

Den 7. september 2026 blev af Ophavsretslicensnævnet

I sag nr. 128

Copydan Verdens TV
Bryggervangen 8
2100 København Ø

og

Koda
Lautrupsgade 9
2100 København Ø

og

UBOD
c/o Lassen Ricard
Amaliegade 31
1256 København K

mod

TDC Brands A/S
Teglholmsgade 1
2450 København SV

og

TDC NET A/S
Teglholmsgade 1
2450 København SV

afsagt følgende

Kendelse

Indledning

Sagen angår en tvist mellem Copydan Verdens TV, Koda og UBOD (herefter "Klagerne") på den ene side og TDC Brands A/S og TDC NET A/S (herefter "de Indkla-

gede") på den anden side om fastsættelse i henhold til ophavsretslovens § 35 af vederlag og vilkår for tilladelse til anvendelse af de rettigheder, som Klagerne repræsenterer.

Indhold

Sagens anlæg og forløb	2
Parternes påstande	3
Sagens parter	7
Klagernes gennemgang af deres påstande	10
Klagernes bemærkninger om de økonomiske konsekvenser af deres påstande	19
Uddrag af Klagernes oplysninger om faktum i sagen	27
Retsgrundlag	93
Parternes anbringender	100
Ophavsretslicensnævnets begrundelse og resultat	192
Konklusion og sagsomkostninger	224
Bilag til denne kendelse	227

Sagens anlæg og forløb

Sagen blev anlagt ved Klagernes indgivelse af klageskrift af 22. marts 2024. I svarskrift af 23. april 2024 nedlagde de Indklagede påstand om, at sagen skulle afvises, subsidiært udsættes på endelig afgørelse af en verserende civil retssag mellem parterne anlagt den 15. marts 2024 ved Sø- og Handelsretten (BS-13786/2024-SHR, herefter benævnt "Sø- og Handelsretssagen"). Til støtte herfor gjorde de Indklagede gældende, at Ophavsretslicensnævnet savner kompetence til at tage sagen under behandling, og at Ophavsretslicensnævnet ikke er det bedst egnede forum til at behandle sagen. Parterne var enige om, at disse formalitetsspørgsmål skulle udskilles til særskilt afgørelse.

Efter skriftveksling om formalitetsspørgsmålene traf Ophavsretslicensnævnet ved delkendelse af 5. december 2024 afgørelse om, at de Indklagedes påstand om, at sagen skulle afvises, subsidiært udsættes på endelig dom i Sø- og Handelsretssagen, ikke blev taget til følge.

Efter at have afgivet svarskrift af 17. marts 2025 meddelte de Indklagedes advokater, Jacob Pinborg og Mette Lindskoug, ved mail af 31. marts 2025, at TDC Brands A/S ikke ønskede at afgive skrifter om eller øvrigt deltage i nævnets konkrete vilkårsfastsættelse i sagen, og ved mail af 1. maj 2025 meddelte de Indklagedes advokater, at TDC NET A/S havde indtaget samme standpunkt.

De Indklagede har således ikke deltaget i den videre forberedelse eller hovedforhandlingen af sagens realitet, men er af nævnets sekretariat løbende blevet orienteret om de skridt, der er foretaget som led i forberedelsen, og har modtaget proceskrifterne, ligesom de på forhånd er blevet orienteret om tidspunktet for hovedforhandlingen.

I Ophavsretslicensnævnets behandling af sagen har deltaget højesteretsdommer Jan Schans Christensen (formand), advokat, ph.d. Vibeke Borberg og advokat Asger Heine Jensen.

Hovedforhandlingen fandt sted den 3. og 4. juni 2026 i Slots- og Kulturstyrelsens lokaler, Hammerichsgade 14, 1553 København K.

Klagerne var repræsenteret af advokat David Neutzsky-Wulff, advokat Erik Nyborg og advokat Johan Leonhard. Herudover mødte følgende til hovedforhandlingen: Advokatfuldmægtig Karen Ussing Falkesen, adm. direktør Jakob Hedebrink (Copydan Verdens TV), jurachef Michael Horn (Copydan Verdens TV), ekstern konsulent Martin Gormsen (Copydan Verdens TV), Chief Licensing Strategist Broadcast & Online Kaare Struve (Koda), kommerciel direktør Anne Sophie Gersdorff Schrøder (Koda), sekretær for UBOD og advokat, partner Ann Grew Pfeiffer (UBOD), advokat Iben Gjessing (UBOD) og advokat Peter Schønning.

Jakob Graff Hedebrink, Kaare Struwe, Ann Grew Pfeiffer og Martin Gormsen havde på forhånd afgivet skriftlige vidneerklæringer og afgav forklaring.

Jurachef Michael Horn, Copydan Verdens TV, foretog en produkt demonstration.

Parternes påstande

Klagernes påstande:

Klagerne (også benævnt "Rettighedshaverne") har nedlagt følgende påstande:

1. Principale påstande ad IPTV- og coax-kunder

1.1. Videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag A, skal TDC Brands A/S og TDC NET A/S for IPTV- og coax-kunder for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027 betale Rettighedshaverne et vederlag for tilladelse til samtidig og uændret videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, fastsat som et månedligt vederlag pr. tilslutning, der for 2024 opgøres som

- (i) 8,0033 kr. for til og med 3 Copydan tv-kanaler,

- (ii) med tillæg af 1,7709 kr. for hver Copydan tv-kanal ud over 3 til og med et samlet antal af 6 tv-kanaler,
- (iii) med tillæg af 0,8840 kr. for hver Copydan tv-kanal ud over 6 til og med et samlet antal af 12 tv-kanaler,
- (iv) med tillæg af 0,5437 kr. for hver Copydan tv-kanal derudover,

subsidiært som anført i pkt. (i)-(iv), men med en reduktion på 1,7094 kr., hvis der videreudsendes mindst 8 nabolandskanaler til samtlige tilslutninger.

1.2. Videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der vælges af kunden

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag A, skal TDC Brands A/S og TDC NET A/S, ud over vederlaget efter påstand 1.1, betale et særskilt månedligt vederlag pr. tilslutning på

- (a) 6,4000 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Bland Selv, YouSee Play eller som Ekstrakanal (a la carte),
- (b) subsidiært et lavere beløb, dog ikke under 4,8000 kr., og
- (c) mere subsidiært 1,8306 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Bland Selv eller YouSee Play, og 8,3932 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges som Ekstrakanal (a la carte).

1.3. Digitale tv-tjenester

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag A, skal TDC Brands A/S og TDC NET A/S for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027, ud over vederlaget efter påstand 1.1, betale et månedligt vederlag pr. tilslutning for alle kunder på 27,2898 kr. for tilladelse til udbud af digitale tv-tjenester for så vidt angår alle tv-kanaler.

1.4. Anerkendelse af vilkårenes rimelighed

TDC Brands A/S og TDC NET A/S tilpligtes at anerkende, at vilkårene i vilkårsbilag A ikke er urimelige.

2. Subsidiær påstand ad IPTV- og coax-kunder

2.1. Digitale tv-tjenester (udskudt virkningstidspunkt for påstand 1.3)

Såfremt Ophavsretslicensnævnet ikke finder grundlag for at tage påstand 1.3 til følge for hele perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027, nedlægger Rettighedshaverne subsidiært påstand om, at

- (i) påstand 1.3 tages til følge for perioden fra den 1. januar 2027 til den 31. december 2027, og

- (ii) påstand 3.3 tages til følge for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2026.

3. Mere subsidære påstande ad IPTV- og coax-kunder

3.1. Videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag A, skal TDC Brands A/S og TDC NET A/S for IPTV- og coax-kunder for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027 betale rettighedshaverne et vederlag for tilladelse til samtidig og uændret videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, fastsat som et månedligt vederlag pr. tilslutning, der for 2024 opgøres som

- (i) 8,0033 kr. for til og med 3 Copydan tv-kanaler,
- (ii) med tillæg af 1,7709 kr. for hver Copydan tv-kanal ud over 3 til og med et samlet antal af 6 tv-kanaler,
- (iii) med tillæg af 0,8840 kr. for hver Copydan tv-kanal ud over 6 til og med et samlet antal af 12 tv-kanaler,
- (iv) med tillæg af 0,5437 kr. for hver Copydan tv-kanal derudover,

subsidært som anført i pkt. (i)-(iv), men med en reduktion på 1,7094 kr., hvis der videreudsendes mindst 8 nabolandskanaler til samtlige tilslutninger.

3.2. Videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der vælges af kunden

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag A, skal TDC Brands A/S og TDC NET A/S, ud over vederlaget efter påstand 3.1, betale et særskilt månedligt vederlag pr. tilslutning på

- (a) 6,4000 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Bland Selv, YouSee Play eller som Ekstrakanal (a la carte),
- (b) subsidært et lavere beløb, dog ikke under 4,8000 kr., og
- (c) mere subsidært 1,8306 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Bland Selv eller YouSee Play, og 8,3932 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges som Ekstrakanal (a la carte).

3.3. Digitale tv-tjenester

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag A, skal TDC Brands A/S og TDC NET A/S for IPTV- og coax-kunder for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027, ud over vederlaget efter påstand 3.1, betale Rettighedshaverne et vederlag for tilladelse til udbud af digitale tv-tjenester for alle tv-kanaler, fastsat som et månedligt vederlag pr.

tilslutning, der for 2024 opgøres som et grundvederlag for alle kunder på 6,0246 kr. pr. tilslutning med tillæg af 31,8911 kr. pr. tilslutning for kunder med adgang til flere digitale tv-tjenester end web-tv dog således, at

- (i) vederlaget for kunder med adgang til flere digitale tv-tjenester end web-tv reduceres med følgende beløb, hvis flere end 40 pct. af alle tilslutninger har denne adgang:
 - 0,07565 kr. pr. procentpoints udbredelse i intervallet 40-60 pct.
 - 0,15130 kr. pr. procentpoints udbredelse i intervallet 60-80 pct.
 - 0,22695 kr. pr. procentpoints udbredelse i intervallet 80-100 pct.
- (ii) vederlaget ikke kan overstige 27,2898 kr. pr. tilslutning opgjort som et gennemsnit på tværs af alle kunder.

3.4. Anerkendelse af vilkårenes rimelighed

TDC Brands A/S og TDC NET A/S tilpligtes at anerkende, at vilkårene i vilkårsbilag A ikke er urimelige.

4. Påstande ad OTT-only kunder

4.1. Videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, og digitale tv-tjenester

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag B, skal TDC Brands A/S for OTT-only kunder for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027 betale Rettighedshaverne et vederlag for tilladelse til samtidig og uændret videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, og udbud af digitale tv-tjenester for så vidt angår alle tv-kanaler, fastsat som et månedligt vederlag pr. tilslutning, der for 2024 opgøres som

- (i) 44,3711 kr. for til og med 3 Copydan tv-kanaler, subsidiært 39,8321 kr., mere subsidiært 35,2929 kr.,
- (ii) med tillæg af 1,7709 kr. for hver Copydan tv-kanal ud over 3 til og med et samlet antal af 6 tv-kanaler,
- (iii) med tillæg af 0,8840 kr. for hver Copydan tv-kanal ud over 6 til og med et samlet antal af 12 tv-kanaler,
- (iv) med tillæg af 0,5437 kr. for hver Copydan tv-kanal derudover,

subsidiært som anført i pkt. (i)-(iv), men med en reduktion på 1,7094 kr., hvis der videreudsendes mindst 8 nabolandskanaler til samtlige tilslutninger.

4.2. Videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der vælges af kunden

På de vilkår, der fremgår af vilkårsbilag B, skal TDC Brands A/S, ud over vederlaget efter påstand 4.1, betale et særskilt månedligt vederlag pr. tilslutning på

- (a) 6,4000 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Play eller som Ekstrakanal (a la carte),
- (b) subsidiært et lavere beløb, dog ikke under 4,8000 kr., og
- (c) mere subsidiært 1,8306 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Play, og 8,3932 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges som Ekstra kanal (a la carte).

4.3. Anerkendelse af vilkårenes rimelighed

TDC Brands A/S tilpligtes at anerkende, at vilkårene i vilkårsbilag B ikke er urimelige.

De Indklagedes påstande:

I svarskrift af 17. marts 2025 nedlagde de Indklagede påstand om frifindelse, og ved mail af 29. maj 2026 nedlagde de Indklagede påstand om frifindelse for samtlige af Klagernes nye påstande.

I Sø- og Handelsretssagen har TDC Brands A/S nedlagt [REDACTED] påstande fordelt i et principalt, subsidiært, mere subsidiært og mest subsidiært lag. Ifølge disse påstande mener TDC Brands bl.a., at det samlede vederlag til Rettighedshaverne bør reduceres med 2/3, og at flere af vilkårene i parternes aftale er ulovlige.

Sagens parter

Copydan Verdens TV

Copydan Verdens TV er en forvaltningsorganisation, der repræsenterer kulturproducenter, skabende og udøvende kunstnere. Foreningens medlemmer omfatter p.t. 26 rettighedshaverorganisationer. For så vidt angår tv-programmer repræsenterer Copydan alle rettighedskategorier, bortset fra rettighedshavere til musikværker (Koda) og tv-stationers rettigheder.

De rettigheder, der indgår i Copydans forvaltning, anvendes i alle typer af tv-programmer, herunder spillefilm og audiovisuelle produktioner, der stilles til rådighed on demand i streamingtjenester.

Copydans medlemsorganisationer indgår repræsentationsaftaler med udenlandske rettighedshavere, og i nogle tilfælde indgås gensidighedskontrakter gennem Copydan.

Det er Copydans ansvar at indgå aftaler med brugerne. De indkomne vederlag fordeles i henhold til fordelingsnøgler, der aftales mellem medlemsorganisationerne i Copydan. Det er de enkelte medlemsorganisationer, der fordeler vederlaget til de enkelte individuelle producenter og kunstnere.

Copydan er godkendt af Kulturministeriet efter ophavsretslovens § 50, stk. 4, jf. § 35. Copydan er godkendt som fællesorganisation i medfør af lovens § 50, stk. 4, 3. pkt.

Koda/NCB (herefter "Koda")

Koda er en forvaltningsorganisation, der på vegne af komponister, sangskrivere og musikforlag repræsenterer rettigheder til musik og dertil knyttet tekst, herunder rettigheder til musikværker i tv-programmer. Det gælder både præeksisterende musik, der indkopies i tv-programmer, og musik, der skabes til brug for tv-programmer (underlægningsmusik, filmmusik (scoremusik) og jingles).

NCB er en tilsvarende forvaltningsorganisation, der forvalter rettigheder til eksemplar fremstilling af musikværker og dertil knyttet tekst (også kaldet mekaniske rettigheder).

I denne sag optræder Koda både på egne vegne og på vegne af NCB.

Koda repræsenterer ophavsrettigheder til musikværker og dertil knyttet tekst, når disse værker fremføres offentligt eller kopieres i Danmark. Koda repræsenterer således rettighederne til offentlig fremførelse af praktisk talt enhver brug af musik, når den offentlige fremførelse finder sted i Danmark, herunder også den musik, der indgår i TDC Brands' udbud af tv-programmer og andet audiovisuelt indhold på det danske marked.

Kodas repertoire kommer fra Kodas medlemsaftaler med over 50.000 direkte medlemmer samt fra de repræsentationsaftaler, som Koda har indgået med tilsvarende forvaltningsorganisationer i udlandet. Koda har repræsentationsaftaler med 88 udenlandske musikforvaltningsselskaber, som tilsammen repræsenterer musikskabere fra 171 selvstændige lande og territorier.

Koda er ikke medlem af Copydan, men håndterer rent administrativt området for denne sag på grundlag af en samarbejdsaftale mellem Copydan og Koda. Koda indgår alle aftaler med tv-distributører i eget navn.

Koda og NCB er godkendt af Kulturministeriet efter ophavsretslovens § 50, stk. 4, jf. § 35. Koda og NCB er godkendt som samlicenserende enheder i medfør af lovens § 50, stk. 4, 3. pkt.

UBOD

UBOD (Union of Broadcasting Organizations Denmark) er en betegnelse for et samarbejde mellem hovedsageligt europæiske public service radio- og tv-stationer. UBOD omfatter bl.a. ARD, ARTE, DR, France Télévisions, NRK, ProSieben, RAI, TVE, RTL, Sat.1, SVT, TV 2 Danmark, TV 2 Regionerne, TV 2 (Norge), TV4 (Sverige) og ZDF.

UBOD samarbejder med Copydan i relation til licenser til tv-distributører og andre erhvervsmæssige brugere. Tv-stationer er ikke omfattet af aftalelicensordningen efter ophavsretslovens § 35, jf. § 50. Enhver udnyttelse af tv-stationernes rettigheder, både egne og erhvervede rettigheder, kræver derfor samtykke fra de relevante tv-stationer. De tv-stationer, der deltager i UBOD, giver hver især individuelt samtykke til udnyttelserne omfattet af aftalerne med tv-distributørerne.

UBOD er ikke en (forvaltnings)organisation, men et formaliseret samarbejde, der er reguleret af en "coordination agreement" mellem de deltagende tv-stationer.

TDC Brands A/S og TDC NET A/S

TDC Brands A/S (tidligere Nuuday A/S) og TDC NET A/S, er begge 100 pct. ejede af TDC Holding A/S (tidligere TDC A/S). TDC-koncernen er den største teleudbyder og tv-distributør på det danske marked.

TDC Brands A/S driver kommunikations-, service-, forlags- og medievirksomhed.

TDC Brands A/S driver virksomhed gennem en række brands rettet mod private og erhvervskunder: YouSee (TV, streaming, bredbånd og mobiltelefoni), TDC Erhverv (bredbånd og mobiltelefoni), Telmore (streaming, bredbånd og mobiltelefoni), Hiper (bredbånd), Relatel (bredbånd og mobiltelefoni) og Eesy (mobiltelefoni).

Denne sag angår TDC Brands A/S' aktiviteter under brandet YouSee.

TDC Brands refererer endvidere til de af TDC Brands A/S' aktiviteter, der tidligere var drevet i regi af TDC A/S, og som TDC Brands overtog som led i en spaltning af TDC A/S i 2019.

TDC NET A/S ejer tele- og kabelanlæg og udbyder bl.a. digitale infrastrukturløsninger med coax, fiber og mobilnet.

TDC NET anvendes tillige som betegnelse for de af TDC NET A/S' aktiviteter, der tidligere var drevet i regi af TDC A/S, og som TDC NET A/S overtog som led i den ovennævnte spaltning af TDC A/S.

Klagernes gennemgang af deres påstande

Klagernes påstande under denne sag angår det såkaldte hovedområde (herefter "Hovedområdet"). Hovedområdet omfatter Copydan-tv-kanalerne, hvor Klagerne repræsenterer alle de rettigheder, der er nødvendige for TDC Brands' brug efter ophavsretslovens § 35, stk. 1, og stk. 4-5.

Parternes uenighed omfatter også det såkaldte Koda/mellemgruppeområde, som angår Nuudays brug af andre tv-kanaler end Copydan-tv-kanalerne. Denne uenighed er genstand for en separat sag ved Ophavsretslicensnævnet, der er anlagt af Copydan Verdens TV og Koda mod Nuuday og TDC NET ved klageskrift af 13. maj 2024 (Ophavsretslicensnævnets sag nr. 129).

Klagerne (Rettighedshaverne) har om deres påstande anført bl.a.:

Generelt

Rettighedshaverne har i påstandene sondret mellem to kundegrupper hos TDC Brands A/S: På den ene side IPTV- og coax-kunder, jf. påstand 1-3, og på den anden side OTT-only kunder, jf. påstand 4. Samme sondring findes i vilkårene, jf. vilkårsbilag A, der vedrører IPTV- og coax-kunder, og vilkårsbilag B, der vedrører OTT-only kunder (herefter "vilkårsbilagene").

Sondringen mellem de to kundegrupper følger af aftalehistorikken mellem Rettighedshaverne og TDC Brands, navnlig parternes aftale i [REDACTED] om "YouTV". Denne sondring er endvidere i overensstemmelse med aftalepraksis med andre tv-distributører.

Ved *coax* (også kaldet koaksialkabel) forstås traditionel videreudsendelse via kabler (oprindeligt lavet af kobber), som fører et signal frem til et antennestik i husstanden.

Ved *IPTV* (internet-protokol-tv) forstås videreudsendelse, hvor tv-leverancen sker via en dedikeret strøm i en internetforbindelse (f.eks. fibernet), der udbydes af tv-distributøren selv og sælges sammen med tv-leverancen, og som via en internetprotokol er begrænset til modtagelse i kundens husstand.

Coax og IPTV ligner hinanden derved, at der er tale om videreudsendelse frem til en bestemt fysisk adresse, enten i form af et antennestik eller en tv-boks. IPTV- og coax-kunder repræsenterer [REDACTED] af TDC Brands' individuelle tv-kunder.

Heroverfor står OTT-only kunder. OTT er en forkortelse for Over-The-Top, dvs. videreudsendelse via en internetadgangstjeneste over det åbne internet, jf. ophavsretslovens § 35, stk. 1, 2. pkt., om videreudsendelse i internetadgangstjenester. TDC Brands-kunder, der kun får deres tv over det åbne internet og ikke desuden via coax eller IPTV, kaldes OTT-only kunder. OTT-only kunder adskiller sig fra IPTV- og coax-kunder ved, at deres tv-abonnement ikke er bundet til en bestemt adresse. Tv-abonnementet er således født med portabilitet.

OTT-only kunder repræsenterer [REDACTED] af TDC Brands individuelle tv-kunder.

De nedlagte påstande består dels af betalingspåstande med vederlagssatser, dels af anerkendelsespåstande om, at vilkårene i vilkårsbilagene ikke er urimelige. Flere af betalingspåstandene indeholder subsidiære varianter.

Påstandene vedrører både videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, og udbud af digitale tv-tjenester i forhold til alle tv-kanaler, der indgår i TDC Brands' tv-produkter.

Ved Copydan tv-kanaler forstås tv-kanaler fra en tv-station, der indgår i UBOD-samarbejdet. De mest udbredte Copydan tv-kanaler er DR 1, DR 2, DR Ramasjang, DR TVA Live, TV 2 regionskanaler, ARD Das Erste, ZDF, RTL, NDR, Sat 1, 3 Sat, SVT 1, SVT 2, TV4 Sverige, NRK 1, TV 2 Norge og ARTE. Copydan tv-kanaler fra Sverige, Norge og Tyskland betegnes nabolandskanaler. TV 2 Østjylland, TV 2 Fyn, TV 2 Øst, TV Midtvest, TV 2 Kosmopol, TV 2 Nord, tvSyd og TV 2 Bornholm betegnes "TV 2-regionskanalerne". TV 2-regionskanalerne sendes dels som vinduer i TV 2 Danmarks sendeflade, dels som selvstændige tv-kanaler.

De tv-stationer – og dermed tv-kanaler – der indgår i UBOD-samarbejdet, er beskrevet nærmere i afsnittet om Rettighedshavernes oplysninger om faktum i sagen (under "Rettigheder i TDC Brands' tv-produkter").

Digitale tv-tjenester omfatter navnlig web-tv (portabilitet) samt adgang til on demand-indhold i form af Start Forfra, Catch Up, stacking, DRTV og N-PVR/PVR. De digitale tv-tjenester er nærmere defineret i pkt. 4 i vilkårsbilag A og B og i afsnittet om faktum i sagen.

Når det gælder Copydan tv-kanaler, repræsenterer Rettighedshaverne alle rettigheder til de tv-kanaler og tv-programmer, som anvendes i TDC Brands' tjenester. Ud over tv-stationernes egne og erhvervede rettigheder drejer det sig om de ophavsrettigheder, som Copydan og Koda repræsenterer; disse rettigheder kaldes "udestående rettigheder". Det indebærer, at TDC Brands ikke har andre indholdsomkostninger for Copydan tv-kanalerne end betalingerne til Rettighedshaverne.

Når det gælder digitale tv-tjenester, vedrører påstandene og vilkårene alle tv-kanaler, der udbydes af TDC Brands, herunder også kommercielle inden- og udenlandske tv-kanaler, og er således ikke begrænset til Copydan tv-kanaler. For andre tv-kanaler end Copydan tv-kanaler omfatter påstandene og vilkårene dog ikke tv-stationernes rettigheder, men alene udestående rettigheder.

Selv om TV 2's hovedkanal og de øvrige TV 2-kanaler ikke er Copydan tv-kanaler i relation til videreudsendelse, så omfattes TV 2's rettigheder i visse tilfælde også af licenserne til digitale tv-tjenester via UBOD-samarbejdet og dermed af vederlagene i de nedlagte påstande. Den nærmere afgrænsning af omfattede tv-kanaler, f.eks. i relation til TV 2, følger af vilkårene i vilkårsbilag A og B og beskrives nærmere i afsnittet om faktum i sagen.

Påstandene angår perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027. Dette gælder dog med den tidsmæssige modifikation, der følger af den subsidiære påstand ad IPTV- og coax-kunder, jf. påstand 2.1, hvorefter vederlaget for digitale tv-tjenester efter påstand 1.3 først påstås tillagt virkning fra den 1. januar 2027, mens vederlaget for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2026 i givet fald fastsættes efter påstand 3.3.

Påstandene er således afgrænset til perioden frem til udgangen af 2027. Det indebærer, at parterne skal forhandle om tariffer og vilkår for 2028 og frem. Hvis parterne ikke kan nå til enighed, kan tvisten igen indbringes for Ophavsretslicensnævnet.

Vederlagene er ekskl. moms og reguleres årligt med nettoprisindekset, jf. pkt. 5.3 og 5.4 i vilkårsbilag A og B.

Påstande ad IPTV- og coax-kunder (påstand 1-3)

Påstandene om vederlag for IPTV- og coax-kunder er opdelt i en principal, en subsidiær og en mere subsidiær model.

Den principale model fremgår af påstand 1.1-1.4. Den subsidiære model fremgår af påstand 2.1. Den mere subsidiære model fremgår af påstand 3.1-3.4.

Den principale model viderefører Copydan-tariffen for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, jf. påstand 1.1, med et særskilt vederlag for Copydan tv-kanaler, der vælges af kunden, jf. påstand 1.2. For digitale tv-tjenester indebærer den principale model, at vederlaget opgøres som ét fast månedligt vederlag pr. tilslutning for alle kunder, jf. påstand 1.3. Hertil kommer påstand 1.4 om anerkendelse af vilkårenes rimelighed.

Den subsidiære model angår alene virkningstidspunktet for påstand 1.3 om digitale tv-tjenester. Påstanden er medtaget for det tilfælde, at Ophavsretslicensnævnet ikke finder grundlag for at lade påstand 1.3 få virkning for hele perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027.

Den mere subsidiære model svarer til den principale model bortset fra vederlaget for digitale tv-tjenester, hvor påstand 3.3 viderefører den opgørelsesmetode, der følger af parternes hidtidige aftalegrundlag.

Påstandene ad IPTV- og coax-kunder er rettet mod både TDC Brands og TDC NET.

Den principale model for IPTV- og coax-kunder (påstand 1.1-1.4)

Den principale model for IPTV- og coax-kunder består af fire påstande.

Påstand 1.1 angår vederlaget for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle IPTV- og coax-kunder. Påstand 1.2 angår særskilt vederlag for

Copydan tv-kanaler, der vælges af kunden. Påstand 1.3 angår vederlaget for digitale tv-tjenester for så vidt angår alle tv-kanaler. Påstand 1.4 angår anerkendelse af vilkårenes rimelighed.

Udtrykket "Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder", omfatter de Copydan tv-kanaler, der indgår i den faste del af TDC Brands' tv-produkter, og som derfor stilles til rådighed for alle kunder.

Vederlaget for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler bygger på den degressive Copydan-tarif. Tariffen indebærer, at vederlaget pr. tv-kanal gradvist bliver lavere, desto flere Copydan tv-kanaler der distribueres til den enkelte tilslutning, jf. påstand 1.1 (i)-(iv).

Copydan-tariffen med den degressive takstskala med vederlag pr. tv-kanal, der gradvist bliver lavere pr. tv-kanal, desto flere tv-kanaler den enkelte tilslutning har, jf. pkt. (i)-(iv), svarer til den tarif, som Ophavsretslicensnævnet fastsatte i sine kendelser af 27. juni 1986 (sag nr. 16), 6. juli 1987 (sag nr. 19), 6. november 1996 (sag nr. 66) og 16. december 1997 (sag nr. 70). Niveaumæssigt svarer tariffen til den tarif, der blev fastsat af Ophavsretslicensnævnet i sag nr. 70 med den mellem parterne aftalte indeksregulering, dog således at der i praksis har været aftalt et bidrag til danske undertekster på nabolandskanaler. Dette bidrag var medtaget i påstanden i klageskriftet af 22. marts 2024, men indgår ikke længere i påstandene som beskrevet nedenfor.

Det første tarifftrin i påstand 1.1 (i), der vedrører videreudsendelse af de første tre Copydan tv-kanaler, er således reduceret med [REDACTED] pr. tilslutning pr. måned i forhold til det beløb, der hidtil har været aftalt med TDC Brands. Reduktionen vedrører det aftalte bidrag til danske undertekster på nabolandskanaler, som ikke er taget med i sagen. Rettighedshaverne forudsætter, at der kan findes aftalemæssige løsninger på spørgsmålet om danske undertekster.

Baggrunden for det hidtidige samarbejde om undertekster på nabolandskanaler er omtalt nærmere nedenfor i afsnittet om faktum i sagen. Ved nabolandskanaler forstås Copydan tv-kanaler fra Sverige, Norge og Tyskland.

Rettighedshaverne har som en subsidær variant af påstand 1.1 medtaget en reduktion på 1,7094 kr. pr. tilslutning pr. måned, hvis de Indklagede videreudsender mindst 8 nabolandskanaler til samtlige tilslutninger. Denne reduktion omtales mellem parterne som "nabolandskanalrabatten".

Nabolandskanalrabatten blev indført i den seneste aftaleperiode mellem parterne i forbindelse med forhandlingerne om TDC Brands' OTT-produkt YouTV, der oprindeligt blev lanceret uden nabolandskanaler. Betingelserne for rabatten var bl.a., at TDC Brands inkluderede mindst 8 nabolandskanaler i YouTV og gjorde en særlig indsats for at fremme nabolandskanaler.

YouTV findes ikke længere, da TDC Brands valgte at lukke det kort efter etableringen af YouSee Play. YouSee Play sælges både som OTT-only og til IPTV- og coax-kunder, og produktet adskiller sig på en række områder fra YouTV.

Nabolandskanalrabatten anvendes ikke generelt over for andre tv-distributører, men beror på en konkret forhandlet løsning. Den er derfor kun medtaget som en subsidier variant af påstand 1.1.

Efter påstand 1.2 skal de Indklagede betale et særskilt vederlag for Copydan tv-kanaler, der tilvælges i YouSee Bland Selv, YouSee Play eller som Ekstrakanal. Denne del af påstanden vedrører Copydan tv-kanaler, der ikke distribueres til alle kunder, men som kunden selv vælger til. Vederlaget efter påstand 1.2 betales derfor ud over vederlaget efter påstand 1.1.

TDC Brands' pris for Copydan tv-kanaler er 10 kr., inkl. moms, pr. måned, når tv-kanalen vælges som Ekstrakanal eller som led i produktet YouSee Play, jf. afsnittet om faktum i sagen. Vælger kunden en Copydan tv-kanal i produktet YouSee Bland Selv, afhænger prisen af kundens abonnement, men vil for visse kunder være højere end 10 kr.

Ifølge den principale variant i påstand 1.2 (a) skal de Indklagede betale 6,4000 kr. for en Copydan tv-kanal valgt via YouSee Bland Selv, YouSee Play eller som Ekstrakanal.

For Copydan tv-kanaler valgt via YouSee Play eller som Ekstrakanal svarer beløbet til 80 pct. af en udsalgspris på 8 kr. ekskl. moms.

Efter den subsidiære variant i påstand 1.2 (b) skal de Indklagede betale et lavere beløb, dog ikke under 4,8000 kr. Beløbet på 4,8000 kr. svarer til 60 pct. af samme udsalgspris.

For YouSee Bland Selv vil vederlaget som procent af udsalgsprisen være lavere. Hvor meget lavere afhænger af den konkrete Bland Selv tv-pakke, kunden har.

Procentsatserne på henholdsvis 80 pct. og de 60 pct. er alene beregnet på grundlag af prisen for de point, kunden skal købe for at tilvælge kanalerne i YouSee Play eller prisen for kanalerne som Ekstrakanaler. Dertil kommer den månedlige grundpris, kunden betaler for selve tv-abonnementet.

Når det gælder Ekstrakanaler, kommer der også yderligere betalinger fra kunden til TDC Brands for leje af nødvendigt udstyr (tv-boks/kortlæser) og evt. yderligere kodekort, såfremt kanalen skal kunne ses på mere end ét tv.

Den mere subsidiære variant i påstand 1.2 (c) viderefører den sontring, der følger af parternes hidtidige praksis mellem kundevalgte Copydan tv-kanaler i YouSee Bland Selv og YouSee Play på den ene side og Copydan tv-kanaler valgt som Ekstrakanal på den anden side. Efter denne variant udgør vederlaget 1,8306 kr. pr. tv-kanal pr.

tilslutning for Copydan tv-kanaler, der vælges i YouSee Bland Selv eller YouSee Play, og 8,3932 kr. pr. tv-kanal pr. tilslutning for Copydan tv-kanaler, der vælges som Ekstrakanal.

For YouSee Bland Selv har satsen historisk grundlag i parternes aftalegrundlag. For YouSee Play har satsen derimod alene været anvendt administrativt og betalt af TDC Brands, uden at parterne har indgået en særskilt aftale herom, jf. afsnittet om faktum i sagen.

Påstand 1.3 vedrører vederlaget for udbud af digitale tv-tjenester for så vidt angår alle tv-kanaler. Påstanden indebærer, at de Indklagede skal betale ét fast vederlag på 27,2898 kr. pr. tilslutning for alle kunder.

Vederlaget i påstand 1.3 afspejler, at de digitale tv-tjenester i dag er en integreret del af TDC Brands' tv-produkter. Beløbet svarer således til det vederlag, der efter parternes hidtidige aftalegrundlag ville skulle betales pr. tilslutning, hvis TDC Brands gav alle kunder adgang til digitale tv-tjenester. Der er redegjort nærmere for hvordan vederlaget for digitale tv-tjenester opgøres efter det hidtidige aftalegrundlag, herunder i hvilket omfang TDC Brands' kunder i dag har fuld adgang til disse, i afsnittet om faktum i sagen.

Påstand 1.4 angår vilkårene i vilkårsbilag A. Efter denne påstand skal TDC Brands og TDC NET anerkende, at vilkårene i vilkårsbilag A ikke er urimelige.

Vilkårsbilag A regulerer de nærmere vilkår for IPTV- og coax-kunder, herunder bl.a. afgrænsningen af de omfattede rettigheder, digitale tv-tjenester, afregning, oplysningspligter, opgørelsesprincipper og indeksregulering.

Den subsidiære model for IPTV- og coax-kunder (påstand 2.1)

Den subsidiære model i påstand 2.1 vedrører alene virkningstidspunktet for påstand 1.3 om digitale tv-tjenester.

Såfremt Ophavsretslicensnævnet ikke finder grundlag for at tage påstand 1.3 til følge for hele perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027, nedlægger Rettighedshaverne subsidiært påstand om, at påstand 1.3 tages til følge for perioden fra den 1. januar 2027 til den 31. december 2027, mens påstand 3.3 tages til følge for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2026.

Den mere subsidiære model for IPTV- og coax-kunder (påstand 3.1-3.4)

Den mere subsidiære model svarer til den principale model bortset fra vederlaget for digitale tv-tjenester, jf. påstand 1.3 og 3.3.

Påstand 3.1 er således identisk med påstand 1.1, påstand 3.2 er identisk med påstand 1.2 og påstand 3.4 er identisk med påstand 1.4.

Forskellen mellem påstand 1.3 og påstand 3.3 er, at vederlaget for digitale tv-tjenester efter påstand 1.3 opgøres som ét fast vederlag pr. tilslutning for alle kunder, mens vederlaget efter påstand 3.3 opgøres som et grundvederlag for alle kunder med tillæg af et særskilt vederlag for kunder med adgang til flere digitale tv-tjenester end web-tv. Dette tillæg reduceres efter udbredelsesrabatten i påstand 3.3 (i) og kan ikke overstige det gennemsnitsloft, der fremgår af påstand 3.3 (ii).

Modellen i påstand 3.3 svarer til parternes hidtidige aftalepraksis. Modellen er derfor mere kompliceret end den principale model. Modellen er medtaget for det tilfælde, at Ophavsretslicensnævnet ikke finder grundlag for at tage påstand 1.3 til følge.

Modellen indebærer, at de Indklagede skal betale et grundvederlag på 6,0246 kr. pr. tilslutning for alle kunder. Hertil kommer et tillægsvederlag på 31,8911 kr. pr. tilslutning for kunder med adgang til flere digitale tv-tjenester end web-tv. Tillægsvederlaget kan reduceres efter reglerne om udbredelsesrabat, og det samlede vederlag for digitale tv-tjenester kan ikke overstige det gennemsnitsloft, der fremgår af påstand 3.3 (ii).

Digitale tv-tjenester omfatter navnlig web-tv og adgang til on demand-indhold i form af Start Forfra, Catch Up, stacking og DRTV samt N-PVR/PVR. De digitale tv-tjenester er nærmere defineret i pkt. 4 i vilkårsbilag A og beskrevet nedenfor i afsnittet om faktum i sagen.

 Den mere subsidiære model afspejler derfor den sontring, der har været i parternes hidtidige aftalegrundlag, mellem på den ene side web-tv og på den anden side de øvrige digitale tv-tjenester.

Udbredelsesrabatten i påstand 3.3 (i) indebærer, at tillægsvederlaget for kunder med adgang til flere digitale tv-tjenester end web-tv reduceres, hvis flere end 40 pct. af alle tilslutninger har adgang til disse tjenester.

Rabatten beregnes trinvis. I intervallet fra 40 til 60 pct. udbredelse reduceres tillægsvederlaget med 0,07565 kr. pr. procentpoints udbredelse. I intervallet fra 60 til 80 pct. reduceres tillægsvederlaget med 0,15130 kr. pr. procentpoints udbredelse. I intervallet fra 80 til 100 pct. reduceres tillægsvederlaget med 0,22695 kr. pr. procentpoints udbredelse.

Ved 100 pct. udbredelse udgør den samlede reduktion 9,0780 kr. pr. tilslutning pr. måned. Det svarer til 0,07565 kr. x 20 procentpoint, 0,15130 kr. x 20 procentpoint og 0,22695 kr. x 20 procentpoint.

Baggrunden for udbredelsesrabatten er, at Rettighedshaverne oprindeligt accepterede en lavere betaling, når TDC Brands leverede digitale tv-tjenester til kunder, der ikke særskilt havde efterspurgt disse tjenester. Tanken var, at der ved en større

udbredelse af digitale tv-tjenester til IPTV- og coax-kunder ville være en forholds-mæssigt større andel af kunder, der ikke anvendte tjenesterne.

Denne forudsætning knyttede sig til den historiske udvikling, hvor kunder oprinde-ligt havde købt et tv-abonnement uden digitale tv-tjenester og senere fik adgang til digitale tv-tjenester som en del af abonnementet uden selv at have foretaget et aktivt tilvalg.

Påstand 3.3 (ii) indeholder et gennemsnitsloft. Efter denne bestemmelse kan veder-laget for digitale tv-tjenester ikke overstige 27,2898 kr. pr. tilslutning, når vederla-get opgøres som et gennemsnit på tværs af alle kunder.

Gennemsnitsloftet indebærer, at det samlede vederlag for digitale tv-tjenester ikke kan overstige dette beløb pr. tilslutning, uanset hvordan kundemassen fordeler sig mellem kunder med alene web-tv og kunder med adgang til flere digitale tv-tjenester end web-tv.

Det er dette gennemsnitsloft, der ligger til grund for den forenklede vederlagssats i påstand 1.3.

Påstand 3.4 angår vilkårene i vilkårsbilag A. Efter denne påstand skal TDC Brands og TDC NET anerkende, at vilkårene i vilkårsbilag A ikke er urimelige.

Påstand 3.4 svarer som nævnt ovenfor til påstand 1.4. Forskellen mellem den prin-cipale og den mere subsidiære model angår således vederlagsstrukturen, ikke de grundlæggende vilkår i vilkårsbilag A.

Påstande ad OTT-only kunder (påstand 4.1-4.3)

Påstand 4 angår TDC Brands' OTT-only kunder. Ved OTT-only kunder forstås kun-der, der alene modtager TDC Brands' tv-produkt over det åbne internet og ikke sam-tidig via coax eller IPTV.

Påstandene ad OTT-only kunder er alene rettet mod TDC Brands A/S. TDC NET A/S er således ikke omfattet af påstand 4.

Påstand 4.1 angår vederlaget for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der di-stribueres til alle OTT-only kunder, og for udbud af digitale tv-tjenester for alle tv-kanaler. Påstanden er opbygget som én samlet vederlagssats for OTT-only kunder. Satsen omfatter både vederlaget for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle OTT-only kunder, og vederlaget for digitale tv-tjenester.

Denne struktur adskiller sig fra modellen for IPTV- og coax-kunder, hvor vederlaget for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler og vederlaget for digitale tv-tjenester er opdelt i to vederlagssatser, jf. påstand 1.1 og 1.3.

Forskellen skyldes, at OTT-only kunder adskiller sig fra IPTV- og coax-kunder ved, at produktet er født digitalt. For OTT-only kunder er adgangen over det åbne internet ikke en efterfølgende web-tv-funktion, men selve den måde, tv-produktet leveres på.

En OTT-only kunde har ikke købt et traditionelt tv-produkt, der senere er blevet udvidet med digitale tv-tjenester. Kunden har fra begyndelsen købt et produkt, hvor adgang over det åbne internet, portabilitet og digitale tv-tjenester indgår som en integreret del af ydelsen.

Dette er baggrunden for, at Rettighedshaverne principalt gør gældende, at der ikke er grundlag for at anvende en udbredelsesrabat for OTT-only kunder.

Den principale variant i påstand 4.1 (i) indebærer derfor, at grundbeløbet for til og med tre Copydan tv-kanaler fastsættes til 44,3711 kr. pr. tilslutning pr. måned.

Beløbet svarer til vederlaget for videreudsendelse af de første tre Copydan tv-kanaler med tillæg af vederlaget for digitale tv-tjenester, opgjort uden udbredelsesrabat.

Den subsidiære variant i påstand 4.1 (i) indebærer, at grundbeløbet for til og med tre Copydan tv-kanaler fastsættes til 39,8321 kr. pr. tilslutning pr. måned.

Denne variant indebærer, at der gives en halv udbredelsesrabat. Varianten afspejler den løsning, som parterne tidligere har aftalt for YouTV-kunder, hvor der blev regnet med halv udbredelsesrabat.

Den mere subsidiære variant i påstand 4.1 (i) indebærer, at grundbeløbet for til og med tre Copydan tv-kanaler fastsættes til 35,2929 kr. pr. tilslutning pr. måned.

Denne variant indebærer, at der gives fuld udbredelsesrabat. Den svarer dermed resultatmæssigt til vederlaget for videreudsendelse af de første tre Copydan tv-kanaler med tillæg af vederlaget for digitale tv-tjenester opgjort på grundlag af gennemsnitsloftet i påstand 3.3 (ii).

De efterfølgende tillæg i påstand 4.1 (ii)-(iv) svarer til tillæggene i påstand 1.1 og 3.1. Det indebærer, at der betales et tillæg for hver Copydan tv-kanal ud over tre efter den samme degressive Copydan-tarif, som gælder for IPTV- og coax-kunder.

Også i påstand 4.1 har Rettighedshaverne som en subsidiær variant af påstanden medtaget en reduktion på 1,7094 kr. pr. tilslutning pr. måned, hvis TDC Brands videreudsender mindst 8 nabolandskanaler til samtlige tilslutninger. Denne reduktion svarer til nabolandskanalrabatten, der er beskrevet ovenfor.

Påstand 4.2 angår vederlaget for Copydan tv-kanaler, der vælges af kunden i YouSee Play eller som Ekstrakanal. Påstanden svarer til påstand 1.2 og 3.2. Forskellen er, at påstand 4.2 ikke omfatter YouSee Bland Selv, men alene Copydan tv-kanaler, der

vælges i YouSee Play eller som Ekstrakanal. Det skyldes, at YouSee Bland Selv efter TDC Brands' produktstruktur ikke udbydes som et OTT-only produkt.

Efter den principale variant i påstand 4.2 (a) skal TDC Brands betale 6,4000 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Play eller som Ekstrakanal. Efter den subsidiære variant i påstand 4.2 (b) skal TDC Brands betale et lavere beløb, dog ikke under 4,8000 kr.

Efter den mere subsidiære variant i påstand 4.2 (c) sondres der mellem Copydan tv-kanaler, der vælges i YouSee Play, og Copydan tv-kanaler, der vælges som Ekstrakanal. Vederlaget udgør efter denne variant 1,8306 kr. pr. tv-kanal pr. tilslutning for Copydan tv-kanaler, der vælges i YouSee Play, og 8,3932 kr. pr. tv-kanal pr. tilslutning for Copydan tv-kanaler, der vælges som Ekstrakanal.

Påstand 4.3 angår vilkårene i vilkårsbilag B. Efter denne påstand skal TDC Brands A/S anerkende, at vilkårene i vilkårsbilag B ikke er urimelige.

Vilkårene i vilkårsbilag B, herunder afgrænsningen af de omfattede rettigheder og digitale tv-tjenester for OTT-only kunder, gennemgås i afsnittet om faktum i sagen.

Klagernes bemærkninger om de økonomiske konsekvenser af deres påstande

Klagerne har om de økonomiske konsekvenser af deres påstande anført følgende:

Formål og opgørelsesprincipper

I dette afsnit gennemgås de økonomiske konsekvenser af Rettighedshavernes påstande. Gennemgangen har til formål at vise, hvordan påstandene påvirker de Indklagedes betaling til Rettighedshaverne på Hovedområdet, dels set i forhold til TDC Brands' tv-pakkepriser, dels set i forhold til de samlede betalinger, dels opgjort på de enkelte vederlagselementer i påstandene.

Først gennemgås udviklingen i TDC Brands' faste tv-pakkepriser og Rettighedshavernes andel heraf på Hovedområdet.

Dernæst gennemgås udviklingen i de samlede betalinger fra TDC Brands og de TDC Brands-tilknyttede anlæg.

Endelig gennemgås de konkrete økonomiske konsekvenser af påstandene opgjort for henholdsvis IPTV- og coax-kunder, og OTT-only kunder.

Hvis ikke andet er anført, er vederlag angivet pr. tilslutning pr. måned og i 2024-priser.

Historisk udvikling i tv-pakkepriser og rettighedsandel på Hovedområdet

Rettighedshaverne har sammenholdt TDC Brands' priser for de faste tv-pakker med de vederlag, der historisk er betalt til Rettighedshaverne på Hovedområdet, og med de vederlag, der følger af Rettighedshavernes principale påstande ad IPTV- og coax-kunder (påstand 1.1-1.3).

Opgørelsen omfatter YouSee Grundpakken, Mellempakken og Fuldpakken. Priser for Bland Selv og YouSee Play er ikke medtaget, da Bland Selv ikke udbydes i nysalg til TDC Brands' individuelle kunder, og da YouSee Play er for nyt til at illustrere den historiske udvikling.

Opgørelsen af betalingen til Rettighedshaverne omfatter kun vederlaget på Hovedområdet. Opgørelsen omfatter således ikke det vederlag, TDC Brands betaler på Koda/mellemgruppeområde, og som indgår i de påstande, der er nedlagt i Ophavsretslicensnævnets sag nr. 129.

For juli 2025 og januar 2026 er tv-pakkeprisen til brug for beregningerne reduceret med et beløb svarende til momsen af rettighedsvederlaget. Reduktionen er foretaget for at neutralisere den momsmæssige ændring, der fra 2025 indebærer, at der blev opkrævet moms af rettighedsvederlaget. Dette er gjort for at sikre sammenlignelighed med tidligere år.

Skemaet nedenfor viser udviklingen i koncentreret form. De udvalgte år er valgt for at vise udviklingen fra det første år med tilgængelige oplysninger, over perioden forud for parternes [REDACTED]-aftale, til det aktuelle niveau.

Priser for TDC Brands' tv-pakker					
	2003	2010	2015	2020	2026 ¹
Grundpakken	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.
Mellempakken	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.
Fuldpakken	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.

Betaling til Rettighedshaverne					
	2003	2010	2015	2020	2026 ²
Grundpakken	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.
Mellempakken	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.
Fuldpakken	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.	[REDACTED] kr.

Andel til Rettighedshaverne					
	2003	2010	2015	2020	2026 ^{1, 2}
Grundpakken	■ %	■ %	■ %	■ %	■ %
Mellempakken	■ %	■ %	■ %	■ %	■ %
Fuldpakken	■ %	■ %	■ %	■ %	■ %

1) I henhold til TDC Brands' seneste prisudmelding.

2) Beregnet ud fra Rettighedshavernes principale påstande i nærværende sag. Skemaet omfatter ikke vederlag på Koda/mellemgruppeområdet, som behandles i Ophavsretslicensnævnets sag nr. 129. Det følger af de hidtidige aftaler mellem parterne i sag nr. 129, at en del af disse vederlag betales for alle kunder.

Skemaet viser, at TDC Brands' faste tv-pakkepriser er steget væsentligt over perioden.

Skemaet viser samtidig, at Rettighedshavernes andel af TDC Brands' pakkepriser også efter Rettighedshavernes principale påstande fortsat vil udgøre en begrænset andel af TDC Brands' samlede pakkepris.

Skemaet med den fulde opgørelse (Oversigt over udviklingen i priserne på TDC Brands faste tv-pakker og TDC Brands betaling til Rettighedshaverne på Hovedområdet 2001-2026 (bilag 1 til denne kendelse))

De anvendte økonomiske oplysninger vedrørende TDC Brands' pakkepriser gennemgås nærmere nedenfor i afsnittet om de Indklagedes økonomi.

Samlede betalinger fra TDC Brands og TDC Brands-signalforsynede foreninger

Rettighedshaverne har opgjort de samlede årlige betalinger til Rettighedshaverne i perioden 2010-2026, dels fra TDC Brands, dels fra de antenneforeninger mv., der signalforsynes af TDC Brands. Opgørelsen viser de faktiske betalinger for 2010-2023 og de beregnede betalinger for 2024-2026, såfremt Rettighedshaverne får medhold i de principale påstande. Opgørelsen anvender kun tal fra Hovedområdet, dvs. de vederlag, der indgår i påstandene i denne sag.

Betalingerne fra de TDC Brands-signalforsynede foreninger er som udgangspunkt ikke afgørende, når rettighedsbetalingen sammenholdes med TDC Brands' konkrete tv-pakkepriser eller ved vurderingen af rimeligheden af det samlede vederlag, som TDC Brands på baggrund af disse tv-pakker skal betale for sine individuelle kunder.

Ønsker man derimod at opgøre udviklingen i det samlede vederlag, der betales for den tv-distribution, som er knyttet til TDC Brands' tv-forretning, og sammenholde dette med udviklingen i TDC Brands' rapporterede tv-omsætning, er det relevant

også at kende udviklingen i betalingerne fra de TDC Brands-signalforsynede foreninger.

Det skyldes, at TDC Brands signalforsyrer antenneforeninger mv., der selv ejer kabelanlæg, og som betaler rettighedsvederlag direkte til Rettighedshaverne. Hvis sådanne anlæg fra år til år erhverves af TDC Brands/TDC NET, kan betalingen flytte fra de signalforsynede foreninger til TDC Brands, uden at den underliggende rettighedsudnyttelse nødvendigvis ændrer karakter.

Opgørelsen nedenfor medtager derfor betalingerne fra de TDC Brands-signalforsynede foreninger for at undgå, at en forskydning i relation til opkrævningen forveksles med en egentlig stigning i det vederlag, der betales for TDC Brands' individuelle kunder, eller med en egentlig stigning i den samlede rettighedsbetaling.

Formålet med opgørelsen er at vise, hvordan den samlede betaling har udviklet sig over tid, og hvilken samlet økonomisk konsekvens de principale påstande vil have, når betalingerne fra både TDC Brands' egne kunder og de af TDC Brands signalforsynede foreninger mv. medregnes.

Opgørelsen, der viser betalinger fra 2010-2026 (bilag 2 til denne kendelse) gengives i koncentreret form i skemaet nedenfor.

År	TDC Brands' betaling til Rettighedshaverne ¹	TDC Brands-signalforsynede foreningers betaling til Rettighedshaverne ¹	Samlet betaling til Rettighedshaverne ¹	Årlig ændring af samlet betaling i %
2020	kr.	kr.	kr.	%
2021	kr.	kr.	kr.	%
2022	kr.	kr.	kr.	%
2023	kr.	kr.	kr.	%
2024 ²	kr.	kr.	kr.	%
2025 ²	kr.	kr.	kr.	%
2026 ²	kr.	kr.	kr.	%

1) De anførte beløb stammer fra Copydans bogholderi.

2) For 2024-2026 er betalingen beregnet ud fra Rettighedshavernes principale påstande. Betalingen i 2024 er opgjort med inddragelse af faktisk betaling indtil 1. april 2024.

Samlet betaling i forhold til TDC Brands' rapporterede tv-omsætning

Som et supplerende perspektiv kan den samlede betaling til Rettighedshaverne sammenholdes med den tv-omsætning, som TDC Brands har oplyst i sine årsrapporter. Skemaet nedenfor viser størrelsesordenen af betalingerne i forhold til den rapporterede tv-omsætning.

År	Samlet betaling til Rettighedshaverne ¹	TDC Brands' rapporterede "tv-omsætning" jf. TDC Brands årsrapporter ³	Samlet betaling til Rettighedshaverne som andel af "tv-omsætning"
2020	kr.	kr.	%
2021	kr.	kr.	%
2022	kr.	kr.	%
2023	kr.	kr.	%
2024 ²	kr.	kr.	%
2025 ²	kr.	kr.	%

1) De anførte beløb stammer fra Copydans bogholderi.

2) For 2024-2025 er betalingen beregnet ud fra Rettighedshavernes principale påstande. Betalingen i 2024 er opgjort med inddragelse af faktisk betaling indtil 1. april 2024.

3) TDC Brands' årsrapporter for: 2020, side 51, 2021, side 42, 2022, side 45, 2023, side 47, 2024, side, 55 og 2025, side 67.

Rettighedshaverne bestrider, at den tv-omsætning, som TDC Brands har opgjort i sine årsrapporter, udgør et dækkende mål for den økonomiske værdi af TDC Brands' tv-forretning eller for værdien af de rettigheder, som denne sag angår.

Selv hvis denne omsætning lægges til grund, viser skemaet imidlertid, at den samlede betaling til Rettighedshaverne som andel af TDC Brands' rapporterede tv-omsætning er faldet siden 2020 og også efter Rettighedshavernes principale påstande vil være lavere i 2025 end i 2020.

Konsekvenser opgjort for IPTV- og coax-kunder

IPTV- og coax-kunder udgjorde i 2024 af alle TDC Brands individuelle tv-kunder.

Skema 1.1 nedenfor viser de månedlige vederlag pr. tilslutning for IPTV- og coax-kunder for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, og for digitale tv-tjenester.

Skemaet sammenholder den principale model efter påstand 1.1 og 1.3 med den mere subsidisære model efter påstand 3.1 og 3.3. Påstand 2.1 er ikke medtaget særskilt, da denne påstand ikke ændrer vederlagssatserne, men alene angår virkningstidspunktet for påstand 1.3 om digitale tv-tjenester.

Ved "hidtidigt niveau", jf. skemaets sjette kolonne, forstås det månedlige vederlag pr. tilslutning, som Indklagede betalte i 2024 forud for aftalernes ophør.

Dette vederlag er beregnet til 43,1994 kr. på grundlag af den af TDC Brands oplyste udbredelse af digitale tv-tjenester på [REDACTED] i 2024 og under forudsætning af videreudsendelse af 13,5 Copydan tv-kanaler, som udgjorde gennemsnittet i 2024.

