imidlertid, at det især er reglen om "no single buyer", der ikke er nødvendig, da reglen ikke udgør en beskyttelse af forbrugeren, men tværtimod medfører, at forbrugerne skal købe adgang til flere kanaler for at kunne se alle superligakampene. Herudover har Divisionsforeningen anført, at de gældende udbudsbetingelser er meget detaljerede i forhold til, hvad der er nødvendig for at sikre et lige, gennemsigtigt og ikke-diskriminerende udbud.
-

- 
36. Divisionsforeningen har endvidere anført, at Divisionsforeningen bliver diskrimineret i forhold til andre fodboldturneringer, særligt de øvrige internationale rettighedshavere til premium fodboldrettigheder<sup>1</sup>, da disse kan sælge medierettighederne uden tilsagn.
37. På baggrund af Divisionsforeningens henvendelse indvilligede styrelsen i at undersøge, om genforhandlingsklausulen var opfyldt, samt om der var grundlag for at ændre de gældende tilsagn. I den forbindelse har styrelsen afholdt møder med udvalgte danske og internationale kanaludbydere og distributører i januar 2022, indhentet oplysninger om relevant praksis fra de øvrige europæiske myndigheder i februar 2022, og gennemført markedsundersøgelser blandt udvalgte danske kanaludbydere, distributører samt forbrugere i maj 2022.

## 3.2 De involverede virksomheder

38. Divisionsforeningen er en forening for alle fodboldklubber i Superligaen, 1. division (NordicBet Ligaen), 2. division og 3. division.<sup>2</sup> Fodboldklubberne i Superligaen har i regi af Divisionsforeningen indgået aftale om, at samtlige medierettigheder til klubbernes kampe udelukkende sælges i fællesskab.
39. Ud over klubberne og Divisionsforeningen spiller Dansk Boldspil-Union ("DBU") ligeledes en rolle i forhold til organiseringen af dansk ligafodbold. Disse væsentlige aktører beskrives nedenfor, idet der først gives en kort præsentation af dansk fodbolds organisering.

### 3.2.1 Organisering af dansk fodbold

40. Den organiserede afvikling af fodboldkampe i Danmark sker i turneringer. De turneringer, der tiltrækker mest opmærksomhed fra tilskuere og medier, er Danmarksturneringen og Landspokalturneringen for herrer.<sup>3</sup>
41. *Danmarksturneringen* omfatter i sæson 2022/2023 Superligaen med de 12 bedste hold, 1. division med 12 hold, 2. division med 12 hold og 3. division med 12 hold.
42. En sæson løber over et år med start og afslutning om sommeren, og ved sæsonens afslutning kåres vinderen af Superligaen som danmarksmester. De dårligst placerede hold fra hver række rykker ned i den næste, lavere rangerende række og erstattes af de bedst placerede herfra.
43. *Landspokalturneringen* er ligeledes en årlig tilbagevendende turnering, som omfatter alle hold, der har tilmeldt sig. Turneringen afvikles over et antal runder, hvor vinderen går videre til næste runde, mens taberen går ud af turneringen.
44. Superligaklubberne og DBU er enige om, at både klubberne og DBU har andel i rettighederne, herunder medierettighederne, til kampene i Superligaen - DBU som turneringsejer og klubberne som kamparrangører. Turneringsprogrammet fastslår hvilken klub, der er arrangør af den enkelte kamp. Arrangøren er således den klub, der spiller på hjemmebane, og det er derfor denne klub, der som udgangspunkt afholder alle udgifter og beholder indtægterne fra kampen.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Premium fodboldrettigheder omfatter Superligaen, Premier League og Champions League.

<sup>2</sup> Jf. <https://divisionsforeningen.dk/> - tilgået 20. oktober 2022.

<sup>3</sup> Andre turneringer er bl.a. Danmarksturneringen for kvinder, Landspokalturneringen for kvinder, Danmarksmesterskabet for herreungdom m.v.

<sup>4</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 75.

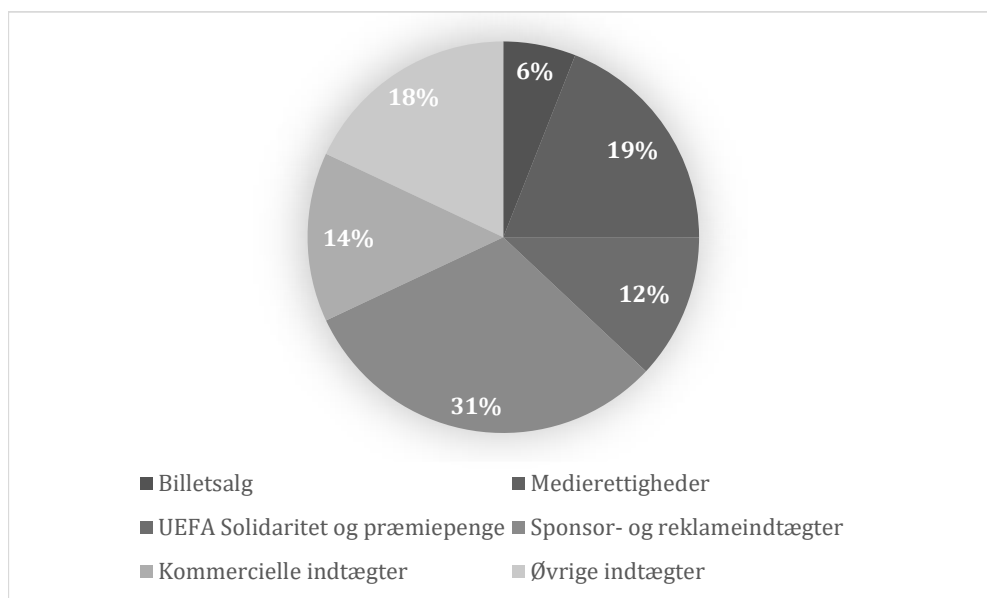
---

45. Der skelnes typisk mellem sportsbegivenheder/turneringer som fx Superligaen, der løber kontinuerligt henover året, og korte sportsbegivenheder som fx OL, EM, VM, der kun foregår i en begrænset periode og i bestemte år.

### 3.2.2 Superligaklubberne

46. Alle 12 superligaklubber er aktieselskaber. Superligaklubberne har indtægter fra sponsoraftaler, reklamer, medierettighederne til Superligaen, kommercielle aktiviteter, UEFAs solidaritets- og præmiepenge samt billetsalg. Herudover har flere af klubberne også erhvervsaktiviteter ved siden af fodbolden, fx udleje af lokaler og arealer til koncerter og kurser, jf. figur 3.1, der viser den gennemsnitlige fordeling af omsætning i superligaklubberne i perioden 2015-2021. I gennemsnit stammer knap 20 pct. af superligaklubbernes omsætning fra salg af medierettigheder, mens godt 30 pct. stammer fra sponsor- og reklameindtægter, der også må forventes at afhænge af den eksponering, som klubberne får via billetsalg og salg af medierettigheder.

Figur 3.1 Gennemsnitlig fordeling af omsætning i superligaklubberne, 2015-2021



*Note:* Opgørelsen er udarbejdet af DBU på baggrund af årsrapporter indhentet fra Superligaklubberne i perioden 2015-2021.

*Kilde:* Styrelsens illustration, 2022.

47. Superligaklubbernes samlede omsætning inklusive transferaktiviteter og øvrige økonomiske aktiviteter udgjorde i 2020/2021 ca. 2,5 mia. kr.<sup>5</sup> Dog er spredningen meget stor. Således omsatte den største af klubberne, FC København, for ca. 1,2 mia. kr.<sup>6</sup>, mens den mindste, Viborg

<sup>5</sup> Jf. Superligaklubbernes individuelle årsrapporter.

<sup>6</sup> Jf. Parken Sport og Entertainment A/S' årsrapport 2020/2021, side 1.

---

F.F., omsatte for ca. 28,3 mio. kr.<sup>7</sup> Kun halvdelen af klubberne havde en årlig omsætning på mere end 100 mio. kr. i regnskabsåret 2020/2021.

48. Superligaklubberne ejer desuden i fællesskab selskabet Superligaen A/S. I perioden 2020/2021 havde Superligaen A/S en omsætning på ca. 14,9 mio. kr. Selskabet har til formål at udvikle og markedsføre dansk klubfodbold på eliteniveau, ligesom det repræsenterer ejerne i forhandlinger om kommercielle aftaler vedrørende bl.a. sponsorater og reklamer.<sup>8</sup>

### 3.2.3 Divisionsforeningen

49. Divisionsforeningen er en forening af klubberne i Danmarksturneringen. Divisionsforeningen repræsenterer 48 divisionsklubber (sæson 2021/2022) udadtil, herunder i forbindelse med salg af medierettigheder. Divisionsforeningen har derudover til opgave – i samarbejde med DBU – at koordinere udviklingen af dansk elitefodbold på klubplan.<sup>9</sup> Divisionsforeningen står desuden for diverse markedsførings- og kommunikationsinitiativer i forhold til dansk elitefodbold.

### 3.2.4 DBU

50. DBU er dansk fodbolds enhedsorganisation og repræsenterer dansk fodbold udadtil. DBU fastsætter reglerne for turneringerne og udskriver de nationale turneringer, herunder Danmarksturneringen og Landspokaltturneringen.<sup>10</sup> DBU er endvidere ansvarlig for landsholdsfodbolden.

## 3.3 Sagens baggrund

51. Fælles salg af medierettigheder til sportsbegivenheder i almindelighed, og til fodboldturneringer i særdeleshed, har i mange år været i fokus hos de europæiske konkurrencemyndigheder. Det skyldes, at det tillægges stor betydning af mange forbrugere at have adgang til at følge de væsentligste nationale og europæiske fodboldturneringer. Adgangen til disse medierettigheder får dermed også stor betydning for konkurrencen mellem både kanaludbydere og distributører af tv-kanaler.
52. Konkurrencerådet vurderede i 2007-afgørelsen, at klubbernes samlede udbud af alle medierettigheder til dansk ligafodbold og overdragelse heraf til én aktør eksklusivt og på langvarige kontrakter uden afholdelse af åbne udbud var behæftet med betydelige betænkeligheder. Kombinationen af, at klubberne samlede alle medierettigheder i én pakke, hvor denne pakke blev solgt eksklusivt for en lang periode til én køber uden afholdelse af et åbent udbud, begrænsede konkurrencen og var umiddelbart omfattet af artikel 81 i traktaten [art. 101] og § 6 i konkurrenceloven om forbud mod indgåelse af konkurrencebegrænsende aftaler. Et samlet salg af medierettigheder til én køber, som erhverver medierettighederne på et eksklusivt og langvarigt grundlag med klausul om eksklusiv adgang til forhandlinger om forlængelse, indebærer således en form for afsætningskontrol, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Jf. Viborg F. F. Prof. Fodbold A/S' årsrapport 2020/2021, side 8.

<sup>8</sup> Jf. Superligaen A/S' årsrapport 2020/2021, side 17-18.

<sup>9</sup> Jf. Divisionsforeningens vedtægter af 11. september, 2021, <https://divisionsforeningen.dk/vedtaegter/> - tilgået den 30. september 2022.

<sup>10</sup> Jf. DBU's love: <https://www.dbu.dk/media/dogfwwnz/dbu-s-love-2022.pdf> - tilgået den 17. oktober 2022.

<sup>11</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, Medierettigheder til dansk ligafodbold, pkt. 140.

53. Samtidig var det før 2007-afgørelsen almindelig praksis, at medierettighederne blev solgt samlet til én køber for en længere årrække (eventuelt med mulighed for forlængelse) uden at have været i et åbent udbud forinden.<sup>12</sup>
54. En sådan salgsmode kan, udover at begrænse konkurrencen på rettighedsmarkedet, også begrænse den indbyrdes konkurrence mellem henholdsvis kanaludbydere og distributørerne. Det skyldes, at medierettighederne til de væsentligste fodboldturneringer har en sådan betydning, at det kan være vanskeligt for kanaludbydere at klare sig i konkurrencen, såfremt de ikke har adgang til at vise kampe fra en eller flere af disse fodboldturneringer. Tilsvarende vanskeligt kan det være for en distributør at kunne tilbyde et tilstrækkeligt attraktivt produkt, hvis distributøren ikke har adgang til kanaler, der viser kampe fra de nævnte fodboldturneringer.<sup>13</sup> Samtidig giver det kanaludbydere med disse medierettigheder mulighed for at få høje abonnementsindtægter i forbindelse med deres salg af kanalerne, hvorved de får adgang til en stor andel af forbrugernes samlede udgift til tv.

### 3.3.1 Kommissionens praksis

55. De konkurrencemæssige problemstillinger beskrevet i punkt 23 har medført en række afgørelser fra Kommissionen på området. I 2003 traf Kommissionen afgørelse i sagen om det europæiske fodboldforbunds, UEFA's, fælles salg af de kommercielle medierettigheder til den paneuropæiske klubfodboldturnering, Champions League ("Champions League-afgørelsen").<sup>14</sup>
56. Kommissionen fandt i Champions League-afgørelsen, at selvom fælles salg af medierettigheder til sportsbegivenheder som udgangspunkt er i strid med konkurrencereglerne, kan et sådant salg efter omstændighederne opfylde de kumulative betingelser for en individuel fritagelse efter TEUF artikel 101, stk. 3 (som svarer til konkurrencelovens § 8, stk. 1). Kommissionen kunne imidlertid først meddele UEFA en fritagelse, da der blev anmeldt<sup>15</sup> en revideret fælles salgsaftale, som tog højde for Kommissionens konkurrencemæssige betænkeligheder, hvorefter i) medierettighederne blev inddelt i en række forskellige pakker, som ii) senest hvert tredje år iii) skulle i åbent udbud.<sup>16</sup> Kommissionen fandt, at den reviderede fælles salgsaftale kunne fritages, da det fælles salg kunne give effektivitetsgevinster og forbrugerfordele, bl.a. fordi i) et enkelt salgssted var en fordel, da inddragelsen af klubber fra mange nationaliteter og de forskellige nationale tv-selskaber ville skabe praktiske vanskeligheder, ii) forbrugerne havde en interesse i et fælles Champions League-brand, da det gav dem et overblik over og adgang til alle kampe, og iii) opdeling i flere rettighedspakker gav flere medieoperatører mulighed for at erhverve medierettigheder til Champions League.
57. Champions League-afgørelsen lagde grundstenen for senere afgørelser fra både Kommissionen og nationale konkurrencemyndigheder.<sup>17</sup> Baseret på principperne fra Champions League-afgørelsen traf Kommissionen således lignende afgørelser i forhold til først den tyske Bundesliga i

<sup>12</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 81.

<sup>13</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 82.

<sup>14</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 23. juli 2003 i sag COMP/C.2-37.398, *Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League*.

<sup>15</sup> Forud for indførelsen af EU-gennemførselsforordningen, Rfo 1/2003, var der en ordning med anmeldelse af aftaler for individuel fritagelse, hvor virksomheder kunne anmelde en aftale til Kommissionen og få "godkendt" at kriterierne for individuel fritagelse efter TEUF artikel 101, stk. 3, var opfyldt. Med indførelsen af EU-gennemførselsforordningen, Rfo 1/2003, blev dette anmeldelsessystem erstattet af en selvsvurdering.

<sup>16</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 23. juli 2003 i sag COMP/C.2-37.398, *Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League*, afsnit 3.4.

<sup>17</sup> Se fx Bundeskartellamts afgørelsen fra 2020 [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Entscheidungen/Kartellverbot/2020/B6-28-19.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Entscheidungen/Kartellverbot/2020/B6-28-19.pdf?__blob=publicationFile&v=3).

---

2005 ("Bundesliga-afgørelsen")<sup>18</sup> og sidenhen i forhold til den engelske Premier League i 2006 ("Premier League-afgørelsen")<sup>19</sup>. I disse to sager indledte Kommissionen undersøgelser af henholdsvis Liga-Fußballverbands fælles salg af medierettighederne til Bundesligaen og The Football Association Premier Leagues ("FAPL") fælles salg af medierettighederne til Premier League. Begge sager blev løst med tilsagn.

58. Alle tre afgørelser fra Kommissionen var tidsbegrænsede, og hverken fritagelsen eller tilsagnene er længere i kraft. Kommissionen fandt det uden nærmere begrundelse passende at lade varigheden af den fritagne salgsaftale i Champions League-afgørelsen gælde i seks år, og den fritagne salgsaftale udløb derfor i 2009. Kommissionen fandt det passende, at tilsagnene i Bundesliga-afgørelsen gjaldt for en treårig periode, og tilsagnene udløb derfor også i 2009, mens tilsagnene i Premier League-afgørelsen udløb i 2013, da Kommissionen fandt, at en tilsagnsperiode på seks år var tilstrækkelig til, at tilsagnene kunne have effekt i markedet.

### 3.3.2 Konkurrencerådets tilsagnsafgørelse fra 2007

59. Den 31. oktober 2007 traf Konkurrencerådet som nævnt afgørelse om at gøre en række tilsagn fra Divisionsforeningen bindende, som vedrørte salg af medierettighederne til dansk ligafodbold, jf. punkt 27.
60. Baggrunden for afgivelsen af tilsagnene var, at klubberne i regi af Divisionsforeningen havde forestået et fælles salg af medierettighederne til Superligaen, som medførte, at bl.a. medierettighederne havde været samlet hos MTG (nu Viaplay Group) på eksklusivt grundlag uden reelt at have været udbudt siden 1998.
61. Som følge af Divisionsforeningens fælles salg af medierettighederne havde MTG således erhvervet medierettighederne eksklusivt og langvarigt, uden at andre kanaludbydere fik mulighed for at byde på de medierettigheder, som blev tillagt stor betydning for konkurrencen mellem både kanaludbydere og distributører, jf. punkt 51-54. MTG havde med andre ord fået en væsentlig konkurrencemæssig fordel i forhold til de øvrige kanaludbydere, som ikke var i besiddelse af medierettigheder til Superligaen, da medierettighederne til Superligaen var blandt de mest efterspurgte sportsrettigheder i Danmark. Endvidere slog denne fordel også igennem i forhold til konkurrencen mellem distributørerne, hvor de distributører, som distribuerede de af MTG's kanaler, der viste superligafodbold, var væsentligt bedre stillet. I den forbindelse bemærkes det, at MTG som vertikalt integreret aktør havde incitament til at beskytte sin egen Viasat-distributionsplatform i konkurrencen ved ikke at indgå aftale med alle interesserede distributører.
62. Det overordnede mål med 2007-afgørelsen var derfor at få spredt medierettighederne til dansk ligafodbold ud blandt flere tv-selskaber og andre medieselskaber, således at især medierettighederne ikke – som hidtil – blev solgt samlet til én køber, som erhvervede dem eksklusivt og på langvarigt grundlag, og som betød, at ikke alle distributører havde adgang til at vise dansk ligafodbold. Formålet var således at sikre, at konkurrenterne til MTG – både i kanal- og distributionsleddet – også fik mulighed for at erhverve nogle af medierettighederne og dermed konkurrere med MTG om tv-seere til dansk ligafodbold.
63. Konkret sikrede tilsagnene, at medierettighederne blev bragt i udbud samtidig, og at dette skete under faste rammer, som Divisionsforeningen skulle fastlægge nærmere i forbindelse med de

---

<sup>18</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 19. januar 2005 i sag COMP/C-2/37.214, *Joint selling of the media rights to the German Bundesliga*.

<sup>19</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 22. marts 2006 i sag COMP/C-2/38.173, *Joint selling of the media rights to the FA Premier League*.

---

enkelte udbud. Tilsagnene indebærer, at medierettighederne opdeles i et antal pakker, som sælges via åbne og regelmæssige udbud. Der er forskellige pakker til forskellige medietyper og højdepunktsklip.<sup>20</sup>

64. I 2007-afgørelsen var hovedindholdet af tilsagnene, at:
- » Udbuddet skulle ske på åbne, ikke-diskriminerende og objektive vilkår og skulle respektere ligebehandlingsprincippet (tilsagn 3.1 og 3.4).
  - » Rettighederne til den enkelte pakke skulle tildeles den, der afgav det økonomisk mest fordelagtige bud (tilsagn 3.4).
  - » Rettighederne måtte højst overdrages for tre år (tilsagn 3.2).
  - » Ingen kunne som udgangspunkt erhverve samtlige pakker til direkte transmission af superligakampe ("no single buyer") (tilsagn 4.1 - 4.5).
  - » Processen skulle følges af en trustee<sup>21</sup>, som refererede til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (tilsagn 5).
  - » Rettigheder kunne kun videreoverdrages med Divisionsforeningens godkendelse (tilsagn 3.10).
65. Der var en undtagelse til reglen om "no single buyer" i tilfælde af, at det kunne konstateres, efter afgivelse af første bud, at der højst var to aktører, der havde afgivet kvalificerede bud på disse medierettigheder. I dette tilfælde kunne Divisionsforeningen forhandle med de to aktører om salg af samtlige medierettigheder til direkte transmission til én af de to aktører. Erhvervelsen af samtlige medierettigheder forudsatte bl.a., at den pågældende aktør var parat til at betale en merpris for samtlige pakker på minimum 30 pct. over den højeste af to priser, enten i) summen af minimumspriserne for pakkerne eller ii) summen af det højeste skriftlige bud, der var afgivet i første budrunde for hver enkelt pakke. Såfremt ingen af disse to aktører var villige hertil, blev reglen om "no single buyer" fastholdt.
66. Konkurrencerådet vurderede samlet set, at de afgivne tilsagn imødekom de konkurrencemæssige betænkeligheder, som Konkurrencerådet havde i forhold til klubbernes fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold. Således blev det i 2007-afgørelsen fremhævet, at *"med et bredt udbud af forskellige pakker skabes [der] reel mulighed for, at flere medieselskaber kan sikre sig rettigheder. Når flere rettigheder udbydes på samme tidspunkt på åbne og ikke-diskriminerende vilkår, reduceres risikoen for, at der opstår problemer med afskærmning på de efterfølgende markeder [for udbud af tv-kanaler og for distribution]"*.<sup>22</sup>

### 3.3.3 Konkurrencerådets tilsagnsafgørelse fra 2014

67. Den 20. februar 2014 blev tilsagnene fra 2007-afgørelsen revideret, og Konkurrencerådet gjorde en række reviderede tilsagn fra Divisionsforeningen, som vedrørte salget af medierettighederne til dansk ligafodbold, bindende, se boks 6.1. Divisionsforeningen havde i marts 2013

<sup>20</sup> Medierettigheder til Superligaen blev solgt i minimum tre pakker, hvor hver pakke bestod af minimum én livekamp pr. runde (tilsagn 2.1 i)). Det blev i bilag 1 til tilsagnene specificeret, at pakke 1 bestod af 1.- og 4.-valgskampen, pakke 2 af 2.- og 5.-valgskampen og pakke 3 af 3.- og 6.-valgskampen. I forbindelse med 2011-udbuddet blev pakkesammensætningen ændret til 1.- og 6.-valg, 2.- og 5.-valg samt 3.- og 4.-valg.

