



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Avdelning 5
Enhet 51

SLUTLIGT BESLUT
2008-12-30
Meddelat i
Stockholm

Mål nr Ä 12046-08

Sid 1 (4)

KONKURRENSVERKET	
2009-01-02	
Avd	70
Dnr	488/2008
Doss	149 Aktbil

PARTER

Sökande

Konkurrensverket, 103 85 Stockholm

Motpart

1. Sveriges Annonssörer, 802000-1528, Box 1327, 111 83 Stockholm
2. Sveriges Annonssörer Aktiebolag, 556100-4234, Box 1327, 111 83 Stockholm

Ställföreträdare för 1-2: **AA** adress som ovan

SAKEN

Föreläggande av vite enligt 57 § andra stycket konkurrenslagen (1993:20)

SLUT

Sveriges Annonssörer och Sveriges Annonssörer Aktiebolag åläggs vid vite om
2 000 000 kr vardera att följa det åtagande som framgår av beslutsbilaga 1.

Dok.Id 642701

Postadress
Box 8307
104 20 Stockholm

Besöksadress
Fleminggatan 14

Telefon
08-561 654 70
E-post:
stockholms.tingsratt.avdelning5@dom.se
www.stockholmstingsratt.se

Telefax
08-561 650 05

Expeditionstid
måndag – fredag
09:00-12:00
13:00-15:00

YRKANDEN M.M.

I samband med att Konkurrensverket genomförde en utredning angående det system i vilket medieföretag vid annonsförsäljning lämnar en s.k. annonsör- och mediebyråersättning uppkom frågan om föreningen Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag överträtt förbuden i 6 § konkurrenslagen (1993:20) och artikel 81 i EG-fördraget.

Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag har därefter lämnat ett åtagande enligt 23 a § konkurrenslagen (1993:20), se beslutsbilaga 1, som sedermera har godtagits av Konkurrensverket i beslut den 3 september 2008, se beslutsbilaga 2.

Konkurrensverket har nu yrkat att tingsrätten enligt 57 § andra stycket konkurrenslagen (1993:20) förenar Sveriges Annonsörers och Sveriges Annonsörer Aktiebolags åtagande med ett vite om 2 000 000 kr.

Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag har inte haft någon erinran mot att tingsrätten förenar av dem lämnat åtagande med vite. Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag har dock anfört att åtagandet istället för vad som framgår av beslutsbilaga 1 ska ha en annan lydelse och att vitesbeloppet ska sättas till 100 000 kr. Till stöd för sin ståndpunkt har Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag anfört i huvudsak följande. Åtagandet som det framgår av beslutsbilaga 1 är uttryckt i generella ordalag och saknar den precision som krävs för att det ska kunna ligga till grund för ett vitesföreläggande. Enligt 3 § lagen (1985:206) om viten ska ett vite fastställas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska förhållanden och till omständigheterna i övrigt kan antas förmå denne att följa föreläggandet. Det totala resultatet, före avskrivningar och finansiella intäkter och kostnader, har för Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag de senaste åren gemensamt uppgått till omkring 200 000 kr per år. Ett vitesbelopp om 100 000 kr torde därför vara tillräckligt.

Konkurrensverket har i genmäle anført i huvudsak följande. Sveriges Annonsörers och Sveriges Annonsörer Aktiebolags åtagande är tillräckligt klart utformat för att de utan svårighet ska kunna avgöra vad de har att iaktta för att inte bryta mot åtagandet. Den lydelse som Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag nu har föreslagit motsvarar inte fullt ut det åtagande som framgår av beslutsbilaga 1 och som Konkurrensverket godtagit. Ett vitesbelopp ska bestämmas till en sådan storlek att det kan antas bryta den enskildes motstånd. Beloppets storlek bör vidare bestämmas med hänsyn till angelägenheten av att ett föreläggande vinner efterrättelse. Det är mycket angeläget att Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag följer åtagandet eftersom det annars finns risk för att prisbilden på marknaden påverkas. Horisontella samarbeten om priser anses tillhöra de allvarligaste överträdelsena av konkurrensreglerna. Det förfarande som Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag genom åtagandet förbundit sig att åtgärda har stora likheter med ett samarbete mellan Sveriges Annonsörers medlemsföretag som vid granskning av Konkurrensverket inte beviljats ett s.k. icke-ingripandebesked år 2002 eftersom verket ansåg att den rekommendation som var föremål för prövning var konkurrensbegränsande. Av Sveriges Annonsörers verksamhetsberättelse för år 2007 framgår att Sveriges Annonsörers och Sveriges Annonsörer Aktiebolags omsättning uppgick till 16 157 000 kr. Sveriges Annonsörer Aktiebolag är ett helägt dotterbolag till Sveriges Annonsörer. Det saknas skäl att göra åtskillnad dem emellan vad gäller vitesbeloppets storlek.

