



Kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet ur ett konkurrensrättsligt perspektiv

Av Johan Lindholm på uppdrag av Konkurrensverket

UPPDRAGSFORSKNINGSRAPPORT 2015:5

Konkurrensverket uppdragsforskningsrapport 2015:5

Johan Lindholm

ISSN-nr 1652-8069

Foto: Matton Images

Förord

I Konkurrensverkets uppdrag ingår att främja forskning på konkurrens- och upphandlingsområdet.

Konkurrensverket har gett professor Johan Lindholm vid juridiska institutionen på Umeå universitet i uppdrag att, inom ramen för Konkurrensverkets uppdragsforskning, utreda hur konkurrensrättens bestämmelser ska tillämpas på kommersiell exploatering av idrottsverksamhet.

Det finns få samhällseliga verksamheter som allmänheten har ett så stort intresse för som idrott och det finns ett antal olika sätt på vilka idrottsliga och externa aktörer kan exploatera detta intresse kommersiellt. Kommersialiseringen av den idrottsliga verksamheten har medfört att olika idrottsliga aktörer kommit att omsätta allt större belopp till ett betydande ekonomiskt värde. Tillämpningen av konkurrensrättsliga bestämmelser på idrottens område har därför också blivit allt mer relevant. Kunskapsläget varierar dock kring dessa frågor inom idrottsrörelsen och men även hos andra aktörer med intresse i idrottslig verksamhet. Denna rapport ger en översikt över aktörer och exploateringsmodeller med fokus på den del av den kommersiella exploateringen som kallas för "sports marketing". Rapporten beskriver dessutom hur denna idrottsliga verksamhet kan betraktas utifrån ett konkurrensrättsligt perspektiv. Rapporten avslutas med att författaren lyfter fram tolv konkreta rekommendationer som bör beaktas vid utformningen av en exploateringsmodell så att den är förenlig med konkurrensrättens bestämmelser.

Författaren ansvarar själv för alla slutsatser och bedömningar i rapporten.

Stockholm, augusti 2015

Dan Sjöblom
Generaldirektör

Innehåll

Sammanfattning	6
Summary	8
1 Inledning	10
1.1 Idrott som kommersiell produkt	10
1.2 Exploateringsmodeller	11
1.3 Rapportens ämne	13
1.4 Två perspektiv på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet	13
1.5 Idrottsjuridik, konkurrensrätt och komparativa utblickar	15
1.6 Rapportens disposition	16
2 Kommersiell exploatering i svensk idrott: En översikt	17
2.1 Inledning	17
2.2 Idrottens organisation	17
2.3 Det civilrättsliga ramverket	19
2.4 Idrottslig reglering av kommersiell exploatering: En översikt	21
3 Idrottslig verksamhet ur ett konkurrensperspektiv	27
3.1 Konkurrensbegränsande överenskommelse och/eller missbruk av dominerande ställning?	27
3.2 Svensk och europeisk konkurrensrätt samt idrottsinterna bestämmelser	28
3.3 Konkurrensbestämmelser är tillämpliga på idrottslig verksamhet av ekonomisk natur	29
3.3.1 "Rent idrottsliga regler" och "ekonomisk verksamhet"	29
3.3.2 Idrottslig verksamhet som ekonomisk verksamhet	31
3.3.3 Idrottsliga aktörer som företag eller företagssammanslutningar	34
3.3.4 Gemensam dominans	35
3.4 Idrottens marknader	36
3.4.1 Den relevanta marknaden	36
3.4.2 Idrottens upp- och nerströmsmarknader	36
3.4.3 Produktmarknad och geografisk marknad	38
3.5 Vem äger idrottsprodukten?	40
3.5.1 Tre produktionsmodeller	40
3.5.2 Kartell eller central produktion?	41
3.5.3 Ekonomisk enhet	44

4	Kommersiell exploatering från ett externt perspektiv.....	45
4.1	När kommersiell exploatering blir konkurrensrättsligt problematisk.....	45
4.2	Kollektiv försäljning	46
4.2.1	Kollektiv försäljning som affärsmodell.....	46
4.2.2	Kollektiv försäljning är konkurrensbegränsande	47
4.2.3	En rättsligt acceptabel modell för kollektiv försäljning.....	48
4.3	Kollektivt inköp.....	51
4.4	Exklusiva rättigheter	53
4.4.1	Allmänt om exklusiva rättigheter.....	53
4.4.2	Särskilt om sponsoravtal.....	56
4.4.3	Särskilt om oanvända rättigheter.....	56
4.5	Slutsatser och rekommendationer	57
5	Kommersiell exploatering från ett internt perspektiv.....	59
5.1	Idrottsinterna konflikter kring kommersiell exploatering	59
5.2	Idrottsförbund och ligor som köparmonopol (monopsoni) på uppströmsmarknaden.....	60
5.3	Interna konflikter kring kommersiell exploatering – Några exempel.....	62
5.3.1	Från monopsoni till missbruk	62
5.3.2	Exempel från EU-rätten.....	62
5.3.3	Exempel från Norden	63
5.3.4	Exempel från Nordamerika.....	64
5.4	Det interna perspektivet: Förbudet mot missbruk av dominerande ställning	65
5.5	När missbrukas denna ställning?	67
5.6	Slutsatser och rekommendationer	71
6	Referenser.....	75
6.1	Offentligt tryck	75
6.2	Litteratur	75
6.3	Praxis (kronologiskt)	79
6.3.1	Svensk rättspraxis	79
6.3.2	Utländska domstolar	80
6.3.3	EU-domstolen.....	80
6.3.4	Tribunalen.....	82
6.3.5	CAS	83
6.3.6	Kommissionen.....	83
6.3.7	Konkurrensverket	84

Sammanfattning

Föremålet för denna rapport är kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Med detta begrepp avses aktiviteter av ekonomisk art som avser att möta ett intresse och en efterfrågan hos allmänheten att på olika sätt konsumera olika aspekter av den idrottsliga verksamheten, det vill säga aktiviteter som i bred bemärkelse kan beskrivas som "sports marketing". Kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet har under senare tid blivit allt vanligare och kommit att omsätta allt större summor. I teorin finns det ett obegränsat antal varianter av kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet, men i dagsläget består merparten av denna verksamhet utav fyra, huvudsakliga exploateringsmodeller: biljettförsäljning, medierättigheter, sponsorskap och merchandising.

Denna rapport granskar de idrottsliga exploateringsmodellernas förenlighet med konkurrensrätten utifrån svenska förhållanden. Det kan inledningsvis konstateras att konkurrensrättens bestämmelser närmast per definition är tillämplig på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet, så som begreppet definierats här, oavsett om man studerar åtgärder vidtagna av idrottsliga aktörer eller externa aktörer.

Huruvida sådana åtgärder strider mot konkurrensrättens bestämmelser är en avsevärt svårare fråga. Rapportens övergripande resultat kan mycket kortfattat och allmänt sammanfattas i tre slutsatser. För det första finns det uppenbara konkurrensrättsliga problem med de exploateringsmodeller som i dagsläget är vanligt förekommande och många av dessa problem hör samman med den organisatoriska modell och de civilrättsliga överenskommelser som dominerar idrottsrörelsen. För det andra, å andra sidan är de vanligaste exploateringsmodellerna inte som sådana oförenliga med konkurrensbestämmelserna, inte ens om de utövas inom de existerande organisatoriska ramarna. För det tredje, mot denna bakgrund bör aktörer som bedriver kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet noga överväga om den modell som de använder sig av lever upp till de krav som följer av konkurrensbestämmelserna.

Huruvida en viss exploateringsmodell är förenlig med konkurrensrättens bestämmelser måste bedömas utifrån omständigheterna i det enskilda fallet. Rapporten konstaterar emellertid att det ur ett konkurrensrättsligt perspektiv finns tolv tämligen konkreta rekommendationer som bör beaktas vid utformning av en idrottslig exploateringsmodell:

1. Idrottsliga aktörer som säljer kommersiellt exploaterbara rättigheter med anknytning till idrottslig verksamhet till externa aktörer bör i möjligaste mån göra detta var för sig och på så låg nivå som möjligt samt begränsa kollektiv försäljning av sådana rättigheter till situationer där det avser att uppnå ett objektivt motiverat syfte och inte endast främja aktörernas egna ekonomiska intressen;

2. dessa rättigheter bör säljas genom öppen budgivning utifrån objektiva och transparenta kriterier;
3. vid försäljning bör sådana rättigheter i möjligaste mån styckas upp i flera mindre paket och i paket av olika art för att kunna attrahera så många externa aktörer som möjligt;
4. sådana rättigheter bör säljas på korta avtalstider, helst tre år eller mindre;
5. försäljning av rättigheter på exklusiv basis bör undvikas och bör inte ske på nationell basis;
6. de externa aktörer som köper sådana rättigheter bör ges en möjlighet, och helst en skyldighet, att överlåta delar av dessa rättigheter till andra externa aktörer när de förra inte kan eller vill utnyttja rättigheterna;
7. sådana externa aktörer bör inte gå samman för att köpa rättigheter;
8. om sådana externa aktörer går samman för att köpa rättigheter bör de ha objektiva och transparenta kriterier för deltagande, vara öppna för så många externa aktörer att delta som möjligt och i möjligaste mån tillåta icke-medlemmar att i sin tur licensiera rättigheter;
9. specialidrottsförbund och andra idrottsliga aktörer som har ett bestämmande inflytande över en idrott bör organisatoriskt särskilja dess reglering av idrotten som sådan från dess reglering av kommersiell exploatering;
10. om sådana aktörer reglerar frågor kring kommersiell exploatering bör dessa regler inte ingå i bestämmelser som utövare eller föreningar måste acceptera för att få delta i den idrottsliga verksamheten, i synnerhet när de är till ekonomisk gagn för dem själva;
11. om sådana aktörer reglerar kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet bör dessa regler vara nödvändiga och proportionerliga för att uppnå ett objektivet motiverat syfte och inte endast främja deras egna ekonomiska intressen, samt
12. om sådana aktörer reglerar kommersiell exploatering av den idrottsliga verksamheten på ett sätt som innebär att de erhåller en del av intäkterna bör det tydligt framgå att de står för kostnader eller ekonomiska risker i motsvarande omfattning.

Summary

The topic of this report is commercial exploitation of sporting activities. This term refers to activities of an economic nature that seek to meet an interest and demand among the public to consume various aspects of the sporting activities in various ways, that is activities that under a broad definition of the term can be described as sports marketing. Commercial exploitation of sporting activities have recently become increasingly common and concerned increasingly larger sums of money. In theory, there are an unlimited number of variants of commercial exploitation of sporting activities, but currently most of these activities fall under one of four main models for the commercial exploitation of sports: ticket sales, media rights, sponsorship, and merchandizing.

This report examines whether these commercial exploitation models are compatible with competition law based on conditions in Sweden. To start off, it is clear that competition law rules almost by definition applies to commercial exploitation of sporting activities as defined here, regardless if the measures in question are undertaken by sporting actors or external actors.

A much more difficult question is whether those measures are also contrary to competition law. The overall findings of the report can very briefly be summarized in three conclusions. First, there are obvious competition law problems with many commercial exploitation models that are currently and commonly used, many of which can be linked to the organizational model and the agreements model that dominates most of Swedish sports. Second, on the other hand, most common exploitation models are not as such incompatible with competition law, even if carried out within the existing organizational framework. Third, keeping this in mind, parties that are engaged in commercial exploitation of sporting activities should very carefully consider whether the model that they use meets the requirements posed by competition law.

Whether a particular commercial exploitation model is compatible with competition law can only be assessed by examining the specific circumstances in the individual case. However, the report notes that from a competition law perspective there are twelve fairly concrete recommendations that should be considered when designing a model for the commercial exploitation of sports:

1. Sporting actors that sell commercially exploitable rights relating to sporting activities to external actors should as far as possible do so individually and on a as low level as possible and collective sales of such rights should be limited to situations where this can be justified on objective grounds;
2. such rights should be sold through open tenders assessed using objective and transparent criteria;

3. when selling such rights they should to the greatest extent possible be divided into several smaller rights packages and packages of different nature in order to attract as many external actors as possible;
4. such rights should be sold for short contract periods, preferably three years or less;
5. the selling of such rights on an exclusive basis should be avoided and should not be done on the basis of national borders;
6. the external actors who purchase such rights should be allowed, and even required, to sublicense parts of those rights to other external actors if they are unable or unwilling to exploit them;
7. those external actors should not join together to purchase such rights collectively;
8. if those external actors join together they should have objective and transparent criteria for participation, be open to as many external actors as possible to participate, and as far as possible allow non-members to sublicense rights;
9. sports federations and other sporting actors who have a dominant influence over a sport should organizationally separate it regulating the sporting activity as such from it regulating its commercial exploitation;
10. if such actors regulate issues concerning commercial exploitation of sporting activities, those rules should, under all circumstances when they benefit themselves financially, not be included in provisions that athletes or associations must accept in order to participate in the sport;
11. if such actors regulate issues concerning commercial exploitation of sporting activities those rules should be necessary and proportional for achieving an objective aim and not merely be in their own, financial interest, and, finally,
12. if such actors regulate the commercial exploitation of sporting activities in such a way that they receive part of the revenue, it should also be made clear that they take on a corresponding share of the associated costs or financial risks.

1 Inledning

1.1 Idrott som kommersiell produkt

Idrottslig verksamhet har historiskt betraktats och behandlats som delvis annorlunda än andra samhällsliga verksamheter. Även i rättsligt hänseende förekommer ibland anspråk på att idrottssektorn ska särbehandlas jämfört med andra samhällsliga sektorer. Bland de argument som framförs för denna ståndpunkt förekommer att den idrottsliga verksamheten drivs av ideella krafter och att de idrottsliga relationerna är flexibla. Därför menar vissa att den idrottsliga verksamheten inte bör betraktas med ett rättsligt synsätt som kännetecknas av rättigheter och skyldighet eller styras av rättsliga regler och att tvister som är hänförliga till den idrottsliga verksamheten i första hand bör slitas av idrottsliga instanser utifrån idrottsliga normer.¹

Det är lättare att upprätthålla denna ståndpunkt när den idrottsliga verksamheten omsätter förhållandevis låga belopp. Den idrottsliga verksamheten har dock under senare tid kommit att omsätta allt större belopp och vissa aspekter av den idrottsliga verksamheten är i dag av betydande ekonomiskt värde. Genom att driva, reglera eller dra ekonomisk nytta av denna utveckling är vissa idrottsliga aktörerna också under vissa omständigheter, och i allt större utsträckning, kommersiella aktörer. Med *idrottsliga aktörer* avses i denna rapport idrottsutövare, idrottsförbund, ligor, utövaragenter, team, utövare och andra fysiska och juridiska personer som bedriver eller bidrar till att bedriva idrottslig verksamhet i bred bemärkelse. Idrottsliga aktörer förekommer såväl inom den så kallade svenska idrottsrörelsen med Riksidrottsförbundet (RF) som högsta övergripande aktör som utanför, men i denna rapport ligger fokus på de förra.

I dagsläget finns det omfattande kommersiell aktivitet kring den idrottsliga verksamheten och på denna marknad interagerar och konkurrerar idrottsliga aktörer med såväl varandra som olika *externa aktörer*, det vill säga aktörer som inte är idrottsliga aktörer. Denna kommersiella verksamhet kan ta många olika former varav några exempel är rättigheter till och investeringar i idrottsklubbar,² idrottsutrustning,³ olika aspekter av spel på idrott,⁴ agentverksamhet,⁵ spelaranställning,⁶ spelarövergångar⁷ samt startavgifter⁸.

¹ Se allmänt Lindholm 2011; Lindholm 2014b.

² Se t.ex. Kommissionen, *ENIC/UEFA*, punkt 25.

³ Se t.ex. Kommissionen, *DTB*.

⁴ Se t.ex. mål C-203/02, *William Hill*; mål C-604/10, *Dataco*.

⁵ Se t.ex. mål T-193/02, *Piau*.

⁶ Se t.ex. Marknadsdomstolens beslut den 3 december 2012 i mål A/12 (SHL-målet).

⁷ Se Lindholm 2015.

⁸ MD 2012:16, punkt 118.

Dessa verksamheter skiljer i väsentliga hänseenden åt och det finns därför också anledning att vid en rättslig granskning av idrottslig verksamhet skilja mellan olika verksamheter. Denna rapport behandlar uteslutande det som här kallas för *kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet*. Med detta avses aktiviteter av ekonomisk art som avser att möta ett intresse och en efterfrågan hos allmänheten att på olika sätt konsumera olika aspekter av den idrottsliga verksamheten.⁹ Denna definition täcker i huvudsak det som i bred bemärkelse kan definieras som "sports marketing".¹⁰ Idrottslig verksamhet av kommersiell art som riktar sig till idrottsliga aktörer, till exempel deltagande i träning och tävling mot ersättning och försäljning av försäkring, faller således utanför ämnet för denna rapport.

Kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet hör alltså samman med att den idrottsliga verksamheten exploateras kommersiellt som en produkt. Att denna företeelse blivit allt vanligare under senare tid och att dess ekonomiska omfattning ökat beskrivs ibland som idrottens tilltagande "kommodifiering".¹¹ Med detta avses att den idrottsliga verksamheten i ökad omfattning förpackas, marknadsförs och säljs på samma sätt som andra varor och tjänster.¹²

1.2 Exploateringsmodeller

Det finns få samhällseliga verksamheter som allmänheten har ett så stort intresse för som idrott och det finns ett antal olika sätt på vilka idrottsliga och externa aktörer kan exploatera detta intresse kommersiellt. Varje individuell sådan situation skiljer sig i viss mån från övriga men de olika varianterna kan samlas under några huvudsakliga typer, här kallade *exploateringsmodeller*.¹³ Som utvecklas nedan finns det relevanta skillnader mellan dessa exploateringsmodeller, men de har gemensamt att de ytterst utgår från allmänhetens intresse för den idrottsliga verksamheten och i synnerhet idrottstävlingar. I linje med diskussionen om idrottens kommodifiering ovan, och för att underlätta framställningen nedan, kan det beskrivas som att den idrottsliga verksamheten resulterar i eller presenteras som ett antal *idrottsliga produkter* som kan exploateras kommersiellt.

De vanligaste förekommande modellerna för kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet kan delas in i två huvudsakliga kategorier. Den första kategorin av exploateringsmodeller bygger på allmänhetens intresse att ta del av och information om enskilda idrottsevenemang. Till denna kategori hör för det första den äldsta idrottsliga exploateringsmodellen: *Biljettförsäljning*.¹⁴ Idrottsliga aktörer kan sälja rätten att beskåda idrottsevenemang till konsumenten, direkt eller genom

⁹ Se också nedan Figur 1. Exploateringsmodeller.

¹⁰ Se t.ex. Belloff 2012; Fullerton & Merz 2008.

¹¹ Från engelskans "commodification". Se också Weatherill 2006b, s. 11.

¹² Gardiner m.fl. 2012, s. 225–227; James 2013, s. 291–292.

¹³ Se nedan Figur 1. Exploateringsmodeller.

¹⁴ Se t.ex. Guttmann 1998, s. 11, som noterar att de flesta åskådarna vid de romerska gladiatorspelen var tvungna att betala för sina biljetter.

någon sorts mellanhand.¹⁵ En andra och i dagsläget minst lika lukrativ exploateringsmodell är försäljning av *medierättigheter*. Med medierättigheter avses i detta sammanhang rättigheter att via media återge hela eller delar av ett idrottsevenemang i form av ljud, bild eller text.¹⁶ Det finns ingenting som utesluter att idrottsliga aktörer självständigt producerar och förmedlar återgivning av idrottsevenemang.¹⁷ Det är emellertid mer vanligt att de idrottsliga aktörerna säljer rätten att återge idrottsevenemang till mediebolag som till exempel får betalt direkt av konsumenterna som önskar ta del av evenemanget eller av näringsidkare som köper reklamutrymme. Försäljningen av medierättigheter, och i synnerhet rätten att på tv sända idrottsevenemang live, utgör en av idrottens viktigaste inkomstkällor¹⁸ och är den i särklass enskilt mest betydelsefulla faktorn bakom idrottens kommersialisering.¹⁹ Till exempel har priset för tv-rättigheterna till matcherna i den högsta svenska ligan i ishockey, SHL, kontinuerligt ökat och uppgår i skrivande stund till cirka 325 miljoner kronor årligen.²⁰ En relaterad exploateringsmodell som blivit allt vanligare under senare år är *försäljning av annan information om eller från den idrottsliga verksamheten*. De idrottsliga aktörerna säljer information om idrottsevenemang till andra externa aktörer som i sin tur använder informationen, till exempel till speltjänster och så kallade fantasispel.²¹

Utöver dessa modeller, som har ett nära samband med arrangerandet av enskilda idrottsevenemang, är det möjligt för de idrottsliga aktörerna att mer allmänt kapitalisera på den idrottsliga verksamheten och idrottens goda renommé genom att mot ersättning låta externa aktörer associera sig med den idrottsliga verksamheten. Medan den första kategorin kan beskrivas som marknadsföring *av* idrott handlar den senare om marknadsföring *genom* idrott.²² Bland dessa exploateringsmodeller finns det två som är särskilt vanligt förekommande och lukrativa. Detta gäller i första hand *sponsorskap* och liknande reklamverksamhet som inte nödvändigtvis utgör sponsorskap i snäv bemärkelse. Den sista exploateringsmodellen som är värd att studera närmare är *merchandising*. Med detta avses att idrottsliga aktörer licensierar varumärken till externa aktörer vars produkter ökar i värde genom att de bär idrottsliga varumärken.

¹⁵ För ett illustrativt exempel, se Kommissionen, *FIFA World Cup 1998*. Se också Konkurrensverket, *Ticnet*.

¹⁶ Se t.ex. SIF:s tävlingsbestämmelser (2013/2014), 2 kap. 1 §; NIF-loven (2011), § 14-3 (1) ("Med medierättigheter förstås rätt til å oppta, overføre eller videreformidle lyd, bilde, tekst og liknende fra et idrettsarrangement via tv, radio, internett eller på annen måte.")

¹⁷ Till exempel förekommer det inom vissa idrotter, i synnerhet vid tävlingar på hög, internationell nivå, att idrottsförbund och ligor filmar och producerar tv-sändningar som sedan, i förhållandevis oförändrat skick, förmedlas av olika tv-bolag.

¹⁸ Se t.ex. Europeiska rådet, Nicedeklarationen, punkt 15.

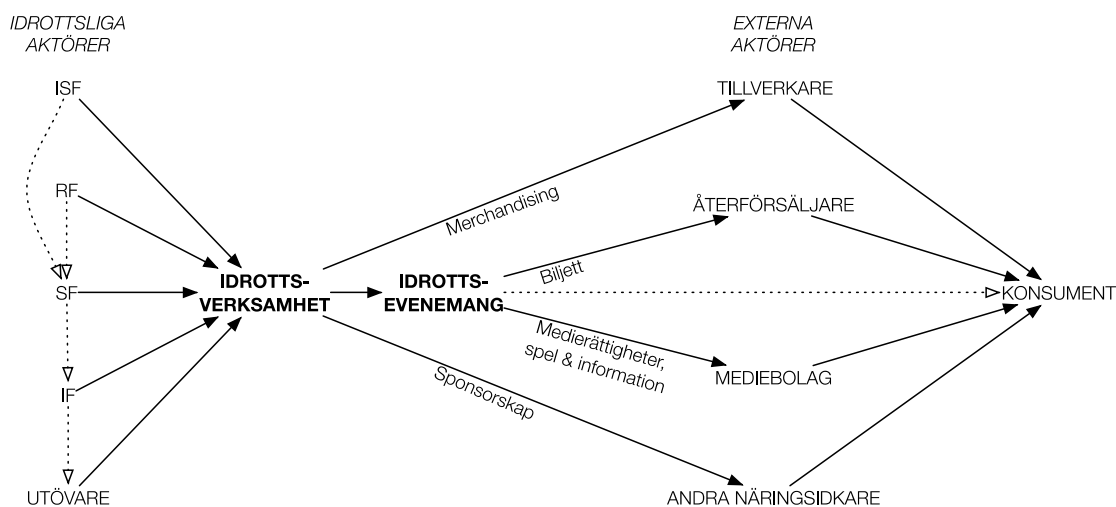
¹⁹ Se t.ex. Lagrell 2003; Halgreen 2004, s. 291.

²⁰ Idrottens Affärer, "Elitserien såld för 1,3 miljarder", 2013-03-15, tillgänglig på "http://www.idrottensaffarer.se/tv-nyheter/2013/03/elitserien-sald-for-13-miljarder". Detta kan jämföras med Premier League där sändningsrättigheterna *per match* numera överstiger 130 miljoner kr. The Economist, "Televising football – The lucrative game", 2015-02-14.

²¹ Se t.ex. mål T-504/93, *Tierce Ladbroke SA*. Det är dock oklart huruvida det i svensk rätt finns tillräckliga försättningar för att på rättslig väg upprätthålla dessa exploateringsmodeller. Se Lindholm 2014c.

²² Jfr Fullerton & Melz 2008, s. 91.

Figur 1. Exploateringsmodeller



1.3 Rapportens ämne

Denna rapport granskar de idrottsliga exploateringsmodellernas förenlighet med konkurrensrätten utifrån svenska förhållanden i syfte att klargöra vad som kännetecknar acceptabla exploateringsmodeller.²³ Tillämpningen av konkurrensrättsliga bestämmelser på idrottslig verksamhet har blivit allt mer relevant under senare tid då den kommersiella verksamheten inom sektorn ökat dramatiskt och sannolikt kommer att fortsätta öka. Det befintliga kunskapsläget kring dessa frågor varierar dock avsevärt. Som framgår av diskussionen nedan finns det kring vissa frågor tämligen tydlig rättslig vägledning medan andra frågor är förhållandevis obelysta.

1.4 Två perspektiv på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet

Det är möjligt och enligt min uppfattning relevant att anlägga två olika perspektiv på konkurrensrättsliga aspekter av kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Med hänsyn till att de konkurrensrättsliga problem som framkommer vid en sådan granskning i väsentlig omfattning också skiljer sig åt kommer rapportens sammanfattande slutsatser och rekommendationer att presenteras separat utifrån respektive perspektiv (avsnitt 4.5 och 5.6).

Den befintliga praxisen och doktrinen kring kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet utgår framförallt från ett *externt perspektiv* och studerar de idrottsliga aktörernas agerande (ofta som ett kollektiv) i förhållande till externa aktörer, till exempel mediebolag och slutkonsumenter, på det som kan kallas för nerströms-

²³ I den utsträckning som det saknas tydlig vägledning i svensk och europeisk rätt hämtas i denna rapport även viss inspiration från andra rättsordningar.

marknader.²⁴ I förhållande till de externa aktörer som är intresserade av den idrottsliga verksamheten – såväl slutkonsumenter som olika typer av kommersiella aktörer, till exempel mediebolag och potentiella sponsorer – har de idrottsliga aktörerna en mycket stark ställning. Genom att bland annat sluta sig samman vid försäljning av dessa rättigheter och att sälja dem på exklusiv territoriell basis har de idrottsliga aktörerna kunnat öka sin direkta och indirekta ekonomiska avkastning från idrottsverksamheten. Medan detta är positivt för de idrottsliga aktörerna kan det leda till mindre positiva konsekvenser för de externa aktörerna, till exempel genom att driva upp priserna för dessa rättigheter jämfört med om de såldes separat och att det blir dyrare eller svårare för konsumenter att ta del av den idrottsliga verksamheten. Detta är i korta drag de konkurrensrättsliga problem som typiskt sett framstår vid en betraktelse av kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet från ett externt perspektiv.

I mindre utsträckning har kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet studerats från ett *internt perspektiv* genom att granska hur olika idrottsliga aktörer agerar i förhållande till varandra. Detta gäller i synnerhet hur idrottsförbund och ligor agerar i förhållande till idrottsutövare och idrottsföreningar och på det som kan kallas för uppströmsmarknader.²⁵ Att det externa perspektivet än så länge varit det dominerande i en svensk och europeisk kontext beror delvis på att det framförallt varit externa aktörer²⁶ som ifrågasatt olika exploateringsmodellers förenlighet med konkurrensrätten. Under senare år har det dock blivit tydligt att konkurrensrättsliga invändningar mot hur den idrottsliga verksamheten exploateras kommersiellt även kan komma från de idrottsliga aktörerna, det vill säga att den även kan granskas från ett internt perspektiv.

Exploateringsmarknaden vilar på utövarmarknaden: Utövarna kan förstås som den "råvara" som krävs för att skapa de idrottsliga produkter som säljs på exploateringsmarknaden. Rollerna ser olika ut på de olika marknaderna. På utövarmarknaden är idrottsförbunden och idrottsföreningarna köpare och utövarna säljare av sina tjänster. Den utövarmarknad som råder inom en viss idrott liknar i de flesta hänseenden arbetsmarknaden för vissa tjänster. Till exempel vilar marknaden för revisortjänster på arbetsmarknaden där enskilda, utbildade revisor säljer sina tjänster till revisionsbyråer. Det finns dock en viktig skillnad mellan idrott och de flesta andra tjänster. Det finns många aktörer som är intresserade av och konkurrerar om att få köpa revisorernas tjänster och den som är revisor kan även välja att självständigt bedriva verksamhet. Detta kan jämföras med de etablerade idrottsförbunden som i förhållande till idrottsutövarna utgör ett köparmonopol (monopsonist), den dominanta eller, i många fall, den enda köparen av deras verksamhet. Om utövaren är intresserad av att utöva eller bedriva den aktuella idrotten måste denne i praktiken acceptera de villkor som idrottsförbunden

²⁴ Se vidare nedan avsnitt 3.4.2.