Skema 1.1. Vederlag for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, og digitale tv-tjenester (IPTV- og coax-kunder)					
Påstand(e)	Model	Videreudsendelse ¹	Digitale tv-tjenester	Månedligt vederlag pr. tilslutning	Ændring ift. hidtidigt niveau ²
1.1 + 1.3	Principal model uden nabolandskanalrabat	19,4356 kr.	27,2898 kr.	46,7254 kr.	[REDACTED] %
1.1 + 1.3	Principal model med nabolandskanalrabat	17,7262 kr.	27,2898 kr.	45,0160 kr.	[REDACTED] %
3.1 + 3.3	Mere subsidisær model uden nabolandskanalrabat	19,4356 kr.	25,4732 kr.	44,9088 kr.	[REDACTED] %
3.1 + 3.3	Mere subsidisær model med nabolandskanalrabat	17,7262 kr.	25,4732 kr.	43,1994 kr.	[REDACTED] %

1) Vederlaget for videreudsendelse er beregnet ud fra et gennemsnit på 13,5 Copydan tv-kanaler

2) Ved "hidtidigt niveau" forstås i skema 1.1 det månedlige vederlags-niveau pr. tilslutning, som de Indklagede betalte i 2024 forud for aftalernes ophør. Niveaulet er beregnet til 43,1994 kr. på grundlag af den af TDC Brands oplyste udbredelse af digitale tv-tjenester på [REDACTED] i 2024 og under forudsætning af videreudsendelse af 13,5 Copydan tv-kanaler.

Skema 1.2 nedenfor viser vederlaget for Copydan tv-kanaler, der tilvælges af IPTV- og coax-kunder i YouSee Play, YouSee Bland Selv eller som Ekstrakanal.

Skemaet er baseret på det gennemsnitlige antal månedlige valg og viser konsekvensen af de principale, subsidisære og mere subsidisære varianter i påstand 1.2 og 3.2.

Skema 1.2. Vederlag for Copydan tv-kanaler, der vælges af kunderne (IPTV- og coax-kunder)				
Påstand(e)	Sats pr. valgt Copydan tv-kanal	YouSee Play ² / Bland Selv	Ekstrakanaler ³	Samlet vederlag pr. måned ¹
1.2(a) / 3.2(a)	6.4000 kr.	kr.	kr.	kr.
1.2(b) / 3.2(b)	Lavere beløb, dog ikke under 4.8000 kr.	kr.	kr.	kr.
1.2(c) / 3.2(c)	1.8306 kr. for YouSee Play/ Bland Selv 8.3932 kr. for Ekstrakanaler	kr.	kr.	kr.

1) Vederlag beregnet som gennemsnitligt antal valg pr. måned ganget med satsen.

2) Antallet af YouSee Play kanaler oplyses ikke opdelt på platform af TDC Brands. Antal er beregnet ud fra andelen af YouSee Play-kunder, der er IPTV- og coax-kunder.

3) Antallet af Ekstrakanaler oplyses ikke opdelt på platform af TDC Brands.

Konsekvenser opgjort for OTT-only kunder

OTT-only kunder udgjorde i 2024 af TDC Brands' individuelle tv-kunder.

Skema 2.1 viser de månedlige vederlag pr. tilslutning for OTT-only kunder for videorendsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle OTT-only kunder, og for digitale tv-tjenester.

Skemaet viser konsekvensen af de tre varianter i påstand 4.1: Uden udbredelsesrabat, med halv udbredelsesrabat og med fuld udbredelsesrabat. For hver variant vises tillige konsekvensen af, at der gives nabolandskanalrabat.

Ved "hidtidigt niveau" forstås i skema 2.1 det månedlige vederlag pr. tilslutning, som TDC Brands betalte i 2024 forud for aftalernes ophør for OTT-only kunder.

Dette vederlag er beregnet til 49,5550 kr. og svarer til det vederlag, der følger af parternes kompromis vedrørende OTT-only kunder, dvs. vederlaget med halv udbredelsesrabat og med nabolandskanalrabat. Kompromiset er beskrevet nærmere nedenfor i afsnittet om faktum i sagen.

Skema 2.1. Vederlag for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, og digitale tv-tjenester (OTT-only kunder)

På-stand	Variant	Videreud-sendelse ¹	Digitale tv-tjenester	Månedligt vederlag pr. tilslutning	Ændring ift. hidtidigt ni-veau ²
4.1	Principal variant uden udbredelsesra-bat, uden nabolands-kanalrabat	19,4356 kr. ³	36,3678 kr. ³	55,8034 kr.	██████ %
4.1	Principal variant uden udbredelsesra-bat, men med nabo-landskanalrabat	17,7262 kr. ³	36,3678 kr. ³	54,0940 kr.	██████ %
4.1	Subsidier variant med halv udbredel-sesrabat, uden nabo-landskanalrabat	19,4356 kr. ³	31,8288 kr. ³	51,2644 kr.	██████ %
4.1	Subsidier variant med halv udbredel-sesrabat og med nabo-landskanalrabat	17,7262 kr. ³	31,8288 kr. ³	49,5550 kr.	██████ %
4.1	Mere subsidier vari-ant med fuld udbre-delsesrabat, uden na-bolandskanalrabat	19,4356 kr. ³	27,2896 kr. ³	46,7252 kr.	██████ %
4.1	Mere subsidier vari-ant med fuld udbre-delsesrabat og med nabolandskanalrabat	17,7262 kr. ³	27,2896 kr. ³	45,0158 kr.	██████ %

1) Vederlaget for videreudsendelse er beregnet ud fra et gennemsnit på 13,5 Copydan tv-kanaler.

2) [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

3) De viste delbeløb indgår i den samlede sats.

Skema 2.2 viser vederlaget for Copydan tv-kanaler, der vælges af OTT-only-kunder i YouSee Play, jf. påstand 4.2.

YouSee Bland Selv indgår ikke i skemaet, da produktet efter TDC Brands' produktstruktur ikke udbydes som et OTT-only-produkt.

Da TDC Brands ikke oplyser antallet af YouSee Play-valg og Ekstrakanaler opdelt på teknisk platform, er fordelingen mellem IPTV/coax og OTT-only beregnet på grundlag af den oplyste kundesammensætning.

Skema 2.2. Vederlag for Copydan tv-kanaler, der vælges af kunderne (OTT-only-kunder)		
Påstand(e)	Sats pr. valgt Copydan tv-kanal	YouSee Play [redacted] 1.2
4.2 (a)	6,4000 kr.	[redacted] kr.
4.2 (b)	Lavere beløb, dog ikke under 4,8000 kr.	[redacted] kr.
4.2 (c)	1,8306 kr. for YouSee Play 8,3932 kr. for Ekstrakanaler	[redacted] kr.

1) Månedligt vederlag er beregnet som gennemsnitligt antal valg pr. måned ganget med satsen.

2) Antallet af YouSee Play-kanaler oplyses ikke opdelt på platform af TDC Brands. Antal er beregnet ud fra andelen af YouSee Play-kunder, der er OTT-only-kunder.

Uddrag af Klagernes oplysninger om faktum i sagen

Klagerne har om sagens faktiske omstændigheder oplyst bl.a. (visse henvisninger til bilag mv. er udeladt):

Markedet for tv-distribution

Tv-distributionsmarkedet er domineret af kommercielle aktører (herunder TDC Brands A/S, Norlys og Wao), der sælger tv-pakker, typisk i kombination med bredbånd og/eller telefoni. Ca. 2/3 af danske husstande har et abonnement på en tv-pakke fra en tv-distributør.

For omtrent halvdelen af markedet foregår tv-distributionen ved brug af forskellige anlæg og platforme, der er ejet af kommercielle tv-distributører. For den anden halvdel af markedet foregår tv-distributionen via lokale bolig- og antenneforeninger, der selv ejer deres kabelanlæg.

Bolig- og antenneforeninger kan enten modtage signaler fra en af de kommercielle tv-distributører eller gennem egen modtagestation eller digitalt til foreningens head-end via fibernet. Bolig- og antenneforeninger, der ikke modtager signaler fra de kommercielle tv-distributører, sammensætter selv tv-pakkerne.

Tv-pakkerne kan sammensættes på grundlag af brugerafstemninger eller drøftelser på generalforsamlingen, herunder er det typisk generalforsamlingen der tager stilling til, hvilken leverandør man evt. ønsker at modtage signal fra, baseret på kanaludvalget i leverandørens udbud, såfremt foreningen ikke selv nedtager de udsendte tv-signaler. Antenneforeninger, der ikke modtager signaler fra kommercielle tv-distributører, benytter typisk en software, der giver web-tv og øvrige digitale tv-tjenester på de tv-kanaler, der er indeholdt i den enkelte antenneforenings tv-pakker. Antenneforeningerne klarer selv rettigheder til web-tv og øvrige digitale on demand tv-tjenester gennem deres aftaler med Rettighedshaverne.

De fleste antenneforeninger får deres signal fra en kommerciel tv-distributør. Mange foreninger tilbyder dog pakker, der afviger fra distributørernes standardudbud, fordi de har særlige ønsker til indhold og sammensætning. Især større antenneforeninger

skifter jævnligt leverandør. Eksempelvis har Hjørring Antenne Selskab flere gange skiftet mellem TDC og Norlys.

Det varierer meget, hvordan antenneforeninger markedsfører deres udbud. Nogle antenneforeninger anvender tv-distributørens navne og varemærke, mens andre bruger deres eget navn. Nogle, som f.eks. Glenten, en stor antenneforening på Fyn, gør begge dele ved at tilbyde tv-pakker fra TDC Brands, mens de selv supplerer med ekstra kanaler og egen web-player med web-tv og digitale on demand tv-tjenester.

TDC Brands har lidt [REDACTED] af kunderne på det samlede tv-distributionsmarked, når bolig- og antenneforeninger, der får signal fra TDC Brands, medregnes. De tre største tv-distributører – TDC Brands, Norlys og Wao/Fibia – har samlet [REDACTED] af markedet, når signalforsynede bolig- og antenneforeninger medregnes.

Tv-distributørernes brancheorganisation, Danske Mediedistributører, beskriver selv distributørernes placering i værdikæden således (skærmprent):

"Statistikkerne fortæller, at i to ud af tre husstande støder man på et af medlemmerne af Danske Mediedistributører. Det er virksomheder, der via kabelnet, fiber, antenne, satellit eller streaming leverer nyheder, sport, drama, underholdning, musik m.m. til din fladskærm, computer eller mobil.
[...]

De fleste forbinder nok mediedistributørerne med tv-pakker med traditionelt flow-tv i pakker mere et større eller mindre antal kanaler. I dag er udbuddet væsentligt bredere, og alle distributører tilbyder både faste pakker og fleksible løsninger, hvor kunderne selv vælger kanaler eller digitale tjenester efter behov og ønsker.

Udbuddet begrænser sig heller ikke længere kun til traditionelle tv-kanaler. Streamingtjenester som Viaplay, TV 2 Play, Netflix og HBO Max, Prime finder man også.

Økonomisk spiller mediedistributørerne en vigtig rolle for dansk tv. Hvert år betaler medlemmerne samlet ca. 3,5 mia. kr. i vederlag til de kommercielle tv-stationer og yderligere ca. 1,2 mia. kr. til danske og internationale rettighedshavere som producenter, forfattere, skuespillere m.fl. For nogle grupper, fx skuespillere kan rettighedsbetalingen fra tv-distributørerne udgøre helt op til 20-30 pct. af årslønnen. Det er samspillet mellem abonnenterne, medie-distributørerne og tv-stationerne, der udgør det økonomiske grundlag det kommercielle tv-marked.

Samlet er betalingen fra mediedistributørerne ca. 400-500 mio. kr. større end de årlige skatte- og licensbetalinger til statsfinansierede medier som DR og TV 2 regionerne. Det giver distributørerne en vigtig rolle i forhold til sikring af dansk indhold.”

TDC Brands er den største tv-distributør på det danske marked, men ikke den eneste kommercielle tv-distributør, der udbyder tv-pakker og digitale tv-tjenester til danske tv-kunder.

Ud over TDC Brands findes der en række øvrige kommercielle tv-distributører, herunder bl.a. Norlys, Waoo, Allente, Viaplay, Altibox, More-TV, Glenten og ASOM-Net. Disse distributører udbyder i forskelligt omfang faste tv-pakker, fleksible tv-pakker, web-tv, digitale tv-tjenester og tilvalg af tv-kanaler og streamingtjenester.

Rettighedshaverne har indgået aftaler med de øvrige væsentlige kommercielle tv-distributører på det danske marked. Disse aftaler er ikke opsagt og bygger i hovedtræk på samme tariffmæssige struktur som de hidtidige aftaler med TDC Brands, dog med de variationer der følger af de enkelte distributørers produkter, tekniske distribution og kundesammensætning.

Rettighedshaverne har udarbejdet et notat om de øvrige kommercielle tv-distributører og aftalepraksis på markedet (**bilag 3** til denne kendelse). Notatet viser, at de priser, modeller og vilkår, der følger af Rettighedshavernes påstande, ikke er en særskilt model rettet mod TDC Brands, men ligger i forlængelse af Rettighedshavernes almindelige aftalepraksis på markedet.

TDC Brands' forretningsmodel er baseret på salg af bundlede produkter. Det gælder hvad enten der er tale om faste tv-pakker, fleksible tv-pakker eller for produkter, hvor tv-indhold/streamingtjenester udbydes sammen med andre ydelser som bredbånd og telefoni. Selv ved fleksible tv-pakker, hvor kunden gives vidtstrakt valgfrihed, udbydes en samlet pakke, hvor flere tv-kanaler, rettigheder, funktioner og tjenester stilles til rådighed under ét. Baggrunden for den udbredte brug af bundling er bl.a., at værdien af det enkelte indholdselement varierer betydeligt fra kunde til kunde. Den enkelte kunde vil typisk tillægge nogle tv-kanaler/streamingtjenester høj værdi, andre begrænset værdi og nogle ingen selvstændig værdi. Netop hvor kundernes præferencer og betalingsvilje er forskellige, er bundling et hensigtsmæssigt vilkår. Ved at samle indhold i pakker, kan distributøren sammensætte et produkt, som er attraktivt for en bredere kundedreks og skabe en højere samlet omsætning, end hvis hvert enkelt element skulle prissættes og sælges isoleret.

Mekanismen kan illustreres med et forsimplet eksempel. Tre kunder (A, B og C) kan vælge mellem tre tv-kanaler (1, 2 og 3). Marginalomkostningen ved et yderligere salg af en kanal er for forståelsens skyld sat til 0 kr.

- Kunde A vil betale 12 kr. for kanal 1, men kun 3 kr. for kanal 2 og 3.
- Kunde B vil betale 12 kr. for kanal 2, men kun 3 kr. for kanal 1 og 3.

- Kunde C vil betale 12 kr. for kanal 3, men kun 3 kr. for kanal 1 og 2.

Hvis kanalerne sælges enkeltvis til den højest mulige pris, vil hver kunde alene købe den tv-kanal, som vedkommende mener er 12 kr. værd, og distributørens samlede omsætning bliver 36 kr.

Hvis de tre tv-kanaler derimod sælges samlet i en pakke til 15 kr., vil alle tre kunder være tilbøjelige til at købe pakken, fordi hver af dem tillægger den en samlet værdi på 18 kr. Distributørens omsætning bliver da 45 kr. og opnår en nettogevinst på 9 kr., mens hver tv-kunde opnår en nettogevinst på 3 kr. Eksemplet illustrerer, at bundling er en fordel for både tv-distributøren og tv-kunderne, når kundernes præferencer er forskellige.

Disse forhold gør sig ikke alene gældende for traditionelle tv-pakker, men også for nyere distributionsformer. At et produkt giver kunden mulighed for selv at vælge enkelte kanaler, ændrer ikke ved, at der fortsat er tale om en samlet bundlet distributionsmodel. Det afgørende er ikke, om produktet er helt fast eller delvist fleksibelt, men at indholdet stilles til rådighed som led i en samlet kommerciel pakke, hvor prissætningen beror på den samlede værdi og den samlede udbredelse.

Når tv-distributørers forretning er baseret på at generere omsætning ved at sælge bundlede produkter, vil den betaling og de vilkår, tv-stationer og andre rettighedshavere stiller, mod at tv-distributøren får tilladelse til at udnytte indholdet i sine produkter, naturligt forholde sig hertil.

På tv-distributionsmarkedet er det derfor et grundvilkår, at priser og vederlag i et vist omfang fastsættes i forhold til tv-pakkerne, gennemsnitsbetragtninger og udbredelse, frem for en isoleret prissætning af hvert enkelt indholdselement eller hver enkelt rettighed. Det gælder generelt på markedet og er ikke særegent for forholdet mellem Rettighedshaverne og TDC Brands. Tværtimod hænger sådanne modeller sammen med selve den måde, tv-distribution foregår på.

TDC Brands' tv-produkter

Fremstillingen angår primært TDC Brands' individuelle kunder, dvs. kunder, hvor TDC Brands og/eller TDC NET efter Rettighedshavernes opfattelse er pligtsubjekt efter ophavsretslovens § 35. TDC Brands' foreningskunder omtales kun, hvor det er nødvendigt for at forstå TDC Brands' produkter, deres udbredelse eller afgrænsningen mellem de forskellige distributionsformer.

TDC Brands' produktportefølje har i perioder været meget omfattende, og produkterne har været udbudt med forskellige priser, bindingsperioder, adgangsformer og kombinationer med andre ydelser. Derfor beskrives historiske produktvarianter som udgangspunkt ikke.

Af en meddelelse om prisændringer gældende fra 1. januar 2017 fremgår, at TDC Brands på dette tidspunkt opererede med mere end [redacted] forskellige priser på tv-pakkeprodukter. Meddelelsen afspejler endda ikke den samlede produktportefølje, idet YouSee Bland Selv ikke er omtalt.

Rettighedshaverne har som datagrundlag for dette afsnit bl.a. anvendt skærmpoint fra hjemmesiden www.yousee.dk. YouSee er som beskrevet tidligere ikke et selvstændigt selskab, men blot et af de seks brandnavne, TDC Brands anvender. I det følgende henvises til YouSees hjemmeside, selv om hjemmesiden rettelig tilhører TDC Brands.

TDC Brands benytter tre forskellige teknologier til at levere tv:

- Coax (levering af tv via traditionelle kabelanlæg),
- IPTV (levering af tv via en lukket operatørkontrolleret forbindelse, f.eks. baseret på fiber, og leveret af TDC Brands) og
- OTT (levering af tv over internettet, uden behov for tilslutning til infrastruktur ejet af TDC Brands/TDC NET).

Valg af distributionsform kan afhænge af den tilgængelige infrastruktur på kundens adresse. Hvor flere distributionsformer er tilgængelige, kan TDC Brands have en kommerciel interesse i at tilbyde en distributionsform frem for en anden. F.eks. er levering af tv via OTT billigere for TDC Brands end de øvrige distributionsformer, da levering via OTT ikke belaster infrastruktur ejet af TDC Brands/TDC NET, og kunden selv betaler for den fysiske distribution gennem egen bredbåndsforbindelse.

Ved bestilling af en tv-pakke på YouSees hjemmeside skal kunden vælge adgangsform. Den øverste og præselekterede mulighed er "YouSee Play-appen", hvor oprettelsen er gratis. Vælger kunden denne mulighed, bliver kunden OTT-only kunde. TDC Brands tilskynder dermed kunden til at vælge OTT som distributionsform. De øvrige muligheder er streamingenhederne YouSee Streamer og YouSee Audio, der kommer med YouSee Play-appen forhåndsinstalleret.

[redacted] :

Distributionsform	Alle kunder	TDC Brands' individuelle kunder	Foreningskunder
Coax	[redacted] %	[redacted] %	[redacted] %
IPTV	[redacted] %	[redacted] %	[redacted] %
OTT-only	[redacted] %	[redacted] %	[redacted] %

IPTV-og coax-kunder har desuden adgang til tv-pakken på YouSees hjemmeside eller via YouSee Play-appen.

Den måde, hvorpå TDC Brands' kunder får adgang til tv-pakken, afhænger af distributionsformen:

Coax-kunder får adgang til tv-pakken via antennestikket. Kunden kan vælge at have en tv-boks fra TDC Brands. Den nuværende tv-boks til coax-kunder er Humax YS4000, som koster 599 kr. i oprettelse og 30 kr. pr. måned. Coax-kunder med tv-boks kan vælge alle abonnementstyper og har adgang til digitale tv-tjenester via tv-boksen og via YouSee Play-appen, der er en separat OTT-tjeneste. Coax-kunder uden tv-boks kan vælge færre abonnementstyper, da adgangsstyringen er baseret på fysiske filtre på kundens adresse. Disse kunder har adgang til digitale tv-tjenester via YouSee Play-appen.

IPTV-kunder modtager tv-pakken via en lukket internetforbindelse, der kontrolleres og leveres af TDC Brands. Signalet med tv-pakken leveres krypteret, og kunden skal derfor have en tv-boks fra TDC Brands for at få adgang til tv-pakken. Den nuværende tv-boks til IPTV-kunder er en Humax YS5000, som koster IPTV-kunden 599 kr. i oprettelse og 30 kr. pr. måned pr. tv-boks. IPTV-kunder kan vælge alle abonnementstyper og har adgang til digitale tv-tjenester via tv-boksen og YouSee Play-appen.

OTT-only kunder modtager kun tv-pakken over det åbne internet. Kunden kan tilgå tv-pakken på eget udstyr, f.eks. smart-tv, mobiltelefon, computer eller tablet, ved login på YouSees hjemmeside eller via YouSee Play-appen. OTT-only kunder kan desuden tilvælge udstyr fra TDC Brands, men det er ikke nødvendigt for at få adgang til tv-pakken. TDC Brands udbyder bl.a. YouSee Streamer og YouSee Audio, hvor YouSee Play-appen er forhåndsinstalleret og præsenteres som en integreret del af hjemmeskærmen. For kunden fremstår udstyret som en YouSee tv-boks.

YouSee Streamer koster 399 kr. i oprettelse og 30 kr. pr. måned pr. enhed. YouSee Audio koster 999 kr. i oprettelse og 50 kr. pr. måned pr. enhed.

OTT-only kunder er "født digitale" og kan vælge alle abonnementstyper og har adgang til samtlige digitale tv-tjenester, uanset hvilken adgangsform (play.yousee.dk, YouSee Play-appen eller en streamingboks) der benyttes. Disse adgangsformer betegnes i vilkårsbilagene som "Web-playeren".

YouSee Play-appen kan hentes gratis fra App Store eller en lignende tjeneste på mobil, tablet, Apple TV, Android/Google TV og smart-tv.

OTT-only kunder tilgår deres tv-abonnement udelukkende gennem Web-playeren, mens Web-playeren for IPTV- og coax-kunder er et alternativ eller supplement til kundens primære måde at få adgang til indholdet.

YouSee Play-appen giver alle TDC Brands' tv-kunder portabilitet, så indholdet i tv-produktet og kan ses både i og uden for, herunder i hele EU i op til 30 dage ad gangen. Appen giver desuden adgang til de øvrige digitale tv-tjenester. Kunden kan også

"caste" både lineære signaler og on demand afspilninger til tv-skærme i og udenfor hjemmet.

Nedenfor følger en skematisk oversigt over de forskellige distributions- og adgangsformer.

Distributi- onsform	Coax		IPTV	OTT		
Adgangsform	Humax YS4000	Antenne- stik	Humax YS5000	YouSee Play-ap- pen	YouSee Au- dio	YouSee Streamer
Beskrivelse af adgangs- form	Traditionel kabel-tv-boks	Tv-signal via stik i væggen hos kun- den	Tv-boks til fi- bernet	App med adgang til tv- kanaler og visse stre- amingtje- nester	Kombina- tion af stre- aming- boks og højttaler	Dongle med HDMI-stik, der kombi- nerer flow tv, stre- amingtjene- ster og apps.
Pris ved op- rettelse	599 kr.	0 kr.	599 kr.	0 kr.	999 kr.	399 kr.
Forudsætnin- ger for valg af leverings- metode	Kræver an- tennestik	Kræver antenne- stik	Kræver fiber- net forbin- delse købt hos YouSee	Kræver separat internet- forbin- delse på mobil, tab- let, Apple TV, And- roid TV eller smart-tv	Kræver internet- forbin- delse	Kræver in- ternetfor- bindelse
Anvendelig ved faste pak- ker	Ja	Ja, men ikke Mini- pakken	Ja	Ja	Ja	Ja
Anvendelig ved YouSee Play-pakker	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
Mulighed for portabilitet – også i resten af EU	Ja, via Webplayeren	Ja, via Webplaye- ren	Ja, via Webplayeren	Ja	Ja	Ja

Ved en fast tv-pakke forstås en tv-pakke, der er sammensat af TDC Brands.

[REDACTED]

TDC Brands opdaterer typisk de faste tv-pakker én gang om året, men ændringer kan også ske i løbet af et år. Ændringer kan skyldes, at TDC Brands har indkøbt nyt indhold, opsagt indhold eller tv-kanaler/streamingtjenester ophører. Kunden kan ikke ændre det indhold, der indgår i de faste tv-pakker.

TDC Brands sælger i dag faste tv-pakker i fire niveauer: Minipakken, Grundpakken, Mellempakken og Fuldpakken.

Pakkerne er bygget op med såkaldt "buy-through". Det betyder, at større pakker indeholder indholdet fra de mindre pakker: Grundpakken indeholder Minipakken, Mellempakken indeholder Grundpakken, og Fuldpakken indeholder Mellempakken. Minipakken er den mindste pakke og forudsætter tv-boks eller OTT-only-abonnement.

Minipakken er TDC Brands' mindste faste tv-pakke og blev lanceret i 2022 som et tilbud til visse foreningskunder. Først i 2025 blev Minipakken gjort tilgængelig for TDC Brands' individuelle kunder. [REDACTED] af TDC Brands' kunder med en fast tv-pakke har Minipakken. Pakken indeholder DR's kanaler (DR 1, DR2, DR Ramasjang), TV 2 Danmark, en TV 2 regionskanal, NRK1, SVT1, SVT2, TV4, ARD Das Erste, ZDF, NDR, RTL, Folketingskanalen og streamingtjenesten DRTV. Desuden indgår YouSee Infokanal og YouSee Eventkanal. Minipakken koster 249 kr. pr. måned for TDC Brands' individuelle kunder.

Rettighedshaverne leverer samtlige rettigheder til tv-kanalerne samt til streamingtjenesten DRTV i Minipakken (bortset fra videreudsendelse af TV 2 Danmark).

Det bemærkes, at YouSees Infokanal ikke er en tv-kanal, men en kanal der viser driftsinformation. YouSees Eventkanal viser promoveringsmateriale og bruges til at vise events, f.eks. boksekampe, mod særskilt betaling. Folketingskanalen transmitterer forhandlinger i Folketinget og er derfor ikke en normal tv-kanal.

I forhold til TV 2 Danmark leverer Rettighedshaverne samtlige rettigheder til Start Forfra, Catch Up og N-PVR/PVR samt portabilitet af de digitale on demand tv-tjenester.

Grundpakken er i dag TDC Brands' mest udbredte faste tv-pakke. [REDACTED] af alle TDC Brands' kunder med en fast tv-pakke har Grundpakken.

Ud over indholdet i Minipakken giver Grundpakken adgang til TV 2 Charlie, TV 2 News, TV3, TV3 Puls, See, Viaplay Sport News, Kanal 5, Kanal 4 og dk4.

Grundpakken koster 409 kr. pr. måned for TDC Brands' individuelle kunder.

TDC Brands har ikke oplyst betalingerne til de kommercielle programleverandører. Det er derfor ukendt, hvor stor en del af prisforskellen på 160 kr. mellem Minipakken og Grundpakken, TDC Brands anvender på indkøb af indhold. Hertil kommer rettighedsomkostninger, der ikke er omfattet af denne sag, men af sag nr. 129.

af alle TDC Brands' kunder med en fast tv-pakke har Mellempakken.

Ud over indholdet i Mini- og Grundpakken giver Mellempakken adgang til TV 2 Echo, TV 2 Fri, TV 2 Sport, TV3+, TV3 Max, TV3 Sport, Vsport Ultra HD, Disney Channel, Nick Toons, Nickleodeon, Nick jr. samt streamingtjenesterne Viaplay Film & Serier og Nick+.

Mellempakken koster 709 kr. pr. måned for TDC Brands' individuelle kunder.

Det yderligere indhold, der er i Mellempakken, består i kommercielle tv-kanaler og streamingtjenester, hvor tv-stationer ikke deltager i UBOD. TDC Brands' betaling for indhold omfattet af denne sag er derfor den samme som for Grundpakken.

af alle TDC Brands' kunder med en fast tv-pakke har Fuldpakken. Fuldpakken er den største faste tv-pakke.

Ud over indholdet i Mini-, Grund- og Mellempakken giver Fuldpakken adgang til: TV 2 Sport X, CNN, BBC News, BBC Nordic, National Geographic, National Geographic Wild, Cartoon Network, Cartoonito, MTV, Skyshowtime 1, Skyshowtime 2, Vfilm Hits, Vfilm Action, Vfilm Family, Vseries, Vsport Golf, Viaplay Sport 1, Viaplay Sport 2, Viaplay Sport 3 samt streamingtjenesterne Viaplay Premium (der inkluderer Viaplay Film & Serier), Skyshowtime og National Geographic Now.

Fuldpakken koster 869 kr./md. pr. tilslutning for TDC Brands' individuelle kunder.

Kunder med faste tv-pakker kan ikke ændre tv-kanalerne i tv-pakkerne.

TDC Brands udbyder dog "Ekstrakanaler", hvor kunder med en fast tv-pakke kan tilkøbe enkelte tv-kanaler a la carte.

TDC Brands' prisoversigt pr. 1. januar 2026 for Ekstrakanaler viser, at Ekstrakanaler koster mellem 10 kr. og 80 kr. pr. kanal pr. måned.

Ekstrakanaler forudsætter tv-boks eller kortlæser, fordi kanalerne skal kunne adgangsstyres individuelt. Kunder uden tv-boks kan købe kortlæser af TDC Brands for 299 kr., hvis tv-apparatet understøtter dette. Ønsker kunden adgang på flere tv-apparater, kan kunden købe yderligere kodekort til 100 kr. stykket.

TDC Brands udbyder 45 tv-kanaler som Ekstrakanaler. Til sammenligning kan der vælges mellem 64 tv-kanaler i YouSee Play.

Forskellen skyldes, at salg som Ekstrakanal kræver særskilt samtykke fra den enkelte tv-station. Tv-stationer kan have en legitim interesse i ikke at give samtykke hertil, idet denne distributionsform kan reducere penetration og indtægter og dermed svække tv-stationens forhandlingsposition og markedsmæssige placering.

En række kommercielle kanaler, der indgår i faste tv-pakker og/eller YouSee Play, kan ikke vælges som Ekstrakanaler. Det gælder TV3, Kanal 5, Kanal 4, Kanal 6, Kanal 9, TLC, See, Viaplay Sport News, Eurosport 1, Eurosport 2, Vsport Ultra HD, Animal Planet, Discovery, Investigation Discovery, My zen tv, SkyShowTime 1, SkyShowtime 2, Vfilm Hits, Vfilm Action, Vfilm Family, Vfilm Premiere, Viaplay Sport 1, Viaplay Sport 2 og Viaplay Sport 3.

De Copydan tv-kanaler, der efter særskilt samtykke fra tv-stationen kan købes som Ekstrakanaler, koster 10 kr. pr. måned. Det drejer sig om 3Sat, ARTE (D), France 2, Pro7, RAI UNO, Sat1 og TVE Internacional.

af alle TDC Brands' kunder har en YouSee Play-pakke. Blandt TDC Brands' individuelle kunder er andelen . Af disse er Coax-kunder, IPTV-kunder og . OTT-only kunder. YouSee Play er en fleksibel tv-pakke med en fast del, som tv-kunden ikke kan ændre, og en valgfri del, hvor kunden kan tilkøbe og udskifte indhold ved hjælp af et pointsystem. Den faste del indeholder DR's tv-kanaler (DR1, DR2 og DR Ramasjang), streamingtjenesten DRTV, én TV 2 Regionskanal, én nabo-regions tv-kanal, én lokal-tv-kanal, og 8 nabolandskanaler (SVT1, SVT2, TV4, NRK1, ARD1, ZDF, NDR og RTL), Folketingskanalen, YouSees Infokanal og, YouSees Eventkanal. Den faste del indeholder dermed det indhold i Grundpakken, der tilhører Rettighedshaverne, dog uden videreudsendelse af TV 2 Danmark. Den faste del betegnes i det følgende som "YouSee Play-grundpakken". YouSee Play udbydes som Play 10, 20, 30 og 40, hvor tallet angiver antallet af point, som kunden kan bruge til at vælge yderligere tv-kanaler og streamingtjenester. Det er desuden muligt at tilkøbe point enkeltvist til 10 kr. pr. point pr. måned. De enkelte tv-kanaler er individuelt prissat og koster mellem 1 og 5 point. YouSee Play adskiller sig her fra YouSee Bland Selv, jf. nedenfor.

Streamingtjenester koster mellem 2 og 40 point, fordi valg af en streamingtjeneste i nogle tilfælde også giver adgang til en række tv-kanaler fra den tv-station, der udbyder streamingtjenesten. En tv-kunde, der f.eks. vælger TV 2 Play for 21 point, får samtidig adgang til TV 2 Danmark og alle TV 2 Networks kanaler. TDC Brands justerer ind imellem pointpriserne både for tv-kanaler og streamingtjenester. Hvis pointprisen på en tv-kanal stiger, kan kunden beholde tv-kanalen til den tidligere pris, indtil tv-kanalen fravælges. Ved senere tilvalg gælder den nye pris.

De Copydan tv-kanaler, der efter særskilt samtykke fra tv-stationen kan tilvælges i YouSee Play, koster 1 point, dvs. 10 kr. pr. måned. Det drejer sig om Sat.1, ProSieben, RaiUno, France 2, 3sat, ARTE og TVE Internacional.

De 8 nabolandskanaler i YouSee Play-grundpakken er angivet til 0 point, da de indgår i den faste del af pakken.

En YouSee Play-kunde kan udskifte tv-kanaler og streamingtjenester. Ændringer kan foretages når som helst og træder i kraft med det samme. Valget af en streamingtjeneste eller tv-kanal er "låst" i 30 dage. Det betyder, at kunden med få klik kan udskifte indholdet i den valgfri del af tv-pakken og få adgang til indhold, som kunden ikke oprindeligt havde tilvalgt. Kunden kan f.eks. tilvælge en tv-kanal eller streamingtjeneste for at få adgang til et bestemt program eller en bestemt film og beholde adgangen i 30 dage. Kunden kan fortsat frit udskifte indhold for de øvrige point. Til sammenligning er normalprisen for at leje en enkelt spillefilm omkring 49 kr. Der er ingen yderligere omkostninger ved at vælge nye kanaler og streamingtjenester, så længe kunden holder sig inden for det antal point, abonnementet omfatter.

Ændringerne kan foretages hurtigt, fordi adgangen styres digitalt. Bruger kunden YouSee Play-appen kræver det heller ikke tv-boks eller kortlæser. Produktet giver derfor væsentligt større fleksibilitet end traditionelle Ekstrakanaler, og de tekniske omkostninger for både TDC Brands og kunden er lavere.

Der var i marts 2026 en kampagne for YouSee Play, hvor første måned var gratis ved binding i 6 måneder. Herefter var månedspriserne 329 kr. for Play 10, 429 kr. for Play 20, 529 kr. for Play 30 og 629 kr. for Play 40. Da point kan købes enkeltvist for 10 kr. pr. point, kan prisen for YouSee Play 10 opdeles i 100 kr. for den valgfri del og 229 kr. for den faste del, dvs. YouSee Play-grundpakken.

YouSee Bland Selv blev tidligere solgt til alle kundegrupper, men sælges i dag kun til kunder, der er tilsluttet et kabelanlæg i en bolig- eller antenneforening. Andre kunder, herunder TDC Brands' individuelle kunder, kan fortsætte YouSee Bland Selv abonnementet, hvis de havde abonnementet inden ændringen. [REDACTED] af alle YouSees kunder har i dag et Bland Selv abonnement. For TDC Brands' individuelle kunder er andelen også [REDACTED]. Blandt TDC Brands' egne coax-kunder er andelen [REDACTED], mens andelen blandt IPTV-kunder er [REDACTED]. Bland Selv er ikke udbudt til OTT-only-kunder. YouSee Bland Selv er ligesom YouSee Play en fleksibel tv-pakke, men tager udgangspunkt i kundens faste tv-pakke.

Bland Selv udbydes som Bland Selv 10, 20, 36 og 46, hvor tallet angiver antallet af point, kunden kan bruge til yderligere tv-kanaler og streamingtjenester. Modsat YouSee Play kan kunden ikke tilkøbe individuelle Bland Selv-point. Prisen for Bland Selv består af prisen på kundens faste tv-pakke med tillæg for den valgte Bland Selv-variant. For en kunde med Grundpakken er priserne pr. januar 2026 følgende:

- Bland Selv 10: 409 kr. for Grundpakken + 270 kr. = i alt 679 kr./md.
- Bland Selv 20: 409 kr. for Grundpakken + 340 kr. = i alt 749 kr./md.
- Bland Selv 36: 409 kr. for Grundpakken + 460 kr. = i alt 869 kr./md.
- Bland Selv 46: 409 kr. for Grundpakken + 550 kr. = i alt 959 kr./md.

Priserne viser, at Bland Selv-point er degressivt prissat. Jo flere point kunden køber, desto lavere er den gennemsnitlige pris pr. point. De oplyste priser er det, individuelle "legacy" kunder betaler.

Bland Selv-pointprisen kan opgøres til 27 kr. pr. point for Bland Selv 10, 17 kr. for Bland Selv 20, 12,78 kr. for Bland Selv 36 og 11,96 kr. for Bland Selv 46.

Prismodellen afspejler, at de først valgte kanaler typisk er de mest populære og dyreste kommercielle tv-kanaler, mens de sidst valgte typisk er billigere nichekanaler.



Tv-kanaler koster 1 point, mens streamingtjenester koster mellem 2 og 10 point. Udvalget af Bland Selv-kanaler svarer i vidt omfang til Ekstrakanalerne.

De Copydan tv-kanaler, der efter særskilt samtykke fra tv-stationen kan tilvælges i Bland Selv, koster 1 point, dvs. svarende til mellem 11,96 kr. og 27 kr. pr. måned, afhængig af kundens abonnement.

Det drejer sig om Sat.1, ProSieben, RaiUno, France 2, 3sat, ARTE og TVE International.

Hvis man sammenholder pointoversigten fra Bland Selv med pointoversigten fra YouSee Play, kan det konstateres, at pointpriserne flere steder ikke matcher – heller ikke for identiske tv-kanaler og streamingtjenester.

En kunde med Bland Selv kan udskifte sine tv-kanaler og streamingtjenester.

Kunden kan se, om alle point er brugt, og kan i så fald kontakte Kundeservice for at ændre størrelsen på abonnementet inden for de faste pointintervaller. Som i YouSee Play låser valget af en kanal eller en streamingtjeneste de anvendte point i 30 dage.

YouSee Bland Selv giver dermed, ligesom YouSee Play, en væsentlig grad af valgfrihed.

TDC Brands udbyder digitale tv-tjenester i form af web-tv, Start Forfra, Catch Up, DRTV, N-PVR/PVR og stacking. Afsnittet beskriver tjenesterne som led i TDC Brands' produktudbud og med fokus på, hvordan tjenesterne fremstår og fungerer for tv-kunden.

Fælles for de digitale tv-tjenester er, at de giver TDC Brands' tv-kunder mulighed for at bruge tv-indhold på andre steder og andre måder end gennem de lineære tv-kanaler direkte til tv-apparater i hjemmet.

De enkelte digitale tv-tjenester er funktionelt og indholdsmæssigt overlappende (f.eks. er der et stort overlap mellem DRTV og 48 timers Catch Up), og der er et betydeligt funktionelt overlap mellem Catch Up, Stacking og N-PVR/ PVR.

Ifølge TDC Brands' oplysninger udbyder de p.t. de digitale tv-tjenester til [REDACTED] af kundebasen. Det omfatter alle kunder med fleksible tv-pakker (herunder alle OTT-only kunder), alle Mellem- og Fuldpakke-kunder, alle Grundpakke-kunder med en tv-boks og alle Minipakke-kunder.

Grundpakke-kunder uden tv-boks har ikke adgang til digitale tv-tjenester bortset fra web-tv i Webplayeren. Denne gruppe udgør p.t. [REDACTED] af alle tv-kunder.

IPTV- og coax-kunder kan tilgå digitale tv-tjenester via tv-boks eller Web-player. For OTT-only kunder er tjenesterne integreret i selve produktet.

Brugerfladen kan variere efter enhed og styresystem, men funktionerne er grundlæggende de samme uanset adgangsform.

Web-tv er en betegnelse for portabilitet, dvs. kundernes mulighed for at se deres tv-pakke med lineære tv-kanaler og digitale on demand-tjenester på bærbare enheder som mobiltelefoner og tablets og "caste" til tv-skærme. Dette kan kunden gøre overalt, f.eks. i sommerhus, i toget, på bagsædet i bilen eller på ferie i udlandet (EU/EØS).

Start Forfra er en on demand tv-tjeneste, hvor igangværende tv-udsendelser optages på servere og kan startes fra begyndelsen (on demand), så længe tv-programmet er i gang. Kunden kan således frit zappe mellem kanaler og starte et program forfra, selv om det allerede er i gang. Det giver en mere fleksibel tv-oplevelse, hvor man ikke går glip af indhold, selv hvis man kommer for sent. Med Start Forfra kan kunden også sætte et tv-program på pause og fortsætte seingen på et senere tidspunkt.

Catch Up giver kunderne adgang til at se tv-programmer on demand i en periode efter udsendelsen. Alle tv-programmer (bortset fra biografspillefilm og sportstransmissioner) stilles til rådighed on demand i op til 48 timer efter udsendelsen. Dette gælder på tværs af alle tv-kanaler. DR's indhold er dog tilgængeligt on demand i en længere periode via DRTV.

TDC Brands giver desuden adgang til 7 dages Catch Up på TV 2 Danmark for de programmer, som TV 2 teknisk markerer. Det er i praksis langt størstedelen af tv-programmerne, herunder biografspillefilm. For ARD, ZDF, SVT 1, SVT 2 og NRK 1 er der adgang til Catch Up i 90 dage.

Som resultat af Catch Up og DRTV kan TDC Brands "suge" tv-programmerne fra de lineære tv-kanaler og stille dem til rådighed on demand i brugerfladen, bl.a. i temaer som f.eks. dokumentar, haveprogrammer, reality, serier, populære spillefilm og børneunderholdning.

TDC Brands' brugerflade fungerer som et underholdningsunivers med et meget stort udvalg tv-programmer, der kan tilgås on demand via tv-boks, i YouSee Play-appen og på play.yousee.dk.

Catch Up er over tid blevet udbygget væsentligt både i antallet af omfattede tv-kanaler og i de perioder, hvor programmerne er tilgængelige. TDC Brands oplyste i 2015, at der ville komme ca. 10.000 timers nyt indhold hver uge i deres "gigantiske arkiv". TDC Brands kaldte samtidig platformen for "Danmarks største on demand tv-univers", jf. artikel fra recordere af 10. juni 2015.

TDC Brands giver sine tv-kunder adgang til DRTV via TDC Brands' egne brugerflader. Det indebærer, at alle tv-programmer kopieres til TDC Brands A/S' servere. For kunden fremstår DRTV dermed som en integreret del af det indhold, der kan tilgås på TDC Brands' tekniske platform. Indholdet fra DR-TV kan trækkes ud og placeres i et tematiseret underholdningsunivers.

Med N-PVR kan TDC Brands' kunder optage tv-programmer fra de lineære tv-kanaler, bortset fra sportstransmissioner, men inklusive spillefilm, og se dem senere. Teknisk fungerer tjenesten ved, at TDC Brands optager sendefladen, hvorefter det optagne tv-program streames fra TDC Brands' servere til kunden.

Kunderne kan optage fra flere tv-kanaler samtidigt, ligesom en kunde kan se et program på én tv-kanal samtidig med, at der optages fra en anden.

Sættes optagelsen først i gang midt i tv-programmet, er tv-programmet alligevel tilgængeligt for kunden fra begyndelsen.

N-PVR giver kunden en oplevelse af ejerskab til indholdet, fordi kunden kan opbygge egne samlinger af f.eks. spillefilm og tv-serier.

TDC Brands udbyder også såkaldt PVR. For IPTV fungerer PVR ved, at TDC Brands streamer et særskilt livesignal ud til den tv-boks, optagelsen foretages. PVR har ikke selvstændig betydning for sagen, da PVR omfattes af N-PVR som det mindre i det mere.

Stacking er en on demand tjeneste, hvor en hel sæson af en tv-serie præsenteres og kan ses samlet. For ARD, ZDF, SVT 1, SVT 2 og NRK 1 omfatter tjenesten "in season stacking", hvilket vil sige, at alle programmer i en tv-serie er tilgængelige on demand i 90 dage efter udsendelsen af sæsonens sidste program. Et afsnit kan derfor være tilgængeligt on demand længere end de 90 dage, der følger af Catch Up.

For ARD og ZDF omfatter tjenesten også "out of season stacking", hvilket vil sige, at programmerne fra tidligere sæsoner også er tilgængelige on demand i 90 dage efter udsendelsen af sidste program i den nyeste sæson.

Rettigheder i TDC Brands' tv-produkter

Dette afsnit angår de rettigheder, der indgår i TDC Brands' tv-produkter, og som repræsenteres af Rettighedshaverne.

Tv-kanaler og tv-programmer indeholder et stort antal forskellige rettigheder, som tilkommer en bred kreds af rettighedshavere. Rettighedsbilledet er derfor sammensat, og de rettigheder, der er nødvendige for TDC Brands' udnyttelse af indholdet, er ikke fordelt ens på tværs af tv-kanaler og udnyttelsesformer.

For denne sag er det navnlig nødvendigt at sondre mellem på den ene side Copydan tv-kanaler og på den anden side øvrige tv-kanaler.

For så vidt angår Copydan tv-kanalerne, repræsenterer Rettighedshaverne alle de rettigheder, der er nødvendige for TDC Brands' videreudsendelse af tv-kanaler og – i det nedenfor beskrevne omfang – for distribution af digitale tv-tjenester.

For andre tv-kanaler end Copydan tv-kanalerne er rettighedsbilledet anderledes, idet tv-stationernes rettigheder ikke indgår, og idet omfanget af de rettigheder, der repræsenteres af Rettighedshaverne, varierer afhængigt af den pågældende tv-kanal og den pågældende udnyttelsesform.

Det er endvidere nødvendigt at sondre mellem videreudsendelse af tv-kanaler og digitale tv-tjenester. Rettighedssituationen er ikke den samme for de to former for udnyttelse, selv hvis der er tale om samme indhold fra de samme tv-kanaler.

Det gælder navnlig for udenlandske produktioner, hvor rettigheder til videreudsendelse for andre tv-kanaler end Copydan tv-kanaler formodes at være erhvervet af tv-stationerne, mens rettigheder til digitale tv-tjenester ofte ikke er klareret af tv-stationerne.

For udenlandske produktioner omfatter Rettighedshavernes tilladelse til distribution af digitale tv-tjenester imidlertid flere udestående rettigheder end tilladelsen til videreudsendelse af tv-kanaler.

Digitale tv-tjenester indebærer både en eksemplarfremstilling, jf. ophavsretslovens § 2, og en on demand tilrådighedsstillelse, jf. ophavsretslovens § 35. Dette indebærer også i sig selv, at der er flere rettighedshavere, der har beskyttelse og skal honoreres.

Sondringen mellem videreudsendelse og digitale tv-tjenester har afgørende betydning for sagen.

Det er ikke tilfældet. De digitale tv-tjenester omfatter andre og flere rettigheder end dem, der indgår ved videreudsendelse. Dette gælder navnlig for udenlandske produktioner og navnlig for tjenester som Start Forfra, Catch Up og N-PVR.

I det følgende gives en generel beskrivelse af de rettigheder, der indgår i tv-kanaler og tv-programmer. Derefter gennemgås Copydan tv-kanalerne og den særlige stilling for TV 2 samt nabolandskanalerne. Herefter beskrives rettighedspraksis for danske tv-produktioner og rettighedspraksis ved videreudsendelse af udenlandske produktioner. Endelig gennemgås rettighedspraksis ved digitale tv-tjenester i relation til udenlandske produktioner.

Tv-kanaler indeholder mange forskellige typer af tv-programmer såsom underholdningsprogrammer (livstilsprogrammer, quizzer og gameshows), nyheder, dramaserier, satireprogrammer, dokumentarprogrammer, sportsudsendelser (transmissioner, analyseprogrammer og sportsnyheder), biograf- og tv-film, reklamer, børneprogrammer, magasinprogrammer, realityprogrammer og debatprogrammer. Hver enkelt tv-kanal sender dagligt et stort antal tv-programmer, og på et kalenderår sendes typisk mellem 10.000-15.000 tv-programmer. For de fleste tv-programmer udgør de kreativt medvirkende fundamentet for produktionen. Det gælder især alle typer af tv-programmer, der er baseret på manuskripter, som f.eks. drama, spillefilm, dokumentar, satire, mange underholdningsprogrammer og nyhedsprogrammer. Eksempler på kreativt medvirkende er manuskriptforfattere, journalister, instruktører, dokumentarister, komponister, fotografer, skuespillere, klippere, scenografer, lyssættere, animatorer og tegnere. Hver eneste programtype har typisk mange forskellige kreativt medvirkende inden for flere forskellige faggrupper. De kreativt medvirkende repræsenteres af Copydan.

Ud over de rettigheder, der opstår i forbindelse med produktionen, anvendes ofte også præeksisterende værker og præstationer (fonogrammusik, produktionsmusik, fotografier, billedkunst, klip fra spillefilm, romanforlæg etc.). Disse rettigheder repræsenteres af Copydan (dog Koda for musikværker).

Tv-stationer har selvstændige rettigheder til udsendelsen, også kaldet signalretten, jf. ophavsretslovens § 69. Tv-stationer producerer desuden selv en stor del af de tv-programmer, de sender, og besidder dermed også omfattende rettigheder som producenter. Udover tv-stationernes egne rettigheder har tv-stationer også erhvervede rettigheder fra bl.a. fastansatte.

TV 2 hviler på en såkaldt entreprisemodel, hvor alle tv-programmer, bortset fra nyheder og sport, produceres af eksterne tv-producenter. DR hviler også i høj grad på indkøbte produktioner.

Ved siden af tv-stationer spiller film- og tv-producenter en central rolle i produktionen af tv-programmer. I praksis produceres de fleste tv-programmer af selvstændige, eksterne produktionsselskaber, der ligeledes har rettigheder; dette gælder navnlig dramaserier og spillefilm.

Mange underholdningsprogrammer bygger på formatrettigheder, dvs. rettigheder til programmets overordnede koncept, struktur og karakteristiske elementer. Disse rettigheder tilkommer ofte det selskab, der har udviklet formatet, og ikke nødvendigvis

det selskab, der producerer den konkrete udsendelse. Billedproducenternes rettigheder er repræsenteret af Copydan.

Stort set alle typer af tv-programmer er kendetegnet ved, at der indgår store mængder af musik. Den musik, der anvendes, kommer fra mange kilder: Musik skabt til det pågældende tv-program (f.eks. scoremusik), fonogrammusik, underlægningsmusik, der er skabt til brug i AV-produktioner generelt, livemusik (bands, solister eller orkestermusik) og jingles. Musik fungerer som et selvstændigt, kreativt virkemiddel, der skaber stemning, identitet og dramaturgisk sammenhæng, som forstærker seernes engagement. Musik tilfører dermed audiovisuelt indhold en væsentlig og selvstændig værdi. Musik indeholder rettigheder tilhørende mange rettighedshavere. Koda repræsenterer komponister, tekstforfattere og musikforlag, der er indehavere af rettighederne til musikværkerne.

Copydan repræsenterer de udøvende kunstnere, der fremfører musikken, hvad enten der er tale om artister, studiemusikere, solister eller orkestermusikere. Copydan repræsenterer også musikselskabernes rettigheder til udgivne fonogrammer. Der anvendes i meget betydeligt omfang udgivne fonogrammer i tv-programmer.

Ved Copydan tv-kanaler forstås tv-kanaler, der udsendes af de tv-stationer, der deltager i UBOD. Der er hovedsageligt tale om store danske og europæiske public service-tv-stationer samt tv-stationer, der er kommercielle i deres hjemlande.

Copydan-kanalerne omfatter en betydelig kreds af danske og udenlandske tv-kanaler. Disse tv-kanaler omfatter DR's tv-kanaler, de regionale TV 2-stationer, danske lokal-tv-kanaler, nabolandskanaler samt en række større europæiske public service- og kommercielle tv-kanaler. Kanalerne spænder over full service-kanaler, regionale kanaler, nyhedskanaler, børnekanaler, kulturkanaler og øvrige specialkanaler.

Rettighedshaverne har udarbejdet en beskrivelse af de væsentligste Copydan tv-stationer og kanalgrupper (**bilag 4** til denne kendelse). Beskrivelsen viser bredden og vægten af det kanal- og indholdsunivers, TDC Brands' tv-produkter får via Copydan tv-kanalerne.

Minipakken omfatter næste udelukkende Copydan tv-kanaler. Hovedparten af Grundpakkens indhold består af Copydan tv-kanaler. Alle de faste tv-pakker indeholder samme antal Copydan tv-kanaler. Copydan tv-kanalerne udgør således en meget væsentlig del af det tv-indhold, der distribueres til TDC Brands' kunder.

Rettighedshaverne repræsenterer 100 pct. af rettighederne til de tv-programmer i Copydan tv-kanalerne, der indgår i TDC Brands' udbud. Dette omfatter både tv-stationernes egne og erhvervede rettigheder samt de ophavsrettigheder, som Copydan og Koda repræsenterer, dvs. de udestående rettigheder. Det betyder, at når de Indklagede vælger at inkludere Copydan tv-kanaler i deres tv-produkter, så er det ikke forbundet med andre indholdsmkostninger for de Indklagede end den betaling til Rettighedshaverne, der følger af de nedlagte påstande.

For tv-kanaler, hvor tv-stationen ikke deltager i UBOD, betales der videreudsendelsesvederlag til Copydan og Koda for de rettigheder, der ikke indehaves af tv-stationerne. Tarifferne herfor skal fastsættes i sag nr. 129.

I relation til digitale tv-tjenester omfatter tilladelsen 100 pct. af rettighederne for tv-stationer, der deltager i UBOD. For andre tv-kanaler omfatter tilladelsen de rettigheder, som tv-stationerne ikke råder over. Rettighedsbilledet for digitale tv-tjenester flugter normalt ikke med rettighedsbilledet for flow-tv. Kommercielle tv-stationer erhverver normalt udenlandske film- og tv-producenters rettigheder til videreudsendelse, men ikke rettighederne til digitale tv-tjenester. Kommercielle tv-stationer erhverver f.eks. aldrig rettigheder til N-PVR fra film- og tv-producenter.

Rettighedshaverne repræsenterer ikke TV 2's rettigheder til videreudsendelse, og TV 2's tv-kanaler er dermed ikke Copydan tv-kanaler. TV 2 Danmark deltager imidlertid i UBOD for så vidt angår digitale on demand tv-tjenester, og TV 2's rettigheder i denne henseende er derfor omfattet af Rettighedshavernes tilladelse.

Rettighedshavernes tilladelse omfatter også TV 2 Networks' rettigheder til Start Forfra og N-PVR, jf. pkt. 4.3.2. og pkt. 4.9.4 i vilkårsbilag A og pkt. 4.2.2. og pkt. 4.8.4. i vilkårsbilag B.

Når TDC Brands kan udbyde digitale on demand tv-tjenester på TV 2-kanalerne beror det således alene på Rettighedshavernes tilladelse.

TV 2 Danmark og TV 2 Networks har en særlig betydning i sagen, da TV 2-indhold sammen med DR-indhold og indhold fra nabolandskanalerne udgør en central og voksende del af TDC Brands' tv-produkter og af tv-kundernes brug af de digitale tv-tjenester.

Adgangen til at udbyde digitale tv-tjenester på TV 2-indhold har væsentlig kommerciel betydning for TDC Brands. Uden adgang til sådanne rettigheder ville TDC Brands skulle tilrettelægge sit digitale tv-produkt anderledes, herunder eventuelt gennem særskilt aftalegrundlag eller integration af særskilte TV 2-tjenester. Det kunne eksempelvis ske ved integration af TV 2's egen streamingtjeneste, TV 2 Play. På det norske marked indgår det norske TV 2 Play f.eks. som en fast del af tv-distributørernes tv-produkter.