<sup>21</sup> Trustee skal være observatør i forbindelse med Divisionsforeningens gennemførelse af dispensationsudbuddet i 2023 for at sikre, at udbuddet af rettighederne udbydes på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, se trustee mandat i bilag 2.

<sup>22</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, *Medierettigheder til dansk ligafodbold*, pkt. 20.



---

henvendt sig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med henblik på en genforhandling af de dagældende tilsagn.

68. Den dagældende genforhandlingsklausul fra 2007-afgørelsen medførte, at Divisionsforeningen kunne anmode om genforhandling af tilsagnene, hvis markedsforholdene havde ændret sig væsentligt. Det var endvidere et krav, at de ændrede markedsforhold ville medføre, at gennemførelsen af udbuddet efter de dagældende tilsagn ville medføre et væsentligt tab for Divisionsforeningen.
69. Divisionsforeningen mente, at markedsforholdene havde ændret sig væsentligt i forhold til situationen i 2007 og ønskede i første række en fuldstændig ophævelse af de dagældende tilsagn. Divisionsforeningen mente imidlertid, at det især var reglen om "no single buyer" og den maksimale rettighedsperiode på tre år, som var problematisk for Divisionsforeningen.
70. Konkurrencerådet fandt, at Superligaen i mellemtiden fra 2007-afgørelsen relativt set havde mistet betydning i forhold til særligt Champions League og Premier League, men at Superligaen fortsat var den væsentligste rettighed, samt at den ændrede markedsituation kunne begrunde visse justeringer i tilsagnene. Rådet fandt dog samtidig, at der fortsat var så betydelige konkurrencemæssige problemer på rettigheds- og tv-markederne, at det fortsat var nødvendigt at stille en række krav til, hvordan det fælles salg af medierettighederne skulle foregå.
71. I 2014-afgørelsen blev tilsagnene revideret på følgende punkter:
- » Den maksimale rettighedsperiode blev forlænget til seks år (tilsagn 3.2).
  - » Det var ikke længere muligt for Divisionsforeningen at anvende minimumspriser (tilsagn 3.3)
  - » Hvis der benyttedes en rettighedsperiode, der oversteg tre år, styrkedes "no single buyer"-reglen, således at i) én aktør maksimalt kunne erhverve 4 ud af 6 livekampe, og ii) én aktør ikke kunne erhverve både livekampvalg 1 og 2 (tilsagn 4.3).
  - » Eksklusivitetspræmien, jf. punkt 65, blev hævet til 40 pct., hvis der opstod en situation med "egnede" bud fra færre end tre aktører (tilsagn 4.5 b).
  - » Der skulle ske genudbud efter maksimalt tre år af to livekampe, herunder minimum kampvalg 2, hvis én aktør erhvervede alle medierettighederne for en periode, der overstiger tre år (tilsagn 4.5 d).
72. Det blev samlet set vurderet, at de reviderede tilsagn imødekom Konkurrencerådets konkurrencemæssige betænkeligheder. Risikoen for, at der opstod en situation, hvor alle medierettighederne til Superligaen sælges til én køber, blev minimeret markant, og samtidig blev det sikret, at mindst to kanaludbydere ville være i besiddelse af et konkurrencedygtigt produkt, hvis der blev anvendt en forlænget rettighedsperiode, da én køber maksimalt måtte erhverve fire ud af seks kampe, og at én køber ikke kunne erhverve både første og andet kampvalg.<sup>23</sup> Herved blev de negative konkurrencemæssige virkninger af den længere rettighedsperiode afbødet.

---

<sup>23</sup> Første og andet kampvalg i en spillerunde er de kampe, der vurderes at tiltrække flest og næst-flest seere, hvorfor disse kampe er de mest attraktive at have medierettigheder til.

---

### 3.3.4 Konkurrencerådets dispensationsafgørelse fra 2018

73. Den 5. november 2018 gav Konkurrencerådet Divisionsforeningen dispensation fra de gældende tilsagns punkt 3.2, hvoraf det fremgår, at *"udbuddet kan tidligst gennemføres 1,5 år før en kontraktperiodes start"*.
74. Divisionsforeningen anmodede om at kunne udbyde medierettighederne til Superligaen for perioden 2021-2024 hurtigst muligt, så udbuddet senest kunne være afsluttet i marts 2019. I henhold til de gældende tilsagn kunne udbuddet af medierettigheder for perioden 2021-2024 tidligst ske i januar 2020.
75. I denne sag fandt Konkurrencerådet, at betingelserne for at anvende genforhandlingsklausulen ikke var opfyldt. Konkurrencerådet fandt dog, at anmodningen om dispensation kunne behandles efter de almindelige forvaltningsretlige grundsætninger, hvorefter en myndighed som udgangspunkt er berettiget til at ændre en afgørelse til gunst for adressaten, såfremt i) der foreligger en saglig grund, ii) ændringen ikke vil være i strid med lighedsgrundsætningen og iii) ændringen ikke vil stride imod lov. Konkurrencerådet fandt, at anmodningen kunne imødekommes delvist, således at udbuddet af medierettighederne for perioden 2021-2024 kunne afholdes tidligere end 1,5 år før kontraktperiodens start, dog kunne udbuddet tidligst igangsættes seks måneder fra underretning af offentligheden, herunder mulige budgivere, om, at udbuddet ville finde sted.
76. Konkurrencerådet vurderede, at der var en saglig grund, som kunne begrunde imødekommelsen af en mindre dispensation, i forhold til hvornår medierettighederne kunne udbydes. Konkurrencerådet lagde i sin vurdering også vægt på, at hensynet til konkurrencen og øvrige aktører på markedet var iagttaget ved, at de øvrige budgivere blev varslet i god tid forud for udbuddet.

### 3.3.5 Hensynene bag tilsagnene

77. De bagvedliggende hensyn, der lå til grund for tilsagnenes udformning i 2007-afgørelsen og senest i 2014- afgørelsen, gennemgås samlet i nedenstående.
78. Konkurrencerådet vurderede i 2007, at Divisionsforeningens

*"... samlede udbud af alle rettigheder til dansk ligafodbold og overdragelse heraf til én aktør eksklusivt og på langvarige kontrakter [er] behæftet med betydelige betænkeligheder. Kombinationen af, at klubberne samler alle rettigheder i én pakke, hvor denne pakke sælges eksklusivt for en lang periode til én køber uden afholdelse af et åbent udbud, begrænser konkurrencen og er umiddelbart omfattet af artikel 81 [101] i traktaten og § 6 i konkurrenceloven om forbud mod indgåelse af konkurrencebegrænsende aftaler. Kombinationen af fælles eksklusivt salg for lange perioder og uden udbud udgør således en form for afsætningskontrol, jf. § 6, stk. 2, nr. 2, i konkurrenceloven".<sup>24</sup>*

79. De afgivne tilsagn blev fundet tilstrækkelige til at imødekomme de konkurrencemæssige betænkeligheder, Konkurrencerådet havde:

*"Den kombination af konkurrencebegrænsende elementer, som indebærer en kontrol med afsætningen i markedet, jf. § 6, stk. 2, nr. 2), i konkurrenceloven, er således løst ved dels at sælge rettighederne i flere forskellige pakker, dels at rettighederne sælges for en kortere periode, dels at der udbydes både eksklusive og ikke-eksklusive rettigheder og*

<sup>24</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, *Medierettigheder til dansk ligafodbold*, pkt. 140.

*endelig, at alle aktører har adgang til at byde på rettighederne med jævne mellemrum på lige vilkår.*<sup>25</sup>

80. Tilsagnenes hovedelementer bestod således af krav til, hvorledes udbudsbetingelserne skulle udformes, herunder "no single buyer"-reglen, og hvorledes udbudsprocessen skulle foregå. Baggrunden for reguleringen af udbudsbetingelserne, herunder udbudsprocessen, var at sikre, at salget af medierettighederne skete på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, så alle interesserede aktører kunne afgive bud på samme forudsætninger, og derved sikre lige konkurrencevilkår på de efterfølgende markeder.<sup>26</sup>
81. Tilsagnene indeholdt således de samme grundelementer, som i Kommissionens praksis, der er behandlet ovenfor i afsnit 3.3.1. Tilsagnene i Konkurrencerådets afgørelse var imidlertid tidsubegrænsede, ligesom de – i modsætning til Kommissionens Champions League- og Bundesliga-afgørelser – indeholdt en "no single buyer"-regel.
82. I 2014 vurderede Konkurrencerådet, at den ændrede markedssituation kunne begrunde visse justeringer af tilsagnene. Men det var samtidigt Konkurrencerådets vurdering, at der fortsat var så betydelige konkurrencemæssige problemer på rettigheds- og tv-markederne, at det også fremadrettet ville være nødvendigt at stille en række krav til, hvordan et fælles salg af medierettighederne foregår.<sup>27</sup>

### 3.3.5.1 Særligt vedrørende "no single buyer"-reglen

83. "No single buyer"-reglen blev oprindeligt indført som en del af tilsagnene i 2007 og medførte, at én og samme aktør ikke kunne erhverve samtlige pakker eksklusivt til direkte transmission af superligakampene eller til højdepunktsklip. Begrundelsen for reglen var, at den øgede muligheden for konkurrence og modvirkede afskærmning af konkurrerende tv-udbydere på de efterfølgende markeder for henholdsvis udbud og distribution af tv-kanaler. I 2007 var Superligaen og det danske herrelandshold de mest efterspurgte fodboldrettigheder i Danmark.<sup>28</sup>
84. "No single buyer"-reglen blev justeret i 2014-afgørelsen, jf. også ovenfor i afsnit 3.3.3 ovenfor. Ændringen af "no single buyer"-reglen medførte, at det i de gældende tilsagn kun er muligt for én køber at erhverve fire ud af seks livekampe, og at ingen køber kan erhverve både kampvalg 1 og 2. Dette gælder dog kun, hvis rettighedsperioden overstiger tre år. I modsat fald vil tilsagnene fra 2007-afgørelsen finde anvendelse, jf. tilsagnenes punkt 4.7, dvs. at én og samme aktør kan erhverve op til 5 kampe pr. runde og kan erhverve medierettigheder til 1. og 2. kampvalg samtidig, jf. tilsagnenes punkt 4.7, jf. punkt 4.3.
85. Baggrunden for justeringen af "no single buyer"-reglen var, at styrelsen ville styrke "no single buyer"-reglen i tilfælde af, at rettighederne blev solgt for en 6-årig periode. Styrelsen vurderede således fortsat, at rettighederne til Superligaen måtte betegnes som den vigtigste sportsret-tighed overhovedet på det danske tv-marked, når medierettighederne blev vurderet efter pris.<sup>29</sup>

<sup>25</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, *Medierettigheder til dansk ligafodbold*, pkt. 206.

<sup>26</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, *Medierettigheder til dansk ligafodbold*, pkt. 160.

<sup>27</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 19.

<sup>28</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. oktober 2007, *Medierettigheder til dansk ligafodbold*, pkt. 43.

<sup>29</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 348.

86. Styrelsen vurderede endvidere, at det ville mindske kanaludbydernes adgang til rettighedsmarkedet, og at det dermed kunne give anledning til konkurrenceskadelige virkninger på de tilstødende tv-markeder, hvis Superligaen blev solgt eksklusivt eller for en meget lang periode.<sup>30</sup>
87. Denne markedsmagt ville endvidere blive styrket betragteligt, hvis den pågældende kanaludbyder også havde eksklusive medierettigheder til de øvrige premium fodboldrettigheder, Champions League og Premier League. En sådan koncentration af premium fodboldrettigheder hos én kanaludbyder ville betyde, at den pågældende kanaludbyder ville have en klar fordel i konkurrencen med de øvrige kanaludbydere. Dette kan endvidere indebære, at risikoen for, at ikke alle distributører kan få adgang til medierettighederne, vil blive øget, og kanaludbyderen med rettighederne ville kunne øge priserne i alle omsætningsled.<sup>31</sup>

### 3.3.6 Regulering i øvrige europæiske lande

88. Når man ser på andre lande i Europa, der har indført tilsagn for den nationale liga, er det udelukkende lande, hvor den nationale liga klart har en særstatus på det nationale marked sammenlignet med udenlandske fodboldturneringer. Det er således alene ligaer, der normalt betegnes som de stærkeste i Europa ("the big five"<sup>32</sup>), der er reguleret i deres respektive hjemlande.
89. Dette ses bl.a. i Tyskland, hvor den tyske liga, Bundesligaen, er underlagt tilsagn om "no single buyer". I Danmark er Champions League og Premier League også vigtige fodboldturneringer for mange forbrugere på samme niveau som Superligaen, jf. afsnit 3.5.1 nedenfor, mens Bundesligaen derimod uden tvivl er den klart vigtigste fodboldturnering for seerne i Tyskland, hvor Bundesligaen har en markedsandel på omkring [70-80] pct. Det samme gør sig gældende i Spanien og Frankrig, hvor henholdsvis La Liga og Ligue 1 også er underlagt tilsagn om "no single buyer". Herudover er Serie A i Italien underlagt regulering, hvor medierettighederne sælges i pakker.<sup>33</sup> Premier League i England sælges også i pakker, selvom salget af medierettighederne ikke er underlagt regulering. Det må således formodes, at det er ud fra kommercielle betragtninger, at den engelske divisionsforening har valgt at sælge medierettighederne til Premier League i pakker.
90. De øvrige europæiske lande, hvor medierettighederne til den nationale liga også sælges samlet, har derimod ingen regulering af salget af fodboldrettigheder. Dette er også tilfældet i de øvrige nordiske lande – Norge, Sverige og Finland – hvor medierettighederne til den nationale liga bliver solgt eksklusivt.

### 3.3.7 Divisionsforeningens anmodning om genforhandling i 2021

91. I juni 2021 henvendte Divisionsforeningen sig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med anmodning om genforhandling af de gældende tilsagn med henblik på en ophævelse af disse, subsidiært ophævelse af "no single buyer"-reglen samt en forenkling af reglerne for udbudsproceduren.
92. Det er Divisionsforeningens overordnede synspunkt, at der er sket en væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene på indholds- og distributionsmarkederne siden 2014, hvor der særligt har været en hastig teknologisk udvikling, der har banet vejen for nye aktører, herunder særligt

<sup>30</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 347.

<sup>31</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 417.

<sup>32</sup> Premier League i England, Bundesligaen i Tyskland, La Liga i Spanien, Serie A i Italien, og Ligue 1 i Frankrig.

<sup>33</sup> Jf. <https://www.sportspromedia.com/news/serie-a-rights-dazn-italy-sky-domestic-contract/> - tilgået den 15. september 2022.

---

streamingtjenesternes indtog på markedet. Herudover har udviklingen i forhold til forbrugernes adgang til frit tv-valg også skabt en forbedring af konkurrenceforholdene. Divisionsforeningen har fremhævet, at denne udvikling betyder, at der ikke længere er grundlag for de betænkeligheder, som Konkurrencerådet tidligere har haft over for et ureguleret salg af medierettighederne til Superligaen.<sup>34</sup>

93. Divisionsforeningen ønsker som udgangspunkt en fuldstændig ophævelse af tilsagnene fra 2014-afgørelsen, således at medierettighederne kan sælges frit uden regulering. Divisionsforeningen finder imidlertid, at det især er reglen om "no single buyer", der ikke er nødvendig, da reglen ikke udgør en beskyttelse af forbrugeren, men tværtimod medfører, at forbrugerne skal købe adgang til flere kanaler for at kunne se alle superligakampene, end de ellers ville, hvis medierettighederne blev solgt eksklusivt til én aktør.<sup>35</sup>
94. Divisionsforeningen har endvidere anført, at Divisionsforeningen bliver diskrimineret i forhold til andre fodboldturneringer, særligt de øvrige globale rettighedshaverede til premium fodbold, Premier League og Champions League. Divisionsforeningen har anført, at salget af disse medierettigheder foregår helt uden regulering på det danske marked, og at denne diskrimination tydeligt ses i forhold til udviklingen af rettighedspriserne set i forhold til fordelingen mellem interesse, præference og værdi for sportsrettigheder i Danmark.
95. Styrelsen indvilgede på baggrund af Divisionsforeningens henvendelse i at undersøge, om der var grundlag for at genforhandle tilsagnene fra 2014-afgørelsen. I den forbindelse afholdte styrelsen møder med udvalgte danske og internationale kanaludbydere og distributører i januar 2022, indhentede oplysninger om relevant praksis fra de øvrige europæiske myndigheder i februar 2022, og iværksatte markedsundersøgelser blandt udvalgte danske kanaludbydere, distributører samt forbrugere i maj 2022.

### 3.4 Markedsbeskrivelse

96. Det overordnede tv-marked består af flere omsætningsled, der er vertikalt forbundne herunder i) rettighedsmarkedene, ii) markedet for udbud af tv-kanaler og iii) markedet for distribution af tv-kanaler. Aktørerne på markedet fremgår af nedenstående figur 3.2.

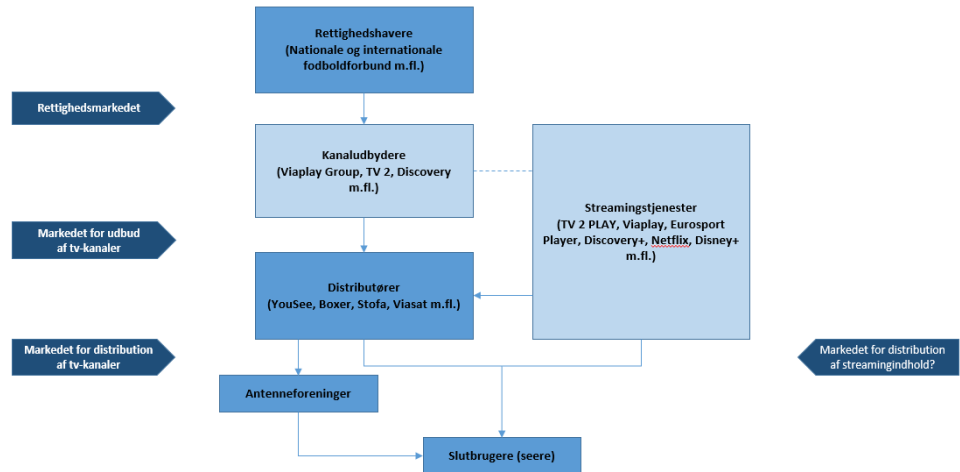
---

<sup>34</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 3.

<sup>35</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 4.

---

Figur 3.2 Tv-markedets aktører



Kilde: Styrelsens illustration, 2022

97. Rettighedshaverne, som fx Divisionsforeningen, sælger deres medierettigheder til kanaludbydere som Viaplay Group, TV 2, m.fl., eller til streamingtjenester, der producerer tv-programmer og udsender dem på deres tv-kanaler eller streamingtjenester. Kanaludbyderne indgår herefter aftaler med distributørerne om, at disse videreformidler kanalerne til seerne. Streamingtjenesterne kan sælge deres indhold direkte til forbrugerne, uden om distributørerne, men sælger i visse tilfælde også streamingtjenesten via distributører.
98. Kanaludbyderne kan, udover at indgå aftaler med distributører, også gøre medierettighederne tilgængelige for slutbrugerne direkte gennem streamingtjenester, herunder gennem deres egne streamingtjenester som fx Viaplay Groups streamingtjeneste *Viaplay* og TV 2's streamingtjeneste *TV 2 PLAY*.
99. Udbredelsen af streamingtjenester har haft en betydelig indflydelse på det overordnede tv-marked, da en stor del af danskerne har flyttet hele eller dele af deres tv-forbrug fra traditionelt flow-tv til både udenlandske og danske streamingtjenester. En undersøgelse fra Kulturministeriet viser, at andelen af danskere, der streamer dagligt/næsten dagligt, er vokset fra 24 pct. i 2016 til godt 40 pct. i 2020. I 2020 var det derudover knap 30 pct. af danskerne, der streamede ugentligt.<sup>36</sup>
100. Særligt de udenlandske streamingtjenester, såsom Netflix, HBO Max og Disney+, har vundet indpas på det danske tv-marked. Dette har i nogen grad ændret tv-markedet, da streamingtjenesterne skaber konkurrence over for distributørerne om forbrugernes – især de yngre generations – tid. Dette har også tilskyndet de traditionelle flow-tv-indholdsproducenter og -distributører, herunder TV 2, Viaplay Group og Discovery, til at introducere deres egne streamingtjenester, TV2 Play, Viaplay og Discovery+.