²⁵ Se vidare nedan avsnitt 3.4.2.

²⁶ Eller någon offentlig aktör å allmänhetens eller de externa aktörernas vägnar.

uppställer. På motsvarande sätt som monopolisten kan utnyttja sin ställning för att sätta ett högre pris kan monopsonisten utnyttja sin ställning för att sänka priset.²⁷

1.5 Idrottsjuridik, konkurrensrätt och komparativa utblickar

Att idrottslig verksamhet på samma sätt som andra samhällliga företeelser aktualiserar rättsliga frågeställningar och ytterst utövas inom de ramar som rätten sätter är sedan länge känt. I många rättsordningar, däribland Sverige, riktades uppmärksamheten inledningsvis åt frågor om skadeståndsrättsligt och straffrättsligt ansvar för skador som uppstår i samband samt frågor om idrottsutövarnas ställning som och rättigheter i egenskap av arbetstagare.²⁸ Tillämpningen av konkurrensrättsliga regler på idrottslig verksamhet har en avsevärt kortare historia i såväl en svensk som en europeisk kontext. Vad gäller svensk rättspraxis är Marknadsdomstolens dom år 2012 i det så kallade *Bilspportmålet* ett av de första, mer klargörande svenska avgörandena på området.²⁹

De EU-rättsliga bestämmelsernas tillämpning på idrottsliga åtgärder har på flera sätt påverkat den idrottsjuridiska diskussionen, i synnerhet efter EU-domstolens dom i *Bosman* år 1995,³⁰ men den diskussionen kom inledningsvis främst att röra tillämpningen av EU-rättens fyra, fördragsstagande grundläggande friheter.³¹ Vad gäller EU-rättens tillämpning på idrottsliga företeelser kom de konkurrensrättsliga reglernas tillämpning inledningsvis och främst att röra situationer där de grundläggande friheterna inte är tillämpliga.³² Detta gäller i synnerhet när det rör sig om åtgärder som inte påverkar utövarnas rörlighet eller situationer som saknar gränsöverskridande dimension och därför utifrån de grundläggande friheterna är att betrakta som "rent interna". Detta synsätt har gradvis kommit att förändras. Kommissionen tillämpade konkurrensrättsliga bestämmelser på idrottslig verksamhet i början av 1990-talet,³³ men det var först i mitten av 2000-talet som mer vägledande praxis på området uppstod,³⁴ en utveckling som också återspeglas i 2007 års vitbok om idrott.

Andra rättsordningar har en längre historia av att tillämpa konkurrensrättsliga bestämmelser på idrottsliga förhållanden, inklusive kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Detta gäller i synnerhet Storbritannien och USA där

²⁷ Jfr Stucke 2013, s. 1510 ("Think of the factory in the one-factory town where you either work on the company's terms or you are on your own."). Se vidare avsnitt 5.2.

²⁸ Se t.ex. NJA 1950 s. 550; NJA 1951 s. 79; NJA 1959 s. 280; mål 36/74, *Walrave*; RÅ 1985 1:39 ("Benny Westblomdomen").

²⁹ MD 2012:16. Härvid kan också nämnas det i tid delvis överlappande *SHL-målet*. Se Marknadsdomstolens beslut den 3 december 2012 i mål A/12.

³⁰ Mål C-415/93, *Bosman*.

³¹ Fri rörlighet för varor, tjänster, personer och kapital.

³² Se t.ex. mål C-415/93, *Bosman*, punkt 138.

³³ Kommissionen, *FIFA World Cup 1990*; Kommissionen, *Eurovision I*.

³⁴ Se t.ex. mål T-193/02, *Piau*; mål C-519/04 P, *Meca-Medina*; mål C-49/07, *MOTOE*; Kommissionen, *UEFA Champions League*; Kommissionen, *Bundesliga*.

kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet är ett äldre och mer omfattande fenomen än i Sverige. I en amerikansk kontext finns det en närmare hundraårig historia av att granska idrott utifrån konkurrensrättsliga bestämmelser.³⁵ Vad som gäller i andra rättsordningar är inte bindande i en svensk kontext och även vad gäller mer begränsade slutsatser är det lämpligt att iaktta stor försiktighet med hänsyn till skillnader mellan rättsordningarna. Komparativa utblickar kan dock vara av stor vägledande betydelse när det gäller frågor eller områden där svensk rätt saknar tydliga svar, och detta gäller inte minst rättsutvecklingen i våra nordiska grannländer.

1.6 Rapportens disposition

Förutom innevarande kapitel består denna rapport av fem kapitel. Nästkommande kapitel, kapitel 2, ger en översikt av olika exploateringsmodeller som förekommer inom svensk idrott mot bakgrund av hur svensk idrott är organiserat och reglerat. Kapitel 3 behandlar övergripande konkurrensrättsliga koncept och frågeställningar av allmän relevans vid tillämpning av konkurrensrätt på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Mot denna bakgrund behandlas därefter externa perspektiv på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet i kapitel 4 och interna perspektiv i kapitel 5.

³⁵ Se t.ex. *Federal Baseball Club v. National League*, 259 U.S. 200 (1922) (USA).

2 Kommersiell exploatering i svensk idrott: En översikt

2.1 Inledning

För att kunna granska de idrottsliga exploateringsmodellernas förenlighet med konkurrensrätten utifrån svenska förhållanden är det nödvändigt att inledningsvis göra en översikt av innehållet i och förutsättningarna för dessa exploateringsmodeller. Det senare omfattar dels organisatoriska frågor kring vilka idrottsliga aktörer som är involverade i den kommersiella exploateringen och hur de förhåller sig till varandra (avsnitt 2.2), dels de civilrättsliga överenskommelser som möjliggör och reglerar den kommersiella exploateringen (avsnitt 0). Mot denna bakgrund innehåller kapitlet avslutningsvis en översikt av hur olika former av kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet som förekommer inom svensk idrott regleras genom olika typer av civilrättsliga överenskommelser (avsnitt 2.4). Med hänsyn till ämnet för rapporten fokuserar denna beskrivning på idrotter där kommersiell exploatering förekommer i hög utsträckning, men med ambitionen att beskrivningen ska vara representativ för såväl lagidrotter som individuella idrotter.³⁶

2.2 Idrottens organisation

Den idrottsliga verksamhetens ramar sätts av ett omfattande och komplext nätverk av civilrättsliga överenskommelser av bland annat associationsrättslig, arbetsrättslig och immaterialrättslig natur. Dessa civilrättsliga överenskommelser är en förutsättning för den kommersiella exploateringen av den idrottsliga verksamheten och sätter ramarna för densamma.

Som diskuteras återkommande i denna rapport är en faktor som medför att konkurrensrätten är av särskild betydelse inom idrottssektorn att dess verksamhet är organiserad på ett sätt som skiljer sig från många andra samhällsliga sektorer och som är problematiskt från ett konkurrensrättsligt perspektiv. I Sverige är de flesta idrotter organiserade i en pyramidliknande modell med ett och endast ett internationellt specialidrottsförbund (ISF) per idrott som i sin tur har ett och endast ett nationellt specialidrottsförbund (SF) per land. Den svenska idrottsrörelsen är organiserad på ett liknande sätt på nationell nivå där de två dominerande idrottsövergripande riksorganisationerna, Riksidrottsförbundet (RF) och Sveriges Olympiska Kommitté (SOK), endast beviljar medlemskap till ett SF per idrott.

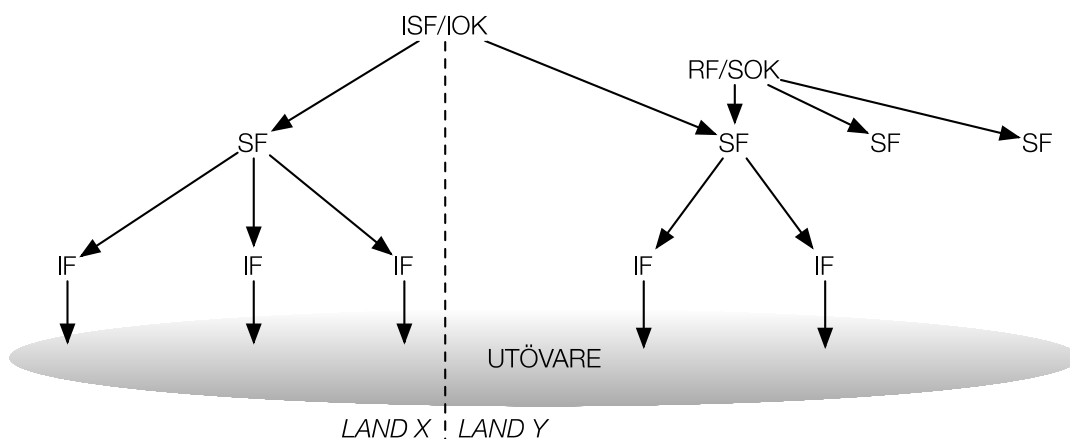
³⁶ En mer detaljerad genomgång av regleringen i olika idrotter vore önskvärt. Detta är emellertid inte möjligt, dels eftersom många av de åtaganden som reglerar förutsättningarna för kommersiell exploatering inte är offentligt tillgängliga, dels eftersom dessa förutsättningar inte alltid är klara och allmängiltiga. Beskrivningen i avsnitt 2.4 är därför av mer övergripande art.

Denna organisatoriska modell innebär att de idrottsföreningar (IF) som i Sverige bedriver verksamhet inom en viss idrott i praktiken är hänvisad till medlemskap i det SF som respektive ISF och RF utpekar för Sverige. Det innebär också att en individ som är intresserad av att utöva en viss idrott i praktiken är hänvisade till medlemskap i de idrottsföreningar och det specialidrottsförbund som är etablerade inom den aktuella idrotten.

Den pyramidliknande organisationsmodellen har också ett bestämmande inflytande på utformningen av de civilrättsliga överenskommelser som styr den idrottsliga verksamheten, inklusive de som reglerar kommersiell exploatering: ISF etablerar normer som SF, IF och utövare måste följa; SF etablerar normer som IF och utövare måste följa och IF etablerar normer som enskilda utövare måste följa.³⁷

Denna organisatoriska modell bidrar till en ökad risk för att konkurrensen begränsas när det gäller kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet, dels genom att den försvårar för nya, konkurrerande aktörer att etablera idrottslig verksamhet, dels genom harmoniserad reglering bland de etablerade aktörerna.³⁸ Sådana konkurrensbegränsningar kan för det första drabba konsumenter och olika externa aktörer, till exempel mediebolag, produkttillverkare och sponsorer, och för det andra idrottsliga aktörer, till exempel när det gäller idrottsutövarnas, idrottsföreningarnas och idrottsförbundens inbördes förutsättningar att teckna sponsoravtal.

Figur 2. Organisation



³⁷ Se också nedan Figur 2. Organisation.

³⁸ Under vilka omständigheter det faktiska medför en i rättslig bemärkelse otillåten konkurrensbegränsning är själva ämnet för rapporten.

2.3 Det civilrättsliga ramverket

De idrottsliga aktörernas inbördes rättigheter och skyldigheter, inklusive de som avser kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet, uppstår genom att aktörerna ingår ömsesidiga civilrättsliga åtaganden. Som utvecklas nedan³⁹ bygger den idrottsliga organisationen, bedrivandet av idrottslig verksamhet och den kommersiella exploateringen av den idrottsliga verksamheten på ett stundtals komplext nät av civilrättsliga åtaganden.⁴⁰ I stor utsträckning är det dessa civilrättsliga åtagandens förenlighet med konkurrensbestämmelserna som är föremål för prövning när konkurrensrätten tillämpas på de idrottsliga exploateringsmodellerna.

Dessa civilrättsliga åtaganden har delvis olika karaktär och kan delas in i fyra huvudtyper. En första och för idrotten central form av civilrättsligt åtagande är *associationsrättsliga åtaganden*. Med hänsyn till den ideella föreningens centrala roll i den svenska idrottsrörelsen handlar detta i första hand mer bestämt om föreningsrättsliga åtaganden. Dessa åtaganden kan ta olika form, till exempel stadgar, regler och bestämmelser. De föreningsrättsliga åtagandena utgår från avtalsförhållandet mellan föreningar och dess medlemmar: genom medlemskapet har medlemmen ingått ett avtal med föreningen där parternas inbördes rättigheter och skyldigheter bland annat framgår av föreningens stadgar, regler, bestämmelser och beslut samt det individuella medlemsavtalet.⁴¹ Detta gäller såväl när medlemmen är en enskild individ som när denne är en förening eller annan juridisk person. I en idrottslig kontext omfattar denna kategori främst åtaganden som följer av den enskilde idrottsutövarens medlemskap i en idrottsförening, idrottsföreningens medlemskap i ett idrottsförbund och idrottsförbunds medlemskap i ett överordnat idrottsförbund eller en annan överordnad organisation.

En andra form av civilrättslig förpliktelse som ligger nära de associationsrättsliga men som ändå kan särskiljas från dessa är *licenser*. Licenser utfärdas normalt av behörigt idrottsförbund för respektive idrott. Licensen är förenad med vissa förmåner för den licensierade, i synnerhet rätten att delta i vissa idrottsliga aktiviteter, men samtidigt förutsätter utfärdandet av licensen att vissa krav uppfylls av idrottsförening, så kallad föreningslicens eller klubblicens, respektive idrottsutövare, så kallad utövarlicens. Genom att upprätta krav på licensinnehav för deltagande i den idrottsliga verksamheten får licensvillkoren ett stort inflytande på de idrottsliga aktörerna och på den idrottsliga verksamheten. Den huvudsakliga skillnaden mellan, å ena sidan, licenser och, å andra sidan, stadgar, regler och andra associationsrättsliga normer är att idrottsförbund, idrottsföreningar och idrottsutövare redan genom sitt medlemskap blir bundna av de senare men endast behöver licenser, och därmed blir bundna av licenskraven, om de vill delta i viss tävlingsaktivitet. Licensen kan därmed karaktäriseras som ett avtal mellan

³⁹ Se vidare nedan avsnitt 2.2.

⁴⁰ Anderson 2010, s. 257–276; Beloff m.fl. 2012, s. 35–37; Gardiner m.fl. 2012, s. 106.

⁴¹ Beloff m.fl. 2012, s. 37–38; Malmsten & Pallin 2005, s. 20–21.

licenstagaren och licensgivaren där den förre åtar sig att följa vissa licensvillkor och i utbyte får delta i den tävlingsverksamhet som den senare organiserar. Detta återspeglas till exempel i att underlåtenhet att följa licensvillkor, till skillnad från avvikelser mot associationsrättsliga åtaganden, inte kan leda till uteslutning. Den yttersta sanktionen blir att den utfärdade licensen återkallas.⁴² Då deltagande i idrottstävlingar är en så central del av den idrottsliga verksamheten är dock skillnaden mellan de två i praktiken inte så stor.

Vad gäller utövarlicenser kräver många idrottsförbund utöver medlemskap att idrottsutövare innehar licens för att de ska få delta i tävlingar. I många idrotter hör utövarlicensen nära samman med en försäkring: genom licensen är licensinnehavaren också försäkrad för skador som uppstår i samband med verksamheten, så kallad licensförsäkring.⁴³ Inom vissa idrotter innehåller dock utövarlicenserna även andra licensvillkor. Utövarlicenser har även betydelse för spelarövergångar. Normalt är utövarlicensen knuten till en viss idrottsförening och för att överföra licensen till en ny idrottsförening uppställs vissa krav, till exempel att båda idrottsföreningarna samtycker till övergången och att övergången sker under en viss tidsperiod. Förutom för idrottsutövare och idrottsföreningar förekommer licenser och licensliknande system även för andra idrottsliga aktörer, till exempel spelaragenter.⁴⁴

För det tredje förekommer inom idrotten ett stort antal *anställnings- och uppdragsförhållanden* av högst varierad art. Liksom för licenser har de parter som är inblandade i ett anställnings- eller uppdragsförhållande i många fall även associationsrättsliga åtaganden, i synnerhet när det gäller idrottsutövare. Till exempel är professionella fotbollsspelare både medlemmar i och anställda av en idrottsförening. Det förekommer dock även anställnings- och uppdragsförhållanden i förhållande till aktörer som inte är direkt bundna vid associationsrättsliga åtaganden. Exempel på det senare är avtal mellan idrottsutövare och agent, mellan idrottsutövare och tävlingsarrangör samt mellan idrottsförening och tränare.⁴⁵

För det fjärde, utöver de ovan uppräknade formerna av åtaganden förekommer det inom idrott andra avtal som möjliggör och reglerar den kommersiella exploateringen av den idrottsliga verksamheten. Denna kategori omfattar avtal av delvis andra slag men det stora flertalet kan karaktäriseras som *immateriella rättsliga åtaganden*. Utifrån vilka som är avtalsparter kan dessa avtal delas in i två kategorier. Den första kategorin består av avtal mellan olika idrottsliga aktörer, framförallt om fördelning och överlåtelse av rättigheter som ligger till grund för exploateringsmodellerna. Detta gäller till exempel avtal varigenom idrottsliga aktörer överlåter

⁴² Det finns förstås inget som hindrar att en viss gärning strider mot både licensvillkor och associationsrättsliga åtaganden.

⁴³ Jfr MD 2012:16.

⁴⁴ Se t.ex. SICO, Reglemente rörande certifierade spelaragenter 2013; SvFF, Reglemente för Spelaragenter 2009.

⁴⁵ Men jfr RF, Stadgar 2013, 14 kap. 1 § (bestraffningsreglerna omfattar långt fler än idrottsutövare).

immateriella rättigheter till ett övergripande organ.⁴⁶ Den andra kategorin består av avtal mellan å ena sidan idrottsliga aktörer och å andra sidan externa aktörer, till exempel företag och den idrottsintresserade allmänheten. Exempel på detta är sändningsavtal mellan arrangörer av idrottstävlingar och tv-bolag, avtal mellan arrangörer av idrottsevenemang och publik om biljettvillkor samt sponsoravtal mellan idrottsutövare och sponsorer.

2.4 Idrottslig reglering av kommersiell exploatering: En översikt

Genom dessa olika typer av civilrättsliga åtaganden överlåter idrottsliga aktörer de rättigheter som ligger till grund för de olika exploateringsmodellerna, antingen till andra idrottsliga aktörer eller externa aktörer. En genomgång av dessa borde emellertid föregås av en redogörelse för vilka idrottsliga aktörer som innehar olika rättigheter som utgångspunkt, men detta framgår inte alltid klart av svensk rätt.⁴⁷ Som utvecklas nedan är det möjligt att betrakta detta från olika perspektiv.⁴⁸

Vad gäller rättigheterna till biljettförsäljning och medierättigheter till en enskild match mellan två lag är det mot bakgrund av kommissionens slutsats i *UEFA Champions League* en rimlig utgångspunkt att dessa rättigheter tillfaller de deltagande lagen.⁴⁹

För varje enskild fotbollsmatch som spelas i UEFA Champions League kan de två deltagande fotbollsklubbarna hävda äganderätt till de kommersiella rättigheterna. Detta beror på att det skulle vara svårt att neka en enskild hemmaklubb, i egenskap av användare av fotbollsarenan, rätten att inte släppa in mediaoperatörer som vill spela in dessa matcher. I egenskap av en nödvändig deltagare i fotbollsmatchen skulle det på samma sätt vara svårt att neka den gästande klubben inflytande över om matchen skall spelas in, och i så fall hur och av vem.

Principerna i detta resonemang kan i viss mån utvidgas till att även förklara vem som innehar rätten till biljettförsäljning och medierättigheter, liksom andra närliggande rättigheter, till andra typer av idrottsevenemang. Om man gör det bör man emellertid iaktta viss försiktighet. Till exempel kan det för idrottstävlingar som inkluderar fler än två tävlande vara svårt att avgöra vem som är "nödvändig deltagare" och i vad mån aktörer som bidragit till genomförandet av en serie, landskamp eller turnering är arrangör jämte eventuell hemmaförening.⁵⁰

Detta är dock som sagt endast utgångspunkten för analysen, förändring kan göras genom olika typer av civilrättsliga åtaganden, vilket också ofta sker. Vad gäller

⁴⁶ För fler exempel, se efterföljande avsnitt.

⁴⁷ Se vidare Lindholm 2014c.

⁴⁸ Se vidare nedan avsnitt 3.5, särskilt generaladvokat Jääskinens förslag till avgörande i mål C-201/11, *UEFA mot kommissionen*, återgiven i avsnitt 3.5.2.

⁴⁹ Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 118.

⁵⁰ Min uppfattning är sammanfattningsvis att det för svårare situationer är lämpligt att fördela de kommersiellt exploaterbara rättigheterna proportionellt mellan olika aktörer baserat på i vilken utsträckning de stått sådana ekonomiska kostnader och risker som varit nödvändiga för evenemangets genomförande. Se Lindholm 2014c, s. 79–82.

biljettförsäljning tycks de flesta idrotter utgå från att det är arrangören, till exempel det fotbollslag som spelar hemma, som äger rätten att sälja entrébiljetter och det är också denne som intäkterna tillfaller.

Vad gäller *medierättigheter* och andra relaterade rättigheter tycks det finnas betydande formella skillnader mellan olika specialidrottsförbund som genom sina bestämmelser gör olika långtgående anspråk på medierättigheterna till de tävlingar som dess medlemmar anordnar. Till exempel utgår Svenska skidförbundets (SSF) tävlingsregler från att medierättigheterna till samtliga sanktionerade tävlingar i sin helhet tillkommer förbundet och att det är förbundet som beslutar om arrangörerna eventuellt kan erhålla en andel av intäkterna:⁵¹

Med beaktande av FIS:s regler för elektronisk media, inklusive television, radio och nya media, är SSF förhandlingspart med Sveriges Television AB (SVT) och Sveriges Radio AB (SR) eller annan organisation om rättigheter till direkt- och efterhandssändning i television, radio och via Internet samt upptagningar för återsändning eller framställning och försäljning av upptagningarna i någon form. Detta gäller samtliga sanktionerade tävlingar...

SSF träffar avtal efter samråd med berörda arrangörer och förbehåller sig rätten till eventuell intäkt från sådana avtal.

SSF kan, efter särskild framställan från berörd arrangör, i händelse av direktsändning i television eller framställning och försäljning av upptagningarna i någon form besluta om eventuell andel till arrangören.

Svenska friidrottsförbundets (SFIF) tävlingsbestämmelser är formulerade på ett lite annorlunda sätt, men innebörden torde i huvudsak vara densamma som i SSF:s tävlingsbestämmelser:⁵²

SFIF är förhandlingspartner och den som för friidrotten träffar avtal om radio- eller TV-sändning eller om kommersiellt utnyttjande av film- eller videoupptagning från sanktionerade friidrottstävlingar i Sverige.

Förhandlingarna skall föras i samråd med berörd arrangör.

Vid centrala arrangemang och centrala avtal tillfaller intäkterna SFIF, annars arrangören.

På ett liknande sätt utgår Svenska ishockeyförbundets (SIF) tävlingsbestämmelser från att medierättigheterna till samtliga ishockeymatcher som förbundets medlemmar arrangerar innehas av förbundet. Det är dock klart att det är idrottsföreningen som träffar sådana avtal och oklart vad det innebär för hur intäkterna från försäljningen ska fördelas:⁵³

Förening har rätt att efter skriftligt tillstånd från *rättighetsinnehavaren SIF* träffa avtal med tredje man om sändning av rörliga bilder och ljud från eget matcharrangemang i alla nu befintliga samt i framtiden utvecklade former av media såsom TV, radio och internet.

⁵¹ SSF, Tävlingsbestämmelser 2014, § 116.

⁵² SFIF, Tävlingsregler 2014, kap. E, 4.17.

⁵³ SIF, Tävlingsbestämmelser 2014/2015, 2 kap. 1 § 1 st. (min kursivering).

SIF:s bestämmelse kan jämföras med motsvarande bestämmelse i Svenska fotbollförbundets (SvFF) tävlingsbestämmelser som liknar SIF:s i det att förbundet måste ge tillstånd för försäljning men saknar explicit anspråk på rättighetsinnehav:⁵⁴

Förening eller SDF får inte, utan Förbundsstyrelsens tillstånd, medge radio- eller TV-sändning eller överföring av ljud och rörliga bilder via internet eller annat medium liksom textrapportering rörande match eller förberedelser till match.

Samtliga dessa bestämmelser ger idrottsförbunden ett stort inflytande över försäljningen av medierättigheter till tävlingar inom den aktuella idrotten. Det finns dock formellt viktiga skillnader mellan de individuella idrotterna där idrottsförbunden enligt tävlingsbestämmelserna explicit är den som säljer medierättigheterna till samtliga tävlingar och som i första hand erhåller intäkterna från försäljningen. Det framgår inte uttryckligen av tävlingsbestämmelserna men av sammanhanget får de citerade skrivelserna förstås som att idrottsförbunden förvärvar dessa medierättigheter från arrangören som ett villkor för att den senare ska få arrangera en tävling som är sanktionerad av den förra. Inom lagidrotterna är det arrangören som säljer medierättigheterna, dock under förutsättning att idrottsförbundet ger sitt tillstånd. Huruvida detta i praktiken leder till skillnader jämfört med de individuella idrotterna beror på vilka villkor som idrottsförbunden uppställer för att i ett givet fall ge sådant tillstånd.

Inom fotboll och ishockey har de idrottsföreningar som spelar i de högsta divisionerna – och som representerar den övervägande delen av de kommersiellt exploaterbara rättigheterna inom dessa idrotter – överlåtit medierättigheterna till gemensamma organ som säljer dessa rättigheter kollektivt och fördelar intäkterna mellan medlemmarna. De idrottsföreningar som spelar i de högsta två divisionerna av svensk herrfotboll (Allsvenskan och Superettan) ingår i Föreningen Svensk Elitfotboll (SEF) som bland annat har till uppgift att utveckla fotbollen ekonomiskt och att "[g]enom gemensamma avtal... bidra till att ge elitföreningarna ökade ekonomiska förutsättningar för elitfotboll".⁵⁵ På motsvarande sätt representerar Elitföreningen Damfotboll (EFD) de högsta divisionerna av svensk damfotboll i ekonomiska frågor. SvFF, SEF och EFD ingår i dagsläget självständiga avtal om försäljning av medierättigheter, men själva försäljningsförfarandet är koordinerat. Under senare tid har dessa medierättigheter upplåtits exklusivt för avtalstider på fyra eller fem år till företag som upplåter dessa rättigheter vidare till mediebolag.⁵⁶ Dessa rättigheter är värda ungefär 300–350 miljoner kronor per år.⁵⁷ Därutöver kan dock tillkomma tämligen stora ekonomiska ersättningar för rättigheter vid deltagande i internationella evenemang som i förekommande fall regleras av respektive arrangör, till exempel UEFA:s Champions League.⁵⁸ På ett liknande sätt

⁵⁴ SvFF, Tävlingsbestämmelser 2015, 14 §.

⁵⁵ Om SEF, tillgänglig på "<http://www.svenskelitfotboll.se/om-sef/>", hämtad 2015-02-14.

⁵⁶ Svensk Fotboll, "Nytt tv-avtal klart för 2011-2015", 2010-01-12; Plogell m.fl. 2008, s. 512.

⁵⁷ Aftonbladet, "Beskedet som skapar kaos i svensk fotboll", 2014-12-12.

⁵⁸ Se Aftonbladet, "MFF utslaget – men 170 miljoner rikare", 2014-12-09; Kommissionen, *UEFA Champions League*.

som inom fotboll är de ishockeyklubbar som spelar i den högsta svenska divisionen, SHL, delägare i SHL AB som å klubbarnas vägnar kollektivt försäljer medierättigheterna till samtliga matcher. För klubbarna i den näst högsta divisionen, Hockeyallsvenskan, finns en liknande organisation.⁵⁹

Sponsorskap och *merchandising* bygger på delvis andra principer än medierättigheter och relaterade rättigheter. Inledningsvis kan man konstatera att sponsor- och merchandisingrättigheter i mindre utsträckning än medierättigheter och relaterade rättigheter är föremål för explicit reglering i idrottsförbundens bestämmelser. Huvudregeln tycks dock vara att varje idrottsförening själv äger och exploaterar dessa rättigheter, även när utnyttjande av dessa rättigheter har samband med tävling. En bidragande förklaring till denna skillnad torde vara att dessa rättigheter i betydande utsträckning bygger på varumärken och att den rättsliga regleringen av varumärken är avsevärt tydligare än den kring medierättigheter. Då idrottsföreningarna äger sina egna varumärken och dessa i hög utsträckning är föremål för registrering blir det svårare för idrottsförbunden att genom sina bestämmelser etablera att de får träffa avtal med utomstående om hur dessa varumärken får användas.