Sveriges Annonsörer och Sveriges Annonsörer Aktiebolag har slutligen framhållit att annonsör- och mediebyråersättningen endast har utgjort en mycket liten del, mindre än sex procent, av det totala annonspriset. Resterande del av annonspriset har förhandlats fritt. Annonsör- och mediebyråersättningen har således inte satt konkurrensen ur spel i sådan omfattning som Konkurrensverket hävdar.

SKÄL

Ärendet har anhängiggjorts före ikraftträdandet av den nya konkurrenslagen (2008:579). Av övergångsbestämmelserna till den nya lagen framgår att tingsrätten

därmed har att tillämpa den gamla konkurrenslagen (1993:20).

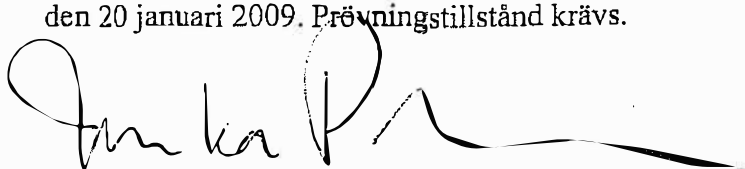
Enligt 57 § andra stycket konkurrenslagen (1993:20) får ett frivilligt åtagande i ett ärende enligt 23 a § första stycket samma lag förenas med vite.

Av handlingarna i ärendet framgår att de formella förutsättningarna är uppfyllda och att parternas uppgörelse ligger inom ramen för konkurrenslagen. Vidare är, enligt tingsrättens mening, Sveriges Annonssörers och Sveriges Annonssörer Aktiebolags åtagande enligt beslutsbilaga 1 tillräckligt preciserat. Av vad som framkommit i ärendet föreligger skäl att förena Sveriges Annonssörers och Sveriges Annonssörer Aktiebolags åtagande med vite.

Enligt 3 § lagen (1985:206) om viten ska ett vite fastställas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska förhållanden och till omständigheterna i övrigt kan antas förmå denne att följa det föreläggande som är förenat med vitet. Enligt tingsrätten är den typ av överträdelse av konkurrensreglerna som åtagandet har till syfte att stävja av allvarlig art varför ett högt vitesbelopp är motiverat. Vad Sveriges Annonssörer och Sveriges Annonssörer Aktiebolag har anfört om att annonsör- och mediebyråersättningen inte skulle sätta konkurrensen ur spel i någon större omfattning föranleder inte någon annan bedömning. Vid en sammantagen bedömning finner tingsrätten att vitet bör fastställas till det yrkade beloppet.

HUR MAN ÖVERKLAGAR, se bilaga

Överklagande, ställt till Marknadsdomstolen, ska ha inkommit till tingsrätten senast den 20 januari 2009. Prövningstillstånd krävs.



Ulrika Persson

STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2008 -09- 05

Akt Å 12046-08

Aktbil Konkurrentverket

Konkurrensavdelning 2

103 85 STOCKHOLM

Ärende Dnr 269/2007

Med anledning av diskussionen mellan Sveriges Annonsörer och Konkurrentverket i ärendet med diarienummer 269/2007 vill Sveriges Annonsörer härmed inkomma med förslag till frivilligt åtagande enligt § 23a konkurrenslagen. Med Sveriges Annonsörer avses såväl Sveriges Annonsörer AB (org. nr 556100-4234) som Sveriges Annonsörer (org. nr 802000-1528). Dessa benämns nedan Sveriges Annonsörer.

Sveriges Annonsörer yrkar således att Konkurrentverket på grundval av nedan åtagande fattar beslut om att godta detsamma.