<sup>36</sup> Jf. Kulturministeriets rapport, *Mediernes udvikling i Danmark - TV og streaming 2021*, 2021, side 22.

- 
101. De udenlandske streamingtjenester som Netflix, HBO Max og Disney+ viser dog på nuværende tidspunkt ikke direkte sportsudsendelser. Det danske indhold på de udenlandske streamingtjenester er primært watch-on-demand, fx film, serier og dokumentarer, hvor kunden kan tilgå indholdet, når det ønskes. Indholdet på de danske kanaludbyderes streamingtjenester, som fx Viaplay og TV2 Play, omfatter både det direkte tv-indhold, der sendes samtidigt på flow-tv, såsom direkte sportsudsendelser, men også watch-on-demand, som kan tilgås, når det ønskes.
102. Selvom en stor del af danskerne har flyttet hele eller dele af deres tv-forbrug fra traditionelt flow-tv til streamingtjenester, og indholdet både vises på flow-tv og streamingtjenester, herunder også direkte sportsudsendelser, så fylder direkte sportsudsendelser fortsat mere på flow-tv end på streamingtjenester.<sup>37</sup> Det kan bl.a. skyldes, at de lidt ældre generationer stadig foretrækker det traditionelle tv-signal<sup>38</sup>, men det kan også skyldes, at streaming af direkte sportsudsendelser via internettet fortsat kan være hæmmet af båndbredden, mens tv-signalet typisk har været mere stabilt under større sportsbegivenheder. Der er desuden fortsat tendens til, at streaming af direkte udsendelser over internettet er en smule forsinket i forhold til tv-signalet, hvilket kan genere nogle seere i forbindelse med større begivenheder, der vises direkte, fx fodboldkampe.<sup>39</sup>
103. Ud over udbredelsen af streamingtjenester, har tv-markedet ændret sig siden 2014-afgørelsen i forhold til forbrugernes muligheder for frit at vælge tv-kanaler. Styrelsen lavede i 2011 en undersøgelse af tv-markedet, herunder forbrugernes muligheder for selv at vælge de tv-kanaler, de betaler for.<sup>40</sup> Styrelsens undersøgelse viste, at det kun i meget begrænset omfang var muligt for forbrugerne at købe tv-kanaler enkeltvist, at der også kun var begrænsede muligheder for selv at sammensætte sine tv-pakker, og at ikke alle forbrugere havde adgang til alle distributionsplatforme.<sup>41</sup> Dette betød, at forbrugerne i vidt omfang var tvunget til at købe (mange) kanaler i pakker, der var bestemt af distributøren.
104. På tidspunktet for 2014-afgørelsen havde flere af distributørerne indført en vis grad af "frit valg" eller "bland selv" af tv-kanaler, men forbrugerne var dog stadig bundet af enten en grundpakke eller et krav om valg af et vist antal tv-kanaler, før forbrugerne frit kunne vælge øvrige tv-kanaler.<sup>42</sup> Det ses fx, at YouSee i 2014 indførte "bland selv", hvor forbrugeren fik mulighed for at udskifte op til 10 tv-kanaler, hvis man købte deres mellempakke, og 34 tv-kanaler, hvis man købte deres fuldpakke. I dag hos YouSee har man fri mulighed for at vælge mellem hvor mange og hvilke tv-kanaler, man ønsker.<sup>43</sup>
105. Der er således siden 2014-afgørelsen sket en gradvist større udbredelse af frit valg hos de enkelte distributører, og i dag er det muligt frit at vælge tv-kanaler hos stort set alle danske distributører. Forbrugerne har i dag en langt friere adgang til at vælge tv-kanaler fra og til på samme måde som ved streamingtjenester, og det kan gøres med kort varsel.

---

<sup>37</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse - bemærkning fra [xxxx].

<sup>38</sup> I Kulturministeriets rapport ses det, at det særligt er aldersgrupperne 55-70 og 71+, der ser mest flow-tv, hvorimod undersøgelsen viser, at streaming er mere udbredt i de yngre aldersgrupper 12-18, 19-34 og 35-54, jf. Kulturministeriets rapport, *Mediernes udvikling i Danmark - TV og streaming 2021*, 2021, side 14 og 23.

<sup>39</sup> I forbindelse med EM i 2021 spurgte TV 2 bl.a. DR og Nuuday om forsinkelserne ved streaming. DR forklarede, at streamingsignalet sender udsendelse i små bidder af få sekunders størrelser, der samles hos brugeren til et livestream, hvilket skyldes forsinkelser i signalet. <https://nyheder.tv2.dk/samfund/2021-06-21-em-i-en-streamingtid-naar-magiske-momenter-erstattes-af-frustration> - tilgået den 19. oktober 2022.

<sup>40</sup> Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, Distribution af tv-kanaler, Konkurrence- og Forbrugeranalyse, 2011

<sup>41</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, Distribution af tv-kanaler, Konkurrence- og Forbrugeranalyse, 2011, side 5

<sup>42</sup> Jf. <https://digitaltv/hvornaar-kan-frit-valg-af-tv-kanaler-kaldes-frit-valg/> - tilgået 14.11.2022

<sup>43</sup> Jf. <https://yousee.dk/play#forside> - tilgået 14.11.2022

- 
106. Tv-markedet har endvidere ændret sig siden 2014-afgørelsen i forhold til forbrugernes frie valg af distributør i boligforeninger.<sup>44</sup> I 2016 fik de fleste boligforeninger frit tv-valg, og siden 2018 har alle boligforeningerne fået frit tv-valg.<sup>45</sup> Denne ændring har medført, at de enkelte husstande ikke er fastlåst hos den distributør, som boligforeningen indgår aftale med om en fælles tv-pakke. De enkelte husstande kan derfor enten vælge en tv-pakke eller et udvalg af tv-kanaler efter eget valg hos en anden distributør eller vælge udelukkende at købe adgang til streamingtjenester. Dette har derfor medført en øget konkurrence mellem distributørerne og mellem distributørerne og streamingtjenesterne, da en stor del af de danske forbrugere, der bor i boligforeninger, nu også har fået frit valg i forhold til, om de ønsker en tv-pakke hos en distributør, herunder frit valg af tv-pakke og distributør, eller udelukkende ønsker at streame indhold via streamingtjenester.
107. Denne udvikling betyder, at forbrugerne i dag – i modsætning til i 2014 - ikke længere via et (evt. påtvunget) abonnement, på en - af distributøren sammensat - tv-pakke, er tvunget til at betale for tv-kanaler og indhold, man ikke ønsker at se, herunder fx fodbold. Forbrugere, der ikke interesserer sig for fodbold, har således i dag meget bedre muligheder for at undgå at betale for det end i 2014.
108. Både kanaludbydere og distributørerne er dog stadig interesserede i at have attraktive sportsbegivenheder – særligt vigtige fodboldbegivenheder, såsom Superligaen, Champions League og Premier League – da disse har betydning for konkurrencen om at tiltrække kunder.
109. Salget af tv-rettigheder har derfor ikke kun betydning for rettighedshaveren, men påvirker også konkurrencen mellem henholdsvis kanaludbydere og distributører på de efterfølgende markeder. I det følgende anvendes betegnelsen "tv-markedet" samlet for forhold, der både vedrører rettighedsmarkedet, markedet for udbud af tv-kanaler og markedet for distribution af tv-kanaler.

### 3.5 Styrelsens markedsundersøgelser

110. Som led i undersøgelsen af de gældende tilsagn har styrelsen undersøgt vigtigheden for de danske forbrugere af Superligaen sammenholdt med de udenlandske fodboldturneringer, herunder Champions League og Premier League, samt hvordan priserne på medierettighederne på disse ligaer har udviklet sig siden 2014. Styrelsen har til brug for vurderingen gennemført markedsundersøgelser blandt danske kanaludbydere og distributører<sup>46</sup> samt en spørgeskemaundersøgelse blandt forbrugerne.

#### 3.5.1 Forbrugerundersøgelse

111. Til brug for vurderingen har styrelsen gennemført en forbrugerundersøgelse for at belyse forbrugernes præferencer for Superligaen og tilsvarende udenlandske ligaer. Undersøgelsen er gennemført blandt 1.610 respondenter, hvoraf godt 92 pct. har svaret, at de selv ser klubfodbold via tv eller streaming (1.004 respondenter), eller at de bor i husstand med en person, der ser klubfodbold i tv eller via streaming (480 respondenter). De resterende knap 8 pct. har angivet, at "Nej, hverken jeg eller en anden i min husstand ser klubfodbold". For at øge stikprøvestørrelsen og overskueligheden er begge de førstnævnte respondentgrupper – dvs. både dem, der selv ser fodbold, og dem, der bor sammen med en, der ser fodbold - medtaget under ét i

---

<sup>44</sup> Jf. Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v., LBK nr. 1350 af 4. september 2020.

<sup>45</sup> Jf. <https://www.forbrug.dk/nyheder/forbrug/2018/alle-tv-seere-er-fri-af-faelles-tv-aftaler/> - tilgået 12.11.2022

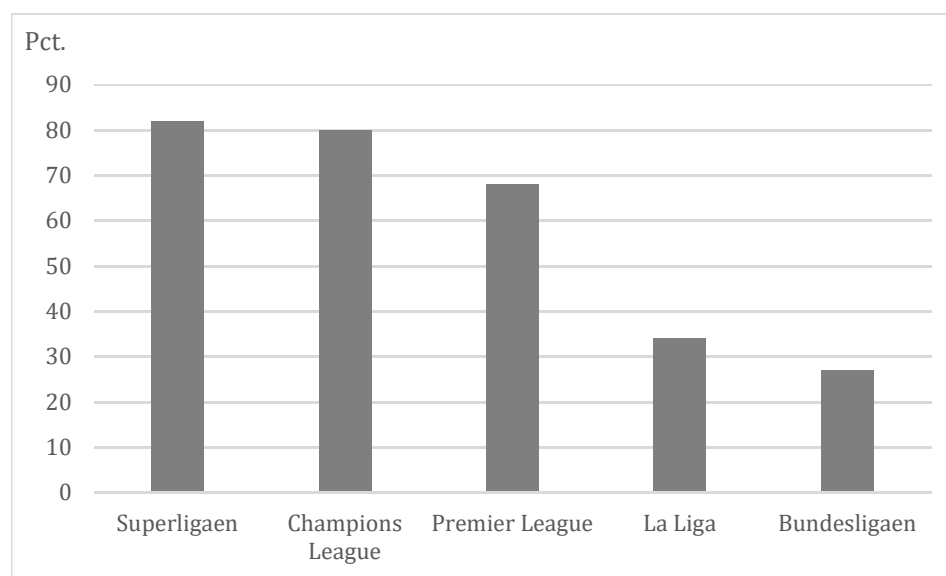
<sup>46</sup> Styrelsens markedsundersøgelser blev foretaget blandt seks distributører, Waoo, Allente, YouSee, Norlys, Forenede Dansk Antenneanlæg, Telia, og fire kanaludbydere, DR, TV 2, Viaplay Group og Discovery.



figurerne herunder. Det bemærkes samtidig, at i forhold til alle de spørgsmål, der beskrives i figurerne er der kun mindre forskel på svarfordelingerne, når de to grupper sammenlignes.

112. I undersøgelsen svarer 82 pct. af respondenterne, at de ser Superligaen, mens de tilsvarende andele for Champions League og Premier League er henholdsvis 80 pct. og 68 pct., jf. figur 3.3. Alle tre ligaer er således meget populære blandt danskere, der ser klubfodbold. De to nærmeste andre ligaer, den spanske La Liga og den tyske Bundesliga, følges kun af omtrent halvt så mange.<sup>47</sup>

Figur 3.3 Hvilke ligaer ser forbrugerne primært?



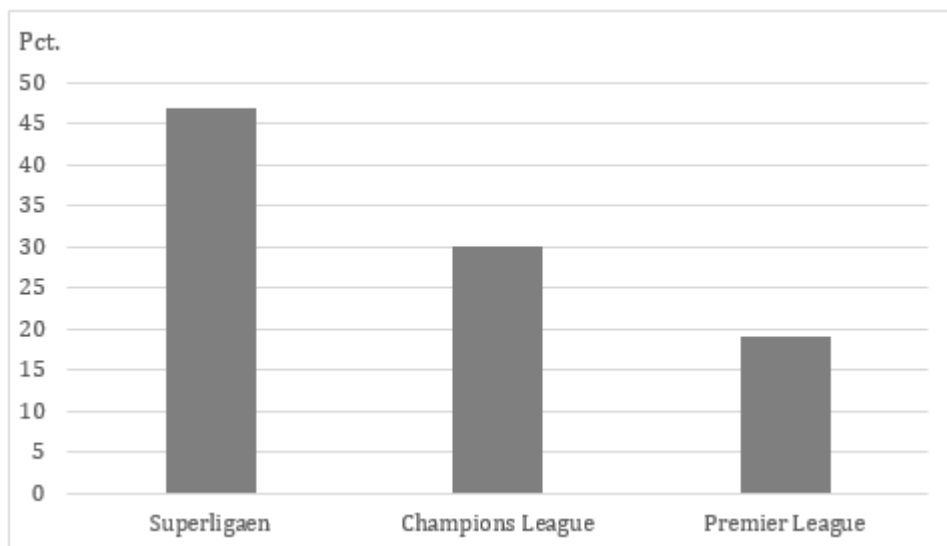
Anm.: n = 1.484. Andelen er vist for de forbrugere i styrelsens undersøgelse, hvor respondenterne selv eller en anden i husstanden ser klubfodbold i tv. Spørgsmål: "Hvilke klubfodboldturneringer har du eller din husstand set derhjemme det seneste år."

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, 2022.

113. Der er en forholdsvis lille andel på 8 pct., der har svaret, at de udelukkende ser Superligaen. Andelen er dog større end for Champions League og Premier League, hvor de udgør henholdsvis 2 pct. og 1 pct. Langt de fleste forbrugere følger således med i flere ligaer. Samlet set ser 70 pct. med i både Superligaen og Champions League, mens knap 60 pct. ser med i alle tre ligaer.
114. Superligaen prioriteres fortsat højest blandt de danske forbrugere. Knap 50 pct. af respondenterne i styrelsens undersøgelse angiver Superligaen som den vigtigste liga at følge med i, jf. figur 3.4. Andelen er noget lavere for de to øvrige ligaer, om end der stadig er 30 pct., der anser Champions League som den vigtigste liga. Hertil bemærkes, at knap 70 pct. af de respondenter, der peger på Superligaen som den vigtigste liga, peger på Champions League som den anden vigtigste, mens resten peger på Premier League.

<sup>47</sup> Det bemærkes, at disse andele er stort set ens på tværs af, hvilken tv-udbyder forbrugerne har valgt. Der er dermed ikke indikationer på, at de forbrugere, der har interesse i at se Superligakampe, har tendens til at have valgt den udbyder, der har størstedelen af tv-rettighederne.

Figur 3.4 Hvilken liga er den vigtigste for dig?



Anm.: n = 1.169. Spørgsmål: "Angiv hvilke af de fodboldturneringer, du eller din husstand ser, der er den vigtigste, anden vigtigste og tredje vigtigste at se."

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, 2022

115. Ovenstående resultat viser, at Superligaen umiddelbart er den vigtigste liga for danske forbrugere, men det kan også være relevant at undersøge, *hvor meget mere vigtig*, Superligaen er sammenlignet med de øvrige ligaer og øvrige sportsrettigheder. Derfor er respondenterne blevet bedt om at fordele 10 point i forhold til, hvor vigtig forskellige typer sport er for husstanden.
116. Overordnet set tildeles Superligaen flest point, jf. den første søjle i tabel 3.1. Forbrugerne i undersøgelsen tildeler 25 pct. af samtlige point til Superligaen, mens Champions League og Premier League følger forholdsvis tæt efter med henholdsvis 18 pct. og 16 pct. af pointene. De øvrige væsentlige sportsgrene for forbrugerne er Formel 1, cykling og klubhåndbold.
117. Undersøgelsen viser også, at Superligaen har flere inkarnerede fans. For de respondenter, der er særligt interesserede i premium klubfodbold (vurderet ud fra, at de tildeler mindst 7 point i alt til Superligaen, Champions League eller Premier League tilsammen), er godt halvdelen af pointene gået til Superligaen, jf. den anden søjle i tabel 3.1, og halvdelen af de respondenter, der gav alle point til én af de 10 kategorier, har valgt Superligaen, jf. den tredje søjle i tabel 3.1.

Tabel 3.1 **Fordeling af 10 point i forhold til, hvor vigtig sporten er**

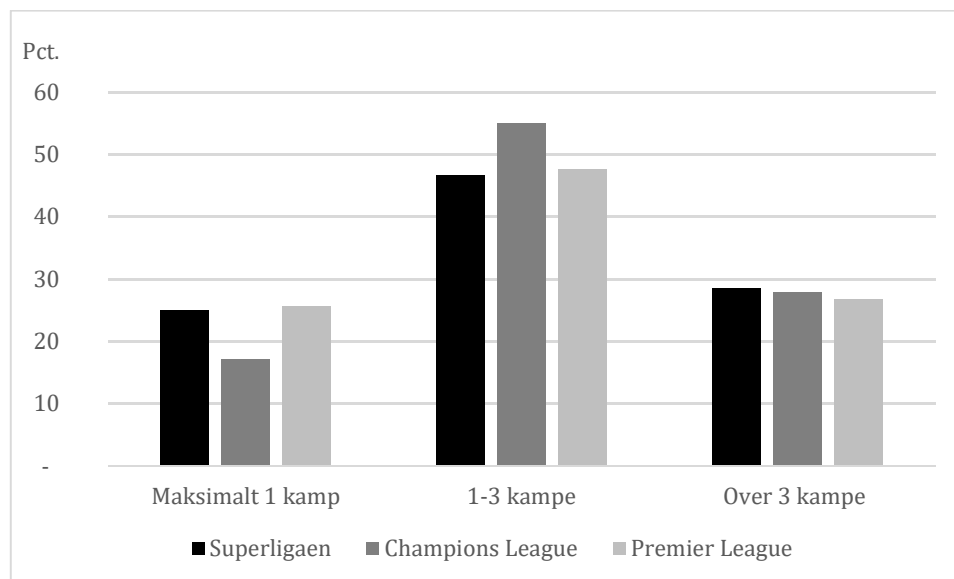
Sport	Fordeling af samtlige point (1460 respondenter)	Fordeling af point for de respondenter, der tildeler mindst 7 point til Superligaen, Champions League og/eller Premier League (456 respondenter)	Fordeling af respondenter, der tildeler alle 10 point til én kategori (80 respondenter)
Superliga	25 pct.	51 pct.	52 pct.
Champions League	18 pct.	11 pct.	17 pct.
Premier League	16 pct.	10 pct.	8 pct.
Formel 1	10 pct.	12 pct.	10 pct.
Cykling	9 pct.	5 pct.	2 pct.
Klubhåndbold	8 pct.	5 pct.	8 pct.
Badminton	5 pct.	2 pct.	0 pct.
Tennis	4 pct.	0 pct.	0 pct.
Ishockey	3 pct.	0 pct.	0 pct.
Andre fodboldligaer	3 pct.	5 pct.	2 pct.

**Anm.:** Respondenterne er de forbrugere, der selv ser klubfodbold, eller som bor i husstand med en person, der ser klubfodbold. Jf. tidligere, så udgør denne gruppe omtrent 92 pct. af bruttostikprøven.

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, 2022.

118. De respondenter, der følger med i henholdsvis Superligaen, Champions League og Premier League ser nogenlunde lige mange kampe i hver spillerunde, jf. figur 3.5. Fx er der knap 30 pct. af de respondenter, der følger med i de respektive ligaer, der ser mere end 3 kampe pr. spillerunde i både Superligaen, Champions League og Premier League.

Figur 3.5 Hvor mange kampe ser du eller din husstand i gennemsnit pr. spillerunde?