En væsentlig del af Copydan tv-kanalerne udgøres af de såkaldte nabolandskanaler, dvs. Copydan tv-kanaler fra Sverige, Norge og Tyskland. Der er navnlig tale om centrale svenske, norske og tyske public service-kanaler og kommercielle full service-kanaler, som gennem en lang årrække har været en fast og betydelig del af danske tv-pakker. Nabolandskanalerne indgår som en naturlig del af det kanal- og indholdsunivers, som Rettighedshavernes tilladelse giver adgang til. Indholdsmæssigt spænder nabolandskanalerne over nyheder, dokumentar, drama, underholdning, film, sport, kultur- og samfundsprogrammer samt børne- og ungeindhold. Der er således tale om et omfattende og indholdsmæssigt væsentligt tv-udbud.

Nabolandskanalernes betydning på det danske marked hænger bl.a. sammen med den sproglige og kulturelle nærhed mellem Danmark og især Tyskland og Sverige. For danske tv-seere udgør nabolandskanalerne et reelt alternativ og supplement til danske tv-kanaler, navnlig når det gælder drama, dokumentar, nyheder og anden public service-præget programvirksomhed. Rettighedshaverne har i en lang år-række arbejdet aktivt for at understøtte udbredelsen af nabolandskanaler i Danmark, herunder ved at medvirke til etablering af danske undertekster og ved at give tv-distributører mulighed for også at gøre indholdet tilgængeligt i digitale tv-tjenester. Nabolandskanalerne er en integreret del af Copydan-kanaluniverset.

Rettighedsforbehold på det område, der dækkes af ophavsretslovens § 35, har udviklet sig over de sidste mange år. Rettighedsforbehold er i dag en fast bestanddel af standardaftaler og overenskomster. Det indebærer, at der i dag gælder rettighedsforbehold for alle rettighedsgrupper, såvel kunstnere som producenter.

For kunstnerne gælder der det særlige, at rettighedsforbehold er blevet markedsnormen i Danmark. Det afspejles i lovbemærkningerne til ændringen af ophavsretsloven i 2023, hvor § 55 om ophaveres og udøvende kunstners ret til et passende og forholdsmæssigt vederlag blev fastsat. Det følger af lovbemærkningerne, jf. lovforslag nr. L 125 fremsat den 3. maj 2023, de almindelige bemærkninger, pkt. 2.9.1.3, at "det hører med til et passende og forholdsmæssigt vederlag at få andel i de vederlag, der genereres på det kollektive område. Markedsnormen i Danmark er på flere områder, at der foretages kollektiv rettighedsforvaltning baseret på, at rettighedshaverne i vidt omfang bevarer enten rettigheder som sådan eller retten til vederlag (ofte kaldet "den danske rettighedsmodel")."

For Koda forholder det sig sådan, at rettighederne af den enkelte komponist, sangskriver og musikforlag er overdraget til eneforvaltning i Koda, og de aftaler, Koda indgår med tv-stationerne, indeholder kun tv-stationernes egen primære udsendelse, og aftalerne med tv-stationen har konsekvent bestemmelser om, at Koda har ret til at indhente et vederlag for tredjemands kommercielle udnyttelse eller distribution, jf. de af Ophavsretslicensnævnet fastsatte vilkår i sag nr. 106 og nr. 121.

Praksis for så vidt angår udenlandske produktioner adskiller sig væsentligt fra rettighedspraksis for danske produktioner, når det gælder andre rettigheder end rettigheder til musik. For musik er der også i relation til udenlandske produktioner konsekvent forbeholdt rettigheder.

For de øvrige rettighedskategorier er situationen en anden.

I forholdet mellem kunstnere og producenter og i forholdet mellem kunstnere og tv-stationer er der ikke en fast praksis med, at rettigheder til videreudsendelse forbeholdes bredt for alle rettighedskategorier. Navnlig når det gælder kommercielt finansierede tv-kanaler, er det normalt, at der sker rettighedsoverdragelser fra kunstnere til henholdsvis producenter og tv-stationer.

I forholdet mellem producenterne og tv-stationerne er det videre normalt, at der sker en overdragelse af rettighederne til videreudsendelse inden for tv-stationens primære "area of operation". Det indebærer, at der for tyske tv-stationer sker en overdragelse for Tyskland, og for svenske og norske (kommercielt finansierede) tv-stationer sker en overdragelse for henholdsvis Sverige og Norge. Når de udenlandske tv-stationer videreudsendes i Danmark, er rettighederne imidlertid uklarerede.

For Copydan tv-kanaler repræsenterer Rettighedshaverne tilsammen 100 pct. af de rettigheder, der er nødvendige for videreudsendelsen. Tariffen fastsættes derfor for den samlede tilladelse, og den underliggende fordeling mellem tv-stationer, producenter, kunstneres og musikrettighedshaveres rettigheder er uden betydning for tariffastsættelsen. Fordelingen har derimod betydning for den efterfølgende fordeling af vederlaget mellem rettighedshaverne.

Det forholder sig anderledes ved videreudsendelse af tv-kanaler, hvor tv-stationen ikke er repræsenteret via UBOD. I disse tilfælde er det nødvendigt at tage stilling til, hvilke rettigheder tv-stationen selv må anses for at have klareret, og hvilke rettigheder der fortsat er udestående. Dette har ført til, at det for de såkaldte mellemgruppekanaler lægges til grund, at rettighederne til udenlandsk programindhold som udgangspunkt allerede er klareret, bortset fra musikrettigheder, dvs. rettigheder til musikværker samt rettigheder til udøvende kunstnere og musikselskaber i fonogrammer.

For de såkaldte musik-tv-kanaler, dvs. tv-kanaler uden dansk eller dansk versioneret indhold, omfatter tilladelserne tilsvarende alene musikrettigheder, dvs. rettigheder til musikværker samt rettigheder til udøvende kunstnere og musikselskaber i fonogrammer. Ved videreudsendelse af udenlandske produktioner afhænger rettighedssituationen således af, om tv-stationen er repræsenteret via UBOD. For tv-kanaler uden for UBOD omfatter tilladelserne alene de rettigheder, som fortsat er udestående.

Denne afgrænsning er ikke ny, men bygger bl.a. på de forudsætninger, der lå til grund for Ophavsretslicensnævnets kendelse i sag nr. 78 og den efterfølgende brancheaftale om mellemgruppekanaler. Sag nr. 78 angik TV 3 og TV 3+, dvs. kommercielle tv-kanaler uden for UBOD. Ved fastlæggelsen af rettighedsgrundlaget blev der lagt vægt på, at kanalerne i det væsentlige bestod af udenlandske produktioner, og at de rettigheder, der fortsat var udestående ved videreudsendelse i Danmark, derfor havde et andet og snævrere omfang end for Copydan tv-kanalerne.

Den efterfølgende brancheaftale om mellemgruppekanaler hvilede på samme sontring. Aftalen byggede på, at der for de pågældende kanaler kun i begrænset omfang var rettigheder ud over musikrettigheder og visse øvrige udestående rettigheder, som skulle klareres gennem Copydan og Koda.

Denne historiske afgrænsning har betydning for den foreliggende sag. Den viser, at rettighedsgrundlaget for tv-kanaler, hvor tv-stationen ikke er repræsenteret via UBOD, aldrig har været identisk med rettighedsgrundlaget for Copydan tv-kanaler.

Den viser også, at tariffer og rettighedsforudsætninger for videreudsendelse ikke uden videre kan overføres til digitale tv-tjenester, hvor rettighedsbilledet er et andet, fordi tilladelsen til digitale tv-tjenester også omfatter indhold fra tv-kanaler, hvor tv-stationen ikke deltager i UBOD.

Der er for udenlandske produktioner væsentlig forskel på rettighedssituationen ved videreudsendelse og ved digitale tv-tjenester. Ved videreudsendelse formodes rettighederne at være overdraget til tv-stationen inden for tv-stationens primære udsendelsesområde. Det samme kan ikke lægges til grund for digitale tv-tjenester.

I relation til N-PVR er der tale om et nyt område, hvor der typisk slet ikke er sket rettighedsoverdragelser, hverken i forholdet mellem kunstnere og producenter/tv-stationer eller i forholdet mellem producenter og tv-stationer. Dette indebærer, at alle typer af rettighedshavere har krav på vederlag. Dette er også en af årsagerne til, at N-PVR ikke er særligt udbredt hos tv-distributører i andre lande, herunder Norge og Sverige.

Når det gælder Catch Up, så følger rettighederne hertil ikke rettighederne til videreudsendelse. Det er almindeligt forekommende, at tv-stationer erhverver rettigheder til videreudsendelse, men ikke rettigheder til Catch Up. Det kan også være tilfældet, at rettighederne ikke er overdraget til producenter, selvom producenterne kan have samtykket til tv-stationernes udnyttelse af egne rettigheder. Derfor er der i relation til Catch Up behov for, at tilladelserne omfatter langt flere rettigheder end ved videreudsendelse. Konkret omfatter tilladelserne for Catch Up også rettigheder i udenlandske produktioner.

Start Forfra minder rettighedsmæssigt om N-PVR, fordi Start Forfra typisk er uomtalt i kontrakter mellem tv-stationer og producenter. Dette skyldes, at tv-stationerne ikke har Start Forfra knyttet til deres primære distribution.

Når det gælder tv-kanaler, hvor Rettighedshaverne repræsenterer alle rettigheder inkl. tv-stationernes rettigheder, er spørgsmålet om kontraktspraksis, herunder forskellene mellem videreudsendelse og digitale tv-tjenester, uden betydning for tariffastsættelsen.

Dette spørgsmål er derimod af central betydning i relation til digitale tv-tjenester for andre tv-kanaler end dem, hvor Rettighedshaverne repræsenterer 100 pct. af rettighederne. For disse tv-kanaler skal også producenter og kunstnere i udenlandske produktioner honoreres gennem licenserne. Dette har en meget stor betydning, fordi de berører et meget stort antal produktioner og dermed et meget stort antal rettighedshavere.

Udviklingen i TDC Brands' udnyttelse af rettigheder

Udviklingen viser overordnet, at TDC Brands' brug af Rettighedshavernes rettigheder er blevet mere intensiv, mere integreret i TDC Brands' tv-produkt og mere koncentreret om indhold, hvor Rettighedshaverne repræsenterer alle eller næsten alle rettigheder. Dette skyldes navnlig tre forhold:

For det første er brugen af de digitale tv-tjenester steget markant. Dette gælder både absolut og målt i forhold til TDC Brands' faldende kundetal. Samtidig er brugen i stigende grad forskudt mod indhold fra DR, TV 2 og nabolandskanalerne, hvor Rettighedshaverne repræsenterer alle eller næsten alle rettigheder.

For det andet er de digitale tv-tjenester gået fra at være et begrænset tillæg til det traditionelle tv-abonnement til at udgøre en integreret del af TDC Brands' samlede tv-univers. TDC Brands' kunder har i dag adgang til et samlet udbud af lineære tv-kanaler, Start Forfra, Catch Up, N-PVR og andet on demand-indhold i samme brugerflade.

For det tredje er rettighedstygden i det indhold, TDC Brands udnytter, øget. Det gælder både ved videreudsendelse af Copydan tv-kanaler og ved de digitale tv-tjenester.

For de digitale tv-tjenester kommer udviklingen bl.a. til udtryk ved, at tjenesterne indebærer flere og mere vidtgående brugshandlinger end videreudsendelse. Rettighedsgrundlaget for digitale tv-tjenester er ikke identisk med rettighedsgrundlaget for videreudsendelse. De digitale tv-tjenester omfatter i flere tilfælde rettigheder, der ikke er klareret for videreudsendelse, herunder i relation til udenlandske produktioner, Start Forfra, Catch Up og N-PVR. Rettighedstygden er også øget ved, at flere rettighedshavergrupper er omfattet af klareringen, og ved at musikindholdet på de centrale danske tv-kanaler er steget væsentligt, siden de relevante tariffer blev fastlagt.

Dette afsnit bygger på tal, som TDC Brands har rapporteret til Copydan om tv-kundernes brug af digitale tv-tjenester i perioden 2018-2025.

Tv-kundernes brug af de digitale tv-tjenester opgøres i aktiveringer. En aktivering er udtryk for, at en tv-kunde har tilgået et tv-program gennem en digital tv-tjeneste.

Copydan har udarbejdet et notat om udviklingen i aktiveringer på TDC Brands' digitale tv-tjenester (notatet er **bilag 5** til denne kendelse). Notatet er udarbejdet på baggrund af de rapporterede tal fra TDC Brands for perioden 2018-2025 og viser udviklingen både samlet og fordelt på kategorier af tv-kanaler. Opgørelsen omfatter aktiveringer på indhold fra alle tv-kanaler over tid og gør det derfor muligt både at vurdere udviklingen i den samlede brug af de digitale tv-tjenester og den forskydning, der er sket mellem forskellige typer af indhold.

Aktiveringerne på de digitale tv-tjenester havde i de første år et begrænset omfang. I 2012 havde [redacted] af TDC Brands' kunder adgang til Start Forfra, Catch Up og det daværende DR Arkiv. Det svarede til [redacted] af kundebasen. Samme år var

der [redacted] aktiveringer på de digitale tv-tjenester. I 2014 havde [redacted] kunder adgang til digitale tv-tjenester, svarende til [redacted] af kundebasen. I 2014 var der [redacted] aktiveringer på de digitale tv-tjenester.

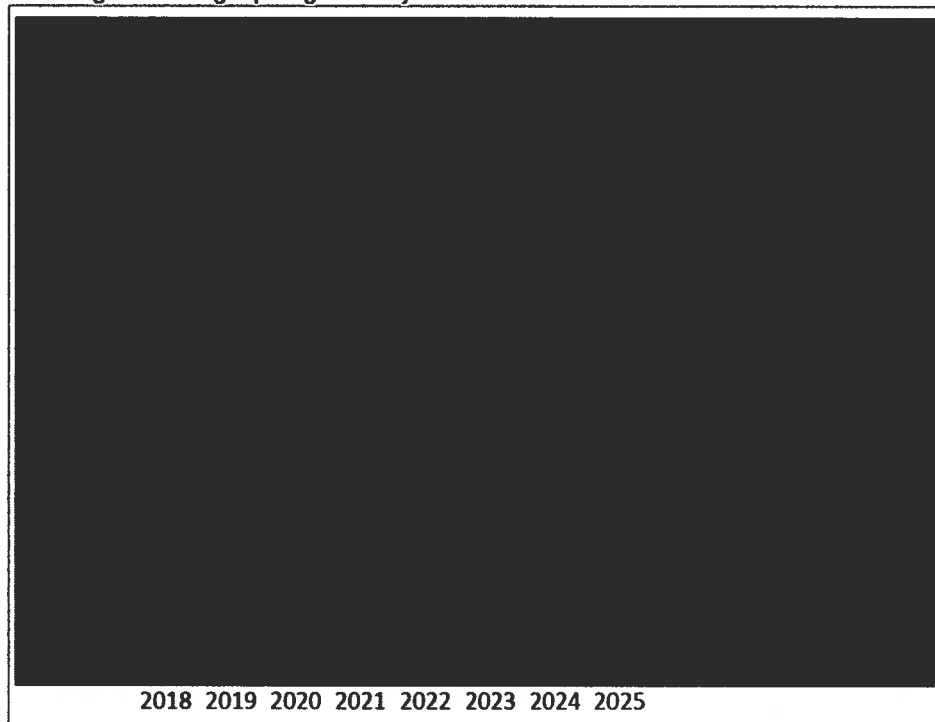
[redacted]

[redacted]

[redacted]

Fordelingen kan illustreres med følgende figur:

Udvikling i aktiveringer på digitale tv-tjenester 2018-2025



[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]



En del af forklaringen på denne udvikling er, at indhold fra nabolandskanalerne gennem en længere årrække er gjort mere tilgængeligt for danske tv-seere. Det gælder navnlig gennem danske undertekster på væsentlige dele af indholdet og gennem praktisk understøttelse af programmernes synlighed i TDC Brands' tv-produkter, herunder programdata, synopser, billedmateriale og titeloplysninger. Dette har gjort nabolandskanalerne mere anvendelige i de digitale tv-tjenester, navnlig for drama-serier, tv-film, dokumentarprogrammer og andet indhold, som kan tilgås tidsforskudt eller on demand.

Tv-pakkemarkedet har i en årrække været præget af faldende kundetal. Omkring 2013 havde mere end 9 ud af 10 danske husstande et betalings-tv-abonnement. I 2025 var udbredelsen af betalings-tv blandt danske husstande faldet til lidt over halvdelen. Faldet i tv-pakkemarkedet skyldes bl.a., at yngre kundegrupper i stigende grad har fravalgt traditionelle tv-pakker eller slet ikke er blevet kunder i tv-pakkemarkedet. Disse målgrupper orienterer sig i højere grad mod streamingtjenester, hvor udbuddet typisk er præget af amerikansk underholdning og andet overvejende udenlandsk indhold.

De tilbageværende tv-pakkekunder udgøres derfor i stigende grad af midaldrende og ældre kunder. Denne ændring i kundebasen har betydning for tv-kundernes præferencer. De tilbageværende tv-pakkekunder efterspørger i højere grad indhold fra DR, TV 2 og nabolandskanalerne. Det er med til at forklare, at brugen af de digitale tv-tjenester i stigende grad er forskudt mod netop disse tv-kanaler. Det gælder navnlig nabolandskanalerne. Nabolandskanalerne har gennem en lang årrække været en fast del af danske tv-pakker og har særlig betydning for de kundegrupper, der fortsat efterspørger traditionelle tv-pakker. Den sproglige, kulturelle og geografiske nærhed mellem Danmark og de øvrige nordiske lande samt Tyskland bidrager derfor til at forklare, hvorfor tv-kundernes brug af nabolandskanalerne fortsat er væsentlig og i de digitale tv-tjenester er stigende.



De digitale tv-tjenester forstærker udviklingen hen imod nedgradering til Mini- og Grundpakken. En kunde med en mindre tv-pakke har ikke alene adgang til de traditionelle lineære tv-kanaler i pakken, men også til et løbende udbud af tidsforskudt og on demand-baseret indhold fra de samme kanaler. Det gør det muligt for kunden at få et relativt omfattende faktisk tv-udbud, selv om kunden har valgt en mindre tv-pakke. Udviklingen i kundebasen og tv-pakkerne bidrager dermed til at forklare

den forskydning i tv-kundernes brug hen imod DR, TV 2 og nabolandskanalerne, der fremgår af aktiveringstallene.

TDC Brands begyndte udbuddet af digitale tv-tjenester med en forsøgsordning i 2008 og siden en egentlig lancering i 2009 af tjenesten Start Forfra samt et arkiv med et udvalg af DR-programmer. På dette tidspunkt havde de digitale tv-tjenester således karakter af en tillægsydelse. De var knyttet til bestemte produkter, bestemt udstyr og en begrænset del af kundebasen.

I juni 2015 meldte TDC Brands ud, at kunder med Bland Selv, Mellempakken eller Fuldpakken ville få adgang til YouSee Play, herunder Start Forfra og "tv-arkiv". Udvidelsen indebar, at [REDACTED] kunder fik adgang til TDC Brands' streamingunivers med [REDACTED] timers nyt indhold hver uge.

At der ikke blot var tale om en teknisk udvidelse, fremgår også af [REDACTED]

I august 2015 fik Grundpakke-kunder uden boks [REDACTED] adgang til web-tv.

I januar 2018 lancerede TDC Brands en ny tv-boks, der gav mulighed for optagelse i skyen, dvs. N-PVR, jf. en artikel af 5. januar 2018 fra flatpanels.dk.

I januar 2020 blev adgangen til DR's indhold udvidet til en fuld integration af DRTV YouSee-universet, jf. artikel fra recordere.dk af 13. december 2019.

TDC Brands' kunder møder i dag ikke alene et udbud af lineære tv-kanaler, men et samlet tv-univers, hvor lineære tv-kanaler, Start Forfra, Catch Up, N-PVR, DRTV og andet on demand-indhold indgår i samme brugerflade.

Indholdet, der er tilgængeligt som Start Forfra og Catch Up, kan bl.a. tilgås via tv-guiden. Indholdet samles fra forskellige kilder i underuniverser for bl.a. film, serier og børn. Kunden kan endvidere søge programmer frem på tværs af de kanaler og digitale tv-tjenester, som kunden har adgang til. Dermed får tv-kunden adgang til indholdet på en måde, der funktionelt ligger tættere på en on demand-tjeneste, end på traditionel lineær tv-sening.

Udviklingen er gået fra, at de digitale tv-tjenester var en tillægsydelse til det almindelige tv-abonnement, til at tjenesterne nu udgør en integreret del af TDC Brands' tv-produkter.

De digitale tv-tjenester har væsentligt udvidet det indhold, som TDC Brands' tv-kunder har adgang til. En tv-kunde uden digitale tv-tjenester har kun mulighed for at se de traditionelle lineære tv-kanaler, der indgår i kundens abonnement, på det tidspunkt hvor tv-programmerne udsendes. Kundens valgmuligheder afhænger i denne situation af antallet af tv-kanaler i pakken og af sendefladen på det tidspunkt, hvor kunden tænder for tv'et. Har kunden 20 tv-kanaler, har kunden på ethvert givet tidspunkt 20 tv-programmer at vælge imellem. Flere af programmerne vil dog allerede være startet, når tv'et tændes. Med digitale tv-tjenester er dette fundamentalt ændret. Gennem tjenester såsom Start Forfra, Catch Up, stacking og N-PVR får tv-kunden adgang til et langt større udbud af tv-programmer end det, der følger af en traditionel lineær tv-pakke. Kunden kan starte programmer forfra, se programmer tidsforskuet, tilgå programmer efter udsendelsen og i visse tilfælde gemme programmer til senere brug.

De digitale tv-tjenester har særlig stor relativ værdi for kunder med mindre tv-pakker. En kunde med Grundpakken har som udgangspunkt kun adgang til et begrænset antal lineære tv-kanaler. Når denne kunde samtidig får adgang til de digitale tv-tjenester, herunder Start Forfra, Catch Up, N-PVR, forøges kundens indholdsudbud derfor væsentligt. For en kunde med Fuldpakken har tjenesterne også værdi, men den relative værdiforøgelse er mindre, fordi kunden allerede har adgang til mere end 60 lineære tv-kanaler.

Det er i den forbindelse væsentligt, at Rettighedshavernes tilladelse gør det muligt for TDC Brands at "suge" tv-programmer fra tv-kanalerne ind i sit samlede underholdningsunivers og stille dem til rådighed for tv-kunderne i andre brugerflader og sammenhænge end på den lineære tv-kanal. Indholdet kan dermed præsenteres i temaer og kategorier som f.eks. "de største programmer", dokumentarfilm, haveprogrammer, reality, serier, populære spillefilm og børneunderholdning.

Udbuddet har samtidig en høj løbende udskiftning, fordi nye programmer hele tiden tilføres i takt med tv-kanalernes udsendelser. I 2015 blev der ugentligt stillet 10.000 timers nyt indhold til rådighed i de digitale tv-tjenester.

Spillefilm udgør et væsentligt element i TDC Brands' underholdningsunivers. De tilgængelige spillefilm (og tv-film) kommer i vidt omfang fra DR, TV 2 Danmark og nabolandskanalerne. I 2025 havde TDC Brands et stort antal spillefilm tilgængelige on demand, som var kommet ind i underholdningsuniverset gennem tilladelsen til Catch Up på DR, TV 2 Danmark og nabolandskanalerne. Udviklingen skal ses i sammenhæng med, at markedet for fysisk filmudnyttelse er ændret markant. For 20 år siden blev spillefilm i vidt omfang solgt på DVD, hvilket genererede en betydelig omsætning. I 2006 blev der i Danmark omsat for 940 mio. kr. i solgte DVD'er, jf. artikel i Børsen af 25. oktober 2007. Sidenhen er salget af DVD'er stort set forsvundet.

Den portabilitet, der følger med web-tv, har yderligere udvidet tv-kundernes brug af TDC Brands' tv-produkter. Hvor et tv-abonnement tidligere var knyttet til husstandens faste tv-apparat, indebærer portabilitet, at tv-kunden kan tilgå tv-pakken via

internetforbindelse på bl.a. mobiltelefon, tablet og computer. Tv-pakken kan dermed bruges uden for hjemmet og i andre brugssituationer end den traditionelle sening i husstanden. Denne udvikling har væsentlig betydning.

Portabilitet indebærer for det første, at tv-pakken kan tages med i sommerhus, på rejse, i transport eller andre steder uden for hjemmet. Tv-kunden kan dermed bruge det indhold, der indgår i tv-pakken, i situationer, hvor kunden tidligere ville have haft behov for en særskilt adgang eller slet ikke ville have haft adgang. Dette indebærer, at portabilitet har erstattet brugssituationer, der tidligere kunne danne grundlag for særskilte tv-abonnementer og særskilt rettighedsklarering.

Før udbredelsen af web-tv var der f.eks. et selvstændigt marked for tv-abonnementer til fritidshuse og for tv-løsninger til mobiltelefoner. Rettighedshaverne havde også særskilte aftaler med TDC Brands om tv-pakker til mobiltelefoner, jf. aftale af [REDACTED]. Efter web-tv blev almindeligt i tv-pakker, blev disse aftaler ikke længere benyttet.

For det andet indebærer portabilitet, at national adgang til tv-pakken via internettet også udløser adgang til brug i andre EU-lande efter EU-portabilitetsforordningen. Portabilitet udvider derfor ikke alene brugen i Danmark, men også den geografiske brugssituation.

For det tredje skaber portabilitet risiko for, at tv-abonnementer bruges af uvedkommende. Når tv-pakken kan tilgås via app, webbrowser og andre internetbaserede brugerflader, bliver det praktisk let at dele adgangen med personer uden for husstanden, f.eks. fraflyttede børn og venner. Rettighedshaverne undersøger løbende omfanget af en sådan brug. 16,7 pct. af tv-pakkeabonnenter i 2025 blev delt med personer uden for husstanden, og 8,7 pct. af alle danskere i alderen 18-74 år i 2025 havde adgang til et tv-pakkeabonnement uden selv at betale for det.

Indholdet i Copydan tv-kanalerne er i dag mere rettighedstungt end tidligere. Det skyldes bl.a., at programfladen har ændret karakter. Da Copydan-tariffen oprindeligt blev fastsat, blev tv-programmer i videre omfang genudsendt kort tid efter premiereudsendelsen. Sådanne hurtige genudsendelser – såkaldte snaprepriseser – havde praktisk betydning, fordi tv-kunderne alene kunne se programmerne på det tidspunkt, hvor de blev udsendt.

De digitale tv-tjenester har ændret dette. Behovet for hurtige genudsendelser er reduceret, fordi kunderne i stedet kan tilgå programmerne tidsforskudt, navnlig gennem Catch Up. Konsekvensen er, at programfladen i højere grad kan anvendes til førstegangsudsendelser, mens den funktion, som genudsendelser tidligere udfyldte, i dag i vidt omfang varetages gennem de digitale tv-tjenester. Det giver plads til mere nyt indhold, hvilket øger værdien af den samlede indholdsflade.

Rettighedstyngden i Copydan tv-kanalerne er også øget som følge af, at flere rettighedshavergrupper er blevet omfattet af den tilladelse, som TDC Brands modtager til videreudsendelse.

Indtil lovændringen i 2021, jf. lov nr. 1121 af 4. juni 2021, var musikproducenters og film- og tv-producenters rettigheder til videreudsendelse ikke beskyttet på samme måde som i dag. Ophavsretslovens § 66, stk. 3, og § 67, stk. 3, indeholdt således dengang undtagelser for disse rettigheder i relation til videreudsendelse efter ophavsretslovens § 35.

Ved lovændringen i 2021 blev disse undtagelser ophævet. Musikproducenter samt film- og tv-producenter har derfor nu selvstændige rettigheder i relation til videreudsendelse efter ophavsretslovens § 35, stk. 1. Rettighederne omfatter også produktioner fremstillet før lovændringen og indgår dermed i den tilladelse til videreudsendelse, som TDC Brands modtager gennem Rettighedshaverne.

Lovbemærkningerne angiver, at ændringen havde til formål at sikre lyd- og billedproducenters rettigheder på det fulde retransmissionsområde efter § 35, men samtidig "at opretholde status quo for så vidt angår økonomi og vederlagsfordeling i retransmissionsordningen", jf. lovforslag nr. L 205 fremsat den 26. marts 2021, specielle bemærkningerne til § 1, nr. 16. Dette ændrer imidlertid ikke ved, at rettighederne efter lovændringen er omfattet af beskyttelsen og indgår i den samlede tilladelse til TDC Brands. Rettighederne kan derfor ikke behandles som uden rettighedsmæssig betydning ved vurderingen af TDC Brands' udnyttelse. Udviklingen viser dermed, at den kreds af rettigheder og rettighedshavergrupper, der indgår i TDC Brands' tilladelse til videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, er blevet bredere over tid. Parterne har ikke reguleret tariffen for denne udvidelse.

Et særskilt og målbart udtryk for, at rettighedstygden er øget, er udviklingen i musikindholdet på de centrale danske tv-kanaler. Tarifgrundlaget for Copydan tv-kanaler blev fastlagt i Ophavsretslicensnævnets kendelser i sag nr. 16, nr. 19, nr. 66 og nr. 70. Efterfølgende har parterne videreført tariffen med indeksregulering. Parterne har derimod ikke reguleret tariffen særskilt for udviklingen i musikindholdet.

Musikindholdet opgøres som en musikprocent, dvs. den relative andel af sendefladen, hvori der indgår beskyttet musik. Ophavsretslicensnævnet har i sin praksis lagt vægt på musikandelen ved vurderingen af værdien af de komponist-, sangskriver- og musikforlagsrettigheder, som Koda repræsenterer, jf. bl.a. sag nr. 82, nr. 100, nr. 106 og nr. 121. I sag nr. 121 tiltrådte Ophavsretslicensnævnet en vederlagsmodel, hvor musikprocenten indgik som et centralt element. Metoden for opgørelsen af musikprocenten fremgår bl.a. af underbilag D til bilag 116 (2) i Ophavsretslicensnævnets kendelse af 30. september 2020 i sag nr. 121.

Koda har udarbejdet et skema og en graf over udviklingen i musikprocenten på DR1, DR2 og TV 2 Danmark fra 1991-2024. TV 2 Danmark er medtaget, fordi TV 2-indhold har væsentlig betydning i de digitale tv-tjenester, og da TV 2 Danmark indtil 2012 var en Copydan tv-kanal.

Det fremgår af opgørelsen, at den gennemsnitlige musikprocent for DR1 var 21 pct. i perioden 1991-1997 og 50 pct. i perioden 2020-2024. For DR2 var musikprocenten

21 pct. i 1996-1997 og 37 pct. i perioden 2020-2024. For TV 2 Danmark var musikprocenten 29 pct. i perioden 1992-1997 og 42 pct. i perioden 2020-2024.

Musikindholdet er dermed steget med 138 pct. for DR1, 76 pct. for DR2 og 45 pct. for TV 2 Danmark siden de perioder, hvor vederlaget for Copydan tv-kanaler, som også omfatter musikrettigheder, blev fastlagt.

På tv-distributionsområdet har parterne anvendt faste vederlag, der løbende er videreført eller justeret ved aftale eller kendelse. Det ændrer ikke ved, at udviklingen i musikindholdet er relevant for vurderingen af rettighedstyngden i det indhold, TDC Brands udnytter.

Parternes hidtidige aftaler, samarbejde og forhandlinger

I dette afsnit gennemgås parternes aftalehistorik i det omfang, den har betydning for vurderingen af Rettighedshavernes påstande. Gennemgangen har ikke til formål at gengive hele parternes mangeårige og omfattende aftalekompleks, men at forklare, hvordan de centrale vederlags- og vilkårselementer i påstandene er opstået, og hvordan de har været reguleret i aftalegrundlaget, der var gældende, da TDC Brands opsigde aftalerne.

Rettighedshavernes påstande tager udgangspunkt i det aftalegrundlag, som parterne senest havde forhandlet og aftalt i [REDACTED]. Aftalegrundlaget var gældende til og med den 31. marts 2024.

Afsnittet er opbygget således, at der først redegøres for de overordnede hovedlinjer i parternes aftalehistorik. Derefter gennemgås aftalegrundlaget efter [REDACTED]-sommeraftalen efter samme hovedstruktur som Rettighedshavernes påstande.

Bilag 6 til denne kendelse er en oversigt over parternes aftaler på Hovedområdet fra de sidste 30 år i kronologisk rækkefølge og med summariske bemærkninger om indholdet af hver enkelt aftale.

Parterne har gennem mere end 25 år samarbejdet tæt om klarering af rettigheder til TDC Brands' skiftende tv-pakkeprodukter.

Tv-pakkeprodukter har i årtier været – og er fortsat – danskernes største enkeltkilde til at se tv. Eftersom TDC Brands er den største tv-distributør på det danske marked, har TDC Brands' tv-produkter også sat dagsordenen på tv-distributionsmarkedet de sidste årtier. Dette er eksempelvis også pointeret af TDC Brands' indholdsdirektør [REDACTED] under hans præsentation for Folketingets Kulturudvalg den 24. september 2014.

Det har gjort det til en nødvendighed for Rettighedshaverne at opnå afbalancerede aftalebaserede løsninger, som kan anvendes bredt af danske tv-distributører.

I 1990'erne bestod TDC Brands' brug alene i samtidig og uændret videreudsendelse af tv-kanaler (traditionel retransmission af tv-signalerne), hvor vederlag og tariffer var fastsat af Ophavsretslicensnævnet. Da tv-pakkeprodukterne begyndte at blive digitaliserede fra slutningen af 1990'erne, blev der gradvist behov for ny særskilt aftaleregulering, fordi digitaliseringen indebar nye særskilte brugsformer.

Digitaliseringen af tv-pakkeprodukterne startede med TDC Brands' første tv-boks, Selector, hvor parterne indgik aftaler om retransmission af tv-kanaler i tillægspakker, jf. "████-aftalen" om dekoder fra april █████. Siden er der indgået et stort antal aftaler, der har understøttet TDC Brands' skiftende tv-produkter.

I de forløb, der har ledt til de nye aftaler fra █████, har det normale forløb været, at selve aftalekonciperingen først blev påbegyndt efter en ofte meget langvarig forudgående dialog mellem parterne, hvorigennem der var opnået enighed om tariffer og hovedvilkår. I mange tilfælde er tekstafsnit i aftalerne baseret på forudgående arbejdsplaner, der har været udvekslet mellem parterne. Der blev brugt betydelige ressourcer fra alle parter på udformningen af aftaleteksterne, og typisk blev udkastene sendt mange gange frem og tilbage med omfattende ændringer og tilretninger.

Til illustration af, hvordan forhandlingerne fandt sted i perioden fra █████ til █████, hvor vederlagsmodellerne for de digitale tv-tjenester blev etableret, henvises til en transskription af indholdsdirektør █████ indlæg for Folketingets Kulturudvalg, der blev afholdt i landstinget på Christiansborg den 24. september 2014.

Under oplægget beskrev █████ samarbejdet mellem TDC Brands og Rettigheds-haverne:

"The feeling within the Copydan system is that we have shared common interests that is also in the interest of the rights holders that we reinvent our businesses all the time, that we innovate, that we grow, because that also allows for more revenue to the rights holders".

Derefter beskrev han overordnet parternes forhandlinger:

"And then, as I told you during the 13 years that I've been working with this, issues tend to be solved. And very often, when people speak about the copyright system in Denmark, they tend to confuse law with money. It's never been the legal issues that's been separating us, basically, because the rights tend to be possible to clear. What we normally argue about is money. And, for me, representing a big company that usually, you know, is a strong part in negotiations. It's, of course, tough to meet even stronger parties because Koda and Copydan are monopolies. I have nowhere else to go. They are the only ones that can sell me what I want. And, therefore, it's not about the law. It's very much about Koda

and Copydan and the way that they administer the power given to them. And, basically, they do that in a balanced way and in a fair way, and I'm sure that I would love to pay less. And if I could, I would. But, I also understand that my business is their business, and I need to pay for whatever I use”.

Etableringen og udvidelsen af rettigheder til digitale tv-tjenester forudsatte, at Rettighedshaverne indhentede mandater fra bagvedliggende rettighedshavere og for-drede omfattende dialog med de enkelte public service-tv-stationer, der indgik i UBOD-samarbejdet. Det sæt af digitale rettigheder, der indgår i digitale tv-tjene-ster, er mere vidtgående, end hvad der er kendt i noget andet land.

Det økonomiske indhold i aftalerne har været præget af, at der er taget betydelige indrettelseshensyn. Uanset at der er sket betydelige rettighedsudvidelser, er der al-drig sket væsentlige stigninger i vederlagene fra år til år, og ved større rettigheds-udvidelser er stigninger i vederlagene gradvist indfaset.

Aftalegrundlaget indeholder et stort antal kompromisser. Det er Rettighedshaver-nes opfattelse, at mange af de indgåede kompromisser er i TDC Brands' favør. Som eksempler kan nævnes, at der i flere omgange er kommet flere on demand rettighe-der ind i aftalen uden yderligere betaling (f.eks. længere Catch Up-perioder og stack-ing), ingen særskilt betaling for portabilitet og nabolandskanalsrabatten.

Den brede palette af funktionalitet og indhold, der i dag indgår i TDC Brands' udbud, er gradvist udbygget efter TDC Brands' egne ønsker og interesser i at kunne udbyde bedre og mere omfattende tv-pakker og tjenester. Langt de fleste af parternes aftaler er således initieret af TDC Brands, hvilket også er bekræftet ved udtalelserne fra [REDACTED]. Derved er de tilsvarende løbende udbygninger og ændringer af aftale-grundlaget sket på foranledning af TDC Brands.

TDC Brands' proaktive tilgang til forhandlingerne har også medført, at en del af de centrale reguleringsmekanismer i vederlagsmodellen er blevet udtænkt og efter-spurgt af TDC Brands.

Et eksempel herpå er det forhold, at vederlaget for de digitale tv-tjenester betales som en reduceret tarif, der udregnes for samtlige kunder (uanset om de har adgang til digitale tv-tjenester).

Et andet eksempel er, at der ikke skulle være en særskilt tarif for portabilitet, men at vederlaget for portabilitet skulle inkluderes i betalingen for digitale tv-tjenester. Et tredje eksempel er udbredelsesrabatten, der kom til, fordi TDC Brands mente, at det ellers kunne blive en for dyr aftale på den længere bane.

TDC Brands' forslag og ideer er herefter blevet aftalt mellem parterne som led i for-skellige kompromisser.

I [REDACTED] indgik parterne den seneste gældende aftale, der regulerede parternes samlede aftalegrundlag på Hovedområdet. Parternes aftalegrundlag efter [REDACTED]-sommeraftalen var uændret gældende, indtil TDC Brands opsagde aftalerne til udløb den 31. marts 2024. Aftalegrundlaget var således gældende til og med de første tre måneder af 2024.

I det følgende redegøres for parternes seneste aftalegrundlag, der var gældende efter [REDACTED]-sommeraftalen fra 1. januar [REDACTED] til 31. marts 2024. Fokus for redegørelsen er de seneste aftaler for [REDACTED] og [REDACTED] som parterne blev enige om i det samlede forhandlingsforløb, der ledte op til [REDACTED]-sommeraftalen.

[REDACTED]-sommeraftalen er resultatet af omfattende og langvarige forhandlinger mellem parterne, der genforhandlede alle elementer i parternes omfattende aftalekompleks på Hovedområdet.

Forhandlingerne strakte sig over en periode på ca. 2 år, fordi TDC Brands ønskede at drøfte alle væsentlige elementer i aftalekomplekset, og fordi TDC Brands ønskede betydelige rettighedsudvidelser på nabolandskanaler i form af en meget lang Catch Up-periode samt stacking på tv-serier. TDC Brands' ønske om rettighedsudvidelser indebar en omfattende dialog med de enkelte UBOD-deltagere (navnlig public service-tv-stationer i de nordiske lande og Tyskland) om de nye rettigheder. At aftaleforhandlingen angik det samlede aftaleforhold, fremgår af indledningsafsnittet til aftalen. I indledningen til aftalen er det anført:

"Parterne har lagt betydelig vægt på at få ryddet op i de uklarheder, der har været indeholdt i det eksisterende aftalegrundlag, og formålet med denne aftale ("Aftale") er udover en række ændringer at gøre op med disse uklarheder."

Endvidere bemærkes afslutningsvist i afsnittet "Parternes aftalegrundlag":

"Parterne har med denne Aftale gjort op med de uklarheder, der parterne bekendt er i det gældende aftalegrundlag. Uanset dette er det fortsat parternes intention at foretage en sammenskrivning af aftalegrundlaget på hovedområdet til en samlet aftale uden at dette skal give anledning til materiale ændringer i parternes retsstilling. Parterne har med Aftalen prioriteret at få bekræftet den kommercielle enighed mellem parterne".

Undervejs i forhandlingerne blev der indgået tillægsaftaler om DR-omlægningen i 2020 og YouTV (OTT-produkt, der var en forløber for YouSee Play).

[REDACTED]-hovedaftalen blev forhandlet uafhængigt af Koda-mellemgruppeområdet, som Ophavsretslicensnævnets særskilte sag nr. 129 omhandler. Aftalen på Koda-mellemgruppeområdet blev indgået i [REDACTED] [REDACTED] dvs. 5 måneder efter indgåelsen af [REDACTED]-sommeraftalen.

Sammenhængen mellem parternes seneste aftalegrundlag og Rettighedshavernes påstande kan overordnet sammenfattes således:

Emne	Aftalegrundlag	Påstand	Bemærkning
Degressiv Copydan-tarif	Videreførelse af den historiske Copydan-tarif, som parterne har anvendt og indeksreguleret i årtier.	Påstand 1.1, 3.1 og 4.1	Påstandene viderefører tariffens struktur og 2024-regulerede niveau.
Nabolandskanalrabat	Aftalt som led i [REDACTED]-sommeraftalen som en konkret aftalt rabat for distribution af mindst 8 nabolandskanaler.	Subsidier variant af påstand 1.1, 3.1 og 4.1.	Rabatten gøres betinget af den distribution, som begrundede rabatten.
Frit valg	Særskilte vederlag for Ekstrakanaler (a la carte), Bland Selv og faste tilvalgpakker er aftalt gennem flere tillægsaftaler – første gang i [REDACTED]. Der er ingen aftale om tilvalg til YouSee Play.	Påstand 1.2, 3.2 og 4.2.	Den mere subsidierede model viderefører hidtidige sondringer; den principale model forenkler dem. Der er kun nedlagt påstande for udbudsformer, der benyttes aktuelt.
Digitale tv-tjenester	Vederlagsmodel udviklet fra 2008 og frem og i nuværende form etableret i [REDACTED] justeret i [REDACTED] og videreført med enkelte præciseringer i [REDACTED]	Påstand 1.3, 3.3 og 4.1	Påstanden bygger på seneste model med regulering til 2024-priser og justering for OTT-only.
OTT-only/YouTV	YouTV-aftalen fra [REDACTED] og kompromisset i [REDACTED] om halv udbredelsesrabat.	Påstand 4.1	Påstanden afspejler den uenighed om OTT-only, som parterne allerede havde identificeret.

Den degressive tarif i Rettighedshavernes påstand 1.1, 3.1 og 4.1 svarer til den såkaldte Copydan-tarif, som parterne var enige om til og med [REDACTED]-sommeraftalen. I påstand 4.1 indgår vederlaget for digitale tv-tjenester dog samtidig i første taksttrin, der således er højere end det første taksttrin i Copydan-tariffen (8,0033 kr. i [REDACTED] priser).

Parterne har ikke foretaget en eksplicit regulering eller omtale af Copydan-tariffen i samtlige aftaler på Hovedområdet, og Copydan-tariffen blev heller ikke ændret i [REDACTED]-sommeraftalen. Copydan-tariffen er ikke eksplicit beskrevet i [REDACTED]-sommeraftalen, men i afsnittet "vederlag" i pkt. 5 henvises eksempelvis til Copydan-tariffen som "den degressive tarif".

Den degressive Copydan-tarif blev oprindeligt introduceret af Ophavsretslicensnævnet i sag nr. 16 i forhold til traditionel retransmission af tv-kanalerne, som Rettighedshaverne repræsenterer samtlige rettigheder i (Copydan tv-kanalerne). Efter takstskalaen blev introduceret i sag 16 er den blevet genbekræftet i senere afgørelser fra Ophavsretslicensnævnet (sag 19, 66 og 70), og den er blevet aftalt og anvendt

mellem parterne og af Rettighedshaverne i øvrigt siden 1986. Den er også aftalt med alle tv-distributører på det danske marked.

I praksis har parterne hvert år sammen afstemt hver enkelt bestanddel af tariffene med fire decimalers nøjagtighed (til en hundrededel af en øre), herunder Copydan-tariffen, hvorved der også løbende har været enighed om opgørelsen af indeksreguleringer mv. Med [REDACTED]-sommeraftalen blev der aftalt et generelt opsigelsesvarsel for hele aftalegrundlaget, der derved også blev gældende i forhold til Copydan-tariffen.

I parternes aftale fra [REDACTED] aftaltes i pkt. 3 "Copydan tariffen reguleres hvert år i overensstemmelse med udviklingen i nettoprisindekset for oktober måned i de to forudgående år". Med tillæggene til denne aftale fra [REDACTED] og [REDACTED] blev [REDACTED]-aftalen (der i tillæggene kaldes "Hovedaftalen") forlænget og ændret til en løbende aftale, jf. pkt. 9 i tillægget fra [REDACTED]

Derfor var aftalen om den løbende indeksregulering af Copydan-tariffen også en del af aftalegrundlaget, som blev reguleret med [REDACTED]-sommeraftalen. På et tidspunkt omkring 2010 blev indekseringen ændret fra oktober til juli måned, fordi tv-distributørerne ønskede at kende det kommende års priser tidligere. Denne ændring blev aftalt med alle tv-distributører.

Copydan-tariffen er blevet indeksreguleret i overensstemmelse med aftalegrundlaget siden aftalen fra [REDACTED] og tariffen udgjorde i henhold til aftalegrundlaget efter [REDACTED]-sommeraftalen følgende pr. tilslutning:

Taksttrin	Månedligt vederlag
For til og med 3 tv-kanaler	7,0230 kr.
For hver tv-kanal ud over 3 til og med et samlet antal på 6	1,5540 kr.
For hver tv-kanal ud over 6 til og med et samlet antal på 12	0,7757 kr.
For hver tv-kanal ud over 12	0,4771 kr.

Med fortsat indeksregulering til 2024-priser udgør Copydan-tariffen følgende, som svarer til beløbene i påstand 1.1, 3.1 og 4.1:

Taksttrin	Månedligt vederlag
For til og med 3 tv-kanaler	8,0033 kr.
For hver tv-kanal ud over 3 til og med et samlet antal på 6	1,7709 kr.
For hver tv-kanal ud over 6 til og med et samlet antal på 12	0,8840 kr.
For hver tv-kanal ud over 12	0,5437 kr.

Påstand 1.1, påstand 3.1 og påstand 4.1 indeholder som en subsidieret variant en reduktion af vederlaget med 1,7094 kr., hvis der videreudsendes mindst 8 nabolandskanaler.

Denne "nabolandskanalrabat" blev aftalt som noget nyt i [REDACTED]-sommeraftalen. Forud for [REDACTED]-sommeraftalen havde parterne i en længere årrække samarbejdet indgående for at udbrede nabolandskanalerne, og TDC Brands havde også forud for nabolandskanalrabatten fået forskellige konkrete fordele som led i dette samarbejde. Parternes aftaler om dette fremgår af listen i **bilag 6** til denne kendelse.

Baggrunden for nabolandskanalrabatten var, at TDC Brands havde lanceret YouTV (TDC Brands' OTT-produkt, der var en forløber til YouSee Play) uden nabolandskanaler. Samtidigt ønskede TDC Brands generelt besparelser og yderligere on demand rettigheder til indhold fra nabolandskanalerne. Rettighedshaverne havde omvendt et ønske om at få nabolandskanalerne med i YouTV, som der var store forventninger til.

Udvidelsen af on demand rettighederne var problematisk for Rettighedshaverne at acceptere, og fordrede en omfattende dialog med de enkelte nabolandskanaler (public service-tv-stationer) fra de enkelte nabolande, der indgik i UBOD-samarbejdet.

Rettighedshavernes position var, at TDC Brands i de forudgående år, bl.a. efter [REDACTED]-sommeraftalen, havde fået meget vidtgående on demand rettigheder med Catch Up-perioder, der gik langt længere, end hvad der gælder for kommercielle tv-kanaler. Derfor mente Rettighedshaverne ikke, at det var rimeligt at give yderligere rettigheder uden en opjustering af vederlaget for digitale tv-tjenester.

Disse on demand-rettigheder er beskrevet i pkt. 5 i [REDACTED]-sommeraftalen under "Catch up og stacking", hvoraf fremgår, at TDC Brands havde "ret til 48 timers catch up, 30 dages catch up for dansk tekstede tv-programmer og ret til stacking "in season" af dansk tekstede tv-programmer".

Som kompromis indvilligede TDC Brands i at medtage nabolandskanalerne i YouTV grundpakken, mod at TDC Brands fik udvidede rettigheder og rabat på nabolandskanaler for alle TDC Brands' tv-pakkekunder. Rabatten blev aftalt i afsnittet "Vederlag" i [REDACTED]-sommeraftalens pkt. 5, hvor det kan ses, hvordan rabatten gradvist skulle indføres i perioden fra [REDACTED]: "Rabatten er som udgangspunkt for [REDACTED] aftalt til 0,50 kr., for [REDACTED] 1,00 kr. og for [REDACTED] og frem [REDACTED]".

Årsagen til indfasningen var, at YouTV var et nystartet produkt, og derfor i starten havde få kunder (men rabatten blev givet på hele kundebasen). Den fuldt indfasede nabolandsrabat på [REDACTED] udgjorde i [REDACTED] 1,7094 kr. efter indeksreguleringen, svarende til beløbet, der er medtaget i påstandene.

Påstand 1.2 (c), påstand 3.2 (c) og påstand 4.2 (c) indeholder mere subsidiært en takst på 1,8306 kr. for hver Copydan tv-kanal, der tilvælges i YouSee Bland Selv

eller YouSee Play, og 8,3932 kr. for hver Copydan tv-kanal, der tilvælges som Ekstrakanal (a la carte).

Taksterne for Ekstrakanaler (a la carte) og tilvalg i YouSee Bland Selv er identiske med taksterne for samme tilvalg, som indgik i [REDACTED]-sommeraftalen. Parterne har ikke indgået en aftale om tilvalg i YouSee Play, men TDC Brands har rapporteret og betalt herfor efter tariffen for YouSee Bland Selv.

Påstand 1.2 (a)-(b), påstand 3.2 (a)-(b) og påstand 4.2 (a)-(b) indeholder principalt og subsidiært en fælles takst for Copydan tv-kanaler, der tilvælges i et af de tre nævnte tv-produkter til 6,4000 kr. pr. tv-kanal, subsidiært et lavere beløb, dog ikke under 4,800 kr. Disse simplificerede takster er nye i forhold til parternes aftalehistorik. Det er imidlertid ikke nyt, at TDC Brands skal betale et særskilt vederlag, når kunden selv kan vælge de enkelte tv-kanaler.

Aftalepraksis mellem Rettighedshaverne og TDC Brands har altid været, at der – i situationer hvor kunderne har valgmuligheder – skal betales et særskilt vederlag.

I januar [REDACTED] indgik parterne den såkaldte Selector-aftale, fordi TDC Brands ønskede at lancere et nyt tv-produkt, som muliggjorde, at hver enkelt kunde individuelt kunne tilvælge yderligere pakker med tv-kanaler som supplement til deres faste tv-pakker. Efter Selector-aftalen fik TDC Brands mulighed for at udbyde disse "Kundevalgte pakker" som "tilvalgspakker indeholdende minimum 4 tv-kanaler", hvor det særskilte vederlag herfor var "et månedligt vederlag på 4,69 kr. pr. tv-kanal pr. Selector-abonnent (eksklusiv eventuel moms)". Dette vederlag er indekseret frem til 2024-priser 6,4585 kr.

Herudover fik TDC Brands efter Selector-aftalen mulighed for at lave sine egne "Faste tilvalgspakker", hvor TDC Brands sammensatte tv-kanalerne i en given tilvalgspakke, som TDC Brands udbød til en flærhed af kunder, men hvor de enkelte kunder derimod ikke kunne foretage individuelle valg af tv-kanaler "Ved "Faste pakker" giver aftalen ikke mulighed for, at de enkelte Selector-kunder kan tilvælge eller fravælge enkelte af de i aftalen omfattede tv-kanaler". De faste pakker skulle ligeledes "indeholde minimum 4 tv-kanaler", men på grund af den mere begrænsede fleksibilitet (hvor kunderne ikke kunne vælge individuelt), var der aftalt et lavere særskilt vederlag for tilvalget i de faste pakker: "et månedligt vederlag pr. 2,81 kr. pr. tv-kanal pr. Selector-abonnent (eksklusiv eventuel moms)". Dette vederlag er indekseret frem til 2024-priser 3,8756 kr.

I [REDACTED] var markedet for "frit valg" tv-produkter modnet mere, og parterne indgik derfor tillægsaftalen fra [REDACTED]. I aftalen sondres mellem to grundlæggende forskellige koncepter for frit valg:

1. Det rene "a la carte" frit valg, hvor kunderne frit kan tilvælge en eller flere yderligere tv-kanaler til deres eksisterende tv-pakke mod betaling for hver enkelt tilvalgt tv-kanal, og

2. Bland Selv-produktet, hvor kunderne købte en tv-pakke med et bestemt antal tv-kanaler, hvor kunden så indenfor en række begrænsninger havde mulighed for at udskifte tv-kanaler. Begrænsningerne bestod bl.a. i, hvordan produktet kunne markedsføres. Det måtte heller ikke være muligt at tilkøbe enkelte tv-kanaler.

I [REDACTED]-tillægsaftalen aftalte parterne, at det særskilte vederlag til Rettighedshaverne for frit valg som ren "a la carte" for tv-pakkekunder (med minimum Grundpakken) skulle udgøre 6,8775 kr. ([REDACTED] pris) pr. tilvalgt Copydan-kanal pr. måned pr. tilslutning. Denne pris er identisk med prisen for a la carte i påstand 1.2 (c), 3.2 (c) og 4.2 (c).

I forhold til "Bland Selv" aftalte parterne i [REDACTED]-tillægsaftalen, at vederlaget til Rettighedshaverne for de fleksible Bland Selv pakker skulle udgøre [REDACTED] ([REDACTED] pris) pr. Copydan-kanal i den pågældende tv-pakke pr. måned pr. tilslutning. Årsagen til denne pris var, at Bland selv på daværende tidspunkt kun indeholdt en begrænset fleksibilitet for tv-pakkekunderne. I årene efter udviklede Bland Selv sig til et produkt med mere valgfrihed.

I september [REDACTED] (dvs. efter indgåelsen af [REDACTED]-sommeraftalen) lancerede TDC Brands YouSee Play. Som beskrevet ovenfor i pkt. 8.5 er YouSee Play er et fuldt fleksibelt produkt, hvor kunderne kan vælge mellem tv-kanaler oven på en lille grundpakke. YouSee Play er erstatningen for YouSee Bland Selv og YouTV. YouTV blev lukket kort efter lanceringen af YouSee Play. [REDACTED]

På administrativt niveau har der i hele perioden både for YouSee Bland Selv og for YouSee Play været betalt efter tariffen for Bland Selv. Der blev ikke indgået nogen aftale mellem parterne for valg af Copydan tv-kanaler i YouSee Play. Parterne har således ikke på aftaletekstniveau forholdt sig til tilvalg af Copydan tv-kanaler i YouSee Play eller til de ændringer, der skete i Bland Selv-produktet efter den oprindelige lancering. For Ekstrakanaler har der hele tiden været betalt efter tariffen i [REDACTED]-aftalen, dvs. 8,3932 kr. pr. Copydan tv-kanal pr. måned pr. tilslutning i 2024-priser.

[REDACTED]-sommeraftalen indeholder også en pris på 6,4585 kr. (i 2024-priser) for Copydan tv-kanaler, der indeholdes i faste tv-pakker, der er sammensat af TDC Brands, og som sælges som tilvalgspakker. Denne pris er lavere end for Ekstrakanaler, fordi kunden ikke har indflydelse på tillægspakkens sammensætning, og den omfatter heller ikke valg af enkelte kanaler.