Vad gäller de enskilda idrottsutövarna är det tämligen uppenbart att de som utgångspunkt knappast innehar varken rättigheter till biljettförsäljning, medierättigheter eller idrottsliga varumärken. Det förhindrar inte att idrottsutövarna genom civilrättsliga åtaganden förvärvar sådana rättigheter från andra idrottsliga aktörer, men detta torde i praktiken vara sällsynt. Däremot finns det olika typer av sponsorrättigheter som de enskilda idrottsutövarna inledningsvis besitter och i stor utsträckning förfogar över.

Det förekommer att idrottsliga regler innehåller bestämmelser som påverkar idrottsföreningarnas och idrottsutövarnas möjligheter att träffa sponsoravtal, till exempel bestämmelser som förbjuder vissa typer av sponsorer, till exempel vadslagningstjänster samt tobaks- och alkoholprodukter, och som reglerar vilka kommersiella märken eller utrustning som får förekomma i samband med tävling.⁶⁰

Frågan finns inte reglerad inom alla idrotter men utgångspunkten inom de flesta idrotter tycks vara att respektive idrottsförening bestämmer om de idrottsutövare som är medlemmar i föreningen får eller ska medverka i reklam. Undantaget är när denne deltar i landslaget varvid denna fråga bestäms av idrottsförbundet.⁶¹ Trots att det verb som används i detta sammanhang är "bestämma" handlar det mer korrekt om att idrottsutövaren och idrottsföreningen eller i förekommande fall idrottsförbundet träffar en överenskommelse om dessa frågor.

⁵⁹ Se också vidare nedan avsnitt 5.3.3.

⁶⁰ Se t.ex. SSF, Tävlingsbestämmelser - Längdskidor 2014, § 206; SIF, Tävlingsbestämmelser 2014/2015, 11 kap. 1–6 §§.

⁶¹ SvFF, Tävlingsbestämmelser 2015, 1 kap. 16 §; SIF, Tävlingsbestämmelser 2014/2015, 11 kap. 1, 7 §§.

I de fall där idrottsutövaren är anställda av en idrottsförening, vilket till exempel gäller de högsta divisionerna inom fotboll och ishockey, regleras dessa frågor i första hand av respektive kollektivavtal. Till exempel framgår det av det kollektivavtal som gäller för fotbollsspelare att idrottsutövare och idrottsförening har en ömsesidig rätt att träffas sponsoravtal. Huvudprinciperna är att utövaren har rätt att teckna egna reklamavtal och sponsoravtal under förutsättning att de "inte är direkt konkurrerande med de avtal som arbetsgivaren slutit med arbetsgivarens större sponsorer..." Att teckna sådana avtal förutsätter arbetsgivarens tillstånd men den senare får inte vägra sådant tillstånd annat än på den just nämnda grunden.⁶² Arbetsgivaren har också rätt att använda idrottsutövarens namn och bild i sina reklam-, marknadsförings- och sponsoraktiviteter.⁶³ Även om det inte är lika tydligt i det kollektivavtal som gäller för ishockeyspelare torde detsamma i huvudsak gälla även där. Till exempel framgår det av det kollektivavtal som omfattar SHL att ishockeyspelarens skyldigheter gentemot sin arbetsgivare omfattar att "utföra de övriga arbetsuppgifter som arbetsgivaren ålägger honom och som har anknytning till hans anställning" till exempel "att delta i reklam och sponsoraktiviteter" och att "[a]rbeitsgivaren har rätt att använda spelarens namn och bild i marknadsförings-syfte."⁶⁴

Vad som därutöver gäller beror på vad parterna i en enskild situation överenskommer om. Detta gäller i synnerhet inom individuella idrotter där det i många situationer inte föreligger något anställningsförhållande. Då dessa överenskommelser är individuellt utformade är det svårt att i detta sammanhang generellt beskriva deras innehåll. Den enskilda idrottsutövaren har som utgångspunkt närmast obegränsade möjligheter att teckna individuella sponsoravtal, till exempel med klädes- eller utrustningstillverkare. Idrottsutövare som befinner sig på elitnivå torde dock i många fall träffa en överenskommelse med den idrottsförening där denne är medlem, till exempel kallat utövaravtal, som balanserar utövarens och föreningens intressen av att kunna teckna sponsoravtal mot varandra. Till exempel kan det stipuleras att utövaren får träffa individuella sponsoravtal men att denne vid tävling är skyldig att bära tävlingsdräkt, uppvärmningströjor och träningsoverall med idrottsföreningens sponsorers varumärken samt att utövaren åtar sig att på andra sätt medverka till sponsors fördel och att avstå från konkurrerande verksamheter.⁶⁵

Vad gäller landslagsverksamhet kan idrottsförbundet teckna övergripande sponsoravtal med externa aktörer men kan inte enbart genom ett sådant avtal binda enskilda idrottsutövare. Detta uppnås genom att idrottsförbundet träffar kompletterande överenskommelser med enskilda idrottsutövare, till exempel landslagsavtal

⁶² SvFF, Kollektivavtal 2012, avsnitt 3.2.

⁶³ Ibid. avsnitt 3.3.

⁶⁴ Avtal om anställningsvillkor för ishockeyspelare i elitserien, § 3, mom. 2.

⁶⁵ Se t.ex. SFF, Avtalsmall för förening och elitaktiv friidrottare, IV 1) f).

som avseende tävlingar mellan nationer reglerar motsvarande frågor som utövaravtalet.⁶⁶

⁶⁶ Se också nedan avsnitt 5.3.3.

3 Idrottslig verksamhet ur ett konkurrensperspektiv

3.1 Konkurrensbegränsande överenskommelse och/eller missbruk av dominerande ställning?

Som utvecklas ovan består idrottsrörelsen, i vid bemärkelse, av ett antal självständiga fysiska och juridiska personer som genom olika typer av civilrättsliga åtaganden reglerar hur den idrottsliga verksamheten ska bedrivas, såväl vad gäller dess idrottsliga aspekter som dess kommersiella aspekter.⁶⁷ Genom dessa civilrättsliga åtaganden har det bildats en omfattande och stabil organisatorisk struktur som används vid bedrivande av idrottslig verksamhet i snäv bemärkelse, men också vid bedrivande av relaterad kommersiell verksamhet.

Det är förhållandevis lätt att se hur dessa förhållanden kan aktualisera det rättsliga förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete.⁶⁸ Den konkurrensrättsliga utgångspunkten är att fysiska och juridiska personer ska agera självständigt och i konkurrens med varandra när de bedriver kommersiell verksamhet. Det finns således uppenbara konkurrensrättsliga problem med de former under vilka den idrottsliga verksamheten exploateras kommersiellt.⁶⁹ Det finns emellertid anledning att även granska kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet utifrån förbudet mot missbruk av dominerande ställning,⁷⁰ i synnerhet utifrån ett internt perspektiv.⁷¹ Dessa frågor studeras närmare nedan i kapitel 4 respektive kapitel 5.

I detta kapitel behandlas övergripande frågor som är av relevans under båda förbud. Det handlar för det första i vad mån idrottslig verksamhet omfattas av konkurrensrätten (avsnitt 3.3), för det andra hur den relevanta marknaden ska avgränsas (avsnitt 3.4) och för det tredje vem som äger den idrottsliga produkten (se avsnitt 3.5). Genom att besvara dessa frågor utreder detta kapitel på en mer allmän nivå hur konkurrensrättsliga bestämmelser ska tillämpas på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Detta är inte helt okomplicerat då den idrottsliga verksamheten i vissa viktiga hänseenden skiljer sig från många andra. Som utvecklas nedan i detta avsnitt kan det finnas olika, var för sig korrekta sätt att betrakta situationen som kan vara tillämpliga, i synnerhet när det gäller åtgärder av nationella, europeiska och internationella specialidrottsförbund.

I den mån staten gett en idrottslig aktör vissa rättigheter, befogenheter eller funktioner kan även de särskilda bestämmelserna för offentliga och

⁶⁷ Se ovan avsnitt 0.

⁶⁸ 2 kap. 1 § KL och artikel 101 FEUF.

⁶⁹ Jämför ovan avsnitt 2.4.

⁷⁰ 2 kap. 7 § KL och artikel 102 FEUF.

⁷¹ Se nedan avsnitt 5.

monopolliknande verksamheter aktualiseras.⁷² I vissa medlemsstater förekommer det i förhållandevis hög utsträckning att olika myndighetsfunktioner delegeras till idrottsliga aktörer,⁷³ men i Sverige är sådan delegation framförallt begränsat till RF:s fördelning av statsbidrag till idrottsverksamhet⁷⁴ och detta har begränsad betydelse för det som är föremål för granskning i denna rapport.

Det kan inte uteslutas att statligt eller kommunalt stöd till idrotten kan både ha samband med den kommersiella exploateringen av idrottslig verksamhet och aktualisera de EU-rättsliga bestämmelserna kring otillåtet statsstöd.⁷⁵ Medlemsstaterna har dock förhållandevis stor handlingsfrihet på idrottens område, vilket till exempel illustreras av kommissionens beslut i ett ärende angående kommunalt stöd till byggandet av en arena.⁷⁶ I den nu gällande förordningen om stöd som är förenligt med EU:s statsstödsregler undantas också i betydande omfattning stöd till idrottsinfrastruktur, om än dock med vissa förbehåll.⁷⁷ Statsstödsreglerna har således förhållandevis begränsad betydelse när det gäller kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Ett möjligt undantag finns dock på köparsidan där statsstödsreglerna aktualiseras genom det offentliga stöd till public service.⁷⁸

3.2 Svensk och europeisk konkurrensrätt samt idrottsinterna bestämmelser

De unionsrättsliga konkurrensbestämmelserna och den unionsrättsliga praxisen kring deras tillämpning⁷⁹ är i stor utsträckning styrande för de frågor som behandlas i denna rapport. De unionsrättsliga bestämmelsernas tillämplighet förutsätter att den aktuella åtgärden har en märkbar påverkan på handeln mellan medlemsstater (*samhandelskriteriet*). Samhandelskriteriet är uppfyllt om det med stöd av rättsliga eller faktiska omständigheter kan förutses att handelsutbytet mellan medlemsstater faktiskt eller potentiellt, direkt eller indirekt, påverkas.⁸⁰ Av EU-domstolens praxis följer att kriteriet inte förutsätter ett deltagande av aktörer i flera medlemsstater samt att kriteriet kan vara uppfyllt vid granskning av åtgärder som endast avser en medlemsstat om dessa bidrar till en uppdelning av marknaden.⁸¹ Vad gäller kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet fann till

⁷² Artikel 106 FEUF. Se t.ex. mål C-49/07, *MOTOE*, punkterna 43–45.

⁷³ Se t.ex. franska Code du sport, article L333.

⁷⁴ Lag (1995:361) om överlämnande av förvaltningsuppgifter till Sveriges Riksidrottsförbund.

⁷⁵ Artikel 107 FEUF.

⁷⁶ Kommissionen, *Uppsala Arena*. Se också Craven 2014.

⁷⁷ Kommissionens förordning (EU) nr 651/2014 av den 17 juni 2014 genom vilken vissa kategorier av stöd förklaras förenliga med den inre marknaden enligt artiklarna 107 och 108 i fördraget, EUT L 187, 26.6.2014, s. 1-78, artikel 55.

⁷⁸ Se vidare nedan 4.3.

⁷⁹ Framförallt kommissionens beslut och Tribunalens och EU-domstolens domar.

⁸⁰ Se t.ex. mål 56/65, *Société Technique Minière*; mål C-475/99, *Ambulanz Glöckner*, punkt 48.

⁸¹ Förenade målen C-295/04–298/04, *Manfredi*, punkterna 40–45. Se också förenade målen C-403/08 & C-429/08, *Murphy* (EU-domstolen fann att Premier Leagues system för licensiering av tv-rättigheter i strid med EU:s konkurrensbestämmelser bidrog till att upprätthålla de nationella marknaderna).

exempel EU-domstolen i *MOTOE* att samhandelskriteriet var uppfyllt vad gällde det grekiska motorsportförbundets beviljande av tillstånd att organisera motortävlingar i Grekland.⁸² Det torde således vara sällsynt att samhandelskriteriet inte är uppfyllt i de situationer som är föremål för granskning i denna rapport.

Avslutningsvis kan det noteras att CAS, den internationella skiljedomstolen för idrott, i ett antal mål behandlat konkurrensrättsliga bestämmelser, och i synnerhet de unionsrättsliga konkurrensbestämmelserna, som sådana tvingande bestämmelser som den är skyldig att beakta oavsett om parterna avtalat eller samtyckt till detta.⁸³ Detta innebär att de konkurrensbestämmelser som behandlas i denna rapport i hög utsträckning är tillämplig inom det idrottsliga normsystemet och vid prövning av idrottsliga organ och således binder idrottsliga aktörer på olika nivåer.⁸⁴

3.3 Konkurrensbestämmelser är tillämpliga på idrottslig verksamhet av ekonomisk natur

3.3.1 "Rent idrottsliga regler" och "ekonomisk verksamhet"

Detta avsnitt behandlar i vilka situationer och på vilket sätt kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet omfattas av förbuden mot konkurrensbegränsande samarbete och missbruk av dominerande ställning. För att kunna besvara denna fråga är det nödvändigt att redogöra för innehållet i de rättsliga normer som ligger till grund för en sådan bedömning. Eftersom rapporten endast behandlar kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet⁸⁵ syftar dock inte avsnittet till att fastställa i vad mån idrottslig verksamhet mer allmänt omfattas av konkurrensrättsliga bestämmelser.⁸⁶

Under en längre tid rådde viss osäkerhet kring huruvida idrottslig verksamhet som sådan kan omfattas av de konkurrensrättsliga bestämmelserna. EU-domstolens tidiga praxis kunde tolkas som att den idrottsliga verksamheten till följd av sin natur helt eller delvis föll utanför fördragets tillämpningsområde.⁸⁷ Denna praxis tycks dock utgå från att det går att särskilja den idrottsliga verksamheten från den kommersiella, något som sedermera visat sig svårt, i synnerhet när det kommer till kommersiell exploatering av den idrottsliga verksamheten.⁸⁸ Det är numera väl etablerat att idrottslig verksamhet, precis som alla andra verksamheter, omfattas av

⁸² Mål C-49/07, *MOTOE*, punkterna 39–42.

⁸³ Se t.ex. CAS 98/200, *AEK Athens*; CAS 2008/A/1644, *M. v. Chelsea*; CAS 2011/O/2574, *FC Sion*.

⁸⁴ Detta blir i första hand relevant vid interna konkurrensrättsliga konflikter mellan idrottsliga aktörer.

⁸⁵ Se ovan avsnitt 1.1.

⁸⁶ Som utvecklas nedan ska bedömningen ske med utgångspunkt i omständigheterna i det enskilda fallet, se t.ex. mål C-49/07, *MOTOE*, punkt 25.

⁸⁷ Se t.ex. mål 36/74, *Walrave*; mål 13/76, *Donà*.

⁸⁸ Jfr Parrish & Miettinen 2008, s. 168.

konkurrensrättens bestämmelser i den utsträckning som den utgör *ekonomisk verksamhet*.⁸⁹ Idrott faller således inte som sådan, varken på grund av verksamhetens art, organisationsform eller andra omständigheter, innanför eller utanför konkurrensbestämmelserna. Det som är styrande för detta är om en viss verksamhet är av ekonomisk art i unionsrättslig bemärkelse.

Meca Medina-målet har bidragit till att klargöra rättsläget och detta gäller i synnerhet EU-domstolens dom i ärendet vars betydelse för konkurrensrättens tillämpning på idrottslig verksamhet knappast kan överdrivas.⁹⁰ I samband med världscupen i långdistanssimning i Brasilien år 1999 testade David Meca-Medina och Igor Majcen positivt för den anabola substansen nandrolon och stängdes av i fyra år. Efter att ha misslyckats i de idrottsliga instanserna⁹¹ valde Meca-Medina och Majcen att angripa dopningsreglerna på unionsrättslig väg genom att de år 2001 inlämnade ett klagomål till kommissionen där de bland annat påstod att de idrottsliga reglerna utgjorde ett led i ett samordnat förfarande mellan IOK och de ackrediterade laboratorier som utförde testerna i strid med artikel 101 FEUF samt att den aktuella bestämmelsen stred mot det EU-rättsliga proportionalitetskravet.⁹²

Kommissionen avslag deras ansökan med motiveringen att IOK:s regler inte omfattas av den unionsrättsliga konkurrensrätten. Meca-Medina och Majcen ansökte om att detta beslut skulle ogiltigförklaras hos Tribunalen som avslag ansökan. Tribunalens motivering var att dopningsregler är "rent idrottsliga regler" som "inte... kan omfattas av fördragets bestämmelser om de ekonomiska friheterna, i synnerhet inte av [artiklarna 56, 101 och 102 FEUF]."⁹³

Meca-Medina och Majcen överklagade därvid Tribunalens dom till EU-domstolen som i sin prövning av målet tydligt tog avstånd från kommissionens och Tribunalens resonemang. Enligt EU-domstolens dom i *Meca-Medina* kan idrottslig verksamhet, inte ens "rent idrottsliga regler", enbart på grund av sin karaktär uteslutas från artiklarna 101 och 102 FEUF:s tillämpningsområde. Idrottslig verksamhet omfattas av unionsrätten, inklusive konkurrensbestämmelserna, såvitt den utgör ekonomisk verksamhet.

Begreppet ekonomisk verksamhet härstammar från den numera upphävda artikel 2 i EG-fördraget som EU-domstolen använt till stöd vid tolkning av de fördragsstadgade reglerna om den inre marknadens tillämpningsområde.⁹⁴ Till exempel är begreppet ekonomisk verksamhet styrande när det gäller att avgöra av vem som är "arbetstagare" vid tillämpning av rätten till fri rörlighet för arbetstagare,⁹⁵ vad som

⁸⁹ Se t.ex. mål T-193/02, *Piau*, punkt 69; mål C-49/07, *MOTOE*, punkterna 21–22.

⁹⁰ Se också Lindholm 2008.

⁹¹ CAS 99/A/234 & 235, *Meca-Medina*.

⁹² Mål T-313/02, *Meca-Medina*, punkterna 7–20.

⁹³ *Ibid.* punkt 47 (vid tillfället för omständigheterna i målet återfanns motsvarande bestämmelser i artiklarna 49, 81 och 82 i EG-fördraget).

⁹⁴ Se t.ex. mål 36/74, *Walrave*, punkt 4.

⁹⁵ Se t.ex. mål 13/76, *Donà*, punkt 12; mål C-415/93, *Bosman*, punkt 73; mål C-176/96, *Lehtonen*, punkt 32.

utgör en "tjänst" vid tillämpning av rätten till fri rörlighet för tjänster,⁹⁶ samt vilka aktörer som är "företag" eller "företagssammanslutning" vid tillämpning av konkurrensbestämmelserna.⁹⁷

3.3.2 Idrottslig verksamhet som ekonomisk verksamhet

En idrottslig aktör omfattas alltså av konkurrensbestämmelserna om den i konkurrensrättslig bemärkelse utgör ett företag alternativt en företagssammanslutning och detta är fallet om aktören i en viss situation bedriver ekonomisk verksamhet.⁹⁸ Det står klart att vad som utgör ekonomisk verksamhet ska tolkas extensivt och således kommer även konkurrensreglernas tillämpningsområde att tolkas extensivt. Av EU-domstolens fasta praxis framgår "att all verksamhet som går ut på att erbjuda varor eller tjänster på en viss marknad utgör ekonomisk verksamhet".⁹⁹

Det bör härvid noteras att vid denna bedömning utgör inte en aktör en odelbar enhet utan var och en av dess verksamheter måste bedömas för sig. Det är således möjligt att en aktör som inte är vinstdrivande och som huvudsakligen bedriver icke-ekonomisk verksamhet ändå bedriver vissa verksamheter som är att betrakta som ekonomiska i konkurrensrättslig bemärkelse. De flesta svenska idrottsliga aktörer befinner sig i denna situation.

EU-domstolen har genom sin praxis klargjort under vilka förutsättningar olika aktörer bedriver ekonomisk verksamhet och således omfattas av konkurrensbestämmelserna. En första fråga är om begreppet förutsätter att verksamheten bedrivs med vinstintresse. Denna fråga är av särskild betydelse för svenska förhållanden då den idrottsliga verksamheten huvudsakligen bedrivs av ideella föreningar. EU-domstolen prövade denna fråga i *Höfner & Elser* som gällde huruvida konkurrensrätten omfattade arbetsförmedlingstjänster som tillhandahölls av en offentlig organisation utan ersättning. EU-domstolen slog därvid fast att det är den aktuella åtgärdens art som är styrande, inte vilken rättslig form som den aktör som vidtar åtgärden har eller hur åtgärden är finansierad.¹⁰⁰ Att de flesta svenska idrottsliga aktörer inte är vinstdrivande saknar således betydelse vid bedömningen om deras verksamhet omfattas av konkurrensreglerna.

EU-domstolens ledande avgörande kring definitionen och tillämpningen av begreppet ekonomisk aktivitet i en idrottslig kontext är *MOTOE*. En av de centrala frågorna i *MOTOE* var huruvida EU:s konkurrensbestämmelser var tillämpliga på det grekiska motorsportförbundet, ELPA, en icke-vinstdrivande ideell förening

⁹⁶ Förenade målen C-51/96 & C-191/97, *Deliège*, punkt 49.

⁹⁷ Se t.ex. mål C-519/04 P, *Meca-Medina*, punkt 30.

⁹⁸ KL 1 kap. 5 §, 2 kap. 1, 7 §§. Se också mål T-193/02, *Piau*, punkterna 71–72; mål C-41/90, *Höfner & Elser*, punkt 21.

⁹⁹ Se t.ex. mål 118/85, *kommissionen mot Italien*, punkt 7; mål C-35/96, *kommissionen mot Italien*, punkt 36; mål C-49/07, *MOTOE*, punkt 22.

¹⁰⁰ Mål C-41/90, *Höfner & Elser*, punkt 21.

som organiserade bil- och motorcykelidrott i Grekland.¹⁰¹ I målet slår EU-domstolen explicit fast att "[d]en omständigheten att en organisation som ELPA klassificeras som ideell förening, det vill säga saknar vinstsyfte, talar inte heller mot antagandet att den bedriver ekonomisk verksamhet och att den skall anses utgöra ett företag."¹⁰² Inte ens det förhållandet att även alla konkurrenter bedriver verksamhet utan vinstsyfte utesluter att de konkurrerar med varandra och att de utgör företag i konkurrensbestämmelsernas bemärkelse.¹⁰³

EU-domstolen förklarar också i *MOTOE* att det inte heller är ett krav för att en verksamhet ska klassificeras som ekonomisk att den genererar ett överskott. Av *MOTOE* framgår att kravet på ekonomisk verksamhet är uppfyllt om den idrottsliga verksamheten utgör en inkomstkälla och därigenom faller inom artikel 101 FEUF:s tillämpningsområde, till exempel genom att den genererar inkomster i form av deltagaravgifter eller, mer relevant för denna rapport, intäkter genom biljettförsäljning samt försäljning av sponsorrättigheter eller medierättigheter.¹⁰⁴ Marknadsdomstolen kommer till samma slutsats i *Bilspportmålet* där den konstaterar att det vid bedömningen om en viss verksamhet är ekonomisk saknar betydelse "att intäkterna till viss del – och ibland kanske helt och hållet – ska täcka de utgifter som är förknippade med arrangerandet av tävlingen."¹⁰⁵ Även dess avgörande i *SHL-målet* pekar i samma riktning.¹⁰⁶

Det kan härvid noteras att idrottslig verksamhet också kan utgöra ekonomisk verksamhet i konkurrensrättslig bemärkelse även om den inte är en källa till intäkt om den på andra sätt får ekonomiska effekter. Till exempel ansåg kommissionen i *FIFA World Cup 1998* att en aktör bedrev ekonomisk verksamhet genom att den var ansvarig för distributionen av biljetter till idrottsevenemang.¹⁰⁷

Vidare följer det av *Höfner & Elser* och efterföljande praxis att aktiviteter också är att betrakta som ekonomiska i konkurrensrättslig bemärkelse om det rör sig om aktiviteter som hade kunnat bedrivas av privata aktörer även om de inte faktiskt gör det.¹⁰⁸ I en sådan situation är den centrala frågan huruvida det finns enmarknadspotential för den aktuella verksamheten.¹⁰⁹ Detta utvidgar den sfär av idrotts-

¹⁰¹ Mål C-49/07, *MOTOE*, punkt 26.

¹⁰² *Ibid.* punkt 41. Se också MD 2012:16, punkt 117.

¹⁰³ Mål C-49/07, *MOTOE*, punkterna 28–29.

¹⁰⁴ *Ibid.* punkt 23.

¹⁰⁵ MD 2012:16, punkt 120.

¹⁰⁶ Se Marknadsdomstolens beslut den 3 december 2012 i mål A/12.

¹⁰⁷ Kommissionen, *FIFA World Cup 1998*, punkt 64.

¹⁰⁸ Mål C-41/90, *Höfner & Elser*, punkt 22. Se också t.ex. mål C-475/99, *Ambulanz Glöckner*, punkt 20.

¹⁰⁹ Wehlander 2015, s. 118.

liga verksamheter som omfattas av konkurrensbestämmelserna, åtminstone potentiellt.¹¹⁰

Sammanfattningsvis är således kravet för att en verksamhet ska vara ekonomisk i konkurrensrättslig bemärkelse lågt ställt. Endast idrottsliga åtgärder som helt saknar ekonomiska effekter kan accepteras som förenliga med unionsrätten som sådana och sådana åtgärder är ytterst sällsynta. På de högre nivåerna av organiserad idrott, vilket är där den verksamhet som är föremål för denna rapport främst bedrivs, är det i allmänhet sällsynt med verksamhet som saknar sådan ekonomisk effekt.¹¹¹ När det gäller åtgärder som hör samman med kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet, så som det definierats för denna rapportts ändamål,¹¹² är det mycket svårt att tänka sig några åtgärder som inte utgör ekonomisk verksamhet och därmed faller utanför konkurrensbestämmelsernas tillämpningsområde.¹¹³

Det är dock i detta sammanhang viktigt att notera att det förhållandet att konkurrensreglerna är tillämpliga på en viss verksamhet eftersom den är av ekonomisk natur inte också innebär att den nödvändigtvis är oförenlig med dessa regler. Till exempel framgår det av EU-domstolens ovannämnda dom *Meca-Medina* att det vid prövningen av om en viss överenskommelse strider mot förbudet mot konkurrensbegränsande överenskommelser är "nödvändigt att beakta det övergripande sammanhang i vilket beslutet av företagssammanslutningen i fråga har fattats eller för vilket det medför verkningar, och, mer specifikt, dess syften[,] huruvida de konkurrensbegränsningar som bestämmelserna ger upphov till är en nödvändig följd av dessa syften... och huruvida de är proportionerliga i förhållande till dessa."¹¹⁴ Vad gäller svensk praxis tillämpade Marknadsdomstolen detta test i *Bilsportmålet*, där konkurrensreglerna var tillämpliga,¹¹⁵ och i *SHL-målet* fann Marknadsdomstolen vid prövning av ett interimistiskt åläggande, till skillnad från Konkurrensverket, att ett förbud mot korttidskontrakt inom ishockey utgjorde en nödvändig och proportionerlig åtgärd för att uppnå ett legitimt syfte.¹¹⁶ Vi återkommer nedan till denna bedömning som måste göras utifrån omständigheterna i det enskilda fallet.¹¹⁷

¹¹⁰ Till exempel torde idrottsliga bestämmelser som anger att alla mediebolag fritt ska ha rätt att sända idrottsevenemang betraktas som ekonomiska eftersom det finns ett stort potential för att sälja tv-rättigheter på den öppna marknaden.

¹¹¹ Se Weatherill 2006a, s. 652, 656.

¹¹² Se ovan avsnitt 1.

¹¹³ Jfr Plogell m.fl. 2009, s. 519.

¹¹⁴ Mål C-519/04 P, *Meca-Medina*, punkt 42, med hänvisning till mål C-309/99, *Wouters*, punkt 97. Se också Marknadsdomstolens beslut den 3 december 2012 i mål A/12, s. 4; MD 2012:16, punkt 140.

¹¹⁵ MD 2012:16.

¹¹⁶ Marknadsdomstolens beslut den 3 december 2012 i mål A/12.

¹¹⁷ Se nedan avsnitt 4.2.

3.3.3 Idrottsliga aktörer som företag eller företagssammanslutningar

Som diskuteras ovan omfattas både företag och företagssammanslutningar (sammanslutningar av företag) av förbudet mot konkurrensbegränsande överenskommelser. Huruvida en aktör klassificeras som företag eller företagssammanslutning saknar betydelse för den rättsliga bedömningen av en viss åtgärd.¹¹⁸ Distinktionen har dock ett visst illustrativt värde när det gäller att förstå de olika sätt på vilka idrottsliga aktörers åtgärder kan påverka konkurrensen.