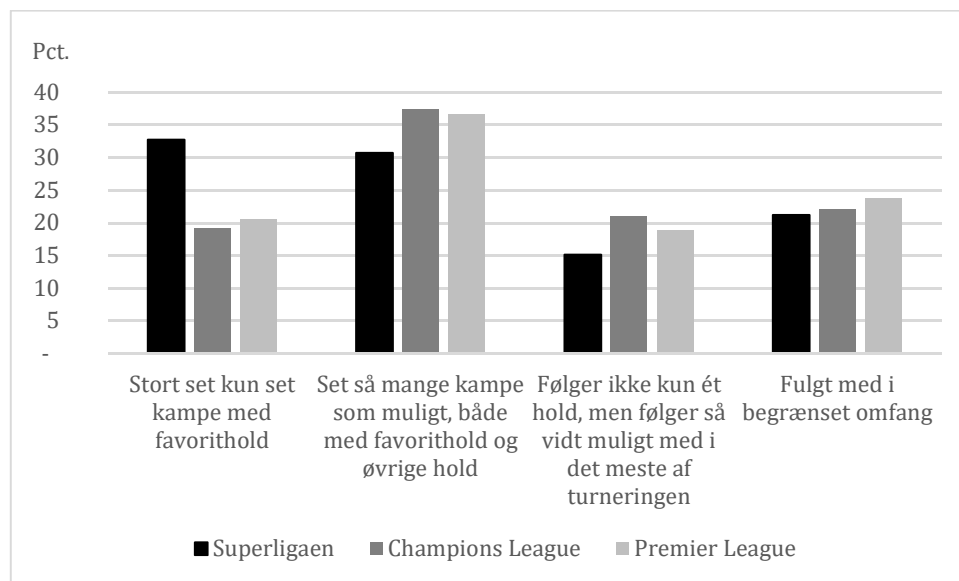


**Anm.:** n= 1038 for Superligaen, n=1063 for Champions League og n=892 for Premier League. Respondenter, der har svaret "ved ikke", er frasorteret. Spørgsmål: "Hvor mange kampe ser du eller din husstand i gennemsnit pr. spillerunde?"

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, 2022

119. Der er desuden en større andel blandt Superliga-seere, der primært ser kampe med deres favorithold, jf. figur 3.6. Det er 33 pct. af respondenterne, der stort set kun ser deres favorithold i Superligaen, hvorimod det er 19 pct. for Champions League og 21 pct. for Premier League.

Figur 3.6 I hvilket omfang har du eller din husstand fulgt med i henholdsvis Superligaen, Champions League og Premier League?

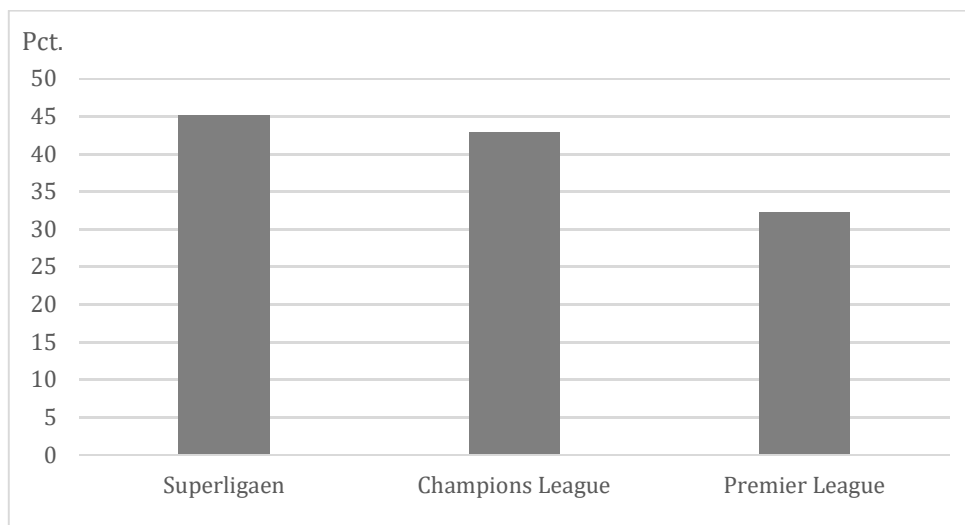


Anm.: n= 1137 for Superligaen, n=1092 for Champions League og n=929 for Premier League. Respondenter, der har svaret "ved ikke", er frasorteret. Spørgsmål: "I hvilket omfang har du eller din husstand fulgt med i henholdsvis Superligaen, Champions League og Premier League?"

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, 2022.

120. Desuden svarer 45 pct. af respondenterne, at muligheden for at se Superligaen har stor eller afgørende betydning for deres valg af tv-pakke og/eller streamingtjeneste, jf. nedenstående figur 3.7. Niveauet er ca. tilsvarende for Champions League, mens andelen er lidt mindre for Premier League, hvor henholdsvis 43 pct. og 32 pct. angiver, at muligheden for at se de pågældende kampe har stor eller afgørende betydning for valget af tv-pakke og/eller streamingtjeneste.

Figur 3.7 Har det stor eller afgørende betydning at kunne se henholdsvis Superligaen, Champions League og Premier League?

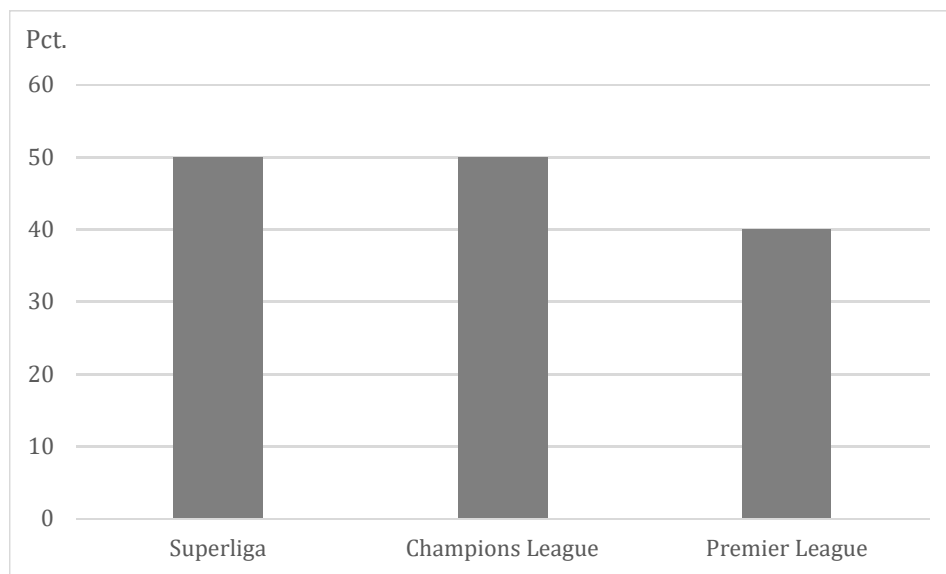


Anm.: n = 1.606. Spørgsmål: "Har det stor eller afgørende betydning at kunne se henholdsvis Superligaen, Champions League og Premier League?"

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, 2022.

121. I forhold til spørgsmålet om, hvorvidt respondenterne ville købe adgang til en anden tv-pakke og/eller streamingtjeneste, hvis de ikke længere kunne se henholdsvis Superligaen, Champions League eller Premier League, har 50 pct. for Superligaen, 50 pct. for Champions League og 40 pct. for Premier League angivet, at de utvivlsomt eller formentlig ville købe adgang til en anden tv-pakke og/eller streamingtjeneste, jf. figur 3.8. Splittet mellem utvivlsomt/formentligt er stort set ens for alle tre ligaer. Der er således ikke relativt flere Superliga-seere, der utvivlsomt ville skifte.
122. Der er et betydeligt overlap mellem respondenterne i de tre grupper i figur 3.8. Således er det 2/3-dele af de forbrugere, der utvivlsomt/formentligt ville skifte, hvis de ikke længere kunne se Superligaen, der også utvivlsomt/formentligt ville skifte, hvis de ikke kunne se Champions League.

Figur 3.8 Vil købe en anden pakke/streamingtjeneste, hvis adgang til at se hhv. Superligaen, Premier League og Champions League forsvinder



Anm.: n = 1.146. Respondenterne i figuren har svaret "formentligt" eller "utvivlsomt" til spørgsmålet: "Hvis du eller din husstand ikke længere kunne se [...] via jeres nuværende abonnemeter på almindeligt flow-tv og/eller streaming, ville du eller din husstand i så fald købe adgang til en anden tv-pakke og/eller streamingtjeneste for at kunne se [...]". For alle tre ligaer har 25-30 pct. af de øvrige respondenter svaret "ved ikke", mens de resterende 20-25 pct. har svaret, at de "formentligt ikke" eller "utvivlsomt ikke" vil købe en anden adgang for at se den pågældende liga.

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, 2022.

123. Flere resultater i undersøgelsen indikerer således, at Superligaen spiller en meget væsentlig rolle for brugerne som helhed og for nogle inkarnerede fans i særdeleshed. Men særligt Champions League og til dels Premier League ser også ud til at være væsentlige for brugerne.

### 3.5.2 Prisudvikling

124. Før tilsagnene blev afgivet i 2007, var prisen for medierettighederne til Superligaen ca. [xxx] kr. pr. sæson til Viaplay Group (dengang MTG). I det første udbud efter indgåelse af tilsagnene, blev medierettighederne solgt for [xxx] kr. pr. sæson.<sup>48</sup> Medierettighederne blev solgt til Viaplay Group (dengang MTG), TV 2 Sport og et konsortium bestående af Telenor og DR, hvor DR efterfølgende gav medierettighederne i sublicens til C More.<sup>49</sup> Efterfølgende har der været en [xxx], og for perioden 2021-2024 blev medierettighederne solgt til Viaplay Group (dengang Nent) og Discovery for omkring [xxx] kr. pr. sæson.<sup>50</sup>

<sup>48</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 15.

<sup>49</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 60.

<sup>50</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse blandt kanaludbydere. Oplysningerne er indhentet hos Viaplay Group og Discovery. Beløbet er inkl. rettighedsprisen for Landspokalen og 1. division.

125. Superligaen var den mest efterspurgte fodboldrettighed i 2007,<sup>51</sup> og i 2014 blev Superligaen fortsat anset som den vigtigste sportsrettighed på det danske marked, når medierettighederne vurderes efter pris.<sup>52</sup> Men i 2014-afgørelsen var styrelsen enig i Divisionsforeningen opfattelse af, at Superligaen relativt set havde mistet betydning i forhold til særligt Champions League og Premier League. Superligaen var dog i 2014 [xxx] sportsrettighed på det danske marked. Superligaen blev solgt til [xxx] kr. pr. sæson ved udbuddet i 2011, og den [xxx], Champions League, blev solgt til [xxx] kr. pr. sæson ved udbuddet i 2011.<sup>53</sup>
126. Når man ser på priserne på premium fodboldrettighederne, er det ikke længere Superligaen, der [xxx], jf. tabel 3.2, hvilket dog skal ses i sammenhæng med, at Superligaen har været reguleret af tilsagn, mens det ikke længere er tilfældet for de øvrige ligaer, hvilket kan have påvirket prisudviklingen for medierettighederne til Superligaen i forhold til de øvrige ligaer. Medierettighederne til *Superligaen* blev ved det seneste udbud solgt til [xxx] kr. pr. sæson for perioden 2021-2024. Medierettighederne til *Premier League* blev i 2021 solgt for [xxx] kr. pr. sæson. Prisen på medierettighederne til *Champions League* er i øjeblikket på [xxx] kr. pr. sæson i Danmark. Divisionsforeningens har givet udtryk for, at de forventer at prisen på medierettighederne til Champions League vil stige yderligere ved næste udbud.

Tabel 3.2 Prisudviklingen siden 2014-afgørelsen

	Tidspunkt for 2014-afgørelsen	Den gældende rettighedsperiode	Næste rettighedsperiode
Superligaen	[xxx] kr. pr. sæson for perioden 2012 til 2015	[xxx] kr. pr. sæson for perioden 2021 til 2024	N/A
Champions League	[xxx] kr. pr. sæson for perioden 2012 til 2015	[xxx] kr. pr. sæson for perioden 2021 til 2024	N/A
Premier League	[xxx] kr. pr. sæson for perioden 2013 til 2016	[xxx] kr. pr. sæson for perioden 2019 til 2022	[xxx] kr. pr. sæson for perioden 2022 til 2028

Kilde: Oplysninger indhentet fra Divisionsforeningen, Viaplay Group og Discovery.

127. Priserne på medierettighederne er således steget en del. Det gælder ikke mindst for Champions League og Premier League, hvilket også må antages at hænge sammen med forbrugernes præferencer for disse ligaer, jf. styrelsens forbrugerundersøgelse ovenfor, ligesom reguleringen som nævnt kan have spillet en rolle.

<sup>51</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 56.

<sup>52</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 348.

<sup>53</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 346 og tabel 4.1.



### 3.5.3 Styrelsens markedsundersøgelse vedrørende "no single buyer"-reglen

128. Styrelsen har i sin markedsundersøgelse blandt kanaludbydere og distributører undersøgt, om og hvordan "no single buyer"-reglen har påvirket tv-markedet. Respondenterne gav følgende svar:
- » Reglen har skabt en øget mulighed for at differentiere distributørernes tilbud til seerne.
  - » Reglen har jævnet konkurrencen mellem kanaludbydere, ved at distributører skal indgå aftaler med flere kanaludbydere for at få det fulde produkt. Dette har dog også medført, at distributører ofte tvinges til at aftage flere mindre kanaler, som distributører ellers ikke ville være interesseret i.<sup>54</sup>
  - » Reglen forhindrer en eventuelt dominerende aktør i at købe samtlige medierettigheder.<sup>55</sup>
  - » Reglen er med til at sikre adgang til flere aktører på markedet, da reglen har reduceret barriererne for at indtræde på markedet.<sup>56</sup>
129. Styrelsen spurgte endvidere, hvorledes henholdsvis kanaludbydere og distributører vurderede, at konkurrencen ville blive påvirket, såfremt "no single buyer"-klausulen blev ophævet:
- » I forhold til konkurrencen blandt kanaludbydere svarede 40 pct. af respondenterne<sup>57</sup>, at konkurrencen ville blive svækket, 30 pct. svarede, at konkurrencen ville blive styrket, og 30 pct. svarede, at det ikke ville have nogen effekt på konkurrencen, hvis "no single buyer"-reglen blev ophævet.
  - » I forhold til konkurrencen blandt distributører svarede 50 pct. af distributører, at det ikke ville have nogen effekt på konkurrencen, hvis "no single buyer"-reglen blev ophævet, hvorimod 33 pct. svarede, at det ville svække konkurrencen, og 17 pct. svarede, at det ville styrke konkurrencen blandt distributører.
130. Følgende betænkeligheder ved ophævelse af "no single buyer"-reglen blev endvidere fremhævet:
- » Priserne ville stige, hvilket kunne medføre højere priser for forbrugerne, eller at distributører ikke ville have råd til at kunne købe adgang til at vise Superligaen, hvilket også ville gå ud over forbrugerne.<sup>58</sup>
  - » [xxx]<sup>59</sup>
  - » [xxx]<sup>60</sup>

### 3.5.4 Opsummering på styrelsens undersøgelser

131. Det ses af styrelsens undersøgelse, at Superligaen er en vigtig liga for de danske forbrugere, men også at både Champions League og Premier League har stor betydning, hvilket både ses ud fra forbrugerundersøgelsen men også ud fra den prisudvikling, der har været på markedet. Prisudviklingen skal dog, som anført ovenfor, ses i sammenhæng med, at Superligaen har været reguleret af tilsagn, mens det ikke er tilfældet for de øvrige ligaer.

<sup>54</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>55</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>56</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>57</sup> Både kanaludbydere og distributører svarede på spørgsmålet angående, hvordan konkurrencen blandt kanaludbydere ville blive påvirket af en ophævelse af "no single buyer"-reglen.

<sup>58</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>59</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>60</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

132. I styrelsens undersøgelse blandt kanaludbydere har 40 pct. af respondenterne angivet, at en fjernelse af "no single buyer"-reglen vil svække konkurrencen, mens 60 pct. enten svarer at konkurrencen vil være uændret eller styrket. Det er en tredjedel af distributørerne, der angiver, at det vil svække konkurrencen blandt distributørerne, hvis medierettighederne sælges eksklusivt til én aktør, mens 2/3 angiver at konkurrence vil være uændret eller styrket.

### 3.6 Divisionsforeningens beskrivelse af tv-markedets udvikling samt forslag til ændring af de gældende tilsagn

133. I det følgende gengives først Divisionsforeningens beskrivelse af tv-markedets udvikling siden 2014 og efterfølgende Divisionsforeningens beskrivelse af diskrimination i forhold til salget af medierettigheder til Champions League og Premier League.

#### 3.6.1 Tv-markedets udvikling

134. Divisionsforeningen har anført, at de gældende tilsagn ikke længere er nødvendige for at sikre konkurrencen på markedet, da udviklingen på tv-markedet har medført, at der ikke længere er grundlag for de betænkeligheder, som Konkurrencerådet havde i 2014.<sup>61</sup>
135. Divisionsforeningen gør i den forbindelse gældende, at mediemarkedet og konkurrencesituationen på indholds- og distributionsmarkederne er fuldstændig forandret, da særligt den teknologiske udvikling i forhold til streamingtjenester har banet vejen for nye aktører og har nedbrudt de traditionelle distributørers kontrol med adgangen til markedet og forbrugerne.<sup>62</sup> Markedet for tv-indhold er derfor ikke længere kontrolleret af distributørerne, fordi flere kanaludbydere selv har introduceret streamingtjenester.<sup>63</sup>
136. Divisionsforeningen har anført, at siden Netflix blev lanceret på det danske tv-marked i 2012, har flere aktører introduceret streamingtjenester, hvilket har transformeret markedet og taget væsentlige markedsandele fra de traditionelle aktører.<sup>64</sup> Dette har medført, at distributørerne lige siden har forsøgt sig med nye distributionsmodeller for at imødegå tab af markedsandele.<sup>65</sup>
137. Divisionsforeningen har desuden anført, at adgangsbarriererne til markedet er nedbrudt, da nye streamingtjenester hurtigt kan etablere sig.<sup>66</sup> Da Disney+ blev lanceret i september 2020, havde 20 pct. af de danske husstande således tegnet abonnement på streamingtjenesten inden for de første tre måneder.<sup>67</sup>
138. Divisionsforeningen har desuden anført, at loven om frit tv-valg<sup>68</sup> har øget konkurrencen, da forbrugerne i dag har friere rammer til at sammensætte deres ønskede tv-kanaler og bedre mulighed for at justere kanalsammensætningen.<sup>69</sup> Divisionsforeningen mener derfor, at loven om frit tv-valg i sammenhæng med fremvæksten af streamingtjenesterne markant har forbedret forbrugernes muligheder og position i markedet.<sup>70</sup> Streamingtjenester gør det også muligt for

<sup>61</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 3.

<sup>62</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 3 og 7.

<sup>63</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 6.

<sup>64</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 7.

<sup>65</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 4 og 7.

<sup>66</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 7, samt brev til styrelsen af 29. juli, 2022, side 2.

<sup>67</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 7 og bilag D.

<sup>68</sup> Jf. Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v., LBK nr. 1350 af 4. september 2020.

<sup>69</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 4.

<sup>70</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 4.

---

forbrugerne hurtigt at tilgå nyt indhold, da forbrugerne kan købe adgang til streamingtjenester, når de ønsker det, og opsige abonnementerne med én måneds varsel.<sup>71</sup>

139. Divisionsforeningen har fremhævet, at konkurrencen om forbrugernes tid markant er intensiveret siden 2014, da medieudbuddet er mangedoblet, og at indhold tilgås og konsumeres på en række forskellige platforme og fremføringsmåder.<sup>72</sup> I forhold til sport har Divisionsforeningen anført, at konkurrencen om forbrugernes tid særligt har haft stor betydning, da mængden af sport på tv er stigende, hvilket giver forbrugeren flere valgmuligheder, mens forbrugernes samlede tid brugt på at se direkte sportsudsendelser er konstant.<sup>73</sup>
140. Ifølge Divisionsforeningen er Superligaen ikke længere den største og mest attraktive tv-rettighed på det danske tv-marked, hvilket kan ses ved, at Premier League og Champions League har overhalet Superligaen i rettighedspris på det danske marked.<sup>74</sup> Divisionsforeningen har udregnet markedsandele for de otte største fodboldrettigheder i Danmark baseret på prisen for salg af medierettighederne. Divisionsforeningens estimater viser, at Superligaen i 2023 vil have en samlet markedsandel på [20-30] pct., Premier League vil have en markedsandel på [30-40] pct., og Champions League vil have en markedsandel på [20-30] pct.<sup>75</sup>
141. Divisionsforeningen konkluderer på den baggrund, at Superligaen ikke indtager en dominerende stilling på markedet for fodboldrettigheder i Danmark men har en delt position med Premier League og Champions League - og er stærkt på vej til at blive distanceret af de to store internationale medierettigheder. Divisionsforeningen har herudover lavet en stiliseret fremskrivning, som efter Divisionsforeningens opfattelse sandsynliggør, at markedsandelene for Superligaen vil falde yderligere.<sup>76</sup>

### 3.6.2 Diskrimination i forhold til øvrige fodboldturneringer

142. Divisionsforeningen har endvidere gjort gældende, at Superligaen, som følge af tilsagnene, bliver diskrimineret i forhold til de øvrige fodboldturneringer, der er aktive på det danske marked.
143. Divisionsforeningen har angivet, at der ikke er andre lande med et sammenligneligt rettighedsmarked, der har så indgribende og restriktive begrænsninger på den nationale liga, samt at der ikke er en anden dansk sektor eller virksomhedsgruppe, der er udsat for tilsvarende konkurrenceforvridning og favorisering af multinationale selskaber på det danske marked, som Superligaen er underlagt.<sup>77</sup>
144. Divisionsforeningen har anført, at de store, internationale konkurrenter kan sælge medierettighederne på frie vilkår i Danmark, hvorimod salget af medierettighederne til Superligaen er underlagt forholdsvis detaljerede tilsagn. Dette stiller, ifølge Divisionsforeningen, Superligaen dårligere i konkurrencen om kanaludbydernes mediebudgetter, og dermed stilles de danske Superligaklubber ringere i konkurrencen med udenlandske klubber, som kan sælge tv-rettigheder frit på det danske marked og dermed opnå en højere pris, hvilket giver de udenlandske klubber bedre mulighed for at foretage investeringer i klubben.