Ekstrakanaler (a la carte) må ikke forveksles med "ekstrakanalen", der også er omtalt i parternes aftalegrundlag og fungerede som en ønskekanal, der var indeholdt i alle tv-pakker, og som skiftede hver måned. TDC Brands ophørte med at have "ekstrakanalen" i 2022.

Vederlaget for digitale tv-tjenester i påstandene bygger på den vederlagsmodel for digitale tv-tjenester, som følger af parternes aftalegrundlag efter [REDACTED]-sommeraftalen. Vederlagsmodellen blev aftalt i [REDACTED]-sommeraftalen, justeret i DR-omlægningsaftalen fra [REDACTED] og præciseret i [REDACTED]-sommeraftalen.

Vederlaget for digitale tv-tjenester i påstand 1.3 udgør 27,2898 kr. pr. tilslutning pr. måned for alle kunder. Vederlaget i påstand 1.3 svarer til vederlaget pr. tilslutning (abonnent) med maksimal udbredelsesrabat efter parternes aftalegrundlag, der var gældende efter [REDACTED]-sommeraftalen. Dvs. at TDC Brands efter påstand 1.3 får den maksimale udbredelsesrabat, svarende til en situation, hvor samtlige tilslutninger har digitale tv-tjenester. Samtidig er tillægsbetalingen for web-tv til Grundpakkekunder fratrullet. Taksten er således ikke ny, men anvendes på en ny måde. På tilsvarende vis indgår vederlaget for digitale tv-tjenester på 27,2898 kr. i det første taksttrin i påstand 4.1 samt det maksimale vederlag for digitale tv-tjenester efter påstand 3.3, jf. påstand 3.3 (ii).

I det følgende gennemgås de væsentligste udviklinger, som vederlagsmodellen for digitale tv-tjenester er undergået, fra de første digitale tv-tjenester blev introduceret efter [REDACTED]-aftalen.

Den overordnede udvikling kan sammenfattes således:

Periode/aftale	Hovedindhold	Betydning for vederlagsmodellen
[REDACTED]	Start Forfra i begrænset form og DR O/DR Arkiv.	Særskilte vederlag for begrænsede digitale funktioner.
[REDACTED]-aftalen	Udvidelse af digitale tv-tjenester til flere kunder, herunder web-tv og udvidelse af licensen til Start Forfra.	Web-tv blev efter TDC Brands' ønske integreret i modellen for digitale tv-tjenester.
[REDACTED]-sommer-aftalen	48 timers catch up, 7 dages catch up på TV 2 Danmark, udvidet DR TV/DR Arkiv, N-PVR og bredere udbredelse.	Ny samlet vederlagsmodel med kollektiv afregning, indfasning og udbredelsesrabat.
[REDACTED] DR-omlægning	DR nedlagde 3 flow-tv-kanaler og udvidede on demand-universet i DRTV.	En del af vederlaget flyttede fra retransmission til digitale tv-tjenester.
[REDACTED]-sommer-aftalen	Samlet genforhandling af Hovedområdet.	Seneste udgangspunkt for påstandene, herunder midlertidigt kompromis om udbredelsesrabat for OTT-only tv-pakker.

For at redegøre for, hvordan det samlede vederlag for de digitale tv-tjenester efter parternes aftale er fremkommet, er i det følgende en overordnet gennemgang af, hvordan vederlaget for de enkelte bestanddele af de digitale tv-tjenester er blevet fastsat ved konkrete forhandlinger og kompromisser mellem aktørerne i branchen og parterne – og endelig, hvorledes det samlede vederlag for de digitale tv-tjenester i al væsentlighed afspejler den vederlagsmodel, som TDC Brands selv var primus motor for at udvikle og siden omtalte som "balanced" og "fair", jf. [REDACTED] oplæg for Folketingets Kulturudvalg i september 2014.

Udviklingen af bl.a. digital videoafspilningsteknologi muliggjorde digital distribution og visning af audiovisuelt indhold i løbet af 2000'erne. Videreudsendelse er karakteriseret ved at ske samtidig og uændret. Start Forfra, der var den første digitale tv-tjeneste, kræver at alle tv-programmer på alle de omfattede tv-kanaler kopieres på en server, hvorfra de kan afvikles, når en kunde aktiverer Start Forfra. Tilsvarende gælder for andre former for tidsforskudt brug (som f.eks. Catch Up, stacking og N-PVR). Sådan tidsforskudt brug er ikke omfattet af ophavsretslovens § 35, stk. 1, der kun omfatter samtidig og uændret videreudsendelse af værker, der udsendes i radio eller fjernsyn. Introduktionen af de digitale tv-tjenester indebar således nogle helt nye former for ophavsretlig brug.

Dette var baggrunden for, at brugen i de digitale tv-tjenester krævede en ny aftale-regulering. I praksis skete dette i starten i Danmark i form af brancheaftaler mellem Rettighedshaverne og brugerne (og deres brancheorganisationer). I takt med, at TDC Brands ønskede yderligere individuelle udvidelser af de digitale tv-tjenester, indgik parterne en række særskilte aftaler, som kraftigt udvidede omfanget af de digitale tv-tjenester og justerede vederlaget herfor.

I det følgende gennemgås udviklingen overordnet med udgangspunkt i en række af aftalerne, som parterne indgik om de digitale tv-tjenester i perioden frem til [REDACTED] sommeraftalen.

Over de sidste 18 år er kataloget af de digitale tv-tjenester, som TDC Brands udbyder i Danmark, undergået en markant udvidelse. Som det fremgår af aftalerne om de digitale tv-tjenester, har vederlaget for de forskellige bestanddele – og de digitale tv-tjenester som helhed – været genstand for detaljeret forhandling mellem parterne, og de aftalte vederlag er udtryk for konkrete kompromisser.

De første digitale tv-tjenester kom med brancheaftalen om "udbredelse af digitale interaktive tjenester" fra december [REDACTED]. I denne oprindelige aftale blev den såkaldte "Start forfra funktion" introduceret. For kunder med en digital modtageboks aftalte parterne et vederlag for brug af denne funktion som "pr. måned pr. abonnent er aftalt til 10 kr. [REDACTED]-priser)" for "op til 9 danske tv-kanaler (og op til 5 nabolands tv-kanaler)". Af hensyn til den praktiske administration blev det samtidig aftalt, at vederlaget skulle omregnes og faktureres "som en integreret del af Copydan-tv-tariffens grundtakst (...) overfor alle abonnenter". Derudover omfattede aftalen adgang til at distribuere "DR 0", som var et on demand tilbud indeholdende egenproducerede tv-programmer fra DR.

Allerede året efter ønskede TDC Brands adgang til 8 nabolandskanaler i det digitale udbud, hvilket blev formaliseret ved parternes aftale fra december [REDACTED] hvor det særskilte vederlag for DR 0 samtidig blev aftalt til "1,59 kr. pr. måned pr. abonnent (i [REDACTED] priser og ekskl. evt. moms)" i aftalens pkt. 5.

Med indeksreguleringen af vederlaget for Start Forfra fra [REDACTED] udgjorde vederlaget for de digitale tv-tjenester i [REDACTED] 11,7561 kr. pr. abonnent pr. måned (10 kr. indeksreguleret med 1,66 % + 1,59 kr.). Vederlaget dækkede det oprindelige begrænsede on demand arkiv i DR 0 ("75 til 125 timers tv", jf. [REDACTED]-brancheaftalens pkt. 8 og den oprindelige Start Forfra-funktion (med adgang til op til 9 danske tv-kanaler og op til 5 nabolands tv-kanaler, og yderligere vederlag pr. tv-kanal derudover).

I den efterfølgende periode i [REDACTED] blev de digitale tv-tjenester yderligere udvidet i flere aftaler mellem parterne, som bl.a. indebar introduktion af web-tv, udvidelse af Start Forfra og udvidelse af DR 0 (op til "250 timers tv-programmer" og udvidelse med web-tv uden for hjemmet og multiroom (visning på sekundære skærme ([REDACTED]-aftalen).

I [REDACTED] ønskede TDC Brands at "udbrede de digitale tjenester (...) yderligere til TDC og YouSee abonnenter" og derudover at udvide de omfattede rettigheder yderligere ved "som noget nyt at lancere SidsteDøgn og GEM-TV", jf. pkt. 1 i [REDACTED]-sommeraftalen. SidsteDøgn og GEM-TV dækker over henholdsvis 48 timers Catch Up og N-PVR, som nærmere beskrevet nedenfor. Dette var baggrunden for, at parterne i [REDACTED] genforhandlede det samlede aftalekompleks om de digitale tv-tjenester og indgik [REDACTED]-sommeraftalen (der dog først formelt blev underskrevet primo [REDACTED]).

[REDACTED]-sommeraftalen er en omfattende aftale, der indeholdt en række markante ændringer i både hvilke rettigheder, der omfattes af digitale tv-tjenester, udbredelsen af digitale tv-tjenester og vederlagsmodellen. Vederlagsmodellen efter [REDACTED]-sommeraftalen er den grundlæggende vederlagsmodel for brug af digitale tv-tjenester, der med enkelte modifikationer siden er videreført mellem parterne, og som også indgår i aftalegrundlaget efter [REDACTED]-sommeraftalen.

Med [REDACTED]-sommeraftalen blev de digitale tv-tjenester udvidet med bl.a. "SidsteDøgn, som er en digital tjeneste, hvorefter tv-programmer kan tilgås on demand (Catch Up) i 48 timer efter tv-programmet er afsluttet", jf. aftalens pkt. IV, på tværs af alle tv-kanaler samt 7 dages Catch Up på TV 2 Danmark og N-PVR samtidig med, at de digitale tv-tjenester blev stillet til rådighed for yderligere kundegrupper.

Licensen til DR Arkiv (tidligere DR 0, jf. ovenfor) blev samtidig udvidet markant og skiftede betegnelse til DRTV. I stedet for det hidtidige maksimum på 250 timers indhold (fra [REDACTED] jf. ovenfor), blev licensen udvidet til at omfatte 30 dages on demand adgang på udsendte tv-programmer (90 dage for børneindhold) og op til 500 timers on demand only-indhold (dvs. indhold, der ikke aktuelt er udsendt på DR's tv-kanaler). Preview blev inkluderet (dvs. tv-programmer, der lægges on demand, inden tv-programmer er udsendt på DR's kanaler). Den hidtidige særskilte betaling for DR Arkiv ophørte og blev en del af det samlede vederlag for digitale tv-tjenester. Licensen inkluderer også spillefilm.

Vederlaget for "ekstrakanalen", jf. ovenfor, som ellers skulle afregnes som en tv-kanal efter den degressive Copydan-tarif, blev samtidig ændret, så TDC Brands' betaling for de digitale tv-tjenester efter den nye vederlagsmodel også omfattede betaling herfor, jf. [REDACTED]-sommeraftalens pkt. IX, side 6 nederst.

Introduktionen af N-PVR indebar herudover, at kunderne fik mulighed for individuelt at optage og gemme tv-programmer, inkl. spillefilm, i en længere periode end tv-programmerne var tilgængelige som Catch Up. [REDACTED]-sommeraftalens bilag 2 indeholder de detaljerede vilkår for N-PVR.

Med de omfattende udvidelser af funktionalitet blev på TDC Brands' foranledning samtidig introduceret en ny samlet vederlagsmodel for de digitale tv-tjenester.

I forbindelse med forhandlingerne havde TDC Brands udarbejdet et oplæg til aftalemodel af 10. juni [REDACTED]. Ifølge oplægget udgjorde det særskilte månedlige vederlag for den eksisterende Start Forfra-funktion (alene) i [REDACTED] (efter den aftalte indeksregulering) 11,80 kr. pr. kunde. TDC Brands havde foreslået, at det særskilte månedlige vederlag for den nye Sidste Døgn funktion skulle "sættes til halv pris af det individuelle vederlag for Start Forfra = 5,90 kr."

I TDC Brands' oplæg havde TDC Brands desuden på side 3 under overskriften "Copydan markedsvilkår & allerede aftalt" gengivet en opgørelse af, hvad de særskilte månedlige vederlag for "Start Forfra og Sidste Døgn" og "nPVR" ville være efter parternes hidtidige aftaler og Copydans markedsvilkår. Rettighedshavernes udgangspunkt – markedsvilkårene, som var anvendt over for andre distributører – var, at "Start Forfra og Sidste Døgn" skulle koste "23,60 kr.", svarende til det eksisterende vederlag for Start Forfra på 11,80 kr., jf. ovenfor, og et tilsvarende vederlag på 11,80 kr. for Sidste Døgn. Vederlaget for "nPVR" ville være "5,50 kr.", og dette ville samlet set resultere i et særskilt månedligt vederlag pr. kunde for adgang til Start Forfra, Sidste Døgn og N-PVR på "Pris pr. TDC TV Plus-kunde 29,10 kr. pr. md". Dette inkluderede i øvrigt ikke vederlaget for DR 0/DR Arkiv.

TDC Brands ønskede at forhandle en samlet aftale og lagde op til, at vederlaget for "Sidste Døgn" (Catch Up) skulle "sættes til halv pris" svarende til "5,90 kr.", således at betalingen for "Start Forfra og Sidste Døgn (Plus-kunder)" var "17,70 kr." pr. Plus-kunde, og samtidig at betalingen "for DR Arkiv udgår", så den samlede særskilte betaling for Start Forfra, Sidste Døgn og DR Arkiv for disse kunder i alt blev "14,42 kr.". Derudover foreslog TDC Brands, at vederlaget for "nPVR" (som efter andre aftaler som tillægstjeneste på toppen af alle andre tjenester kostede 5,50 kr., jf. ovenfor) skulle indfases fra [REDACTED] hvor det skulle være "ca. 5 kr."

Endelig var TDC Brands' forslag, at vederlaget for de digitale tv-tjenester skulle afregnes 100 pct. kollektivt, dvs. som en takst opgjort i forhold til samtlige af TDC Brands' tv-kunder – og opkrævet og afregnet i forhold til disse – uanset om kunderne havde adgang til digitale tv-tjenester eller ej. Rettighedshaverne imødekom TDC Brands på dette punkt, og følgende blev anført herom i aftalens pkt. IX, stk. 2:

"TDC ønsker derfor, at TDC's afregning af vederlag for de digitale tv-tjenester, som afgrænset ovenfor i afsnit II-VII, sker samlet og omlægges – i videst mulige omfang – til at blive afregnet kollektivt, dvs. som en del af grundtaksten for alle TDC's tv-pakke abonnenter (TDC-TV, YouSee, Fullrate, ComX, DLG etc.)"

Den kollektive afregningsmodel blev foreslået da [REDACTED] fra TDC Brands i starten af [REDACTED] præsenterede en opdateret vederlagsmodel, jf. e-mail af [REDACTED], der for TDC Brands' almindelige tv-kunder ville bestå af et tillæg "til YouSee's grundtarif", der blev indfasat med "3 kr. i [REDACTED] 4 kr. i [REDACTED] og 5 kr. i [REDACTED] og fremefter". Som forklaring på indfasningen bemærkede han i øvrigt:

"De store "rabatter" i [REDACTED] afspejler, at Start Forfra og Sidste Døgn tidligst forventes implementeret i løbet af [REDACTED] og at nPVR tidligst forventes at få en reel effekt i løbet af [REDACTED]

Afslutningsvist bemærkede han desuden:

"Hvis vi kan blive enige om ovenstående, er vi til gengæld villige til at aftale, at en eventuel "Grundpakke Mini" i lighed med den nuværende Grundpakke kommer til at indeholde otte nabolandskanaler, og at det samme bliver tilfældet med grundpakkerne hos vore øvrige concernselskaber, herunder Fullrate. Dette burde have en væsentlig strategisk værdi for jer."

Den endelige [REDACTED]-sommeraftale svarer i væsentligt omfang til TDC Brands' forslag. Af [REDACTED]-sommeraftalens pkt. IX om vederlag fremgår, at vederlaget ville bestå af den "hidtidige digitale grundtakst (StartForfra) på 2,9499 kr. om måneden pr. tv-pakke abonnent ([REDACTED]-priser)" samt i pkt. A derefter af et yderligere kollektivt vederlag, som "afregnes med følgende beløb pr. YouSee kabel-tv (coax) abonnent (clearkunde) pr. måned i aftalens uopsigelighed ([REDACTED]-priser): [REDACTED] 3,00 kr. [REDACTED] 4,00 kr. [REDACTED] 5,00 kr. [REDACTED] 5,00 kr. [REDACTED] 5,00 kr." Efter indfasningen i [REDACTED] ville det kollektive vederlag for de digitale tv-tjenester således som minimum udgøre 7,9499 kr. (i [REDACTED]-priser) pr. måned pr. tilslutning.

Vederlaget var baseret på, at kun [REDACTED] af coax-kunderne havde adgang til de digitale tv-tjenester. Parterne aftalte, at forøgelse af kundeandelen med adgang til de digitale tv-tjenester "med et procentpoint (fx fra 17,0 % til 18,0) modsvares af, at beløbene ovenfor tillægges 0,25 kr. (fx vil 18,0 % i [REDACTED] skulle afregnes med 4,25 kr. i [REDACTED]-priser)". Jo højere andelen af kunderne, der havde adgang til de digitale tv-tjenester, blev, desto mere ville vederlaget opgjort pr. kunde således være.

Hvis det aftalte minimumsbeløb pr. tilslutning på 7,9499 kr. (i [REDACTED]-priser) for samtlige kunder omregnes til et individuelt vederlag for den andel af kunderne, der havde

adgang til de digitale tv-tjenester på aftaletidspunktet ([redacted] af kunderne), ville det svare til, at vederlaget for de digitale tv-tjenester udgjorde 46,7641 kr. pr. måned pr. kunde med digitale tv-tjenester i [redacted]-priser (7,9499 kr. / [redacted]).

Parterne aftalte samtidig, at der skulle gælde en udbredelsesrabat, hvis over 40 pct. af kunderne fik adgang til de digitale tv-tjenester. Modellen for udbredelsesrabatten blev angivet til "25 % rabat for intervallet 40 % til 60 %, 50 % rabat for intervallet 60 % til 80 % og 75 % rabat for intervallet 80 % til 100 %". Det gennemsnitlige vederlag for digitale tv-tjenester pr. kunde med digitale tv-tjenester faldt således i takt med udbredelsen.

Bilag 7 til denne kendelse er en oversigt over udviklingen i det gennemsnitlige vederlag for digitale tv-tjenester pr. kunde med digitale tv-tjenester efter [redacted]-sommeraftalen. [redacted]

Talen for Folketingets Kulturudvalg, jf. ovenfor – hvor TDC Brands indholdsdirektør gav udtryk for, at Rettighedshaverne forvaltede rettighederne "in a fair and balanced way" – blev holdt i september [redacted] dvs. kort tid efter parterne var blevet enige om [redacted]-sommeraftalen. På den måde understøtter talen også, at TDC Brands anså vederlagsmodellen for de digitale tv-tjenester, som TDC Brands selv havde spillet en væsentlig rolle i at udforme i [redacted] som afbalanceret og rimelig.

I perioden mellem [redacted]-sommeraftalen og [redacted]-sommeraftalen blev de digitale tv-tjenester yderligere udvidet ad flere omgange uden, at vederlaget blev reguleret. I [redacted]-aftalen blev licensen for N-PVR udvidet, så den også omfattede PVR (hvilket som det mindre i det mere ikke havde vederlagsmæssige konsekvenser). Senere i [redacted] ønskede TDC Brands at få stacking af tv-serier fra nabolandskanalerne. Efter at have indhentet mandater fra en række af tv-stationer, der deltog i UBOD-samarbejdet, imødekom Rettighedshaverne også dette ønske uden krav på yderligere vederlag, hvorved TDC Brands fik lov til at "stacke serier fra SVT1, SVT2, ARD og ZDF, hvilket indebærer, at alle episoder af en given serie fra disse kanaler må ligge i arkiv/serieuniverset 30 dage efter, at det sidste afsnit er blevet sendt", jf. e-mail af 23. september [redacted] fra Jacob Graff Hedebrink til [redacted]. Denne udvidelse indebar således en forøgelse af Rettighedshavernes serie-indhold, der var tilgængeligt on demand.

I 2019 besluttede DR at reducere antallet af flow-tv-kanaler fra seks til tre og at styrke DRTV. Dette indebar, at DR Ultra, DR 3 og DR K blev nedlagt som flow-tv-kanaler, og at indhold, der ellers ville have været udsendt på disse tv-kanaler, i vidt omfang i stedet blev til "on-demand-only"-programmer i DRTV.

Det ledte til, at parterne i [redacted] indgik en aftale om omlægning af DRTV. Konsekvensen af nedlægningen af de tre flow-tv-kanaler var, at TDC Brands ville få

færre af Rettighedshavernes tv-kanaler i tv-pakkerne, og at vederlaget efter Copydan-tariffen derfor ville blive reduceret tilsvarende (fordi der skulle betales vederlag for tre færre tv-kanaler). Omvendt indebar omlægningen, at indholdet i stedet ville være tilgængeligt på DRTV. Derved ville der ske en forøgelse af det indhold, der indgik i de digitale tv-tjenester. Som konsekvens heraf aftalte parterne, at vederlaget for de digitale tv-tjenester skulle forøges med "1,4244 kr. (i [REDACTED]-priser)", svarende til vederlag for tre tv-kanaler i [REDACTED] efter Copydan-tariffens yderste taksttrin (vederlaget for hver tv-kanal ud over 12, der i [REDACTED] udgjorde 0,4748 kr.). Resultatet var en besparelse for TDC Brands, fordi besparelsen på flow-tv-kanaler var for alle kunder, mens tillægsbetalingen for DRTV kun skete for kunder med adgang til digitale tv-tjenester.

Af oversigten over udviklingen i det gennemsnitlige vederlag for digitale tv-tjenester pr. kunde med digitale tv-tjenester efter [REDACTED]-sommeraftalen ses, at vederlaget for de digitale tv-tjenester med maksimal udbredelsesrabat herefter ville udgøre 23,7333 kr. (i [REDACTED]-priser), dvs. i scenariet, hvor samtlige kunder havde adgang til digitale tv-tjenester. Med den aftalte indeksregulering svarer det til, at vederlaget pr. måned pr. abonnent ville være 27,3182 kr. i 2024-priser.

Senere i [REDACTED] ønskede TDC Brands at lancere YouTV, der var et rent OTT-produkt med høj grad af valgfrihed. YouTV var forløberen for TDC Brands' nuværende YouSee Play og var opbygget efter samme principper med en lille grundpakke kombineret med et pointsystem, hvor der kan tilvælges tv-kanaler og streamingtjenester. TDC Brands ønskede i forhold til YouTV at fravige den generelle aftale om at distribuere 8 nabolandskanaler, hvilket Rettighedshaverne valgte at imødekomme særligt for YouTV "som led i parternes samlede aftale", jf. YouTV-aftalen.

TDC Brands ønskede desuden, at YouTV-kunder skulle behandles som almindelige kabel-tv-kunder med digitale tv-tjenester, således at de blev talt med i forhold til udbredelsesrabatten fra [REDACTED]-sommeraftalen, jf. ovenfor. Det kunne Rettighedshaverne ikke acceptere, fordi udbredelsesrabatten netop var et konkret økonomisk kompromis i forhold til den særlige ordning, TDC Brands havde fået indført for de almindelige kabel-tv-kunder, der ikke alle anvendte de digitale tv-tjenester (og som oprindeligt havde købt et produkt uden digitale tv-tjenester). På det punkt var YouTV et grundlæggende anderledes produkt: Et rent app-baseret tv-produkt, som for hver kunde pr. definition ville indeholde de digitale tv-tjenester. Parterne kunne ikke blive enige om spørgsmålet og aftalte derfor eksplicit ikke at tage stilling til "om der skal være en udbredelsesrabat for YouTV-kunder". I forhold til den praktiske betaling af vederlag aftalte parterne derfor samtidig, at TDC Brands skulle betale "beløbet for digitale tv-tjenester som opgjort ovenfor uden udbredelsesrabat, men at Copydan Verdens TV, UBOD og Koda ikke fordeler beløbet svarende til udbredelsesrabat, og placerer det på en konto til senere fordeling blandt Rettighedshaverne eller tilbagebetaling til Nuuday".

Vederlaget for de digitale tv-tjenester pr. YouTV-kunde (uden udbredelsesrabat) efter YouTV-aftalen udgjorde i [REDACTED] "41,9683 kr.", jf. afsnittet "Andre forhold" i aftalen.

Som led i [REDACTED]-sommeraftalen aftalte parterne et kompromis i forhold til spørgsmålet om udbredelsesrabat for YouTV-kunderne, hvorefter der "så længe denne Aftale er i kraft gælder halv udbredelsesrabat". Den konkrete konsekvens af den halve udbredelsesrabat pr. YouTV-kunde var, at vederlaget for de digitale tv-tjenester pr. YouTV-kunde efter [REDACTED]-sommeraftalen blev opgjort som kr. "23,3708 (i [REDACTED]-priser)", jf. afsnittet "YouTV" på aftalens side 2 + "digital grundtakst 1", der udgjorde 3,1329 kr. I [REDACTED]-sommeraftalen blev samtidig aftalt, at dette beløb blev indekseret samlet. Til dette vederlag skulle endelig "tillægges et beløb på kr. 4,6398 kr. for DR omlægningen", jf. side 2 øverst i YouTV-aftalen. Efter inklusionen af nabolandskanalerne i YouTV blev dette beløb reduceret til kr. 1,4313 (i [REDACTED]-priser), svarende til hvad de i øvrigt blev betalt for DR-omlægningen, jf. afsnittet herom ovenfor. Således var den samlede betaling for digitale tv-tjenester til YouTV-kunder på 27,9350 kr. i [REDACTED]-priser (23,3708 kr. + 3,1329 kr. + 1,4314 kr.).

Som led i [REDACTED]-sommeraftalen aftalte parterne endelig, at TDC Brands skulle betale et særskilt beløb på "1,3583 kr. i [REDACTED]-priser for alle YouSee kunder (men således ikke IPTV legacy og YouTV-kunder)" for de digitale tv-tjenester. Dette tillæg hang sammen med udbredelsen af digitale tv-tjenester, herunder web-tv. Parterne aftalte samtidig, at tillægget skulle udgå, hvis TDC Brands gav digitale tv-tjenester "til alle kunder (...), da der således vil være betalt for fuld udbredelse og dermed betalt for web-tv for alle kunder". Tillægget blev indeksreguleret sammen med de øvrige takster, og udgjorde således 1,5479 kr. i 2024-priser.

Tillægget medførte, at vederlaget for digitale tv-tjenester – der ellers fulgte en udfladende kurve i takt med at flere kunder fik adgang, på grund af udbredelsesrabatten – herefter ville indebære et ekstraordinært fald i vederlaget pr. kunde ved fuld udbredelse. Konsekvensen af tillæggets bortfald ved fuld udbredelse var, at vederlaget for digitale tv-tjenester ved fuld udbredelse effektivt svarede til vederlaget for digitale tv-tjenester ved [REDACTED] udbredelse, jf. beregningerne og illustrationen af vederlagets udvikling i forhold til udbredelsen i **bilag 8** til denne kendelse. Derved medførte tillægget et incitament til at give digitale tv-tjenester til alle kunder. Dels fordi vederlaget for fuld udbredelse svarede til vederlaget for en udbredelse på [REDACTED], dels fordi vederlaget for udbredelse i intervallet [REDACTED] ville resultere i et højere vederlag, hvis udbredelsen nåede op til [REDACTED]. I Rettighedshavernes påstande 1.3 og 3.3 (ii), er tillægget fratrullet.

Den løbende aftalte indeksering af taksterne er i øvrigt i praksis blevet foretaget som led i en detaljeret årlig afstemning mellem Copydan og TDC Brands, hvor hver takst afstemmes, så der er enighed om hver takst med fire decimaler (dvs. ned til 1/100 af en øre). Under de årlige afstemninger har parterne i al væsentlighed været enige om, hvordan taksterne skulle indekseres, men afstemningen har været nødvendig, fordi parterne i visse tilfælde har anvendt forskellige regnemetoder, hvilket på grund af afrundinger gav anledning til marginale forskelle i de regulerede takster.

I forbindelse med parternes årlige afstemning i 2023 accepterede Rettighedshaverne eksempelvis at anvende TDC Brands' regnemetode i forhold til indekseringen af vederlaget for de digitale tv-tjenester, jf. e-mail af 13. september 2023 fra konsulent Martin Gormsen, hvorefter følgende fremgår:

"Med hensyn til spørgsmålet om indekseringer og øvrige reguleringer er der gjort et stort arbejde i Copydan (Helle og Lau) og hos Nuuday () gennem de sidste par år, der har resulteret i at de udestående spørgsmål om reguleringer faktisk er blevet løst. Der er som bekendt også afregnet mellem parterne efter de foretagne reguleringer år efter år.

Det tilbageværende reguleringsspørgsmål vedrører den historisk mindre uenighed om metoden for beregning af indeksregulering af vederlaget for digitale tv-tjenester. Situationen er den, at Nuuday mener, at der skal regnes med en indekseret 25 øre, medens Copydan Verdens TV historisk har betragtet de sidste 75 øre i 5-kronen som ét samlet beløb. Det giver ikke nogen substantiel forskel, men regnemetoden har en betydning for afrundingerne, så derfor fås årligt en tilfældig difference på et par tusinddele øre. Som nævnt på vores møde vil vi gerne for at afslutte den diskussion acceptere at benytte Nuudays regnemetode. Dette er så nu meddelt og bekræftet."

Klagernes oplysninger om TDC Brands' og TDC NETs økonomi

Afsnittet er disponeret således, at der først foretages en uddybning af det, der er anført i tidligere om forholdet mellem TDC Brands' salgspriser på faste tv-pakker og Rettighedshavernes vederlag på Hovedområdet.

Herefter behandles de Indklagedes mere generelle økonomi på grundlag af de oplysninger, Rettighedshaverne har kunnet tilvejebringe, herunder navnlig fra de Indklagedes årsrapporter. Baggrunden for denne behandling er, at

Mini-, Grund-, Mellem- og Fuldpakken koster i dag henholdsvis 249 kr., 409 kr., 709 kr. og 869 kr. pr. måned. Rettighedshaverne har i Sø- og Handelsretssagen opfordret TDC Brands til at fremlægge historiske priser på de faste tv-pakker med henblik på at kunne sammenholde prisudviklingen på TDC Brands' tv-produkter med udviklingen af det vederlag, TDC Brands betaler til Rettighedshaverne.

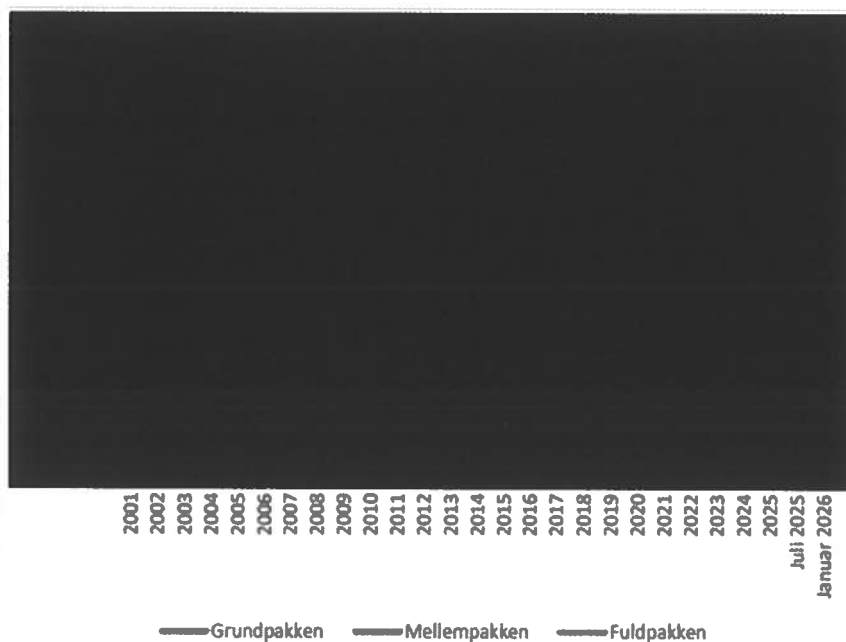
De historiske priser har imidlertid i vidt omfang været offentliggjort på YouSees egen hjemmeside og i branchemedier. Rettighedshaverne har derfor kunnet indsamle en række historiske prisoplysninger og på den baggrund kortlægge prisudviklingen med relativt stor præcision.

Det har ikke været muligt at finde dokumentation for årene 2002, 2005 og 2006. Som dokumentation henviser Rettighedshaverne til uddrag af Konkurrencestyrelsens Konkurrenceredegørelse 2002 og til Oversigt over dokumentation for TDC Brands' priser på Grund-, Medlem og Fuldpakken fra 2001-2026. Prisudviklingen for Minipakken er ikke medtaget, da Minipakken først blev lanceret for TDC Brands individuelle kunder i 2025. Til supplerende dokumentation for priserne i perioden 2000-2013 henviser Rettighedshaverne bl.a. til et Excel-ark (om udvikling i listepri- ser og i pakkepriser), som en medarbejder fra TDC Brands, [REDACTED], præsente- rede som led i et oplæg, han holdt den 19. maj 2014 for en række af Copydans med- arbejdere. Excel-arkets tabel 1 om udviklingen i listepri- ser og tabel 2 om udviklingen i pakkepriser bekræfter priserne i Oversigt over udviklingen i priserne på TDC Brands faste tv-pakker og TDC Brands betaling til Rettighedshaverne på Hovedom- rådet 2001-2016.

Rettighedshaverne har samlet prisoplysningerne for Grund-, Mellem- og Fuldpak- ken i perioden 2001 til 2026 i bilag 1 til denne kendelse.

Figuren nedenfor viser udviklingen i TDC Brands' salgspriser for Grund-, Mellem- og Fuldpakken.

Udviklingen i TDC Brands' forbrugerpriser for tv-pakker



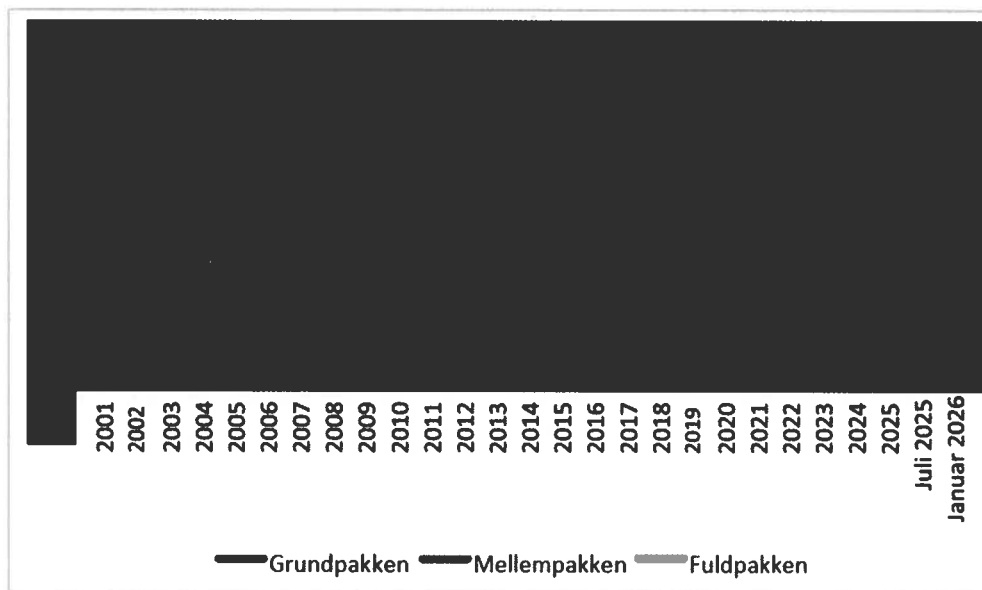
Som det fremgår, er priserne steget betydeligt i hele perioden og også efter 2020.

Tv-pakke	Stigning 2001-2026	Stigning 2010-2026	Stigning 2020-2026
Grundpakken	■ %	■ %	■ %
Mellempakken	■ %	■ %	■ %
Fuldpakken	■ %	■ %	■ %

Skemaet viser også udviklingen i vederlaget til Rettighedshaverne på Hovedområdet for hver enkelt tv-pakke angivet som en procentdel af TDC Brands salgspriser.

Denne udvikling er gengivet i nedenstående graf:

Rettighedshavernes vederlag på Hovedområdet som andel af TDC Brands' salgspriser



Som det fremgår, udgjorde Rettighedshavernes vederlag på Hovedområdet en

Tv-pakkeprisen for juli 2025 og januar 2026 er til brug for beregningerne reduceret med et beløb svarende til momsen af rettighedsvederlaget. Reduktionen er foretaget for at neutralisere den momsmæssige ændring, der fra 2025 indebærer, at der blev opkrævet moms af rettighedsvederlaget. Dette er gjort for at sikre sammenlignelighed med tidligere år.

Selv om de Indklagedes tv-forretning formelt drives i regi af TDC Brands, så kan det økonomiske udkomme af rettighedsudnyttelsen ikke forstås alene ud fra nøgletalene i TDC Brands' årsrapporter.

Det skyldes for det første, at en del af TDC Brands' tv-produkter sælges sammen med bredbånds- og mobilprodukter. Det fremgår ikke af TDC Brands' årsrapporter, hvordan omsætningen fra sådanne bundlede produkter fordeles mellem "TV", "Internet & Network", "Other services" og "Mobile services".

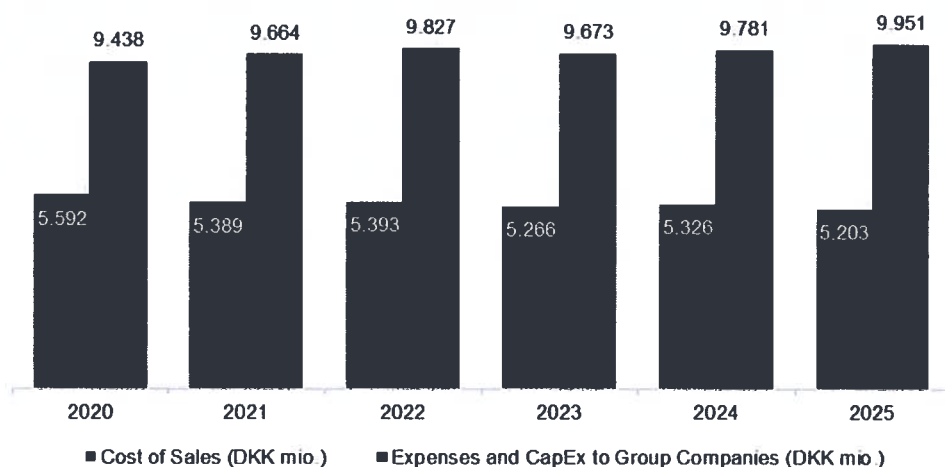
Parternes [REDACTED]-aftale og parternes tillægsaftale af [REDACTED] om Onfone-kunder, viser, at TDC Brands har anvendt tv-indhold til at understøtte salget af bredbånd og mobiltelefoni. Tv-indholdet har derfor ikke kun værdi som selvstændigt tv-abonnement, men også som led i TDC Brands' samlede kundeforhold.

Det skyldes for det andet, at TDC Brands' økonomi ikke kan vurderes isoleret fra TDC NET. TDC Brands køber væsentlige tekniske ydelser hos TDC NET, herunder adgang til kabelanlæg og øvrig infrastruktur. Det fremgår eksempelvis af TDC Brands' årsrapport for 2025, side 68, at "Nuuday derives the vast majority of its cost of sales from contracts with TDC NET".

Det fremgår endvidere af årsrapporten, at TDC NET i forhold til "Expenses and capital expenditures" til "Other related parties" er den klart væsentligste modpart med ca. 5,2 mia. kr., jf. 2025-årsrapporten side 91. Derudover har TDC Brands bogført betydelige fremtidige forpligtelser, navnlig til TDC NET for infrastruktur, på ca. 4,5 mia. kr., jf. 2025-årsrapporten side 92.

De koncerninterne betalinger fra TDC Brands til navnlig TDC NET har været forholdsvis stabile siden 2020 med et mindre fald på [REDACTED], jf. figuren nedenfor. Figuren illustrerer størrelsesforholdet mellem TDC Brands' samlede direkte omkostninger og de koncerninterne betalinger fra TDC Brands til navnlig TDC NET i perioden 2020-2025.

Koncerninterne betalinger og direkte omkostninger for TDC Brands



Kilder: Årsrapporter TDC Brands A/S: 2020, side 43 og 81, 2021, side 34 og 73, 2022, side 37 og 78, 2024, side 46 og 90 og 2025, side 60 og 91.

På grund af de Indklagedes omfattende samhandel og langvarige samvirke kan selskabernes økonomi vanskeligt adskilles. TDC NET ejer en stor del af de kabelanlæg, der anvendes til videreudsendelsen af tv-signalerne i tv-forretningen, og aktiviteterne i de to selskaber blev indtil spaltningen i 2019 drevet i samme selskab. Vurderingen af den samlede økonomi forbundet med de Indklagedes brug af Rettighedshavernes indhold og rettigheder bør derfor ikke baseres alene på TDC Brands' rapporterede nøgletal. Derfor gennemgås i det følgende yderligere relevante rapporterede nøgletal fra TDC Brands' og TDC-koncernens årsrapporter.

TDC Brands' omsætning i 2025 var 14,8 mia. kr., jf. 2025-årsrapporten, side 60. I 2024 var omsætningen 14,6 mia. kr., jf. 2024-årsrapporten, side 55.

Som beskrevet ovenfor er TDC Brands' aktiviteter tæt forbundne med aktiviteterne i det koncernforbundne selskab TDC NET, som i 2025 havde en omsætning på 6,0 mia. kr. I 2024 var TDC NETs omsætning 6,1 mia. kr.

TDC Brands årsrapporter indeholder en opgørelse af selskabets omsætning fordelt på en række segmenter ("Revenue specified by services"), herunder tv-området.

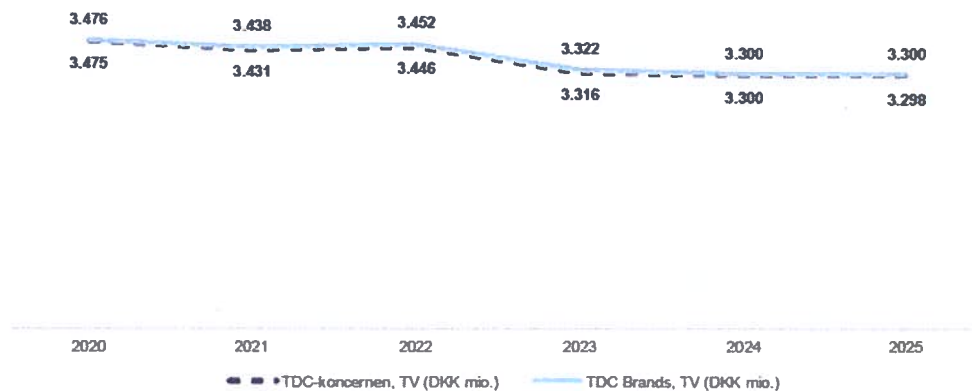
Tv-omsætningen har en begrænset brugbarhed, bl.a. fordi tv-omsætningen er præget af engrossalg til antenne- og boligforeninger, der ikke udtrykker de individuelle kunders samlede betalinger, og fordi omsætningen er negativt præget af nedgraderinger til mindre tv-pakker, hvad der i det væsentlige er irrelevant i forhold til det indhold, der er omfattet af denne sag.

Tv-omsætningen kan dog have en vis relevans som et af flere regnskabsmæssige nøgletal. Det kan i den forbindelse konstateres, at TDC Brands og TDC-koncernen

siden 2020 samlet set har fastholdt en næsten uændret rapporteret omsætning for tv-segmentet.

Dette er tilfældet på trods af, at antallet af kunder på tv-området har været faldende, jf. nærmere nedenfor.

TDC-koncernen og TDC Brands' rapporterede omsætning for tv-segmentet



Kilder:

Årsrapporter for TDC Brands A/S: 2020, side 51, 2021, side 42, 2022, side 45, 2023, side 47, 2024, side 55 og 2025, side 67.

Årsrapporter for TDC A/S: 2020, side 51.

Årsrapporter for TDC Holding A/S: 2021, side 35 og 2022, side 43.

Årsrapporter for DKT Holdings ApS: 2023, side 41, 2024, side 39 og 2025, side 42.

Antallet af TDC Brands' kunder i tv-segmentet har været faldende siden 2016, hvilket bl.a. skyldes udbredelsen af streaming, der har bidraget til, at færre kunder vælger at abonnere på en traditionel tv-pakke. Denne udvikling har TDC Brands imidlertid i vidt omfang opvejet ved at indføre betydelige prisstigninger på tv-pakker. TDC Brands skrev herom i 2025-årsrapporten, side 17-18):

"TV revenue was flat compared to last year, as price increases offset the decline in customer base.

[...]

Furthermore, TV contributed significantly to the gross profit increase in 2025, as substantial ARPU increases more than outweighed the decline in RGUs. Overall, Nuuday managed to absorb the gross profit decline related to the reduction in legacy exposure."

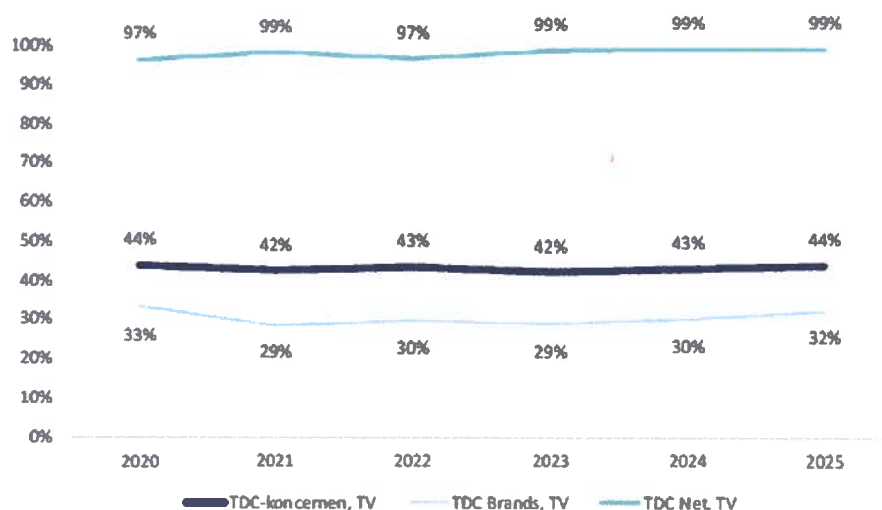
TDC-koncernens bruttoavance, dvs. forskellen mellem omsætningen og de direkte omkostninger, på tv-segmentet viser, at TDC-koncernen har opretholdt en stabil indtjening på dette område.

Bruttoavancen kan også udtrykkes i procent som den såkaldte bruttomargin, der sætter bruttoavancen i forhold til omsætningen. Dette nøgletal måler dermed TDC Brands' og TDC-koncernens underliggende indtjening ved salg af tv-indhold før administrationsomkostninger, finansielle poster og skat.

TDC Brands og TDC-koncernen har fastholdt en høj bruttomargin for tv-segmentet, jf. figuren nedenfor.

Siden 2020 har bruttomarginen for tv-segmentet for TDC-koncernen været nærmest uændret på ca. 43 pct. med mindre udsving undervejs.

TDC-koncernen og TDC Brands' bruttomargin for tv-segmentet



Kilder:

Årsrapporter for TDC Brands A/S: 2020, side 51 og 53, 2021, side 42 og 44, 2022, side 45 og 47, 2023, side 47 og 49, 2024, side 55 og 57, 2025, side 67 og 68.

Årsrapporter for TDC NET A/S: 2020, side 50 og 51, 2021, side 42 og 44, 2022, side 41 og 43, 2023, side 100 og 102, 2024, side 160 og 162 og 2025, side 169 og 171.

Årsrapporter for TDC A/S: 2020, side 51 og 54.

Årsrapporter for TDC Holding A/S: 2021, side 35 og 38 og 2022, side 43 og 46.

Årsrapporter for DKT Holdings ApS: 2023, side 41 og 45, 2024, side 39 og 43, 2025, side 42 og 46.

Beregnet som bruttoavancen (omsætning minus vareforbrug/cost of sales) divideret med omsætningen.

Bruttomarginen beregnes i TDC Brands' og TDC NETs årsrapporter ved at fratrække vareforbruget (cost of sales) fra omsætningen.

Om opgørelsen angives det i TDC Brands' årsrapporter:

"Cost of sales includes transmission costs and cost of goods sold. [...] Cost of goods sold includes terminal equipment

and transmission material as well as TV-programme rights and other content costs.”, (TDC Brands’ årsrapport 2024, side 57.

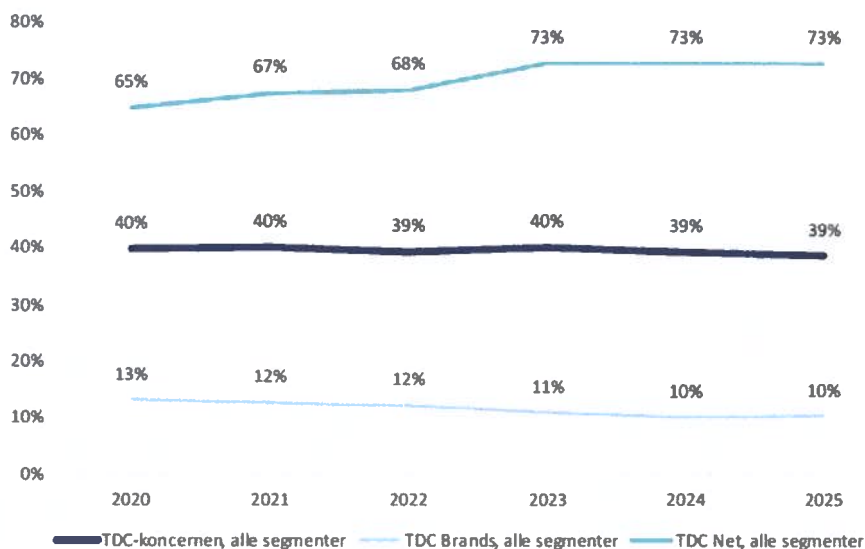
TDC-koncernens EBITDA-margin

Også EBITDA-margin afspejler, at TDC-koncernen er væsentligt overskudsgivende.

TDC-koncernens samlede EBITDA-margin har ligget stabilt på 40 pct. i perioden 2020-2025, jf. figuren nedenfor.

EBITDA er en forkortelse for ”Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation” og er udtryk for selskabets driftsresultat, dvs. resultatet før finansielle poster, afskrivninger, amortiseringer og skatter sat i forhold til omsætningen.

TDC-koncernen og TDC Brands’ EBITDA-margin



Kilder:

Årsrapporter for TDC Brands A/S: 2020, side 43, 2021, side 34, 2022, side 31, 2023, side 91, 2024, side 150, 2024, side 150 og 2025, side 159.

Årsrapporter for TDC NET A/S: 2020, side 42, 2021, side 34, 2022, side 32, 2023, side 91, 2024, side 150 og 2025, side 159.

Årsrapporter for TDC A/S: 2020, side 42.

Årsrapporter for TDC Holding A/S: 2021, side 26 og 2022, side 33.

Årsrapporter for DKT Holdings ApS: 2023, side 33, 2024, side 29 og 2025, side 32. Beregnet som EBITDA divideret med omsætningen.

TDC Brands havde i 2025 et EBITDA på 1,5 mia. kr., mens TDC NET havde et driftsoverskud på 4,6 mia. kr. Der er således ingen indikationer på, at TDC Brands og TDC-koncernen ikke er i stand til at generere en meget betydelig driftsindtjening under de nuværende markedsforhold. EBITDA er ikke oplyst specifikt for tv-området i årsrapporterne. Baseret på udviklingen i omsætningen og bruttomarginen i tv-segmentet, er det nærliggende at antage, at EBITDA også har udviklet sig positivt og stabilt for tv-segmentet.

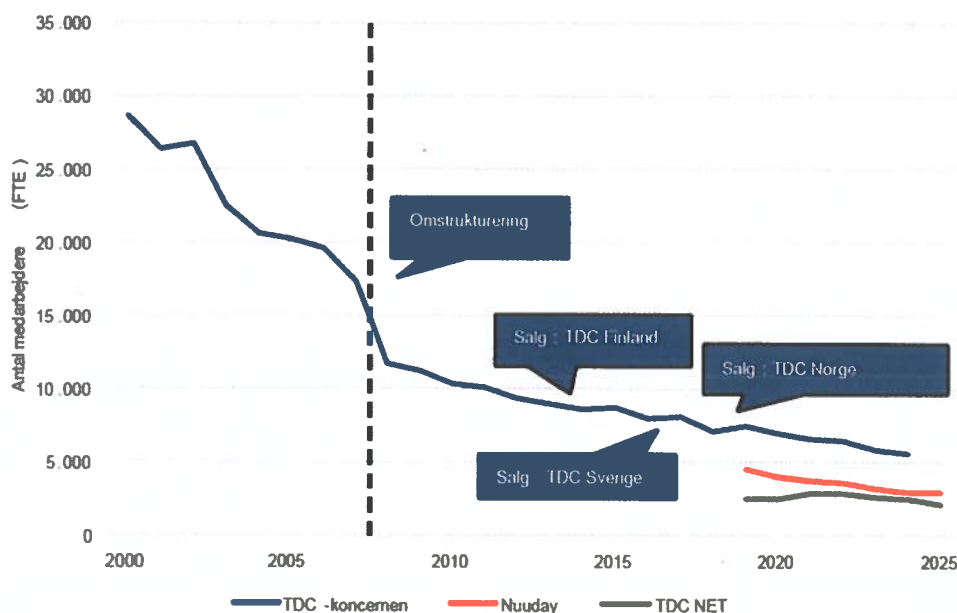
Den stabile driftsindtjening skal også ses i lyset af, at TDC-koncernen over tid må antages at have realiseret effektiviseringer i de tekniske omkostninger ved levering af tv- og infrastrukturydelser.

Disse omkostninger kan ikke opgøres særskilt for tv-området på grundlag af de tilgængelige årsrapporter. Det forhold, at TDC NET varetager en væsentlig del af de tekniske infrastrukturydelser for TDC Brands, og at TDC NET samtidig har fastholdt en høj EBITDA-margin, understøtter imidlertid, at der ikke er grundlag for at antage, at de tekniske omkostninger ved tv-leverancen har udviklet sig på en måde, der svækker TDC Brands' produktøkonomi.

Hertil kommer, at teknisk distribution, it-drift og infrastrukturydelser er områder, hvor der over tid kan opnås effektiviseringer og faldende enhedsomkostninger. Dette understøtter, at indholdet – herunder Rettighedshavernes indhold – over tid udgør en væsentlig del af værdien af TDC Brands' tv-produkt.

Det fremgår derudover af selskabernes årsrapporter, at der har været en væsentlig nedgang i antallet af ansatte i TDC-koncernen. Siden år 2000 har antallet af medarbejdere, målt på antal årsværk/FTE's, været støt faldende, jf. figuren nedenfor. Siden opsplitningen mellem TDC Brands og TDC NET har faldet primært været drevet af et faldende antal medarbejdere i TDC Brands.

Antal medarbejdere i TDC-koncernen, TDC Brands og TDC NET



Kilder:

Årsrapporter for TDC Brands A/S: 2020, side 9, 2021, side 8, 2022, side 10, 2023, side 10, 2024, side 9 og 2025, side 8.

Årsrapporter for TDC NET A/S: 2020, side 9, 2021, side 6, 2022, side 8, 2023, side 8, 2024, side 10 og 2025, side 9.

Årsrapporter for TDC A/S: 2000, side 48, 2001, side 55, 2002, side 66, 2003, side 70, 2004, side 117, 2005, side 133, 2006, side 103, 2007, side 9, 2010, side 60, 2012, side 18, 2013, side 8, 2014, side 7,

2015, side 9, 2016, side 78, 2017, side 84, 2018, side 74, 2019, side 87 og 2020, side 55,

Årsrapporter for TDC Holding A/S: 2021, side 40 og 2022, side 48

Årsrapporter for DKT Holdings ApS: 2023, side 46, 2024 og side 44 og 2025, side 47.