En tämligen intuitiv utgångspunkt är att enskilda idrottsföreningar utgör företag i konkurrensrättslig bemärkelse. Detta var till exempel EU:s domstolars synsätt i *Piau*. Målet gällde en person, Laurent Piau, som utmanade FIFA:s bestämmelser kring spelaragenter med stöd av artikel 101 och 102 FEUF. Enligt FIFA:s regler måste spelaragenter inneha agentlicens och reglerna specificerade vad som krävs för att erhålla en sådan licens samt vilka sanktioner som kommer ifråga vid överträdelse av licenskravet. Piau menade att FIFA begränsat konkurrensen och missbrukat sin dominerande ställning genom att i reglerna uppställa vissa krav för att få vara spelaragent. Efter att FIFA vidtagit vissa förändringar beslutade kommissionen att det saknas gemenskapsintresse att vidta ytterligare åtgärd, ett beslut som Piau överklagade till Tribunalen. Tribunalen konstaterade att åtminstone vissa fotbollsklubbar är att betrakta som företag i konkurrensrättslig bemärkelse, dels genom att de bedriver professionell eller semi-professionell verksamhet, dels genom att de bedriver verksamhet som exploateras kommersiellt; att de nationella förbund som klubbarna ingår i därför är att betrakta som företags-sammanslutningar samt att FIFA som en sammanslutning av företagssammanslutningar i sin tur själv utgör en företagssammanslutning.¹¹⁹ Denna tolkning är förenlig med det bakomliggande syftet med att företagssammanslutningar jämte företag omfattas av konkurrensbestämmelserna, nämligen att förhindra företag från att kringgå förbudet mot konkurrensbegränsande överenskommelser genom att skapa en gemensam organisation.¹²⁰

Utgångspunkten bör således vara att enskilda idrottsföreningar, liksom i förekommande fall individuella idrottsutövare när de bedriver självständig verksamhet, är att betraktas som företag när de bedriver ekonomisk verksamhet och att de organisationer i vilka dessa direkt eller indirekt ingår i – inklusive men inte begränsat till nationella och internationella idrottsförbund, ligor, intresseorganisationer och team – utgör företagssammanslutningar när de tar över eller reglerar denna verksamhet.

Det förekommer emellertid även att sådana organisationer som sådana anses utgöra företag i konkurrensrättslig bemärkelse. Ett exempel på detta återfinns i det

¹¹⁸ KL 1 kap. 5 §, 2 kap. 1 §; artikel 101.1 FEUF.

¹¹⁹ Mål T-193/02, *Piau*, punkterna 69–72. Se också kommissionen, *UEFA Champions League*, punkterna 106–107 (för ett närmast identiskt resonemang kring UEFA).

¹²⁰ Se generaladvokat Légers förslag till avgörande i mål C-309/99, *Wouters*, punkt 62.

ovan diskuterade målet *MOTOE* där EU-domstolen slog fast att det grekiska motorsportförbundet utgjorde ett företag.¹²¹ På ett liknande sätt ansåg kommissionen i *FIFA World Cup 1998* att den icke-vinstdrivande organisation som franska fotbollförbundet inrättat för att organisera fotbolls-VM var ett företag i konkurrensrättslig bemärkelse.¹²²

Det är också möjligt att inom ramen för en och samma tvist tillämpa båda synsätt. I sitt förslag till avgörande i *Bosman* argumenterade generaladvokat Lenz för att de aktuella fotbollförbunden utgjorde företagssammanslutningar i konkurrensrättslig bemärkelse då det bland de idrottsföreningar som var medlemmar fanns dem som bedrev omfattande ekonomisk verksamhet, men att idrottsförbunden också var att betraktas som företag i konkurrensrättslig bemärkelse.¹²³ Detsamma var fallet i *Bundesliga* där kommissionen konstaterade att det tyska fotbollförbundet dels utgjorde en företagssammanslutning, dels ett företag i den utsträckning som den självständigt bedriver ekonomisk verksamhet.¹²⁴

3.3.4 Gemensam dominans

Som diskuteras ovan är det vid tillämpning av förbudet mot konkurrensbegränsande samarbeten irrelevant huruvida den aktör som står bakom åtgärden ifråga är att betrakta som ett företag eller en företagssammanslutning. Vid tillämpning av förbudet mot missbruk av dominerande ställning kan det dock tyckas mer relevant, i synnerhet vid bedömningen om en viss aktör har en dominerande ställning. Som utvecklas ovan är idrottsföreningar som bedriver ekonomisk verksamhet som huvudregel att betrakta som fristående företag. Överlag har de en hög grad av självständiga intressen och åtnjuter betydande autonomi i förhållande till de organisationer i vilka de ingår.¹²⁵ Samtidigt har dock idrottsföreningar också ofta tydliga och starka ekonomiska band till varandra. Det mest uppenbara exemplet på detta är professionella idrottsföreningar som är organiserade i en liga.¹²⁶ Enligt doktrinen om *gemensam dominans* kan två eller flera inbördes fristående företag som koordinerar sina åtgärder sammantaget åtnjuta en dominerande ställning om de uppträder eller agerar som en kollektiv enhet.¹²⁷

Doktrinen om gemensam dominans är av särskild relevans i en idrottslig kontext. Doktrinen tillämpning på idrottsliga förhållanden prövades av Tribunalen i det

¹²¹ Mål C-49/07, *MOTOE*, punkterna 28–29.

¹²² Kommissionen, *FIFA World Cup 1998*, punkt 65.

¹²³ Generaladvokat Lenz förslag till avgörande i mål C-415/93, *Bosman*, punkt 256.

¹²⁴ Kommissionen, *Bundesliga*, punkt 21.

¹²⁵ Se också vidare nedan avsnitt 3.5.3.

¹²⁶ Jfr Carlsson 1999, s. 57.

¹²⁷ Förenade målen T-68/89, T-77/89 och T-78/89, *Italian Flat Glass*, punkterna 358–366; förenade målen C-395/96 P & C-396/96 P, *Compagnie maritime*, punkt 36–44. Det framgår tydligt av Konkurrenslagen att två eller flera företag gemensamt agerande omfattas av förbudet. KL 1 kap. 5 §, 2 kap. 7 §. Se också t.ex. mål T-193/02, *Piau*, punkterna 68–71, 109–110; Bernitz 2015, s. 145–146.

ovan diskuterade målet *Piau* rörande FIFA:s reglering av spelaragenter inom fotboll. I det målet fann Tribunalen att "FIFA anses agera för fotbollsklubbarnas räkning" på spelarmarknaden och att klubbarna genom "[g]enomförandet av ett sådant beslut som FIFA:s reglemente om spelaragenter verksamhet... förenas på ett sådant sätt vad gäller deras agerande på en viss marknad att de uppträder som en kollektiv enhet på denna marknad i förhållande till sina konkurrenter, sina handelspartner och konsumenterna".¹²⁸

En stor mängd av de beslut och regler som fattas inom idrotten får motsvarande effekter på marknaden som FIFA:s reglemente om spelaragenter och ska bedömas enligt samma principer som i *Piau*. Det talar för att man vid en bedömning av förekomsten av en dominerande ställning som utgångspunkt kan och bör granska de idrottsföreningar som ingår i en liga eller ett förbund som ett kollektiv.

3.4 Idrottens marknader

3.4.1 Den relevanta marknaden

Vid bedömningen om en viss åtgärd är förenlig med konkurrensbestämmelserna är det nödvändigt att inledningsvis avgränsa vad som i den aktuella situationen utgör den *relevanta marknaden*. Enligt kommissionen omfattar en relevant produktmarknad "alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, sitt pris och den tilltänkta användningen av konsumenterna betraktas som utbytbara."¹²⁹

3.4.2 Idrottens upp- och nerströmsmarknader

Inledningsvis kan det noteras att de kommersiella delarna av den idrottsliga verksamheten bedrivs på ett antal sammankopplade marknader.¹³⁰ En första och i detta sammanhang central marknad är *exploateringsmarknaden* där arrangörerna av idrottslig verksamhet, huvudsakligen idrottsföreningar och idrottsförbund, exploaterar den idrottsliga verksamheten, till exempel genom att sälja biljetter, medierättigheter, sponsorrättigheter och merchandisingrättigheter, och där olika externa aktörer konkurrerar med varandra om att köpa dessa rättigheter. Kommissionens uppfattning är att den idrottsliga exploateringsmarknaden kan delas upp i tre huvudsakliga delar: (i) marknaden för tv-rättigheter, (ii) "nya

¹²⁸ Mål T-193/02, *Piau*, punkterna 112–113.

¹²⁹ Kommissionen, Tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, punkt 7.

¹³⁰ Se t.ex. Stix-Hackl & Egger 2002, s. 86–87; Generaladvokat Lenz förslag till avgörande i mål C-415/93, *Bosman*, punkterna 281–285. Jfr Kommissionen, *ENIC*, punkterna 10–12. Se också nedan Figur 3. Idrottens marknader.

mediemarknaden¹³¹ och (iii) marknaden för handel med övriga kommersiella rättigheter, till exempel sponsoravtal, leverantörsavtal och merchandising.¹³²

I förhållande till exploateringsmarknaden finns i efterföljande marknadsled en nerströmsmarknad, som kan kallas för *mediemarknaden*, där mediebolagen konkurrerar om reklamintäkter, tittare, abonnenter och så vidare.¹³³ Förhållandena på exploateringsmarknaden och mediemarknaden är nära sammankopplade. Enligt Weatherill har många av de fall som kommissionen drivit mot idrottsliga aktörer och som rör sändningsrättigheter till idrottsevenemang åtminstone delvis varit motiverade av att granska förhållandena på mediemarknaden som är kommersiellt mycket betydelsefull.¹³⁴

Exploateringsmarknaden vilar uppströms, direkt eller indirekt,¹³⁵ på *tävlingsmarknaden* där de idrottsliga aktörerna producerar den idrottsliga produkten genom att tävla mot varandra. Det finns ett starkt samband, en sorts "funktionell komplementaritet", mellan exploateringsmarknaden och tävlingsmarknaden.¹³⁶ Således kan de idrottsliga produkterna beskrivas som resultatet av en process som kräver ett visst mått av samordning¹³⁷ och som kännetecknas av viss men inte perfekt tävlingsbalans.¹³⁸

Om tävlingsmarknaden kan beskrivas som en uppströmsmarknad i förhållande till exploateringsmarknaden är *utövarmarknaden* i sin tur en uppströmsmarknad i förhållande till tävlingsmarknaden. På utövarmarknaden konkurrerar idrottsföreningar, idrottsförbund och vissa andra idrottsliga aktörer om de idrottsutövare som de behöver för att kunna bedriva en idrottsligt och kommersiellt framgångsrik verksamhet.¹³⁹

Om den något brutala beskrivningen ursäktas kan idrottsutövarna beskrivas som en "råvara" som upphandlas på utövarmarknad och förädlas på tävlingsmarknaden till en kommersiellt exploaterbar produkt som de idrottsliga aktörerna säljer till externa aktörer på exploateringsmarknaden som i sin tur använder denna kommersiellt i efterföljande marknadsled.

¹³¹ De som nämns i besluten är "3G- och UMTS-rättigheter, Internrättigheter och beställ-TV." Med hänsyn till att det som kännetecknar denna marknad är att den är under utvecklingen får dock uppräknningen betraktas som exemplifierande och inte uttömmande.

¹³² Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 56; Kommissionen, *Bundesliga*, punkt 18.

¹³³ Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 56 b).

¹³⁴ Weatherill 2007, s. 296.

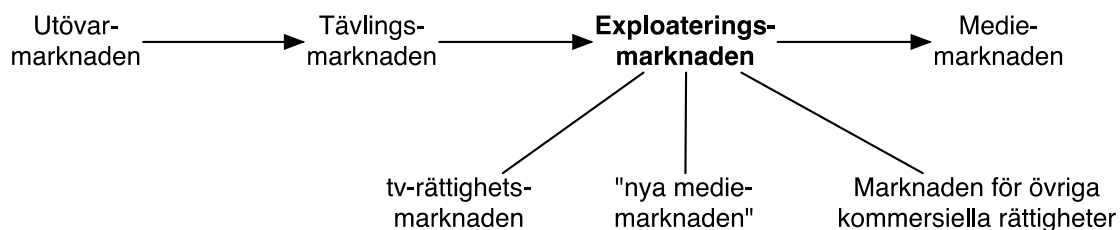
¹³⁵ Se ovan Figur 1. Exploateringsmodeller.

¹³⁶ Mål C-49/07, *MOTOE*, punkt 33. Se också MD 2012:16, punkt 130.

¹³⁷ Se också Lindholm 2014b.

¹³⁸ Stix-Hackl & Egger 2002, s. 86.

¹³⁹ Parrish 2003, s. 119; Stix-Hackl & Egger 2002, s. 85–89. Att den "råvara" som de konkurrerar om är människor inte ovanligt inom servicesektorer och utgör inte hinder för tillämpningen av artikel 101 FEUF. Stix-Hackl & Egger 2002, s. 87.

Figur 3. Idrottens marknader

Vad gäller granskningen av kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet från ett externt perspektiv fokuserar denna rapport på de idrottsliga och externa aktörernas agerande på exploateringsmarknaden.¹⁴⁰ Det är också fortsättningsvis fokus för detta avsnitt då det främst är denna marknad som kan vara svår att definiera. Det är dock viktigt att komma ihåg att de olika marknaderna är nära kopplade till varandra. Vid en granskning av kommersiell exploatering från ett internt perspektiv ligger fokus, som utvecklas nedan, framförallt på de idrottsliga aktörernas agerande på utövarmarknaden och tävlingsmarknaden.¹⁴¹

3.4.3 Produktmarknad och geografisk marknad

För att definiera den relevanta marknaden krävs dels att man gör en avgränsning avseende vissa varor eller tjänster (*produktmarknaden*), dels en geografisk avgränsning (*den geografiska marknaden*).¹⁴²

När det gäller att definiera den relevanta produktmarknaden ligger fokus framförallt på olika produkters funktionella utbytbarhet på efterfrågesidan och på utbudssidan.¹⁴³ Utgångspunkten är att varor eller tjänster konkurrerar med varandra om de i tillräcklig utsträckning kan ersätta varandra vilket, i sin tur, bedöms utifrån om de tillfredsställer samma behov hos konsumenterna. Det är således delvis en fråga om varornas och tjänsternas egenskaper. Även andra faktorer måste dock beaktas, till exempel efterfrågans och utbudets struktur.¹⁴⁴ Det är således nödvändigt att i varje enskilt fall granska marknadsförhållandena vad gäller den aktuella idrotten, evenemangstypen och rättighetstypen.¹⁴⁵ Det är dock möjligt att presentera vissa generella principer till ledning för den analysen.

En första utgångspunkt är att exploateringsmarknaden för idrottslig verksamhet som huvudregel utgör en särskild produktmarknad separat från övriga sektorer. Konsumenterna uppfattar överlag inte idrottsevenemang som utbytbara med till

¹⁴⁰ Se vidare nedan avsnitt 4.

¹⁴¹ Se vidare nedan avsnitt 5.

¹⁴² Mål 27/76, *United Brands*, punkt 10.

¹⁴³ Kommissionen, Tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, punkterna 13–23.

¹⁴⁴ Se t.ex. mål 322/81, *Michelin*, punkt 37.

¹⁴⁵ T.ex. finns det stora skillnader mellan marknaden för tv-rättigheter till OS och för sponsorrättigheter till fotboll i lägre divisioner.

exempel andra evenemang och underhållningsformer. Rättigheter till idrottsevenemang konkurrerar därför som huvudregel inte med motsvarande rättigheter inom andra sektorer. Till exempel konkurrerar inte tv-rättigheter till idrottstävlingar med tv-rättigheter till filmer och tv-serier.¹⁴⁶

Utifrån vad kommissionen upprepat i ett antal ärenden tycks det också tämligen klarlagt att vad avser produktmarknaden för rättigheter till idrottsevenemang kan en distinktion kan göras mellan olika typer av idrottsevenemang. Kommissionen har i sina beslut utgått från att rättigheterna till fotbollsevenemang som spelas regelbundet varje år med klubbtag, till exempel inom de främsta nationella divisionerna och kupperna samt UEFA:s Champions League, utgör en egen marknad, separat från rättigheterna "till fotbollsevenemang som inte hålls regelbundet och som nationella lag deltar i, till exempel världsmästerskapen eller Europamästerskapen, och som olika organisationer säljer."¹⁴⁷ Motsvarande torde gälla inom många andra idrotter. Andra beslut av kommissionen tyder på att vissa stora, internationella idrottsevenemang, så som OS, utgör sina egna produktmarknader med hänsyn till att de för konsumenterna saknar substitut.¹⁴⁸

En annan central fråga är hur exploateringsmarknaden ska avgränsas mellan olika idrotter. Det finns stöd för att fotboll utgör en från övriga idrotter egen marknad,¹⁴⁹ men även mer allmänt är en lämplig utgångspunkt att varje idrott utgör sin egen produktmarknad.¹⁵⁰ Kommissionen har i flera fall konstaterat att allmänhetens ("slutkonsumenternas") intresse för idrottslig verksamhet varierar avsevärt mellan olika idrotter och evenemang: Medan vissa idrotter och vissa idrottsevenemang lockar stort intresse är allmänhetens intresse för många idrotter och idrottsevenemang svagt.

När det gäller internationella idrottsevenemang varierar också intresset avsevärt mellan olika länder, bland annat beroende på i vilken utsträckning lag eller utövare från det aktuella landet deltar i evenemanget.¹⁵¹ År 1998 påpekade Wachmeister att den tekniska utvecklingen bidragit till att marknaderna för olika idrotter separerats,¹⁵² en utveckling som bara intensifierats under senare tid.

Den geografiska marknaden består av det "geografiska område inom vilket produkten saluförs och där konkurrensförhållandena är tillräckligt enhetliga för att

¹⁴⁶ Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 77; Kommissionen, *Newscorp/Telepiù*, punkterna 67–71. Lefever 2012, s. 108; Pietlovic 2015, s. 143.

¹⁴⁷ Kommissionen, *Newscorp/Telepiù*, punkterna 64–66, punkt 65 citerad. Se också Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 77–79.

¹⁴⁸ Kommissionen, *Eurovision*, punkt 43. Se också Kommissionen, *FIFA World Cup 1998*, punkt 68.

¹⁴⁹ Lefever 2012, s. 108. Se också t.ex. Kommissionen, *FIFA World Cup 1998*, punkt 68.

¹⁵⁰ Jfr Konkurrensverket, *TV4/C More*, punkt 36; *Board of Regents*, 468 U.S. 85 (1984) (USA).

¹⁵¹ Kommissionen, *Eurovision*, punkt 40; Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkterna 77–79. Se också Kommissionen, *Newscorp/Telepiù*, punkt 64.

¹⁵² Wachmeister 1998, punkt II.2.

man skall kunna bedöma verkan av det berörda företagens ekonomiska styrka.”¹⁵³ Beroende på graden av kommersialisering och internationalisering kan den geografiska marknaden skilja sig något åt mellan olika idrotter. Medan den geografiska marknaden för idrottslig verksamhet på lägre nivå och inom idrotter med låg grad av kommersialisering är förhållandevis liten har kommersiellt framgångsrika idrotter, vilket omfattar de idrotter där kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet framförallt förekommer, är den geografiska marknaden avsevärt mer omfattande och kan omfatta flera eller alla medlemsstater.¹⁵⁴

I många fall är dock en rimlig utgångspunkt att varje medlemsstat utgör en egen produktmarknad.¹⁵⁵ I *UEFA Champions League* ansåg kommissionen att vad gäller medierättigheter till Champions League utgör varje medlemsstat en självständig geografisk marknad för såväl exploateringsmarknaden som mediemarknaden då dessa rättigheter på grund av ”regleringssystem, språkhinder och kulturella faktorer” normalt säljs på nationell basis.¹⁵⁶ Detta resonemang är i än större utsträckning tillämpligt när det gäller den geografiska marknaden för medierättigheter till nationellt ligaspel och andra nationellt baserade idrottsevenemang.

3.5 Vem äger idrottsprodukten?

3.5.1 Tre produktionsmodeller

Det är tydligt att de idrottsliga produkterna uppstår i den idrottsliga verksamheten, antingen ur ett specifikt idrottsevenemang, till exempel när det handlar om tv-sändningsrättigheter, eller mer allmänt, till exempel när det handlar om merchandising.¹⁵⁷ Det är dock mindre uppenbart hur dessa produkter ska klassificeras rättsligt eller om de överhuvudtaget är produkter i rättsligt avseende i bemärkelsen att de åtnjuter rättsligt skydd. Att det finns betydande osäkerhet kring det rättsliga skyddet för idrottsliga produkter kan vid en första anblick framstå som märkligt då handeln med dessa produkter omsätter mycket stora belopp.

De rättsliga frågorna kring vilket rättsligt skydd de idrottsliga produkterna har, har inte ställts på sin spets i svensk rätt. De externa aktörernas obenägenhet att testa frågan kan åtminstone delvis förklaras av att de externa aktörer som köper idrottsliga produkter har ett ömsesidigt intresse av att övriga externa aktörer respekterar dessa. Vad gäller vissa exploateringsmodeller finns det dock tydliga exempel på hur externa aktörer testat det rättsliga skyddets gränser. Ett exempel på detta är så kallad ”ambush marketing” när det gäller sponsorskap. Med detta avses

¹⁵³ Mål 85/76, *Hoffman-La Roche*, punkt 11.

¹⁵⁴ Jfr- Parrish (2003), s. 119.

¹⁵⁵ Jfr Konkurrensverket, *TV4/C More*, punkt 39.

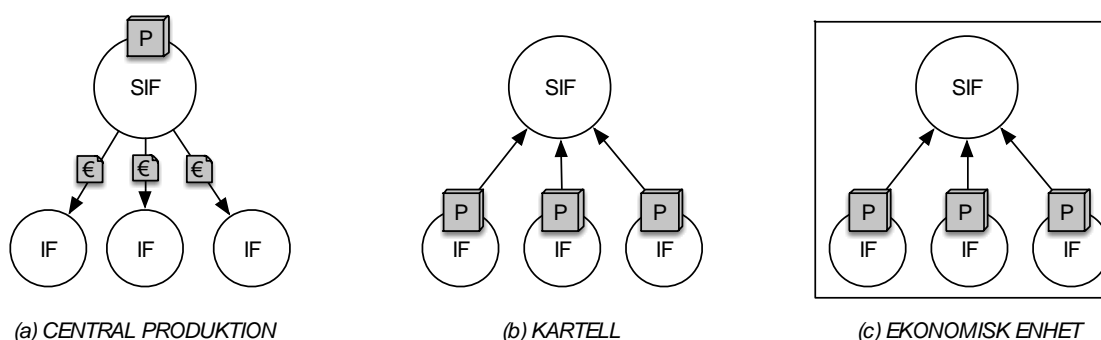
¹⁵⁶ Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 88. Se också Kommissionen, *Newscorp/Telepiú*, punkt 67–68.

¹⁵⁷ Se ovan avsnitt 1.1.

att en extern aktör utan att vara sponsor och ofta på den officiella sponsorns bekostnad associerar sig med en idrottslig verksamhet eller ett enskilt idrottsevenemang.¹⁵⁸ På ett liknande sätt har även de idrottsliga aktörerna historiskt varit obenäpna att utmana de etablerade modellerna för kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Tänkbara förklaringar till detta är att de historiskt omsatt förhållandevis låga belopp, att det funnits en stark sammanhållning och solidaritet inom idrottsrörelsen samt att det inom många idrotter finns etablerade idrottsförbund och ligor som åtnjuter avsevärd makt över de övriga idrottsliga aktörerna.¹⁵⁹

De idrottsliga produkternas rättsliga natur och vilka idrottsliga aktörer som äger dem har emellertid betydelse vid tillämpning av konkurrensrättsliga bestämmelser, vid granskning från såväl ett externt som ett internt perspektiv. Det finns framförallt tre alternativa betraktelsesätt eller produktionsmodeller, här nedan kallade central produktion, kartell och ekonomisk enhet.¹⁶⁰

Figur 4. Tre produktionsmodeller



3.5.2 Kartell eller central produktion?

Som utvecklas nedan bygger konkurrensrättsliga utmaningar av kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet i hög utsträckning på antagandet att de idrottsliga produkter som exploateras producerats på en lägre organisatorisk nivå, framförallt i de enskilda idrottsföreningarna, och därefter överlätits till en aktör som befinner sig på en högre organisatorisk nivå, främst ett specialidrottsförbund eller en liga. Denna modell, som kan beskrivas som en *kartellmodell*, är till exempel grunden för konkurrensrättsliga utmaningar av kollektiv försäljning då det annars inte finns något kollektivt med försäljning,¹⁶¹ men också för interna utmaningar.¹⁶²

Mot kartellmodellen kan uppställas en modell enligt vilken de idrottsliga produkterna uppstår hos och därför initialt tillhör de idrottsliga aktörerna på högre nivå.

¹⁵⁸ James 2013, s. 300; Gardiner m.fl. 2012, s. 329–330; Healey 2009, s. 96–99.

¹⁵⁹ Se vidare nedan avsnitt 5.

¹⁶⁰ Se nedan Figur 4. Tre produktionsmodeller.

¹⁶¹ Se nedan avsnitt 4.2.

¹⁶² Se nedan avsnitt 5.2.

Denna modell kallas här *centralproduktionsmodellen*. Medan en sådan modell framstår som uppenbart ogrundad i de flesta sektorer finns det inom idrotten särskilda omständigheter som bör beaktas. Till skillnad från andra sektorer bygger idrottssektorn på att de involverade aktörerna inte bara konkurrerar med varandra, utan också samarbetar ("coopetition").¹⁶³

Detta återspeglas i hur de idrottsliga produkterna produceras. Till exempel kan det tyckas uppenbart att den rättighet som ligger till grund för biljettförsäljning – rätten att vid tidpunkten för ett visst idrottsevenemang få tillträde till platsen där evenemanget äger rum – uppstår hos den arrangerade idrottsföreningen som ett utfall av deras förfoganderätt över den aktuella fastigheten. Den idrottsliga produkt som exploateras är dock själva evenemanget och till denna bidrar i betydande mån inte bara den arrangerande idrottsföreningen men också de som står som motståndare. Det kommersiella värdet av rätten att få tillträde till samma plats vid samma tillfälle skulle vara obefintligt om endast den arrangerande idrottsföreningen tog del.¹⁶⁴

Om man på denna grund accepterar att de idrottsliga produkterna är resultatet av en samproduktion mellan de två deltagande idrottsföreningarna framstår det i förlängningen naturligt att även acceptera att idrottsförbund eller ligor i någon mån bidragit till att skapa de idrottsliga produkterna, åtminstone om de investerat pengar och andra resurser som bidragit till den idrottsliga verksamhetens genomförande.¹⁶⁵

De idrottsliga normerna ger inte något tydligt svar på vilken av dessa två modeller som är den korrekta. Detsamma gäller på den idrottsliga sidan där svaret tycks variera från idrott till idrott, där många idrotter inte tydligt har tagit ställning och där många som tycks ta ställning inte konsekvent agerar efter en viss linje. Ett exempel på det sistnämnda återfinns inom ishockey. Till exempel måste Svenska Ishockeyförbundets (SIF) tävlingsbestämmelser förstås som att förbundet är innehavare av medierättigheterna till ishockeymatcher som anordnas av de idrottsföreningar som ingår i idrottsförbundet.¹⁶⁶ Detta skulle i så fall tala för att centralproduktionsmodellen är den riktiga.¹⁶⁷ I en tvist som uppstod kring medierättigheter till ishockeytävlingar år 2012 agerade emellertid samtliga berörda aktörer

¹⁶³ Jfr Weatherill 2006, s. 15.

¹⁶⁴ Se också ovan avsnitt 2.4; Lindholm 2014c.

¹⁶⁵ Se också Parrish & Miettinen 2008, s. 148 (samproduktionsargumentet har anförts till försvar att det inte handlar om kollektiv försäljning).

¹⁶⁶ SIF, Tävlingsbestämmelser (2013/2014), 2 kap 1 § 1 st, citerade ovan avsnitt 2.4.

¹⁶⁷ En möjlig, alternativ tolkning av tävlingsbestämmelserna skulle kunna vara att idrottsföreningarna genom sitt medlemskap underförstått överläter rättigheterna. Att tolka in en sådan ekonomisk mycket långtgående förpliktelse på basis av denna skrivelse kan dock enligt mitt förmenande starkt ifrågasättas. Jfr Hof Amsterdams dom i den 8 november 1996 i KNVB mot Feyenoord (Ned.).

utifrån att försäljning av medierättigheter förutsätter den enskilda, arrangerande idrottsföreningens samtycke.¹⁶⁸ Detta talar för att kartellmodellen är den riktiga.