---

<sup>71</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 9 og bilag 1.

<sup>72</sup> Jf. Divisionsforeningens brev til styrelsen af 29. juli, 2022, side 2.

<sup>73</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 4.

<sup>74</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 4.

<sup>75</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 14. Hvis udregningen kun baseres på premium rettigheder, vil Superligaen have en markedsandel på [30-40] pct., Champions League på [20-30] pct. og Premier League på [40-50] pct. (Totalmarked på [xxx] kr.).

<sup>76</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 14-15.

<sup>77</sup> Jf. Divisionsforeningens brev til styrelsen af 29. juli, 2022, side 3-4.

145. Divisionsforeningen har anført, at når det, pga. "no single buyer"-reglen, ikke er muligt at sælge medierettighederne til Superligaen eksklusivt, reduceres konkurrencen om - og værdien af - Superligaen, hvilket begunstiger multinationale medierettigheder i forhandlinger om køberes midler, som fx Champions League og Premier League. Premier League-rettighederne er blevet solgt til omkring [xxx] kr. pr. sæson frem til 2028 i Danmark<sup>78</sup>. Champions League-rettighederne er i gang med at blive solgt i Europa. Divisionsforeningen har her anført, at prisen for Champions League-rettighederne i England er steget med 20-25 pct. siden sidste udbud, og at Divisionsforeningen også forventer en lignende prisstigning på det danske marked i forbindelse med det igangværende udbud.<sup>79</sup> Der var en gennemsnitlig prisstigning pr. sæson på salget af medierettighederne til Champions League på [xxx] pct. fra udbuddet for perioden 2012-2015, hvor medierettighederne blev solgt til [xxx] kr. pr. sæson til udbuddet for perioden 2021-2024, hvor medierettighederne blev solgt til [xxx] kr. pr. sæson, jf. tabel 3.2 ovenfor. Dette vil betyde, at Divisionsforeningen skønner, at prisen på medierettighederne til Champions League ved næste udbud i Danmark vil stige yderligere. Superligaen blev ved udbuddet af den seneste rettighedsperiode solgt til omkring [xxx] kr. pr. sæson.<sup>80</sup>

### 3.6.3 Divisionsforeningens begrundelse for at ophæve "no single buyer"-reglen

146. Divisionsforeningen har som følge af udviklingen af tv-markedet anført følgende som begrundelse for ophævelse af "no single buyer"-reglen:<sup>81</sup>
- » *"at rettighederne til Superligaen ikke nyder særstatus på et bredere rettighedsmarked, hvor Superligaen i dag er overhalet af Premier League og Champions League. Eksklusive rettigheder til Superligaen kan derved ikke udelukke en væsentlig del af konkurrencen på hverken rettighedsmarkedet eller på efterfølgende markeder."*
  - » *"Den nuværende regulering udgør [...] ikke nogen form for beskyttelse af forbrugerne. Tværtimod kan kravet om No Single Buyer betyde, at forbrugerne skal købe flere tv-kanaler, end de ellers ville have skullet for at kunne se alle Superligakampe. Reguleringen er med andre ord potentielt dyrt for forbrugerne."*
  - » *"På udbudssiden favoriserer No Single Buyer reglen ... de eksisterende aktører, og hindrer adgangen for nye aktører, hvor eksklusivitet er afgørende for de kommercielle muligheder."*
  - » *"... reguleringen [begrænser] udviklingen af medieproduktet dansk fodbold ved at fastholde forskellige rettighedstyper i en låst konstellation mellem flere aktører på et traditionelt tv-distributionsmarked til skade for dansk fodbold og forbrugerne."*

### 3.6.4 Divisionsforeningens begrundelse for at forenkle udbudsbetingelserne

147. Divisionsforeningen har anført, at de gældende udbudsbetingelser er meget detaljerede i forhold til, hvad der er nødvendig for at sikre et lige, gennemsigtigt og ikke-diskriminerende udbud. Divisionsforeningen har derfor følgende forslag til, hvordan udbudsbetingelserne kan forenkles, samt forslag til dispensationen af "no single buyer"-reglen:<sup>82</sup>

<sup>78</sup> Prisen på medierettighederne til Premier League var i perioden før udbuddet i 2021 på [xxx] kr. pr. sæson, hvor rettighederne blev udbudt i en treårig periode, jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, bilag L.

<sup>79</sup> Jf. Referat af møde med Divisionsforeningen 23. august, 2022.

<sup>80</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse blandt kanaludbydere. Oplysningerne er indhentet hos Viaplay Group og Discovery. Beløbet er inkl. rettighedsprisen for Landspokalen og 1. division.

<sup>81</sup> Jf. Rapport af Divisionsforeningen, august 2021, *Mediemarkedet udvikling fra 2007 til 2021*, side 4.

<sup>82</sup> Jf. Divisionsforeningens forslag til ændringer af de gældende tilsagn i dispensationsperioden, 29. september 2022.

- 
- a) at det ikke længere skal være en betingelse, at medierettighederne sælges på samme tid, da konkurrencen om medierettighederne til Superligaen ikke vil lide skade i tilfælde af, at Divisionsforeningen ønsker at udbyde medierettighederne til fx Superligaen og 1. division forskudt. Det afgørende vil være, at medierettighederne bliver udbudt på lige og ikke-diskriminerende vilkår.
  - b) at der skal være en mulighed for tilkøb af en forlængelsesoption for yderligere to løbende sæsoner. Betingelsen for at forlængelsesoptionen kan benyttes, skal være knyttet op på styrelsens evaluering af dispensationen.
  - c) at afholdelsen af det næstkommende udbud efter dispensationsperioden skal kunne afholdes mindst to år før kontraktstart, svarende til halvvejs igennem kontraktperioden.
  - d) at styrelsen ikke længere skal godkende udbudsmaterialet, da det ikke er nødvendigt, da det er i Divisionsforeningens interesse at gennemføre et åbent og ikke-diskriminerende udbud.
  - e) at det ikke længere skal være krav til, hvad der kan forhandles om, da Divisionsforeningen ønsker mere fleksible forhandlinger i runderne forud for det endelige bud.
  - f) at der ikke længere skal være et krav om skriftlige bud efter hver forhandlingsrunde, da det ikke er relevant i en model, hvor Divisionsforeningen i forhandlingsforløbet ønsker at tilpasse udbudte indholdspakker til bydernes behov og interesser.
  - g) at underkriteriet om penetration i punkt 3.7 udskiftes med et krav om kunde adgang, da penetration i dag er et mindre vedkommende i forhold til egentlig kunde adgang, hvilket reflekterer et bredere forståelse af adgang til kunder og ikke blot adgang til seerne.
  - h) at det ikke længere er nødvendigt med en pointmodel ved vægtning af bud, da det ikke er relevant i en model, hvor indholdspakker, deres sammensætning samt øvrige relevante elementer, er til forhandling, og da pointtildelingen uanset indgår direkte eller indirekte som en del af bedømmelsen af de indkomne bud, hvorefter tildelingen sker til den eller de bydere, der samlet sikrer, at Divisionsforeningen opnår det økonomisk set mest fordelagtige bud, herunder under hensyn til de mest fordelagtige betingelser for udviklingen af dansk fodbold.
  - i) at det ikke længere skal være et krav, at et bud kun kan angå en enkelt pakke/rettighed, og at et bud ikke må være betinget af erhvervelsen af en anden pakke/rettighed, da dette vil gøre medierettighederne attraktive for en bred gruppe aktører. Formålet med bestemmelsen om betingede bud var at modvirke muligheden for forskelsbehandling samt at undgå omgåelse af tilsagnsaftalen. Disse betænkeligheder er ikke længere relevante, da de potentielle bydere alle er kapitalstærke selskaber med mulighed for at byde på flere og variable indholdskombinationer samtidig.
  - j) at det ikke længere er nødvendigt at lade en trustee overvåge udbudsprocessen, da gennemførelsen af et åbent, lige og ikke-diskriminerende udbud er i Divisionsforeningens interesse.

### 3.7 Høringsvar

- 148. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte udkast til afgørelse i høring hos Divisionsforeningen den 29. november 2022. Divisionsforeningen fremkom med sine bemærkninger hertil den 7. december 2022 (Bilag 1)
  - 149. De væsentligste af Divisionsforeningens anbringender vil blive gengivet og kommenteret i nærværende afsnit. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger til en række af Divisionsforeningens anbringender er dog indarbejdet i de relevante dele af vurderingsafsnittet nedenfor.
  - 150. Divisionsforeningens bemærkninger kan overordnet grupperes således:
    - 1. Superligaen udgør ikke et unikt produkt, da Superligaen er i tæt konkurrence med bl.a. Champions League og Premier League.
    - 2. Fastholdelsen af de nuværende tilsagn vil udgøre en urimelig og ikke lovlig forskelsbehandling.
-

3. Udbredelsen af streamingtjenester har haft en massiv indvirkning på distributionsmarkedet.

### **1. Superligaen udgør ikke et unikt produkt**

#### 1.1 Divisionsforeningens bemærkninger:

151. Divisionsforeningen har bemærket, at det ikke korrekt, at Superligaen udgør et unikt produkt, da Superligaen er i tæt konkurrence med bl.a. Champions League og Premier League, der begge har overhalet Superligaen i rettighedspris i Danmark.
152. Divisionsforeningen mener derfor ikke, at en rettighedshaver med eksklusive rettigheder til Superligaen opnår en unik markedsmagt, der ikke modsvarer af andre rettigheder eller rettighedskombinationer, særligt når der i markedet findes flere kapitalstærke aktører med evne til at erhverve konkurrerende eksklusive medierettigheder. Det forhold, at én aktør – ved deltagelse i flere udbud – ender med at vinde alle rettighederne, er således ikke i sig selv et bevis for svag konkurrence, men derimod et af flere mulige markedsudfald på et konkurrencepræget marked.
153. Divisionsforeningen har endvidere fremsendt en rapport fra Mediavision fra 2022, der viser, at Champions League og Premier League havde de højeste seertal (13 pct.) efterfuldt af Superligaen (12 pct.). Divisionsforeningen har tidligere sendt rapporten fra 2020, der viste at Champions League havde de højeste seertal i Danmark (14 pct.) efterfulgt af Superligaen (13 pct.) og Premier League (13 pct.).

#### 1.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger:

154. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at Superligaen er en vigtig liga for de danske forbrugere, men også at både Champions League og Premier League har stor betydning, hvilket både ses ud fra styrelsens forbrugerundersøgelse men også ud fra den prisudvikling, der har været på markedet, jf. afsnit 3.5.4 og 4.2.2.

### **2. Fastholdelse af de nuværende tilsagn vil udgøre en urimelig og ikke lovlig forskelsbehandling.**

#### 2.1 Divisionsforeningens bemærkninger:

155. Divisionsforeningen har bemærket, at en fastholdelse af de nuværende tilsagn vil udgøre en urimelig og ikke lovlig forskelsbehandling, når Superligaen ikke indtager en stærk stilling over Champions League og Premier League. Divisionsforeningens henviser endvidere til EU-praksis vedrørende ligebehandling.

#### 2.2 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger

156. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen henviser til styrelsens adgang til prioritere sager i medfør af konkurrencelovens § 15, stk. 1, 3. pkt. Herudover bemærker styrelsen, at Kommissionen tidligere har undersøgt og truffet afgørelser vedrørende Premier League og Champions League, hvorfor styrelsen hidtil ikke har set anledning til at tage sagerne op, jf. afsnit 4.2.5.

### **3. Udbredelsen af streamingtjenester har haft en massiv indvirkning på distributionsmarkedet.**

#### 3.1 Divisionsforeningens bemærkninger:

157. Divisionsforeningen har bemærket, at udbredelsen af streamingtjenester har haft en massiv indvirkning på distributionsmarkedet, hvor streamingtjenesterne i dag både sælger indhold

---

direkte til forbrugerne, uden om distributørerne, og via distributører til forbrugere. Tv-indholdet er derved ikke længere kontrolleret af distributørerne, idet kanaludbydere selv har introduceret streamingtjenester.

158. Herudover har Divisionsforeningen bemærket, at det er blevet betydeligt nemmere for udenlandske aktører at etablere sig i Danmark, jf. eksempelvis Disneys succesfulde indtræden i september 2020. Styrelsens tidligere betænkeligheder om konkurrenceforholdene på distributionsmarkederne er således ikke længere til stede med udviklingen i markedet. Herudover at styrelsens betænkelighed over for live sportsbegivenheder via streamingtjenester står i kontrast til, at Viaplay Group udbyder alle live sportsbegivenheder netop gennem deres streamingtjeneste (samt via tv-signal). Det forhold, at flere udenlandske aktører succesfuldt har etableret sig i Danmark, understøtter desuden, at disse eller andre aktører (selvfølgelig) også ville kunne transmittere live-sportsbegivenheder via streaming.

### 3.2. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bemærkninger:

159. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal hertil bemærke, at udbredelsen af streamingtjenester har haft en betydelig indflydelse på det overordnede tv-marked.
160. I styrelsens vurdering af tv-markedets udvikling, vurderes det, at markedsudviklingen og konkurrencen ift. streamingtjenester ikke har haft samme betydning, når man udelukkende ser på streamingtjenester, der viser direkte sportsudsendelser, da det er de samme aktører, der er aktive på tv-markedet, og da der ikke er kommet nogen udenlandske streamingtjenester til, der viser direkte sportsudsendelser i Danmark.
161. Samtidigt anføres det også, at de eksisterende aktørers streamingtjenester, der viser direkte sportsudsendelser, har ændret styrkeforholdet mellem kanaludbydere og distributørerne, da de kanaludbydere, der har egne streamingtjenester, derved har fået direkte adgang til forbrugerne. Dette giver forbrugerne mulighed for at gå uden om distributørerne, fx YouSee, og i stedet købe direkte adgang til Viaplay for fx at se Superligaen. Det konkluderes derfor samlet set, at denne udvikling har haft en vis betydning for konkurrencen, jf. afsnit 3.4 og 4.2.2.
162. Denne sag har endvidere været forelagt EU-Kommissionen, der ikke har ønsket at indlede en procedure efter artikel 11, stk. 6, i forordning 1/2003. Konkurrencerådet kan derfor træffe afgørelse i denne sag.
-

## 4. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering af Divisionsforeningens anmodning

---

### 4.1 Indledning

163. Divisionsforeningen har anmodet om i) en fuldstændig ophævelse af de gældende tilsagn fra 2014-afgørelsen, således at medierettighederne kan sælges frit uden regulering. Divisionsforeningen vurderer imidlertid, at det især ii) er reglen om "no single buyer", der bør afskaffes, samt at der iii) bør ske en forenkling af de gældende udbudsbetingelser. Ønsket om forenklingen af udbudsbetingelserne bundet samlet set i ønsket om en mere fleksibel forhandlingsform, hvor Divisionsforeningen ønsker at kunne tilpasse forløbet efter de enkelte byders behov og interesser.<sup>83</sup>
164. Styrelsen vil i det følgende vurdere, om der er grundlag for helt eller delvist at ophæve de gældende tilsagn.

### 4.2 Det relevante retsgrundlag

#### 4.2.1 Genoptagelse af en tilsagnsafgørelse

165. Som anført i afsnit 3.3.7 ovenfor, ønsker Divisionsforeningen en genforhandling af de gældende tilsagn med tilsagnenes ophævelse som det primære mål. For at Divisionsforeningen, i medfør af genforhandlingsklausulen i de gældende tilsagn, har en ret til genforhandling af tilsagnene, herunder ophævelse, skal Divisionsforeningen godtgøre, at der er sket "*en væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked.*"<sup>84</sup>
166. De almindelige forvaltningsretlige grundsætninger finder i alle tilfælde også anvendelse, uanset om der ligeledes er hjemmel til genoptagelse, eksempelvis efter en genforhandlingsklausul. Det bemærkes, at forvaltningsretligt benyttes begrebet tilbagekaldelse, når en myndighed permanent ophæver sin egen gyldige afgørelse.<sup>85</sup> Parternes anmodning om ophævelse vil derfor i det følgende blive benævnt "tilbagekaldelse". Reglerne om henholdsvis tilbagekaldelse og ændring af afgørelser er i udgangspunktet de samme, dog med mindre nuanceforskelle.<sup>86</sup>
167. En myndighed er efter de almindelige forvaltningsretlige regler som udgangspunkt berettiget til at ændre en afgørelse til gunst for adressaten, såfremt i) der foreligger en saglig grund, ii) ændringen ikke vil være i strid med lighedsgrundsætningen, og iii) ændringen ikke vil stride imod lov.<sup>87</sup>

---

<sup>83</sup> Jf. Divisionsforeningens forslag til ændringer af de gældende tilsagn i dispensationsperioden, 29. september 2022.

<sup>84</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar, 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, afsnit 2.1 Tilsagn, pkt. 6.2.

<sup>85</sup> Jf. Jacob Pinborg m.fl., *Konkurrenceloven med kommentarer*, 2022, 5. udgave, side 1409.

<sup>86</sup> Jf. Karsten Revsbech m.fl., *Forvaltningsret Almindelige emner*, (6. udgave 2016), side 546.

<sup>87</sup> Jf. Karsten Revsbech m.fl., *Forvaltningsret Almindelige emner*, (6. udgave 2016), side 547 samt Konkurrencerådets afgørelse af 21. december 2016, Midlertidig forlængelse af Nykredits tilsagn (5A) om bidragsats, pkt. 56.



- 
168. En ændring til gunst for adressaten kan indebære negative virkninger for andre end sagens parter. Hensynet til sådanne interessenter skal således inddrages i vurderingen af, om en ændring til gunst for adressaten bør gennemføres. Hensynet til sådanne interesser kan være så stærkt, at dette kan få afgørende indflydelse.<sup>88</sup>
169. En myndighed, der kan ændre en afgørelse, skal have en saglig grund til at udnytte denne ret. Myndigheden skal imidlertid også kunne anføre en saglig begrundelse for ikke at udnytte en sådan ret, hvis situationen er til, at retten kan anvendes<sup>89</sup>.
170. Hvad der udgør en saglig begrundelse for at ændre et tilsagn eller omvendt at nægte dette, afhænger af sagens konkrete omstændigheder, herunder karakteren af det pågældende tilsagn.
171. Begrundelsen skal dog udspringe af det reguleringsformål, som ligger bag konkurrenceloven<sup>90</sup>, og det følger derfor af Konkurrencerådets praksis, at vurderingen af, om der kan ske ændring i sager efter konkurrenceloven efter de forvaltningsretlige grundsætninger, må tage behørigt hensyn til reglerne i og formålet med konkurrenceloven.<sup>91</sup>
172. Konkurrencereglerne har generelt til hensigt "at fremme en effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse gennem virksom konkurrence til gavn for virksomheder og forbrugere", jf. konkurrencelovens § 1.
173. Det centrale beskyttelseshensyn bag konkurrencelovens regler er således at sikre den effektive konkurrence, hvilket derfor skal tillægges afgørende vægt ved afvejningen af, om et tilsagn kan ændres.<sup>92</sup>
174. Med hensyn til betingelsen om, at en ændring af tilsagnene ikke må stride mod lov, er det styrelsens vurdering, at analysen heraf i hovedsagen er sammenfaldende med analysen af hvorvidt, der er en saglig begrundelse for ændringen. Vurderingen vil derfor i al væsentlighed dreje sig om, hvorvidt der er saglig begrundelse for enten at tilbagekalde eller ændre tilsagn.

#### 4.2.2 Styrelsens vurdering af tv-markedets udvikling

175. Udviklingen på tv-markedet har betydning for vurderingen af, om tilsagnsafgørelsen kan genoptages, uanset om vurderingen baserer sig på tilsagnenes genforhandlingsklausul eller de forvaltningsretlige grundsætninger.
176. Det er styrelsens vurdering, at tv-markedet har udviklet sig siden 2014. Streamingtjenesterne har fået en større betydning på det overordnede tv-marked, hvor både danske og udenlandske streamingtjenester er aktive, men selvom der kan konstateres en udvikling på tv-markedet, hvor streamingtjenester har fået større betydning, og nye udenlandske aktører er blevet aktive i Danmark, er der ikke sket den samme udvikling, når man udelukkende ser på streamingtjenester, der viser direkte sportsudsendelser.

---

<sup>88</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 28. maj 2014, Dong Energys anmodning om ophævelse af VPP-tilsagn, pkt. 299.

<sup>89</sup> Jf. bl.a. Konkurrencerådets afgørelse af 21. december 2016 – Midlertidig forlængelse af Nykredits tilsagn (5a) om bidragsats, pkt. 57.

<sup>90</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 21. december 2016 – Midlertidig forlængelse af Nykredits tilsagn (5a) om bidragsats, pkt. 59.

<sup>91</sup> Jf. bl.a. Konkurrencerådets afgørelse af 21. december 2016 – Midlertidig forlængelse af Nykredits tilsagn (5a) om bidragsats, pkt. 55.