Antallet af medarbejdere i TDC-koncernen svarer til summen af TDC Brands og TDC NET fra 2022, da der i disse år ikke var nogen ansatte i de holdingselskaber, som ligger over TDC Brands og TDC NET i koncernstrukturen. I 2019 - 2021 var der også et mindre antal medarbejdere i TDCs moderselskab (under 500).

Tallet for TDC Brands i 2019 stammer fra 2020-årsrapporten.

Tallet for TDC NET i 2019 stammer fra 2020-årsrapporten.

Tallene fra TDC A/S i 2008-2009 stammer fra 2010-årsrapporten, mens tallet fra 2011 stammer fra 2012-årsrapporten.

Udviklingen i medarbejderantallet skal læses med de forbehold, der følger af TDC-koncernens omstruktureringer og frasalg i perioden, herunder bl.a. frasalget af TDC Finland, TDC Sverige, Get og TDC Norge. Uanset disse enkeltbegivenheder er der tale om en markant reduktion i antallet af medarbejdere. Udviklingen understøttes af det nøgletal, som TDC Brands selv har introduceret i årsrapporten for 2025, den såkaldte Productivity Ratio, jf. årsrapportens side 8. TDC Brands definerer nøgletallet som selskabets omsætning fra serviceydelser, herunder tv-indhold, divideret med det gennemsnitlige antal ansatte.

I 2025 var TDC Brands' Productivity Ratio 4,5 mod 3,4 i 2021, jf. samme side. Det svarer til en stigning i den gennemsnitlige produktivitet på 32 pct. over fem år.

Udviklingen i TDC Brands' produktivitet og omkostningsbase understøtter, at TDC Brands har kunnet fastholde en betydelig driftsindtjening trods faldende kundetal på tv-området. Det understøtter samtidig, at indhold, herunder Rettighedshavernes indhold, over tid udgør en væsentlig del af værdien af TDC Brands' tv-produkt.

For det tilfælde, at de Indklagede i nærværende sag eller i Sø- og Handelsretssagen måtte gøre gældende, at TDC Brands eller TDC-koncernens årsresultater har betydning for vurderingen af indtjeningen i koncernens tv-forretning, bemærkes, at årsresultaterne påvirkes væsentligt af forhold, der ikke har forbindelse med tv-området og slet ikke med brugen af Rettighedshavernes rettigheder.

Ved vurderingen af økonomien knyttet til TDC Brands' udnyttelse af Rettighedshavernes rettigheder må der derfor sondres mellem den underliggende drift på den ene side og forhold vedrørende TDC-koncernens kapitalstruktur, investeringer og regnskabsmæssige af- og nedskrivninger på den anden side.

TDC-koncernen har betydelige aktiver, der afskrives med betydelige beløb hvert år. De samlede aktiver i TDC Brands var i 2025 16,6 mia. kr., mens TDC NET ifølge 2025-årsrapporten har samlede aktiver for 34 mia. kr. En væsentlig del af aktiverne kan henføres til goodwill. TDC-koncernens årsresultat efter finansielle poster påvirkes endvidere væsentligt af koncernens rentebærende gæld. TDC-koncernen havde i 2024 en gæld på 79 mia. kr., hvilket medfører betydelige renteudgifter. Disse renteudgifter vedrører koncernens kapitalstruktur og ikke driftsomkostninger ved TDC Brands' udnyttelse af Rettighedshavernes rettigheder.

Årsresultatet efter afskrivninger og finansielle poster giver derfor ikke i sig selv et retvisende billede af den underliggende økonomi i TDC Brands' tv-forretning eller af værdien af TDC Brands' udnyttelse af Rettighedshavernes rettigheder.

Formålet med det følgende afsnit er at beskrive TDC Brands' aftalepraksis med tv-stationer, der ikke deltager i UBOD-samarbejdet og derfor selv indgår aftaler med TDC Brands om distribution af deres tv-kanaler og om digitale tv-tjenester.

Afsnittet er relevant for vurderingen af vederlaget i denne sag, fordi TDC Brands' aftaler med kommercielle tv-stationer belyser de betalingsniveauer, strukturer og vilkår, der i øvrigt anvendes på tv-distributionsmarkedet.

Aftalerne viser navnlig, at bredden af distributionen, valgfrihed og digitale tv-tjenester, herunder web-tv (portabilitet), tillægges selvstændig økonomisk betydning.



Rettighedshaverne støtter sig derfor i dette afsnit på offentligt tilgængelige oplysninger, almindelige branchevilkår og de oplysninger om TDC Brands' aftalepraksis, som Rettighedshaverne i øvrigt er bekendt med.

TDC Brands' aftaler med kommercielle tv-stationer indgås på individuelt forhandlede vilkår.

De kommercielle tv-stationer har normalt både reklameindtægter og abonnementsindtægter. En kommerciel tv-station kan derfor have en betydelig interesse i bred distribution, fordi en høj udbredelse kan øge tv-kanalens reklameindtægter.

Reklamefinansiering påvirker også prissætningen, idet kommercielle tv-stationer generelt kan acceptere en lavere pris fra distributøren, hvis der også kommer indtægter fra reklamer. I nogle tilfælde tilbyder tv-stationerne endda TDC Brands tilladelse til at distribuere tv-kanaler uden vederlag eller mod et beskedent vederlag blot for at kunne opnå reklameindtægter.

Selvom nogle af nabolandskanalerne har reklamer, så sælger de ikke reklamer på det danske marked, og nabolandskanalerne har derfor ikke reklameindtægter for sening, der sker i tv-pakker på det danske marked.

TDC Brands er den største kommercielle tv-distributør på det danske marked og har i kraft heraf en meget betydelig forhandlingsstyrke over for tv-stationerne.

Navnlig ved lancering af nye tv-kanaler på det danske marked vil tv-stationen have en betydelig interesse i at opnå distribution hos TDC Brands, fordi dette kan skabe

hurtig udbredelse og synlighed i markedet. TDC Brands kan i sådanne situationer opnå særligt gunstige vilkår eller rabatter.

Priserne for kommercielle tv-stationers rettigheder afhænger bl.a. af den enkelte tv-kanals attraktionsværdi, kanalens placering i tv-pakkerne og den udbredelse, tv-kanalen opnår. Det er en naturlig konsekvens af, at rettighederne forhandles individuelt mellem tv-stationen og tv-distributøren.

Ud fra Rettighedshavernes kendskab til markedet er aftaler normalt samlede aftaler, der omfatter tv-stationens portefølje af tv-kanaler. Aftalerne indgås typisk for en periode på 2-5 år, hvor en aftaleperiode på 3 år er almindelig.

Aftalerne giver typisk TDC Brands ret og pligt til at distribuere de omfattede tv-kanaler i nærmere angivne tv-pakker og produkter.

Prisfastsættelsen tager højde for, at der blandt tv-kunderne er store forskelle på den værdi, den enkelte kanal tillægges. Prisen pr. tilslutning i faste tv-pakker afhænger af pakkeplacering. Jo lavere pakkeplacering, des lavere pris pr. tilslutning.

Prisen for fleksible tv-pakker vil være højere pr. tilslutning, medmindre der aftales en samlet økonomi, der også omfatter distribution i faste tv-pakker. Højere pris for tilvalgs karakter afspejler sig også i TDC Brands' prisoversigt pr. 1. januar 2026 for Ekstrakanaler, ligesom det kommer til udtryk via de pointpriser, der tages overfor kunderne i YouSee Play.

TDC Brands kan derfor heller ikke frit vælge, i hvilke tv-pakker de kommercielle tv-kanaler distribueres.

TDC Brands har bekræftet offentligt, at de ikke selv kan bestemme, hvordan kommercielle tv-kanaler distribueres, og at placering af en tv-kanal i Grundpakken kan være den pris, TDC Brands må betale for at få lov til at distribuere andre tv-kanaler i frit valg.

Der henvises til en artikel i Politiken af 8. november 2013, "YouSee: Vi kan ikke hive TV 2 ud af grundpakken", hvor [REDACTED], daværende direktør i YouSee, forholdt sig til spørgsmålet:

"[...] Hvorfor vil I ikke lade folk selv vælge, om de vil se TV3, Kanal 5 og TV2.
Ingen af dem er jo must-carry-kanaler?

>> Vi kan ikke hive TV2 ud af grundpakken. Det er danskernes mest sete tvkanal. Jeg tror, det er 95 procent af danskerne, der ser TV2. Hvis vi hev den kanal ud af grundpakken, ville vi påføre kunderne en masse teknisk besvær, for så skulle de have ekstrakort og ekstra teknisk udstyr i form af for eksempel en modtagerboks, fordi vi så blev nødt

til at kryptere signalet, siger [REDACTED]. Også TV3 og Kanal 5 er ifølge [REDACTED] blandt danskernes mest sete tv-kanaler og er derfor med i grundpakken.

Og TV3 og Kanal 5 i grundpakken er en af forudsætnin-
gerne for, at vi overhovedet kan forhandle os frem til at få
rettighederne til at tilbyde de to selskabers kanaler som frit
valgsløsninger. TV3 og Kanal 5 er blandt de broadcastere,
der bruger flest penge på at producere dansk tv, og de skal
have et vist økonomisk grundlag at gøre det på<<, siger [REDACTED].”

Udtalelsen illustrerer, at rettigheder til frit valg i praksis ofte forudsætter en samlet
aftale, hvor bred distribution af centrale kanaler indgår som et væsentligt element.

Dette viser samtidig, at bundling og porteføljeforhandlinger er en almindelig del af
aftalepraksis på tv-distributionsmarkedet, og at adgang til bestemte kanaler, frit-
valgsprodukter og digitale tv-tjenester forhandles samlet og ses i sammenhæng med
kanalernes placering i tv-pakkerne.

I relation til TV 2 Danmark betaler TDC Brands særskilt vederlag for portabilitet
på det lineære signal. Efter TV 2 Danmarks almindelige prisstruktur udgør tillægget
for portabilitet 10 pct. af kanalprisen, svarende til 2,65 kr. pr. tilslutning pr. måned
i 2026, jf. artikel af 21. juni 2016 i Ekstrabladet.

I relation til Viaplay er de almindelige vilkår offentligt tilgængelige.

Det fremgår af pkt. 4.1, at:

”De Digitale Tjenester og Tillægsprodukter, Operatøren er-
hverver ret til at tilbyde i relation til distribution af Kana-
lerne, fremgår af Distributionsaftalen sammen med øvrige
krav forbundet med Digitale Tjenester og Tillægsprodukter.

Operatøren må således alene tilbyde de Private Husstande
adgang til Digitale Tjenester og Tillægsprodukter, såfremt
Operatøren har indgået udtrykkelig aftale herom med
Viasat.”

Med ”tillægsprodukter” menes efter vilkårenes pkt. 2.3 bl.a. a la carte og såkaldte
Mix-produkter, der i vidt omfang svarer til YouSee Bland Selv. Det indebærer, at
Viaplay-kanaler som udgangspunkt ikke kan distribueres i fleksible tv-pakker uden
særskilt aftale.

Af pkt. 4.4.1 fremgår, at tilladelse til a la carte forudsætter, at TV 3 distribueres i
grundpakken.

Også digitale tv-tjenester forudsætter efter Viaplays almindelige vilkår særskilt aftale. Det fremgår af vilkårenes pkt. 2.2:

”Ved ”Digitale Tjenester” forstås følgende digitale tjenester, som Operatøren efter særskilt aftale kan erhverve ret til at distribuere Kanalerne på, herunder TV3 Kanalerne: StartForfra, WebTV og catch up.” OTT-distribution forudsætter tilsvarende en særskilt tilladelse fra Viaplay, jf. vilkårenes pkt. 3.3.

Viaplays vilkår viser dermed, at fleksible tv-pakker, a la carte, OTT-distribution og digitale tv-tjenester kræver særskilt aftalegrundlag og ikke følger automatisk af en tilladelse til retransmission i faste tv-pakker. Det understøtter, at digitale tv-tjenester og web-tv (portabilitet) også i TDC Brands’ aftaler med kommercielle tv-stationer behandles som rettigheder med selvstændig økonomisk betydning, der ikke bare følger med som accessorisk vedhæng.

Sammenhængen mellem valgfrihed og højere priser er også beskrevet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

I rapporten ”Distribution af tv-kanaler” fra november 2011, anførte Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen på side 39:

”Både erfaringer og foretagne analyser i Norge og Danmark indikerer, at priserne ved enkelt salg af tv-kanaler gennemgående vil blive højere end de nuværende implicitte priser for kanaler i pakker. Det skyldes, at større muligheder for enkeltkøb vil betyde færre abonnementer for de fleste kanaler, og at tv-stationerne derfor må forhøje prisen for at få dækket omkostninger til egenproduktion og indkøbte rettigheder, der er uafhængige af antallet af abonnenter. Men det er usikkert, hvor meget større prisen bliver. Forholdet mellem enkelt sagspriser og priser i pakker vil endvidere variere for de enkelte kanaler.”

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beskrivelse svarer til den markedslogik, der er beskrevet ovenfor: Når en kanal distribueres til færre kunder eller gøres til genstand for større valgfrihed, stiger prisen pr. tilslutning normalt.

Viaplay og Allente, der begge sælger rettigheder til tv-distributører, offentliggør prislister med priserne på en række tv-kanaler over for selvstændige antenneanlæg.

Viaplays prisliste fra 2025 viser, at priserne for Viaplays tv-kanaler varierer, alt efter om distribution sker i en grundpakke eller i mindre udbredte tv-pakker som mellem- og fuldpakker. Der betales en højere pris pr. tilslutning, når distributionen ikke sker i en grundpakke.

Som eksempel er prisen for TV3 i mini- og grundpakker 64,33 kr. pr. tilslutning pr. måned, mens prisen i en mellempakke er 86,89 kr. og i en fuldpakke 99,72 kr. Prisen

i mellempakken er dermed ca. 35 pct. højere end prisen i grundpakken, mens prisen i fuldpakken er ca. 50 pct. højere.

Det samme kan ses af Allentes prisliste fra januar 2025. Her fremgår det, at priserne for Warner Bros. Discovery-tv-kanaler også er højere ved distribution i andre brede tv-pakker end grundpakken, i prislisten angivet som henholdsvis pakke 1, 2, 3 og 4.

Dette viser, at en vederlagsstruktur, der tager højde for pakkestruktur og valgfrihed, ikke er usædvanlig på tv-distributionsmarkedet.

TV 2 Danmarks hovedkanal illustrerer tydeligt prisudviklingen.

Da TV 2 Danmark i 2012 overgik til at være en betalingskanal, betalte tv-distributørerne 10 kr., ekskl. moms, pr. måned for kanalen. I 2025 var prisen steget til 26,50 kr. Prisstigningen svarer til en stigning på 165 pct., dvs. faktor 2,65. TV 2 har gennem årene bl.a. forklaret prisstigningerne med øgede omkostninger til indhold. Der henvises til en pressemeddelelse fra TV 2 af 20. december 2024 med priserne for 2024-2025.

Prisen for TV 2 Danmark er efter TV 2's praksis ens for alle tv-distributører. Der forhandles således ikke individuelle priser, om end der kan ske mindre tilretninger i aftalevilkårene.

TV 2 Networks A/S har tv-kanalerne TV 2 Charlie, TV 2 News, TV 2 Echo, TV 2 Fri, TV 2 Sport og TV 2 Sport X. TV 2 Echo hed tidligere TV 2 Zulu.

Foreningspriserne for TV 2 Networks-kanalerne i 2025 fremgår af Allentes prisliste. Som det fremgår af prislisten, ligger priserne for TV 2 Networks-kanalerne mellem 12,67 kr. og 31,20 kr. pr. tilslutning pr. måned ved distribution i faste pakker.

TDC Brands' aftale med TV 2 Networks må antages at være individuelt forhandlet mellem TV 2 Networks og TDC Brands. Selv hvis TDC Brands måtte have opnået rabatter i forhold til de offentligt kendte priser, viser prislisten, at TV 2 Networks-rettighederne har betydelig økonomisk værdi.

Det er Rettighedshavernes antagelse, at web-tv og Catch Up er reguleret i TDC Brands' aftale med TV 2 Networks på grundlag af konkret forhandling. TV 2 Networks' rettigheder til Start Forfra og N-PVR/PVR repræsenteres derimod af Rettighedshaverne gennem UBOD-samarbejdet og indgår i de nedlagte påstande om betaling for digitale tv-tjenester.

Der henvises til Viaplays listepriser til selvstændige antenneanlæg for 2025. De angivne listepriser omfatter bl.a. følgende priser pr. tilslutning pr. måned:

- TV3: 64,33 kr.
- TV3+: 61,24 kr.
- TV3 Puls: 17,74 kr.

- TV3 Max: 17,34 kr.
- TV3 Sport: 71,98 kr.
- See: 32,17 kr.
- Viaplay Sport News: 16,08 kr.
- V Sport Golf: 9,86 kr.
- V Sport Ultra: 4,89 kr.
- Viasat Nature: 5,80 kr.
- Viasat Explorer: 4,15 kr.
- Viasat History: 4,56 kr.
- Fem V Film-kanaler: 131,30 kr.

Priserne for TV3, TV3+, TV3 Puls, TV3 Max, TV3 Sport og See varierer afhængigt af udbredelsen i de faste pakker. Rettighedshaverne formoder, at aftalen mellem TDC Brands og Viaplay er en samlet aftale, hvor en væsentlig del af betalingen enten er fast eller beregnes på grundlag af antallet af Grundpakkekunder. Dette er i overensstemmelse med den almindelige markedspraksis, hvorefter porteføljer af tv-kanaler, streamingtjenester og digitale rettigheder forhandles samlet.

Warner Bros. Discovery har historisk været en stor aktør på det danske tv-marked.

Warner Bros. Discovery har dog for år tilbage begrænset sine investeringer i dansk indhold og sport og spiller derfor en mindre rolle på markedet i dag end for 10 år siden. Flere sportsrettigheder, der tidligere lå på Warner Bros. Discoverys kanaler, ligger i dag hos TV 2, herunder herrelandsholdets fodboldkampe og Superligaen. Warner Bros. Discoverys tv-kanaler har fortsat ganske høje listepriser, jf. Allentes prisliste til selvstændige antenneanlæg. Priserne varierer efter pakkeplacering, men omfatter bl.a.:

- Kanal 4: 18,51 kr. som laveste pris
- Kanal 5: 31,72 kr. som laveste pris
- 6'eren: 13,62 kr. som laveste pris
- Discovery Channel: 10,61 kr. som laveste pris
- Animal Planet: 5,41 kr. som laveste pris
- Eurosport 1: 10,60 kr. som laveste pris
- Eurosport 2: 20,18 kr. som laveste pris
- TLC Danmark: 6,91 kr. som laveste pris

Priserne for øvrige kommercielle tv-kanaler i faste tv-pakker fremgår også af Viaplays og Allentes prislister for 2025.

Af Allentes prisliste fremgår bl.a. følgende priser for andre kommercielle tv-kanaler end TV 2's kanaler og Warner Bros. Discoverys kanaler:

- BBC Nordic: 4,70 kr.
- BBC News: 2,35 kr.
- CNN: 2,75 kr.
- Deutsche Welle: 2,50 kr.

- dk4: 12,95 kr.
- History Channel: 3,00 kr.
- H2: 3,00 kr.
- MTV Nordic: 4,00 kr.
- MTV 00s: 3,50 kr.
- MTV 80s: 3,50 kr.
- National Geographic Channel: 3,10 kr.
- National Geographic Wild: 3,10 kr.

Et tilsvarende prisniveau fremgår af Viaplays prislister.

Copydan har samlet oplysninger om udviklingen af priserne på en række kommercielle tv-kanalers offentligt udmeldte priser og sammenholdt disse med prisen for Copydan tv-kanaler i 2002, 2005, 2012 og 2025. Udviklingen kan sammenfattes således:

Tv-kanal	Pris 2002	Pris 2005	Pris 2012	Pris 2025	Stigning (pct)	Gns. årlig stigning (pct)
TV 2			10,00 kr. ¹	26,60 kr. ⁴	166 %	7,8 %
TV 2 Echo (Zulu)		8,25 kr. ²		23,95 kr. ⁵	190 %	5,5 %
TV 2 Charlie		6,95 kr. ²		19,24 kr. ⁵	177 %	5,2 %
TV 3	10,19 kr. ²			64,33 kr. ⁶	531 %	8,3 %
TV 3 Plus	9,14 kr. ²			61,24 kr. ⁶	570 %	8,6 %
Kanal 5 (TV Danmark)	8,75 kr. ²			31,72 kr. ⁵	263 %	5,8 %
Discovery Channel	3,10 kr. ²			10,61 kr. ⁵	242 %	5,5 %
Copydan tv-kanal (stykpris ved 3 kanaler)	1,7203 kr. ³			2,6946 kr.	57 %	2,0 %
Copydan tv-kanal (stykpris ved 13,5 kanaler)	0,6739 kr. ³			1,0550 kr.	57 %	2,0 %

Kilder:

1) Artikel fra *børsen.dk* af 2. september 2011, "Det kommer TV2 til at koste".

2) Konkurrencerådets afgørelse af 30. september 2009, "Viasats vilkår om placering af TV3 og TV3+".

3) Copydan tariffen for 2002.

4) Opslag på *tv2.dk* af 20. december 2024 "Ny pris på TV 2s hovedkanal".

5) Allentes prislister af 1. januar 2025.

6) Viaplays prislister af 1. januar 2025.

Generelt om prissætning af rettigheder i mediemarkedet

I det følgende redegøres der først for de mere generelle principper for fastsættelse af priser for ophavsrettigheder mv. og for prissætningen på tv-distributionsmarkedet.

Derefter gennemgås tilgængelige oplysninger om, hvor store andele af centrale medievirksomheders omsætning der medgår til omkostninger til køb af indhold.

Endelig gennemgås den generelle udvikling i størrelsen af omkostninger til indholdsproduktion i perioden 2011 til 2024.

Prisen på ophavsrettigheder i mediemarkedet afspejler den økonomiske værdi, som brugerne opnår ved adgangen til indholdet. Ved fastsættelsen af prisen for udnyttelse af en ophavsrettighed vil følgende forhold typisk indgå:

- Udnyttelsens art: f.eks. lineær udsendelse, retransmission, on demand eller Catch Up.
- Medietype og distributionsform: f.eks. broadcast, kabel, OTT, app, web eller fysisk lokalitet.
- Rækkevidde og publikum: f.eks. antal abonnenter, antal tilslutninger, seere, lyttere, størrelsen af den potentielle kundeadgang
- Faktisk og forventet brug.
- Brugerens kommercielle gevinst eller indtægt ved brugen. Den generelle værdi af rettighederne for andre brugere i markedet.

I kollektiv forvaltning bliver de nævnte faktorer typisk omsat til mere overordnede tariffer eller gennemsnitstariffer. Det skyldes bl.a., at den kollektive licens ikke alene skal afspejle værdi, men også samtidig opfylde krav om ligebehandling, genemsigtighed, administrerbarhed og skalerbarhed. Den kollektive licens skal ligeledes fungere ensartet på tværs af forskellige brugere.

Ophavsretslicensnævnets kendelse i sag nr. 121 viser, at en mere overordnet og gennemsnitsbaseret model, såsom den indtægtsbestemte, er forenelig med både rimelighedskravet og kravet om objektive og ikke-diskriminerende kriterier.

Kollektive tariffer i Danmark indeholder således helt gennemgående målbare, standardiserede og efterprøvelige størrelser frem for minutiøs opgørelse af hvert enkelt rettighedselement. Disse grundlæggende tarifstrukturer er alle funderet i Ophavsretslicensnævnets praksis.

Dette står i modsætning til individuelle ophaveres prissætning og forhandling, hvor der kan tages højde for detaljer om f.eks. det enkelte værks brugsomfang, attraktion, eksklusivitet og kommercielle profil.

På tv-distributionsområdet skal en kollektiv pris dække adgangen til et bredt udvalg af løbende skiftende værker og produktioner og desuden ikke alene afspejle rettighedernes værdi, men også samtidig opfylde krav om ligebehandling, gennemsigtighed, administrerbarhed og skalerbarhed. Derfor bliver de ovenfor nævnte faktorer typisk omsat til mere overordnede tariffer eller gennemsnitstariffer.

Også de kommercielle tv-kanaler anvender faste vederlag pr. kanal pr. tilslutning og pr. pakke. Sådanne modeller er typisk velegnede, når værdien i høj grad ligger i adgang, rækkevidde og distributionsomfang snarere end i nøjagtig måling af hvert enkelt værks konkrete brug.

TDC Brands' egen prissætning over for slutkunder følger også en sådan mere overordnet tarifstruktur, idet TDC Brands' kunder betaler månedligt for et abonnement på en tv-pakke. Prissætningen er således adgangs- og pakkeorienteret og f.eks. ikke forbrugsorienteret – om kunden vælger at se tv eller ej, påvirker ikke prisen.

TDC Brands har i Sø- og Handelsretssagen anført, at den andel, som TDC Brands betaler i rettigheder ud af omsætningen, er urimelig. TDC Brands virker som tv-distributør, og det er derfor relevant at undersøge, hvor stor en andel af andre medieaktørers omsætning der medgår til betaling for det ophavsretligt beskyttede indhold, der distribueres.

Det er almindeligt for virksomheder i den audiovisuelle mediebranche, at mellem 50 pct. og 90 pct. af bruttoomsætningen anvendes på indhold, herunder rettigheder. Omkostningsstrukturen varierer naturligvis mellem tv-stationer, distributører, teleselskaber og rene streamingtjenester. Men det overordnede billede går igen.

Nedenfor gennemgås en række eksempler for forskellige typer medievirksomheder og deres omkostninger til indhold.

For DR udgjorde programudgifterne i 2025 3.553 mio. kr. ud af samlede driftsudgifter på 4.277 mio. kr., svarende til ca. 83,1 pct. af de samlede driftsudgifter, jf. side 61 i DR's Public Service-redegørelse for 2025.

For TV 2 viser de offentliggjorte regnskabstal et tilsvarende billede. I 2024 udgjorde indholdsomkostningerne 3.355,3 mio. kr. Målt i forhold til omsætningen på 4.153,3 mio. kr. udgjorde indholdsomkostningerne ca. 80,8 pct., jf. side 25-26 i TV 2's årsrapport for 2024.

Viaplay oplyser i sin årsrapport for 2024, at "costs of sales" udgjorde 16.459 MSEK ud af en samlet omsætning på 18,490 MSEK, svarende til en andel på 89 pct., jf. rapportens side 32 og 40. De dominerende udgifter i posten "costs of sales" udgøres af omkostninger til indkøbt og produceret indhold. Andre omkostninger, herunder til salg, marketing, overhead, public relations, administration, teknologi og udvikling, indgår således i andre udgiftsposter, jf. note 1 side 38.

Spotify, [REDACTED], har meget betydelige omkostninger til indhold. Spotify oplyser f.eks. på side 48 i sit 2025 regnskab, at omkostninger til "Cost of revenue" udgjorde mellem 66 pct. og 82 pct. af indtægterne. Omkostningerne i denne post består primært af omkostninger til rettigheder jf. regnskabets side 45.

Niveauet hos Spotify er gennemgående for alle musikstreaming tjenester på markedet. Der henvises til en række nøgletal fra en rapport om indtægterne i det tyske musikstreamingmarked udarbejdet af Goldmedia GmbH for GEMA. Nøgletallene viser, at niveauet i denne del af mediebranchen i Tyskland ligger på ca. 70 pct.:

"From the net turnover in music streaming in the case of a standard single subscription, about 30% remain with the streaming services, 55% are paid out to the neighbouring rights side (labels and musicians), 15% to the copyright side (composers, lyricists and music publishers)."

TVOD står for transaktionsbaseret video-on-demand.

En fortrolig distributionsaftale mellem Sony Pictures Television og Apple Inc. fra 2008, offentliggjort via WikiLeaks (Sony Archives), dokumenterer, at omkostninger til indhold udgjorde 70 pct. af indtægterne.

Aftalens Exhibit B om "Distributor price" angiver, at Apple for kortfilm skal betale:

"70% of the consumer price received by APPLE [...] for each Customer Transaction for a short film or (ii) \$1.40 per Customer Transaction for a short film."

For spillefilm anvender aftalen en niveau-opdelt engrosprismodel:

Niveau 1 (nye udgivelser): \$15,50,
Niveau 2 (nylige udgivelser): \$8,50
Niveau 3/katalog: \$7,00),

Disse priser svarer til ca. 70 pct. af de typiske forbrugerpriser.

Streamingtjenesters omkostninger til indhold og rettigheder.

Warner Bros. Discovery (Max/HBO) oplyser på side 36 i sin 10-K-regnskabs-erklæring for regnskabsåret 2024, at "Our principal component of costs of revenues is content expense." For DTC-segmentet udgjorde costs of revenues (ekskl. afskrivninger) \$7.459 mio. ud af en segmentomsætning på \$10.313 mio., svarende til 72 pct. af DTC-omsætningen.

Siden de globale streamingtjenesters indtræden på markedet er omkostninger til indhold vokset kraftigt i den audiovisuelle branche. European Audiovisual Observatory (EAO), som hører under Europarådet, har i en række rapporter beskrevet denne udvikling. Der henvises til rapporten "Investments in original European content a 2011-2021 analysis" fra september 2022 og til rapporten "Audiovisual services spending on original European content 2014-2024 data" fra september 2025.

EAO opgør de samlede investeringer i originalt europæisk indhold ekskl. nyheder og sport til EUR 12,7 mia. i 2011 i sin 2022-rapport, side 5 og til EUR 25,1 mia. i 2024 i sin 2025-rapport side 10. Udviklingen fra 2011 til 2024 er dermed en stigning på 97,6 pct., dvs. næsten en fordobling for investeringer i originalt europæisk indhold.

Retsgrundlag

Ophavsretslovens § 35 lyder således:

"Værker, som udsendes i radio eller fjernsyn, må samtidig og uændret videreudsendes, såfremt betingelserne for aftalelicens efter § 50 er opfyldt. Bestemmelsen i 1. pkt. finder kun anvendelse på videreudsendelse i en internetadgangstjeneste, såfremt denne udbydes i et kontrolleret miljø. Bestemmelsen i 1. pkt. gælder ikke for rettigheder, som indehaves af radio- og fjernsynsforetagender.

Stk. 2. Uanset bestemmelsen i stk. 1 må værker, der indgår i en trådløs radio- eller fjernsynsudsendelse, som modtages ved hjælp af egen antenne, videreudsendes over kabelanlæg, som ikke omfatter mere end 2 tilslutninger.

Stk. 3. Ejeren af et anlæg, og udbyderen af en internettjeneste, er ansvarlig for, at der træffes aftale om videreudsendelse efter stk. 1 over anlægget eller internettjenesten. Er et vederlag, som ejeren eller udbyderen skal betale efter en aftale indgået i overensstemmelse med stk. 1 eller en kendelse fra Ophavsretslicensnævnet efter § 48, stk. 1, fastsat som et beløb pr. tilslutning, er brugeren af den enkelte tilslutning pligtig at betale ejeren eller udbyderen et beløb, som svarer dertil.

Stk. 4. Værker, som udsendes i radio eller fjernsyn, må på anden måde, end hvad der er bestemt i stk. 1, gengives af andre, såfremt betingelserne for aftalelicens efter § 50 er opfyldt. Eksempelarfremstilling og tilrådighedsstillelse af værker på en sådan måde, at almenheden får adgang til dem på et individuelt valgt sted og tidspunkt, jf. § 2, stk. 4, skal ske i tidsmæssig tilknytning til udsendelsen.

Stk. 5. Værker, der af en onlinetjenesteudbyder med et samlet udbud af audiovisuelle produktioner stilles til rådighed på en sådan måde, at almenheden får adgang til dem på et individuelt valgt sted og tidspunkt, jf. § 2, stk. 4, må gengives af andre, når gengivelsen sker inden for samme tidsrum som onlinetjenesteudbyderens tilrådighedsstillelse og betingelserne for aftalelicens efter § 50 er opfyldt.

Stk. 6. Bestemmelserne i stk. 4 og 5 gælder ikke, hvis ophaveren over for nogen af de aftalesluttende parter har nedlagt forbud mod værkets udnyttelse. Bestemmelserne

gælder ikke for rettigheder, som indehaves af radio- og fjernsynsforetagender eller onlinetjenesteudbydere.

Stk. 7. Opstår der spørgsmål om, hvorvidt en organisation, der efter § 50, stk. 4, er godkendt til at indgå aftaler omfattet af stk. 4 eller 5, stiller urimelige vilkår for at indgå aftale, kan hver af parterne forelægge spørgsmålet for Ophavsretslicensnævnet, jf. § 47. Nævnet kan fastsætte vilkårene, herunder vederlagets størrelse."

Ved en ændring af ophavsretsloven i 1985 blev der med en ny § 22 a indført en adgang til uændret videreudsendelse af værker, som udsendes i radio og fjernsyn (lov nr. 274 af 6. juni 1985).

I 1989 blev der i § 22 a indsat et nyt stk. 4 (lov nr. 378 af 7. juni 1989) med følgende ordlyd:

"Stk. 4. Vederlagskravet påhviler ejeren af anlægget. Er det vederlag, som ejeren skal betale, fastsat som et beløb pr. tilslutning, er brugeren af den enkelte tilslutning pligtig at betale ejeren et beløb, som svarer dertil. Kulturministeren kan fastsætte nærmere regler om vederlagsopkrævningen."

Af bemærkningerne til § 22 a, stk. 4, fremgår følgende om baggrunden for indførelsen af bestemmelsen i 1989-loven (lovforslag nr. L 132 af 8. december 1988), de specielle bemærkninger til forslaget § 1, nr. 7:

"Den i 1985 gennemførte licensordning for kabelspredning m.v. af radio- og fjernsynsprogrammer har på enkelte punkter givet anledning til vanskeligheder i praksis. Det drejer sig bl.a. om spørgsmålet, hvem der er forpligtet til at udrede det samlede vederlag for spredningen af radio- og fjernsynsprogrammer over et radio- eller kabelanlæg. Af motiverne fremgår det, at det samlede ophavsretlige vederlagskrav efter § 22 a, stk. 2, påhviler den for et anlæg ansvarlige ejer, som har den faktiske og retlige dispositionsret over anlægget. På baggrund af det rejste spørgsmål finder ministeriet det rigtigst at foreslå, at det i selve lovtæksten til § 22 a præciseres, at vederlagskravet påhviler ejeren af anlægget."

I 1995 blev bestemmelsen i § 22 a flyttet til § 35 (lov nr. 395 af 14. juni 1995), hvor § 22 a, stk. 4, i første omgang blev videreført som § 35, stk. 4.

I 1996 blev § 35 grundlæggende ændret (lov nr. 1207 af 27. december 1996) som følge af ændringen af tvangslicensordningen til en aftalelicensordning. Dette førte imidlertid ikke til ændringer med hensyn til ansvaret for anlægsejeren. Bestemmelsen fik dermed sin nuværende placering i § 35, stk. 3.

I kulturministerens svar af 11. maj 2005 på et § 20-spørgsmål (nr. S 1158) om Copydan-ordningen hedder det bl.a.:

"Det er den kommercielle eller ikke-kommercielle distribution af radio- og tv-udsendelser i et kabelanlæg, der er den ophavsretlige begivenhed. Ejeren af kabelanlægget

er ansvarlig for, at rettighederne er klareret, dvs. i praksis at der afregnes til rettighedshaverne. Kabelanlægget har dog mulighed for at overføre betalingsforpligtelsen på den enkelte bruger."

Ved lov nr. 1121 af 4. juni 2021, der trådte i kraft den 7. juni 2021, blev udbydere af internettjenester tilføjet som aftaleansvarlige i § 35, stk. 3. Af forarbejderne til denne ændring fremgår bl.a. (Lovforslag L 205 af 26. marts 2021):

"Bestemmelsen om ansvar m.v. i den gældende § 35, stk. 3, bibeholdes, men justeres således, at vederlagspligten påhviler tjenesteudbyderen på lige fod med en anlægsejer.

[...]

Den foreslåede bestemmelse vil betyde, at aftaleansvaret jf. den foreslåede § 35, stk. 3, 1. pkt. og således vederlagspligten jf. § 35, stk. 3, 2. pkt. efter den foreslåede § 35, stk. 1, påhviler tjenesteudbyderen og således ikke den enkelte bruger.

[...]

Baggrunden for forslaget er at ligestille de nye former for retransmission i § 35, stk. 1, i forhold til den eksisterende regulering af retransmission."

Af forarbejderne til ophavsretslovens § 35, stk. 7, (lovforslag nr. L 123 af 29. januar 2014) fremgår af lovforslagets almindelige bemærkninger bl.a.:

"På disse nye områder foreslås det i § 35, stk. 7, at Ophavsretslicensnævnet får kompetence til at afgøre, om et vederlag er urimeligt. Dette vil være til fordel for brugerne, som derved får mulighed for at få prøvet, om et konkret vederlag, som den kollektive forvaltningsorganisation kræver, er urimeligt. Den mulighed eksisterer ikke ved den generelle aftalelicens."

Af det nævnte lovforslags specielle bemærkninger fremgår bl.a.:

"Forslaget til § 35, stk. 7 medfører, at Ophavsretslicensnævnet får kompetence til at træffe afgørelse om, hvorvidt en organisation, der er godkendt efter § 50, stk. 4, til at indgå aftaler med aftalelicensvirkning omfattet af de foreslåede stk. 4 og 5, stiller urimelige vilkår for at indgå aftale. Nævnet kan fastsætte vilkårene, herunder vederlagets størrelse. Rimelighedsvurderingen bør foretages ud fra en samlet vurdering af den konkrete sags omstændigheder, idet der ved afgørelsen blandt andet bør lægges vægt på almene samfundsmæssige hensyn og konkurrenceretlige hensyn, herunder princippet om ikke-diskriminering.

Kulturministeriet vurderer, at det betyder, at man vil få en velfungerende ordning med let håndtering af tvister om vilkår og vederlagets størrelse. Da der er tale om nye områder, som ikke er underlagt direktivmæssige krav i så henseende, finder Kulturministeriet ikke, at det er hensigtsmæssigt, at nævnet på de nye områder, der omfattes

af § 35, stk. 4 og 5, vil kunne meddele tilladelsen i tilfælde af parternes uenighed. I lighed med de øvrige aftalelicensbestemmelser vil det være tilstrækkeligt, at nævnet kan træffe afgørelse om det rimelige vederlag og andre vilkår, men uden at have mandat til at meddele selve tilladelsen, som det dermed fortsat vil være op til rettighedshavernes organisation at tage stilling til."

Ophavsretslovens § 47, stk. 2, lyder således:

"Ophavsretslicensnævnet kan træffe afgørelse i henhold til § 11 c, stk. 3, § 13, § 13 a, stk. 5, og § 14, § 16 b, § 17 d, stk. 3, § 18, stk. 1, § 24 a, § 29 a, stk. 3, § 30, § 33, § 35, stk. 7, § 48, stk. 1-3, § 51, stk. 2, § 52 a, stk. 8, § 52 b, stk. 4, § 52 c, stk. 6, § 55 c, § 68, § 75 a, stk. 3, og § 75 d. Nævnets afgørelser kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed."

Af forarbejderne til ophavsretslovens § 47 (Lovforslag nr. L 58 af 30. januar 2008) fremgår bl.a.:

"Det er Kulturministeriets opfattelse, at Ophavsretslicensnævnet udgør et nyttigt, sagkyndigt organ til en hurtig og kvalificeret afgørelse af visse ophavsretlige tvister, som ellers kunne have verseret for domstolene. Nævnet er medvirkende til, at væsentlige dele af det ophavsretlige system fungerer hurtigt og smidigt i praksis.

Nævnet fungerer som en slags monopoltilsyn i forhold til visse af de kollektive forvaltningsselskaber, som er godkendt i henhold til ophavsretsloven (KODA, Gramex og Copydan Kabel-TV). [...]"

Ophavsretslovens § 48, stk. 1-2, lyder således:

"Nægter en organisation, som er godkendt efter § 50, stk. 4, eller et radio- eller fjernsynsforetagende uden rimelig grund at give samtykke til, at værker og udsendelser, som udsendes, samtidig og uændret videreudsendes efter § 35, stk. 1, eller tilbydes en sådan videreudsendelse på urimelige vilkår, kan Ophavsretslicensnævnet på begæring meddele den fornødne tilladelse og fastsætte nærmere vilkår herfor. Bestemmelsen i § 50, stk. 3, 1. pkt., finder tilsvarende anvendelse. Ophavsretslicensnævnets afgørelser efter 1. pkt. har ikke bindende virkning for radio- og fjernsynsforetagender.

Stk. 2. Opstår der spørgsmål om, hvorvidt et radio- og fjernsynsforetagende i samarbejde med en organisation, der er godkendt efter § 50, stk. 4, stiller urimelige vilkår for at indgå aftale om udnyttelse omfattet af § 35, stk. 4 eller 5, kan hver af parterne forelægge spørgsmålet for Ophavsretslicensnævnet, jf. § 47. Nævnet kan fastsætte vilkårene, herunder vederlagets størrelse. Ophavsretslicensnævnets afgørelser har ikke bindende virkning for radio- og fjernsynsforetagender."

Af forarbejderne til ophavsretslovens § 48, stk. 1, (lovforslag nr. L 77 af 20. november 1996) fremgår bl.a.:

"Efter forslaget til § 48, stk. 1, skal nævnet anlægge en rimelighedsvurdering ved afgørelsen af, om der foreligger et misbrug af eneretten i tilfælde, hvor en godkendt organisation eller radiofoni uden rimelig grund nægter at give samtykke til kabelviderespredning eller stiller urimelige betingelser herfor. Rimelighedsvurderingen bør foretages ud fra en samlet vurdering af den konkrete sags omstændigheder, idet der ved afgørelsen blandt andet bør lægges vægt på almene samfundsmæssige hensyn til udbredelsen af radio- og fjernsynsudsendelser og konkurrenceretlige hensyn, herunder princippet om ikke-diskriminering.

[...]

Efter en samlet gennemgang af de modtagne høringssvar må Kulturministeriet være af den opfattelse, at det ikke vil være hensigtsmæssigt at opstille særlige begrænsninger for Ophavsretslicensnævnets virksomhed. Nævnet bør kunne træffe afgørelse ud fra en fri bedømmelse af samtlige i den konkrete sag relevante forhold."

Af forarbejderne til en senere ændring af ophavsretslovens § 48, stk. 1, (lovforslag nr. L 205 af 26. marts 2021) fremgår bl.a.:

"Ophavsretslovens § 48, stk. 1, blev sidst revideret i forbindelse med lov nr. 997 af 9. december 2003 om ændring af ophavsretsloven, hvor det i forbindelse med medtagning af trådløs viderespredning under Ophavsretslicensnævnets kompetence til implementering af satellit- og kabeldirektivet blev fastslået under henvisning til Romkonventionen fra 1961, at nævnets afgørelser ikke er bindende for radio- og fjernsynsforetagender.

Dette sikrede, at Ophavsretslicensnævnets kompetence i forhold til radio- og fjernsynsforetagender i princippet opretholdtes, idet radio- og fjernsynsforetagenderne dog af hensyn til forpligtelserne efter satellit- og kabeldirektivet ikke var bundet af afgørelserne. På denne måde sikredes radio- og fjernsynsforetagenderen eneret til kabelviderespredning uden indskrænkende tvangsmæssige elementer og forpligtelserne efter satellit- og kabeldirektivets artikel 11 om mægling gennemførtes i dansk ret.

Dette gjaldt også efter artikel 12, stk. 1, hvorefter radio- og fjernsynsforetagendet ikke uden gyldig grund må forhindre eller stille sig i vejen for forhandlinger om kabelviderespredning.

Efter § 48, stk. 1, kan Ophavsretslicensnævnet på begæring meddele den fornødne tilladelse til samtidig og uændret videreudsendelse, hvis en organisation, der er godkendt efter § 50, stk. 4, til at indgå aftaler med aftalelicensvirkning, uden rimelig grund nægter samtykke eller stiller urimelige vilkår for at indgå aftale. Nævnet kan fastsætte vilkårene, herunder vederlagets størrelse."

Ophavsretslovens § 48, stk. 2, blev indført ved lov nr. 676 af 11. juni 2024 med ikrafttræden 1. juli 2024. Af forarbejderne (Lovforslag L 145 af 20. marts 2024) fremgår bl.a.:

"Det er et særkende ved den danske model, at en lang række radio- og fjernsynsforetagender og øvrige rettighedshavere optræder samlet både om licensering af samtidig og uændret videreudsendelse af de omfattede radio- og tv-kanaler og anden videreudnyttelse. Som følge af, at radio og fjernsynsforetagenders rettigheder ikke er omfattet af nævnets kompetence i henhold til § 35, stk. 7, vil Ophavsretslicensnævnet ikke, som på retransmissionsområdet, kunne træffe afgørelse om en samlet tarif og samlede vilkår, for så vidt angår udnyttelse i henhold til § 35, stk. 4 og 5.

Den foreslåede bestemmelse har til formål at rette op på denne uhensigtsmæssighed, således at Ophavsretslicensnævnet også vil kunne træffe en samlet afgørelse vedrørende tariffer og vilkår, når radio- og fjernsynsforetagender i samarbejde med en organisation godkendt efter § 50, stk. 4, indgår fælles aftaler med brugere vedrørende udnyttelser omfattet af § 35, stk. 4 og 5.

Ophavsretslicensnævnets kompetence vil i henhold til den foreslåede bestemmelse kun omfatte radio- og fjernsynsforetagender, når de i samarbejde med en organisation, som er godkendt efter § 50, stk. 4, indgår aftaler om videreudnyttelse omfattet af § 35, stk. 4 og 5.

Nævnet vil således således [sic] ikke få kompetence i relation til onlinetjenesteudbydere (dvs. streamingtjenester, f.eks. selvstændige streamingtjenester og streamingtjenester, som er forbundet med radio- og fjernsynsvirksomhed m.v.), som også er holdt uden for aftalelicensen efter § 35, stk. 6, 2. pkt. På samme måde vil radio- og fjernsynsforetagender, som indgår aftaler direkte med brugere uden et samarbejde med de øvrige rettighedshavere, heller ikke blive underlagt nævnets kompetence.

Nævnets afgørelser vil som hidtil ikke være bindende, og dermed indebærer bestemmelsen ikke et indgreb i radio- og fjernsynsforetagenders rettigheder.

På ovenstående baggrund foreslås det, at der i ophavsretslovens tilføjes en ny § 48, stk. 2, således at bestemmelsen i § 48 opdateres ift. aftaler om videreudnyttelse omfattet af stk. § 35, 4 og 5.

Det er Kulturministeriets vurdering, at den foreslåede ændring til § 48, stk. 2, vil skabe en god ordning, som giver Ophavsretslicensnævnet mulighed for at tage samlet stilling til videreudsendelse på de teknologineutrale ordninger i § 35, stk. 4 og 5, til gavn for markedet for videreudsendelse."

Ophavsretslovens § 52 a lyder således:

"Kollektiv forvaltningsorganisationer og brugere skal forhandle om licensering af rettigheder i god tro og skal i den forbindelse give hinanden alle nødvendige oplysninger.

Stk. 2. Licensbetingelser skal være baseret på objektive og ikke diskriminerende kriterier. Kollektiv forvaltningsorganisationer er i forbindelse med licensering af ret-

tigheder ikke forpligtet til at anvende licensbetingelser aftalt med en bruger som præcedens for andre onlinetjenester, når den pågældende bruger leverer en ny type onlinetjeneste, som har været tilgængelig for offentligheden i Den Europæiske Union i mindre end 3 år.

Stk. 3. Kollektiv forvaltnings-organisationer skal oplyse brugerne om kriterierne for fastsættelsen af tariffer for enerettigheder og retten til vederlag.

Stk. 4. Rettighedshavere skal modtage et passende vederlag for anvendelsen af rettighederne.

Stk. 5. Kollektiv forvaltnings-organisationer skal besvare anmodninger fra brugere uden unødigt forsinkelse. Når kollektiv forvaltnings-organisationen har modtaget alle relevante oplysninger, skal den uden unødigt forsinkelse enten tilbyde en licens eller give brugeren en begrundet meddelelse om, at den ikke agter at udstede en licens.

Stk. 6. En kollektiv forvaltnings-organisation skal gøre det muligt for brugerne at kommunikere med organisationen elektronisk.

Stk. 7. Bestemmelsen i stk. 1 finder tilsvarende anvendelse på alle uafhængige forvaltningsorganisationer, der er etableret i Danmark.

Stk. 8. Tvister mellem en kollektiv forvaltnings-organisation, som udsteder eller tilbyder at udstede multiterritoriale licenser for onlinemusikrettigheder, og en faktisk eller potentiel onlinetjenesteudbyder om anvendelsen af stk. 1-6 kan indbringes for Ophavsretslicensnævnet, såfremt tvisten vedrører en multiterritorial licens for onlinemusikrettigheder.”

Af forarbejderne til ophavsretslovens § 52 a (lovforslag nr. L 77 af 9. december 2015) fremgår bl.a.:

”Forslaget til 52 a, stk. 1, medfører, at kollektive forvaltningsorganisationer og brugere skal forhandle om licensering af rettigheder i god tro, og i den forbindelse skal de give hinanden alle nødvendige oplysninger.

Forslaget medfører ikke en pligt for den kollektive forvaltningsorganisation til at indgå en aftale. Ophavsretslovens regler om tvangslicens, fx ophavsretslovens § 68, indebærer, at det på enkelte områder ikke er en forudsætning for lovlig brug, at der er indgået aftale med rettighedshaverne.

Forslaget til 52 a, stk. 2, medfører, at licensbetingelser skal være baseret på objektive og ikkediskriminerende kriterier. Kollektive forvaltningsorganisationer er i forbindelse med licensering af rettigheder ikke forpligtet til at anvende licensbetingelser aftalt med en bruger som præcedens for andre onlinetjenester, når den pågældende bruger leverer en ny type onlinetjeneste, som har været tilgængelig for offentligheden i Den Europæiske Union i mindre end tre år.

Kravene om, at en kollektiv forvaltningsorganisations licensbetingelser skal være objektive og ikke-diskriminerende, svarer til praksis fra Den Europæiske Unions Domstol og kendes også fra Ophavsretslicensnævnets praksis.

Forslaget til 52 a, stk. 3, medfører, at kollektive forvaltningsorganisationer skal oplyse brugerne om kriterierne for fastsættelsen af tariffer for enerettigheder og retten til vederlag.

Bestemmelsen har til formål at gøre det nemmere for brugerne at gennemskue sammensætningen af tarifferne og dermed vurdere rimeligheden heraf. Oplysningspligten gælder som udgangspunkt alle den kollektive forvaltningsorganisations tariffer. I de tilfælde, hvor det ikke er muligt at oplyse om specifikke kriterier for tariffastsættelsen, fordi der foreligger særlige forhold, skal den kollektive forvaltningsorganisation så vidt muligt oplyse brugeren om de overordnede kriterier. Hvis en bruger indgår en fælles aftale med en kollektiv forvaltningsorganisation på den ene side og en eller flere individuelle rettighedshavere på den anden side og betaler en samlet tarif for den aftalte brug, må det bero på en konkret vurdering, om der er pligt til fuldt ud at oplyse om kriterierne for den samlede tarif, hvis ikke de individuelle rettighedshaveres vederlagsandel kan udskilles uden at afsløre størrelsen af denne andel.”

Parternes anbringender

Klagernes anbringender

Klagerne har anført bl.a.:

Rettighedshavernes vilkår er ikke urimelige

Indledning

Ophavsretslicensnævnet skal tage stilling til, om de konkrete vederlag og vilkår, som Rettighedshaverne har nedlagt påstand om for perioden fra den 1. april 2024 til den 31. december 2027, ligger inden for rammerne af det rimelige. De nedlagte påstande indebærer med enkelte variationer en videreførelse af tarifferne fra parternes tidligere aftaler. Rettighedshavernes påstande er hverken udtryk for en ny vederlagsmodel, konstrueret ensidigt til brug for sagen eller for et brud med det historiske aftalegrundlag. Påstandene hviler på den aftalestruktur, som parterne selv har udviklet gennem en længere årrække og efter gentagne forhandlinger. Efter Rettighedshavernes opfattelse understøtter alle vurderingskriterier, at de justerede tariffer, der er indeholdt i påstandene, ikke er urimelige.

Tarifferne harmonerer med den måde, markedet for tv-distribution fungerer i praksis. De afspejler, at Rettighedshavernes rettigheder indtager en væsentlig rolle i TDC Brands' tv-produktlinje, og at denne rolle over længere tid er blevet styrket i

takt med udviklingen i både produkterne og kundernes præferencer. Tarifferne tager udgangspunkt i den konkrete udnyttelse, som TDC Brands har opbygget og fortsat baserer sine tv-produkter på.

Tarifferne er heller ikke urimelige, når de sammenholdes med de Indklagedes økonomiske forhold, herunder TDC Brands' prissætning af tv-produkterne. Det samme gælder, når der sammenlignes med 1) de tariffer og vilkår, Rettighedshaverne anvender over for andre kommercielle tv-distributører, 2) med de vilkår, som TDC Brands mødes med i aftaler med kommercielle programleverandører, og 3) med de betalingsniveauer, der i øvrigt gælder for prissætning af rettigheder.

Rettighedshavernes argumentation om rimelighed falder i to led. For det første er det et spørgsmål, om vederlagsniveauet er urimeligt. For det andet er det et spørgsmål, om tarifstrukturerne er urimelige. Med tarifstrukturerne sigtes til den opgørelsesmåde, der er indeholdt i tarifferne og de enkelte modelvalg, som bestemmer, hvornår og hvordan vederlaget beregnes.

Fælles temaer for rimelighedsvurderingen

Det seneste aftalegrundlag som udgangspunkt

Det naturlige udgangspunkt for rimelighedsvurderingen er parternes seneste samlede aftalegrundlag fra [REDACTED]. Dette aftalegrundlag regulerede den rettighedsudnyttelse, som umiddelbart gik forud for påstandsperioden, og var gældende indtil den 31. marts 2024.

Aftalegrundlaget blev ikke til i et tomrum. Parterne har i en lang årrække samarbejdet om TDC Brands' tv-produkter og har gentagne gange forhandlet om netop de spørgsmål, som nu er centrale i sagen, herunder navnlig tjenesternes omfang, udbredelsesrabatter og OTT-produkter.

Aftalerne blev indgået mellem parter med indgående kendskab til markedet, distributionsformerne, rettighedsgrundlaget og TDC Brands' produkter. TDC Brands er ikke en perifer eller uerfaren aftalepart. TDC Brands har gennem hele aftalehistorikken haft en betydelig markedsposition, stor kommerciel indsigt og en meget betydelig forhandlingsstyrke.

[REDACTED]-sommeraftalen var kulminationen på et langvarigt forhandlingsforløb, hvor alle væsentlige elementer i parternes aftalegrundlag blev forhandlet i detaljer. Formålet var bl.a. at rydde op i uklarheder og samle reguleringen af et omfattende aftalekompleks. Den kommercielle enighed, som parterne konstaterede, vedrørte derfor aftaleforholdet som helhed og ikke blot enkelte, løsrevne vilkår.

Når et vederlagsniveau og en vederlagsstruktur er blevet til gennem sådanne gentagne og detaljerede forhandlinger mellem professionelle parter, må dette ses som udtryk for, hvad parterne på markedet selv har anset for kommercielt rimeligt.

Det seneste aftalegrundlag er ikke det eneste relevante parameter for bedømmelse af rimelighed. Aftalegrundlaget udgør dog et centralt og tungtvejende moment ved rimelighedsvurderingen efter ophavsretslovens § 48, stk. 1 og 2, og § 35, stk. 7. Aftalehistorikken afgør således ikke spørgsmålet om rimelighed, men den er en klar indikator på, hvad parterne selv anså for rimeligt, da de indgik aftalerne.

Dette gælder navnlig, fordi parterne havde alternativer ved indgåelsen af aftalerne. TDC Brands kunne f.eks. have reduceret indhold eller funktionalitet eller indbragt vederlagsspørgsmål for Ophavsretslicensnævnet. TDC Brands valgte i stedet at indgå aftalerne og udvikle tv-produkterne på grundlag heraf.

I [REDACTED]-sommeraftalen konstateres der efter aftalens ordlyd "kommerciel enighed mellem parterne". Parternes eneste tilbageværende uenighed var, om TDC Brands for OTT-tv-produkter skulle have udbredelsesrabat for digitale tv-tjenester. Parterne aftalte i [REDACTED]-sommeraftalen et konkret kompromis med halv udbredelsesrabat om dette spørgsmål.