Även om grunderna är otydliga framgår det också förhållandevis tydligt av befintlig praxis att såväl flera europeiska rättsordningar¹⁶⁹ liksom EU:s instanser över lag utgår från kartellmodellen. Generaladvokat Jääskinens förslag till avgörande i *UEFA mot kommissionen* är klargörande i detta sammanhang. Målet gällde huruvida Storbritannien agerat i strid med EU-rätten när den utnyttjat den möjlighet som sekundärrätten ger medlemsstaterna att säkerställa allmänhetens tillgång till tv-sändningar från idrottsevenemang av särskild vikt för samhället. Storbritannien hade bestämt att detta bland annat skulle omfatta hela slutspelet i fotbolls-EM. En av de frågor som var föremål för prövning i målet var om Storbritannien genom sitt agerande kränkt FIFA:s och UEFA:s äganderätt till rättigheterna till sina idrottsevenemang, en rättighet som bland annat skyddas av Europakonventionen och EU:s rättighetsstadga. I sitt förslag till avgörande konstaterar Jääskininen att när det gäller kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet finns det inte "något skydd i sig som omfattas av begreppet äganderätt som de ovannämnda organisationerna kan erhålla" utan att UEFA:s och FIFA:s skapat sin ställning genom "att dels sluta avtal med bland annat idrottsutövarna, åskådarna, idrottsklubbarna och programföretagen, dels kontrollera tillträdet till idrottsarenorna, vilket är en följd av att avtal har ingåtts med deras ägare, och att kontrollera därtill knuten utrustning."¹⁷⁰

Det är inte uteslutet att den överordnade organisationen i egenskap av medarrangör också skulle kunna göra anspråk på ett delägarskap till rättigheterna.¹⁷¹ I *UEFA Champions League* avvisar dock kommissionen att ett sådant delägarskap har relevans för den konkurrensrättsliga bedömningen. Även om idrottsföreningarna och idrottsförbundet eller ligan är delägare till rättigheterna omfattas enligt kommissionen avtal dem emellan av konkurrensbestämmelserna om det inte handlar om ett avtal som är "nödvändigt för att framställa en producerad enhet", vilket det inte var fråga om i det aktuella fallet.¹⁷² Detsamma torde gälla merparten av de avtal, regler, bestämmelser och andra civilrättsliga åtaganden som reglerar kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet.

¹⁶⁸ Tvisten beskrivs närmare nedan avsnitt 5.3.3.

¹⁶⁹ Se t.ex. Bundesgerichtshofs dom den 11 december 1997 i DFB m.fl. mot Bundeskartellamt, KVR 7/96, BGHZ 137, 297 (Ty.); Hof Amsterdams dom i den 8 november 1996 i KNVB mot Feyenoord (Ned.).

¹⁷⁰ Generaladvokat Jääskinens förslag till avgörande i mål C-201/11, *UEFA mot kommissionen*, punkt 40.

¹⁷¹ Jfr Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 122. En av slutsatserna i denna rapport är att det ur konkurrensrättsligt perspektiv vore att föredra om de idrottsliga aktörerna under så jämlika förhållanden som möjligt träffade explicita överenskommelser kring detta. Se vidare nedan avsnitt 5.6.

¹⁷² Ibid. punkterna 121–124.

3.5.3 Ekonomisk enhet

En med diskussionen i föregående avsnitt relaterad fråga är i vad mån den så kallade *ekonomiska enhetens princip* kan tillämpas för att försvara ett samarbete kring kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Enligt denna princip, som delar vissa drag med det ovan diskuterade konceptet gemensam dominans,¹⁷³ faller överenskommelser mellan företag som ingår i en och samma ekonomiska enhet utanför förbudet mot konkurrensbegränsande avtal. För att detta ska vara fallet krävs dock att de aktuella företagen "i praktiken inte har någon inbördes ekonomisk frihet".¹⁷⁴ Principen om ekonomisk enhet är främst tillämplig i koncerner och snarlika organisationer där de ingående företagen är självständiga juridiska personer men i praktiken saknar möjlighet att fatta självständiga beslut, något som till exempel är fallet med helägda dotterbolag som är skyldiga att följa ägardirektiv.

Med hänsyn till att idrottsutövare och idrottsföreningar i stor utsträckning är beroende och påverkas av beslut och bestämmelser på förbunds nivå och liganivå¹⁷⁵ kan det tyckas naturligt om den ekonomiska enhetens princip var tillämplig på idrottsliga förhållanden. I *Bilspportmålet* prövar också Marknadsdomstolen om de idrottsföreningar som ingår i Svenska Bilspportförbundet (SBF) ska betraktas som en ekonomisk enhet. Marknadsdomstolen konstaterar därvid att de idrottsföreningar som ingår i SBF har egna stadgar, egen styrelse, egen ekonomi och omfattande frihet att välja vilken verksamhet de ska bedriva. Marknadsdomstolen lägger också vikt vid att idrottsföreningarna, till skillnad från dotterbolag i koncerner, kan lämna idrottsförbundet när de vill. Av dessa skäl konstaterar domstolen att den ekonomiska enhetens princip inte är tillämplig på SBF.¹⁷⁶ Motsvarande torde gälla för andra idrotter och idrottsförbund samt liknande organisationer. Det kan i detta sammanhang noteras att USA:s högsta domstol kommer fram till i princip samma slutsats i *American Needle* vad gäller tillämpningen av motsvarande rättsregel i amerikansk konkurrensrätt på NFL, den amerikanska professionella ligan i amerikansk fotboll.¹⁷⁷

¹⁷³ Se ovan avsnitt 3.3.4.

¹⁷⁴ Prop. 1992/93:56 s. 85. Se också MD 1997:8.

¹⁷⁵ Se vidare nedan avsnitt 5.

¹⁷⁶ MD 2012:16, punkterna 86–87.

¹⁷⁷ *American Needle*, 560 U.S. 183 (2010) (USA).

4 Kommersiell exploatering från ett externt perspektiv

4.1 När kommersiell exploatering blir konkurrensrättsligt problematisk

Det finns inga konkurrensproblem i sig med att idrottsliga aktörer exploaterar den idrottsliga verksamheten kommersiellt. Däremot kännetecknas de sätt på vilka denna exploatering vanligen går till av tre företeelser som är konkurrensrättsligt problematiska.¹⁷⁸ Som utvecklas nedan är dessa företeelser nära förknippade med varandra och delvis konsekvenser av varandra.

För det första är det inom många idrotter vanligt att ett antal rättigheter som har anknytning till den idrottsliga verksamheten läggs samman och säljs som ett paket av ett centralt organ, till exempel ett specialidrottsförbund eller en ligaföreträdare.¹⁷⁹ Två exempel på detta är att ett företag köper rätten att vara huvudsponsor för en hel liga och att ett mediebolag köper upp tv-sändningsrättigheterna till samtliga matcher i en liga. Nedan granskas i vad mån denna typ av agerande, som i denna rapport kallas för *kollektiv försäljning*, är förenlig med förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete (se avsnitt 4.2).

För det andra förekommer det att köparna av idrottsliga rättigheter på ett sätt som liknar säljarna slår sig samman för att köpa idrottsliga rättigheter och därefter fördela dessa mellan sig. Till exempel kan mediebolag slå sig samman för att kollektivt köpa tv-rättigheter till vissa idrottsevenemang. Som utvecklas nedan väcker denna affärsmodell, *kollektivt inköp*, i princip samma konkurrensrättsliga frågeställningar som kollektiv försäljning (se avsnitt 4.3).

För det tredje säljs idrottsliga rättigheter ofta på exklusiv basis, det vill säga att köparen får *exklusiva rättigheter* till den aktuella idrottsprodukten. Försäljning på exklusiv basis är inte i sig förbjudet, men som utvecklas nedan bidrar exklusiviteten till att försvaga konkurrensen på marknaden. Vidare kan det bidra till att förstärka de nationella marknaderna och försämra villkoren för konsumenterna (se avsnitt 4.4).

¹⁷⁸ Weatherill 2006, s. 12.

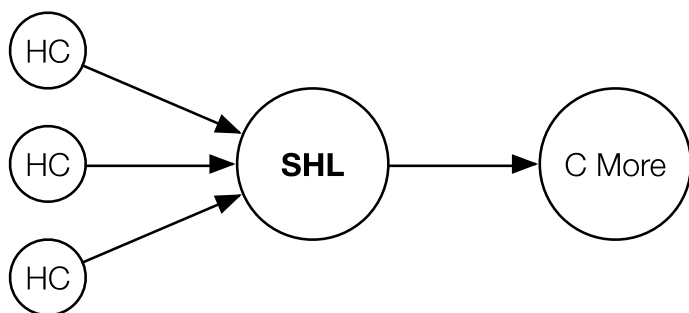
¹⁷⁹ Se också ovan avsnitt 2.4.

4.2 Kollektiv försäljning

4.2.1 Kollektiv försäljning som affärsmodell

Liksom i andra länder¹⁸⁰ är det i Sverige vanligt att en grupp av idrottsliga aktörer, framförallt idrottsföreningar, direkt eller indirekt överlåter vissa eller samtliga kommersiellt exploaterbara rättigheter som hör samman med deras idrottsliga verksamhet till en aktör som kollektivt marknadsför och försäljer dessa rättigheter å överlåtarnas vägnar. Ett exempel på detta återfinns inom svensk ishockey där de ishockeyföreningar som spelar i den högsta svenska serien, SHL, överlätit åt ett gemensamt ägt aktiebolag, SHL AB, att tillvarata föreningarnas "gemensamma sportsliga och kommersiella intressen och hanterar bland annat radio- och tv-rättigheter samt ett antal för klubbarna gemensamma huvudsponsorskap."¹⁸¹ I denna egenskap har SHL AB bland annat sålt tv-rättigheterna till samtliga SHL-matcher till mediekoncernen C More.¹⁸²

Figur 5. SHL och C More



Frågan om kollektiv försäljning av idrottsliga rättigheter är förenligt med konkurrensrätten har inte explicit och direkt prövats av svenska domstolar. Däremot är det sannolikt det spörsmål åt vilket kommissionen ägnat störst uppmärksamhet när det gäller konkurrensrättsliga aspekter av kommersiell exploatering av idrottsverksamhet. Kommissionen har i ett antal ärenden behandlat frågor om kollektiv försäljning av idrottsliga rättigheter och framförallt tv-rättigheter. Två av de mest betydande ärendena, *UEFA Champions League* och *Bundesliga*, diskuteras återkommande i detta avsnitt och det är därför lämpligt att här kort redogöra för bakgrunden till de två ärendena.

Bakgrunden till *UEFA Champions League* var att UEFA år 1999 ansökte om ett undantag från förbudet mot konkurrensbegränsande avtal, enligt det stadgande som nu motsvaras av artikel 101.3 FEUF, för den modell som den tillämpade för

¹⁸⁰ Se t.ex. Kommissionen, *Bundesliga* (angående fotboll i Tyskland); *NFL Properties v. Dallas Cowboys*, 922 F.Supp. 849 (S.D.N.Y. 1996) (USA) (angående amerikansk fotboll i USA); Wachtmeister 1998, punkt IV.1; Weatheril 2006, s. 15.

¹⁸¹ SHL, Om SHL AB, tillgänglig på <http://www.shl.se/om-shl/om-shl-ab>.

¹⁸² Se nedan Figur 5. SHL och C More.

försäljning av rättigheter till fotbollsturneringen Champions League och det efterföljande utnyttjandet av dessa rättigheter. Dessa rättigheter omfattade tv-rättigheter och andra medierättigheter, men också sponsorrättigheter och merchandisingrättigheter. Denna modell upprätthölls genom dels UEFA:s regler och bestämmelser i förhållande till de deltagande fotbollsklubbarna, dels de standardiserade avtal som UEFA ingick med olika externa aktörer. UEFA fick avslag på sin ansökan och kommissionen konstaterade att UEFA:s modell stod i strid med artikel 101 FEUF.¹⁸³

På ett liknande sätt hade kommissionen i *Bundesliga* att ta ställning till den modell som det tyska fotbollförbundet, DFB (Deutscher Fußballbund), tillämpade vid exploatering av medierättigheterna till matcherna i den tyska herrfotbollens två högsta divisioner. Liksom UEFA i *UEFA Champions League* ansökte DFB om ett undantag från förbudet mot konkurrensbegränsande överenskommelser enligt det som numera är artikel 101.3 FEUF. Efter att DFB vidtagit vissa förändringar av sin exploateringsmodell fann kommissionen att den var förenlig med artikel 101 FEUF.¹⁸⁴

Att det överhuvudtaget ska kunna vara fråga om kollektiv försäljning förutsätter att de rättigheter som försäljs tillhör de enskilda medlemmar som slutit sig samman. Som diskuterats ovan är det inte helt självklart att så verkligen är fallet. Utgångspunkten för diskussionen nedan är emellertid att de kommersiellt exploaterbara rättigheter som uppstår ur idrottslig verksamhet som huvudregel tillhör den eller de idrottsliga aktörer som arrangerar den idrottsliga verksamheten och vad gäller nationella idrottsevenemang är detta i normalfallet enskilda idrottsföreningar.¹⁸⁵ Givet denna utgångspunkt bör de idrottsliga aktörer på högre organisatorisk nivå som i normalfallet står som försäljare av rättigheterna, i en svensk kontext framförallt specialidrottsförbund och ligor på högre nivå betraktas som säljarkarteller.

4.2.2 Kollektiv försäljning är konkurrensbegränsande

Enligt kommissionen finns det ur ett konkurrensperspektiv uppenbara negativa effekter med kollektiv försäljning av idrottsliga rättigheter. Det finns i huvudsak fem argument för varför kollektiv försäljning har en konkurrensbegränsande effekt eller ett konkurrensbegränsande syfte. För det första leder kollektiv försäljning till att de externa aktörer som köper rättigheterna måste ha större ekonomiska resurser, om inte annat helt enkelt eftersom de paket av rättigheter som säljs är mer omfattande. Det innebär att vissa externa aktörer inte har ekonomiska möjligheter att konkurrera om dessa rättigheter vilket därmed leder till minskad konkurrens och på sikt ökad koncentration, till exempel bland mediebolag på

¹⁸³ Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkterna 18–19.

¹⁸⁴ Kommissionen, *Bundesliga*.

¹⁸⁵ Se ovan avsnitt 3.5.

mediemarknaden. För det andra får det faktum att det framförallt är stora, kommersiella externa aktörer som har möjlighet att konkurrera om kollektivt försålda rättigheter, till exempel stora betal-tv-bolag, negativa effekter för konsumenterna som får tillgång till ett smalare utbud eller, i värsta fall, inget utbud alls. För det tredje kan kollektiv försäljning av ett stort antal rättigheter till en enskild köpare medföra att ett antal av de sålda rättigheterna förblir outnyttjade. Till exempel kan det vara svårt eller ointressant för ett tv-bolag som köpt tv-rättigheterna till en hel liga att visa samtliga matcher i sina kanaler. För det fjärde kan kollektiv försäljning medföra att en stor del av den kommersiella verksamheten koncentreras till vissa idrotter till nackdel för övriga idrotters utveckling. För det femte och avslutningsvis kan kollektiv försäljning innebära att den kommersiella utvecklingen av utnyttjandet av dessa rättigheter begränsas då de externa aktörer som köpt samtliga rättigheter har få eller inga konkurrenter.¹⁸⁶

Kommissionen har fått kritik för att ha en alltför generös och delvis inkonsekvent inställning till kollektiv försäljning av idrottsliga rättigheter.¹⁸⁷ Att kollektiv försäljning i ett första led av analys utgör en konkurrensbegränsning är dock tämligen klart.¹⁸⁸ I *FA Premier League* ansåg kommissionen att kollektiv försäljning är "liktydigt med att fastställa försäljningspriser" vilket är ett av de i fördragen särskilt uppräknade exemplen på konkurrensbegränsande överenskommelser.¹⁸⁹ Likaså konstaterade kommissionen i *UEFA Champions League* att UEFA genom att förhindra de enskilda deltagande fotbollsklubbarna från att sälja tv-rättigheterna till sina respektive matcher satt konkurrensen ur spel. Det kollektiva försäljningsarrangemanget leder till enhetliga priser i jämförelse med om försäljningsvillkoren sattes av enskilda fotbollsklubbar som oberoende av och i konkurrens med varandra sålde rättigheterna till sina egna matcher.¹⁹⁰ På ett liknande sätt ansåg kommissionen i *Bundesliga* att den kollektiva försäljningen begränsade konkurrensen mellan de enskilda fotbollsklubbarna när det gäller kommersiell försäljning av sändningsrättigheter.¹⁹¹

4.2.3 En rättsligt acceptabel modell för kollektiv försäljning

Ett antal argument har anförts för att rättfärdiga de idrottsliga aktörernas kollektiva försäljning vid kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. För det första har det hävdats att kollektiv försäljning reducerar transaktionskostnader, såväl för

¹⁸⁶ Se Kommissionen, *FA Premier League*; Kommissionen, *Broadcasting of Sports Events and Competition Law*; Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkterna 19, 116. Se också Parlasca 2006; Parrish & Miettinen 2008, s. 151–152.

¹⁸⁷ Se t.ex. Massey 2007; Parrish & Miettinen 2008, s. 151–152, och där återgivna källor; Weatherill 2007, särskilt s. 315–317.

¹⁸⁸ Jfr Parlasca 2006, s. 727 ("The collective selling of football television rights to league matches constitutes a 'hard-core' cartel"); Wachtmeister 1998, punkt IV.7.

¹⁸⁹ Kommissionen, *FA Premier League*.

¹⁹⁰ Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkt 114.

¹⁹¹ Kommissionen, *Bundesliga*, punkt 1.

de idrottsliga aktörerna som för de som köper rättigheterna. För det andra skapar kollektiv försäljning säkrare förutsättningar för de som köper rättigheterna vad gäller vad de köper, särskilt vid försäljning av rättigheter som är knutna till stora turneringar, och detta gör att marknaden fungerar på ett mer effektivt sätt och att köparna investerar mer i själva exploateringen. För det tredje leder kollektiv försäljning till fördelar för konsumenterna som till följd av modellen kan ta del av ett antal relaterade idrottsliga evenemang från en enda källa. För det fjärde har det hävdats att kollektiv försäljning gör det möjligt för den kollektiva försäljaren, i normalfallet ett idrottsförbund eller en liga, att bygga upp och bevara varumärken.

Vissa menar också att kollektiv försäljning kan rättfärdigas med att det bidrar till att uppfylla viktiga sociala hänsyn. Grunden för detta påstående är att intäkterna från den kollektiva försäljningen, som framförallt bedrivs av idrottsliga aktörer på högre nivå genom olika mekanismer direkt och indirekt fördelas till idrottsliga aktörer på lägre, kommersiellt mindre framgångsrik nivå där de bland annat används för att finansiera ungdomsidrott. Sådana fördelningssystem kallas ibland kollektivt för vertikala solidaritetsmekanismer.¹⁹² Uttalanden av kommissionen till trots¹⁹³ har det i doktrinen framförts goda argument varför argument kring idrottens vertikala solidaritetsmekanismer inte kan beaktas när det gäller huruvida kollektiv försäljning kan rättfärdigas enligt artikel 101.3 FEUF. Till exempel Weatherill är skeptisk och påpekar att de specifika kriterier som anges i denna fördragsartikel helt enkelt inte ger utrymme för att beakta sådana faktorer.¹⁹⁴

Detta innebär dock inte att kollektiv försäljning av idrottsliga rättigheter aldrig kan rättfärdigas. Som nämns ovan har kommissionen drivit ett antal konkurrensrättsliga ärenden kring kollektiv försäljning av medierättigheter till idrottslig verksamhet. I de flesta ärenden har dock parterna kunnat presentera kommersialiseringsmodeller som enligt kommissionen är förenliga med artikel 101 FEUF.¹⁹⁵ Av denna praxis att döma tycks det alltså vara möjligt att bedriva kollektiv försäljning av rättigheter med koppling till idrottslig verksamhet på ett sätt som är förenligt med EU:s konkurrensrättsliga bestämmelser och det saknas anledning att göra en annan bedömning utifrån svenska bestämmelser. Vidare ger kommissionens praxis på detta område viss vägledning kring vilka krav som måste vara uppfyllda för att en exploateringsmodell ska vara förenlig med konkurrensbestämmelserna.

Inledningsvis är det dock viktigt att komma ihåg att kollektiv försäljning av idrottsliga rättigheter, som diskuteras ovan, är att betrakta som en konkurrensbegränsande överenskommelse. Idrottsliga aktörer bör därför i möjligaste mån undvika kollektiv försäljning. Om detta inte är möjligt bör de för att kunna

¹⁹² Massey 2007, s. 88; McAuley 2004, s. 373; Parrish & Miettinen 2008, s. 147–148.

¹⁹³ Se Parrish & Miettinen 2008, s. 155 (återgivning av tidigare kommissionären Mario Montis tal den 26 februari 2001).

¹⁹⁴ Weatherill 2006, s. 20.

¹⁹⁵ Se t.ex. Kommissionen, *FA Premier League*; Kommissionen, *UEFA Champions League*; Kommissionen, *Bundesliga*.

rättfärdiga den konkurrensbegränsning som sådan kollektiv försäljning innebär vidta åtgärder för att minska dess konkurrensbegränsande effekter.

Ett första och tämligen centralt krav för att en försäljningsmodell med kollektiv försäljning av rättigheter ska vara rättsligt acceptabel är att den är föremål för öppen budgivning. Med hänsyn till de omfattande effekter som förhållanden på exploateringsmarknaden får på nerströmsmarknader¹⁹⁶ kan kollektiv försäljning av idrottsliga rättigheter knappast godtas som förenlig med konkurrensbestämmelserna om inte potentiella externa aktörer tillåts öppet konkurrera om rättigheterna utifrån objektiva och transparenta kriterier. Detta tycks också vara det sätt på vilket försäljning normalt går till i Sverige.¹⁹⁷

En återkommande strategi för att uppnå en försäljningsmodell som är förenlig med konkurrensbestämmelserna är dela upp rättigheterna i mindre paket för att på så sätt underlätta för fler aktörer att bjuda på dessa. Dessa paket bör vara av sådan storlek och innehåll att det faktiskt är möjligt för flera aktörer att konkurrera om rättigheterna. En sådan lösning användes till exempel framgångsrik av DFB i *Bundesliga* där medierättigheterna till Bundesliga delades upp i nio paket av varierande storlek, idrottslig nivå, tidpunkt för återgivning i förhållande till själva idrottsevenemanget (grad av live- eller eftersändning), hela matcher respektive höjdpunkter samt olika former av media.¹⁹⁸

Vid utformandet av en exploateringsmodell bör de idrottsliga aktörerna också överväga i vad mån det är nödvändigt att samtliga rättigheter säljs kollektivt. En faktor som bidrog till att kommissionen accepterade exploateringsmodellen i *Bundesliga* var att de enskilda idrottsföreningarna själva fick försälja vissa rättigheter, däribland rättigheterna att efter matchernas avslutande återge dessa på tv och radio samt sådana rättigheter som inte utnyttjats. På detta sätt hade parterna introducerat ett visst mått av konkurrens mellan idrottsförbundet och idrottsföreningarna.¹⁹⁹

Kontraktstiden har också betydelse. Försäljningsmodeller där rättigheterna upplåts under långa perioder har varit svårare att rättfärdiga än sådana med korta perioder.²⁰⁰

Sammanfattningsvis bör alltså de idrottsliga aktörerna, för att kunna rättfärdiga den konkurrensbegränsning som kollektiv försäljning innebär, (i) begränsa det till de rättigheter där kollektiv försäljning är nödvändigt; (ii) dela upp rättigheterna i individuella paket så att så många köpare som möjligt kan konkurrera om att bjuda

¹⁹⁶ Se ovan avsnitt 3.4.

¹⁹⁷ Konkurrensverket, *TV4/C More*, punkterna 31–32.

¹⁹⁸ Kommissionen, *Bundesliga*, punkterna 27–29. Se också McAuley 2004, s. 376–377 (angående *FA Premier League*).

¹⁹⁹ Kommissionen, *Bundesliga*, punkterna 30–33, 41.

²⁰⁰ Se också vidare nedan avsnitt 4.4.1.

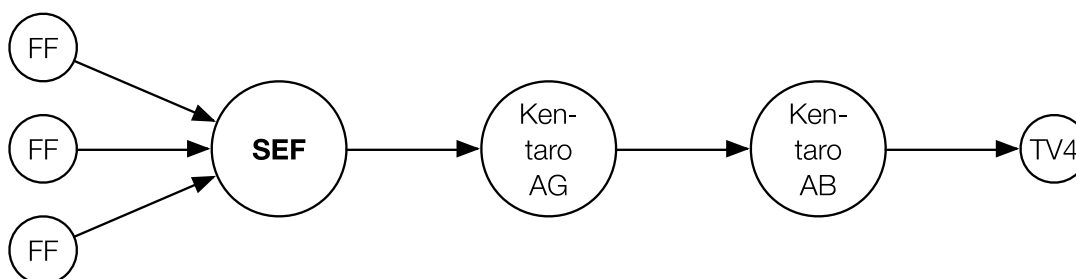
på dem; (iii) sälja dessa paket genom öppna och transparenta budgivningar samt (iv) sälja rättigheterna på korta avtalsperioder.²⁰¹

4.3 Kollektivt inköp

Kollektivt agerande förekommer även på inköpsidan, det vill säga att externa aktörer går samman för att köpa kommersiella rättigheter till idrottsevenemang. Kollektivt inköp kan delvis uppfattas som en konsekvens av att det förekommer kollektiv försäljning och om kollektiv försäljning beivras kommer sannolikt också behovet av kollektivt inköp att minska.²⁰² I denna rapport betraktas dock kollektivt inköp huvudsakligen som ett självständigt konkurrensrättsligt problem.

I praktiken är kollektiva inköp förhållandevis ovanliga och detta är även sant i en idrottslig kontext.²⁰³ En vanligare företeelse är att ett självständigt företag med stora ekonomiska resurser köper samtliga rättigheter i syfte att helt eller delvis överlåta dessa rättigheter vidare till andra aktörer, ofta på territoriell basis. En sådan situation innebär att externa aktörer som är intresserade av att faktiskt utnyttja rättigheterna endast kan köpa dessa från en säljare. Denna modell har till exempel förekommit inom svensk fotboll där de trettiofyra klubbar som spelar i de två högsta serierna (Allsvenskan och Superettan) i första ledet överlåter medierättigheterna till de matcher som ingår i serierna till en samägd förening, Svensk Elitfotboll (SEF).²⁰⁴ År 2006 sålde SEF tv-rättigheterna till ett schweiziskt bolag, Kentaro AG, som via ett svenskt dotterbolag, Kentaro AB, sålde dem vidare till mediebolag som faktiskt använde dem för att sända fotbollsmatcher.²⁰⁵

Figur 6. SEF och Kentaro



Att externa aktörer kollektivt köper idrottsliga rättigheter kan enligt kommissionen utgöra en otillåten konkurrensbegränsning genom att konkurrerande, icke-deltagande externa aktörer utestängs eller att produktionen begränsas. Samma faktorer som gör idrottsliga rättigheter attraktiva för externa aktörer medför att

²⁰¹ Se också Hatton m.fl. 2007, s. 348–349; Pijetlovic 2015, s. 146; Weatherill 2006, s. 18. Se också vidare nedan avsnitt 4.4.

²⁰² Jfr Castendyk m.fl. 2008, s. 145; Wachtmeister 1998, punkt VI.3.

²⁰³ Se dock omedelbart nedan angående Eurovision.

²⁰⁴ Jfr omedelbart ovan angående SHL.

²⁰⁵ Se nedan Figur 6. SEF och Kentaro.

kollektivt inköp av sådana rättigheter kan få stora konsekvenser på konkurrensen i efterföljande marknadsled.²⁰⁶ Ett exempel på detta är medierättigheter till idrotts-evenemang. Möjligheten att på tv återge idrottsevenemang som allmänheten har ett stort intresse för har stor betydelse för tv-bolag när det gäller att locka tittare till sina tv-kanaler,²⁰⁷ och detta ökar i betydelse i takt med den tekniska utvecklingen. Det mediebolag som till följd av kollektivt inköp får svårare att förvärva sändningsrättigheter kan i förlängningen få svårt att konkurrera på mediemarknaden.²⁰⁸ De negativa effekterna av kollektivt inköp är framförallt påtagliga vid försäljning av exklusiva rättigheter.²⁰⁹ I en situation där marknaden för att köpa sådana rättigheter domineras av en stor aktör kan det också utgöra missbruk av dominerande ställning,²¹⁰ men detta tycks inte vara situationen på den svenska marknaden i dag.

I EU-rättslig praxis har de konkurrensrättsliga aspekterna av kollektivt inköp i första hand utvecklats genom de europeiska instansernas granskning av det samarbete kring kollektivt köp av sändningsrättigheter inom ramen för organisationen EBU (European Broadcasting Union), här kallat för *EBU-ärendet*. EBU är en sammanslutning av europeiska mediebolag, framförallt sådana som är verksamma inom public service, som bland annat bedriver Eurovision-systemet, ett program för kollektivt inköp och utbyte av sändningsrättigheter. Systemets huvudsakliga fördelar är att det underlättar och förbilligar mediebolagens verksamhet och ger konsumenterna ett större och bättre utbud. Samtidigt ger systemet konkurrensfördelar till de mediebolag som är medlemmar i EBU jämfört med de mediebolag som står utanför.²¹¹

År 1989 ansökte EBU om ett undantag enligt artikel 101.3 FEUF för deras interna bestämmelser kring förvärv av tv-rättigheter. Efter fyra år och omfattande förhandlingar beviljade kommissionen ett sådant undantag. Kommissionen konstaterade att system med kollektivt inköp av sändningsrättigheter, såsom Eurovision-systemet, har till både syfte och effekt att begränsa konkurrensen mellan de deltagande medlemmarna som annars skulle konkurrera om rättigheterna. Det stör också konkurrensen i förhållande till icke-medlemmar vilka inte åtnjuter fördelarna med samarbetet och som får svårt att matcha kollektivets resurser.²¹² Kommissionen ansåg dock att det aktuella systemet kunde rättfärdigas med hänsyn till att restriktionerna var nödvändiga för att uppnå de positiva effekter i programutbud som systemet innebar och som i slutändan kom

²⁰⁶ Angående dessa marknadsled, se ovan avsnitt 3.4.2.