<sup>92</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 21. december 2016 – Midlertidig forlængelse af Nykredits tilsagn (5a) om bidragsats, pkt. 62.

---

- 
177. I forhold til sport er det de eksisterende aktører på tv-markedet, fx Viaplay Group, TV 2 og Discovery, der også er aktive med streamingtjenester, og der er således ikke tale om, at der er indtrådt nye aktører ift. streaming af sport. Størstedelen af forbrugerne ser fortsat fodbold via det traditionelle tv-signal.
178. Konkurrencen fra streamingtjenesterne har derfor haft en mindre betydning på det danske marked i forhold til visning af sport, da det er de samme aktører, der er aktive på tv-markedet, og da der ikke er kommet nogen udenlandske streamingtjenester til, der tilbyder direkte sportsudsendelser i Danmark.<sup>93</sup>
179. De eksisterende aktørers streamingtjenester med sport har imidlertid ændret styrkeforholdet mellem kanaludbydere og distributørerne, da de kanaludbydere, der har egne streamingtjenester, derved har fået direkte adgang til forbrugerne. Dette giver forbrugerne mulighed for at gå uden om distributørerne, fx YouSee, og i stedet købe direkte adgang til Viaplay for fx at se Superligaen.
180. Herudover har forbrugernes adgang til frit tv-valg, jf. punkt 103-105 ovenfor, medført, at forbrugerne har fået flere valgmuligheder i forhold til sammensætningen af deres tv-pakke, valg af distributør samt muligheden for udelukkende at købe adgang til streamingtjenester. Denne udvikling har medført bedre forhold for forbrugerne, da forbrugerne ikke længere skal købe adgang til tv-kanaler, de ikke ønsker. Denne udvikling er også egnet til at skabe en øget konkurrence blandt kanaludbydere, da de derved i højere grad skal sikre et godt indhold, så forbrugerne vælger deres tv-kanaler til. Herudover er udviklingen egnet til at skabe en øget konkurrence blandt distributørerne, da ændringen giver bedre muligheder for og større incitament til at udvikle nye koncepter, særligt da distributørerne også i nogen grad er i konkurrence med streamingtjenesterne om forbrugernes tid.
181. Der er også sket en udvikling af prisen på særligt Champions League og Premier League, hvilket bl.a. hænger sammen med forbrugernes præferencer for disse ligaer, jf. styrelsens forbrugerundersøgelse ovenfor i afsnit 3.5, hvor særligt prisen for medierettighederne til Premier League er steget [xxx]. Prisudviklingen skal dog også ses i sammenhæng med, at Superligaen har været reguleret af tilsagn, mens det ikke er tilfældet for de øvrige ligaer. Superligaen er dog fortsat en meget vigtig liga for de danske forbrugere, men både Champions League og Premier League har også stor betydning, jf. afsnit 3.5.1.
182. Det er derfor styrelsens vurdering, at markedets udvikling har haft en betydning for konkurrencen, særligt fordi forbrugerne har fået øgede valgmuligheder gennem frit valg af tv-kanaler og distributører samt muligheden for at vælge streaming og derved gå uden om distributørerne. I forhold til rettighedsmarkedet har markedsudviklingen medført ændringer i strukturen, der på sigt kan skabe en øget konkurrence blandt kanaludbydere.

#### **4.2.3 Genforhandlingsklausulen i de gældende tilsagn fra 2014**

183. Divisionsforeningen har, jf. afsnit 3.3.7 og 3.6.1, gjort gældende, at tilsagnene kan genforhandles navnlig på grund af i) streamingtjenesternes fremkomst, herunder særligt kanaludbydernes egne streamingtjenester, ii) forbrugernes friere rammer i forhold til kanalsammensætningen i medfør af loven om frit tv-valg, samt at iii) at adgangsbarriererne til markedet er nedbrudt, da streamingtjenester nu hurtigt kan etablere sig.

---

<sup>93</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse - bemærkning fra [xxx].

- 
184. Herudover har Divisionsforeningen gjort gældende, at Superligaen ikke længere har særstatus i Danmark i forhold til Premier League og Champions League, hvorfor disse ligaer i dag yder et større konkurrencepres på Superligaen i forhold til tidligere.
185. Det er styrelsens vurdering, at markedsændringerne vedrørende streamingtjenester i forhold til direkte sportsudsendelser samlet set ikke udgør en væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene mellem kanaludbydere. Styrelsen bemærker dog, at kanaludbydernes introduktion af streamingtjenester har ændret styrkeforholdet mellem kanaludbydere og distributørerne, da kanaludbydere gennem deres egne streamingtjenester får direkte adgang til forbrugerne og ad den vej lægger et konkurrencepres på distributørerne.
186. Som anført i afsnit 4.2.2 ovenfor har udviklingen af forbrugernes frie tv-valg medført en øget konkurrence både mellem kanaludbydere og mellem distributørerne og streamingtjenesterne, da forbrugerne selv kan sammensætte deres ønskede tv-kanaler, og forbrugerne hurtigt og nemt kan opsiges deres abonnement hos enten streamingtjenesten eller distributøren. Denne udvikling har dog endnu ikke medført en væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene på afsætningsmarkederne.
187. Det er endvidere styrelsens vurdering, at selvom både Champions League og Premier League i dag har større betydning for mange forbrugere end tidligere, har Superligaen fortsat umiddelbart større betydning for mange forbrugere, jf. afsnit 3.5.1 ovenfor.
188. Disse forhold har derfor på nuværende tidspunkt ikke medført en tilstrækkelig væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene på nogen af afsætningsmarkederne, herunder særligt for konkurrencen blandt kanaludbydere, bl.a. fordi det er Viaplay Group, der har erhvervet medierettighederne til både Premier League, Champions League og 2/3 af Superligaen.
189. På baggrund af styrelsens undersøgelser, samt Divisionsforeningens oplysninger og fremlagte data, vurderes det derfor, at Divisionsforeningen ikke har godtgjort, at der på nuværende tidspunkt er sket en *"væsentlig forbedring af konkurrenceforholdene på det relevante afsætningsmarked"*, jf. tilsagnenes punkt 6.2.
190. Styrelsen finder derfor ikke, at betingelserne i genforhandlingsklausulen i tilsagnenes punkt 6.2 er opfyldt.

#### **4.2.4 Forvaltningsretlige grundsætninger**

191. Styrelsen vil i det følgende undersøge, om der efter de almindelige forvaltningsretlige grundsætninger er grundlag for helt eller delvist at tilbagekalde de gældende tilsagn fra 2014-afgørelsen. Divisionsforeningen peger særligt på, at "no single buyer"-reglen er problematisk set i forhold til markedsforholdene i dag, samt at de gældende udbudsbetingelser er meget detaljerede i forhold til, hvad der er nødvendig for at sikre et lige, gennemsigtigt og ikke-diskriminerende udbud.
192. Som nævnt ovenfor i afsnit 4.2.1, er betingelserne for hel eller delvis tilbagekaldelse efter de forvaltningsretlige regler, at i) der foreligger en saglig grund, ii) ændringen ikke vil være i strid med lighedsgrundsætningen, og iii) ændringen ikke vil stride imod lov. Herudover skal hensynet til andre end sagens parter inddrages.

##### **4.2.4.1 Hel eller delvis tilbagekaldelse af tilsagnsafgørelsen**

193. De konkurrencemæssige betænkeligheder - der var baggrunden for, at der blev afgivet tilsagn i 2007 og 2014 - i form af kontrol med afsætningen i markedet, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 2, nr. 2, kan udgøre en alvorlig overtrædelse af konkurrencereglerne, hvorfor man i de to tidligere afgørelser, jf. afsnit 3.3.5 ovenfor, har vurderet, at disse ganske detaljerede og omfattende
-

- 
- tilsagn har været nødvendige for at imødekomme styrelsens betæneligheder. Superligaklubberne foretager i dag stadig fælles salg af medierettighederne til dansk ligafodbold gennem Divisionsforeningen, hvorfor betæneligheden i form af kontrol med afsætningen i markedet fra de tidligere afgørelser fortsat består.
194. De seneste år har vist, at tv-markedet løbende udvikler sig, hvorfor det kan være svært at forudse, hvordan tv-markedet ser ud om bare ganske få år. Herudover, har markedet ligeledes været reguleret gennem tilsagnene siden 2007, hvilket må antages at have præget konkurrenceforholdene på markedet. Disse konkrete forhold gør det vanskeligt at vurdere, hvilken betydning en hel eller delvis tilbagekaldelse af et eller flere af tilsagnene vil have for konkurrencen på markedet.
  195. For så vidt angår reglen om "no single buyer", blev den, som anført i punkt 85, indført, fordi Konkurrencerådet havde betæneligheder vedrørende eksklusivitet, da medierettighederne til Superligaen blev betegnet som den vigtigste sportsrettighed i Danmark, når medierettighederne blev vurderet efter pris, og fordi medierettighederne havde været solgt i en række år til samme aktør uden udbud.
  196. Prisudviklingen, der har været på markedet, viser imidlertid, at særligt prisen for medierettighederne til Premier League er steget [xxx], således at Superligaen ikke længere er den vigtigste sportsrettigheder set ud fra rettighedsprisen. Prisudviklingen skal dog ses i sammenhæng med, at Superligaen har været reguleret af tilsagn, mens det ikke er tilfældet for de øvrige ligaer.
  197. Det var endvidere en betænelighed, hvis én aktør havde samtlige medierettigheder til både Superligaen, Champions League og Premier League, da dette ville kunne medføre prisstigninger i alle omsætningsled. Denne betænelighed gør sig fortsat gældende i dag, men det er samtidig relevant, at Viaplay Group i dag allerede besidder samtlige medierettigheder til både Champions League og Premier League samt medierettighederne til 4 ud af 6 kampe pr. spillerunde i Superligaen. Viaplay Group har således allerede i dag stort set samtlige medierettigheder til premium fodboldkampe i Danmark og er kun disciplineret af de to kampe pr. spillerunde (kampvalg 2 og 5), der i dag ligger hos Discovery.
  198. Det er endvidere ikke entydigt, hvordan en ophævelse af "no single buyer"-reglen vil påvirke markedet, hvilket ses af nogle af kanaludbydernes og distributørernes betæneligheder ved dette, jf. punkt 130 ovenfor, i forhold til potentielle prisstigninger og en øget forhandlingsstyrke for kanaludbydernes.
  199. På baggrund af ovenstående er det derfor styrelsens vurdering, at det ikke er entydigt, hvordan markedet ville blive påvirket, hvis "no single buyer"-reglen blev tilbagekaldt. Der er således visse betæneligheder ved både en hel eller delvis tilbagekaldelse af "no single buyer"-reglen, særligt i forhold til prisudviklingen, herunder hvordan forbrugerne vil blive påvirket, samt hvordan konkurrencen vil være mellem kanaludbydernes og distributørerne. Allerede i dag har de kanaludbydere, der har medierettighederne til Superligaen en stærk forhandlingsposition over for distributørerne,<sup>94</sup> og Viaplay Group er tæt på allerede i dag at have eksklusive medierettigheder til samtlige premium fodbold ligaer.
  200. Styrelsen vurderer derfor samlet set, at det ikke er tilstrækkeligt godtgjort, at der er sket ændringer i et sådant omfang, der kan sikre imod den potentielle skade af konkurrencen, såfremt 2014-afgørelsen helt eller delvist tilbagekaldes. På det foreliggende grundlag er der derfor

---

<sup>94</sup> I styrelsens undersøgelse blandt distributørerne, blev distributørerne spurgt til "Hvordan vil det påvirke kanalens forhandlingsposition over for jeres virksomhed, når I forhandler priser og øvrige vilkår med kanalerne, hvis kanalerne er i besiddelse af live tv-retigheder til Superligaen?", hvortil alle seks distributører svarede, at "Det vil styrke kanalens forhandlingsposition".

---

ikke belæg for at konkludere, at det vil være sagligt helt eller delvist at tilbagekalde 2014-afgørelsen. Styrelsen vil dog, i afsnit 5 nedenfor, vurdere, om der er grundlag for en midlertidig, delvis dispensation af tilsagnene.

#### **4.2.5 Ligebehandling**

201. Divisionsforeningen har, jf. afsnit 3.6.2 ovenfor, anført, at Divisionsforeningen ved at være underlagt tilsagn bliver diskrimineret i forhold til andre fodboldturneringer, særligt de øvrige internationale rettighedshavere til premium fodbold, Premier League og Champions League. Der gælder i dansk forvaltningsret en almindelig lighedsgrundsætning, hvorefter lige forhold skal behandles lige.
  202. Det er alene salget af medierettigheder til Superligaen, der i dag er underlagt tilsagn, mens salget af medierettighederne til henholdsvis Premier League og Champions League sælges ureguleret gennem henholdsvis FAPL og UEFA.
  203. Både salget af medierettighederne til Premier League i Storbritannien og Champions League har imidlertid tidligere været reguleret gennem afgørelser truffet af Kommissionen, jf. afsnit 3.3.1 ovenfor. Disse afgørelser var tidsbegrænsede.
  204. Styrelsen kan i medfør af konkurrencelovens § 15, stk. 1, 3. pkt. afgøre, om der er tilstrækkelig anledning til at undersøge eller træffe afgørelse i en sag, herunder om en igangværende sagsbehandling midlertidigt eller endeligt skal indstilles. Styrelsen er således ikke forpligtet til at behandle sager om overtrædelse af konkurrenceloven. Såfremt styrelsen vælger ikke at undersøge en konkret sag, er det imidlertid ikke ensbetydende med, at en adfærd ikke er i strid med konkurrenceloven.
  205. For så vidt angår Premier League og Champions League har styrelsen på nuværende tidspunkt ikke valgt at undersøge, om der er grundlag for at træffe afgørelse vedrørende salget af medierettighederne i Danmark til de to ligaer, da Kommissionen tidligere har truffet afgørelse derom samt, særligt i relation til Premier League, ikke har fundet anledning til regulering af salget af rettighederne udenfor Storbritannien.
-

## 5. Vurdering af midlertidig dispensation fra dele af tilsagnene

---

### 5.1 Indledning

206. Styrelsen vil i det følgende vurdere, om der er grundlag for at give en dispensation fra dele af tilsagnene efter de forvaltningsretlige grundsætninger, særligt vedrørende "no-single buyer"-reglen og som en forenkling af dele af de gældende udbudsbetingelser.
207. Det skal sikres, at en sådan dispensation er i overensstemmelse med de almindelige forvaltningsretlige regler, navnlig at i) der foreligger en saglig grund, ii) ændringen ikke vil være i strid med lighedsgrundsætningen og iii) ændringen ikke vil stride imod lov, jf. ovenfor i afsnit 4.2.1. Herudover skal hensynet til andre end sagens parter inddrages.

### 5.2 Midlertidig dispensation fra "no single buyer"-reglen og forenkling af udbudsbetingelserne

208. Styrelsen finder, at ændringerne på tv-markedet kan have betydning for konkurrencen, uanset om udviklingen ikke findes tilstrækkelig til helt eller delvist at tilbagekalde de gældende tilsagn fra 2014-afgørelsen. Styrelsen finder på den baggrund, at der er grundlag for at vurdere, hvorvidt de gældende tilsagn fortsat er proportionale i forhold til at imødekomme de konkurrencemæssige betænkeligheder, som Konkurrencerådet havde i 2014.
209. Det følger af det nødvendighedskrav, der indgår i proportionalitetsprincippet, at hvis de forhold, der i sin tid har begrundet et indgreb eller et vilkår, ikke længere er til stede, kan indgrebet eller vilkåret i reglen ikke opretholdes.<sup>95</sup>
210. Henset til i) at der kan konstateres en vis udvikling i markedet, og ii) at markedet har været reguleret af tilsagn siden 2007, finder styrelsen som anført i punkt 194, at det vil være vanskeligt at vurdere med den fornødne sikkerhed, hvilken betydning en tilbagekaldelse af tilsagnene vil have for konkurrencen på markedet, og dermed hvorvidt tilsagnene fortsat er proportionale eller ej.
211. Styrelsen finder på den baggrund, at det i denne konkrete sag vil være sagligt at dispensere midlertidigt fra dele af de gældende tilsagn, således at det kan undersøges, om de gældende tilsagn fortsat er proportionale. Styrelsen finder, at en dispensation alene bør være midlertidig i en klart afgrænset periode set i lyset af, at Superligaklubberne i dag fortsat foretager fælles salg af medierettighederne, hvorfor betænkeligheden i form af kontrol med afsætningen i markedet fra de tidligere afgørelser fortsat består.
212. Tilsagnene indeholder grundlæggende bestemmelser om, at salget af medierettighederne skal foregå i en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, hvilket, efter styrelsens opfattelse, fortsat vil være proportionalt, og derfor ikke omfattes af en dispensation Divisionsforeningen peger dog på, at visse af udbudsbetingelserne ikke er proportionale og kan forenkles, samt at "no single buyer"-reglen ikke nødvendigvis sikrer konkurrencen set i

---

<sup>95</sup> Jf. Niels Fenger, Forvaltningsret (1. udgave, 2018), side 361.

---

forhold til markedsforholdene i dag. Styrelsen har derfor undersøgt virkningen af en midlertidig dispensation fra "no single buyer"-reglen og visse af udbudsbetingelserne.

### 5.2.1 Styrelsens vurdering af dispensation fra "no single buyer"-reglen

213. Styrelsen har identificeret flere forhold, der vil være relevante at vurdere i en periode, hvor der er dispenseret fra "no single buyer"-reglen for at undersøge, om "no single buyer"-reglen under de nuværende markedsforhold stadig er nødvendig for at imødekomme de betænkeligheder, som Konkurrencerådet havde i 2014.
214. I 2014 var det en betænkelighed, at hvis salget af medierettighederne blev solgt eksklusivt til én aktør, ville det kunne medføre højere priser i alle omsætningsled til skade for forbrugere.<sup>96</sup> Denne betænkelighed gør sig, som anført i punkt 197, fortsat gældende i dag, men effekten af den endelige forbrugerpris skal vurderes i forhold til, at Viaplay Group i dag har medierettighederne til samtlige Champions League kampe<sup>97</sup>, samtlige Premier League kampe og alle øvrige superligakampe med undtagelse af kampvalg 2 og 5 i hver spillerunde, som i dag ejes af Discovery. Viaplay Group er således allerede i dag meget tæt på at være single-supplier af samtlige væsentlige premium fodboldkampe i Danmark og er kun disciplineret af de to kampe pr. spillerunde (kampvalg 2 og 5), der i dag ligger hos Discovery, jf. også ovenfor.
215. En af distributørerne har anført, at de gældende tilsagn har bidraget til at gøre rettighederne dyrere, da hver part har købt en andel, hvilket har medført, at summen er blevet højere, end hvis rettighederne kunne købes samlet.<sup>98</sup>
216. Det er styrelsens forventning, at en dispensation fra "no single buyer"-reglen potentielt kan føre til en højere pris for de samlede medierettigheder til Superligaen på rettighedsmarkedet, dvs. at kanaludbydere kan komme til at betale en højere pris til Divisionsforeningen for medierettighederne. Dette kan isoleret set medføre et opadgående pres på de priser, forbrugere i sidste ende skal betale for at få adgang til at se Superligakampe på tv-kanaler og streamingtjenester.
217. Den endelige forbrugerpris er i dag sammensat af forskellige ydelser fra kanaludbydere, distributører og streamingtjenester, hvor prisen på mange forskellige medierettigheder spiller ind på den endelige forbrugerpris, såsom øvrige sportsrettigheder, drama/serier/film og anden underholdning. Betydningen for den endelige forbrugerpris af en dispensation er således usikker. Dertil kommer, at der for forbrugere i dag er flere valgmuligheder end i 2014, ligesom det i dag er enklere og billigere at skifte sammensætningen af tv-kanaler.
218. En stor del af forbrugere er på grund af de gældende tilsagn nødsaget til at købe flere abonnementer, hvis de ønsker at følge med i hele Superligaen, eller hvis de udelukkende ønsker at se alle kampe med deres favorithold. Hvis en forbruger i dag ser Superligaen gennem streamingtjenester, skal forbrugeren både købe adgang til Viaplay og Discovery+ for enten at se alle kampene eller for at se alle kampe med deres favorithold.<sup>99</sup> Det samme gælder for kunder

<sup>96</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 396.

<sup>97</sup> Salget af medierettighederne til Champions League med kontraktstart i 2024 går i udbud i Danmark i 2022/2023, hvorfor det ikke er sikkert, at det er Viaplay Group, der erhverver disse rettigheder.

<sup>98</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>99</sup> Et abonnement hos Viaplay koster 449 kr. om måneden for sportspakken, jf. [https://viaplay.dk/package\\_sport](https://viaplay.dk/package_sport). og et abonnement hos Discovery+ koster 129 kr. om måneden, hvor bl.a. omfatter livestream af sportskanaler, jf. <https://auth.discoveryplus.com/dk/product?flow=purchase&videoAssetId=3490653> – tilgæet 24. oktober 2022. Det er dog muligt for en forbruger at få adgang til samtlige Superligakampe allerede i dag gennem abonnement hos fx Norlys eller Waoo. Et abonnement hos Norlys koster 629 kr. om måneden for den store pakke, <https://norlys.dk/tv/> - tilgæet 24. oktober 2022.