Rettighedshavernes påstande i forhold det seneste aftalegrundlag

Parterne kendte [REDACTED]-data ved indgåelsen af [REDACTED]-sommeraftalen. Ved rimelighedsvurderingen vil det derfor være naturligt at fokusere på, om der siden [REDACTED] er indtrådt omstændigheder, som gør det urimeligt at videreføre vilkårene i det seneste aftalegrundlag.

Efter Rettighedshavernes opfattelse er der ikke indtrådt sådanne omstændigheder.

På den baggrund viderefører Rettighedshavernes påstande i al væsentlighed det hidtidige aftalegrundlag.

Rettighedshaverne har i de principale påstande foretaget visse forenklinger og justeringer i forhold til det seneste aftalegrundlag. Disse ændringer skal ses i lyset af, at Rettighedshaverne forventer at tilbyde de tariffer, Ophavsretslicensnævnet måtte fastsætte, i forhold til antenne- og boligforeninger samt øvrige kommercielle tv-distributører. Disse tariffer bør derfor, efter Rettighedshavernes opfattelse, ikke automatisk videreføre alle historiske kompromiser, rabatter og overgangsordninger, medmindre de fortsat har en selvstændig saglig begrundelse.

Rettighedshaveren har dog medtaget de pågældende rabatter mv. i subsidiære varianter af de nedlagte påstande, således at Ophavsretslicensnævnet kan videreføre et eller flere af disse elementer, hvis Ophavsretslicensnævnet finder grundlag herfor.

Adgang og rådighed versus faktisk brug

TDC Brands sælger ikke tv-produkter mod betaling pr. seerminut. TDC Brands sælger adgang til et tv-produkt. Kunden betaler for rådighed over tv-kanaler, digitale funktioner, herunder portabilitet via web-tv, on demand-adgang, brugerflade og

valgmuligheder, og kunden betaler det samme, uanset om kunden udnytter mulighederne dagligt eller månedligt.

Det gør ikke TDC Brands' tv-pakkepriser urimelige, at en kunde ikke er interesseret i samtlige tv-kanaler eller funktioner.

Det samme må gælde ved vurderingen af Rettighedshavernes vederlag og vilkår. Ved kollektiv licensering i forhold til tv-distributionsmarkedet er adgang, rådighed, produktindhold og mulighed for udnyttelse alle saglige værdiparametre.

Kundernes præferencer kommer inden for dette område til udtryk ved, at kunderne kan vælge en mindre tv-pakke, vælge en fleksibel tv-pakke, tilvælge eller fravælge bestemte kanaler eller helt undlade at købe et tv-produkt. Disse valg er afspejlet i tarifstrukturen, bl.a. gennem betaling pr. tilslutning, kanalantal, pakke type, tilvalg og adgang til digitale tv-tjenester.

Faktisk brug kan indgå som moment til et støttebevis for værdi, navnlig når det drejer sig om den indbyrdes vægtning mellem forskellige rettigheder i produktet, men faktisk brug er ofte uegnet som bærende kriterium for fastsættelse af vederlag.

En tarif baseret på tilrådighedsstillelse afspejler den værdi, TDC Brands selv realiserer gennem sin abonnementsmodel. TDC Brands opnår betaling for produktets samlede attraktivitet, for kundernes valgmuligheder og for den tryghed, der ligger i at have adgang til indholdet og funktionaliteten, når behovet opstår.

TDC Brands' indsigelse om, at de aftalte vederlag ikke er proportionale med rettighedsforbruget, gennemgås i detaljer nedenfor.

Vederlagsniveauet er ikke urimeligt

Påstandenes vederlagsniveau i forhold til det seneste aftalegrundlag

Den samlede betaling til Rettighedshaverne på Hovedområdet vil være faldende, selv hvis Rettighedshaverne får medhold i de principale påstande. Det skyldes, at antallet af TDC Brands' tv-pakkekunder er faldende.

Den samlede betaling fremgår af skemaet i **bilag 2** til denne kendelse.

Det centrale for rimelighedsvurderingen er, hvordan betalingen vil være målt i andel af kundernes betaling for tv-pakkerne. Sammenholdes betalingen til Rettighedshaverne pr. tv-pakke med prisen på den enkelte tv-pakke, viser det, at Rettighedshavernes forholdsmæssige andel af de Indklagedes priser har været faldende siden 2020, og at dette fald vil fortsætte, selv hvis Rettighedshaverne får medhold i deres principale påstande. Der henvises til **bilag 1** til denne kendelse.

TDC Brands' betaling til Rettighedshaverne i relative tal har således været faldende siden 2020. De nedlagte påstande vil ikke ændre denne udvikling.

TDC Brands har siden 2020 hævet priserne på tv-pakker væsentligt og har samtidig kunnet fastholde en stabil indtjening på tv-området. Der er derfor ikke grundlag for at anse Rettighedshavernes vederlag for urimeligt med henvisning til TDC Brands' økonomiske forhold.

Rettighedshaverne har ikke søgt et generelt løft af tariffærne

Som beskrevet ovenfor indebærer Rettighedshavernes påstande ikke et generelt løft i den samlede betaling fra TDC Brands til Rettighedshaverne.

De forhold, der er beskrevet i de følgende afsnit, kunne dog retfærdiggøre et betydeligt løft i Rettighedshavernes favør. Det gælder navnlig udviklingen i de digitale tv-tjenesters betydning for TDC Brands' tv-produkter, prisudviklingen for audiovisuelt indhold, herunder priserne for kommercielle tv-kanaler samt den generelle fylde og udvikling i TDC Brands' forbrug af rettigheder.

Rettighedshaverne har imidlertid valgt at tage udgangspunkt i det seneste aftalegrundlag. Ændringerne i forhold til det hidtidige aftalegrundlag består navnlig i, at TDC Brands-specifikke særordninger og historisk begrundede overgangsrabatter ikke videreføres i de tilfælde, hvor grundlaget for dem ikke længere er til stede.

Påstandene er derfor heller ikke udtryk for det højeste vederlagsniveau, som, Rettighedshaverne mener, ville kunne forsvares. De er udtryk for en fremadrettet regulering, der i al væsentlighed viderefører det seneste aftalegrundlag med enkelte tilpasninger.

TDC Brands har hævet tv-pakkepriserne mere, end rettighedsbetalingen pr. tv-pakke er steget

TDC Brands har siden aftaleindgåelsen hævet tv-pakkepriserne væsentligt. Når vederlagene sættes i forhold til tv-pakkepriserne, viser udviklingen, at rettighedsbetalingernes andel af tv-pakkepriserne er faldet.

De foreliggende opgørelser viser, at Rettighedshavernes andel er stabil eller faldende, og at andelen fortsat vil være lavere end niveauet i 2020, selv hvis de principale påstande tages til følge.

TDC Brands' egen prissætning viser dermed, at tv-pakkeproduktet fortsat har betydelig kommerciel værdi. Når TDC Brands' tv-pakkepriser er steget mere end rettighedsbetalingen pr. pakke, er der ikke grundlag for at anse Rettighedshavernes vederlagsniveau for urimeligt.

TDC Brands' rapporterede tv-omsætning kan ikke uden videre sammenholdes med rettighedsbetalingen, fordi der ikke er den fornødne sammenhæng mellem omsætningstallet og den rettighedsudnyttelse, som Rettighedshavernes vederlag angår.

Den rapporterede omsætning er påvirket af pakkenedgraderinger, engrossalg til antenne- og boligforeninger og koncerninterne opgørelsesprincipper. Den siger derfor ikke i sig selv, hvad kunderne betaler for det produkt, hvori Rettighedshavernes rettigheder indgår, heller ikke på aggregeret niveau.

Tv-pakkepriserne pr. produkt er derimod en direkte indikator for rettighedernes kommercielle funktion. Tv-pakkepriserne viser, hvad slutkunden betaler for det konkrete produkt, hvori Rettighedshavernes rettigheder indgår.

Selv hvis TDC Brands' rapporterede tv-omsætning inddrages subsidært, understøtter den efter Rettighedshavernes opfattelse ikke, at niveauet er urimeligt. Sammenholdes TDC Brands' betaling til Rettighedshaverne på Hovedområdet med TDC Brands' rapporterede tv-omsætning, viser det, at TDC Brands' betaling har udgjort en faldende andel af den rapporterede tv-omsætning i perioden 2020-2025. Dette fald vil fortsætte ind i 2026, selv hvis Rettighedshavernes principale påstande tages til følge. Dette er en følge af, at TDC Brands i 2026 har hævet priserne væsentligt mere end nettoprisindekset.

En gennemgang af Indklagedes regnskaber viser, at den underliggende drift er væsentligt overskudsgivende. Der er ikke noget, der tyder på, at dette er under forandring, idet de økonomiske resultater har været stabile gennem en længere årrække. Det skyldes ud over de stigende tv-pakkepriser også, at der er faldende personaleomkostninger og faldende omkostninger til teknik.

Ved bedømmelsen af de Indklagedes økonomi bør der også tages hensyn til, at de Indklagede bruger tv-pakker til at sælge teleprodukter (bredbånd og telefoni). Dette giver TDC Brands bedre resultater på den samlede bundlinje, selv om det ikke nødvendigvis giver udslag i den rapporterede tv-omsætning.

Samlet set kan der ikke peges på omstændigheder ift. TDC Brands' økonomiske udvikling siden 2020, der skulle gøre niveauet urimeligt.

Betydningen af det faldende antal tv-pakkekunder og nedgraderinger

Antallet af tv-kunder er faldende, og der er en fortsat tendens til, at tv-kunderne nedgraderer fra større tv-pakker til Grund- eller Minipakken.

Når antallet af tv-kunder falder, så falder den samlede betaling tilsvarende. Når der sker nedgraderinger (såkaldt cable shaving), så bliver betalingen for udestående rettigheder i de kommercielle kanaler i de store pakker lavere, fordi der i væsentligt omfang betales vederlag pr. tv-kanal.

Sådanne nedgraderinger reducerer ikke udnyttelsen af Rettighedshavernes rettigheder, fordi TDC Brands distribuerer Copydan tv-kanalerne, herunder DR's kanaler og nabolandskanalerne, til alle kunder og giver langt størstedelen af kunderne adgang til de digitale tv-tjenester.

Data om brugen af de digitale tv-tjenester bekræfter også, at brugen af indhold, hvortil [REDACTED].

Når der sker nedgraderinger til Mini- eller Grundpakken, så koncentrerer brugen om indholdet i Mini- og Grundpakken, hvor Rettighedshaverne leverer hovedparten af rettighederne.

Nedgraderinger er også drevet af, at de digitale tv-tjenester giver tv-kunderne mange og attraktive valgmuligheder, fordi indholdet også er tilgængeligt on demand. På den måde skal der færre tv-kanaler til at opfylde en tv-kundes behov. Dette øger værdien af de digitale tv-tjenester.

TDC Brands har ikke reduceret udnyttelsen af Rettighedshavernes rettigheder efter den 1. april 2024

TDC Brands' faktiske udnyttelse af Rettighedshavernes rettigheder er fortsat efter det seneste aftalegrundlags ophør den 1. april 2024. TDC Brands har ikke i den aftaleløse periode indrettet sine tv-produkter med en mere begrænset udnyttelse af de rettigheder, som sagen angår.

Den fortsatte udnyttelse understøtter, at TDC Brands tillægger nabolandskanalerne og de digitale tv-tjenester værdi i samme omfang som hidtil. Det har stået TDC Brands frit for at begrænse udbuddet, hvis TDC Brands helt eller delvist ikke anså denne udnyttelse for kommercielt begrundet.

De digitale tv-tjenester spiller en stadigt større rolle i TDC Brands' tv-produkt

TDC Brands' tv-produkt har i dag udviklet sig til et samlet digitalt tv-univers, hvor kunden kan tilgå indhold via både lineære tv-kanaler, webplayer, Start Forfra, Catch Up, DRTV, N-PVR, stacking og app-/OTT-baseret adgang.

De digitale tv-tjenester kan ikke karakteriseres som accessoriske, underordnede eller rent tekniske tillægsfunktioner. De indgår som integrerede og forventede funktioner i TDC Brands' tv-produkt og giver kunden adgang til indhold på flere tidspunkter, på flere enheder, på flere platforme og i flere brugssituationer end traditionel lineær tv-sending.

Vederlaget angår ikke alene traditionel videreudsendelse til et tv-apparat i kundens hjem. Det angår også den brede, fleksible og digitale udnyttelse af Rettighedshavernes rettigheder, som TDC Brands stiller til rådighed gennem de digitale tv-tjenester.

De digitale tv-tjenester øger tv-pakkeproduktets værdi

De digitale tv-tjenester øger kundens valgmuligheder. Kunden er ikke begrænset til at se det program, der udsendes på et bestemt tidspunkt, men kan vælge mellem et stort og løbende udskiftet katalog af tv-programmer, herunder film, serier og andet

indhold. En lille tv-pakke får derfor et væsentligt bredere indhold og en væsentligt større værdi for kunden, når den kombineres med digitale tv-tjenester.

TV-pakker er ikke længere alene et spørgsmål om at føre et simultant og uændret tv-signal frem til et tv-apparat i kundens husstand. Tv-pakker udbydes som samlede digitale tv-universer, hvor kunden får adgang til indhold på tværs af tidspunkter, enheder, platforme og brugssituationer.

Infrastruktur, app, boks, brugerflade, kundeservice og fakturering er nødvendige led i distributionen, men de skaber ikke i sig selv den efterspørgsel, der får kunden til at betale for tv-pakken. Efterspørgslen skabes af den fleksible adgang til indholdet og af de funktioner, der gør indholdet attraktivt og tilgængeligt, når kunden ønsker det.

Uden digitale tv-tjenester ville TDC Brands i højere grad skulle købe eller bundle andre streamingtjenester eller andet kommercielt on demand-indhold for at opretholde tv-produktets værdi og konkurrenceevne. Omkostningen hertil ville være mange gange højere end prisen for de digitale tv-tjenester.

De digitale tv-tjenester indebærer, at der løbende stilles meget store mængder nyt indhold til rådighed on demand. I 2015 drejede det sig om mere end 10.000 timers nyt indhold hver uge. Årligt svarer det til over 500.000 timers indhold. Det meget store og varierede katalog af on demand tv-programmer er i al væsentlighed noget, der "suges" fra tv-kanalerne gennem licenserne for 48 timers Catch Up på tværs af alle tv-kanaler, DRTV, Catch Up på nabolandskanalerne og 7 dages Catch Up på TV 2 Danmark.

Tilladelsen til udbud af digitale tv-tjenester har tilladt TDC Brands i væsentligt omfang at inkludere spillefilm i YouSee Play-appen, således at de enkelte tv-pakkekunder altid har mange spillefilm at vælge mellem. Dette er en konsekvens af, at DR og TV 2 Danmark årligt udsender et stort antal spillefilm, og at Rettighedshavernes tilladelser omfatter 100 pct. af rettighederne som følge af Catch Up på TV 2 Danmark og DRTV. Samtlige nyproducerede danske biografspillefilm sendes af DR og TV 2.

Stacking på nabolandskanalerne giver adgang til et stort antal meget attraktive dramaserier, som Rettighedshaverne alternativt kunne have licenseret til de globale streamingtjenester.

Det bemærkes også, at lovgiver har lagt til grund, at digitale tv-tjenester kan have en stor økonomisk værdi. Dette fremgår af 2014-lovbemærkningerne, jf. lovforslag nr. L 123, de almindelige bemærkninger, pkt. 4.1.3, hvor det om ophavsretslovens § 35, stk. 4 er anført:

"Der er i stk. 4 tale om udnyttelsesformer, der er accessoriske i forhold til den oprindelige radio eller tv-udsendelse, men som Kulturministeriet ikke desto mindre vurderer kan have stor økonomisk betydning."

N-PVR har en væsentlig værdi for TDC Brands

N-PVR har i sig selv en meget høj værdi, fordi tv-pakkekunderne har mulighed for at optage alle tv-programmer og gemme dem med henblik på at se dem på et senere tidspunkt.

Adgangen til et personligt, kundestyrret programbibliotek har stor værdi for mange tv-pakkekunder. Tjenesten giver kunden mulighed for selv at organisere og tilgå indholdet på egne vilkår og øger dermed både produktets fleksibilitet og kundens følelse af kontrol over tv-produktet. N-PVR reducerer "churn", fordi kunderne mister deres personlige programbibliotek, hvis de opsiger tv-pakken.

På grund af den store mængde udestående rettigheder er N-PVR ikke tilgængelig i de fleste lande, herunder Sverige og Norge, fordi det er vanskeligt at tiltrække rettighedshavere til licenserne. Der findes dog en N-PVR-licens i Finland. Licensen tilbydes af Kopiosto og er stillet til rådighed for de væsentligste finske tv-distributører, jf. prisark fra Kopiosto om "Nätlagringstjänster". Prisen for licensen er i 2025 EUR 2,5550 pr. måned pr. tilslutning (svarende til ca. 19 kr.). Prisen omfatter ikke tv-stationernes rettigheder – heller ikke public service-tv-stationernes rettigheder. Disse rettigheder skal klareres og betales separat.

Portabilitet har en væsentlig værdi for TDC Brands

Portabilitet har selvstændig rettighedsmæssig og kommerciel værdi. Det er værdifuldt for kunden at kunne tilgå tv-produktet på mobil, tablet, computer og tv-skærme både i og uden for hjemmet. Portabilitet udvider dermed den praktiske brugsmulighed væsentligt i forhold til et traditionelt coax- eller IPTV-produkt, der alene kan anvendes på almindelige tv-skærme på den fysiske installationsadresse.

Det er tilsvarende værdifuldt for TDC Brands at kunne markedsføre produktet som fleksibelt, mobilt og tilgængeligt i de brugssituationer, hvor moderne tv-forbrug finder sted, hvilket TDC Brands da også gør, jf. skærmpoint fra yousee.dk af 27. marts 2026 (YouSee Play-appen). Portabilitet har en markant negativ påvirkning på rettighedsøkonomien, fordi der, før portabilitet kom ind i tv-pakkerne, var store markeder for tv-abonnementer til fritidshuse og mobiltelefoner. Disse markeder er nu forsvundet.

Værdien understøttes også af, at portabilitet historisk har været genstand for særskilt betaling med et tillæg på cirka 50 pct. til priserne for on demand-indhold og lineære tv-kanaler gradueret efter antallet af aktive brugere, jf. "Aftale om web-tv uden for hjemmet – portabilitet af tv-pakker" af 27. februar 2011 mellem Stofa (nu Norlys) og Copydan. TV 2 Danmark opkræver efter det oplyste et særskilt tillægsvederlag for portabilitet af TV 2 Danmark.

Det forhold, at portabilitet indebærer en væsentlig risiko for adgang uden for den forudsatte kundekreds, bør også inddrages ved vurderingen af vederlaget til Rettighedshaverne.

Portabilitet kan således ikke reduceres til en underordnet og teknisk tillægsfunktion, men udgør en selvstændig udnyttelse med stor kommerciel betydning.

TDC Brands' kunder anvender de digitale tv-tjenester i stigende omfang

Udviklingen i relation til de digitale tv-tjenester viser, at de anvendes af kunderne i stigende omfang.



TDC Brands' kunders brug understøtter dermed, at de digitale tv-tjenester har reel praktisk og kommerciel betydning.

TDC Brands' kunder søger mod indhold fra DR, TV 2 og nabolandskanalerne

Medieudviklingen har i de seneste 15 år været præget af, at unge og yngre voksne foretrækker direkte abonnementer på streamingtjenester, der primært har amerikansk underholdning. Det indebærer en demografisk udvikling i TDC Brands og andre tv-distributørers kundebaser over mod midaldrende og ældre, der har en præference for indhold fra DR, TV 2 og nabolandskanalerne, hvor Rettighedshaverne repræsenterer alle eller næsten alle relevante rettigheder.

Når kundernes præferencer forskydes mod det indhold, hvor Rettighedshaverne repræsenterer den største rettighedsfylde, styrkes sammenhængen mellem Rettighedshavernes tilladelse og TDC Brands' kommercielle værdiskabelse.

Rettighedsmængden i Copydan tv-kanalerne er steget

De rettigheder, som Rettighedshaverne repræsenterer i Copydan tv-kanalerne, er generelt ikke blevet mindre over tid. Tværtimod viser udviklingen, at rettighedsmængden og rettighedsfylden i Copydan tv-kanalerne fortsat er betydelig og på flere punkter er øget.

Copydan tv-kanalerne består fortsat af et omfattende og løbende udskiftet programudbud, hvori der indgår et stort antal ophavsretligt beskyttede værker og præstationer.

Mængden af rettighedshavere i Copydan tv-kanalerne er steget. Lovgivningen blev således i 2021 ændret, så der blev indført selvstændig beskyttelse for billedoptagelser og lydoptagelser i relation til videreudsendelse. Denne lovændring indebærer i sig selv, at Rettighedshavernes tilladelse omfatter flere rettighedskategorier end tidligere, og at flere rettighedshavere har krav på at blive honoreret. Konkret indebærer dette, at der er titusindvis af nye billedproducentrettigheder og lydproducentrettigheder, som der skal indhentes samtykke for, og som skal honoreres ud af de indkomne vederlag. Faldet i genudsendelser på de enkelte tv-kanaler øger også mængden af rettighedshavere.

Derudover indgår der mere musik i Copydan tv-kanalerne, hvilket både øger kanalernes attraktivitet og antallet af rettighedshavere.

Copydan-tariffens vederlagsniveau afspejler ikke Copydan tv-kanalernes store betydning

Copydan tv-kanalerne er ikke marginale kanaler. De omfatter centrale public service-kanaler og nabolandskanaler, der har en væsentlig og voksende betydning for tv-pakkernes attraktionsværdi. For disse kanaler repræsenterer Rettighedshaverne et meget omfattende rettighedskompleks, der omfatter alle nødvendige rettigheder til den relevante udnyttelse.

Efter Rettighedshavernes opfattelse er vederlaget for Copydan tv-kanalerne over tid blevet for lavt. Det skyldes navnlig, at Copydan-tariffen i det væsentlige alene er blevet indeksreguleret, mens priserne på kommercielle tv-kanaler og øvrige audiovisuelle rettigheder er steget væsentligt mere end den almindelige prisudvikling.

Indeksregulering efter nettoprisindekset har i øvrigt heller ikke givet Rettighedshaverne del i den almindelige realindkomstudvikling eller i den generelle værdistigning for indholdsrettigheder. Dette er et ikke uvæsentligt forhold i rimelighedsvurderingen, da rettighedsvederlag er en vigtig løbende indkomstkilde for de enkelte rettighedshavere.

Aftalepraksis med andre tv-distributører understøtter, at vederlagsniveauet ikke er for højt

Rimeligheden af vederlagsniveauet understøttes af Rettighedshavernes aftalepraksis med andre kommercielle tv-distributører. Påstandene svarer i al væsentlighed til de vederlag og vilkår, der er aftalt med andre kommercielle tv-distributører.

Det er væsentligt, fordi andre distributører også er professionelle og kapitalstærke aktører med indsigt i markedet. Aftalepraksis med andre tv-distributører svækker derfor et synspunkt om, at TDC Brands' historiske aftaler skulle være udtryk for en urimelig eller ensidig rettighedshaverposition. Dette bestyrkes yderligere af, at alle Rettighedshavernes aftaler med alle andre kommercielle tv-distributører er i kraft og uopsagte.

Når de påståede vederlag og vilkår i al væsentlighed svarer til markedets øvrige aftalepraksis, understøtter det, at vederlagsniveauet ikke er urimeligt.

Priserne for kommercielle tv-kanaler understøtter, at Copydan-tariffen ikke er for høj

Sammenligningen med kommercielle tv-kanaler viser, at prisniveauet for kommercielle tv-kanaler ligger markant over vederlaget for Copydan tv-kanaler.

Denne forskel kan ikke forklares med, at Copydan tv-kanalerne har tilsvarende lave attraktionsværdi. Copydan tv-kanalerne omfatter centrale public servicekanaler, herunder nabolandskanalerne, der indgår som væsentlige dele i TDC Brands' tv-produkt og kundernes brug heraf.

Sammenligningen skal desuden ske på et retvisende grundlag. Kommercielle tv-stationer leverer ikke alle de rettigheder, der er nødvendige for TDC Brands' samlede udnyttelse. Ved siden af prisen til programleverandøren kan der derfor være udestående rettigheder, der skal honoreres gennem Copydan og Koda. Den reelle prisforskel mellem kommercielle kanaler og Copydan tv-kanaler er større, end den umiddelbare sammenligning viser.

Nabolandskanalerne afsætter som udgangspunkt deres indhold uden for deres hjemland på markedsvilkår. Det gælder, hvis de sælger visningsrettigheder til egenproduktioner eller, når nabolandskanalerne videreudsendes i tv-pakker. De nabolandskanaler, der har reklamer, sælger ikke reklamer på det danske marked. Nabolandskanalerne kan derfor sammenlignes med kommercielle tv-kanaler på det danske marked. Hverken producenter eller kunstnere er blevet honoreret for den brug, der finder sted i Danmark. Det afgørende må være en vurdering af attraktionsværdien af nabolandskanalerne i forhold til sammenlignelige kommercielle tv-kanaler som f.eks. BBC's tv-kanaler.

Prisen for Minipakken understøtter, at vederlagsniveauet ikke er for højt

Minipakken består i al væsentlighed af Copydan tv-kanaler, digitale tv-tjenester og TV 2 Danmark, hvis pris er offentligt tilgængelig. Det gør det muligt at opgøre de samlede indholds- og rettighedsomkostninger mere præcist end for de større pakker.

I 2026 udgør TV 2 Danmarks pris for egne og erhvervede rettigheder til videreudsendelse 29,50 kr. pr. måned pr. tilslutning ekskl. moms. Hertil kommer 2,95 kr. pr. måned for TV 2 UDE (portabilitet). Den samlede betaling til TV 2 Danmark udgør dermed 33,01111 kr. pr. måned pr. tilslutning ekskl. moms.

YouSee Infokanal, YouSee Eventkanal og Folketingskanalen indebærer alene minimale rettighedsomkostninger. Det kan lægges til grund, at de samlede omkostninger hertil udgør under [REDACTED] pr. måned pr. tilslutning og derfor er uden betydning for niveauopførelsen.

Minipakke-kunder har desuden adgang til et begrænset katalog af on demand-programmer i YouSee-appen. På grundlag af TDC Brands' oplysninger om katalogets omfang skønnes omkostningerne hertil, inklusive rettighedsomkostninger, at udgøre under [REDACTED] måned pr. tilslutning.

TDC Brands' samlede indholdsomkostninger for Minipakken udgør herefter [REDACTED] pr. måned pr. tilslutning ekskl. moms. Beløbet består af 20,0553 kr. for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler, 28,1575 kr. for digitale tv-tjenester, 33,0111 kr. til TV 2 Danmark inklusive TV 2 UDE og [REDACTED] for det begrænsede on demand-katalog.

Ved en salgspris på 199,20 kr. eksklusive moms pr. måned udgør indholdsomkostningerne [REDACTED] af prisen for Minipakken. Restbeløbet efter indholdsomkostninger udgør [REDACTED], svarende til [REDACTED], før fradrag af TDC Brands' øvrige distributions-, drifts- og kundeforholdsomkostninger.

Indholds- og rettighedsomkostninger udgør normalt en meget betydelig del af omkostningsbasen i audiovisuelle medievirksomheder. Det overordnede billede er, at en meget væsentlig del (50-90 pct.) af omsætningen eller driftsomkostningerne i sådanne virksomheder medgår til indhold og rettigheder. En indholdsandel for Minipakken på [REDACTED] er meget lav og giver et usædvanligt højt dækningsbidrag til TDC Brands.

Det understøtter – helt uafhængigt af parternes aftalehistorik – at vederlaget til Rettighedshaverne ikke kan anses for urimeligt højt.

Parterne har set Copydan-tariffen og vederlaget for digitale tv-tjenester som ét samlet økonomisk hele

Ifølge parternes hidtidige aftalegrundlag forudsætter vederlaget for digitale tv-tjenester, at der er betalt for videreudsendelse efter Copydan-tariffen. Vederlaget for digitale tv-tjenester kan allerede af den grund ikke ses isoleret.

I sommeraftalen fra [REDACTED] om Start Forfra, portabilitet af tv-pakker og DR Arkiv er det anført, at "Parterne er enige om, at denne aftale skal betragtes som en helhed, herunder at parterne er enige om, at de samlede vederlag for den rettighedsbrug, der er omfattet af denne aftale, hovedaftalen, og start forfra aftalen med tillæg er rimelige og skal være gældende i uopsigelsesperioden".

[REDACTED]-sommeraftalen indeholder på side 7, 8. nye afsnit, en lignende formulering. Det fremgår således, at "De vederlag (såvel vederlagene pr. TDC TV plus abonnement som de kollektivt afregnede vederlag), der er aftalt for StartForfra, Dr Arkiv, SidsteDøgn, GEM-V (N-PVR) og Catch up på TV 2 Danmark, betragter parterne sammen med de aftalte flow-vederlag for Copydan tv-kanaler, radiokanaler, mellemgruppekanaler, Musik-tv-kanaler som et hele".

I samme aftales pkt. XI om varighed fremgår videre: "Parterne er enige om, at denne aftale skal betragtes som en helhed, herunder er parterne enige om, at de samlede vederlag for den rettighedsbrug, der er omfattet af denne aftale, hovedaftalen og StartForfra aftalen med tillæg er rimelige og skal være gældende i uopsigelsesperioden".

Aftalen om DR-omlægningen, der vedrørte nedlægningen af tre DR-flow-tv-kanaler og udvidelsen af DRTV bygger på samme grundlæggende tilgang. Parterne foretog også her en samlet vurdering af vederlaget for DR's lineære tv-kanaler og vederlaget for digitale tv-tjenester, herunder DRTV.

Disse helhedsbetragtninger i aftaleteksterne viser, at parterne i de aftaler, der har ført frem til [REDACTED]-sommeraftalen, har forholdt sig nuanceret og samlet til den økonomiske regulering. Vederlaget for videreudsendelse af Copydan tv-kanaler og vederlaget for digitale tv-tjenester blev ikke behandlet som isolerede størrelser, men som led i en samlet aftalemæssig balance.

Tariffernes struktur er ikke urimelig

Tarifferne i påstandene set i forhold til det seneste aftalegrundlag

Spørgsmålet om tarifstruktur angår ikke, om det samlede vederlagsniveau er urimeligt. Dette spørgsmål er behandlet ovenfor. Spørgsmålet er derimod, om den måde, hvorpå vederlaget efter Rettighedshavernes påstande opgøres, er urimelig. Med tarifstruktur sigtes der til de kriterier, der bestemmer, hvordan vederlaget beregnes.

Rettighedshavernes hovedsynspunkt er, at tarifstrukturen ikke er urimelig.

Tarifferne består af tre dele: Copydan-tariffen, tariffen for digitale tv-tjenester og tarif for kunders tilvalg af Copydan tv-kanaler.

I relation til Copydan-tariffen er påstandene strukturelt identiske med parternes hidtidige aftale, når der bortses fra spørgsmålet om nabolandskanalsrabat og en præcisering vedrørende TV 2 Regionskanalerne.

I relation til tariffen for digitale tv-tjenester er den principale påstand identisk med parternes hidtidige aftale med den ændring, at vederlaget beregnes ud fra en forudsætning om, at [REDACTED] af tv-kunderne har adgang til digitale tv-tjenester, og at der ikke gives udbredelsesrabat for OTT-only-kunder.

I relation til tarifstrukturen for tilvalg af Copydan tv-kanaler videreføres parternes aftale om, at der afregnes efter tilvalgspriser. Der sker en forenkling af tilvalgstarifferne som følge af, at tilvalg af Copydan tv-kanaler i TDC Brands' fleksible tv-pakker og tilvalg af Copydan tv-kanaler til faste tv-pakker ikke længere adskiller sig fra hinanden.

Tarifstrukturerne, herunder spørgsmål om beregning og opgørelsesmåder, som parterne har udviklet gennem aftalehistorikken, videreføres.

De ændringer, der følger af de principale påstande, består kun i bortfald eller justering af konkret forhandlede rabatter, kompromiser og overgangsordninger. Rettighedshaverne har således ikke udviklet nye tariffer til brug for sagen. Tarifferne tager fortsat udgangspunkt i parternes seneste aftalegrundlag og i den måde, TDC Brands faktisk har indrettet sine tv-produkter på. Rettighedshaverne søger med de principale påstande at gøre tarifferne mere enkle, administrerbare og tidssvarende.

Rettighedshaverne har dog medtaget de pågældende rabatter mv. i subsidiære varianter af de nedlagte påstande, således at Ophavsretslicensnævnet kan videreføre et eller flere af disse elementer, hvis Ophavsretslicensnævnet finder grundlag herfor.

Tarifstrukturerne bygger på saglige og administrerbare opgørelseskriterier

Kollektiv licensering af rettigheder på tv-distributionsområdet forudsætter standardiserede, gennemsigtige og administrerbare tarifstrukturer. Der er tale om meget omfattende rettighedsporteføljer, mange rettighedshavere, mange tv-programmer, mange kunder, mange forskellige tv-pakkeprodukter og en løbende administration, der skal kunne fungere i praksis.

En kollektiv tarifstruktur kan derfor ikke forudsætte en minutøs opgørelse pr. værk eller præstation, der stilles til rådighed, pr. rettighedshaver, pr. tv-program, pr. funktion eller pr. faktisk individuel brug. En sådan model ville forudsætte meget høj datanøjagtighed, løbende kontrol med repertoireidentifikation, seer- og brugerdata, tidsvinduer, funktioner og rettighedskategorier. Den ville være administrativt tung, datamæssigt usikker og potentielt tvistskabende, fordi der uvægerligt vil opstå tvivl og uenigheder om data og metoder.

Det er derfor sagligt, at tarifstrukturer bygger på mere overordnede objektive og efterprøvelige kriterier som tilslutninger, kanalantal, produktkategori, adgangsform, adgang til digitale tv-tjenester og udbudsform. Sådanne kriterier er egnede til kollektiv licensering, fordi de kan anvendes ensartet på tværs af sammenlignelige brugere og produkter.

Principper om gennemsigtighed indebærer heller ikke, at TDC Brands skal kunne kræve en særskilt pris pr. rettighed, pr. rettighedshaver, pr. program, pr. funktion eller pr. intern fordelingskategori. Gennemsigtighed angår, om brugeren kan forstå de kriterier, der udløser betaling.

Rettighedshavernes påstande opfylder kriterierne om objektiv kvantificerbarhed, standardisering og efterprøvelighed.

Sondringen mellem IPTV-/coax-kunder og OTT-only-kunder er ikke urimelig

Rettighedshavernes påstande sonderer mellem IPTV- og coax-kunder på den ene side og OTT-only-kunder på den anden side.

Sondringen er ikke ny. Den følger af parternes aftalehistorik, navnlig forløbet om YouTV, herunder reguleringen i [REDACTED]-sommeraftalen.

IPTV- og coax-produkterne er historisk udviklet som traditionelle tv-pakkeprodukter, hvor kunden modtager tv-signalet på en bestemt fysisk adresse. Coax sker gennem kabelanlæg. IPTV sker gennem en lukket og operatørstyret leverance via en bredbåndsforbindelse. De digitale tv-tjenester blev efterfølgende tilføjet disse eksisterende tv-pakkeprodukter.

OTT-only-produktet har en anden karakter. Kunden modtager ikke tv-produktet via coax eller IPTV, men alene over det åbne internet. Produktet er derfor fra begyndelsen internetbaseret, app-baseret og fuldt digitalt. Kunden har ikke købt et traditionelt tv-pakkeprodukt, som senere er blevet suppleret med digitale funktioner.

Denne forskel har direkte betydning for tarifferne. For IPTV- og coax-kunder kan der efter omstændighederne være et historisk indfasningshensyn, fordi de digitale tv-tjenester blev lagt ind i et eksisterende tv-produkt, uden at hver enkelt kunde nødvendigvis havde efterspurgt dem. For OTT-tv-produkter gør dette hensyn sig ikke tilsvarende gældende. OTT-only-kunden har fra begyndelsen købt et fuldt digitalt tv-produkt, hvor de digitale tv-tjenester udgør en integreret del af ydelsen.

Det er derfor sagligt at antage, at de digitale tv-tjenester har en større direkte kommerciel betydning for OTT-tv-produkter end for den del af IPTV- og coax-kundebasen, hvor tjenesterne historisk blev indfaset som en tillægsfunktion.

Denne forskel bør kunne afspejles i tarifferne. Det forhold, at TDC Brands for OTT-tv-produkter ikke bærer transmissionsomkostningerne, og der derfor består en bedre produktøkonomi for TDC Brands, understøtter samme resultat. Dette er også i overensstemmelse med, at rettighedsvederlag fastsættes efter den økonomiske værdi, som brugeren opnår ved udnyttelsen.

Det er ikke urimeligt, at vederlagsmodellen viderefører den degressive Copydan-tarif

Rettighedshavernes påstande viderefører den degressive Copydan-tarif for Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder. Tariffen indebærer, at der betales et samlet vederlag for til og med tre Copydan tv-kanaler og herefter et faldende vederlag pr. yderligere Copydan tv-kanal i takt med, at antallet af Copydan tv-kanaler stiger.

½

Tariffen er ikke udviklet til brug for denne sag. Den degressive Copydan-tarif er efterprøvet og bredt anvendt i en lang årrække. Den bygger på den tarifstruktur, som Ophavsretslicensnævnet første gang fastsatte i 1986, og som siden er videreført og justeret i Ophavsretslicensnævnets praksis og i parternes aftalegrundlag. TDC

Brands har ikke forud for denne sag anfægtet Copydan-tariffen. Copydan-tariffen har været velfungerende gennem mange år og indgår også i alle aftaler med andre tv-distributører. TDC Brands' anfægtelse af Copydan-tariffen behandles nedenfor.

Det er ikke urimeligt, at nabolandskanalrabatten ikke videreføres

Nabolandskanalrabatten skal forstås som et konkret historisk kompromis i en bestemt forhandlingssituation. Rabatten blev ikke indført som et almindeligt tarifprincip, men som led i en samlet løsning på de spørgsmål, der opstod i forbindelse med TDC Brands' lancering af YouTV og de samtidige forhandlinger om nabolandskanaler, OTT-distribution og udvidede digitale rettigheder.

Rettighedshaverne har i de subsidiære varianter af påstandene medtaget en reduktion på 1,7094 kr. pr. tilslutning pr. måned, hvis TDC Brands videreudsender mindst 8 nabolandskanaler til samtlige tilslutninger. Denne reduktion omtales mellem parterne som nabolandskanalrabatten. Rabatten har i den seneste aftaleperiode været aftalt mellem parterne og udgjorde efter indfasning 1,87094 kr. pr. tilslutning pr. måned. Baggrunden for rabatten er beskrevet.

Nabolandskanalerne har gennem en længere årrække været genstand for konkrete og reelle forhandlinger mellem parterne, herunder om minimumsdistribution, undertekster, tv-guide-data, synopser, billedmateriale og andre praktiske og tekniske ydelser. Aftalehistorikken viser, at nabolandskanalerne ikke er et påtvunget eller perifert indholdsområde. Den viser, at nabolandskanalerne i praksis er blevet behandlet som et indholdsområde af reel og vedvarende betydning for TDC Brands' tv-forretning.

Nabolandskanalerne har også selvstændig indholdsmæssig, kulturel og kommerciel værdi. De udgør et reelt supplement til de danske kanaler og giver danske tv-kunder adgang til nyheder, kultur, drama, dokumentar og underholdning fra Danmarks nabolande. Det forhold, at der er tilføjet danske undertekster, har gjort tv-programmerne tilgængelige for en langt større kreds af tv-kunderne.



De faktiske forhold taler derfor imod at behandle nabolandskanalrabatten som et udtryk for, at nabolandskanalerne har lavere værdi. Udviklingen viser tværtimod, at nabolandskanalerne fortsat har betydning i TDC Brands' udbud og en stigende relativ betydning i kundernes faktiske brug. TDC Brands har ikke et retskrav på en

rabat, blot fordi Rettighedshaverne i en konkret historisk forhandlingssituation accepterede den. Spørgsmålet er alene, om der fortsat er et sagligt grundlag for rabatten som varigt opgørelselement. Det er der ikke.

Dette understøttes endvidere af, at nabolandskanalrabatten ikke anvendes generelt over for andre kommercielle tv-distributører. TDC Brands er heller ikke tvunget til at distribuere nabolandskanalerne, men kan efter vilkårene opsige dem helt eller delvist.

Det er ikke urimeligt, at der betales mere for tilvalg

Rettighedshavernes påstande indeholder et særskilt vederlag for de Copydan tv-kanaler, kunden selv vælger i YouSee Bland Selv, YouSee Play eller som Ekstrakanal. Dette princip er ikke nyt. Parternes aftaler har i en lang årrække sondret mellem Copydan tv-kanaler, der distribueres til alle kunder, og distribution af Copydan tv-kanaler, der har en tilvalgs karakter.

Sondringen er også anerkendt i Ophavsretslicensnævnets praksis. Ophavsretslicensnævnet har tidligere (sag nr. 75) lagt til grund, at kundens valgfrihed kan øge værdien af rettighederne, og at der derfor kan fastsættes et højere vederlag i sådanne situationer.

Sondringen er sagligt begrundet. Den almindelige Copydan-tarif er udviklet til den situation, hvor tv-kanaler distribueres bredt som en del af et samlet grundudbud, hvor der indgår mange tv-kanaler, og dermed også tv-kanaler som den enkelte kunde ikke har interesse i. Tilvalg er en anden kommerciel situation, hvor kunden aktivt vælger netop de tv-kanaler, som kunden er interesseret i. Den valgte tv-kanal har derfor karakter af en individuelt efterspurgt ydelse med en højere værdi.

Dette har også selvstændig kommerciel betydning for TDC Brands. TDC Brands kan med kundevalgte tv-kanaler fastholde kunder i TDC Brands' tv-univers, selv om kunden ikke ønsker en stor fast tv-pakke. TDC Brands kan samtidig sælge adgang til bestemte kanaler som en fleksibel ydelse oven på et grundabonnement. Tilvalget udnyttes dermed som en yderligere indtægtskilde på grundlag af et eksisterende kundeforhold.

Tilvalgskanaler øger samtidig grundproduktets kommercielle attraktivitet, fordi kunden kan kombinere et fast kanaludbud med individuelt valgte tv-kanaler. Muligheden for tilvalg af tv-kanaler understøtter dermed også salget af det faste kanaludbud. TDC Brands' fleksible tv-pakker bygger således ikke på et frit kanalvalg i et tomrum, men på et fast kanaludbud, som kunden derefter kan supplere eller tilpasse.

YouSee Bland Selv havde oprindeligt karakter af et begrænset fleksibilitetselement i en fast tv-pakke. Kunden kunne udskifte enkelte tv-kanaler inden for en i øvrigt fast pakkestruktur. YouSee Bland Selv har sidenhen udviklet sig betydeligt i retning af yderligere valgfrihed siden den oprindelige lancering.

Det nyere produkt YouSee Play har mere karakter af et a la carte-produkt, hvor kunden bortset fra grundpakken selv helt frit sammensætter tv-produktet. Det gælder både antallet af tv-kanaler/streamingtjenester, og hvilke der skal indgå. YouSee Play har dermed en endnu større grad af valgfrihed end den tilvalgssituation, der gjaldt da Ekstrakanal-tariffen blev etableret, idet tilvalget ikke længere sker oven på en relativt stor fast tv-pakke, og valget kan udføres af kunden med få klik.

De kanaler, som kunden ikke aktuelt har valgt, men som til enhver tid kan tilvælges inden for produktets rammer, har også betydning for produktets værdi. De må i denne sammenhæng anses for reelt tilgængelige for kunden, fordi kunden kan ændre sit valg uden at skifte til en bredere fast kanalpakke.

Dette reducerer behovet for brede kanalpakker. Værdien af de fleksible produkter ligger således ikke alene i de konkrete kanaler, kunden på et givent tidspunkt har valgt, men også i adgangen til løbende at sammensætte sit tv-produkt på grundlag af et bredere kanaludbud.

I og med YouSee Play er det produkt, som TDC Brands satser på fremadrettet, så bør der primært tages hensyn til YouSee Play i vurderingen af, hvorvidt Rettighedshavernes tariffer om valgfrihed er urimelige.

Den historiske sondring mellem Bland Selv (YouSee Play) på den ene side og Ekstrakanaler på den anden side kan dog ikke længere bære en væsentligt forskellig taritmæssig behandling. I begge situationer vælger kunden aktivt en bestemt Copydan tv-kanal, og TDC Brands anvender valgfriheden som et selvstændigt salgsparameter.

Det er på den baggrund rimeligt at forenkle de historiske tilvalgstariffer. Den principale påstand indebærer derfor én samlet takst for kundevalgte Copydan tv-kanaler, uanset om kunden vælger disse i YouSee Bland Selv, YouSee Play eller som Ekstrakanal. Det gør tariffen enklere og mere administrerbar samt bedre afstemt med de nuværende produktformers kommercielle funktion.

Vederlaget for valgfrihed

Efter Rettighedshavernes principale påstand skal TDC Brands betale 6,4000 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges af kunderne i YouSee Bland Selv, YouSee Play eller som Ekstrakanal. Subsidiært har Rettighedshaverne nedlagt påstand om et lavere beløb, dog ikke under 4,8000 kr. Mere subsidiært videreføres den hidtidige sondring mellem 1,8306 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges i YouSee Bland Selv eller YouSee Play, og 8,3932 kr. for hver Copydan tv-kanal, der vælges som Ekstrakanal. Sidstnævnte er en uændret videreførelse af de hidtidige priser.

Satserne på 6,4000 kr. og 4,8000 kr. er nye satser. De er fastsat som en mellemposition mellem de to hidtidigt anvendte tilvalgssatser. Satserne er beregnet med udgangspunkt i TDC Brands' egen udsalgspris ekskl. moms for Copydan tv-kanaler i

YouSee Play og som Ekstrakanaler. Den principale sats på 6,4000 kr. svarer til 80 pct. af denne udsalgspris, mens den subsidiære minimumssats på 4,8000 kr. svarer til 60 pct.

Parterne har ikke kommercielt forhandlet eller aftalt satsen på 1,8306 kr. pr. Copydan tv-kanal pr. tilslutning for YouSee Play. Satsen har alene været anvendt på administrativt niveau, uden at parterne har haft en egentlig kommerciel drøftelse af, om satsen var rimelig for YouSee Play som selvstændigt produkt, og uden at parterne har indgået en aftale herom.

Hvis der ikke fastsættes én samlet tarif, vil det have den konkret urimelige virkning, at betalingen for en tilvalgt Copydan tv-kanal falder væsentligt, når en tv-kunde skifter fra en fast tv-pakke med tilvalgte Ekstrakanaler til YouSee Play. Det er allerede sket i mange tilfælde, fordi der er en bevægelse fra faste tv-pakker mod YouSee Play.

Den principale påstand på 6,4000 kr. er udtryk for en forsigtig fastsættelse. Rettighedshaverne kunne også have taget udgangspunkt i den hidtidige pris for Ekstrakanaler og anvendt samme pris for YouSee Play og Bland Selv. Dette understøttes af, at TDC Brands' egen udsalgspris er identisk i de to situationer, nemlig 10 kr. pr. måned pr. tv-kanal pr. tilslutning.

Den gennemsnitlige pointpris for Copydan tv-kanaler i Bland Selv er i visse tilfælde højere end i YouSee Play. En tilsvarende beregning på grundlag af Bland Selv-prisen ville derfor kunne begrunde en højere takst. Rettighedshaverne har imidlertid af hensyn til enkelhed og administrerbarhed valgt at anvende samme takst for YouSee Bland Selv, YouSee Play og Ekstrakanaler.

Rationalet bag satserne er, at Rettighedshaverne leverer alle de rettigheder, der er nødvendige for, at TDC Brands kan udbyde en Copydan tv-kanal. Når vederlaget til Rettighedshaverne er betalt, har TDC Brands ikke yderligere indholdsomkostninger til den pågældende Copydan tv-kanal. Det er derfor ikke urimeligt, at en væsentlig del af TDC Brands' udsalgspris for en kundevalgt Copydan tv-kanal tilfalder de rettighedshavere, der ejer det indhold, som kunden køber adgang til.

Rimeligheden i prisen må også ses i betragtning af, at TDC Brands' indtægt ikke er den isolerede pris for et point. Der er et betydeligt dækningsbidrag forbundet med salg af grundpakken, der er en forudsætning for valg af Copydan tv-kanaler. For Ekstrakanaler skal kunden også betale for dekoderkort eller tv-boks.

Derudover understøttes rimeligheden af, at den principale påstand er udtryk for det prisniveau, som alle andre tv-distributører betaler. Eksempelvis indebærer aftalen med Waoo en betaling på [REDACTED] pr. tv-kanal pr. tilslutning for frit valg (i 2025-pris), og aftalen med Norlys indebærer en betaling på [REDACTED] pr. tv-kanal pr. tilslutning i 2026-priser for Copydan tv-kanaler, der vælges ind i Norlys' fleksible tv-pakker.

Samlet er det på den baggrund Rettighedshavernes opfattelse, at det er rimeligt at fastsætte én samlet tarif for kundevalgte Copydan tv-kanaler med et vederlag på 6,4000 kr., subsidiært 4,8000 kr., pr. tv-kanal pr. tilslutning pr. måned, ekskl. moms.

Det er ikke urimeligt at opgøre vederlaget for digitale tv-tjenester efter en metode, der forudsætter fuld udbredelse

I den principale påstand 1.3 om digitale tv-tjenester er vederlagsmodellen forsimplet, så der kun skal betales ét fast vederlag for digitale tv-tjenester, der opgøres som 27,2898 kr. pr. tilslutning for alle kunder. Vederlagsmodellen i den principale påstand 1.3 er ikke urimelig, da den er baseret på den hidtidige tarif for digitale tv-tjenester, dog således at det forudsættes, at de samlede digitale tv-tjenester er fuldt udbredt. I dag er de digitale tv-tjenester udbredt til de fleste kunder, som parterne også oprindeligt forventede og forudsatte, jf. eksempelvis pkt. III i [REDACTED]-sommeraftalen.

Ved opgørelsen af vederlaget som 27,2898 kr. pr. tilslutning har Rettighedshaverne indarbejdet alle tidligere rabatter, og så vidt muligt søgt at videreføre det faktiske vederlagsniveau, der har været gældende efter den hidtidige model – som TDC Brands selv i væsentlig grad var med til at skabe. I et økonomisk perspektiv er den principale påstand 1.3 således ikke et opgør med den historiske rabatstruktur, idet den hidtidige udbredelsesrabat videreføres implicit i vederlagsniveauet, samtidig med at vederlagsmodellen gøres mere simpel og operationel.

I forhold til den hidtidige vederlagsstruktur vil vederlagsmodellen i den principale påstand – med udbredelsen af samtlige digitale tv-tjenester til [REDACTED] af kunderne, der var gældende i [REDACTED] – medføre en mindre forhøjelse af vederlaget pr. kunde på henholdsvis [REDACTED] (uden nabolandskanalrabat) og [REDACTED] (med nabolandskanalrabat). Når udbredelsesprocenten stiger, hvilket den gør (i dag [REDACTED]), vil denne forskel blive endnu mindre. Ved en udbredelse på [REDACTED] vil den være helt udlignet, og ved en udbredelse i intervallet [REDACTED] ville vederlaget efter den hidtidige vederlagsstruktur være højere end den forsimplede vederlagsmodel i påstand 1.3.

Et væsentligt forhold i denne forbindelse er, at 100 pct. af TDC Brands' kunder allerede i dag kan få adgang til de fulde digitale tv-tjenester blot ved at henvende sig til TDC Brands og bytte abonnementet til et, hvor de digitale tv-tjenester er fuldt med (uden prisstigning) eller ved at anskaffe en tv-boks (med de dertilhørende omkostninger).

Påstanden svarer i øvrigt til den aftalepraksis som TDC Brands formodes at have med kommercielle programleverandører. I disse aftaler opnår TDC Brands ikke en rabat ved ikke formelt at inkludere alle digitale tv-tjenester til hele kundebasen.

Det har også betydning, at TDC Brands adskiller sig fra den almindelige markedsmodel. Andre kommercielle tv-distributører, der udbyder digitale tv-tjenester, inklu-

derer formelt de digitale tv-tjenester til hele kundebasen. TDC Brands' delvise udbredelse af de digitale tv-tjenester bør ikke føre til, at en historisk og teknisk kompliceret indfasningsmekanisme videreføres som et varigt særvilkår.

Endelig vil den forsimplede vederlagsmodel gøre den løbende opgørelse af vederlaget – og dermed administrationen – lettere for begge parter. Dette taler også for, at forsimplingen ikke er urimelig, selvom den ved uændret udbredelse vil medføre en marginal forhøjelse af vederlaget.

Rettighedshaverne har samtidig inddraget praktiske indrettelseshensyn. TDC Brands vil i sagens natur ikke kunne indrette sig på den nye model i perioden 2024-2026. Rettighedshaverne har derfor nedlagt en subsidiær påstand, hvorefter den principale model først tillægges virkning fra den 1. januar 2027. Denne påstand giver TDC Brands mulighed for at indrette produkt, kundevilkår og teknisk adgang på, at digitale tv-tjenester fremadrettet behandles som fuldt udbredte.

Det er på denne baggrund ikke urimeligt at opgøre vederlaget for digitale tv-tjenester efter fuld udbredelse i den principale påstand.

I den mere subsidiære påstand videreføres den hidtidige, men komplicerede, vederlagsstruktur med et grundvederlag på 6,0246 kr. pr. tilslutning for alle kunder og et tillæg på 31,8911 kr. pr. tilslutning for kunder med adgang til flere digitale tv-tjenester end web-tv, der reduceres efter principperne om udbredelsesrabat.

I den mere subsidiære påstand 3.3 (ii) er dog som noget nyt indsat et generelt gennemsnitsloft på 27,2898 kr. På dette punkt afviger vederlagsmodellen efter den mere subsidiære påstand 3.3 (ii) fra den hidtidige vederlagsstruktur. På samme måde som anført ovenfor ville vederlaget pr. kunde ved en udbredelse i intervallet [redacted] være højere end gennemsnitsloftet efter den hidtidige vederlagsstruktur.

Gennemsnitsloftet stiller således ubetinget TDC Brands bedre end efter det hidtidige aftalegrundlag, hvor TDC Brands ville betale et højere vederlag pr. kunde ved en udbredelse i intervallet [redacted]

Den principale påstand er derfor ikke et generelt opgør med den historiske rabatstruktur. I påstanden videreføres udbredelsesrabatten fuldt ud for tv-produkter, der sælges via IPTV og coax. Den viderefører det niveau, som parternes hidtidige model selv fastsatte som det maksimale gennemsnitlige vederlag for digitale tv-tjenester. Det, der bortfalder i den principale model, er ikke dette niveau, men den teknisk komplicerede opgørelse med grundvederlag, individuelt tillæg, udbredelsesrabat og særskilt gennemsnitsloft. Det er en enkel og administrerbar opgørelsesmåde, som afspejler, at de hensyn, der lå bag indfasningsmodellen, ikke længere er til stede.

Dette er væsentligt for rimelighedsvurderingen. Rettighedshaverne søger ikke at fastsætte et nyt og højere særskilt vederlag for digitale tv-tjenester for IPTV- og coax-kunder. Rettighedshaverne anvender det niveau, som parternes hidtidige afta-

leggrundlag allerede forudsatte for fuld eller praktisk fuld udbredelse – med den eneste ændring, at vederlaget vil blive marginalt lavere ved udbredelse i intervallet

Det er ikke urimeligt, at de digitale tv-tjenester omfattes af en samlet tarif

Kunden møder ikke TDC Brands' tv-produkt som en række adskilte tjenester, men som et samlet tv-produkt, hvor lineære tv-kanaler, Start Forfra, de forskellige former for Catch Up, indhold fra DRTV, N-PVR og de forskellige former for stacking indgår som integrerede dele af et tv-underholdningsunivers. On demand-indholdet i dette tv-underholdningsunivers præsenteres tematiseret på tværs af tv-kanaler og uafhængigt af, hvilke enkelte aftaleelementer indholdet rettighedsmæssigt hidrører fra.