²⁰⁷ Se Konkurrensverket, *TV4/C More*, punkterna 34–35.

²⁰⁸ Kommissionen, *The EU and Sport*, punkt 3.1.4 i annex 1.

²⁰⁹ Se vidare nedan avsnitt 4.4.

²¹⁰ Kommissionen, *The EU and Sport*, punkt 3.1.4 i annex 1.

²¹¹ Se Kommission, *Eurovision I*.

²¹² *Ibid.* punkterna 47–51.

konsumenterna tillgodo. Av avgörande betydelse var emellertid att EBU även gav icke-medlemmar vissa möjligheter att licensiera rättigheter.²¹³

Kommissionens beslut överklagades till Tribunalen av ett antal mediebolag som inte ingick i EBU. I sitt avgörande år 1996 underkände Tribunalen kommissionens tillämpning av artikel 101.3 FEUF på den grunden att den brustit i sin granskning om EBU:s begränsningar av vilka som får bli medlemmar var objektivt motiverade och tillämpades på ett enhetligt och icke-diskriminerande sätt, bland annat eftersom ett kommersiellt mediebolag accepterats som medlem.²¹⁴ Ärendet gick således tillbaka till kommissionen. Efter att EBU ändrat sina regler om medlemskap och utslutit det aktuella kommersiella mediebolaget beviljade kommissionen år 2000 på nytt ett undantag²¹⁵ som därefter på nytt blev underkänt av Tribunalen.²¹⁶

Av EBU-ärendet framgår för det första att kollektivt inköp på samma sätt som kollektiv försäljning i normalfallet utgör ett konkurrensbegränsande samarbete. Det är också tydligt att ett rättfärdigande av ett sådant samarbete förutsätter att kollektivet har transparenta, objektiva och konsekventa regler för medlemskap samt att de i möjligaste mån tillåter icke-deltagande aktörer att i sin tur licensiera rättigheter.²¹⁷

4.4 Exklusiva rättigheter

4.4.1 Allmänt om exklusiva rättigheter

Vid kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet som involverar att idrottsliga aktörer säljer rättigheter till externa aktörer är det mycket vanligt att de senare förvärvar exklusiva rättigheter. Med exklusiva rättigheter avses att de senare får ensamt tillstånd att utnyttja de aktuella rättigheterna, åtminstone inom ett visst geografiskt område. Det är till exempel vanligt när det gäller försäljning av huvudsponsorskap och medierättigheter. En av anledningarna till att externa aktörer är beredda att betala omfattande belopp för idrottsliga rättigheter är, som diskuteras på flera ställen ovan, att det i väldigt liten utsträckning finns realistiska substitut för konsumenterna. Till exempel är den som vill se en fotbollsmatch mellan två specifika lag sällan beredd att se en annan fotbollsmatch eller en annan idrottstävling bara för att de senare är billigare eller mer lättillgängliga. Denna omständighet medför att det är särskilt värdefullt för externa aktörer att erhålla exklusiva kommersiella rättigheter till idrottslig verksamhet och de är därför också beredda att betala en premie för att erhålla sådana exklusiva rättigheter. Försäljning

²¹³ Ibid. punkterna 58–79.

²¹⁴ Förenade målen T-528/93, T-542/93, T-543/93 & T-546/93, *Métropole*.

²¹⁵ Kommissionen, *Eurovision II*.

²¹⁶ Förenade målen T-185/00, T-216/00, T-299/00 & T-300/00, *M6*.

²¹⁷ Se också Hatton m.fl. 2007, s. 347; Weatherill 2014, s. 336–337.

av exklusiva rättigheter är också attraktivt för de idrottsliga aktörerna då de får mer betalt för att sälja rättigheterna exklusivt till en extern aktör än om de sålde till flera.²¹⁸

Ur ett konkurrensperspektiv är försäljning av exklusiva rättigheter mindre lämpligt än försäljning av icke-exklusiva rättigheter och framstår prima facie som en konkurrensbegränsning. Genom att förvärva exklusiva rättigheter kan den externa aktör som förvärvar rättigheterna allvarligt försvåra för andra, konkurrerande externa aktörer från att komma in på den relevanta marknaden.²¹⁹ Det förekommer, å andra sidan, även argument för att försäljning av exklusiva rättigheter kan ha konkurrensfördelar. Enligt ett synsätt kan försäljning av exklusiva rättigheter medföra hårdare konkurrens mellan de externa aktörer som vill köpa rättigheterna och detta leder på sikt till fördelar för konsumenterna.²²⁰ Vidare kan den aktör som köper rättigheterna med större säkerhet investera i hur dessa utnyttjas vilket också medföra fördelar för konsumenterna.²²¹

Det står klart att förekomsten av exklusivitetsvillkor inte i sig är tillräckligt för att ett avtal ska anses ha konkurrensbegränsande syfte eller effekt.²²² Särskilt inom idrottssektorn är det en väletablerad praxis att rättigheter säljs på exklusiv basis och detta är inte i sig i strid med konkurrensrätten.²²³ Detta måste i stället bedömas utifrån ett antal faktorer.

Av kommissionens praxis att döma är kontraktperioden en första, central faktor som måste beaktas vid en konkurrensrättslig bedömning av försäljning av exklusiva rättigheter. När rättigheter försäljs på exklusiv basis över långa perioder riskerar konkurrenter att slås ut från marknaden och avtal med exklusivitet som sträcker sig över långa perioder riskerar därför i större utsträckning än avtal över kortare perioder att leda till att konkurrensen på marknaden på sikt försvagas. Försäljning av exklusiva rättigheter över långa perioder torde därför som regel utgöra en otillåten konkurrensbegränsning.

Var gränsen går, mer exakt, är svårt att avgöra och det är nödvändigt att beakta de individuella omständigheterna i situationen. Till exempel är det naturligt att rättigheter till olympiska spelen säljs på en fyraårsbasis.²²⁴ I allmänhet tycks det dock klart att kontraktperioder på sju år är ytterst tveksamma ur konkurrensrättslig synpunkt.²²⁵ I ett fall fann kommissionen ett femårigt avtal acceptabelt med hänsyn till de teknologiska investeringar som krävdes,²²⁶ men det har ifrågasatts

²¹⁸ Jeanrenaud & Késenne 2009, s. 8.

²¹⁹ Evans m.fl. 2013, s. 42–43.

²²⁰ Geey 2004.

²²¹ Parrish & Miettinen 2008, s. 146.

²²² Mål 262/81, *Coditel II*, punkterna 15.

²²³ Jfr Wachtmeister 1998.

²²⁴ Kommissionen, *Broadcasting of Sports Events*; McAuley 2004, s. 371.

²²⁵ Kommissionen, *KNVB/Sport 7*.

²²⁶ Kommissionen, *BBC, BSB och FA*.

om även detta egentligen är en alltför lång period.²²⁷ Mot bakgrund av vad kommissionen funnit acceptabelt är tre år numera, som huvudregel, att betrakta som acceptabelt i detta sammanhang.²²⁸

Utöver frågan om avtalets längd väcker exklusivitetsvillkor särskilda europeiska konkurrensrättsliga problem när de tilldelas på en territoriell basis som följer medlemsstaternas nationsgränser. Unionsrätten har bland sina främsta syften att luckra upp de nationella marknaderna och att ersätta detta med en gemensam marknad och försäljning utifrån nationella gränser står i direkt konflikt med dessa syften. Av EU-domstolens dom i *Murphy* framgår att exklusivitetsvillkor som används för att dela upp marknaden efter nationella gränser *i sig* har ett konkurrensbegränsande syfte.²²⁹ Exploateringsmodeller bör därför inte innehålla sådana moment.²³⁰

Parallellt med det konkurrensrättsliga perspektivet kan frågan om exklusiv försäljning av sändningsrättigheter även behandlas utifrån perspektivet att exklusiv försäljning till dyra betal-tv-kanaler försvårar för allmänheten att ta del av intressanta idrottsevenemang. Av samma anledning har ett antal länder runt omkring i världen infört så kallade "anti-siphoning laws".²³¹ EU har genom direktivet om audiovisuella medietjänster (AV-direktivet)²³² tillåtet att medlemsstaterna vidtar åtgärder för att säkerställa att allmänheten kan ta del av inhemska och utländska idrottsevenemang som är av "särskild vikt för samhället". Detta innebär, mer konkret, att medlemsstaten får förbjuda användning av exklusiva sändningsrättigheter på ett sätt som leder till att "en väsentlig del av allmänheten i den medlemsstaten utestängs från möjligheten att följa sådana evenemang genom direktsändning eller tidsförskjuten sändning i fri television." Om en medlemsstat vill utnyttja denna möjlighet ska den upprätta en lista över de aktuella evenemangen och meddela detta till kommissionen.²³³ Själva bestämmelsen har införts i svensk lag,²³⁴ men någon lista över berörda idrottsevenemang har i skrivande stund ännu inte upprättats.²³⁵ Åtgärder av detta slag är inte konkurrensrättsliga i snäv bemärkelse, men bör alltså beaktas då de undergräver vissa beteenden som är problematiska ur ett konkurrensperspektiv.

²²⁷ Se Parrish & Miettinen 2008, s. 147.

²²⁸ Kommissionen, *DFB*.

²²⁹ Förenade målen C-403/08 & C-429/09, *Murphy*, punkterna 137–143.

²³⁰ Se också Kaburakis m.fl. 2012.

²³¹ Se t.ex. the Broadcasting Services Act 1992 (Aus.)

²³² Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU av den 10 mars 2010 om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster), EUT L 95, 15.04.2010 s. 1 (ersatte det tidigare direktivet om television utan gränser).

²³³ AV-direktivet, artikel 14.

²³⁴ 5 kap. 9 § radio- och tv-lagen (2010:696).

²³⁵ Regeringen har gett Myndigheten för radio och tv i uppdrag att upprätta en sådan evenemangslista. Ku2012/896/MFI.

4.4.2 Särskilt om sponsoravtal

Frågan om exklusivitetsvillkors förenlighet med konkurrensrättsliga bestämmelser har också prövats i samband med idrottsförbunds exklusiva sponsoravtal med tillverkare av idrottsutrustning. Kommissionen tog ställning till en sådan situation i *DTB*-ärendet som gällde överenskommelser mellan, å ena sidan, det danska tennisförbundet (*DTB*) och, å andra sidan, tillverkare av tennisbollar. *DTB* träffade ett avtal med en tillverkare av tennisbollar enligt vilket endast tillverkarens bollar fick användas på de tennisturneringar som anordnades inom ramen för *DTB*:s verksamhet och enligt vilket *DTB* i gengäld fick rabatt vid inköp av bollarna. Kommissionen och *DTB* träffade en överenskommelse som i huvudsak gick ut på att *DTB* fick fortsätta som tidigare men att avtal endast skulle tecknas på två år, att de skulle tillämpa ett anbudsförfarande som var öppet för alla tillverkare och där valet sker på objektiva kriterier samt att den utvalda tillverkaren inte skulle få kalla referera till sina produkter som "officiella".²³⁶

I *NBB* hade holländska domstolar att pröva huruvida ett exklusivt avtal mellan det holländska badmintonförbundet och utrustningstillverkaren *Yonex* enligt vilket det var förbjudet för deltagare i internationella tävlingar att använda utrustning eller bära kläder som bar konkurrerande tillverkarens namn eller kännetecken var förenligt med konkurrensrätten. Den konkurrerande tillverkaren *Dunlop* och tre badmintonspelare som de sponsrade menade att avtalet utgjorde ett konkurrensbegränsande avtal i strid med artikel 101 FEUF och motsvarande bestämmelse i de holländska konkurrensbestämmelserna. Den holländska domstolen fann att käranden inte hade visat att avtalet hade till syfte eller effekt att begränsa konkurrensen på den relevanta marknaden.²³⁷

4.4.3 Särskilt om oanvända rättigheter

Möjligen förväntar man sig att de externa aktörer som köper idrottsliga rättigheter också tillfullo utnyttjar dessa, men i praktiken är detta inte alltid fallet. Framförallt vad gäller medierättigheter till idrottsevenemang förekommer det att den som köper rättigheterna varken själv utnyttjar samtliga rättigheter eller överlåter dem till andra att utnyttjas. Som diskuteras ovan är detta i viss utsträckning en konsekvens av att idrottsliga rättigheter i stor omfattning säljs på kollektiv och exklusiv basis. En sådan exploateringsmodell leder lätt till att en större kommersiell aktör förvärvar en exklusiv rätt att exploatera en viss del av den idrottsliga verksamheten men avstår från att utnyttja den då det är kommersiellt mindre attraktivt än att utnyttja andra rättigheter.

²³⁶ Kommission, *DTB*.

²³⁷ Rechtbank Utrecht, *NBB* (NL), särskilt punkt 4.7.

Kommissionen har tydligt tagit ställning för att situationer med oanvända rättigheter är olyckliga ur ett marknadsperspektiv.²³⁸ Ur ett konkurrensrättsligt perspektiv finns det således starka skäl för att vid försäljningen av idrottsliga rättigheter inkludera en rättighet eller till och med en skyldighet för den som i första ledet köper rättigheter att licensiera rättigheterna vidare till andra aktörer i den mån den förstnämnda inte fullt ut själv utnyttjar dessa.²³⁹ Detta sammanfaller särskilt väl med vad som konstaterades ovan angående kollektivt inköp av rättigheter.²⁴⁰

4.5 Slutsatser och rekommendationer

Ur ett konkurrensrättsligt perspektiv vore det idealiskt om varje idrottslig aktör självständigt och på lägsta möjliga nivå förhandlade med ett antal externa aktörer som kunde erhålla parallella rättigheter. Detta skulle maximera konkurrensen om rättigheterna och göra det möjligt för ett närmast obegränsat antal externa aktörer att agera. Det skulle också öppna för större valmöjligheter för konsumenterna. Ur detta perspektiv framstår de exploateringsmodeller som i dagsläget dominerar marknaden för kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet, och som bland annat kännetecknas av kollektiv försäljning, kollektivt inköp och exklusiva rättigheter, som mindre lämpliga. Av genomgången ovan framgår att de ovan diskuterade aspekterna av den kommersiella exploateringen av idrottslig verksamhet är konkurrensrättsligt problematiska och att de relevanta aktörerna måste agera med stor försiktighet.

Det framgår emellertid också av praxis att de konkurrensrättsliga bestämmelserna inte kräver att idrottsliga och externa aktörer vid kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet lever upp till det ovan beskrivna idealet.²⁴¹ De exploateringsmodeller som är vanliga i dagsläget kan i huvudsak accepteras givet att de deltagande idrottsliga och externa aktörerna i möjligaste mån begränsar de konkurrensbegränsande effekterna.²⁴²

Av diskussionen i detta avsnitt framgår ett antal konkreta förslag på hur detta kan uppnås. I huvuddrag handlar detta om att kollektiv försäljning bör undvikas och begränsas till situationer där det är nödvändigt; rättigheter bör styckas upp i många mindre paket av varierande art; avtalstider bör hållas korta; exklusivitet bör undvikas; försäljning bör inte ske på nationell basis; försäljning bör ske genom öppen och transparent budgivning; avtal bör konstrueras så att rättigheterna i största möjliga utsträckning används, t.ex. genom vidarelicensiering av outnyttjade rättigheter; kollektivt inköp bör undvikas, och vid kollektivt inköp bör transparenta, objektiva och konsekventa regler för medlemskap tillämpas samt icke-

²³⁸ Kommissionen, *Public Service Tyskland*, punkterna 299–306.

²³⁹ Se allmänt Lefever 2012, s. 165–177. Men jfr Wachmeister 1998, punkt V.2 ("Sublicensing should not be regarded as a solution to all the competition issues which arise.").

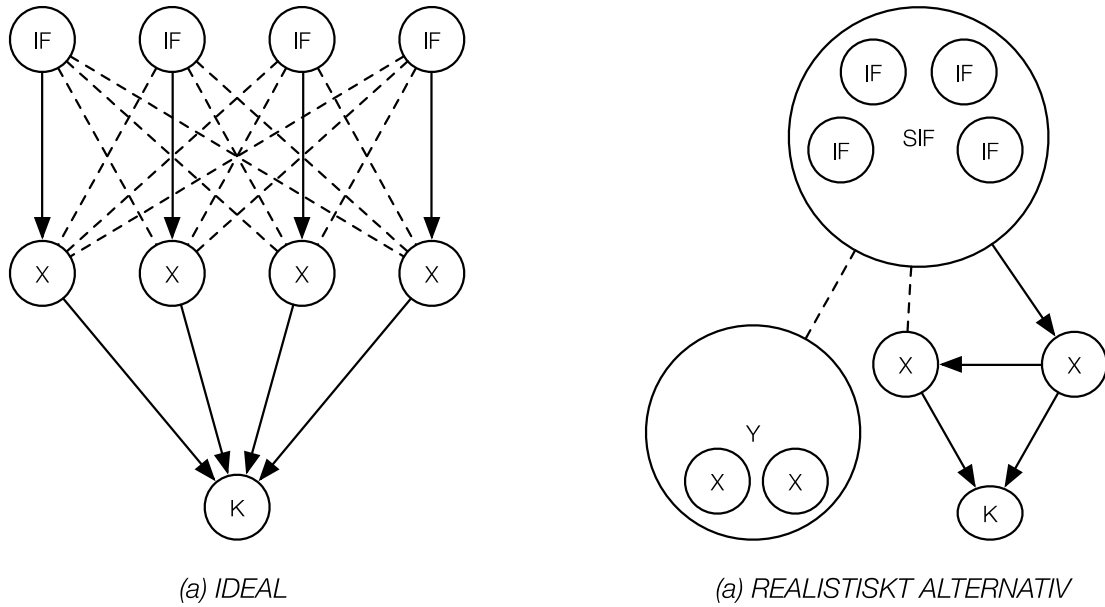
²⁴⁰ Se ovan avsnitt 4.3.

²⁴¹ Jfr Parrish & Mieltinen 2008, s. 2–3.

²⁴² Se nedan Figur 7. Externt perspektiv.

deltagande aktörer bör i största möjliga utsträckning ges möjlighet att underlicensiera rättigheter.²⁴³

Figur 7. Externt perspektiv



²⁴³ Se också Hatton m.fl. 2007, s. 347; Weatherill 2014, s. 336–337.

5 Kommersiell exploatering från ett internt perspektiv

5.1 Idrottsinterna konflikter kring kommersiell exploatering

Genomgången av de idrottsliga aktörernas förhållande till olika externa aktörer i avsnitt 4 återspeglar de frågor som hittills dominerat praxis och vetenskaplig diskussion kring konkurrensrättsliga aspekter på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Liksom föregående avsnitt utgår dessa från att de idrottsliga aktörerna agerar som en enhet; detta är till och med ett av de centrala konkurrensrättsliga problemen.²⁴⁴ Från ett svensk perspektiv framstår detta sannolikt som en naturlig utgångspunkt med hänsyn till att idrottsrörelsens starka sammanhållning under lång tid och den relativa avsaknaden av tvister mellan olika idrottsliga aktörer, det som här kallas för *idrottsinterna konflikter*.

Det finns emellertid anledning att ompröva denna utgångspunkt. Såväl utländska erfarenheter som i viss mån svenska erfarenheter visar att idrottens ökade kommersialisering leder till fler idrottsinterna konflikter kring vem som ska bestämma hur den idrottsliga verksamheten ska exploateras kommersiellt och hur intäkterna från den kommersiella exploateringen ska fördelas mellan olika idrottsliga aktörer. Sådana tvister kan ofta lösas på utomrättslig väg, men om de överlämnas till domstol tenderar de i huvudsak att vila på konkurrensrättslig grund.²⁴⁵ I detta kapitel studeras hur konkurrensrättens bestämmelser kan och ska tillämpas i sådana situationer. Kortfattat handlar det om att idrottsliga aktörer som befinner sig längre ned i den idrottsliga organisationen hävdar att aktörer på högre organisatorisk nivå missbrukar sin position för att tillskansa sig en oskäligt stor del av de idrottsliga rättigheterna eller intäkterna från exploateringen av sådana rättigheter.

Det är inte uppenbart vad som blir utfallet av sådan talan. För det första samverkar ett antal idrottsliga aktörer för att skapa, bevara och utveckla en idrottslig verksamhet som kan exploateras kommersiellt. En primär förutsättning för den idrottsliga verksamheten är förstås att enskilda idrottsutövare investerar stora mängder tid och energi i sin idrott. Även om förutsättningarna ser olika ut inom olika idrotter har idrottsutövarna över lag begränsade möjligheter att utöva sin idrott självständigt utanför de organisatoriska och normativa ramar som de etablerade idrottsförbunden sätter upp, i synnerhet i en form som är kommersiellt exploaterbar. Inom närmast varje idrott förutsätter också den idrottsliga verksamheten betydande insatser från idrottsföreningar, enskilda och andra liknande aktörer, till exempel i form av pengar, organisatoriskt stöd, ideella insatser och påtagande av ekonomisk risk. Även idrottsförbund på nationell, europeisk och internationell nivå bidrar till att idrottslig verksamhet kan genomföras genom att de ger ett

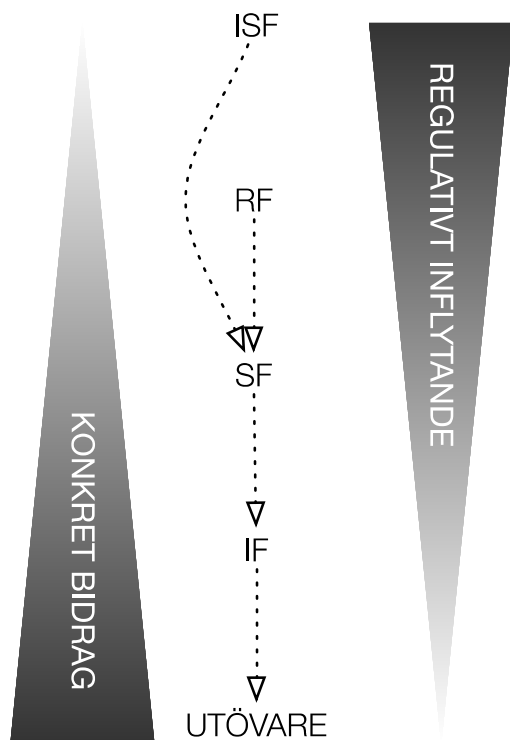
²⁴⁴ Se ovan avsnitt 4.2.

²⁴⁵ Jfr Wachtmeister 1998, punkterna IV.2–IV.3. Se också nedan avsnitt 5.3 för ett antal konkreta exempel.

organisatoriskt stöd, till exempel genom att organisera ligaspel och att harmonisera olika aspekter av den idrottsliga verksamheten genom reglering. Sådan regulativ verksamhet är viktig för att det ska vara möjligt att genomföra idrottslig verksamhet, såväl sådan som är kommersiellt exploaterbar som sådan som inte är det.²⁴⁶

Samtidigt råder det ett närmast omvänt förhållande mellan, å ena sidan, det konkreta bidrag som olika idrottsliga aktörer lämnar till den faktiska idrottsliga verksamheten och, å andra sidan, deras regulativa inflytande över den idrottsliga verksamheten. Internationella och nationella specialidrottsförbund, till exempel FIFA och SvFF, har mycket långtgående inflytande över innehållet i de civilrättsliga åtaganden som reglerar förhållandena inom en viss idrott. Omvänt måste enskilda idrottsföreningar och enskilda idrottsutövare i praktiken acceptera de civilrättsliga åtaganden som dessa aktörer har uppställt och har mer begränsat inflytande över deras utformning.²⁴⁷

Figur 8. Bidrag och inflytande



5.2 Idrottsförbund och ligor som köparmonopol (monopsoni) på uppströmsmarknaden

Den i särklass vanligaste formen av karteller är säljarkarteller. Med detta avses att företag självständigt eller genom en företagsammanslutning träffar konkurrensbegränsande överenskommelser kring försäljning av varor eller tjänster. Som

²⁴⁶ Se ovan avsnitt 1.

²⁴⁷ Se nedan Figur 8. Bidrag och inflytande.

diskuteras ovan förekommer det emellertid även att företag träffar konkurrensbegränsande överenskommelser kring inköp av varor eller tjänster.²⁴⁸ På motsvarande sätt är det möjligt att skilja mellan marknader som domineras av en säljare (*monopol*) och marknader som domineras av en köpare (*monopsoni*).²⁴⁹ I båda fallen kan dominanten använda sin position på marknaden för att bevara eller stärka sin position eller tillskansa sig fördelar som den inte hade kunnat om det rådde fri och effektiv konkurrens. På samma sätt som monopolisten kan utnyttja sin position på marknaden för att få oskäligt mycket betalt för sina varor och tjänster kan monopsonisten utnyttja sin position för att betala oskäligt lite för varor och tjänster som denne köper.²⁵⁰

Monopsoni är ovanligare än monopol men det förekommer till exempel på arbetsmarknader där det endast finns en arbetsgivare.²⁵¹ På grund av hur idrottssektorn är organiserad är idrott sannolikt en av de samhällsliga sektorerna där monopsoni är mest vanligt förekommande. Till skillnad från i vissa länder²⁵² saknar de centrala idrottsliga aktörerna inom svensk idrott ett rättsligt monopol på att organisera en viss idrott, men i praktiken har de ändå ett sådant. Som utvecklas ovan måste den idrottsutövare eller förening som är intresserad av att bedriva viss idrottslig verksamhet i praktiken tillhöra ett idrottsförbund och inom de allra flesta idrotter är de hänvisade till en på förhand given kedja av idrottsförbund på nationell, europeisk och internationell nivå. Detta kommer till uttryck som den inom idrotten dominerande organisatoriska principen om ett förbund per idrott. Den pyramidliknande organisatoriska strukturen och principen om ett förbund per idrott är två centrala delar av hur idrotten är organiserad i Sverige och många andra länder.²⁵³

Som också utvecklas ovan bygger exploateringsmarknaden, marknaden för exploatering av den idrottsliga verksamheten, den marknad som hittills stått i förgrunden för denna undersökning, uppströms på utövarmarknaden.²⁵⁴ På utövarmarknaden agerar i första hand idrottsföreningar och idrottsförbund som köpare och idrottsutövarna som säljare, men även idrottsföreningar kan beskrivas som säljare i förhållande till idrottsförbund på denna marknad.

Vissa av villkoren för den verksamhet som bedrivs på utövarmarknaden varierar från fall till fall och är föremål för individuell förhandling. Till exempel har en fotbollsspelare som står utan kontrakt stora möjligheter att gentemot flera olika klubbar individuellt förhandla lön. Andra villkor är emellertid standardiserade, på förhand bestämda och inte föremål för förhandling. Till exempel saknar idrottsutövare som önskar åka längdskidor och idrottsföreningar som önskar organisera

²⁴⁸ Se ovan avsnitt 4.3.

²⁴⁹ Se Robinson 1969, s. 218.

²⁵⁰ Stucke 2013, s. 1510.

²⁵¹ Se t.ex. Ashenfelter m.fl. 2010; Boal & Ransom 1997. Se också, för fler exempel, Stucke 2013, s. 1511.

²⁵² Se t.ex. Chaker 1999, s. 19–20 (ang. Frankrike); Panagiotopoulos 1995, s. 245 (ang. Grekland).

²⁵³ Se MD 2012:16; Pallin 2013. Se också Lindholm 2013.

²⁵⁴ Se ovan avsnitt 3.4.

längdskidåkningsverksamhet i praktiken alternativ till att acceptera Svenska skidförbundets bestämmelser som stadgar att samtliga medierättigheterna tillkommer förbundet.²⁵⁵ För den idrottsutövare som önskar delta i landslag eller olympisk trupp finns det också bara en köpare: De nationella förbunden. På dessa sätt har normala marknadsförhållanden i hög utsträckning satts ur spel.

5.3 Interna konflikter kring kommersiell exploatering – Några exempel

5.3.1 Från monopsoni till missbruk

Att de normala marknadsförhållandena satts ur spel inom idrottssektorn och att den präglas av monopsoni är inte i sig konkurrensrättsligt förbjudet. Det konkurrensrättsliga förbudet omfattar endast att ett eller flera företag missbrukar sin dominerande ställning, till exempel genom att uppställa oskäligen villkor.²⁵⁶ Det är inte ens givet att maktförhållandena mellan olika idrottsliga aktörer leder till idrottsinterna konflikter. Som diskuteras omedelbart ovan har förhållandevis lite uppmärksamhet ägnats åt konkurrensrättens tillämpning på idrottsinterna konflikter, och i synnerhet sådana konflikter som har anknytning till kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet. Mot denna bakgrund presenterar detta avsnitt några konkreta och faktiska exempel på sådana konflikter.