- hos YouSee, der ikke distribuerer tv-kanaler fra Discovery. Det er derfor ikke givet, at en eventuel single-buyer i dispensationsperioden vil medføre, at den samlede pris stiger for disse forbrugere, fordi disse forbrugere eventuelt kan undgå at købe flere abonnementer.
219. Den endelige priseffekt af en eventuel single-buyer i dispensationsperioden er således usikker, hvorfor styrelsens evaluering bl.a. vil have fokus på, om det – afhængigt af et eventuelt "single-buyer"-salg – bliver relativt dyrere for forbrugerne at se Superliga, og om en eventuel prisstigning hos køberen af rettighederne modsvarer af, at forbrugeren kan undlade at købe andre streamingtjenester/tv-kanaler.
220. Det er desuden styrelsens vurdering, at der potentielt kan være en risiko for, at den aktør, der køber medierettighederne til Superligaen eksklusivt, enten udelukkende vil vælge at vise kampene på aktørens egen streamingtjeneste og dermed afskærme alle distributørerne, eller vælge kun at sælge til én distributør, hvormed de øvrige distributører vil blive afskærmet, hvilket også var en betænkelighed i 2014.<sup>100</sup> Det er imidlertid styrelsens vurdering, at en aktør ikke vil have incitament til at afskærme alle eller størstedelen af distributørerne, da disse er en vigtig indtægtskilde for at kunne finansiere medierettighederne, hvilket også er tilfældet i dag, hvor det fx også er muligt at se Champions League og Premier League hos andre aktører end Viaplay Group, selvom Viaplay Group har eksklusive medierettigheder til disse ligaer. En aktør fra styrelsens markedsundersøgelse blandt kanaludbydere forklarede, at *"For at kunne kommercialisere på Superligaen og gøre investeringen rentabel, er man som aktør og køber nødsaget til at kunne tilbyde Superligaen til distributører og af den vej finansiere en del af købet."*<sup>101</sup>
221. I tilsagnenes punkt 3.7 er *"det økonomisk mest fordelagtige bud"* bl.a. også baseret på penetration<sup>102</sup>. Divisionsforeningen har hertil anført, at Divisionsforeningen tilskynder at sikre, at der skal være en stor seerskare, særligt fordi en stor del af Superligaens indtjening stammer fra annoncesalg, sponsorater og lign. Over for styrelsen har Divisionsforeningen vurderet, at 31 pct. af superligaklubbernes samlede indtjening er baseret på sponsor- og reklameindtægter. Styrelsen vurderer på den baggrund, at Divisionsforeningen har en stærk tilskyndelse til at sikre en høj seerskare i forbindelse med salget af medierettighederne til Superligaen. Dette hensyn til at sikre en bred seerskare og annonceindtægter kan således antageligt påvirke rettigedsprisen.
222. I styrelsens undersøgelse blandt distributørerne anførte nogle af distributørerne endvidere, at "no single buyer"-reglen har medført, at distributørerne, for at få adgang til samtlige superligakampe, bliver nødt til at lave aftaler med alle de kanaludbydere, der har erhvervet medierettighederne til Superligaen. Dette medfører i givet fald, at distributørerne bliver nødt til at aftage flere små kanaler fra hver kanaludbyder, som de ellers ikke ville have aftaget, hvis de udelukkende skulle forhandle med en enkelt aktør. Mange små kanaler kan skabe utilfredshed blandt de forbrugere, der fortsat køber tv-pakker, da disse kanaler kan blive en del af deres tv-pakke uanset forbrugernes ønsker.<sup>103</sup>
223. Herudover har det også betydning, at forbrugerne i dag har betydeligt bedre mulighed for at vælge sammensætningen af deres tv-pakke. I 2014 var der kun ringe muligheder for frit valg af tv-kanaler for forbrugerne. Det betød, at de kanaler, der viste fodbold, lå i pakker med mange abonnenter, og dermed at mange forbrugere, der ikke var interesseret i fodbold, var med til at finansiere omkostningerne forbundet med medierettigheder til fodbold. I dag, hvor forbrugerne hos flere distributører i vidt omfang kan vælge til og fra, må det antages at mange

<sup>100</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. februar 2014, *Medierettigheder til dansk ligafodbold – revision af tilsagn*, pkt. 389.

<sup>101</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>102</sup> I dispensationsperioden bliver kravet om "penetration" ændret til "kunde adgang" i tilsagnenes punkt 3.7 jf. forenklingen af udbudsbetingelserne i afsnit 5.2.2.1.

<sup>103</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse blandt distributørerne – bemærkning fra [xxx].



---

forbrugere, der ikke er fodboldinteresserede, vil fravælge kanaler med fodbold, hvis de bliver for dyre. Dette kan være med til at begrænse kanaludbydernes muligheder for at hæve priserne markant. I den sammenhæng skal det dog påpeges, at fx Viaplay Group, har samlet alt sportsindhold i én pakke, hvorfor Viaplay-kunder i dag ikke har mulighed for at fravælge fx superligakampe.

224. Endelig er det styrelsens vurdering, at det ikke er entydigt om "no single buyer"-reglen begrænser eller forbedrer adgangen til markedet. Som led i styrelsens undersøgelse, afholdte styrelsen bl.a. møde med Eleven Sports<sup>104</sup>, der forklarede, at [xxx].

### 5.2.1.1 Samlet vurdering af en midlertidig dispensation fra "no single buyer"-reglen

225. En dispensation fra "no single buyer"-reglen vil medføre, at medierettighederne til Superligaen vil kunne sælges eksklusivt til én aktør i en vis periode.<sup>105</sup> En sådan midlertidig og delvis dispensation fra tilsagnene i det kommende udbud, vil give styrelsen mulighed for at undersøge, hvordan markedsaktørerne og forbrugerne vil blive påvirket ved et eksklusivt salg og således vurdere, om disse dele af tilsagnene fortsat er nødvendige og proportionale for at sikre konkurrencen på tv-markedet.
226. En dispensationen vil bl.a. give styrelsen mulighed for at vurdere, hvordan en dispensation fra "no single buyer"-reglen vil påvirke prisudviklingen på medierettighederne og konkurrencen i øvrigt, herunder kanaludbydere, distributørerne og særligt i sidste ende forbrugerne. Styrelsen vil foretage en evaluering af dispensationens effekt på den kommende udbudsrunde og markedet, jf. afsnit 6.2 nedenfor.

### 5.2.2 Styrelsens vurdering af en forenkling af udbudsbetingelserne

227. I det følgende gennemgås styrelsens vurdering af, hvordan udbudsbetingelserne kan forenkles til brug for en dispensationsperiode, der strækker sig over fire løbende sæsoner. Udover at dispensationen af "no single buyer"-reglen giver anledning til en række konsekvensrettelser<sup>106</sup> i udbudsbetingelserne, har Divisionsforeningen, jf. afsnit 3.6.4 ovenfor, også peget på en række af de øvrige krav i udbudsbetingelserne, herunder udbudsmodellen og udbudsproceduren, som Divisionsforeningen finder, bør forenkles for bedst muligt at kunne tilrettelægge udbudsprocessen i overensstemmelse med de enkelte byderes ønsker.
228. Derudover indeholder tilsagnene grundlæggende bestemmelser om, at salget af medierettighederne skal foregå i en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, som vil bestå i dispensationsperioden.
229. Divisionsforeningen har den 29. september 2022 fremsendt forslag til ændringer i de gældende tilsagns punkt 2 om rettighedspakker, punkt 3 om udbudsmodellen, punkt 4 om udbudsproceduren samt punkt 5 om trustee til brug for dispensationsperioden, jf. afsnit 3.6.4 ovenfor.<sup>107</sup> I det følgende fremgår styrelsens vurdering af de foreslåede ændringer af hver af de enkelte punkter.

---

<sup>104</sup> Eleven Sports er en sports streamingtjeneste, der bl.a. er aktiv i Belgien, Polen og Portugal.

<sup>105</sup> Se nærmere om dispensationens konkrete udformning nedenfor i afsnit 6.3.

<sup>106</sup> Følgende punkter er konsekvensrettet eller fjernet som følge af enten dispensationen fra "no single buyer"-reglen eller forenklingen af udbudsbetingelserne i tilsagnene til brug for dispensationsperioden: 3.9, sidste del af 3.10, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5 og 4.7

<sup>107</sup> De nuværende tilsagn samt de tilrettede tilsagn i dispensationsperioden er endvidere præsenteret i sin helhed i afsnit 6.3.1 nedenfor.

---

### 5.2.2.1 Tilsagnenes punkt 2 vedrørende rettighedspakker

230. Som følge af dispensationen fra "no single buyer"-reglen vil tilsagnenes punkt 2 angående rettighedspakkerne blive tilpasset således, at der ikke længere er krav om, at medierettighederne skal opdeles i pakker, se boks 5.1 nedenfor. Det er således styrelsens vurdering, at "no single buyer"-reglen kan udgå af tilsagnene i dispensationsperioden på fire år, jf. ovenfor i afsnit 5.2.1.

Boks 5.1 De gældende tilsagns punkt 2 og forenkling til brug for dispensationen	De gældende tilsagn	Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden
	<b>2. Rettighedspakker</b>	<b>2. Rettighedspakker</b>
	<p>2.1 Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier i)-vi):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Minimum 3 pakker indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til Superligaen, hvor hver pakke består af minimum 1 live kamp pr. runde.</li> <li>ii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i 1. division.</li> <li>iii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i Landspokalturneringen.</li> <li>iv. Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Tv-rettighe-der til Højdepunktsklip af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.</li> <li>v. Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Radiorettighe-der til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen.</li> <li>vi. Minimum 1 pakke indeholdende New media rettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.</li> </ul>	<p>2.1 Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier i)-v):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til Superligaen.</li> <li>ii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i 1. division.</li> <li>iii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i Landspokalturneringen.</li> <li>iv. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Tv-rettighe-der til Højdepunktsklip af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.</li> <li>v. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Radiorettighe-der til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen.</li> </ul>
	<p>2.2. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan alene ændre kategorierne og den i pkt. 2.1 i) nævnte pakkesammensætning forud for igangsætning af et udbud, under overholdelse af disse tilsagn og kun med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens godkendelse.</p>	

### 5.2.2.2 Tilsagnenes punkt 3 vedrørende udbudsmodellen

231. Styrelsen er enig i Divisionsforeningens forslag i punkt 3.1 om, jf. punkt 147a) ovenfor, at det ikke længere skal være en betingelse, at medierettighederne sælges på samme tid. Styrelsen er endvidere enig i, at konkurrencen om medierettighederne til Superligaen ikke vil lide skade i tilfælde af, at medierettighederne til fx Superligaen og 1. division udbydes forskudt.

232. Det er imidlertid styrelsens vurdering, at den periode, aktørerne har til at afgive det første skriftlige bud, skal forlænges.<sup>108</sup> Årsagen til dette er, at aktørerne skal have en reel mulighed for at forberede deres bud, da vilkårene ændres pga. dispensationen. Forlængelsen betragtes af styrelsen som en forudsætning for, at udbuddet under dispensationsvilkårene kan gennemføres, hvilket Divisionsforeningen er indforstået med. Det bemærkes endvidere, at den oprindelige frist på 30 dage finder anvendelse, såfremt Divisionsforeningen vælger at benytte de eksisterende vilkår i stedet for dispensationsvilkårene. Perioden forlænges fra minimum 30 kalenderdage til minimum 60 kalenderdage fra udbuddet er annonceret, til aktørerne skal afgive det første skriftlige bud i dispensationsperioden, se boks 5.2 nedenfor.

<p><b>Boks 5.2</b>  <b>De gældende tilsagns punkt 3.1 og forenkling til brug for dispensationen</b></p>	<p><b>De gældende tilsagn</b></p>	<p><b>Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden</b></p>
	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>
	<p>3.1 Samtlige pakker inden for hver kategori udbydes samtidigt og individuelt på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår og således, at interesserede Aktører har minimum 30 kalenderdage til at afgive første skriftlige bud. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan fastsætte et maksimalt antal virksomheder, der kan indgå i et budkonsortium.</p>	<p>3.1 Medierettighederne udbydes på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår og således, at interesserede Aktører har minimum 60 kalenderdage til at afgive første skriftlige bud.</p>

233. Rettighedsperioden i punkt 3.2 vil i dispensationsperioden være på fire løbende sæsoner, jf. boks 5.3. Dispensationen vil udelukkende omfatte muligheden for at erhverve medierettighederne i en rettighedsperiode på fire løbende sæsoner, jf. nedenfor. Der vil derfor ikke være mulighed for at tilkøbe en forlængelsesoption i yderligere to løbende sæsoner, jf. Divisionsforeningens forslag i punkt 147b) ovenfor.
234. Formålet med dispensationen er at undersøge, hvordan bl.a. priserne i alle omsætningsled samt konkurrencen blandt distributørerne og kanaludbyderne vil blive påvirket af fjernelsen af "no single buyer"-reglen og en forenkling af udbudsbetingelserne.
235. Det er derfor styrelsens vurdering, at det er nødvendigt, at dispensationen gælder i en fast afgrænset periode, således at dens effekt på markedet kan vurderes. Dispansationsperioden vil være på fire løbende sæsoner, da dette vil give styrelsen en passende periode til at evaluere dispensationsperioden. Dette er ligeledes i overensstemmelse med international praksis.<sup>109</sup> Herudover har kanaludbyderne i styrelsens markedsundersøgelse bl.a. forklaret, at jo længere rettighedsperioden er, jo mere attraktiv vil rettigheden være for køberne, da der i højere grad vil kunne foretages investeringer og mulighed for at udvikle rettigheden<sup>110</sup>, men samtidig også at en for lang periode kan betyde en så stor økonomisk forpligtelse, at det kan afskærme aktører fra at byde på rettigheden.<sup>111</sup> Herudover har Eleven Sports [xxx]. En dispensation på en fireårig periode, vil derfor potentielt også kunne tiltrække nye aktører på det danske tv-marked.
236. Igangsættelsen af det næstkommende udbud, efter dispensationens udløb i 2028, vil afhænge af styrelsens evaluering af dispensationens effekt på markedet, se afsnit 6.2 nedenfor. Som anført i afsnit 6.2 vil styrelsen igangsætte evalueringen samt vurderingen af dispensationen, så

<sup>108</sup> I styrelsens undersøgelse blandt kanaludbyderne har [xxx] anført, at det er nødvendigt med en længere periode end 30 dage, [xxx].

<sup>109</sup> Det ses både i Tyskland og Frankrig, at rettighedsperioden er på fire løbende sæsoner.

<sup>110</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

<sup>111</sup> Jf. styrelsens markedsundersøgelse – bemærkning fra [xxx].

Divisionsforeningen vil have mulighed for at gennemføre udbuddet 1,5 år før kontraktperiodens start.

<p><b>Boks 5.3</b> De gældende tilsagns punkt 3.2 og forenkling til brug for dispensationen</p>	<p><b>De gældende tilsagn</b></p>	<p><b>Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden</b></p>
	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>
	<p>3.2. Samtlige pakker i én kategori udbydes for en periode på maksimalt 6 løbende sæsoner. Udbuddet kan tidligst gennemføres 1½ år før en kontraktperiodes start, dog kan det første udbud iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrencerådets beslutning om at gøre denne tilsagnsaftale bindende, jf. § 16a, stk. 1, i konkurrenceloven.</p>	<p>3.2. Live Tv-retighederne i 2.1 i) udbydes for en periode for maksimalt 4 løbende sæsoner. Dispensionsudbuddet i 2023 kan iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse om at give en midlertidig og delvis dispensation fra de gældende tilsagn for det kommende udbud vedrørende rettighedsperioden startende i 2024.</p>

237. Styrelsen er enig i Divisionsforeningens forslag til punkt 3.4 om, jf. punkt 147d) ovenfor, at styrelsen ikke længere skal godkende udbudsmaterialet, jf. boks 5.4. Det er styrelsens vurdering, at det er tilstrækkeligt, at den udpegede trustee, jf. afsnit 5.2.2.4, sikrer, at medierettighederne sælges gennem en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår.

<p><b>Boks 5.4</b> De gældende tilsagns punkt 3.4 og forenkling til brug for dispensationen</p>	<p><b>De gældende tilsagn</b></p>	<p><b>Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden</b></p>
	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>
	<p>3.4. Udbuddet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbuddet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal godkende udbuds- og kontraktbetingelserne, inden udbuddet igangsættes</p>	<p>3.4. Udbuddet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbuddet.</p>

238. Styrelsen er enig i Divisionsforeningens forslag til punkt 3.5 om, jf. punkt 147e) ovenfor, at der ikke længere skal være krav til, hvad der kan forhandles om. Det er styrelsens vurdering, at det er tilstrækkeligt, at den udpegede trustee, jf. afsnit 5.2.2.4, sikrer, at medierettighederne sælges gennem en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, se boks 5.5 nedenfor.

<p><b>Boks 5.5</b> De gældende tilsagns punkt 3.5 og forenkling til brug for dispensationen</p>	<p><b>De gældende tilsagn</b></p>	<p><b>Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden</b></p>
	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>
	<p>3.5. På baggrund af de indkomne skriftlige bud kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen iværksætte en eller flere runder af forhandlinger om salg af rettighederne. Forhandlingerne skal vedrøre samtlige de individuelle konkrete pakker for samtlige kategorier. Der kan alene forhandles om:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i) Pris</li> <li>ii) Penetration</li> <li>iii) Markedsførings- og programplaner</li> </ul>	<p>3.5. På baggrund af de indkomne skriftlige bud kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen iværksætte en eller flere runder af forhandlinger om salg af medierettighederne.</p>
	<p>For så vidt angår kategori vi) kan der forhandles om de forhold, der fremgår af pkt. 3.7, og som er godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen. Der kan endvidere forhandles om vilkår i kontrakterne for alle pakker i de enkelte kategorier, forudsat at det sker under overholdelse af ligebehandlingsprincippet, og at eventuelle ændringer i kontrakterne gælder generelt for alle Aktører i den pågældende kategori</p>	

239. Styrelsen er enig i Divisionsforenings forslag til punkt 3.6 om, jf. punkt 147f) ovenfor, at der ikke længere skal være krav om skriftlige bud efter hver forhandlingsrunde i punkt 3.6, jf. boks 5.6 nedenfor. Det er styrelsens vurdering, at det er tilstrækkeligt, at den udpegede trustee, jf. afsnit 5.2.2.4, sikrer, at medierettighederne sælges gennem en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår.

<p><b>Boks 5.6</b> De gældende tilsagns punkt 3.6 og forenkling til brug for dispensationen</p>	<p><b>De gældende tilsagn</b></p>	<p><b>Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden</b></p>
	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>
	<p>3.6. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler med alle Aktører, som opfylder egnethedskriterierne, jf. pkt. 3.3. Ved forhandlingen tilkendegiver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, hvilke kriterier, jf. pkt. 3.5, en Aktør er – henholdsvis ikke er – konkurrencedygtige på. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen oplyser desuden efter hver forhandlingsrunde – og inden der afgives skriftlige bud – om der gennemføres endnu en forhandlingsrunde, eller om der er tale om sidste skriftlige bud. Hver forhandlingsrunde – inklusiv den sidste forhandlingsrunde – afsluttes med afgivelse af nyt skriftligt bud, som – hvis der er tale om det sidste forhandlingsmøde – er det endelige bud. Det endelige skriftlige bud skal afgives senest 3 hverdage efter anmodning herom fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. De skriftlige bud åbnes samtidigt af Trustee. Trustee skal deltage som observatør i samtlige forhandlinger og skal umiddelbart efter afslutningen af hver enkelt forhandlingsmøde føre protokol herover med behørig angivelse af tid og sted.</p>	<p>3.6. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler med alle Aktører, som opfylder egnethedskriterierne, jf. pkt. 3.3. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen oplyser desuden efter hver forhandlingsrunde, om der gennemføres endnu en forhandlingsrunde, eller om der er tale om sidste bud. Det endelige skriftlige bud skal afgives senest 3 hverdage efter anmodning herom fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. Trustee skal deltage som observatør i samtlige forhandlinger og skal umiddelbart efter afslutningen af hver enkelt forhandlingsmøde føre protokol herover med behørig angivelse af tid og sted.</p>

240. Styrelsen er enig i Divisionsforeningens forslag om, jf. punkt 147g) ovenfor, at underkriteriet om penetration i punkt 3.7 udskiftes med et krav om kundedgang, henset til, at tilsagnene søger at sikre konkurrencen i alle omsætningsled, herunder at kravet tager højde for den øgede brug af streamingtjenester, se boks 5.7 nedenfor.
241. Styrelsen er enig i Divisionsforeningens forslag til punkt 3.8 om, jf. punkt 147h) ovenfor, at pointmodellen ved vægtning af bud slettes, da dette ikke er relevant i en model, hvor indholdspakker, deres sammensætning samt øvrige relevant elementer, er til forhandling, jf. ændringen i tilsagnenes punkt 3.5 ovenfor. Det er styrelsens vurdering, at det er tilstrækkeligt, at den udpegede trustee, jf. afsnit 5.2.2.4, sikrer, at medierettighederne sælges gennem en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår.