Parternes aftalehistorik understøtter også, at enkeltelementerne ses samlet. Selv om nogle enkelt elementer i de digitale tv-tjenester historisk har været opgjort som separate tariffer, har de kommercielle forhandlinger angået den samlede regulering og den samlede betaling for udnyttelse af de rettigheder, der muliggjorde TDC Brands' tv-produkter. Konkret har det været TDC Brands' ønske, at vederlaget for digitale tv-tjenester blev samlet og fordelt ud over hele kundebasen.

Enkeltelementerne i de digitale tv-tjenester er både indholdsmæssigt og funktionelt overlappende. Eksempelvis er der betydelige overlap mellem 48 timers Catch Up på tværs af alle tv-kanaler, TV 2 Danmark Catch Up og DRTV. Der er også et betydeligt funktionelt overlap mellem Catch Up/stacking og N-PVR.

Dette taler også for en samlet tarif.

TDC Brands har ikke udtrykt noget ønske om at fravælge elementer i de digitale tv-tjenester. TDC Brands har i den aftaleløse periode efter den 1. april 2024 fortsat med et uændret udbud af digitale tv-tjenester.

Det kan ikke udelukkes, at der fremover vil opstå behov for tilpasninger. Rettighedshaverne har derfor i vilkårene, jf. pkt. 11.2 i vilkårsbilag A og vilkårsbilag B, medtaget en bestemmelse, hvorefter TDC Brands kan opsige adgangen til digitale tv-tjenester særskilt, f.eks. med henblik på at reducere udbuddet. I så fald må parterne forhandle om konsekvenserne af det ændrede udbud. Opnås der ikke enighed, kan tvisten forelægges for Ophavsretslicensnævnet.

TDC Brands har ikke krav på udbredelsesrabat for OTT-produkter

OTT-only-kunder adskiller sig fra IPTV- og coax-kunder. En OTT-only-kunde har fra begyndelsen købt et fuldt digitalt, internetbaseret og app-baseret tv-produkt, og må forudsættes både at kunne og ville benytte produktets digitale funktioner. Der er derfor ikke tale om, at digitale tv-tjenester efterfølgende er blevet indfaset i et traditionelt tv-pakkeprodukt.

Dette har betydning for udbredelsesrabatten. Udbredelsesrabatten blev aftalt som led i indfasningen af digitale tv-tjenester i eksisterende IPTV- og coax-produkter, der skulle vænne sig til at benytte tjenesterne. Den blev ikke aftalt som et almindeligt rabatprincip for kunder, der fra begyndelsen har købt et digitalt tv-produkt. Da udbredelsesrabatten blev aftalt, havde TDC Brands ingen OTT tv-produkter.

For OTT-only-kunder er web-tv og de øvrige digitale tv-tjenester ikke tillægsfunktioner til et traditionelt produkt. De udgør selve adgangsformen og en integreret del af ydelsen. Det er derfor sagligt, at de digitale tv-tjenester behandles som havende en mere direkte kommerciel betydning for OTT-only-kunderne end for den del af IPTV- og coax-kundebasen, hvor tjenesterne historisk blev indfaset som et supplement.

Rimeligheden understøttes også af OTT-only-produktets tekniske indretning. OTT-only-kunden modtager tv-produktet over det åbne internet via kundens egen internetforbindelse og eget udstyr. TDC Brands afholder derfor ikke samme tekniske distributionsomkostninger som ved coax- og IPTV-produkter. Denne økonomiske realitet understøtter, at OTT-only-produktet ikke bør behandles som et traditionelt tv-pakkeprodukt, hvor digitale tv-tjenester efterfølgende er indfaset som en tillægsfunktion.

Det er heller ikke i strid med et princip om teknologineutralitet, at modellen tager højde for forskelle i produktets karakter, adgangsform, kundetype og historisk aftalegrundlag. Teknologineutralitet indebærer ikke, at alle distributionsformer, produktformer og kundegrupper skal behandles ens. Det afgørende er, om forskellene i modellen er sagligt begrundede.

I parternes aftalehistorik udgør spørgsmålet om udbredelsesrabat for OTT-only-kunder et særskilt og uafklaret tarifstrukturspørgsmål. Parternes løsning med deponering af udbredelsesrabatten og efterfølgende med halv udbredelsesrabat som endelig betaling for YouTV-kunder var et konkret kompromis.

Da der ikke kan peges på noget sagligt grundlag for at give udbredelsesrabat til OTT-only-kunder, bør kompromiset ikke videreføres i Ophavsretslicensnævnets afgørelse.

Det har endvidere begrænset betydning for den samlede model, at OTT-only-kunder behandles særskilt. OTT-only-kunder udgør [REDACTED] af TDC Brands' samlede tv-kundebase. Den principale model for OTT-only-kunder ændrer derfor ikke den grundlæggende økonomiske balance i modellen, men sikrer alene, at tarifstrukturen for denne kundetype afspejler produktets karakter.

Rettighedshaverne har derfor principalt nedlagt påstand om et vederlag for OTT-only-kunder uden udbredelsesrabat. Subsidiært har Rettighedshaverne medtaget en tarif med halv udbredelsesrabat, svarende til den tidligere løsning for YouTV-kunder. Mere subsidiært har Rettighedshaverne medtaget en tarif med fuld udbredelsesrabat.

Det bemærkes for fuldstændighedens skyld, at den mere subsidiære model med fuld udbredelsesrabat med en difference på 0,0002 kr. resultatmæssigt svarer til tariffen i den principale påstand for IPTV- og coax-kunder. Differencen skyldes en teknisk afrunding i opgørelsen.

Kommercielle programleverandørers aftalevilkår understøtter tarifstrukturens rimelighed

TDC Brands' aftaler med kommercielle programleverandører understøtter den tarifstruktur, der følger af de nedlagte påstande. De tilgængelige oplysninger om disse aftaler viser, at udbudsform, distributionsbredde, pakkestruktur, valgfrihed, digitale tv-tjenester, herunder portabilitet, tillægges selvstændig økonomisk og aftalemæssig betydning.

TDC Brands har ikke fremlagt sine konkrete aftaler med kommercielle programleverandører, men de tilgængelige oplysninger viser, at kommercielle tv-stationer anvender prisstrukturer, hvor udbredelse og pakkestruktur har betydning. Viaplays prisliste viser eksempelvis, at prisen for TV 3 varierer efter, om kanalen distribueres i mini-/grundpakker, mellempakker eller fuldpakker. Prisen er højere pr. tilslutning, når distributionen ikke sker i mini-/grundpakker. Det samme billede fremgår efter det oplyste af Allentes prisliste for Warner Bros. Discovery-kanalerne.

Dette understøtter Rettighedshavernes tarif for tilvalg. Når en tv-kanal distribueres bredt i et grundudbud, har den én kommerciel funktion. Når den distribueres i en mindre pakke, som Ekstrakanal eller som led i en fleksibel tv-pakke, har den en anden kommerciel funktion. Det er derfor helt sædvanligt at lavere udbredelse, større valgfrihed eller en mere individuel adgang fører til et højere vederlag pr. tilslutning.

Det samme gælder for fleksible produkter. Det fremgår af Viaplays almindelige vilkår, at a la carte- og Mix-produkter kræver særskilt aftalegrundlag. Det understøtter, at TDC Brands' fleksible produkter ikke kan behandles som almindelig bred grundpakkedistribution. Når TDC Brands sælger adgang til kundevalgte tv-pakker ændres produktets karakter. De valgte tv-kanaler får i højere grad karakter af en selvstændigt valgt ydelse, som kunden udtrykkeligt har tillagt værdi.

At der er en højere pris for tilvalg af kommercielle tv-kanaler er også antaget i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse af frit valg.

Gennemgangen af de kommercielle programleverandørers vilkår understøtter også Rettighedshavernes tarifstruktur for digitale tv-tjenester. Det er markedsmæssigt sædvanligt, at digitale tv-tjenester kræver særskilt aftale eller særskilt vederlag.

Det fremgår bl.a. af Viaplays almindelige vilkår, hvor digitale tv-tjenester som Start Forfra, WebTV og Catch Up forudsætter særskilt aftale, og hvor OTT-distribution

ligeledes kræver særskilt tilladelse. Det fremgår også af TV 2 Danmark, hvor der efter de foreliggende oplysninger opkræves særskilt betaling for portabilitet.

De nævnte eksempler viser, at Rettighedshavernes modelvalg ikke er usædvanlige i tv-distributionsmarkedet. Sondringer mellem bred distribution, frit valg, tilvalg, digitale tv-tjenester, herunder portabilitet, og produktkategorier kendes også fra kommercielle programleverandørers aftalevilkår.

Det understøtter, at Rettighedshavernes vederlagsmodel ikke bygger på kunstige opdelinger, men på kriterier, der afspejler kendte forskelle i den måde, hvorpå tv-indholdet udbydes og udnyttes.

Præciseringen om afregning af TV 2-regionskanalerne er ikke urimelig

De 8 TV 2-regioner er selvstændige tv-stationer, der hver producerer tv-programmer med en betydelig attraktionsværdi. TV 2-regionerne udsender deres programmer dels i de regionale vinduer på TV 2 Danmark og dels på deres selvstændige tv-kanaler. Det er regionsvinduerne på TV 2 Danmark, der er TV 2-regionernes hovedaktivitet, og også den aktivitet, der har flest tv-seere.

TV 2-regionskanalerne er Copydan tv-kanaler og behandles i udgangspunktet på samme måde som øvrige Copydan tv-kanaler, hvilket vil sige, at videreudsendelse af TV 2-regionskanalerne afregnes efter Copydan-tariffen.

Der gives dog en rabat ved videreudsendelse af to eller flere TV 2-regionskanaler, idet der for to TV 2-regionskanaler er blevet afregnet for halvanden Copydan tv-kanal, og for flere end to er blevet afregnet for to TV 2-regionskanaler uanset antallet af yderligere TV 2-regionskanaler.

For at sikre, at TV 2-regionernes udsendelser ikke kan videreudsendes uden honorering, er vilkårene præciseret, jf. pkt. 2.2 i vilkårsbilag A og vilkårsbilag B. Præciseringen indebærer, at det er videreudsendelsen af et TV 2-regionsvindue, der sendes på TV 2 Danmark, der afregnes som én Copydan tv-kanal, men at der ikke betales yderligere vederlag for videreudsendelse af TV 2-regionskanalen for den samme region. Den ovenfor nævnte rabat er videreført, idet der for videreudsendelse af to TV 2-regionsvinduer og/eller kanaler afregnes for halvanden Copydan tv-kanal, og for videreudsendelse af tre eller flere TV 2-regionsvinduer og/eller kanaler afregnes for to Copydan tv-kanaler.

Præciseringen indebærer i det væsentlige ingen ændring i betalingen for TDC Brands eller for andre tv-distributører, da der i praksis næsten altid sker distribution af både TV 2 Danmark (og dermed TV 2-regionsvinduet) og den samme TV 2-regionskanal.

Begge de Indklagede er pligtsubjekter, jf. § 35, stk. 3

TDC Brands' synspunkter om anlægsejernes ansvar

I svarskriftet af 17. marts 2025 i denne sag nr. 128 har de Indklagede gjort gældende, at TDC NET ikke bør være part i sagen, og at TDC NET derfor skal frifindes.



I Ophavsretslicensnævnets delafgørelse af 5. december 2024 i sag nr. 128, side 20, hedder det om formalitetsspørgsmålet vedr. TDC NET:

”For så vidt angår klagerens påstand 1.1 har de indklagede endvidere anført, at Ophavsretslicensnævnet bør afvise at behandle denne påstand, som angår de Indklagede samlet, fordi det ligger uden for nævnets kompetence efter ophavsretslovens § 48, stk. 1, at tage stilling til, om der består en betalingspligt for TDC NET over for klagerne i henhold til ophavsretslovens § 35, stk. 1.

Hertil bemærker Ophavsretslicensnævnet, at ejeren af et kabelanlæg ifølge ophavsretslovens § 35, stk. 3, er ansvarlig for, at der træffes aftale om videreudsendelse af udsendelser som nævnt i § 35, stk. 1, over anlægget. Nævnet har i henhold til ophavsretslovens § 48, stk. 1, kompetence til at meddele den fornødne tilladelse og fastsætte nærmere vilkår herfor. Nævnet har dermed også kompetence til i forbindelse med sagens realitetsbehandling at tage stilling til, om TDC NET er rette pligtsubjekt ifølge ophavsretslovens § 35, stk. 3.”

Rettighedshaverne gør gældende, at TDC NET må anses i hvert fald i et vist omfang at være ejer eller medejer af de kabelanlæg, som TDC Brands anvender til videreudsendelse mv., hvorfor det er med rette, at TDC NET er medindklaget i sagen for Ophavsretslicensnævnet, og at sagen kun omhandler anlæg, som ejes af TDC Brands eller TDC NET, hvorfor Rettighedshaverne i denne sag har præciseret, at påstand 1.1, der handler om videreudsendelse efter § 35, stk. 1, ikke omfatter boligforeninger og antenneforeninger, der er signalforsynet af TDC Brands, men som selv ejer deres kabelanlæg, jf. side 5 i klageskriftet af 22. marts 2024.

Det fremgår udtrykkeligt af ordlyden af ophavsretslovens § 35, stk. 3, at anlægsejeren er pligtsubjekt (”Ejeren af et anlæg [...] er ansvarlig”), og forarbejderne fastslår desuden utvetydigt, at ansvaret efter bestemmelsen påhviler anlægsejeren. Endelig har aktørerne på markedet, siden reglerne om anlægsejernes ansvar blev indført,

praktiseret reglerne på en måde, hvor der påhviler anlægsejerne ansvar efter bestemmelsen.

Som mangeårige og centrale aktører på markedet er de Indklagede fuldt ud bekendt med dette. De Indklagedes synspunkt er reelt et forsøg på at ændre ordningen – der har været gældende ret i over 40 år – så det ikke længere er kabelanlægsejerne, der er ansvarlige for klarering af rettigheder, men derimod den aktør, der sammensætter tv-pakkerne.

Hvis ordningen skal ændres, kan det imidlertid kun ske ved ny lovgivning.

De Indklagedes synspunkt vil indebære en grundlæggende ændring af ansvarsforholdene på betalings-tv-markedet og vil betyde, at et meget stort antal antenne- og boligforeninger ikke længere skal indgå aftaler med Copydan. Det gælder, selv om tv-pakkerne ikke sælges i TDC Brands' navn eller for TDC Brands' regning. Ændringen vil også indebære, at bolig- og antenneforeninger ikke længere vil have juridisk mulighed for at viderefakturere de ophavsretlige vederlag til de enkelte tilsluttede husstande, jf. ophavsretslovens § 35, stk. 3, 2. pkt., da antenne- og boligforeningen ikke længere vil blive anset som kabelanlægsejer.

Et kriterium, hvorefter det er den, der sammensætter tv-pakkerne, eller den, der første gang etablerer et teknisk signal, der er ansvarlig, ville åbne en ladeport for ulovlig distribution, fordi udenlandske aktører ville kunne sælge tv-pakker på danske kabelnet uden aftale.

I de følgende afsnit redegøres nærmere for den juridiske regulering af anlægsejernes ansvar, Ophavsretslicensnævnets praksis og retspraksis om anlægsejeres ansvar, hvordan anlægsejernes ansvar generelt er praktiseret, hvordan anlægsejerforholdene er i forhold til TDC Brands' kunder og hvordan anlægsejerforholdene er mellem TDC Brands og TDC NET.

Den juridiske regulering af anlægsejernes ansvar

TDC NETs ansvar følger af ophavsretslovens § 35 stk. 3, som har denne ordlyd:

"Stk. 3. Ejeren af et anlæg, og udbyderen af en internettjeneste, er ansvarlig for, at der træffes aftale om videreudsendelse efter stk. 1 over anlægget eller internettjenesten. Er et vederlag, som ejeren eller udbyderen skal betale efter en aftale indgået i overensstemmelse med stk. 1 eller en kendelse fra Ophavsretslicensnævnet efter § 48, stk. 1, fastsat som et beløb pr. tilslutning, er brugeren af den enkelte tilslutning pligtig at betale ejeren eller udbyderen et beløb, som svarer dertil."

Adgangen til uændret videreudsendelse af værker, som udsendes i radio og fjernsyn, jf. ophavsretslovens § 35, blev oprindeligt indført ved en ændring af ophavsretsloven pr. 1. juli 1985 som § 22 a (lov nr. 274 af 6. juni 1985).

I 1989 blev reguleringen (ved lov nr. 378 af 7. juni 1989) udbygget med et nyt stk. 4, der havde følgende ordlyd:

"Stk. 4. Vederlagskravet påhviler ejeren af anlægget. Er det vederlag, som ejeren skal betale, fastsat som et beløb pr. tilslutning, er brugeren af den enkelte tilslutning pligtig at betale ejeren et beløb, som svarer dertil. Kulturministeren kan fastsætte nærmere regler om vederlagsopkrævningen."

Af bemærkningerne til § 22 a, stk. 4, fremgår følgende om baggrunden for indførelsen af bestemmelsen i 1989-loven, jf. lovforslag nr. L 132 af 8. december 1988, de specielle bemærkninger til forslagets § 1, nr. 7:

"Den i 1985 gennemførte licensordning for kabelspredning m.v. af radio- og fjernsynsprogrammer har på enkelte punkter givet anledning til vanskeligheder i praksis. Det drejer sig bl.a. om spørgsmålet, hvem der er forpligtet til at udrede det samlede vederlag for spredningen af radio- og fjernsynsprogrammer over et radio- eller kabelanlæg. Af motiverne fremgår det, at det samlede ophavsretlige vederlagskrav efter § 22 a, stk. 2, påhviler den for et anlæg ansvarlige ejer, som har den faktiske og retlige dispositionsret over anlægget. På baggrund af det rejste spørgsmål finder ministeriet det rigtigst at foreslå, at det i selve lovtæksten til § 22 a præciseres, at vederlagskravet påhviler ejeren af anlægget."

I 1995 blev § 22 a flyttet til § 35 (ved lov nr. 395 af 14. juni 1995), hvor § 22 a, stk. 4, i første omgang blev videreført som § 35, stk. 4.

Året efter blev § 35 grundlæggende ændret (ved lov nr. 1207 af 27. december 1996) som konsekvens af ændringen af tvangslicensordningen til en aftalelicensordning. Denne ændring medførte dog ikke nogen ændring i retstilstanden i forhold til vederlaget, herunder at ansvaret påhviler anlægsejeren. Bestemmelsen fik da sin nuværende placering i § 35, stk. 3.

Der er ingen realforskel på den oprindelige § 22 a, stk. 4, og den gældende § 35, stk. 3, uanset at stk. 3, 1. pkt., taler om "træffes aftale" og ikke nævner vederlagskravet. Dette er to sider af samme sag, jf. § 35, stk. 3, 2. pkt., der refererer til det vederlag, anlægsejeren skal betale.

At indholdet af bestemmelserne er det samme, følger desuden af kulturministerens svar af 11. maj 2005 på et § 20-spørgsmål (nr. S 1158) om Copydan-ordningen. I svaret anfører ministeren bl.a.:

"Det er den kommercielle eller ikke-kommercielle distribution af radio- og tv-udsendelser i et kabelanlæg, der er den ophavsretlige begivenhed. Ejeren af kabelanlægget er ansvarlig for, at rettighederne er klareret, dvs. i praksis at der afregnes til rettighedshaverne. Kabelanlægget har dog mulighed for at overføre betalingsforpligtelsen på den enkelte bruger."

Det er ikke den, der sammensætter tv-pakkerne, som efter § 35, stk. 3, er ansvarlig. Formuleringen i 1989-lovbemærkningerne, lovforslag nr. L 132, fremsat den 8. december 1988, de specielle bemærkninger til forslaget § 1, nr. 7, at "[vederlagskravet] påhviler den for et anlæg ansvarlige ejer, som har den faktiske og retlige dispositionsret over anlægget" kan ikke tages til indtægt for, at det er en anden end anlægsejeren, der har det retlige ansvar:

For det første er lovteksten utvetydig: Det er den, der "ejer" et anlæg, som bærer ansvaret for, hvad der sker på anlægget; det er i praksis reelt også kun ejeren, der ultimativt kan kontrollere og sikre, hvad der foregår på anlægget.

For det andet er formuleringen i 1989-lovmotiverne om "dispositionsret" en – naturligvis – korrekt definition af, hvem der kan anses som "ejer".

For det tredje er "dispositionsret" ikke det samme som faktisk distribution. Den, der forsyner et kabelanlæg med tv-programpakker og dermed distribuerer indholdet, kan være en anden end anlægsejeren. Dette fremgår udtrykkeligt allerede i både 1985- og 1989-lovmotiverne. I lovforslag nr. L 132 af 8. december 1988 hedder det således om § 22 a, stk. 4, i de specielle bemærkninger til forslaget § 1, nr. 7:

"Undertiden sker programfordelingen over et kabelanlæg på basis af signaler, som modtages fra et overordnet signalfordelingsnet, som etableres af kommuner, telefonselskaber eller andre, i sådanne tilfælde er der intet til hinder for, at vederlagsbetalingen til rettighedshavernes fællesorganisation rent praktisk efter aftale kan foretages samlet af det overordnede fordelingsnet. Vederlagskravet påhviler imidlertid fortsat de selvstændige anlæg, som modtager signalerne fra det overordnede net. Opfylder de selvstændige anlæg ikke deres forpligtelser over for fællesorganisationen, vil det overordnede fordelingsnet dog efter omstændighederne kunne pådrage sig et ansvar, såfremt man – efter at være blevet bekendt med forholdet – fortsat leverer signalerne til det pågældende anlæg."

Af disse lovmotiver kan det udledes, at ansvarsbestemmelsen i § 35, stk. 3, handler om, hvem der grundlæggende og ultimativt er ansvarlig over for rettighedshaverne for ophavsretligt relevante handlinger på det kabelanlæg, selskabet ejer, at bestemmelsen ikke er til hinder for, at andre end anlægsejeren efter aftale med rettighedshaverne kan påtage sig vederlagsbetalingen og indgå aftaler herom, det være sig eksempelvis udbyderen af (som det anføres i lovmotiverne) "et overordnet signalfordelingsnet", dvs. en "infrastrukturudbyder", at der således er forskel på aftaler om vederlagsbetaling og det grundlæggende ansvar, som kan gøres gældende, hvis andre end anlægsejeren ikke har indgået aftale om videreudsendelsen, og at signalforsyningselskabet omvendt er medansvarligt for betalingen til rettighedshaverne, hvis kabelanlægsejeren ikke opfylder sin betalingsforpligtelse.

Ophavsretslovens § 35 er blevet ændret adskillige gange i tidens løb. På intet tidspunkt er der sket en ændring af reglen om, at det er ejeren af anlægget, der er ansvarlig. Heller ikke ved lovændringen i 2021, lov nr. 1121 af 4. juni 2021 om ændring

af ophavsretsloven, hvor § 35, stk. 3, blev udvidet til at omfatte udbydere af internettjenester, blev der ændret ved denne ansvarsregel. I de specielle lovbemærkninger til sidstnævnte ændring af § 35, stk. 3, hedder det, jf. lovforslag nr. L 205 af 26. marts 2021:

"Det fremgår af den gældende § 35, stk. 3, at aftaleansvaret og således vederlagspligten efter § 35, stk. 1, påhviler ejeren af kabelanlægget [...] Bestemmelsen om ansvar m.v. i den gældende § 35, stk. 3, bibeholdes, men justeres således, at vederlagspligten påhviler tjenesteudbyderen på lige fod med en anlægsejer."

Det fremgår af Kulturministeriets kommenterede høringsnotat af 28. februar 2021 vedrørende lovforslag nr. L 205 om ændring af lov om ophavsret fremsat den 26. marts 2021, at TDC (TDC Brands) havde afgivet høringssvar og fremsat flere substantielle bemærkninger og indvendinger over for dele af lovforslaget vedrørende den foreslåede § 35. Ikke desto mindre kommenterede TDC Brands ikke forholdet om ansvar for anlægsejeren i høringssvaret, selv om TDC Brands nu gør et diametralt modsat synspunkt gældende om forståelsen af lovgivningen på området.

Sondringen mellem ejerskab og programforsyning er ikke særlig for ophavsretsloven. Den findes også i radio- og fjernsynsloven, jf. eksempelvis § 6 a, stk. 1:

"Ejere af fællesantenneanlæg samt ejere af ejendomme, ejerforeninger og andelsboligforeninger el.lign., i det omfang de indgår aftale med ejere af fællesantenneanlæg om fælles programforsyning, skal sikre, at [...]."

Tilsvarende er der en regel i lov om leje af almene boliger § 62, der også opererer med sondringen mellem, om fællesantenneanlægget er ejet af udlejer eller af andre end udlejer. Det fastslås i bestemmelsen, at hvis udlejer ejer fællesantenneanlægget, kan udlejer viderefakturere omkostninger, og sådanne bidrag udgør pligtig ydelse i lejeforholdet, jf. § 62, stk. 3.

Ovenstående relaterer sig til videreudsendelse i kabelanlæg efter § 35, stk. 1. Bestemmelsen i § 35, stk. 3, finder ikke direkte anvendelse på den brug, der omfattes af § 35, stk. 4 og 5. Der er imidlertid intet grundlag for at antage, at den, der som anlægsejer er ansvarlig for betaling af vederlag for videreudsendelsen, ikke også er ansvarlig for de tilknyttede tjenester, der omfattes af stk. 4 og 5. Dette støttes af de almindelige lovbemærkninger, pkt. 4.1.3, i lovforslag nr. L 123 af 29. januar 2014, hvor det hedder:

"Bestemmelsen om ansvar mv. i den gældende § 35, stk. 3, vil blive bibeholdt uændret og vil således gælde fortsat for så vidt angår viderespredning omfattet af § 35, stk. 1. I forhold til gengivelse omfattet af den foreslåede stk. 4 og on demand-tilrådighedsstillelse efter stk. 5 vil det bero på en konkret vurdering, hvem der har ansvaret for at indhente tilladelse til en given udnyttelse. Derfor foreslås det, at bestemmelsen i § 35, stk. 3, 1. pkt., ikke skal gælde i forhold til de mere generelle bestemmelser i stk. 4 og 5. Princippet i § 35, stk. 3, 2. pkt., om, at et vederlag, som den ansvarlige for udnyttelsen skal betale, vil kunne væltes over på brugerne, når vederlaget er fastsat, som et

beløb pr. tilslutning, vil finde tilsvarende anvendelse i forhold til gengivelse i medfør af § 35, stk. 4 og on demand-tilrådighedsstillelse i medfør af § 35, stk. 5.”

Det er Rettighedshavernes opfattelse, at kabel-tv-anlægsejeren, der er ansvarlig for videreudsendelse af tv-kanaler, også er ansvarlig for digitale tv-tjenester i forbindelse med de tv-kanaler, der videreudsendes på kabel-tv-anlægget. Dette understøttes af, at TDC NET har optrådt som aftalepart i aftaler med Rettighedshaverne om digitale tv-tjenester, jf. parternes aftale af [REDACTED].

For at skære sagen til har Rettighedshaverne imidlertid valgt ikke at medindklage TDC NET for så vidt angår Rettighedshavernes påstande 4.1-4.3 ad OTT-only kunder.

Ophavsretslicensnævnets praksis og retspraksis om anlægsejeres ansvar

Ophavsretslicensnævnets kendelse af 27. juni 1986 i sag nr. 16 var den første afgørelse på området. Sagens parter var dels rettighedshaverne, dels ”teleselskaberne”. På side 1 i kendelsen anføres det, at de pågældende teleselskaber optrådte i to egen-skaber: i nogle tilfælde som transportører af radio- og tv-programmer ”gennem det såkaldte hybridnet”, i andre tilfælde som ”ejere af kabelanlæg, der forsyner privat husholdninger med radio- og TV-programmer”, idet det oplyses, at der ”er i alt ca. 12.000 husstande tilsluttet sådanne af selskaberne drevne anlæg”.

Helt fra starten er det således blevet lagt til grund af parterne og fastslået af Ophavsretslicensnævnet, at et teleselskab, der ejer et kabelanlæg, er rette pligtsubjekt i tvister om vederlagets størrelse efter ophavsretslovens § 35. Det fremgår af side 2 i Ophavsretslicensnævnets kendelse i sag nr. 16, at kendelsen ikke omhandlede kabelanlæg ejet af antenne- og boligforeninger mv. Disse var derimod omfattet af den efterfølgende sag nr. 19, hvor Ophavsretslicensnævnet ved kendelse af 6. juli 1987 fastsatte et vederlag, der var identisk med vederlaget i sag nr. 16, jf. kendelsens side 13.

Anlægsejernes ansvar i praksis

Mere end 1,5 mio. danske husstande modtager i dag deres tv-pakker via flere tusinder kabelanlæg, der ejes af enten ikke-kommercielle private antenne/boligforeninger eller kommercielle distributører såsom TDC Brands og Norlys.

Både de ikke-kommercielle private antenne- og boligforeninger og de kommercielle distributører har i årtier betalt vederlag efter ophavsretslovens § 35, uanset om de selv nedtager signalerne eller helt eller delvist modtager signaler fra en bagvedliggende tv-distributør.

Kabelanlægget kan være ejet af en kommerciel tv-distributør, men en stor del af de ikke-kommercielle antenne- og boligforeninger benytter deres eget kabelanlæg til

videreudsendelsen. I sidstnævnte situation er antenne- og boligforeningerne, der tilsammen har flere hundredetusinde medlemmer, ansvarlige i henhold til ophavsretslovens § 35, stk. 3.

Anlægssejerens ansvar for betaling af vederlag efter ophavsretslovens § 35, stk. 3, er grundlaget for hele den måde, tv-distributionsmarkedet og vederlagsopkrævningen er organiseret på i Danmark, herunder den måde TDC Brands har indrettet sig på i praksis.

Ved opsplitningen af TDC A/S i henholdsvis Nuuday (nu TDC Brands) og TDC NET i 2019 fandt parterne ikke anledning til at forholde sig til de juridiske følger af opsplitningen, fordi der på alle områder var et omfattende samarbejde om klarering af rettigheder, og der eksisterede et større antal kontrakter på både Hovedområdet (omfattet af Ophavsretslicensnævnets sag nr. 128) og Koda/mellemgruppe området (omfattet af Ophavsretslicensnævnets sag nr. 129). I en enkelt underskrevet aftale indgået i den periode er det konstaterende anført, at parterne ikke har forholdt sig til opsplitningen. Det er aftalen af [REDACTED], hvor det på aftalens side 4 som sidste punkt under "Generelle vilkår" er anført:

"Parterne har ikke drøftet eventuelle konsekvenser af den forestående opsplitning af TDC, og derfor er der ikke ændret noget herom i aftaleforholdet."

Dette er juridisk uproblematisk, og der er intet til hinder for, at Rettighedshaverne kan acceptere, at TDC Brands betaler vederlag på vegne af TDC NET, hvis TDC Brands ønsker det. En sådan ordning om betaling ændrer dog ikke ved, at TDC NET som anlægssejer er ansvarlig for, at betalingen sker. Eftersom der var enighed om betalingerne, ligesom den omfattende daglige administration fungerede, fandt Rettighedshaverne ikke anledning til at tage emnet op. Det forholder sig selvsagt anderledes, når tilfældet er, at der er uenighed om betalingerne.

I sommeren [REDACTED] opstod der uenighed mellem parterne om vederlaget for digitale tv-tjenester. Parterne indgik derfor en aftale om a conto-betaling for digitale tv-tjenester, mens spørgsmålet om de endelige vilkår fortsat var uafklaret. Rettighedshaverne havde i den forbindelse behov for sikkerhed for betaling, uanset denne usikkerhed.

Aftalen blev den [REDACTED] indgået via e-mail af [REDACTED] med både TDC NET og TDC Brands som parter. Aftalen bekræftede, at ikke alene TDC Brands, men også TDC NET, hæftede for de endelige betalinger:

"3. TDC og Nuuday hæfter overfor Copydan Verdens TV, UBOD og Koda for betaling af vederlag for digitale tv-tjenester (bl.a. StartForfra, SidsteDøgn, DRTV, TV2 Danmark Catch Up, NPVR/PVR og Web-tv) for alle signalforsynede kunder (uanset om kunden hører under kategorien "egne anlæg", "organiserede anlæg", administrerede anlæg etc.)"

Anlægsejerforholdene i relation til TDC Brands' tv-pakker

Som beskrevet i rapporten "*Engros adgang til kabel-tv infrastrukturen*", som Gartner i 2012 udarbejdede til Erhvervsstyrelsen, består det netværk, som TDC Brands anvender til videreudsendelsen, af en lang række forbundne anlæg. På side 10 i rapporten beskrives, hvordan signalet i det første led forsynes til en MPEGstation, hvorfra det i andet led føres ud til henholdsvis (a) anlæg i et primært accessnet via bredbåndsfibernet og (b) anlæg i et sekundært accessnet via koaksialkabler. Fra det primære accessnet (a) føres signalet i tredje led ud til anlæg i et andet sekundært accessnet (c) via henholdsvis bredbåndsfibernet og koaksialkabler, og fra anlæggene i de sekundære accessnet (b) og (c) føres signalet ud til lokale fordelingsnet (anlæg), som fordeler til de enkelte husstande. Som beskrevet i rapporten fra 2012 var de lokale fordelingsnet ejet af TDC eller af private.

Det er dette lokale fordelingsnet, der er et kabelanlæg i § 35, stk. 3's forstand.

Overordnet set kan de [redacted] tv-kunder ([redacted]-tal), der direkte eller indirekte har adgang til YouSee tv-pakker, opdeles i to kategorier, hvoraf den ene har yderligere to underkategorier:

Individuelle kunder, der omfatter abonnenter, der har et individuelt kundeforhold med TDC Brands, herunder kunder på anlæg, der ejes af TDC Brandskoncernen (TDC Brands og/eller TDC NET). Denne kundegruppe udgør [redacted] af tv-kunderne.

Foreningskunder, der består af foreninger, typisk bolig- og antenneforeninger, der selv ejer deres kabelanlæg. Denne kundetype kan inddeles i organiserede og administrerede foreningskunder:

Organiserede foreningskunder: Disse anlæg har en signalforsyningsaftale med TDC Brands, og de indgår selv aftaler med rettighedshaverne og afregner selv vederlag til rettighedshaverne. Denne kundegruppe udgør [redacted] af tv-kunderne fordelt på [redacted] kabelanlæg. En delmængde af disse antenne- og boligforeninger har flere signalforsyningsaftaler/forsynes ikke udelukkende af TDC Brands og videresender tv-kanalerne i egne pakker (dvs. ikke brandet som YouSee).

Administrerede foreningskunder: Disse kunder er identiske med de organiserede foreningskunder, men adskiller sig ved, at de har indgået en administrationsaftale med TDC Brands. Dette indebærer, at kabelanlægget i forhold til rettighedsklarering har en c/o adresse hos TDC Brands, og at det i praksis er TDC Brands, der afregner vederlaget til Rettighedshaverne på kabelanlægsejerens vegne. Denne kundegruppe udgør [redacted] af tv-kunderne fordelt på [redacted] kabelanlæg.

De ovenstående grupper er i TDC Brands' it-systemer mv. yderligere opdelt i, så vidt vides, samlet otte kundegrupper. Dette skyldes, at der er forskel på, om anlægget har TDC Brands' standard-tv-pakker (Mini-, Grund-, Mellem- og Fuldpakken), eller om anlægget har et ikke standardiseret udbud, således at tv-pakkerne er sammensat af anlægget selv (dette kaldes "agentkunder"). For sådanne anlæg kan der også være tale om, at pakkerne består af tv-kanaler, der kun delvist leveres af TDC Brands, mens de resterende tv-kanaler leveres af en anden signalleverandør (eller nedtages af foreningen selv gennem egen hovedstation). Det er ikke i alle tilfælde TDC Brands, der sammensætter tv-pakkerne. Herudover er der en række anlæg, hvor anlægsejeren selv står for de faste tv-pakker, mens TDC Brands tilbyder fleksible produkter i form af Bland Selv eller YouSee Play til enkelte tilslutninger i anlægget, der ønsker dette.

Når der sker en ændring af, hvilken kundegruppe et anlæg tilhører, sender YouSee Foreningsservice (der er en afdeling hos TDC Brands) en e-mail til Copydan, der indeholder oplysninger om anlægsnummer, anlæggets navn, antal tilslutninger, adresse, overtagelsesdato samt type af anlæg. Der er en række eksempler på sådanne meddelelser, hvor typen af anlæg både beskrives som "Egne anlæg – YouSee ejet anlæg" og "Egne anlæg - TDC NET-ejet anlæg".

Sondringen i forhold til ansvar som følge af ejerskab til kabelanlæggene er gennemført i det meget store antal aftaler, som TDC Brands har indgået med antenne- og boligforeninger. Rettighedshaverne henviser til et typisk eksempel på en forsyningsaftale med et antenneanlæg, hvoraf det omkring vederlaget til Rettighedshaverne anføres:

"Kunden afregner som anlægsejer selv disse vederlag."

Rettighedshaverne henviser til et eksempel på en varslings af ændring af priser i 2024 fra TDC Brands til et signalforsynet antenneanlæg med angivelse om, at anlægget selv skal afregne ophavsrettigheder til Koda/Copydan.

Det forholder sig også sådan, at antenne- og boligforeninger ikke blot er faktiske ejere af det fysiske kabelanlæg, men også ofte fremstår som udbydere i forhold til deres medlemmer. Som eksempler herpå henvises til print af hjemmesiderne fra Brande antenneforening og SmørumNet, der begge er eksempler på antenneforeninger, der selv ejer deres kabelanlæg, men er signalforsynet af TDC Brands. Antenne- og boligforeninger har selv afholdt omkostningen til etableringen af kabelanlægget og har også selv vedligeholdelsesomkostningen hertil. Det er helt normalt, at det formelt set er generalforsamlingen i den enkelte forening, der skal vedtage kanalsammensætningen i tv-pakkerne.

Ovenstående viser, at TDC Brands' sagsfremstilling ikke er i overensstemmelse med, hvordan TDC Brands handler og indretter sine aftaler med bolig- og antenneforeninger. Parterne har konsekvent i administrationen af aftalerne fulgt reglen i ophavsretslovens § 35, stk. 3, hvorefter det er kabelanlægsejeren, der er ansvarlig for klarering af rettigheder og betaling af vederlag.

Anlægsejerforholdene mellem TDC Brands og TDC NET

Det må lægges til grund, at TDC NET i vid udstrækning ejer de kabelanlæg, som anvendes til videreudsendelsen af de tv-kanaler, TDC Brands udbyder. Allerede derfor har TDC NET et medansvar for betaling af vederlag til Rettighedshaverne.

TDC Brands har ikke fremlagt nærmere dokumentation for forholdene omkring ejerskab af kabelanlæg i TDC Brands-koncernen. I svarskriftet af 17. marts 2025, pkt. 4.2, hævder TDC Brands:

”Nuuday har i dag ét kabelanlæg bestående af én hovedstation i København, hvor Nuuday – baseret på Nuuday’s indgåede aftaler herom – modtager, behandler, sammensætter og videreudsender tv-pakker i færdige signaler, der ikke efterfølgende ændres, til seere i hele landet via bl.a. TDC Nets og Norlys’ net.”

Der er imidlertid ikke fremlagt dokumentation for, at dette er korrekt og i givet fald de nærmere omstændigheder knyttet til et sådant ejerskab – eller om der med ”Nuuday” [nu TDC Brands] i denne kontekst rent faktisk menes TDC NET.

TDC Brands’ beskrivelse (”ét centralt kabelanlæg bestående af én hovedstation i København”) synes at stride med den fordeling af aktiver til henholdsvis Nuuday og TDC NET, der fandt sted ved spaltningen af TDC i 2019.

Som konsekvens af spaltningen betaler TDC Brands i dag for at bruge TDC NETs anlæg, og betalingerne herfor udgør en væsentlig del af TDC Brands’ omkostninger på tv-området, jf. eksempelvis TDC Brands’ årsrapport fra 2025, side 68, hvor det anføres: ”Nuuday derives the vast majority of its cost of sales from contracts with TDC NET A/S”.

I Erhvervsstyrelsens udkast til revideret markedsanalyse af 4. december 2020 vedrørende engrosmarkederne for netadgang til højkapacitetsinfrastruktur på et fast sted lægger Erhvervsstyrelsen til grund, at TDC NET er det netværksfokuserede selskab i TDC-koncernen. Erhvervsstyrelsen anfører endvidere, at TDC NET ”ejer, driver og anlægger TDC’s kobber-, coax-, fiber- og mobil-infrastrukturer” og sælger engrosadgang til Nuuday og andre tredjeparter.

Det må på den baggrund lægges til grund, at TDC NET som minimum ejer en del af de kabelanlæg omfattet af ophavsretslovens § 35, der indgår i TDC-koncernen.

På TDC NETs hjemmeside er der en beskrivelse af coax-nettet, jf. skærmpoint fra TDC NETs hjemmeside af 19. februar 2026. Her nævnes bl.a.:

”Coax-kabler giver brugerne internetforbindelser gennem kabel-tv-stik. Det er en hurtig og stabil infrastruktur med hastigheder helt op til 2000 Mbit/s.”

”TDC NET kan levere hurtigt og stabilt internet via coax til mere end én million husstande fordelt over hele landet. TDC NETs coax-netværk er med til at forbinde Danmark. Til gavn for alle.”

Dette understøtter, at TDC NET ejer kabelanlæg, som anvendes til videreudsendelsen, jf. ophavsretslovens § 35, stk. 1, af de kabel-tv-pakker som TDC Brands udbyder til coax-kunder. I den forbindelse må det komme de Indklagede til skade, at de Indklagede ikke nærmere vil oplyse, hvilke anlæg der anvendes som led i videreudsendelsen, og hvorvidt disse anlæg ejes af TDC Brands eller TDC NET. TDC Brands’ bemærkninger om, at der nu kun anvendes ”ét centralt kabelanlæg” til videreudsendelsen (dvs. også over coax-nettet), kan ikke lægges til grund. Hvis det, som de Indklagede omtaler som et centralt kabelanlæg, er en hovedstation, så er det ikke noget kabelanlæg i § 35’s forstand.

Sammenfatning

Ophavsretslovens § 35, stk. 3, fastslår, at ejeren af et anlæg er ansvarlig for, at der træffes aftale om videreudsendelse efter § 35, stk. 1. Ansvaret påhviler derfor anlægsejeren og ikke alene den aktør, der sammensætter tv-pakkerne.

Denne retstilstand har været gældende og praktiseret i mere end 40 år og er lagt til grund i både Ophavsretslicensnævnets praksis, retspraksis og markedets aftale- og afregningspraksis.

TDC NET må i hvert fald i et vist omfang anses for ejer eller medejer af de kabelanlæg, som anvendes til videreudsendelse af TDC Brands’ tv-pakker. De tilgængelige oplysninger om TDC NETs rolle som infrastructurejer understøtter dette, og TDC Brands har ikke fremlagt dokumentation, der afkræfter det.

Det forhold, at TDC Brands i praksis har betalt vederlag på vegne af TDC NET, ændrer ikke ved TDC NETs ansvar som anlægsejer. Parternes aftalepraksis understøtter, at både TDC og Nuuday hæftede for betaling, og at denne hæftelse også omfattede den del af vederlaget, der vedrørte de digitale tv-tjenester.

Klagernes bemærkninger til TDC Brands’ påstande og anbringender i Sø-og Handelsretssagen

Indledning

Rettighedshaverne indledte sag nr. 128 med klageskrift af 22. marts 2024. TDC Brands og TDC NET afgav i alt fire processkrifter i sagen, senest et svarskrift af 17. marts 2025, der primært vedrørte TDC NETs forhold.

Den 31. marts 2025 meddelte TDC Brands, at man havde truffet beslutning om ikke at deltage i Ophavsretslicensnævnets konkrete vilkårsfastsættelse i sag nr. 128.

Ophavsretslicensnævnet udtalte i sin delafgørelse af 2. oktober 2012 i sag nr. 117 – og gentog i delafgørelsen af 5. december 2024 i sag nr. 128 – at det ikke er en forudsætning for Ophavsretslicensnævnets kompetence til at behandle en sag, at begge parter ønsker Ophavsretslicensnævnets behandling af sagen. Ophavsretslicensnævnet er kompetent til at behandle en sag, hvis blot én af parterne ønsker dette.

TDC Brands har alene nedlagt påstand om frifindelse i sag nr. 128.

[REDACTED]

[REDACTED]

Da Rettighedshaverne indleverede klageskriftet i sag nr. 128 den 22. marts 2024, var det i forventningen om, at Ophavsretslicensnævnet kunne hjælpe med at løse parternes tvist og dermed overflødigøre den retssag, TDC Brands havde anlagt ved Sø- og Handelsretten den 15. marts 2024. Rettighedshaverne har valgt at fastholde nævnssagen uanset TDC Brands' "udtræden", da Ophavsretslicensnævnet historisk har formået at afsige kendelser, der accepteres af parterne og ikke indbringes for domstolene.

Hvis TDC Brands fastholder den anlagte sag ved Sø- og Handelsretten, der nu er berammet til hovedforhandling i [REDACTED], er det Rettighedshavernes håb, at Ophavsretslicensnævnets forudgående behandling og kendelse kan bidrage til en hensigtsmæssig behandling ved domstolene, idet domstolene ved sagens afgørelse kan inddrage Ophavsretslicensnævnets vurdering – og dermed den ekspertise og sagkundskab, som Ophavsretslicensnævnet besidder.

Rettighedshaverne ønsker en varig løsning på parternes tvist. Af den grund tillægger Rettighedshaverne det værdi og betydning, at der er den størst mulige grad af kontradiktion under nævnsbehandlingen.

Rettighedshaverne kan ikke tvinge TDC Brands til at afgive yderligere processkrifter eller at give møde under hovedforhandlingen i nævnssagen, men Rettighedshaverne kan sikre, at Ophavsretslicensnævnet er bekendt med og har mulighed for at inddrage TDC Brands' synspunkter for så vidt angår rimeligheden af de hidtidigt anvendte priser og vilkår.

Dette er muligt, fordi Sø- og Handelsrettens sag handler om det samme som Ophavsretslicensnævnets sag nr. 128, 129 og 132, og fordi TDC Brands har forholdt sig til materien i nævnssagerne i de processkrifter, TDC Brands har indleveret i Sø- og Handelsrettens sag. Rettighedshaverne har derfor stillet disse processkrifter med bilag til rådighed for Ophavsretslicensnævnet.

Rettighedshaverne har allerede, jf. ovenfor, redegjort for, hvorfor de priser og vilkår, der fremgår af de nedlagte påstande og vilkårsbilag, ikke er urimelige.

Formålet med det følgende er ikke at gentage disse anbringender, men at præsentere og imødegå TDC Brands' selvstændige påstande og anbringender, i det omfang det ikke allerede er sket som led i Rettighedshavernes argumentation til støtte for vilkårenes rimelighed.

Da TDC Brands' påstande og anbringender findes i forskellige processkrifter, har Rettighedshaverne af hensyn til overskueligheden samlet TDC Brands' påstande og anbringender i følgende hovedsynspunkter:

- "Rettighedshavernes priser står ikke i rimeligt forhold til rettighedernes økonomiske værdi for TDC Brands"
- "Rettighedshavernes priser ligger væsentligt over niveauet i Sverige og Norge"
- "TDC Brands' betaling skal være passende og proportional med det faktiske forbrug af rettigheder"
- "TDC Brands' betaling skal være teknologineutral"
- "TDC Brands' udbud af digitale tv-tjenester bør ikke udløse særskilt betaling"
- "Rettighedshavernes priser og vilkår er ikke resultatet af reelle forhandlinger"
- "Rettighedshavernes priser er koordinerede og diskriminerende"
- "Rettighedshavernes priser er uigennemsigtige"
- "Rettighedshaverne foretager ulovlig bundling eller koblingssalg"

TDC Brands har baseret sin argumentation vedrørende vederlagsniveauets urimelighed på en ensidigt indhentet konsulentrapport fra [REDACTED] (bilag 9 til denne kendelse. Denne rapport, der er behæftet med en række metodiske mangler, behandles til sidst under et særskilt afsnit.

Derudover indeholder TDC Brands' processkrifter en række yderligere synspunkter, der ikke har betydning for sag nr. 128, da de vedrører Koda/mellemgruppeområdet

(sag nr. 129) og de tv-produkter, TDC Brands sælger under brandet Telmore (sag nr. 132). Disse synspunkter vil ikke blive gennemgået i det følgende.

TDC Brands' påstande er ikke et egnet grundlag for vilkårsfastsættelse

TDC Brands har i Sø- og Handelsretssagen ikke blot gjort principielle indsigelser mod Rettighedshavernes priser og vilkår. TDC Brands har også nedlagt en række subsidiære, mere subsidiære og mest subsidiære påstande, der samlet set søger at opstille alternative tariffer.

Disse påstande bygger bl.a. på en generel 2/3-reduktion, særskilte betalinger pr. kanal, rettighedsforbrugsbestemt betaling, procenttillæg for digitale funktioner, særregler for bestemte kanaltyper, særlige modeller for premium-tv-kanaler, særpriser for enkelte kanaler og funktioner samt krav om en mere detaljeret opdeling efter organisationer og rettighedshavergrupper.

TDC Brands' alternative modeller udgør imidlertid ikke en sammenhængende og administrerbar tarif. De består snarere af en række løsrevne mekanismer, der hver for sig og samlet forudsætter, at vederlaget kan opgøres rettighed for rettighed, kanal for kanal, funktion for funktion og i visse tilfælde program for program.

En sådan tarif er uforenelig med den kollektive licensmodel på tv-området. Den kollektive licensmodel er netop begrundet i behovet for en samlet, praktisk og administrerbar klarering af meget store mængder rettigheder, som ikke kan prissættes individuelt i forholdet mellem den enkelte distributør og de enkelte rettighedshavere.

TDC Brands har heller ikke forklaret, hvordan de alternative tariffer konkret skal anvendes i praksis. TDC Brands har ikke forklaret, hvordan de nødvendige data skal tilvejebringes, hvordan rettighedsfylden skal vægtes mellem tv-kanaler og funktioner, hvordan forskellige rettighedstyper skal prissættes indbyrdes, eller hvordan modellen skal håndtere løbende ændringer i kanaludbud, kundetyper, digitale tv-tjenester og rettighedsrepræsentation. TDC Brands' tilgang vil ikke skabe større gennemsigtighed. Den vil tværtimod føre til et uoverskueligt og tvistgenererende system, hvor parterne løbende må forhandle eller procedere om rettighedsfylden i hver enkelt kanal, hver enkelt funktion og hver enkelt ændring i TDC Brands' produktudbud. Det er netop en sådan model, den kollektive licensmodel skal undgå.

"Rettighedshavernes priser står ikke i rimeligt forhold til rettighedernes økonomiske værdi for TDC Brands"

TDC Brands gør gældende, at Rettighedshavernes priser ikke står i rimeligt forhold til den økonomiske værdi, rettighederne har for TDC Brands.

TDC Brands har til støtte herfor anført følgende:

- TDC Brands' betaling til Rettighedshaverne bør ikke overstige en bestemt andel af TDC Brands' rapporterede omsætning på tv-området [REDACTED]

- TDC Brands har ikke kunnet absorbere stigningen i rettighedsvederlaget via opkrævninger hos tv-kunderne [REDACTED]
- Den økonomiske værdi af rettighederne modsvarer kun 1/3 af TDC Brands' samlede betaling til Rettighedshaverne for brug af rettigheder i [REDACTED]

Forholdet mellem TDC Brands' betaling til rettighedshaverne og TDC Brands' rapporterede omsætning på tv-området

TDC Brands' årsrapporter indeholder en opgørelse af TDC Brands' "omsætning på tv-området".

TDC Brands gør gældende, at rettighedsbetalingen til Rettighedshaverne er gået fra at udgøre [REDACTED] af TDC Brands' omsætning på tv-området i [REDACTED] til at udgøre [REDACTED] i [REDACTED].

Rettighedshaverne har i Sø- og Handelsretssagen opfordret TDC Brands til at redegøre for, hvordan dette tal er beregnet, og til at fremlægge de bagvedliggende data, samt tilsvarende data for kalenderårene 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 og den budgettede andel for 2025, for så vidt angår såvel brutto- som nettoomsætningen, [REDACTED].

[REDACTED]

[REDACTED]

Den rapporterede tv-omsætning kan ikke anvendes som et fuldstændigt mål for den økonomiske værdi af TDC Brands' udnyttelse af Rettighedshavernes indhold og rettigheder. Dette skyldes navnlig, at TDC Brands' tv-produkter sælges sammen med bredbånds- og mobilprodukter, at årsrapporterne ikke viser, hvordan omsætningen fra bundlede produkter fordeles mellem "TV", "Internet & Network", "Other services" og "Mobile services", og at tv-indholdet også anvendes til at understøtte TDC Brands' samlede kundeforhold.

Den økonomiske værdi af tv-indholdet kan derfor ikke udtømmende vurderes ved at isolere den regnskabsmæssigt allokerede tv-omsætning.

Den rapporterede tv-omsætning er endvidere påvirket af, at en del af TDC Brands' tv-pakkesalg sker som engrossalg til antenne- og boligforeninger. Engrosomsætningen afspejler ikke de samlede betalinger fra de husstande, der modtager tv-pakkerne, bl.a. fordi bolig- og antenneforeningerne selv ejer og vedligeholder kabelanlæg, håndterer relationen til de enkelte husstande og afregner vederlag for ophavsrettigheder direkte til Copydan. Dette er ligeledes behandlet ovenfor.

Endelig påvirkes den rapporterede tv-omsætning af, at kunder over tid har nedgraderet fra større tv-pakker til Mini- eller Grundpakken. Sådanne nedgraderinger reducerer TDC Brands' tv-omsætning, men indebærer ikke en tilsvarende reduktion i udnyttelsen af Rettighedshavernes rettigheder.

Som beskrevet ovenfor, udgør Copydan tv-kanalerne en væsentlig del af TDC Brands' tv-udbud, herunder navnlig i Mini- og Grundpakken. Som beskrevet, bekræfter data om brugen af de digitale tv-tjenester desuden, at brugen i stigende grad knytter sig til indhold, hvortil Rettighedshaverne repræsenterer samtlige eller væsentlige rettigheder.

Nedgraderinger fra større tv-pakker til Mini- eller Grundpakken indebærer ikke en tilsvarende mindre udnyttelse af Rettighedshavernes rettigheder. Tværtimod indebærer nedgraderingerne, at Rettighedshavernes rettigheder fylder forholdsmæssigt mere i de tilbageværende kunders tv-pakker.

TDC Brands' procentopgørelse kan derfor ikke tillægges selvstændig vægt ved vurderingen af, om Rettighedshavernes vederlag er urimeligt. Hvis aggregerede omsætningstal skal inddrages, må det først oplyses præcist, hvad omsætningstallene omfatter, hvordan de er opgjort, og hvordan bundlede produkter, engrossalg, koncerninterne allokeringer og viderefakturerede rettighedsbetalinger er behandlet.

I modsat fald er der en nærliggende risiko for, at omsætningstal, der ikke afspejler den relevante udnyttelse af rettighederne, anvendes som målestok for rimelighedsvurderingen.

I øvrigt bemærkes, at hvis vederlagene sættes i forhold til den rapporterede omsætning for de senere år, så udgør vederlagene en faldende andel af den rapporterede tv-omsætning.

TDC Brands har absorberet stigningen i rettighedsvederlag via prisstigninger

TDC Brands' salgspriser muliggør i modsætning til de aggregerede omsætningstal en vurdering af værdien pr. tilslutning eller pr. produkt, hvilket er det relevante niveau for fastsættelsen af et rimeligt vederlag.

TDC Brands' salgspriser for de tv-produkter, der indeholder de omhandlede rettigheder, udgør den mest præcise og relevante indikator for den økonomiske værdi af rettighedernes anvendelse i handelen, mens rapporterede omsætningstal alene udgør en usikker og afledt proxy.

Det skyldes, at salgspriserne direkte afspejler den betaling, som slutkunderne er villige til at betale for det samlede produkt, hvori de omhandlede rettigheder indgår. Som beskrevet ovenfor, har Rettighedshaverne kortlagt udviklingen i TDC Brands' salgspriser for Grundpakken, Mellempakken og Fuldpakken i perioden [REDACTED].

[REDACTED]. Som det samtidig fremgår af pkt. 5, vil Rettighedshavernes andel af TDC Brands' pakkepriser efter de principale påstande være lavere i 2026 end i 2020.