Sveriges Annonsörer förbinder sig att inte längre i någon form, vare sig muntligen eller skriftligen, informera om eller förespråka annonsör-/mediebyråersättnings storlek i form av t.ex. procentsatser för respektive mediaslag. Procentsatser eller annat angivande av nivå eller motsvarande för annonsör-/mediebyråersättningen kommer inte att framgå av vare sig muntlig information till medlemmarna, i trycksaker som publiceras av Sveriges Annonsörer eller av vår hemsida (www.annons.se).

Vidare förbinder sig Sveriges Annonsörer att inom två månader efter Konkurrentverkets slutliga beslut informera såväl medlemmar som övriga annonsörer om detta åtagande och att vi således inte rekommenderar eller förespråkar vissa procentsatser eller nivåer vad avser annonsör-/mediebyråersättningen. Det är istället upp till de enskilda avtalsparterna att avtala om ersättningsarnas storlek.

Vi förbehåller oss dock rätten att informera om på vilket sätt annonsör-/mediebyråersättningen kan fungera som modell.

Åtagandet tillämpas från och med dagens datum och all information som är känd och där förändring kan ske har tagits bort eller justerats för att överensstämja med åtagandet enligt ovan.

Stockholm 2008-06-12



STOCKHOLMS TINGSRÄTT
Registrering och kassan

Ink 2008-09-05
Akt A 12046-08
Aktbil 3

KONKURRENSVERKET	
2008-09-04	
Avd	76
Dnr	488/2008
Doss	149 Aktbil 1

Parter

Sveriges Annonsörer, org. nr 802000-1528, Box 1327, 111 83 STOCKHOLM

Sveriges Annonsörer AB, org. nr 556100-4234, Box 1327, 111 83 STOCKHOLM

Saken

Konkurrensbegränsande prisinformation; nu fråga om godtagande av åtagande enligt 23 a § konkurrenslagen (1993:20)

Beslut

Konkurrensverket godtar Sveriges Annonsörers och Sveriges Annonsörer AB:s åtagande, se bilaga.

Konkurrensverkets skäl

Bakgrund

1. Konkurrensverket har på eget initiativ utrett ett system i vilket medieföretag vid annonsförsäljning lämnar en s.k. annonsör- och mediebyråersättning, förkortat AMBE. Konkurrensverket har i sin utredning fäst särskild uppmärksamhet på att Sveriges Annonsörer bl.a. på sin hemsida angivit vissa procent satser avseende AMBE.
2. AMBE berör tre olika aktörer på annonsmarknaden. Annonsörer är företag som vill nå ut med ett reklambudskap och således efterfrågar medieutrymme av olika slag. Mediebyråer är företag som ger råd, planerar och hanterar transaktioner av medie- och kommunikationsaktiviteter åt annonsörer utan egen position, ägande eller säljuppdrag i aktuell kommunikationskanal. Medieföretag är företag som är innehavare av ett särskilt medieutrymme, exempelvis en tidning, en tv-kanal eller innehavare av utomhusreklamplatser.
3. AMBE anknyter till en policy¹ mellan Sveriges Annonsörer², Godkända Annonsförmedlares Förening och vissa medieorganisationer³ om vissa principer och etiska regler som ska gälla vid annonsförmedling. Av policyn framgår bl.a. att en mediebyrå objektivt i enlighet med branschens etiska regler biträder annonsören med annonsförmedling. Vid köp av medieutrymme agerar mediebyrån på uppdrag av annonsören i dennes namn. Mediebyrån är betalningsansvarig för beordrat medieutrymme gentemot medieföretaget. Vidare framgår att alla ersättningar, rabatter och övriga förhandlingsresultat relaterade till medieförmedling i sin helhet ska tillfalla annonsören. Av policyn framgår slutligen att mediebyrås arbete med medieförmedling endast kommer att ersättas av annonsör på dem emellan överenskommet sätt.
4. AMBE är en slags hanterings och rationaliseringsrabatt som utgår till annonsören när denne väljer att köpa annonsutrymme via en mediebyrå och baseras på det framförhandlade nettopriset för annonsen. Ersättningsnivåerna varierar beroende på mediaslag och ersättningen ska i sin helhet gå åter till annonsören via mediebyrån. På Sveriges Annonsörers hemsida samt i

¹ Policyn har rubriken "Policy för köp av medieutrymme" och är undertecknad den 18 maj 1998.