<p><b>Boks 5.7</b> De gældende tilsagns punkt 3.7 og forenkling til brug for dispensationen</p>	<p><b>De gældende tilsagn</b></p>	<p><b>Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden</b></p>
	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>	<p><b>3. Udbudsmodel</b></p>
	<p>3.7. Tildeling af de enkelte pakker sker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på følgende underkriterier:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i) Pris</li> <li>ii) Penetration</li> <li>iii) Markedsførings- og programplaner</li> </ul>	<p>3.7. Tildeling af medierettighederne sker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på følgende underkriterier:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>i) Pris</li> <li>ii) Kundedgang</li> <li>iii) Markedsførings- og programplaner</li> </ul>
	<p>For så vidt angår kategori vi) sker tildeling af de enkelte pakker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på underkriterier fastsat af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.</p>	

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

3.8 (udgår)

### 5.2.2.3 Tilsagnenes punkt 4 vedrørende udbudsproceduren

242. Divisionsforeningen har endvidere forslag til ændringer i tilsagnenes punkt 4.1 og 4.6.
243. Styrelsen er enig i Divisionsforeningens forslag til punkt 4.1 om, jf. punkt 147i) ovenfor, at fjerne betingelsen om, at et bud kun kan angå en enkelt pakke/rettighed, og at et bud ikke må være betinget af erhvervelsen af en anden pakke/rettighed. I og med, at der i dispensationsperioden ikke stilles krav til opdeling af medierettighederne i pakker, er styrelsen enig i, at der ikke er grundlag for de nævnte krav til udbudsproceduren, herunder krav til, at bud ikke må være betinget af erhvervelse af andre pakker/rettigheder. Styrelsen vurderer, at det er tilstrækkeligt, at den udpegede trustee, jf. afsnit 5.2.2.4, sikrer, at medierettighederne sælges gennem en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, se boks 5.8 nedenfor.

#### Boks 5.8

**De gældende tilsagns punkt 4.1 og forenkling til brug for dispensationen**

#### De gældende tilsagn

##### 4. Udbudsprocedure

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

#### Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden

##### 4. Udbudsprocedure

4.1. En Aktør kan afgive skriftlige bud på én eller flere pakker. Pakkerne tildeles ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

### 5.2.2.4 Tilsagnenes punkt 5 vedrørende trustee

244. Divisionsforeningen foreslår, jf. punkt 147j) ovenfor, at tilsagnenes punkt 5 om trustee fjernes, se boks 5.9 nedenfor.

#### Boks 5.9

**De gældende tilsagns punkt 5 angående trustee**

#### 5. Trustee

5.1 Trustee udnævnes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen efter indstilling fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen.

5.2 Trustee deltager som observatør under hele udbudsproceduren på baggrund af et mandat udarbejdet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

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

5.4 Trustee skal påse, at udbuddet sker i henhold til samtlige disse tilsagn og i overensstemmelse med udbudsbetingelserne. Trustee skal straks orientere Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, såfremt Trustee

konstaterer forhold, der kan være en afvigelse fra den proces, som disse tilsagn, udbudsbetingelserne og Trustees mandat fastlægger. Trustee skal desuden løbende kunne redegøre for udbudsprocessen overfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, jf. § 17, i konkurrenceloven.

5.5 Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afholder alle omkostninger til Trustee.

245. Styrelsen er ikke enig i, at trustee kan fjernes, da det fortsat skal sikres, at medierettighederne sælges gennem en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, hvilket trustee skal medvirke til at sikre. Forenklingen af udbudsbetingelserne i dispensationsperioden medfører, at trustee ikke skal inddrages i samme grad som ved de gældende tilsagn.
246. Divisionsforeningen har udarbejdet et mandat for trustee i dispensationsperioden til brug for den kommende udbudsrunde, jf. bilag 2.

#### 5.2.2.5 Samlet vurdering af forenkling af udbudsbetingelserne

247. Samlet set er det for styrelsen afgørende, at forenklingen af udbudsbetingelserne afspejler den midlertidige dispensation af "no single buyer"-reglen på en sådan måde, at styrelsens evaluering bedst muligt kan gennemføres, og tilsagnene eventuelt kan fortsætte uændret efter dispensationsperiodens udløb.
248. For så vidt angår de øvrige forenklinger, er det afgørende, at salget af medierettighederne fortsat foregår i en åben proces på lige, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår, uanset om der midlertidigt dispenseres for en "no single buyer". Til sikring af dette, er det efter styrelsens vurdering nødvendigt at bibeholde den uafhængige trustee.

#### 5.2.3 Samlet vurdering af delvis og midlertidig dispensation fra de gældende tilsagn

249. Det er styrelsens vurdering, at en delvis og midlertidig dispensation vil være den mest hensigtsmæssige måde at tilvejebringe et grundlag for en vurdering af, om tilsagnene fortsat er nødvendige og proportionale i sin nuværende udformning sammenholdt med hensynet bag konkurrencereglerne og de potentielle skadelige virkninger af at sælge medierettighederne eksklusivt til én aktør.
250. Det er styrelsens vurdering, at kravene i de forvaltningsretlige grundsætninger, jf. afsnit 5.1, er opfyldt, idet der vurderes at være et sagligt grundlag for at give en dispensation, at dispensationen ikke vil være i strid med lighedsgrundsætningen, og at dispensationen ikke vil stride imod lov.
251. Styrelsen lægger vægt på, at der er tale om en afgørelse til gunst for Divisionsforeningen, og at der ikke er negative virkninger for andre end Divisionsforeningen af en sådan styrke, at en dispensation ikke bør gives. Dette skal ses i lyset af, at dispensationen alene er midlertidig for én udbudsrunde således, at tilsagnene fra 2014-afgørelsen efterfølgende vil finde anvendelse, med mindre styrelsen som følge af sin evaluering af dispensationen kan konkludere, at det ikke længere er nødvendigt at bibeholde "no single buyer"-reglen og de gældende udbudsbetingelser. Styrelsen finder på den baggrund, at hensynet til den effektive konkurrence og i sidste ende forbrugerne varetages tilstrækkeligt gennem dispensationen.
252. Udover at dispensationen er i overensstemmelse med hensynene og formålet bag tilsagnene, navnlig hensynet til den effektive konkurrence, finder styrelsen, for så vidt angår markedets aktører, at den forlængede frist på 60 kalenderdage, forud for det første skriftlige bud, giver aktørerne mulighed for at indrette sig på vilkårene, som er udformet i medfør af dispensationen.

- 
253. Sammenfattende finder styrelsen, at der er det fornødne grundlag for at give en delvis og midlertidig dispensation fra de gældende tilsagn i en periode på fire løbende sæsoner fra 2024.
-



## 6. Dispensation

---

### 6.1 Indledning

254. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at Divisionsforeningen skal have mulighed for at sælge medierettighederne til Superligaen igennem en delvis og midlertidig dispensation fra de gældende tilsagn for det kommende udbud af medierettighederne vedrørende rettighedsperioden startende i 2024.
255. Dispensationen vil omfatte en dispensation fra "no single buyer"-reglen samt en forenkling af visse af de gældende udbudsbetingelser i en periode på fire løbende sæsoner gældende fra og med 2024. Divisionsforeningen vil fortsat have mulighed for at sælge medierettighederne i en periode for seks år, som det er muligt med de gældende tilsagn, men i dette tilfælde vil dispensationen ikke finde anvendelse, hvorfor både "no single buyer"-reglen og de gældende udbudsbetingelser vil finde anvendelse.

### 6.2 Evaluering

256. Inden udløb af dispensationsperioden vil styrelsen gennemføre en evaluering, hvor styrelsen vil undersøge, hvordan dispensationen fra "no single buyer"-reglen og forenklingen af udbudsbetingelserne har påvirket i) prisen for henholdsvis forbrugerne, kanaludbydere og distributørerne og ii) konkurrencen mellem henholdsvis i) kanaludbydere, ii) kanaludbydere og distributørerne og iii) distributørerne.
257. Ud fra de gældende tilsagn kan Divisionsforeningen, jf. tilsagnenes punkt 3.2, tidligst gennemføre udbuddet af salget af medierettighederne til Superligaen 1,5 år før kontraktperiodens start. Styrelsen vil derfor igangsætte evalueringen samt vurderingen af dispensationen, så Divisionsforeningen vil have mulighed for at gennemføre udbuddet 1,5 år før kontraktperiodens start.
258. Styrelsens evaluering vil omfatte en undersøgelse af, hvilken effekt dispensationen har haft på det overordnede tv-marked samt over for forbrugerne. Dette vil omfatte en undersøgelse af prisudviklingen i alle omsætningsled på premium fodboldrettighederne, Superligaen, Champions League og Premier League. Styrelsen vil endvidere foretage en undersøgelse af vigtigheden af Superligaen for forbrugerne.
259. Styrelsens evaluering vil endvidere omfatte en undersøgelse af, om og hvordan konkurrenceforholdene blandt kanaludbydere og mellem kanaludbydere og distributørerne er blevet påvirket af dispensationsperioden, herunder om en evt. eksklusiv rettighedshaver begrænser adgangen for distributørerne og forbrugerne.
260. På baggrund af styrelsens evaluering vil styrelsen foretage en vurdering af, hvorvidt det fortsat er nødvendigt at regulere salget af medierettighederne til Superligaen, eller i hvilken form salget skal reguleres for at imødekomme de betænkeligheder, styrelsen har.
261. Styrelsen vil på baggrund af undersøgelseerne vurdere, hvorvidt det også kan være relevant at regulere salget af de øvrige premium medierettigheder, Champions League og Premier League, i Danmark.
-

## 6.3 Dispensation

262. Det meddeles Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, at der i forhold til tilsagn af 26. februar 2014 gives
- » dispensation fra tilsagnenes punkt 2.1 og 2.2 angående rettighedspakker, hvormed medierettighederne i dispensationsperioden skal sælges i minimum en pakke.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.1 angående udbudsmodellen, hvormed medierettighederne ikke skal udbydes samtidigt, samt en forlængelse af perioden for aktørerne til at fremkomme med første bud fra 30 kalenderdage til 60 kalenderdage.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.2 angående udbudsmodellen, hvormed medierettighederne kan udbydes i en periode på fire løbende sæsoner.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.4 angående udbudsmodellen, hvormed Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ikke skal godkende udbuds- og kontraktbetingelserne, inden udbudet i gang sættes.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.5 angående udbudsmodellen, hvormed der ikke er krav til hvilke kategorier, forhandlingerne kan omhandle.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.6 angående udbudsmodellen, hvormed det ikke er et krav, at der efter hver forhandlingsrunde skal være skriftlige bud.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.7 angående udbudsmodellen, hvormed underkriteriet ii) penetration ændres til ii) kundedgang.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 3.8 angående udbudsmodellen, hvormed der ikke er krav om anvendelse af pointmodellen.
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 4.2, angående udbudsproceduren, hvormed én og samme aktør kan erhverve samtlige direkte tv-rettighe-
  - » dispensation fra tilsagnenes punkt 4.3, 4.4, 4.5 og 4.7 angående udbudsproceduren.

Ovenstående dispensation gives for en fireårig periode gældende for det kommende udbud af salget af medierettighederne til Superligaen for rettighedsperioden startende i 2024.

### 6.3.1 Sammenligning af de gældende tilsagn og tilsagn til brug for dispensationsperioden

263. I boks 6.1 nedenfor ses de gældende tilsagn fra 2014-afgørelsen, samt forenklingen i forhold til, hvordan tilsagnene i dispensationsperioden vil være udformet.

<b>Boks 6.1</b> <b>De gældende tilsagn</b> <b>samt forenklingen til</b> <b>dispensationen</b>	<b>De gældende tilsagn</b>	<b>Tilsagnenes udformning i dispensationsperioden</b>
	<b>2. Rettighedspakker</b>	<b>2. Rettighedspakker</b>
	2.1 Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier i)-vi): i. Minimum 3 pakker indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til Superligaen, hvor hver pakke består af minimum 1 live kamp pr. runde.	2.1 Udbud af medierettighederne til Dansk ligafodbold sker i følgende kategorier i)-v): i. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til Superligaen.

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i 1. division.</li> <li>iii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i Landspokalturneringen.</li> <li>iv. Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Tv-rettighe-der til Højdepunktsklip af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.</li> <li>v. Minimum 2 pakker indeholdende ikke-eksklusive Radiorettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen.</li> <li>vi. Minimum 1 pakke indeholdende New media rettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>ii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i 1. division.</li> <li>iii. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Live Tv-rettighe-der til kampe i Landspokalturneringen.</li> <li>iv. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Tv-rettighe-der til Højdepunktsklip af samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen, hvorfra der sker tv-transmission. Der kan til disse pakker fastsættes et Hold back på maksimalt 4 timer i forhold til kampstart for den enkelte kamp.</li> <li>v. Minimum 1 pakke indeholdende eksklusive Radiorettigheder til samtlige kampe i Superligaen, 1. division og Landspokalturneringen.</li> </ul> |
|--|--|

2.2. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan alene ændre kategorierne og den i pkt. 2.1 i) nævnte pakkesammensætning forud for igangsætning af et udbud, under overholdelse af disse tilsagn og kun med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens godkendelse.

### 3. Udbudsmodel

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

3.2. Samtlige pakker i én kategori udbydes for en periode på maksimalt 6 løbende sæsoner. Udbuddet kan tidligst gennemføres 1½ år før en kontraktperiodes start, dog kan det første udbud iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrencerådets beslutning om at gøre denne tilsagnsaftale bindende, jf. § 16a, stk. 1, i konkurrenceloven.

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

### 3. Udbudsmodel

3.1 Medierettighederne udbydes på åbne, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår og således, at interesserede Aktører har minimum 60 kalenderdage til at afgive første skriftlige bud.

3.2. Live Tv-rettighe-derne i 2.1 i) udbydes for en periode for maksimalt 4 løbende sæsoner. Dispensationsudbuddet kan iværksættes umiddelbart i forlængelse af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse om at give en midlertidig og delvis dispensation fra de gældende tilsagn for det kommende udbud vedrørende rettighedsperioden startende i 2024.

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

3.4. Udbuddet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbuddet. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal godkende udbuds- og kontraktbetingelserne, inden udbuddet igangsættes.

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

- i) Pris
- ii) Penetration
- iii) Markedsførings- og programplaner

For så vidt angår kategori vi) kan der forhandles om de forhold, der fremgår af pkt. 3.7, og som er godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen. Der kan endvidere forhandles om vilkår i kontrakterne for alle pakker i de enkelte kategorier, forudsat at det sker under overholdelse af ligebehandlingsprincippet, og at eventuelle ændringer i kontrakterne gælder generelt for alle Aktører i den pågældende kategori.

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

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

- iv) Pris
- v) Penetration
- vi) Markedsførings- og programplaner

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

3.4. Udbuddet skal respektere ligebehandlingsprincippet, således at alle Aktører behandles lige gennem alle faser af udbuddet.

3.5. På baggrund af de indkomne skriftlige bud kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen iværksætte en eller flere runder af forhandlinger om salg af medierettighederne.

3.6. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler med alle Aktører, som opfylder egenskabskriterierne, jf. pkt. 3.3. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen oplyser desuden efter hver forhandlingsrunde, om der gennemføres endnu en forhandlingsrunde, eller om der er tale om sidste bud. Det endelige skriftlige bud skal afgives senest 3 hverdage efter anmodning herom fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen. Trustee skal deltage som observatør i samtlige forhandlinger og skal umiddelbart efter afslutningen af hver enkelt forhandlingsmøde føre protokol herover med behørig angivelse af tid og sted.

3.7. Tildeling af medierettighederne sker til den Aktør, der skriftligt afgiver det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud baseret på følgende underkriterier:

- iv) Pris
- v) Kundeadgang
- vi) Markedsførings- og programplaner

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

3.9. På baggrund af de endelige skriftlige bud tildeler Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen de udbudte pakker. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan lade gennemføre et nyt udbud af alle kategorier i overensstemmelse med disse tilsagn. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

3.10. Alle pakker udbydes uoverdrageligt. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan godkende en overdragelse af en eller flere rettigheder på anmodning fra en Aktør. Godkendelsen skal i givet fald hvile på objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen respekterer ligebehandlingsprincippet ved eventuelle overdragelser. Overdragelse kan ikke ske, hvis overdragelsen fører til, at erhververen besidder rettigheder i et omfang, som ikke ville være tilladt i forbindelse med udbudsproceduren, jf. pkt. 4.2 og 4.3, jf. dog pkt. 4.5 og 4.7.

#### 4. Udbudsprocedure

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

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

4.3. Én og samme Aktør kan (i) maksimalt erhverve Live Tv-rettigheder til 4 kampe pr. runde i Superligaen og kan (ii) ikke erhverve Live Tv-rettigheder til 1.- og 2.-kampvalget samtidig, jf. dog pkt. 4.5.

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

4.5. Hvis mindre end tre Aktører afgiver et første skriftligt bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller

3.9. På baggrund af de endelige skriftlige bud tildeler Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen medierettighederne. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan lade gennemføre et nyt udbud af alle kategorier i overensstemmelse med disse tilsagn. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

3.10. Alle pakker udbydes uoverdrageligt. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen kan godkende en overdragelse af en eller flere medierettigheder på anmodning fra en Aktør. Godkendelsen skal i givet fald hvile på objektive, gennemsigtige og ikke-diskriminerende vilkår. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen respekterer ligebehandlingsprincippet ved eventuelle overdragelser.

#### 4. Udbudsprocedure

4.1. En Aktør kan afgive skriftlige bud på én eller flere pakker. Pakkerne tildeles ud fra den kombination, som samlet giver Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen det økonomisk mest fordelagtige bud. Trustee påser tildelingen og fører protokol herover.

4.2. Én og samme Aktør kan erhverve samtlige Live Tv-rettigheder i pkt. 2.1 i) for 4 løbende sæsoner, men kan ikke erhverve samtlige Live Tv-rettigheder for 6 løbende sæsoner.

flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker, kan Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen dog sælge alle pakkerne i denne kategori til én og samme Aktør efter følgende procedure

- a. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen forhandler om salget af pakkerne i pkt. 2.1 i) med de Aktører, som har afgivet bud, der opfylder egnethedskravene fastsat i udbuds- og kontraktbetingelserne, på en eller flere af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker.
- b. Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker til én og samme Aktør kan kun ske, hvis Aktøren i alt betaler en pris for samtlige pakker, som er minimum 40 pct. over summen af det højeste skriftlige bud afgivet for hver enkelt pakke i pkt. 2.1 i) på tværs af budrunderne afholdt forud for, at proceduren i pkt. 4.5 igangsættes, jf. pkt. 4.6.
- c. Salg af samtlige af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker sker til den Aktør, som skriftligt byder det for Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen økonomisk mest fordelagtige bud, jf. pkt. 3.7.
- d. Hvis en Aktør erhverver samtlige rettigheder af de i pkt. 2.1 i) nævnte pakker i mere end tre sæsoner, skal to af livekampene, herunder minimum 2. live-kampvalget, udbydes igen efter maksimalt 3 sæsoner efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.3-3.10 og pkt. 4.3-4.6.

Såfremt ingen Aktører ønsker eller er berettiget til at erhverve samtlige pakker i henhold til denne procedure, sker tildeling efter den almindelige procedure, jf. pkt. 3.5-3.10, pkt. 4.3-4.4 og pkt. 4.6 i disse tilsagn.

4.6. Bud indgives til Trustee og åbnes for hver pakke samtidig af Trustee på en på forhånd udmeldt dato. Aktører har ikke krav på at få oplysninger om indgivne bud, herunder hvem der har afgivet bud på. Straks efter åbning af de skriftligt indkomne bud påser Trustee, om proceduren i pkt. 4.5 kan finde anvendelse, hvilket føres til protokol, men meddeles ikke Aktørerne. Efter gennemførelse af proceduren i pkt. 3.6 beslutter Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen, om processen i pkt. 4.5 skal anvendes. Bringes pkt. 4.5 i anvendelse meddeles dette Aktørerne, som herefter kan afgive nye bud i overensstemmelse med pkt. 4.5.

4.7. Såfremt Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen beslutter at udbyde Live Tv-rettighederne for maksimalt 3 sæsoner, skal Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen udbyde Live Tv-rettighederne i overensstemmelse med disse tilsagn, dog således at pkt. 4.3 ikke finder anvendelse. Såfremt Live Tv-rettighederne udbydes for maksimalt 3 sæsoner, kan én og samme Aktør ikke erhverve samtlige de under pkt. 2.1 i) nævnte pakker, jf. dog pkt. 4.5.

## 5. Trustee

5.1. Trustee udnævnes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen efter indstilling fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen.

4.6. Bud indgives til Trustee og åbnes samtidig af Trustee på en på forhånd udmeldt dato. Aktører har ikke krav på at få oplysninger om indgivne bud, herunder hvem der har afgivet bud.

## 5. Trustee

5.1. Trustee udnævnes af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen efter indstilling fra Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen.

5.2. Trustee deltager som observatør under hele udbudsproceduren på baggrund af et mandat udarbejdet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

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

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

5.5. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afholder alle omkostninger til Trustee.

5.2. Trustee deltager som observatør under hele udbudsproceduren på baggrund af et mandat udarbejdet af Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen og godkendt af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

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

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

5.5. Superligaen A/S/DBU/Divisionsforeningen afholder alle omkostninger til Trustee.

## 7. Bilag

---

Bilag 1: Divisionsforeningens hørings svar

Bilag 2: Trustee mandat

Bilag 3: Divisionsforeningens rapport af mediemarkedets udvikling – 09.08.21

Bilag 4: Divisionsforeningens brev til KFST – 28.07.22

[Bilagene er ikke tilgængelige i denne version af afgørelsen]

---