5.3.2 Exempel från EU-rätten

Att idrottsförbunden inte bara kan missbruka sin dominerande ställning, men lätt riskerar att göra det framgår av kommissionens granskning av kommersiella rättigheter i det så kallade *FIA*-ärendet. Kommissionens granskning av det internationella bilsportförbundet *FIA* (Federation Internationale de L'Automobile) avsåg de avtal som *FIA* träffat kring marknadsföring av medierättigheterna till mästerskapen i olika internationella serier, i synnerhet rally och Formel 1. Ärendet är illustrativt för hur olika typer av civilrättsliga åtaganden ofta är sammankopplade inom idrott. Genom sina licensvillkor krävde *FIA* att förare, tillverkare och organisatörer åtog sig att följa *FIA*:s regelsamling om de ville organisera och genomföra motorsportevenemang. Enligt *FIA*:s regelsamling fick internationella serier endast organiseras med *FIA*:s tillstånd. *FIA* gav sådant tillstånd om organisatören respekterade att *FIA* ägde de kommersiella rättigheterna till mästerskapen. Kommissionens preliminära bedömning var att *FIA* genom att göra

²⁵⁵ Se ovan avsnitt 2.4. Jfr Plogell m.fl. 2009, s. 514.

²⁵⁶ Konkurrenslagen (2008:579), 2 kap. 7 §.

anspråk på tv-rättigheterna kunde ha missbrukat sin dominerande ställning.²⁵⁷ Tvisten löstes i slutändan genom att FIA avskaffade kravet.

5.3.3 Exempel från Norden

Interna konflikter kring hur intäkterna från kommersiellt exploaterbara idrottsliga verksamheter ska fördelas mellan idrottsliga aktörer låg delvis bakom det så kallade *Bilsportmålet*. År 2008 bildade en av Svenska Bilsportförbundets (SBF:s) medlemmar, Fredrik Skoghag, en egen organisation, Svenska Motoralliansen (SMA), som anordnade och försäkrade motorsportevenemang. Ett problem för SMA var emellertid att SBF:s regler innehöll så kallade lojalitetsklausuler enligt vilka dess medlemmar inte fick medverka, varken som deltagare eller funktionär, i tävlingar som inte var sanktionerade av SBF och att en överträdelse av detta förbud kunde leda till böter eller att de förlorade sin licens. Efter att SBF anmält Skoghag till Riksidrottsnämnden till förbundsbestraffning på grund av dennes enligt SBF illojala verksamhet anmälde han detta till Konkurrensverket. Detta ledde till att Konkurrensverket granskade SBF och sedermera ålade SBF att ändra sina regler.²⁵⁸ En av de grunder som SBF åberopade till stöd för lojalitetsklausulerna, och i praktiken mot SMA:s verksamhet, var att de "hindrar att de delar av förbundets verksamhet som är mest kommersiellt lönsamma exploateras för 'externa' arrangörers egen vinning, i stället för att överskottet återinvesteras i barn- och ungdoms- samt breddverksamhet."²⁵⁹

Ett annat illustrativt exempel är en händelse inom svensk ishockey år 2012. Efter nedflyttning från Elitserien avstod Djurgården inledningsvis från att ingå det avtal varigenom Hockeyallsvenskaklubbarnas samarbetsorgan, AHF HockeyAllsvenskan AB (HA), kollektivt försäljer tv-rättigheterna till samtliga matcher i Hockeyallsvenskan och därefter fördelar intäkterna mellan klubbarna. Motivet till detta var att Djurgården ansåg att de kunde få mer betalt om de själva sålde sändningsrättigheterna till sina hemmamatcher. HA motsatte sig detta och uppmanade Svenska Ishockeyförbundet (SIF) att belägga Djurgården med spelförbud om de skrev egna sändningsavtal. Denna sanktionsmöjlighet möjliggjordes av att det framgick av SIF:s tävlingsbestämmelser att SIF var innehavare av medierättigheterna till idrottsföreningarnas matcharrangemang och att föreningar måste ansöka om tillstånd innan de säljer medierättigheterna till tredje man.²⁶⁰ Efter detta accepterade Djurgården att ingå i HA:s kollektiva försäljning av sändningsrättigheter och tvisten mellan Djurgården, HA och SIF föranledde aldrig domstolsprövning.

²⁵⁷ Kommissionen, *FIA*, avsnitt 4.1 och 5.

²⁵⁸ MD 2012:16, punkt 11; Konkurrensverkets beslut 2011-05-13 i dnr 709/2009.

²⁵⁹ MD 2012:16, punkt 144. Marknadsdomstolen fann att SBF:s regler inte uppnådde de åberopade syftena.

²⁶⁰ Svenska Dagbladet, "Dif vill skriva eget tv-avtal", 2012-07-06.

Det finns dock förutsättningar att en snarlik tvist inom kort kan komma att prövas i våra nordiska grannländer. I Finland har Högsta förvaltningsdomstolen tagit ställning till ett mål gällande sponsoravtal inom skytteidrott. En finsk gevärsskytt har anmält Finlands Sportskytteförbund till Konkurrensverket. Idrottsutövaren menar att idrottsförbundet missbrukat sin dominerande ställning när den som villkor för deltagande i landslaget i betydande omfattning begränsat utövarnas möjlighet till att teckna egna sponsorer.²⁶¹ Tvisten är i skrivande stund inte avgjord.

En liknande tvist tycks nära förestående i Norge. Den norska skidåkaren Petter Northug har under flera år haft en konflikt med norska skidförbundet kring sponsorskap. Northug har tecknat sponsoravtal med sponsorer som varit verksamma inom samma bransch som och konkurrenter till norska skidförbundets huvudsponsorer. År 2013 träffade Northug och skidförbundet en överenskommelse,²⁶² men inför stundande omförhandlingar kan förbundets krav på att Northug ska tävla för förbundets sponsorer komma att utmanas på konkurrensrättslig grund. I korthet menar Northug att de krav som skidförbundet uppställer vad gäller sponsoravtal strider mot den norska konkurrensrätten.²⁶³

5.3.4 Exempel från Nordamerika

I USA är universitetsidrott av stor betydelse i såväl idrottsligt som ekonomiskt hänseende. Utbildningsinstitutioner spelar generellt en stor roll i nordamerikansk idrott och är en central del av nordamerikansk idrottsjuridik.²⁶⁴ Idrottsutövare som efter high school önskar fortsätta utöva sin idrott på hög nivå är inom många idrotter i praktiken hänvisade till den verksamhet som sedan år 1905 bedrivs av universitet och högskolor inom ramen för organisationen NCAA (National College Athletic Association). Detta gäller i synnerhet de idrottsutövare som har ambitionen att i framtiden utöva sin idrott professionellt då de professionella lagen inom vissa idrotter främst rekryterar idrottsutövare som tidigare tävlat för universitet och högskolor. NCAA har antagit bestämmelser med anknytning till kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet och till följd av NCAA:s centrala ställning när det gäller idrottslig verksamhet i USA har dessa bestämmelser kommit att utmanas på konkurrensrättslig grund.

Ett centralt avgörande på området är USA:s högsta domstols dom år 1981 i *Board of Regents*. Målet gällde en tvist mellan NCAA och University of Oklahoma kring försäljningen av tv-rättigheter till matcher inom amerikansk fotboll. NCAA hade antagit bestämmelser som begränsade universitetens möjligheter att sälja tv-rättigheter till sina matcher. Syftet med dessa bestämmelser var att öka antalet åskådare på matcherna. University of Oklahoma, som hade sålt tv-rättigheterna till

²⁶¹ Konkurrensverket avvisade anmälan och Marknadsdomstolen ogillade utövarens överklagande. MAO 244/13.

²⁶² NRK, "Northug må signere ny kontrakt for å få gå OL", 2013-09-26.

²⁶³ Verdens Gang, "Mener Northug har en god sak mot Skiforbundets krav", 2015-03-14; Aftenbladet, "Tvisten kan betyda slutet for Northug", 2015-03-17.

²⁶⁴ Se allmänt Weiler m.fl. 2011, s. 745–993; Mitten m.fl. 2009, s. 23-274.

sina matcher i strid med NCAA:s bestämmelser, utmanade deras giltighet på konkurrensrättslig grund. USA:s högsta domstol fann att de amerikanska konkurrensbestämmelserna var tillämpliga på NCAA, att den genom att fastställa regler kring försäljning av medierättigheter som var tvingande för universiteten begränsat konkurrensen och att detta inte kunde rättfärdigas.²⁶⁵

Det kanske mest illustrativa exemplet på idrottsinterna konflikter kring kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet utifrån konkurrensrättsliga bestämmelser är emellertid det i skrivande stund pågående målet *O'Bannon*. Målet, som är en grupptalan, står mellan å ena sidan NCAA och å andra sidan en grupp amerikanska collegeidrottare, däribland den tidigare basketspelaren Ed O'Bannon. NCAA har under tio års tid sålt rättigheterna att återge idrottsutövarnas liknelse till företaget Electronic Arts som skapar och säljer tv-spel, däribland tv-spel som återger basketboll och amerikansk fotboll på collegenivå. I målet kräver idrottsutövarna att NCAA ersätter dem med ett belopp motsvarande intäkterna för rättighetsförsäljningen. NCAA hänvisar till sitt försvar att de genom avtal med varje individuell idrottsutövare förvärvat rättigheterna till dennes liknelse. Idrottsutövarna utmanar i sin tur detta avtal på konkurrensrättslig grund eftersom avtalet är ensidigt fördelaktigt för NCAA, uppställs som ett absolut krav för deltagande i collegeidrott och att utövarna i praktiken saknat alternativ att utöva sin idrott utanför NCAA:s organisation. Käranden har vunnit i första instans, U.S. District Court for the Northern District of California, och efter överklagan avväntar målet i skrivande stund prövning av en appellationsdomstol, U.S. Court of Appeals for the Ninth Circuit.

En situation där en idrottsförening eller en idrottsutövare som krav för att få bli medlem i ett idrottsförbund, arrangera en tävling eller delta i en tävling måste ingå ett civilrättsligt åtagande varigenom idrottsförbunden tillförsäkras de ekonomiskt exploaterbara rättigheterna liknar i allt väsentligt situationen i *O'Bannon*.

5.4 Det interna perspektivet: Förbudet mot missbruk av dominerande ställning

Det interna perspektivet på kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet väcker delvis andra frågeställningar än det externa perspektivet. Som framgått ovan är de konkurrensrättsliga problem som olika exploateringsmodeller ger upphov till i förhållandet mellan idrottsliga aktörer och externa aktörer (det som i denna rapport kallas för det externa perspektivet) framförallt hänförliga till förbudet mot konkurrensbegränsande överenskommelser. Trots att det handlar om samma exploateringsmodeller – med samma underliggande organisatoriska modell och samma civilrättsliga åtaganden – kommer en granskning av dessa exploateringsmodeller utifrån förhållandet mellan olika idrottsliga aktörer (det som i

²⁶⁵ *Board of Regents*, 468 U.S. 85 (1984).

denna rapport kallas för det interna perspektivet) framförallt att ske utifrån förbudet mot missbruk av dominerande ställning.²⁶⁶

Detta kan vid en första anblick framstå som märkligt, men medan förbudet mot konkurrensbegränsande överenskommelser är lämpat för att skydda externa aktörer från att drabbas av negativa konsekvenser av att idrottsliga aktörer ingått en överenskommelse är det mindre lämpligt för att skydda idrottsliga aktörer som ofrivilligt ingår en sådan överenskommelse. I en sådan situation är det mer realistiskt att återropa förbudet mot missbruk av dominerande ställning.

En första fråga är om de idrottsliga aktörer som har ett bestämmande inflytande över de idrottsliga normerna, de som befinner sig på en högre organisatoriska nivå, har en dominerande ställning på den relevanta marknaden.²⁶⁷ Med detta uttryck avses "en ekonomisk maktställning som hindrar upprätthållandet av en effektiv konkurrens på den relevanta marknaden, genom att aktören i betydande omfattning kan agera oberoende i förhållande till sina konkurrenter, kunder och, i sista hand, konsumenter."²⁶⁸ Med relevant marknad avses i detta sammanhang, beroende på omständigheterna i den enskilda situationen, utövarmarknaden, tävlingsmarknaden eller exploateringsmarknaden. Som utvecklas ovan hänger emellertid dessa marknader nära samman och de idrottsliga aktörer som befinner sig på en högre organisatorisk nivå har vanligtvis lika stort regulativt inflytande på samtliga marknader. I praktiken kan det ibland vara svårt att tydligt särskilja vilken av dessa marknader som en viss åtgärd avser.

Det är förhållandevis lätt att besvara denna fråga. I det ovan diskuterade *FIA*-ärendet anmärkte kommissionen på det internationella bilsportförbundets starka ställning på marknaden såtillvida att de idrottsliga aktörer som är verksamma inom idrotten i praktiken saknar alternativ till att acceptera de krav som *FIA* uppställer.²⁶⁹ På ett liknande sätt konstaterade Tribunalen i *Piau* att *FIFA* har en sådan ställning inom fotboll att övriga aktörer måste följa de bestämmelser som den uppställer då konsekvenserna av att inte göra det blir mycket långtgående.²⁷⁰

²⁶⁶ 2 kap. 7 § KL och artikel 102 FEUF.

²⁶⁷ Se ovan avsnitt 5.1 och 5.2.

²⁶⁸ Mål T-193/02, *Piau*, punkt 109. Se också t.ex. mål 27/76, *United Brands*, punkt 65; mål 85/76, *Hoffmann-La Roche*, punkt 38; mål 322/81, *Michelin*, punkt 30.

²⁶⁹ Kommissionen, "Commission opens formal proceedings into Formula One and other international motor racing series", IP/99/434, 30.06.1999 ("The FIA is the sole regulatory body of international motor racing in Europe. Any one wishing to take part in an international motor sports event authorised by the FIA is required to obtain a FIA license. This applies to track owners, vehicle manufacturers, organisers of motor sport events and drivers alike. Licence holders are only permitted to enter or organise events authorised by the FIA. Any licence holder found to ignore this prohibition can be stripped of his license. Losing the FIA licence would prevent the licensee from participating in almost all international motor sport events currently taking place in Europe. One consequence of this is that participants are extremely reluctant to enter events which have not been authorised by the FIA. This is particularly problematic as the FIA is involved in the organisation and promotion of a number of events itself. This means that the FIA is able to control the access of the inputs, such as drivers or circuits, which are necessary for organisers or promoters who wish to stage a championship which could compete with one of FIAs own events.").

²⁷⁰ Mål T-193/02, *Piau*, punkt 114–115.

I princip alla internationella, europeiska och nationella idrottsförbund har ett inflytande inom sina respektive idrotter som liknar FIA:s och FIFA:s. När idrotten fullständigt domineras av ett idrottsförbund saknar i praktiken idrottsföreningar och idrottsutövare alternativ till att acceptera de krav som detta förbund uppställer. Det är således närmast givet att idrottsförbund åtnjuter en dominerande ställning inom sina respektive idrotter. Denna uppfattning stöds av kommissionen som i anknytning till vitboken om idrotten gör följande uttalande:²⁷¹

sports associations usually have practical monopolies in a given sport and may thus normally be considered dominant in the market of the organisation of sport events under Article [102 TFEU].

Till följd av den pyramidliknande strukturen befinner sig således de behöriga idrottsförbunden inom sina respektive idrotter i en dominerande ställning på den relevanta marknaden. Detta torde inte förändras över lång tid.

5.5 När missbrukas denna ställning?

Den centrala frågan i en konkurrensrättslig analys av kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet från ett internt perspektiv är således inte om de etablerade idrottsliga aktörerna på högre organisatorisk nivå har en dominerande ställning utan om de genom ett visst agerande missbruk denna ställning. Som utvecklas i detta avsnitt finns det inget enkelt, tydligt och allmängiltigt svar på denna fråga som måste prövas utifrån omständigheterna i det enskilda fallet. Rättspraxis ger dock viss ledning för hur en sådan bedömning ska gå till och denna praxis kommer därför att presenteras nedan för att i efterföljande avsnitt läggas till underlag för vissa allmänna rekommendationer.

Inledningsvis kan det konstateras att idrottsförbund och liknande idrottsliga aktörer genom sin synnerligt starka position på marknaden har ett särskilt ansvar för att inte missbruka denna ställning. I *Michelin*, som gällde huruvida däck-tillverkaren Michelin missbrukat sin ställning på marknaden, ger EU-domstolen uttryck för idén att företag i dominerande ställning "har ett särskilt ansvar att inte genom sitt beteende skada en effektiv och icke snedvriden konkurrens inom den gemensamma marknaden."²⁷² Då det enligt denna dom finns ett samband mellan å ena sidan företagets ställning på marknaden och å andra sidan dess ansvar att missbruka denna ställning ligger det nära till hands att ansvaret ökar i förhållandet till ställningen. Denna tanke kommer tydligt till uttryck i generaladvokat Fenellys förslag till avgörande i *Compagnie Maritime*:²⁷³

När ett företag... innehar en ställning av sådan överväldigande dominans att den gränsar till ett monopol... skulle det inte vara i överensstämmelse med den särskilt betungande uppgift som åligger ett sådant dominerande företag att inte ytterligare försvaga strukturen hos den svaga

²⁷¹ Kommissionen, EU and Sport, punkt 2.1.4.

²⁷² Mål 322/81, *Michelin*, punkt 57.

²⁷³ Generaladvokat Fenellys förslag till avgörande i förenade målen C-395/96 P och C-396/96 P, *Compagnie Maritime*, punkt 137.

befintliga konkurrensen att reagera... med en politik med riktade, selektiva prisnedsättningar utformade för att slå ut den konkurrenten.

I linje med detta tycks EU-domstolen i vissa fall ha ställt högre krav på företag som innehar en "superdominant" ställning.²⁷⁴ Av kommissionens förhållandevis tydliga beslut i *FIFA World Cup 1998* att döma tycks det möjligt och lämpligt att tillämpa doktrinen om superdominanter i en idrottslig kontext. I sitt beslut fann kommissionen att det organ som hade hand om försäljningen av biljetterna till fotbolls-VM i praktiken hade ett försäljningsmonopol och att omfattningen av det särskilda ansvar som ett företag i dominerande ställning har "måste övervägas mot bakgrund av de särskilda omständigheterna i fallet och återspegla den försvagade konkurrensen" och därför "av den grad av dominans som parterna utövar..."²⁷⁵ Som diskuteras ovan har många idrottsliga aktörer på hög organisatorisk nivå i praktiken ett monopol²⁷⁶ och mot bakgrund av den redovisade praxisen bör de därför påföras ett särskilt ansvar att inte missbruka denna ställning. Däremot framgår det inte av denna praxis vad detta ansvar omfattar eller, mer exakt, när de idrottsliga aktörerna går utöver detta ansvar på ett sådant sätt att det i en konkurrensrättslig bemärkelse utgör ett missbruk.

I detta hänseende finns det anledning att beakta ett ärende som i skrivande stund prövas av tyska domstolar, *Pechstein*. Den centrala frågan i målet är huruvida idrottsförbund missbrukat sin starka ställning i förhållande till idrottsutövare när det gäller att organisera en viss idrott genom att förelägga idrottsutövarna långtgående avtalsvillkor.

Ärende gäller den flerfaldiga olympiska mästarens i hastighetsskridskoåkning och tyska medborgaren Gloria Pechstein. Bakgrunden till målet är att det internationella skridskoförbundet, International Skating Union (ISU), anklagade Pechstein för doping i mars 2009. Mellan år 2000 och 2009 hade Pechstein lämnat ett stort antal urinprov och vid efterföljande analys visade inget av dessa prov spår av förbjudna substanser, till exempel EPO, eller förbjudna metoder, till exempel så kallad bloddoping. I samband med dessa dopingtester lämnade emellertid Pechstein även ett stort antal blodprover som analyserades och lades till grund för ett så kallat blodpass. Ett blodpass visar idrottsutövarens blodvärden över tid. En granskning av Pechsteins blodpass visade att hennes blodvärden under år 2009 hade varierat på ett sätt som enligt ISU endast kunde förklaras med att hon brukat EPO.²⁷⁷

Frågan huruvida det var möjligt att med stöd av blodpasset fälla Pechstein för en dopingförseelse och stänga av henne från fortsatt tävling prövades först av ISU:s disciplinnämnd. Den 1 juli 2009 fällde disciplinnämnden henne till ansvar och

²⁷⁴ Se t.ex. mål 7/82, *GVL*, punkt 56 (i missbruksanalysen påpekar domstolen att företaget i fråga har ett "faktiskt monopol"); mål C-333/94 P, *Tetra Pak*, punkterna 28–30; mål C-52/09, *TeliaSonera*, punkterna 78–82.

²⁷⁵ Kommissionen, *UEFA World Cup 1998*, punkterna 85–87.

²⁷⁶ Se ovan avsnitt 5.4.

²⁷⁷ CAS 2009/A/1912 & 1913, *Pechstein*.

stängde av henne från all tävlan i två år, en tidsperiod som bland annat omfattade vinter-OS i Vancouver 2010. I stadgar och tävlingsbestämmelser fanns skiljeklausuler som föreskrev att disciplinnämndens beslut skulle överklagas till CAS, den internationella skiljenämnden för idrott som är placerad i Lusanne, Schweiz, dit också Pechstein vände sig.

CAS:s prövning kom framförallt att gälla huruvida det var möjligt och lämpligt att fälla en idrottsutövare till ansvar för en dopingförseelse trots avsaknaden av ett positivt prov om det som i Pechsteins fall föreligger indirekt bevisning som tyder på att idrottsutövaren vidtagit en gärning som är förbjuden som doping. Efter en omfattande prövning av den vetenskapliga bevisningen fann CAS i november 2009 att Pechsteins blodvärden inte kan förklaras på något annat sätt än att hon dopat sig, att ISU därigenom hade uppfyllt sin bevisbörda och att Pechstein därmed gjort sig skyldig till en dopingförseelse. På denna grund fastställde CAS genom skiljedom disciplinnämndens beslut.²⁷⁸

Pechstein valde därefter att utmana CAS:s skiljedom hos schweiziska Bundesgericht, den domstol som främst utövar tillsyn över CAS. Bland hennes grunder återfanns att skiljedomstolen brustit i sin opartiskhet och att det stred mot hennes grundläggande processuella rättigheter att fälla henne till ansvar för en dopingförseelse enbart med stöd av indirekt bevisning. Hon menade att skiljedomen därför stred mot den schweiziska rättens grunder ("public policy") och att domstolen därför skulle åsidosätta skiljedomen. Den 10 februari 2010 fann dock Bundesgericht att Pechstein inte visat att CAS:s skiljedom stred mot schweizisk rätt och avvisade därför hennes talan.²⁷⁹

Frågan huruvida indiciebevisning är tillräckligt för ansvar för dopinggärning är intressant,²⁸⁰ men Pechsteins ärende har också gett upphov till en fråga om idrottsförbunds missbruk av sin dominerande ställning. År 2013 väckte Pechstein en skadeståndstalan mot ISU och det tyska hastighetsskridskoförbundet (DESG) i tysk federal domstol om ersättning för de skador som hon lidit till följd av dopingavstängningen. De skiljeklausuler som finns i de nationella och internationella idrottsförbunds villkor och CAS:s skiljedom med stöd av dessa skiljeklausuler utgör som utgångspunkt ett rättegångshinder för de tyska domstolarna att ta upp Pechsteins talan. Pechstein menar dock att hon inte hade några andra alternativ än att acceptera idrottsförbundens villkor, inklusive skiljeklausulerna, om hon vill utöva sin idrott och att de tyska domstolarna därför bör åsidosätta den. Vidare vilar Pechsteins skadeståndsanspråk mot idrottsförbunden bland annat på konkurrensrättslig grund och hon gör därvid gällande att en skiljeklausul inte kan åberopas för att hindra sådana anspråk från att prövas av allmän domstol.

²⁷⁸ Ibid. punkterna 140–144.

²⁷⁹ Claudia Pechstein mot International Skating Union, 4A_612/2009 (Sch.). Se också Göteborgs-Posten, "Pechstein fälls för dopning på indicier", 2009-11-25.

²⁸⁰ Se t.ex. McArdle 2013.

Målet har i skrivande stund prövats av första och andra instans och kommer sannolikt att prövas i högsta instans.²⁸¹ De tyska domstolarna har funnit att de grundläggande bestämmelserna i konkurrensrätten utgör en sådan grund på vilken skiljeklausul och skiljedom ska åsidosättas. Detta får betydelse i två bemärkelser. För det första har de granskat huruvida skiljeklausulen som sådan utgör ett missbruk av dominerande ställning. Enligt den högre domstolen (OLG München) utgör inte inkludering av skiljeklausuler inom idrott generellt och som sådant ett missbruk av dominerande ställning då det finns goda intressen för en sådan lösning, till exempel etableringen av enhetliga normer på idrottens område. Den relevanta frågan är om idrottsutövaren ingått skiljeklausulen frivilligt. Vad gäller skiljeklausuler som pekar ut CAS som tvistelösning anmärker den tyska domstolen att idrottsförbunden har ett bestämmande inflytande över vilka som kan vara skiljemän och detta talar för att utövarna inte skulle välja denna tvistelösningssmodell om det inte vore för att idrottsförbunden med stöd av sin ställning på marknaden kan framtvunga detta.²⁸² Anledningen till att idrottsutövare som har tvister med idrottsförbund, och vars yrke regleras av förbundet, prövas av CAS beror enligt domstolen uteslutande på förbundets ställning: Om utövarna ändå kunde delta på mästerskap skulle de inte ingå dessa skiljeavtal utan i stället välja tvistelösningen i mer neutrala forum.²⁸³

Michelin och *Pechstein* illustrerar grunderna i den konkurrensrättsliga analys som ålägger idrottsförbund och andra liknande idrottsliga aktörer ett särskilt ansvar att inte missbruka den synnerligen starka ställning som de har inom sin sektor. I målet *DLG* lägger emellertid EU-domstolen grunden för en doktrin som under vissa omständigheter kan bidra till att undandra vissa idrottsliga åtgärder från att utgöra ett missbruk i konkurrensrättslig bemärkelse.²⁸⁴

Målet ifråga gällde ett danskt kooperativ av jordbrukare, DLG, vars verksamhet bestod av att distribuera produkter som medlemmarnas använde i sitt jordbruk. Ett antal jordbrukare som var medlemmar i DLG var missnöjda med dess prissättning och började därför samarbeta inom ramen för en annan förening, LAG. Som en reaktion på detta genomförde DLG en stadgeändring som innebar att medlemskap i LAG och andra liknande, konkurrerande föreningar var oförenligt med medlemskap i DLG.²⁸⁵ Denna bestämmelse utmanades på konkurrensrättslig grund i dansk domstol som begärde ett förhandsbesked från EU-domstolen på ett antal frågor kring tolkningen av artiklarna 101 och 102 FEUF.

Vad gäller tillämpningen av artikel 101 konstaterar EU-domstolen att den begränsning av konkurrensen som bestämmelsen innebär kan uppbäras av

²⁸¹ LG Münchens dom den 26 februari 2014 i mål 37 O 28331/12 (Ty.); OLG Münchens dom den 15 januari 2015 i mål U 1110/14 Kart (Ty.). Denna text utgår främst från OLG:s dom.

²⁸² OLG Münchens dom den 15 januari 2015 i mål U 1110/14 Kart. (Ty.), punkterna 88–122.

²⁸³ Ibid. punkt 113.

²⁸⁴ Mål C-250/92, *DLG*.

²⁸⁵ Ibid. punkterna 1–6.

samarbetets konkurrensfrämjande effekter givet att de också är proportionerliga.²⁸⁶ Detta ligger i linje med vad EU-domstolen fann i *Meca-Medina*.²⁸⁷ Även vad gäller artikel 102 FEUF går EU-domstolen emellertid in på ett liknande resonemang. Således utgör inte åtgärder av det aktuella slaget missbruk av dominerande ställning i den utsträckning som det är begränsat till vad som är nödvändigt för att kooperativet ska fungera korrekt.²⁸⁸

DLG antyder att ett test liknande det i *Meca-Medina/Wouters* kan åberopas så att åtgärder som under andra omständigheter skulle utgöra missbruk av dominerande intresse inte gör det om åtgärden är nödvändig för att uppnå ett legitimt intresse.²⁸⁹ Det är dock oklart mer exakt i vilken utsträckning detta test kan användas och vilka intressen som kan åberopas för att försvara en åtgärd som annars skulle utgöra missbruk, i synnerhet i den här studerade kontexten. Frågan har inte ännu ställts på sin spets.

Ett exempel på ett argument som möjligen framgångsrikt skulle kunna föras med stöd av *DLG* återfinns i kommissionens beslut i *UEFA Champions League*. En fråga i målet var huruvida UEFA kunde komma ifråga för ett undantag enligt artikel 101.3 FEUF från förbudet mot konkurrensbegränsande avtal. I denna del argumenterade UEFA framgångsrikt att kollektiv försäljning av medierättigheter till Champions League var nödvändigt om det överhuvudtaget skulle finnas en produkt: Eftersom det innan säsongen är oklart vilka fotbollsklubbar som kommer att spela i Champions Leagues olika matcher är det i praktiken omöjligt för klubbarna att självständigt sluta avtal med mediebolag.²⁹⁰ Med stöd av *DLG* torde detta argument rimligen även kunna åberopas för att försvara ett påstått missbruk av dominerande ställning. Detta ligger i linje med generaladvokat Kokotts förslag till avgörande i *MOTOE*. Hon menar att det inte i sig och a priori utgör ett missbruk av dess dominerande ställning för ett idrottsförbund att uppställa villkor för att få organisera eller delta i idrottstävlingar och att det inte handlar om missbruk om de uppställda villkoren är objektivt motiverade. Ett exempel på sådana objektivt motiverade villkor är sakligt motiverade tekniska säkerhetskrav.