² År 2004 namnändrades Annonsörföreningen till Sveriges Annonsörer

³ Annonsörföreningen, Godkända Annonsförmedlares Förening, Tidningsutgivarna, Sveriges Tidskrifter, TV-Institutet, Radioutgivareföreningen, JCDecaux Sverige AB, More Group Sverige AB, Sandrew Media och SF Bio AB.

utbildningsmaterial har tidigare angivits att AMBE utgår enligt olika procentsatser. Exempelvis lämnas 5,08 procents ersättning för annonsering i dags- och fackpress, 3,5 procent för bio och 6 procent för TV-annonsering.

Branschföreningen och dess dotterbolag

5. Föreningen Sveriges Annonssörer är en intresseorganisation för företag, organisationer och myndigheter som investerar i annonsutrymme. Föreningen har ca 450 medlemmar. Sveriges Annonssörer ska som intresseorganisation för annonsörer främja utvecklingen av effektiv kommunikation och vara en företrädare för landets annonsörer. Sveriges Annonssörer uppskattar att föreningens medlemmar svarar för ca halva värdet av samtliga reklaminvesteringar som görs i Sverige.
6. Föreningen Sveriges Annonssörer har uppdragit åt servicebolaget Sveriges Annonssörer AB, att dels ansvara för föreningens administration och ekonomi, dels lämna service till medlemmar i föreningen såsom rådgivning, information och utbildning. Föreningen Sveriges Annonssörer och servicebolaget Sveriges Annonssörer AB kallas nedan gemensamt "Sveriges Annonssörer".

Den preliminära rättsliga bedömningen

7. Konkurrensverket har gjort en preliminär bedömning av angivandet av ersättningsnivåer avseende AMBE. Sammanfattningsvis har Konkurrensverket kommit fram till följande.

Relevanta marknader

8. Den relevanta produktmarknaden bör avgränsas till marknaden för medieutrymme som förvärvas via en mediebyrå.
9. Den relevanta geografiska marknaden för medieutrymme som förvärvas via en mediebyrå är nationell och omfattar hela den svenska marknaden.

Förbudet i 6 § konkurrenslagen och artikel 81 i EG-fördraget

10. Sveriges Annonssörer har bl.a. på sin hemsida lämnat information om såväl tillämpningen av som ersättningsnivåer avseende AMBE, i form av procent satser. De angivna nivåerna för AMBE har ett konkurrensbegränsande syfte eller ger ett sådant resultat. Konkurrensbegränsningen är märkbar på den relevanta marknaden.
11. Konkurrensbegränsningen anses märkbart kunna påverka handeln mellan medlemsstater, varför artikel 81 i EG-fördraget bedöms vara tillämplig.
12. Förutsättningar för undantag enligt 8 § KL och artikel 81.3 i EG fördraget föreligger inte vad avser angivande av nivåer för AMBE.



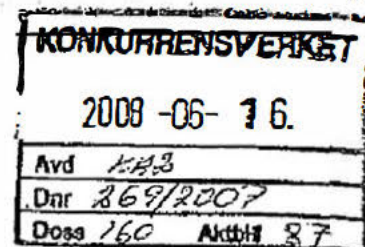
Åtagande enligt 23 a § KL

13. Konkurrensverket har enligt 23 a § första stycket KL möjlighet att besluta att godta ett åtagande från företag. Innebörden av bestämmelsen om åtaganden är att det finns ett avtal eller ett förfarande som Konkurrensverket avser att ingripa mot och att det åtagande som företaget erbjuder undanröjer de negativa effekterna på konkurrensen som kan uppstå genom det avtal eller det förfarande som Konkurrensverket preliminärt har bedömt som förbjudet.
14. Efter det att Sveriges Annonssörer tagit del av Konkurrensverkets preliminära bedömning har Sveriges Annonssörer kommit in med ett åtagande enligt 23 a § KL, se bilaga. Åtagandet innebär att Sveriges Annonssörer förbinder sig att inte längre i någon form, vare sig muntligen eller skriftligen, informera om eller förespråka annonsör /mediebyråersättnings storlek i form av t.ex. procentsatser för respektive medieslag. Procentsatser eller annat angivande av nivå eller motsvarande för annonsör-/mediebyråersättningen kommer inte att framgå av vare sig muntlig information till medlemmarna, i trycksaker som publiceras av Sveriges Annonssörer eller av Sveriges Annonssörers hemsida.
15. Av åtagandet framgår också att Sveriges Annonssörer förbinder sig att senast två månader efter detta beslut informera såväl medlemmar som övriga annonsörer om detta åtagande och att Sveriges Annonssörer således inte rekommenderar eller förespråkar vissa procentsatser eller nivåer vad avser annonsör-/mediebyråersättningen.
16. Med hänsyn till det åtagande som Sveriges Annonssörer lämnat anser Konkurrensverket att det påtalade konkurrensproblemet är åtgärdat. Konkurrensverket finner på grund därav inte längre skäl att ingripa mot Sveriges Annonssörers agerande. Konkurrensverket godtar därför i enlighet med 23 a § KL Sveriges Annonssörers åtagande.

Detta beslut har fattats av tf. generaldirektören. Föredragande har varit
konkurrenssakkunnig BB

Bilaga:

Sveriges Annonssörers och Sveriges Annonssörers AB:s åtagande, aktilaga 87



Konkurrensverket
Konkurrensavdelning 2

103 85 STOCKHOLM

Ärende Dnr 269/2007

Med anledning av diskussionen mellan Sveriges Annonsörer och Konkurrensverket i ärendet med diarienummer 269/2007 vill Sveriges Annonsörer härmed inkomma med förslag till frivilligt åtagande enligt § 23a konkurrenslagen. Med Sveriges Annonsörer avses såväl Sveriges Annonsörer AB (org. nr 556100-4234) som Sveriges Annonsörer (org. nr 802000-1528). Dessa benämns nedan Sveriges Annonsörer.

Sveriges Annonsörer yrkar således att Konkurrensverket på grundval av nedan åtagande fattar beslut om att godta detsamma.

Sveriges Annonsörer förbinder sig att inte längre i någon form, vare sig muntligen eller skriftligen, informera om eller förespråka annonsör-/mediebyråersättnings storlek i form av t.ex. procentsatser för respektive mediaslag. Procentsatser eller annat angivande av nivå eller motsvarande för annonsör-/mediebyråersättningen kommer inte att framgå av vare sig muntlig information till medlemmarna, i trycksaker som publiceras av Sveriges Annonsörer eller av vår hemsida (www.annons.se).

Vidare förbinder sig Sveriges Annonsörer att inom två månader efter Konkurrensverkets slutliga beslut informera såväl medlemmar som övriga annonsörer om detta åtagande och att vi således inte rekommenderar eller förespråkar vissa procentsatser eller nivåer vad avser annonsör-/mediebyråersättningen. Det är istället upp till de enskilda avtalsparterna att avtala om ersättningsarnas storlek.

Vi förbehåller oss dock rätten att informera om på vilket sätt annonsör-/mediebyråersättningen kan fungera som modell.

Åtagandet tillämpas från och med dagens datum och all information som är känd och där förändring kan ske har tagits bort eller justerats för att överensstämma med åtagandet enligt ovan.

Stockholm 2008-06-12



HUR MAN ÖVERKLAGAR

Om någon part inte är nöjd med beslutet kan han överklaga det skriftligen. Överklagandet ska adresseras till Marknadsdomstolen men skickas till tingsrätten. I överklagandet ska parten ange varför beslutet ska ändras och den ändring han vill ha. Överklagandet måste ha kommit in till **tingsrätten** inom **tre veckor** från beslutets datum. Sista dagen för överklagande finns angiven på sista sidan i beslutet. Tingsrätten skickar överklagandet till Marknadsdomstolen.

Prövningstillstånd krävs, se 38 § lagen (1996:242) om domstolsärenden i dess lydelse efter den 1 november 2008.

UPPLYSNINGAR

1. Överklagandet ska alltså vara adresserat till Marknadsdomstolen men **lämnas eller skickas till tingsrätten**. Om handlingarna skickas med posten ska det ske i fullständigt frankerad försändelse.
2. Till överklagandet ska normalt bifogas lika många kopior av inlagen som det finns motparter i målet. Har part inte bifogat tillräckligt antal kopior framställs de kopior som behövs på partens bekostnad.
3. Ni kan få ytterligare upplysningar av tingsrätten. Adress och telefonnummer finns på första sidan av beslutet.