5.6 Slutsatser och rekommendationer

Det är förhållandevis tydligt att det idrottsförbund eller den liga som utnyttjar sin starka regulativa ställning för att tillgodogöra sig samtliga kommersiellt exploaterbara rättigheter från den idrottsliga verksamheten har missbrukat sin ställning. Som framgår av diskussionen i föregående avsnitt är det emellertid inte enkelt att på ett tydligt och allmängiltigt sätt dra gränsen mellan, å ena sidan, sådan

²⁸⁶ Ibid. punkterna 32–35.

²⁸⁷ Se ovan avsnitt 4.2.

²⁸⁸ Mål C-250/92, *DLG*, punkterna 50–52.

²⁸⁹ Kommissionen, *The EU and Sport*, punkt 2.1.2.

²⁹⁰ Kommissionen, *UEFA Champions League*, punkterna 140, 143.

regulativ praktik av kommersiell exploatering som är acceptabel och, å andra sidan, sådan som utgör missbruk i konkurrensrättslig bemärkelse.

De tyska domstolarnas analys i *Pechstein* framstår som lämplig, åtminstone som utgångspunkt. Skulle idrottsutövaren eller idrottsföreningen ha accepterat idrottsförbundets bestämmelser om det inte vore för idrottsförbundets unika ställning, det vill säga om det fanns alternativa organisatörer eller, annorlunda uttryckt, om det förelåg konkurrens på marknaden? Till exempel tycks Plogell m.fl. i huvudsak tillämpa en sådan analysmodell när de konstaterar att de svenska fotbollsklubbarna sannolikt inte skulle tjäna mer om de sålde sina rättigheter var för sig och att det därför inte är säkert att SvFF:s bestämmelser kring medierättigheter²⁹¹ är oskäligen.²⁹²

En metod för att granska huruvida en monopsonist har missbrukat sin makt är att mäta marginalskillnaden mellan pris och värde:²⁹³ En hög marginalskillnad tyder på att köparmonopolet utnyttjat sin ställning för att betala mindre för en vara eller tjänst än den faktiskt är värd. I en idrottslig kontext skulle en relevant marginalskillnad till exempel kunna vara mellan, å ena sidan, den kompensation som en idrottslig aktör, till exempel ett idrottsförbund eller en idrottsförening, ger en annan idrottslig aktör, till exempel en idrottsutövare, på utövarmarknaden och, å andra sidan, det värde som den senare aktören inbringat förra aktören på exploateringsmarknaden.²⁹⁴ Med en sådan analys torde till exempel Petter Northug framgångsrikt kunna hävda att de intäkter som det norska skidförbundet erhåller till följd av hans deltagande i landslaget så vida överstiger den kompensation som han får för att vara med att det handlar om ett missbruk.²⁹⁵

Med detta som utgångspunkt är det ur idrottsförbundens perspektiv problematiskt att de i egenskap av så kallade "superdominanter" kan förväntas idka särskild återhållsamhet, i synnerhet när det gäller att gentemot en motpart som saknar förhandlingsposition förelägga ensidigt formulerade villkor som ger dem själva betydande ekonomisk vinning och där det är otydligt vad idrottsförbundet ger i utbyte. För att kunna försvara en sådan situation bör idrottsförbunden överväga om de villkor kring kommersiell exploatering som uppställs i stadgar, deltagandevillkor och andra bestämmelser är rimligt långtgående.

Som diskuterades i föregående avsnitt förekommer det villkor rörande kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet som kan rättfärdigas på objektiva grunder, till exempel att ett centralt organ har hand om försäljningen av tv-rättigheterna till slutspelsmatcher då dessa i praktiken måste säljas innan det är klart vilka lag som spelar. Villkor av detta slag torde dock vara förhållandevis ovanliga.

²⁹¹ Se ovan avsnitt 2.4.

²⁹² Plogell m.fl. 2009, s. 514 (analysen avser tillämpningen av 36 § avtalslagen).

²⁹³ Marginal Revenue Product, MRP.

²⁹⁴ Se t.ex. Blair 2011, s. 351; Pellnar 2007, s. 46–47.

²⁹⁵ Se ovan avsnitt 5.3.3.

Ett idrottsförbund eller en liknande aktör som ställs inför att försvara sina bestämmelser kring kommersiellt exploaterbara rättigheter torde sannolikt inte sällan motivera regler som ger denne en del av intäkterna från dessa rättigheter med att denne återinvesterar dessa intäkter i den idrottsliga verksamheten. Denna argumentation liknar den som utan framgång fördes i *Bilsportmålet*²⁹⁶ och som enligt mitt förmenande inte bör accepteras. En konkurrensbegränsning kan inte rättfärdigas enbart med att de ekonomiska vinster som därigenom uppstår investeras i goda ändamål. För det första saknas stöd för att detta resonemang är rättsligt acceptabelt. Tvärtom tycks argumentationen ligga nära de "rent ekonomiska intressen" eller "rent fiskala intressen" vilka EU-domstolen i andra sammanhang tydligt etablerat inte utgör "legitima syften".²⁹⁷ Vidare skulle följdkonsekvenserna av en sådan slutsats bli oacceptabelt långtgående då konkurrensrätten som huvudregel ska tillämpas på samma sätt på idrotten som på andra sektorer.²⁹⁸ Om ett sådant resonemang accepterades för idrottslig verksamhet kommer rimligen även aktörer inom andra sektorer göra anspråk på att få missbruka sin ställning på marknaden med hänvisning till att de vinster som de därigenom tillgodogör sig investeras i samhällspositiv verksamhet. Detta ligger i linje med generaladvokat Kokotts förslag till avgörande i *MOTOE* enligt vilket det handlar om missbruk ifall det grekiska motorcykelförbundet använder sin ställning "för att främja egna ekonomiska intressen till nackdel för andra tjänsteleverantörer som vill anordna och framför allt marknadsföra motorcykeltävlingar under eget ansvar."²⁹⁹

Mot denna bakgrund finns det incitament för de svenska idrottsförbunden och andra idrottsliga aktörer i liknande ställning att tillsammans med andra nationella, europeiska och internationella idrottsliga aktörer identifiera så kallad "best practise". Vissa exempel på goda lösningar kan identifieras, till exempel i det ovan nämnda *FIA*-ärendet. Trots att *FIA* inte delade kommissionens uppfattning accepterade idrottsförbundet att genomföra ändringar som avsåg att avskilja *FIA*:s funktion att reglera hur bilsporttävlingar genomförs från vad gäller regleringen av den kommersiella exploateringen av dessa tävlingar.³⁰⁰

Detta förefaller vara en mycket lämplig lösning på de konkurrensrättsliga problem som uppstår i samband med kommersiell exploatering av idrottslig verksamhet från ett internt perspektiv: Genom att särskilja villkor för att anordna eller delta i den idrottsliga verksamheten från överenskommelser kring den kommersiella exploateringen av den idrottsliga verksamheten förtas i stor utsträckning idrottsförbundens dominerande ställning och därmed de konkurrensrättsliga

²⁹⁶ Se ovan avsnitt 5.3.3.

²⁹⁷ Se t.ex. mål 352/85, *Bond van Adverteerders*, punkt 34; mål C-288/89, *Stichting Collectieve Antennevoorziening Gouda*, punkt 11; mål C-398/95, *Ergasias*, punkt 25.

²⁹⁸ Se t.ex. mål C-519/04 P, *Meca-Medina*.

²⁹⁹ Generaladvokat Kokotts förslag till avgörande i mål C-49/07, *MOTOE*, punkten 96. EU-domstolen var hårdare i sin bedömning och kom enligt Weatherill i praktiken nära att likställa förekomsten av en dominerande ställning med missbruk av densamma. Weatherill 2009, s. 4–5.

³⁰⁰ Kommissionen, *FIA*, avsnitt 5.

invändningarna.³⁰¹ Det bör dock i detta sammanhang framhållas att en sådan lösning emellertid inte bidrar till att undvika eller lösa de konkurrensrättsliga problem som finns från ett externt perspektiv.

En sådan lösning kan medföra att det inom vissa idrotter blir svårare att genomdriva vissa av bestämmelser som i dagsläget förekommer inom vissa idrotter. Det kan rimligen vara så att vissa idrottsföreningar och idrottsutövare inte är intresserade av att ge upp sina kommersiellt exploaterbara rättigheter i samma utsträckning som i dagsläget om det inte är ett villkor för deltagande i den idrottsliga verksamheten. Om detta framstår som orimligt bör det dock poängteras att det redan i dag är svårt för idrottsförbund, och i förekommande fall idrottsföreningar, att genomdriva sådana villkor när motparten befinner sig i en stark förhandlings-situation, till exempel på grund av att deras deltagande är av avgörande betydelse.³⁰²

³⁰¹ Jfr Miettinen 2008, s. 18.

³⁰² Ett exempel på detta är den situation som uppstod inom norsk skidåkning år 2013 där norska skidförbundet och skidåkaren Petter Northug ingått separata och med varandra oförenliga sponsoravtal. Se t.ex. NRK, "Northug må signere ny kontrakt for å få gå OL", 2013-09-26, och ovan avsnitt 5.3.3.

6 Referenser

6.1 Offentligt tryck

Prop. 1992/93:56 Ny konkurrenslagstiftning

Ku2012/896/MFI

Kommissionen, Broadcasting of Sports Events and Competition Law, Competition Policy Newsletter 1998 nr 2

Kommissionen, The EU and Sport: Background and Context, Commission Staff Working Document, Accompanying document to the White Paper on Sport, SEC/2007/935 final (The EU and Sport)

Europeiska rådet, Declaration on the specific characteristics of sport and its social function in Europe, of which account should be taken in implementing common policies, undertecknad i Nice, december 2000 (Nicedeklarationen)

Kommissionen, Tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EUT C 372, 9.12.1997, s. 5

6.2 Litteratur

Anderson, Jack, *Modern Sports Law* (Hart Publishing, Oxford 2010)

Ashenfelter, Orley C., m.fl., "Labor Market Monopsony", *Journal of Labor Economics* vol. 28(2) s. 203 (2010)

Aubut, Mélanie, "When Negotiations Fail: An Analysis of Salary Arbitration and Salary Cap System", *Sports Lawyers Journal* vol. 190 s. 189 (2003)

Beloff, Michael m.fl., *Sports Law* (Hart, Oxford 2012)

Beloff, Michael red., *Sports Marketing Agreements* (TMC Asser Press, Haag 2012)

Bernitz, Ulf, *Svensk och europeisk marknadsrätt*, vol. 1 (uppl. 4, Norstedts Juridik, Stockholm 2015)

Blackshaw, Ian, "Introductory Remarks", i *TV Rights and Sport* s. 1 (Ian Blackshaw m.fl. red., TMC Asser Press, Haag 2009)

Blackshaw, Ian, "Collective sale of sports television rights in the European Union: competition law aspects", *De Jure* vol. 46(2) s. 401 (2013)

Blair, Roger D., *Sports Economics* (Cambridge University Press, Cambridge 2011)

Boal, William M. & Ransom, Michael R., "Monopsony in the Labor Market", *Journal of Economic Literature* vol. 35 s. 86 (1997)

Carlsson, Anneli, "Idrott och konkurrensrätt", i *Artiklar i idrottsjuridik* s. 24 (Anneli Carlsson & Björn Lindquist red., *Handelsrättslig skriftserie nr 14*, Studentlitteratur, Lund 1999)

Castendyk, Oliver m.fl., *European Media Law* (Kluwer Law International, Alphen aan den Rijn 2008)

Chaker, André-Noël, *Study on national sports legislation in Europe* (Council of Europe Publishing, Strasbourg 1999)

Chetcuti, Angelo, "The Exploitation of Football Media Rights in the EU: A Competition Law Analysis", Working Paper May 2008 (tillgänglig på https://www.academia.edu/974423/The_Exploitation_of_Football_Media_Rights_in_the_EU_a_competition_law_analysis)

Craven, Richard, "State aid and sports stadiums: EU sports policy or deference to professional football", *European Competition Law Review* vol. 35(9) s. 453 (2014)

Evans, Tom m.fl., *The Political Economy of Television Sports Rights* (Palgrave Macmillan, Basingstoke 2013)

Fullerton, Sam & G. Russell Merz, "The Four Domains of Sports Marketing: A Conceptual Framework", *Sports Marketing Quarterly* vol. 17 s. 90 (2008)

Gardiner, Simon m.fl., *Sports Law* (uppl. 4, Cavendish, London 2012)

Geey, Daniel, "Collectivity v. Exclusivity: Conflict in the Broadcasting Arena", *Entertainment Law Review* vol. 15(7) (2004)

Guttman, Allen, "The Appeal of Violent Sports", i *Why We Watch: The Attractions of Violent Entertainment* s. 7 (Jeffrey H. Goldstein red., Oxford University Press, Oxford 1998)

Halgreen, Lars, *European Sports Law – A Comparative Analysis of the European and American Models of Sport* (Thomson, Köpenhamn 2004)

Hatton, Catriona m.fl., "Fair play: how competition authorities have regulated the sale of football media rights in Europe", *European Competition Law Review* vol. 28(6) s. 346 (2007)

Healey, Deborah, *Sport and the Law* (uppl. 4, UNSW Press, Sydney 2009)

James, Mark, *Sports Law* (uppl. 2, Palgrave Macmillan, Basingstoke 2013)

Izquierdo, Sara Moya & Ferrer, Miguel Troncoso, "Football broadcasting business in the EU: Towards fairer competition?", *Journal of European Competition Law and Practise* 2014, doi:10.1093/jeclap/lpu042

Jeanrenaud, Claude & Késenne, Stefan, "Sport and the Media: An Overview", i *The Economics of Sport and the Media* s. 1 (Claude Jeanrenaud & Stefan Késenne red., Edward Elgar, Cheltenham 2009)

Kaburakis, Anastasios m.fl., "British Pubs, Decoder Cards, and the Future of Intellectual Property Licensing in the EU after *Murphy*", *Columbia Journal of European Law* vol. 18(2) s. 307 (2012)

Lagrell, Lars-Åke, "Fotbollen och TV-utvecklingen", *Svensk Idrottsjuridisk Förening* 2003 s. 141

Lefever, Katrien, *New Media and Sport – International Legal Aspects* (TMC Asser Press, Haag 2012)

Lindholm, Johan, "Idrottens särart och EU:s konkurrensrätt", *Europarättslig Tidskrift* nr. 4/2008 s. 914

Lindholm, Johan, "Förrättsligandet av idrott i allmänhet och doping i synnerhet", i *Förrättsligande* s. 63 (Rapporter av texter från Juridiska institutionen vol. 6, Görel Granström red., Umeå universitet, Umeå 2011)

Lindholm, Johan, "The impact of SBF v KKV on sport: Swedish fender-bender or European pileup?", *European Competition Law Review* vol. 34(7) s. 367 (2013)

Lindholm, Johan (2014a), *Idrottsjuridik* (Norstedts Juridik, Stockholm 2014)

Lindholm, Johan (2014b), "Idrottens rättsliga särart", *Idrottsjuridisk skriftserie* vol. 19 s. 131

Lindholm, Johan (2014c), "Medierättigheter till idrottsevenemang", *Ny Juridik* nr. 2/2014 s. 63

Lindholm, Johan, "Can I Please Have a Slice of Ronaldo? The Legality of FIFA's ban on Third-Party Ownership under European Union Law", *International Sports Law Journal* (kommande publikation, 2015)

Massey, Patrick, "Are Sports Cartels Different? An Analysis of EU Commission Decisions Concerning Collective Selling Agreements for Football Broadcasting Rights", *World Competition* vol. 30(1) s. 87 (2007)

McAuley, Darren, "Exclusively for all and collectively for none: Refereeing broadcasting rights between the Premier League, European Commission and BSkyb", *European Competition Law Review* vol. 25(6) s. 370 (2004)

McArdle, David, "CAS 2009/A/1912-1913 *Pechstein v. International Skating Union*" i *Leading Cases in Sports Law* s. 209 (Jack Anderson red., Springer, Haag 2013)

Malmsten, Krister & Pallin, Christer, *Idrottens föreningsrätt* (uppl. 2, Norstedts Juridik, Stockholm 2005)

Miettinen, Samuli, "Policing the Boundaries between Regulation and Commercial Exploitation: Lessons from the *MOTOE* Case", *International Sports Law Journal* 2008 (3-4) s. 13

Mitten, Matthew J. m.fl., *Sports Law and Regulation* (uppl. 2, Aspen Publishing, New York 2009)

Pallin, Christer, "Svensk idrotts organisation och uppbyggnad – igen", *Svensk Idrottsjuridisk Skriftserie* 2013 s. 195

Panagiotopoulos, Dimitrios, "The Institutional Problem of the Greek Sport Federation: Structure, Organization, Legal Nature and Function", *Marquette Sports Law Journal* vol. 5 s. 243 (1995)

Parlasca, Susanne, "Collective Selling of Broadcasting Rights", i *Handbook on the Economics of Sport* s. 719 (Wladimir Andreff & Stefan Szymanski red., Edward Edgar Publishing, Cheltenham 2006)

Parrish, Richard, *Sports Law and Policy in the European Union* (Manchester University Press, Manchester 2003),

Parrish, Richard & Miettinen, Samuli, *The Sporting Exception in European Union Law* (TMC Asser Press, Haag 2008)

Pellnar, Gregory, "Antitrust Analysis of Sports Leagues", *SSRN Electronic Journal* 01/2007, DOI: 10.2139/ssrn.1021365

- Pijetlovic, Katarina, EU Sports Law and Breakaway Leagues in Football (ak. avh., Helsingfors universitet, Helsingfors 2015)
- Plogell, Michael m.fl., "Sweden", i TV Rights and Sport s. 509 (Ian Blackshaw m.fl. red., TMC Asser Press, Haag 2009)
- Robinson, Joan, The Economics of Imperfect Competition (uppl. 2, Macmillan, London 1969)
- Scully, Gerald W., "Pay and Performance in Major League Baseball", The American Economic Review vol. 64(6) s. 915 (1974)
- Stix-Hackl, Christine & Egger, Alexander, "Sports and competition law: a never-ending story?", European Competition Law Review vol. 23(2) s. 81 (2002)
- Stucke, Maurice E., "Looking at the Monopsony in the Mirror", Emory Law Journal vol. 62 s. 1509 (2013)
- Wachtmeister, Anne-Marie, "Broadcasting of Sports Events and Competition Law", Competition Policy Newsletter 1998 (2)
- Weatherill, Stephen (2006a), "Anti-doping Revisited – The Demise of the Rule of 'Purely Sporting Interest'", European Competition Law Review 2006 s. 645
- Weatherill, Stephen (2006b), "The Sale of Rights to Broadcast Sporting Events under EC Law", International Sports Law Journal 2006/3-4 s. 3
- Weatherill, Stephen, "Article 82 EC and Sporting 'Conflict of Interest': the Judgment in *MOTOE*", International Sports Law Journal 2009 (1-2) s. 3
- Weatherill, Stephen, European Sports Law – Collected Papers (uppl. 2, TMC Asser Press, Haag 2014)
- Wehlander, Caroline, Who is Afraid of SGEI? (ak. avh., Umeå universitet, Umeå 2015)
- Weiler, Paul C. m.fl., Sports and the Law (uppl. 4, West Publishing, St. Paul 2011)

6.3 Praxis (kronologiskt)

6.3.1 Svensk rättspraxis

NJA 1950 s. 550

NJA 1951 s. 79

NJA 1959 s. 280

RÅ 1985 1:39

MD 1997:8

MD 2012:16 (Bilspportmålet)

Marknadsdomstolens beslut den 3 december 2012 i mål A/12 (SHL-målet)

6.3.2 Utländska domstolar

Federal Baseball Club of Baltimore, Inc. v. National League of Professional Baseball Clubs, 259 U.S. 200 (1922) (USA)

Toolson v. New York Yankees, 346 U.S. 356 (1953) (USA)

Flood v. Kuhn, 407 U.S. 258 (1972) (USA)

NCAA v. Board of Regents, 468 U.S. 85 (1984) (USA)

National Football League Properties, Inc., v. Dallas Cowboys Football Club, Ltd., 922 F.Supp. 849 (S.D.N.Y. 1996) (USA)

American Needle, Inc. v. National Football League, 560 U.S. 183 (2010) (USA)

Rechtbank Utrechts avgörande 10-03-2010 i mål 281089 ("NBB") / KG ZA 10-53; 282608 KG ZA 10-138, NL:RBUTR:2010:BL6880 (Ned.)

Claudia Pechstein mot International Skating Union, 4A_612/2009 (Sch.)

LG Münchens dom den 26 februari 2014 i mål 37 O 28331/12 (Ty.)

OLG Münchens dom den 15 januari 2015 i mål U 1110/14 Kart. (Ty.)

Bundesgerichtshofs dom den 11 december 1997 i DFB m.fl. mot Bundeskartellamt, KVR 7/96, BGHZ 137, 297 (Ty.)

Hof Amsterdams dom i den 8 november 1996 i KNVB mot Feyenoord (Ned.)

6.3.3 EU-domstolen

Mål 56/65, Société Technique Minière mot Maschinenbau Ulm GmbH, EU:C:1966:38

Mål 36/74, Walrave & Koch mot Association Union cycliste internationale m.fl.,

EU:C:1974:140

Mål 13/76, Donà mot Mantero, EU:C:1976:115

Mål 27/76, United Brands Co. & United Brands Continentaal BV mot kommissionen, EU:C:1978:22

Mål 85/76, Hoffmann-La Roche mot kommissionen, EU:C:1979:36

Mål 22/78, Hugin Kassaregister AB & Hugin Cash Registers Ltd mot kommissionen, EU:C:1979:138

Mål 262/81, Coditel SA, Compagnie générale pour la diffusion de la télévision m.fl. mot Ciné-Vog Films SA m.fl.. (Coditel II), EU:C:1982:334

Mål 322/81, NV Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin mot kommissionen, EU:C:1983:313

Mål 118/85, kommissionen mot Italien, EU:C:1987:283

Mål 352/85, Bond van Adverteerders mot Nederländerna, EU:C:1988:196

Mål C-288/89, Stichting Collectieve Antennevoorziening Gouda m.fl. mot Commissariaat voor de Media, EU:C:1991:323

Mål C-41/90, Höfner & Elser mot Macrotron GmbH, EU:C:1991:161

Mål C-250/92, Gøttrup-Klim e.a. Grovwareforeninger v Dansk Landbrugs Grovvareselskab AmbA (DLG), EU:C:1994:413

Mål C-415/93, Union royale belge des sociétés de football association ASBL mot Jean-Marc Bosman, Royal club liégeois SA mot Jean-Marc Bosman m.fl. och Union des associations européennes de football (UEFA) mot Jean-Marc Bosman, EU:C:1995:463

Mål C-333/94 P, Tetra Pak International SA mot kommissionen, EU:C:1996:436

Mål C-398/95, Syndesmos ton en Elladi Touristikou kai Taxiidiotikon Grafeion mot Ergasias, EU:C:1997:282

Mål C-35/96, kommissionen mot Italien, EU:C:1998:303

Mål C-176/96, Lehtonen & Castors Canada Dry Namur-Braine ASBL mot Fédération royale belge des sociétés de basket-ball ASBL (FRBSB), EU:C:2000:201

Förenade målen C-395/96 P & C-396/96 P, Compagnie Maritime Belge Transport SA, Compagnie Maritime Belge & Dafra-Lines A/S mot kommissionen,

EU:C:2000:132

Mål C-475/99, Firma Ambulanz Glöckner mot Landkreis Südwestpfalz,
EU:C:2001:577

Mål C-203/02, The British Horseracing Board Ltd m.fl. mot William Hill,
EU:C:2004:695

Förenade målen C-295/04–298/04, Manfredi mot Lloyd Adriatico Assicurazioni SpA
m.fl., EU:C:2006:461

Mål C-519/04 P, Meca-Medina & Majcen mot kommissionen, EU:C:2006:492

Mål C-49/07, Motosykletistiki Omospondia Ellados NPID (MOTOE) mot Elliniko
Dimosio, EU:C:2008:376

Förenade målen C-403/08 & C-429/08, Football Association Premier League Ltd
m.fl. mot QC Leisure m.fl. & Murphy mot Media Protection Services Ltd,
EU:C:2011:631

Mål C-52/09, Konkurrensverket mot TeliaSonera Sverige AB, EU:C:2011:83

Mål C-604/10, Dataco m.fl. mot Yahoo m.fl., EU:C:2012:115

Mål C-201/11, UEFA mot kommissionen, EU:C:2013:519

6.3.4 Tribunalen

Förenade målen T-68/89, T-77/89 och T-78/89, Società Italiana Vetro SpA m.fl. mot
kommissionen (Italian Flat Glass), EU:T:1992:38

Förenade målen T-528/93, T-542/93, T-543/93 & T-546/93, Métropole télévision SA
m.fl. mot kommissionen, EU:T:1996:99

Mål T-504/93, Tiercé Ladbroke SA mot kommissionen, EU:T:1997:84

Förenade målen T-185/00, T-216/00, T-299/00 och T-300/00, Metropole television SA
(M6) m.fl. mot kommissionen, EU:T:2002:242

Mål T-313/02, Meca-Medina & Majcen mot kommissionen, EU:T:2004:282

Mål T-193/02, Piau mot kommissionen, EU:T:2005:22

6.3.5 CAS

CAS 98/200, AEK Athens & SK Slavia Prague mot UEFA, skiljedom av den 20 augusti 1999

CAS 99/A/234 & 235, Meca-Medina & Majcen mot FINA, skiljedom av den 29 februari 2000

CAS 2008/A/1644, M mot Chelsea, skiljedom av den 31 juli 2009

CAS 2009/A/1912 & 1913, Pechstein mot ISU och DESG mot ISU, skiljedom av den 25 november 2009

CAS 2011/O/2574, UEFA mot FC Sion, skiljedom av den 31 januari 2012

6.3.6 Kommissionen

Kommissionens beslut i ärende COMP/33.384 & 33.378, EUT L 326, 12.11.1992, s. 31, 92/521/EEG (FIFA World Cup 1990)

Kommissionen, Draft notice pursuant to Article 19 (3) of Council Regulation No 17 concerning a notification, ärende IV/33.245, 3.4.1993, EUT C 94, s. 6 (BBC, BSB och FA)

Kommissionen beslut i ärende COMP/32.150, EUT L 179, 22.7.1993, s. 23, 93/403/EEG (Eurovision I)

Kommissionen, anmälan av ett licensavtal rörande sändning av nederländska fotbollsmatcher, ärende COMP/36.033, 7.8.1996, EUT C 228, s. 4 (KNVB/Sport 7)

Kommission, "The Commission conditionally approves sponsorship contracts between the Danish Tennis Federation and its tennis ball suppliers", IP/98/355, 15.04.1998 (DTB)

Kommissionens beslut i ärende COMP/36.888, EUT L 5, 8.1.2000, s. 55, 2000/12/EG (FIFA World Cup 1998)

Kommissionen beslut i ärende COMP/32.150, EUT L 151, 10.05.2000, s. 18, 2000/400/EG (Eurovision II)

Kommissionens tillkännagivande rörande ärendena COMP/35.163, COMP/36.638 samt COMP/36.776, EUT C 169, 13.6.2001, s. 5 (FIA)

Kommissionens beslut i Ärende COMP/37 806, 25.06.2002 (ENIC/UEFA)

Kommissionen, "Kommissionen inleder ett förfarande om gemensam försäljning av medierättigheter till engelska Premier League", IP/02/1951, 20.12.2002 (FA Premier

League)

Kommissionens beslut i ärende COMP/37.398, EUT L 291, 8/11/2003, s. 25, 2003/778/EG (UEFA Champions League)

Kommissionens beslut i ärende COMP/M.2876, L 110, 16.4.2004, s. 73 (Newscorp/Telepiù)

Kommissionens beslut i ärende COMP/37.215, EUT L 134, 27/5/2005, s. 46, 2005/396/EG (Bundesliga)

Kommissionens skrivelse i ärende E 3/2005, C (2007) 1761 final (Public Service Tyskland)

Kommissionens beslut i ärende C 2/2004, EUT L 49, 22/2/2008, s. 1 (Public Service Nederländerna)

Kommissionens beslut i ärende SA.33618, 2.5.2013, 2012/C (Uppsala Arena)

6.3.7 Konkurrensverket

Konkurrensverkets beslut 2007-03-07 i ärende 444/2005 (Ticnet)

Konkurrensverkets beslut 2008-10-27 i ärende 413/2008 (TV4/C More)



Adress 103 85 Stockholm
Besöksadress Torsgatan 11
Telefon 08-700 16 00
Fax 08-24 55 43
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se