Det er således heller ikke korrekt, når [REDACTED]

Reduktion af TDC Brands' betaling med 2/3

Ifølge TDC Brands' principale påstand [REDACTED] skal de samlede betalinger reduceres til 1/3 af eksisterende betalinger. TDC Brands har ikke forklaret, hvorfor det er Rettighedshavernes vederlagsniveau fra [REDACTED] der skal reduceres, eller hvorfor reduktionen skal være lige præcis 2/3.

Som anført ovenfor i afsnittet om parternes aftalehistorik, har parterne gennem en lang årrække haft løbende og detaljerede aftaleforhandlinger. Tariffer på området er aftalt med fire decimalers nøjagtighed (til en hundrededel af en øre).

En påstand om, at 2021-vederlaget var ca. tre gange for højt, står dels i skærende kontrast til parternes langvarige og meget detaljerede aftalehistorik, dels til den omstændighed, at parterne i [REDACTED] gennemførte en samlet genforhandling af aftalegrundlaget.

Parterne har i deres seneste aftale på Hovedområdet – den såkaldte [REDACTED]-sommeraftale – udtrykkeligt tilkendegivet, at aftalen havde til formål at afklare tidligere uklarheder og bekræfte den kommercielle enighed mellem parterne, og at en senere sammenskrivning af aftalegrundlaget ikke skulle indebære materielle ændringer i parternes retsstilling, jf. side 8:

”Parterne har med denne Aftale gjort op med de uklarheder, der parterne bekendt er det gældende aftalegrundlag. Uanset dette er det fortsat parternes intention at foretage en sammenskrivning af aftalegrundlaget på hovedområdet til en samlet aftale uden at dette skal give anledning til materiale [sic] ændringer i parternes retsstilling. Parterne har med Aftalen prioriteret at få bekræftet den kommercielle enighed mellem parterne.”

TDC Brands har ikke tiltrådt aftalen under protest, og TDC Brands har heller ikke taget nogen forbehold for så vidt angår rimeligheden af det aftalte vederlagsniveau.

Det er på den baggrund ikke tilstrækkeligt, at TDC Brands nu gør gældende, at vederlaget skal reduceres med 2/3. En sådan reduktion forudsætter en konkret begrundelse for, hvorfor det aftalegrundlag, som parterne senest forhandlede og bekræftede i [REDACTED] skulle have været grundlæggende urimeligt. En sådan begrundelse har TDC Brands ikke givet.

"Rettighedshavernes priser ligger væsentligt over niveauet i Sverige og Norge"

TDC Brands gør gældende, at Rettighedshavernes priser er markant højere end priserne for sammenlignelige rettigheder i Sverige og Norge, og at denne prisforskel understøtter, at Rettighedshavernes priser er urimelige [REDACTED]

TDC Brands har navnlig anført, at:

- de forvaltede rettigheder ikke er afgørende forskellige på tværs af Skandinavien, og at rettighedshavere i Sverige og Norge ikke i videre omfang end rettighedshavere i Danmark har overdraget deres rettigheder i forbindelse med salg af tv-produktioner [REDACTED]
- den rettighedsmæssige beskyttelse af brug af tv er den samme i Danmark, Sverige og Norge [REDACTED]
- forvaltningsselskaberne i Norge og Sverige, henholdsvis Norwaco og Copy-swede, ikke opkræver særskilt betaling for digitale tv-tjenester [REDACTED]
- [REDACTED]
- prisen på rettigheder til svensk tv er lavere i Sverige end i Danmark [REDACTED]
- Kodas samlede indtægter fra tv-distribution er uforklarligt meget højere end STIM's og TONO's indtægter på samme område [REDACTED] og
- Danmark via Koda udgør den største udenlandske indtægtskilde for TONO [REDACTED]

TDC Brands' sammenligning hviler imidlertid på et forkert grundlag. TDC Brand-sammenligner tariffer, men ikke de rettigheder, produkter, digitale tv-tjenester, markedsforhold og betalingsstrukturer, som tarifferne dækker. Sammenligningen kan derfor ikke danne grundlag for at anse Rettighedshavernes priser for urimelige.

Udenlandske tariffer kan ikke anvendes som simpel målestok

Rettighedshaverne bestrider ikke, at udenlandske forhold efter omstændighederne kan have orienterende betydning ved vurderingen af et vederlags rimelighed. Det gælder dog navnlig på områder, hvor der ikke er etableret en langvarig markedspraksis efter forhandling mellem jævnbyrdige parter. Udenlandske tariffer kan imidlertid ikke anvendes som en simpel målestok uden at tage relevante faktorer i betragtning.

En udenlandsk tarif kan således kun have værdi, hvis der sammenlignes på et ensartet grundlag. Det kræver navnlig, at der tages højde for:

- hvilke rettigheder der faktisk er omfattet af tilladelsen,
- om tv-stationens egne og erhvervede rettigheder indgår,
- om rettighedshaverne har forbeholdt sig rettigheder eller er blevet frikøbt tidligere i værdikæden,
- hvilke digitale udnyttelsesformer tilladelsen omfatter,
- om der er tale om en hjemmemarkedskanal eller en nabolandskanal,
- om der sammenlignes marginalpris, gennemsnitspris eller samlet pris,
- hvilke tarifstrukturer, der anvendes i det pågældende land,
- hvis der anvendes regnskabsoplysninger, hvad disse nærmere dækker over, og
- hvordan valutakursudvikling påvirker en sammenligning i danske kroner.

TDC Brands' sammenligning opfylder ikke disse krav. Sammenligningen behandler danske, svenske og norske beløb, som om de angik samme rettigheder og samme udnyttelser. Det gør de ikke.

En lavere betaling til Norwaco og Copyswede betyder ikke nødvendigvis, at brugen af rettighederne er billigere i Norge eller Sverige. Betalingen kan i stedet være sket tidligere i værdikæden, eksempelvis ved tv-stationens eller producentens frikøb af rettigheder. I så fald vil betalingen ikke fremgå som et vederlag i distributionsleddet, og for audiovisuelle kunstnere og producenter vil betalingen ved frikøb slet ikke ske gennem noget forvaltningsselskab. Spørgsmålet er, om der betales for samme rettighedsmængde, samme brug og samme markedssituation. Det forholder TDC Brands sig ikke til.

Der sammenlignes ikke samme rettighedsmængde

Selv om den ophavsretlige ramme i Norden historisk har en række fællestræk, er der betydelige forskelle i den kontraktretlige praksis og i de markedsnormer, der over tid er udviklet i Danmark, Sverige og Norge.

I Danmark har der, som beskrevet i notatet om den danske rettighedsmodel (**bilag 10** til denne kendelse), udviklet sig en markedsnorm, hvor alle danske rettighedshavere forbeholder sig rettigheder til videreudnyttelse af deres værker. Det gælder bl.a. rettigheder til videreudsendelse og digitale tv-tjenester.

Samme praksis er ikke udbredt i Sverige og Norge. I disse lande er det i videre omfang almindeligt, at rettigheder frikøbes i forbindelse med indgåelse af rettighedsaftaler med producenter og tv-stationer. Det kan ske ved engangsbetaling eller ved individuel royaltybetaling.

Dette betyder, at svenske og norske rettighedshavere i mange tilfælde har færre rettigheder i behold end danske rettighedshavere. Konsekvensen er, at der i Sverige og Norge er langt færre rettigheder at klarere gennem Copyswede og Norwaco i distributionsleddet. Den eneste undtagelse hertil er licenser, der også omfatter betaling for tv-stationens rettigheder.

Dette blev for Sveriges vedkommende bekræftet i forbindelse med det lovforberedende arbejde til implementeringen af DSM-direktivet. Her fremgår det, at der ikke gælder en model svarende til den danske, og at det i Sverige er normalt, at rettighedshavere købes ud i forbindelse med indgåelse af aftaler med producenter og tv-stationer, jf. de svenske lovmotiver samt bidrag fra blandt andre SVT, HBO Nordic og TV4/C More.

For Norges vedkommende fremgår det tilsvarende af norske TV 2's høringssvar af 15. marts 2024, at der i Norge på tv-distributionsområdet er en etableret praksis for engangsbetaling og frikøb. Norske TV 2 pegede i den forbindelse på, at DSM-direktivets artikel 18 ikke burde medføre lovændringer i Norge, netop fordi der så vil skulle ske en ændring af denne frikøbspraksis. Konkret klarer TV 2 Norge alle rettigheder til videresendelse (inkl. Start Forfra) og Catch Up med kunstnere, producenter og TONO i direkte aftaler, og TV 2 Norge sælger så de rettigheder sammen med TV 2 Norges egne rettigheder til de norske tv-distributører uden om Norwaco.

Dette står i skarp kontrast til den danske markedsnorm og har afgørende betydning for TDC Brands' sammenligning. Hvis en norsk eller svensk broadcaster allerede har erhvervet rettigheder til visse former for distribution, vil disse rettigheder ikke skulle klareres gennem Norwaco og Copyswede. En lavere kollektiv betaling i distributionsleddet siger derfor ikke i sig selv, at prisen er lavere. Den siger kun, at betalingen kan være placeret et andet sted i værdikæden.

Forskellene understøttes også af de nationale regler. Den danske ophavsretslovs § 35 har en anden struktur og et andet omfang end de norske og svenske regler, navnlig for digitale tv-tjenester, der siden 2014 har været direkte indarbejdet i bestemmelsens stk. 4 og 5. I Norge er reguleringen udformet anderledes, og den svenske specifikke aftalelicens for retransmission omfatter udelukkende samtidig og uændret videreudsendelse, jf. § 42 f i den svenske ophavsretslov. Sverige har derfor ikke bestemmelser svarende til den danske ophavsretslovs § 35, stk. 4 og 5, om digitale tv-tjenester mv.

Der er endvidere forskelle i de retlige og praktiske mekanismer, der understøtter rettighedsforbehold. DSM-direktivet er i Danmark implementeret på den måde, at rettighedsforbehold er en markedsnorm, og hvis en aftale ikke indeholder et forbehold, så er der en formodning for, at der ikke er tale om et rimeligt vederlag, og at aftalen kan anfægtes, jf. notatet om den danske rettighedsmodel i **bilag 10** til denne kendelse. notatet om den danske rettighedsmodel. I hverken Sverige eller Norge er der en tilsvarende regel.

Den norske rettighedsbeskyttelse svarer ikke til den danske

Sammenligningen med Norge er yderligere misvisende, fordi den norske udlandsbekendtgørelse indebærer, at langt færre rettighedshavere har krav på vederlag på kabel-tv-området i Norge. For eksempel har Norge ikke tiltrådt WIPO-traktaten om fremførelser og fonogrammer af 20. december 1996 (WPPT), og der er ikke i Norge

gennemført en konsekvensændring svarende til den danske ændring af udlandsbekendtgørelsen pr. 1. januar 2024 som følge af EU-domstolens dom af 8. september 2020 i sag C-265/19 (RAAP).

I Danmark blev udlandsbekendtgørelsens § 14 og § 16, stk. 2, ophævet, således at der for udøvende kunstnere og fonogramproducenter ikke længere gælder et princip om materiel gensidighed ved offentlig fremførelse, herunder radio og tv, inden for det område, som ændringen angår. Efter norsk ret gælder der en mere begrænset beskyttelse. Konkret indebærer det, at der ikke skal betales for f.eks. amerikansk og engelsk musik, når det drejer sig om musikselskaber og udøvende kunstnere.

Dette har betydning for kabel-tv-tjenester, der involverer flow. Efter norsk ret anses Start Forfra endvidere for en flow-tjeneste med deraf følgende mindre rettighedsomfang. Hvis der efter norsk ret er færre nærtstående rettigheder at klarere, kan Norwacos vederlag ikke sammenlignes direkte med et dansk vederlag, der omfatter et bredere rettighedsgrundlag.

Dette illustreres af den norske voldgiftskendelse af 14. februar 2024, hvor Start Forfra blev anset for en flow-baseret tjeneste efter den norske åndsverkløvs § 21, og hvor den tekniske kopi blev behandlet som en midlertidig kopi uden selvstændig rettmæssig betydning, jf. kendelsens side 26-27. Den norske betaling for Start Forfra kan derfor ikke sidestilles med den danske klarering af digitale tv-tjenester.

TDC Brands' sammenligning med Norge hviler derfor også af denne grund på et forkert grundlag. Den sammenligner ikke blot forskellige tariffer, men tariffer for forskellige rettighedsmængder.

Digitale tv-tjenester kan ikke sammenlignes på det grundlag, TDC Brands anvender

TDC Brands gør gældende, at Norwaco og Copyswede ikke opkræver særskilt betaling for digitale tv-tjenester, og at dette skulle understøtte, at Rettighedshavernes betaling for digitale tv-tjenester er urimelig.

Denne tilgang er metodisk forkert. Det relevante er ikke, om vederlaget opkræves som en særskilt post eller indgår i en samlet betaling. Det afgørende er, hvilke rettigheder, hvilke værker, hvilke kanaler og hvilke udnyttelsesformer betalingen dækker.

En samlet betaling kan dække en snæver brug. En særskilt betaling kan dække en bred brug. Omvendt kan en samlet tarif i et andet land indeholde enkelte digitale tv-tjenester, uden at den af den grund bliver sammenlignelig med Rettighedshavernes tilladelse.

TDC Brands' sammenligning forudsætter fejlagtigt, at fraværet af en særskilt fakturapost er det samme som, at rettighederne foræres væk. Det er ikke tilfældet.

Når det gælder digitale tv-tjenester, er forskellene mellem Rettighedshavernes tilladelser og de norske og svenske ordninger betydelige.

Rettighedshavernes påstande omfatter en bred vifte af digitale udnyttelser, jf. pkt. 4 i vilkårsbilag A og vilkårsbilag B.

For Norges vedkommende omfatter visse tariffer enkelte digitale udnyttelser, eksempelvis Start Forfra og web-tv for bestemte kanaler og under bestemte forudsætninger og begrænsninger. De norske tariffer omfatter ikke den fulde danske pakke af 48-timers Catch Up, længerevarende Catch Up, stacking, N-PVR og web-tv.

Som det fremgår, er den norske Start Forfra-tilladelse ikke rettighedsmæssigt sammenlignelig med den danske.

For Sveriges vedkommende findes der forskellige tariffer, bl.a. for SVT og UR's kanaler, hvor der kan indgå visse tidsforskudte udnyttelser. Copyswedes tarif for udenlandske kanaler omfatter ikke digitale tv-tjenester svarende til de danske.

Et illustrativt eksempel på forskellene i udbuddet af digitale tv-tjenester er, at hverken Norwacos eller Copyswedes licenser indeholder rettigheder til N-PVR. Dette er en særdeles rettighedstung digital tv-tjeneste. I Finland er der en udbredt licens for N-PVR, der er udstedt af Kopiosto. Prisen for licensen var i 2025 2,555 EUR pr. tilslutning pr. måned, ekskl. moms, svarende til ca. 19 kr. for N-PVR alene. Licensen omfatter ikke tv-stationernes rettigheder; de skal klareres af tv-distributørerne i til-læg til licensen.

Et andet illustrativt eksempel er, at Rettighedshavernes tilladelse til udbud af digitale tv-tjenester omfatter rettigheder i relation til TV 2's kanaler og andre centrale danske tv-kanaler. TV 2's kanaler er blandt de mest værdifulde tv-kanaler i Danmark, og de norske og svenske kollektive ordninger indeholder ikke sammenlignelige rettigheder. TV 2's rettigheder indgår endda i vidt omfang i de danske licenser.

TDC Brands' bilag 48 kan ikke bære den konklusion, TDC Brands drager

TDC Brands baserer en væsentlig del af sin sammenligning på et internt udarbejdet regneark, som selskabet har fremlagt i Sø- og Handelsretssagens som bilag 48.

Bilaget kan ikke tillægges den betydning, TDC Brands gør gældende. Bilaget angiver ikke, hvordan tallene er udvalgt, hvordan de er beregnet, eller om der sammenlignes marginalpriser, gennemsnitspriser eller samlede priser.

SVT-eksemplet er misvisende

TDC Brands anfører med henvisning til ovennævnte bilag, at prisen for rettigheder til SVT er højere hos Copydan end hos Norwaco og Copyswede. TDC Brands anfører således, at prisen for rettigheder til SVT i eksemplet er 0,98 kr. hos Norwaco, 1,47 kr. hos Copyswede og 1,79 kr. hos Copydan.

Denne sammenligning er ikke korrekt.

For det første sammenligner TDC Brands SVT i Sverige med SVT i Danmark, selvom der er tale om to forskellige markedssituationer. SVT i Sverige er en hjemmemarkedskanal. SVT i Danmark er en nabolandskanal. Det er ikke samme rettighedsmæssige eller markedsmæssige situation.

For det andet sammenligner TDC Brands priser, der ikke dækker det samme. I Sverige er der en fast pris for SVT, som ikke omfatter SVT's egne og erhvervede rettigheder. I Danmark er betalingen for SVT's kanaler derimod fastsat efter degressive tarif. Prisen på SVT vil i Danmark afhænge af, om kanalen er den "første" eller den "sidste". De danske priser er desuden inkl. SVT's egne og erhvervede rettigheder.

For det tredje producerer SVT indhold til det svenske publikum. SVT har derfor i vidt omfang clearret rettigheder for det svenske hjemmemarked. Når SVT videreudsendes i Danmark, er der tale om en anden territorial udnyttelse, som ikke uden videre er omfattet af de rettighedserhvervelser, der er foretaget med henblik på brugen i Sverige.

Den relevante sammenligning er derfor ikke, hvad SVT koster i Sverige som svensk hjemmemarkedskanal. Den relevante sammenligning er, hvad nabolandskanaler koster som nabolandskanaler i de respektive lande.

Valutakursudviklingen gør nominelle sammenligninger usikre

TDC Brands' sammenligning tager heller ikke tilstrækkeligt højde for valutakursudviklingen.

De skandinaviske retransmissionsordninger og tariffer blev etableret i midten af 1980'erne. Valutaforholdene var dengang væsentligt anderledes end i dag. En svensk eller norsk tarif, der i lokal valuta hovedsageligt er blevet indeksreguleret, kan nu fremstå væsentligt lavere i danske kroner alene på grund af valutakursudviklingen. Det siger ikke i sig selv noget om rettighedens økonomiske værdi i det nationale marked.

Nedenfor ses den danske kronens gennemsnitlige værdi i forhold til den norske og svenske krone i 2011, 2021 og 2025.

År	DKK pr. 1 NOK	DKK pr. 1 SEK
2011	0,955	0,825
2021	0,732	0,733
2025	0,637	0,675

En sådan udvikling har stor betydning, når man sammenligner nordiske priser.

En pris, der tidligere var rimelig, kan ikke blive urimelig i Danmark, alene fordi den norske eller svenske krone over tid er faldet betydeligt over for den danske krone. TDC Brands' metodik sammenblander derfor rettighedspris, inflationshistorik, indeksregulering og valutakursudvikling.

De efterfølgende tabeller viser derfor de udenlandske tariffer omregnet til danske kroner efter både 2025-kurs, 2021-kurs og 2011-kurs.

En sammenligning af nabolandskanaler viser ikke, at de danske priser er urimelige

Når sammenligningen foretages på det relevante grundlag, viser den ikke, at de danske priser for nabolandskanaler er urimeligt høje. Tværtimod er de svenske priser højere og de norske priser på niveau med de danske priser.

I Sverige koster nabolandskanaler efter Copyswedes tarif 9,14 SEK for de første to kanaler og 2,34 SEK for hver yderligere kanal. Ved otte nabolandskanaler giver det følgende niveau:

Copyswede - 8 nabolandskanaler	2025-pris i SEK	DKK (2025-kurs)	DKK (2021-kurs)	DKK (2011-kurs)
Kanal 1-2	9,14	6,17	6,70	7,54
Kanal 3-8	14,04	9,48	10,29	11,58
Total for 8 kanaler	23,18	15,65	16,99	19,12
Gennemsnit pr. kanal (8 kanaler)	2,90	1,96	2,12	2,39

TDC Brands betaler for nabolandskanaler efter den degressive Copydan-tarif. Ved en opgørelse med udgangspunkt i 11 Copydan-tv-kanaler, bestående af tre DR-kanaler og otte nabolandskanaler, udgør gennemsnitsprisen efter den degressive tarif ca. 1,63 kr. pr. kanal. Hvis der tillige gives nabolandsrabat, udgør den gennemsnitlige pris ca. 1,41 kr. pr. kanal. Hvis lokal-tv og TV 2 Regionskanaler indregnes, så bliver gennemsnittet endnu lavere.

11 Copydan tv-kanaler, herunder 8 nabolandskanaler	2025-priser
Total efter degressiv tarif	17,91 kr.
Gennemsnit pr. kanal	1,63 kr.
Samlet for 8 nabolandskanaler	13,03 kr.
Fratrukket nabolandskanalsrabat	11,30 kr.
Gennemsnit pr. kanal uden rabat	1,63 kr.

11 Copydan tv-kanaler, herunder 8 nabolandskanaler	2025-priser
(8 nabolandskanaler)	
Gennemsnit pr. kanal med rabat (8 nabolandskanaler)	1,41 kr.

Sammenlignes dette med den svenske tarif, er det danske niveau ikke højere. Tværtimod ligger den svenske gennemsnitspris ved 2025-kursen på ca. 1,96 kr. pr. kanal og dermed over den danske gennemsnitspris.

Som supplerende kontrolpunkt kan Finland inddrages, idet Kopiosto tilbyder licenser til alle de 8 specifikke nabolandskanaler, der indgår i TDC Brands' Grundpakke. Også her ligger niveauet for almindelig viderespredning over det danske niveau, jf. skærmpoint fra Kopiostos hjemmeside. Priserne i 2025 var som følger:

Kopiosto – 8 nabolandskanaler	2025-pris (EUR)	DKK (2025-kurs)
Kanal 1-2	0,8520	6,35 kr.
Kanal 3-4	0,5680	4,23 kr.
Kanal 5-7	0,5140	3,83 kr.
RTL	0,4200	3,17 kr.
Total for 8 kanaler	2,3540	17,58 kr.
Gennemsnit pr. kanal (8 kanaler)	0,2943	2,20 kr.

I Norge er Norwacos tarif ikke opbygget som en fast kanalpris, men som en ratecard-model, hvor vederlaget beregnes på grundlag af antallet af "tilknytninger", dvs. antallet af kunder ganget med antallet af kanaler. Dette indebærer en volumenrabat til store tv-distributører kombineret med en mængderabat.

TDC Brands' opgørelse af det norske niveau er misvisende, fordi TDC Brands anvender Norwacos lave volumenafhængige marginale sats, som om den var den almindelige pris for en kanal. Den sats, TDC Brands baserer sin argumentation på, er den yderste sats i Norwacos tarif. Den kommer først i spil, når en tv-distributør når over 3.250.000 "tilknytninger". For tilknytninger, der overstiger denne grænse, betaler tv-distributører 17,820 NOK pr. år pr. tilknytning, svarende til ca. 1,49 NOK pr. måned pr. tilknytning.

Selv når en distributør når et nyt rabattrin, gælder rabatten kun for tilknytningerne i det pågældende interval. De tidligere tilknytninger afregnes fortsat efter de forudgående satser. Det er derfor forkert at behandle den yderste marginale sats som den gennemsnitlige pris for de relevante kanaler.

En sammenlignelig opgørelse må i stedet tage udgangspunkt i den samlede betaling efter Norwacos tarif og omregne denne til en gennemsnitspris pr. kanal. Hvis der sammensættes en pakke svarende til det danske eksempel ovenfor med 11 tv-kanaler, bestående af tre NRK-kanaler og otte nabolandskanaler, må der derfor tages højde for både antallet af kunder, antallet af kanaler, Norwacos intervalbaserede rabatstruktur og valutakursudviklingen mellem norske og danske kroner.

Det kan opstilles som følger:

Norwaco – gennemsnit pr. kanal ved samlet 11 kanaler	2025-pris (NOK)	DKK (2025-kurs)	DKK (2021-kurs)	DKK (2011-kurs)
450.000 kunder	2,00	1,28	1,47	1,91
125.000 kunder	2,24	1,42	1,64	2,13

Tabellen viser, at Norwacos priser ikke understøtter TDC Brands' påstand om en markant højere dansk pris. For en distributør med 125.000 kunder ligger det norske niveau ved 2025-kursen omtrent på niveau med den danske pris med nabolandskanalsrabat. Ved 2011-kursen ligger det norske niveau derimod betydeligt over det danske niveau.

For en distributør med 450.000 kunder ligger det norske niveau lavere ved 2025-kursen. Dette kan imidlertid navnlig henføres til Norwacos særlige volumenbaserede rabatstruktur og den betydelige svækkelse af den norske krone. Det viser ikke, at den danske tarif er urimelig. Det viser alene, at den norske tarif giver større distributører en særlig volumenfordel.

I Danmark gælder den degressive tarifstruktur ens, uanset om der er tale om et mindre antenneanlæg, en mellemstor distributør eller en stor distributør. En norsk rabatmodel, der giver forskellig prismæssig behandling afhængigt af volumen, er derfor en dårlig målestok for, om de danske priser er urimelige.

Volumenrabatten i den norske tarif kan ikke uden videre tages som udtryk for et rimeligt vederlagsniveau. Rabatten viser snarere, at de største norske tv-distributører i forhandlingerne med Norwaco har kunnet opnå tarifmæssige fordele, som mindre tv-distributører uden tilsvarende forhandlingsstyrke ikke har haft samme mulighed for at opnå.

Den norske rabatmodel, der behandler tv-distributørerne forskelligt afhængigt af volumen, udgør derfor en usikker og uegnet målestok for vurderingen af, om de danske vederlag er urimelige.

Sammenfattende kan sammenligningen af nabolandskanaler opgøres således:

Gennemsnitligt vederlag for 8 nabolandskanaler - kurs 2025	Degressiv Copydan-tarif	Med rabat	Sverige	Finland	Norge (125.000 kunder)	Gennemsnit SE/FI/NO
Gennemsnitligt vederlag pr. kanal	1,63 kr.	1,41 kr.	1,96 kr.	2,20 kr.	1,42 kr.	1,86 kr.

Når nabolandskanaler sammenlignes med nabolandskanaler, og der korrigeres for tarifstruktur og valutakurser, ligger de danske priser på niveau med eller under de relevante udenlandske referencepunkter. Det er derfor ikke korrekt, at TDC Brands' sammenligning viser, at nabolandskanaler er væsentligt dyrere i Danmark.

Koda/STIM/TONO-sammenligningen er metodisk uholdbar

TDC Brands har i [REDACTED] sammenlignet regnskabstal mellem TONO, STIM og Koda med henblik på at sandsynliggøre, at Kodas priser på tv-distributionsområdet er urimelige. Sammenligningen kan ikke tillægges den betydning, TDC Brands gør gældende.

For det første findes der ikke en fast regnskabsmetodik for opstilling af gennemsig-tighedsrapporter på tværs af EU/EØS-landene. Der er derfor generel usikkerhed ved at foretage så specifikke sammenligninger på baggrund af regnskabstal fra forskellige kollektive forvaltningsorganisationer.

TDC Brands har eksempelvis været nødsaget til at estimere radioindtægterne i TONO på baggrund af fordelingen mellem radio og tv i STIMs årsrapport. Dette illustrerer i sig selv, at der ikke foreligger et ensartet datagrundlag.

TDC Brands bilag [REDACTED] indeholder desuden tal og en opstilling, der ikke kan genfindes i Kodas årsrapport, og hvor der ikke er redegjort for de bagvedliggende beregninger. Allerede af den grund bør TDC Brands' bilag [REDACTED] ikke tillægges vægt.

For det andet sammenligner TDC Brands poster, der ikke har samme indhold. TDC Brands sammenligner forholdet mellem broadcastindtægter og indtægter fra retransmission, men det ene tal vedrører flowudsendelse og er udtrykkeligt eksklusive on demand-brug, mens det andet tal omfatter on demand-brug. Der er derfor ikke tale om et sammenligneligt grundlag.

For det tredje adskiller STIMs og TONOs licenserings- og regnskabspraksis sig væsentligt fra Kodas praksis. STIM licenserer i vidt omfang tv-kanaler samlet i aftaler, der dækker både broadcasting og retransmission. Undtaget herfra er navnlig SVT-kanalerne og TV4, hvor STIM modtager vederlag som retransmission gennem Copy-swede.

For en række meget væsentlige kanalfamilier, herunder Viasat Group, Warner Bros. Discovery, MTV, Nickelodeon, Eurosport og BBC, licenseres rettighederne samlet i aftaler, der både dækker primær udsendelse og retransmission, jf. e-mail fra STIM af 18. marts 2026. STIM indtægtsfører disse samlede indtægter under broadcasting. Det indebærer, at STIMs regnskabsførte retransmissionsindtægter fremstår lavere, end de reelt er.

En tilsvarende situation foreligger i Norge. Når TONO indgår aftaler med eksempelvis TV 2 Norge og Warner Bros. Discovery om primær udsendelse, er retransmission inkl. Start Forfra og Catch Up inkluderet i aftalerne, men indtægtsføres som broadcasting.

TDC Brands' sammenligning af Koda, STIM og TONO viser derfor ikke, at betalingerne i Danmark er højere for samme brug. Den viser derimod, at indtægter klassificeres forskelligt i de tre lande.

For det fjerde er der betydelige udsving i forvaltningsselskabers regnskabstal fra år til år. Regnskaber kan være påvirket af manglende betalinger, efterbetalinger, langvarige forhandlinger, retssager eller administrative forhold.

TDC Brands anvender regnskabsåret 2021. Dette år er ikke repræsentativt for Koda, fordi Koda i 2021 modtog betydelige fortidsbetalinger. Posten "*Interaktive tv-tjenester*" på ca. 125 mio. kr. omfattede eksempelvis en større enkeltstående efterbetaling for tidligere års brug af musik, jf. side 5 og 15 i Kodas gennemsigthedsrapport fra 2021, som TDC Brands har fremlagt i Sø- og Handelsretssagen som bilag 50.

Kodas indtægter fra retransmission var i 2021 331 mio. kr., mens beløbet i 2024 var 255 mio. kr., jf. Kodas gennemsigthedsrapport fra 2024. Det viser, at TDC Brands' valg af 2021 skævvrider sammenligningen.

TDC Brands' bilag 49 kan derfor ikke bruges som bevis for, at Kodas vederlag er urimelige. Bilaget sammenligner ikke ensartede regnskabsposter, tager ikke højde for forskellig licenseringspraksis, tager ikke højde for klassifikation af retransmission under broadcasting og bygger på et skævt regnskabsår.

Musikforbruget i NRK, SVT og DR er forskelligt

TDC Brands' sammenligning af musikrettigheder forudsætter også, at musikforbruget på de relevante kanaler er sammenligneligt. Det er det ikke.

De mest sete tv-kanaler i Norge og Sverige er henholdsvis NRK1 og SVT1, med seerandele på henholdsvis ca. 23 pct. og 24,5 pct., jf. tal fra henholdsvis 2022 og 2023 fra tabel over bl.a. seerandele i procent udarbejdet af Statistisk sentralbyrå og MMS' årsrapport fra 2023.

Musikindholdet i disse kanaler er imidlertid markant lavere end musikindholdet i DR1, som er den mest sete danske public service-kanal omfattet af Copydan-tariffen.

NRK1 og SVT1 lå i perioden oktober 2022 til januar 2023 på en musikprocent på ca. 26 pct., mens DR1 i samme periode lå på ca. 49,5 pct.

Musikprocenten fra NRK1 og SVT1 er opgjort i to rapporter udarbejdet af BMAT om brugen af musik i tv i henholdsvis Norge og Sverige fra oktober 2022-januar 2023.

Kanal	Land	Musikprocent oktober 2022 - januar 2023
NRK1	Norge	ca. 26 %
SVT1	Sverige	ca. 26 %
DR1	Danmark	ca. 49,5 %

De norske og svenske public service-hovedkanaler anvender dermed væsentligt mindre musik end den danske pendant. Dette har direkte betydning for enhver sammenligning af musikrelaterede vederlag. Hvis den danske hovedkanal indeholder væsentligt mere musik end de norske og svenske hovedkanaler, kan musikvederlagene ikke sammenlignes uden at tage højde for musikforbruget.

Også af denne grund er TDC Brands' regnskabsmæssige og tarifmæssige sammenligning mellem Koda, STIM og TONO utilstrækkelig som grundlag for at vurdere rimeligheden af de danske vederlag.

TONOs indtægter fra Danmark viser ikke, at de danske tariffer er urimelige

TDC Brands anfører, at Danmark via Koda udgjorde ca. 73 pct. af TONOs samlede udenlandske indtægter fra retransmission i 2021, og at dette skulle indikere relativt højere danske retransmissionstariffer. Dette er ikke i sig selv iøjnefaldende.

For det første er der meget få lande, der overhovedet sender retransmissionsvederlag til Norge i et væsentligt omfang. Norske tv-kanaler har en meget begrænset udbredelse uden for Norden. Det er derfor naturligt, at de lande, hvor norske kanaler faktisk distribueres, kommer til at fylde meget i TONOs udenlandske retransmissionsindtægter.

For det andet har Danmark en lang tradition for bred distribution af nabolandskanaler. Norske kanaler har derfor en større praktisk tilstedeværelse i Danmark end i mange andre lande. Det er i sig selv en nærliggende forklaring på, at Danmark fylder relativt meget i TONOs udenlandske retransmissionsindtægter.

For det tredje er der en betydelig kulturel udveksling mellem Danmark og Norge. Det gælder både public service-indhold, dramatik, dokumentar, børneindhold og øvrige kulturprodukter. Navnlig norske spillefilm og dramaserier indgår i vidt omfang

i danske tv-kanaler. Også dette understøtter, at Danmark naturligt vil være en væsentlig indtægtskilde for norske rettighedshavere.

Det danske tv-pakkemarked har højere priser

Hvis TDC Brands vil anvende Norge og Sverige som sammenligningsmarkeder, må sammenligningen også tage højde for, at det danske tv-distributionsmarked generelt har et andet pris- og værdiniveau end de norske og svenske markeder.

TDC Brands kan ikke udvælge udenlandske rettighedstariffer som sammenligningsgrundlag uden samtidig at tage højde for de bredere strukturelle markedsforskelle.

Rettighedshaverne har udarbejdet tre indbyrdes uafhængige prisreferencer, der viser, at forbrugerpriserne på tv-pakker og digitale indholdsprodukter i Danmark ligger væsentligt over niveauet i Norge og Sverige. Disse prisreferenceberegninger sammenligner henholdsvis et standardiseret referenceprodukt, traditionelle faste tv-pakker og en pakke fra Allente.

For det første viser et standardiseret referenceprodukt baseret på en portefølje af public service, lineære tv-kanaler og streamingtjenester, at gennemsnitsprisen er 684 kr. i Danmark mod 422 kr. i Norge og 329 kr. i Sverige.

Standardiseret referenceprodukt	Danmark	Norge	Sverige
Gennemsnitspris	684 kr.	422 kr.	329 kr.
Forskel ift. Danmark	-	+ 62 %	+ 108 %

For det andet genfindes samme mønster ved traditionelle faste tv-pakker. Når prisen opgøres pr. kanal, er gennemsnitsprisen 16,27 kr. i Danmark mod 9,54 kr. i Norge og 8,84 kr. i Sverige.

Traditionelle faste tv-pakker	Danmark	Norge	Sverige
Gennemsnitspris pr. kanal	16,27 kr.	9,54 kr.	8,84 kr.
Forskel ift. Danmark	-	+ 70 %	+ 84 %

Dette viser, at forskellen ikke kan forklares med kanalantal. Forskellen består også, når sammenligningen reduceres til pris pr. kanal i traditionelle faste tv-pakker.

For det tredje bekræftes mønsteret, når man sammenligner priserne hos Allente, der opererer i alle tre lande. Allentes danske pakke koster således 549 kr., mens prisen er 317 kr. i Norge og 237 kr. i Sverige.

Allente	Danmark	Norge	Sverige
Allentes Stream Flex 2-produkt omregnet til DKK	549 kr.	317 kr.	237 kr.

Rettighedshaverne har udover ovenstående direkte sammenligning foretaget en sammenligning, hvor forskelle i Allentes produktet i de tre lande er normaliseret. Beregningen korrigerer således for forskelle i kanalantal og antal streamingtjenester i de tre lande. Efter denne korrektion består forskellen fuldt ud.

Den normaliserede pris udgør 13,07 kr. pr. vægtet enhed i Danmark mod 7,20 kr. i Norge og 6,77 kr. i Sverige.

Allente – normaliseret pris	Danmark	Norge	Sverige
Pris pr. vægtet enhed	13,07 kr.	7,20 kr.	6,77 kr.
Forskel ift. Danmark	-	+ 82 %	+ 93 %

Når samme virksomhed systematisk prissætter det danske marked højere end de norske og svenske markeder, peger det på generelle strukturelle markedsforskelle. Dette understøtter, at der ikke foreligger ét fælles skandinavisk prisniveau, som kan anvendes som loft for danske rettighedsvederlag.

En nærliggende årsag til de store prisforskelle kan være, at danske tv-pakker kan bære en højere pris, fordi de indeholder en bred palette af digitale tv-tjenester.

Sammenfatning

TDC Brands' sammenligning med Norge og Sverige kan ikke danne grundlag for at anse Rettighedshavernes tariffer for urimelige.

TDC Brands sammenligner ikke samme rettighedsmængde. Danske rettighedshavere bevarer i videre omfang rettigheder til videreudnyttelse, mens rettighedshavere i Norge og Sverige oftere frikøbes tidligere i værdikæden.

Norwacos tariffer angår ikke samme rettighedsgrundlag som de danske tariffer, bl.a. fordi Norge ikke har gennemført tilsvarende regler om WPPT/RAAP, og fordi Start Forfra efter norsk ret er en flow-baseret tjeneste.

Udbud af digitale tv-tjenester i Norge, Sverige og Danmark er ikke sammenlignelige. Rettighedshavernes tilladelse omfatter flere og bredere tjenester, herunder 48-timers Catch Up, længerevarende Catch Up, stacking af nabolandsindhold, N-PVR og web-tv.

En metodisk korrekt sammenligning af nabolandskanaler viser, at de danske priser for nabolandskanaler ligger på niveau med eller under priserne i Norge og Sverige.

TDC Brands tager ikke i tilstrækkeligt omfang hensyn til valutakursudviklingen.

Musikprocenten i de centrale norske og svenske public service-kanaler er væsentligt lavere end i DR1, hvilket yderligere svækker mulighederne for sammenligning.

Det danske tv-pakkemarked har et højere generelt prisniveau end de norske og svenske markeder. TDC Brands kan ikke udvælge lavere udenlandske rettighedstariffer som sammenligningsgrundlag uden samtidig at tage højde for, at forbrugerpriserne på tv-pakker og digitale indholdsprodukter i Danmark ligger væsentligt over niveauet i Norge og Sverige.

"TDC Brands' betaling skal være passende og proportional med det faktiske forbrug af rettigheder"

TDC Brands har i [REDACTED] gjort gældende, at Rettighedshavernes fastsættelse af priser over for TDC Brands på en række punkter er urimelig, fordi den ikke har nogen sammenhæng med TDC Brands' faktiske forbrug af rettigheder, [REDACTED].

TDC Brands har til støtte herfor anført følgende:

- Det er urimeligt, at Rettighedshavernes pris pr. tv-kanal afhænger af, hvor mange tv-kanaler, kunden vælger at kunne se [REDACTED]
- Det er urimeligt, at Rettighedshavernes pris pr. tv-kanal afhænger af, om tv-kanalerne kan vælges af kunderne, da valgfrihed ikke er en ophavsretlig relevant handling [REDACTED]
- Valgfrihed for kunden har ikke nogen beviseligt negativ effekt for Rettighedshaverne og er blevet en normalitet på tv-markedet [REDACTED]
- TDC Brands opkræver ikke sine kunder en højere pris for valgfrihed, og Rettighedshaverne bør derfor heller ikke gøre det [REDACTED]
- Danskernes forbrug af traditionelt flow-tv er faldet markant, og det bør føre til en reduktion af Rettighedshavernes vederlag [REDACTED]

Prisen pr. tv-kanal afhænger af, hvor mange tv-kanaler kunden vælger at kunne se

Når prisen pr. Copydan tv-kanal afhænger af det samlede antal Copydan tv-kanaler, der indgår i tv-pakken, skyldes det, at Copydan anvender en degressiv tarifmodel. Det indebærer, at den gennemsnitlige pris pr. kanal falder, når antallet af distribuerede Copydan tv-kanaler stiger.

Den degressive tarifmodel har sit udgangspunkt i Ophavsretslicensnævnets kendelse af 27. juni 1986 i sag nr. 16, hvor nævnet lagde til grund, at antallet af kanaler

kunne indgå ved fastsættelsen af vederlaget, men at vederlaget for flere kanaler ikke skulle beregnes ved simpel multiplikation af et grundbeløb for én kanal, jf. kendelsens side 14:

”At antallet af kanaler er af betydning kan dog ikke forstås således, at vederlaget for flere kanaler bør udfindes ved simpel multiplikation af et grundbeløb for 1 kanal. For kabelabonnenter består værdien ved en forøgelse af kanalantallet først og fremmest i den forøgede valgmulighed, som derved opnår. Det samlede forbrug af rettighedshavernes beskyttede produkter kan heller ikke antages at blive forøget i samme takt som det numeriske kanalantal.”

Den degressive tarifmodel tager således højde for, at flere kanaler øger værdien af tv-pakken, men at værdien og det samlede forbrug ikke stiger lineært med antallet af kanaler.

Det forhold, at mediemarkedet har ændret sig med streamingtjenester, on demand-forbrug og et bredere udbud af audiovisuelle tjenester, gør ikke den degressive tarifmodel utidssvarende. Modellen hviler fortsat på et sagligt princip om faldende marginalværdi.

De første kanaler i en rettighedspakke har typisk karakter af ankerprodukter. De driver en væsentlig del af seerattraktionen og har central betydning for tv-distributørens mulighed for at markedsføre et samlet tv-produkt. Når kunden først har adgang til de væsentligste kanaler med bred appel og stærke markedspositioner, vil hver yderligere kanal gennemsnitligt bidrage mindre til den samlede betalingsvilighed, fordi de efterfølgende kanaler i højere grad angår nicheindhold, overlappende genrer eller smallere seerinteresser.

Denne effekt er ikke svækket af medieudviklingen. I et mere fragmenteret marked, hvor forbrugernes opmærksomhed er en knap ressource, og hvor substitutionsmulighederne er større, er det fortsat sagligt at lade prisen afspejle den faldende marginale værdi af flere kanaler i samme tv-pakke. Den degressive tarif er derfor fortsat et rimeligt og administrerbart instrument til at forene rettighedshavernes krav på vederlag med tv-distributørens behov for en forudsigelig tarifstruktur.

TDC Brands har ikke præsenteret noget sagligt begrundet alternativ til den degressive tarif.

TDC Brands har nedlagt påstand om, at vederlaget for videreudsendelse af en Copydan tv-kanal maksimalt skal udgøre 0,5437 kr. pr. tilslutning pr. måned, svarende til det yderste og laveste trin i den degressive tarif, jf. TDC Brands' subsidiaire påstand ■ og mere subsidiaire påstand ■. Det vil gøre den laveste marginale sats i den degressive tarif til den almindelige sats for alle Copydan tv-kanaler.

TDC Brands betegner dette som en tarif, der i højere grad skal afspejle det faktiske forbrug af rettigheder, men har ikke forklaret, hvorfor det netop er den laveste marginale sats, der bedst afspejler det faktiske forbrug af rettigheder.

TDC Brands foreslår samtidig, at satsen på 0,5437 kr. pr. tilslutning pr. måned skal reguleres i forhold til "mængden og typen af rettigheder", som Rettighedshaverne repræsenterer for den enkelte tv-kanal, sammenholdt med de rettigheder, der i 2024 blev repræsenteret for TV 2 Danmark, jf. TDC Brands' subsidiære påstand ■

En sådan model er ikke praktisk administrerbar. Tv-distribution omfatter rettigheder til et meget stort og løbende skiftende antal programmer, værker og rettighedshavere. Rettighedsindholdet varierer fra kanal til kanal, fra program til program og over tid. Det er derfor ikke muligt at fastsætte eller administrere en kollektiv tarif, som forudsætter en løbende opgørelse og værdiansættelse af rettighedsmængden for hver enkelt tv-kanal.

Der er gode grunde til, at vederlaget på tv-området fastsættes på grundlag af aggregerede gennemsnitspriser. Der er således tale om en masselicens, hvor de forskelle, der måtte bestå i rettighedsindholdet fra kanal til kanal, netop udlignes på tværs, når vederlaget opgøres samlet. TDC Brands betaler ikke for isolerede, individuelle rettighedsudnyttelser, men for en samlet, løbende udnyttelse af et meget stort og sammensat repertoire.

Det følger heraf, at selve konstruktionen med kollektivt vederlag forudsætter, at vederlaget ikke kan – og ikke skal – afspejle det faktiske rettighedsforbrug på millimeterniveau rettighed for rettighed eller kunde for kunde. Det afgørende er derimod, om vederlaget samlet set er rimeligt i lyset af TDC Brands' samlede udnyttelse. Der henvises til det generelle afsnit om bundling i tv-pakker. En individualiseret opgørelse ville ikke blot være praktisk uigennemførlig, men også stride imod de grundlæggende forudsætninger for aftalelicenssystemet.

Dette princip er udtrykkeligt afspejlet i Ophavsretslicensnævnets praksis. I ovennævnte kendelse i sag nr. 16 fastsatte nævnet en mindstebetaling svarende til 3 tv-kanaler, samtidig med at det blev lagt til grund, at vederlag også skulle betales for husstande, hvor det teknisk alene var muligt at distribuere én tv-kanal. Nævnet accepterede således, at der ikke forelå en én-til-én sammenhæng mellem den konkrete udnyttelse og det enkelte vederlag.

Det følger heraf, at der ikke gælder et krav om, at vederlaget skal være rimeligt for hver enkelt bruger eller i relation til hver enkelt tv-kanal. Kravet er, at vederlaget er rimeligt på tværs af alle brugere og den samlede udnyttelse. Dette er netop den målestok, der følger af ophavsretslovens system og faste praksis.

Den degressive tarif opfylder dette rimelighedskrav. Tariffen indebærer, at den gennemsnitlige pris pr. tv-kanal falder i takt med antallet af distribuerede kanaler, hvilket afspejler værdien af den samlede udnyttelse og sikrer proportionalitet på systemniveau.

Der er ikke grundlag for at antage, at denne struktur i 2026 ikke fortsat fører til et samlet rimeligt vederlag. Tværtimod understøtter den degressive opbygning netop den balance mellem rettighedshavernes vederlagskrav, distributørernes betalingsinteresse og hensynet til administrerbarhed, som aftalelicenssystemet forudsætter.

Prisen afhænger af, om tv-kanalerne kan vælges af kunderne

Det beror på en misforståelse, når TDC Brands anfører, at det kun er ophavsretligt relevante handlinger, der må påvirke rettighedsvederlaget. Vederlag påvirkes notorisk af kommercielle og strukturelle forhold, der ikke i sig selv er ophavsretlige handlinger. Det er en grundlæggende markedspræmis i relation til handel med rettigheder.

Rimelighedsvurderingen skal foretages ud fra en samlet vurdering af den konkrete sags omstændigheder. En af disse omstændigheder er den økonomiske værdi af de omhandlede rettigheders anvendelse i handelen under hensyntagen til arten og omfanget af anvendelsen af værkerne, jf. forarbejderne til ophavsretslovens § 52 a, stk. 4 (lovforslag nr. L 77 fremsat den 9. december 2015).

Denne værdi påvirkes i vidt omfang af forhold, der ikke i sig selv kan anses for ophavsretlige handlinger.

Det drejer sig f.eks. om graden af udbredelse og penetration, pakketering og distributionsform, eksponering og tilgængelighed. Ingen af disse forhold udgør i sig selv ophavsretligt relevante handlinger, men kan påvirke rettighedsvederlaget, da de påvirker den økonomiske værdi af de omhandlede rettigheders anvendelse i handelen.

Rettighedshaverne er enige i, at TDC Brands' kunders valg af tv-kanaler ikke i sig selv udgør en ophavsretligt beskyttet handling. Dette har imidlertid ingen betydning for, om der skal betales vederlag og hvor meget.

Uanset om der er tale om en fast tv-pakke, eller kunderne selv vælger de enkelte tv-kanaler, foretager TDC Brands videreudsendelse omfattet af ophavsretsloven, som der skal betales vederlag for.

At lade tv-kunden sammensætte tv-pakken i stedet for, at pakken sammensættes af tv-distributøren, øger den økonomiske værdi af de omhandlede rettigheders anvendelse i handelen. Rettighedshavernes påstand afspejler dette forhold. Der henvises til argumentationen ovenfor.

Valgfrihed er ikke økonomisk neutralt for Rettighedshaverne

Rettighedshaverne bestrider, at frit valg ikke kan have en negativ effekt for Rettighedshaverne.

Valgfrihed bryder den pakkeforudsætning, som den degressive tarif hviler på, og kan dermed ændre både kanalernes udbredelse og sammensætningen af de kunder, der modtager dem.

Den degressive tarif er fastsat ud fra en forudsætning om, at tv-distributøren sammensætter tv-pakken, og at tv-distributøren derfor – for at gøre tv-pakken attraktiv for flest mulige kunder – vil inkludere et bredt udvalg af tv-kanaler.

Den degressive tarif er fastsat under den forudsætning, at tv-kanalerne indgår i en samlet tv-pakke, og hvor vederlaget betales, selvom en del af tv-kanalerne ikke har nogen eller kun en ringe interesse for den enkelte husstand. Dette fremgår af Ophavsretslicensnævnets kendelse i sag nr. 75, side 13. Når denne forudsætning brydes, ved at der tilføjes elementer af valgfrihed, så har tv-kanalerne gennemgående en højere værdi for brugerne. Dette følger også af Ophavsretslicensnævnets kendelse i sag nr. 75, side 14.

Det siger sig selv, at ikke alle tv-programmerne i en fast tv-pakke bruges af hver enkelt husstand. Når der tilføjes valgfrihed, så vil den enkelte husstand alt andet lige vælge færre tv-kanaler.

Et princip om, at valgfrihed ikke må påvirke prisen, ville derfor indebære, at TDC Brands kunne reducere kanalernes udbredelse og samtidig fastholde den lavere pakkebaserede pris. Det ville føre til en reduktion af det samlede vederlag uden hensyn til den højere individuelle værdi af de tv-kanaler, kunden faktisk vælger. Frit valg kan derfor heller ikke anses for økonomisk neutralt for Rettighedshaverne.

TDC Brands' kunders betaling for valgfrihed

Rettighedshaverne bestrider, at TDC Brands' kunder ikke betaler for valgfrihed. TDC Brands' synspunkt beror dels på en for snæver forståelse af TDC Brands' egen prissætning over for kunderne, dels på den fejlagtige forudsætning, at valgfrihed kun har en værdi, hvis TDC Brands opkræver en særskilt og højere pris pr. kanal hos kunden.

På en helt almindelig dag er et stort antal kunder i kontakt med TDC Brands. Mange af henvendelserne drejer sig om, at kunderne er blevet trætte af prisstigningerne for den store tv-pakke, som de har haft gennem mange år. I den situation får tv-pakkekunderne tilbudt YouSee Play, der er TDC Brands' primære nysalgprodukt. Budskabet til kunderne er, at fleksibiliteten i produktet indebærer, at kunderne reelt kan vedblive med at se de tv-kanaler, som kunden almindeligvis ser, ved at vælge en YouSee Play-pakke med valgfrihed og et lavere antal tv-kanaler, fordi kunden bare kan fravælge de tv-kanaler, som kunden alligevel ikke ser.

Når YouSee Play er moderat prissat, er det ikke, fordi valgfrihed ikke har en værdi, men fordi YouSee Play er TDC Brands' primære nysalgprodukt. Sådanne produkter er typisk mere moderat prissat end andre tv-pakkeprodukter. Det skyldes netop, at de både fungerer som nysalgprodukter og som retention-produkter, dvs. produkter,

der tilbydes en kunde for at bevare kunden i forretningen, men til en lavere pris. På et tidspunkt kommer der så et nyt nysalgprodukt, og så bliver det eksisterende tv-produkt prissat som andre produkter.

TDC Brands har også andre økonomiske fordele ved, at kunderne vælger fleksible produkter.

TDC Brands kan kapitalisere på valgfrihed på måder, der ikke nødvendigvis fremgår som en særskilt linje på kundens regning. Valgfrihed kan øge produktets attraktivitet, reducere kundeflygt, understøtte mersalg af bredbånd og andre bundlede produkter og gøre produkter med lavere distributionsomkostninger mere konkurrencedygtige.

Det er derfor heller ikke afgørende, om TDC Brands i enhver produktvariant opkræver en højere pris pr. kanal hos kunden, når kunden selv sammensætter tv-pakken. Det relevante er, at TDC Brands' udnyttelse af rettighederne har en højere økonomisk værdi, når rettighederne anvendes i et produkt, hvor kunden selv kan vælge indholdet.

Dette er også den måde, markedet i øvrigt fungerer på. Kommercielle programleverandører tillægger pakkestruktur, udbredelse og valgfrihed selvstændig økonomisk betydning. En tv-station kan acceptere en lavere pris pr. tilslutning, hvis kanalen opnår bred distribution i en grundpakke, men vil normalt kræve et højere vederlag pr. tilslutning, hvis kanalen distribueres i en mindre udbredt pakke, som Ekstrakanal eller som led i en fleksibel tv-pakke. Det skyldes, at valgfrihed ændrer kanalens økonomiske forudsætning: Udbredelsen reduceres, og værdien skal i højere grad hentes hos de kunder, der aktivt vælger kanalen.

Når TDC Brands over for kommercielle tv-stationer må acceptere særskilte vilkår og højere vederlag for à la carte-distribution, fleksible produkter og lignende tilvalgsmodeller, kan TDC Brands ikke med rimelighed gøre gældende, at tilsvarende forhold er uden betydning ved fastsættelsen af vederlaget til Rettighedshaverne.

Fald i forbrug af traditionelt flow-tv

Rettighedshaverne bestrider, at udviklingen i tv-seningen på tværs af befolkningen skulle have nogen betydning for rimelighedsvurderingen.

TDC Brands' kunder udskiller sig ved netop at have valgt at have en tv-pakke, uanset de mange nye alternative audiovisuelle underholdningsformer.

De eneste seertal, der potentielt kan sige noget værdien af indholdet ift. tv-pakkerne, er seertal for de personer, der har en tv-pakke. Sådanne seertal viser, at tv-seningen er nogenlunde stabil.

Hvis man anvender seermålingerne, skal man være opmærksom på at Kantar/Gallup, der stod for målingen frem til 2021, bl.a. ikke målte sening af live-tv, såfremt

dette blev set via streaming, frem for via traditionelle distributionsformer. Dette indebærer et kunstigt fald i målingerne frem mod dette tidspunkt i takt med, at denne type sening blev mere udbredt. I 2022 overtog Nielsen målingerne, hvorefter den målte sening også medtog streaming af liveindhold, herunder fra TDC Brands' web-player, der ikke tidligere var med i tallene.

Derudover bemærkes, at parterne i deres aftaler aldrig har lagt vægt på tv-sening. Selv om tv-seningen i absolutte tal er steget markant siden etableringen af den progressive tarif 1986, har dette ikke ført til en forhøjelse af vederlaget, da der betales for adgangen og ikke den faktiske tv-sening.

I Sø- og Handelsretssagen har TDC Brands [REDACTED] henvist til, at markedet siden 2011 har ændret sig væsentligt, herunder ved fremkomsten af streamingtjenester, faldende flow-tv-sening, faldende antal tv-pakkekunder og en udvikling, hvor abonnenterne typisk aftager mindre tv-pakker end tidligere.

Fremkomsten af streamingtjenester har primært påvirket mængden af tv-pakkekunder, men da der betales pr. tv-pakke, er dette irrelevant for tariffastsættelsen. Kundeafgangen har tværtimod som gennemgået ovenfor betydet en relativ forøgelse af de tilbageværende kunders brug af rettighedstungt indhold fra DR, TV 2 og nabolandskanalerne.

Heller ikke TDC Brands' henvisninger til sport kan føre til et andet resultat. Sport udgør kun en mindre del af den samlede tv-sening. I 2025 udgjorde seningen af sport 14,3 pct. af den samlede tv-sening. I 2024 var tallet 18,0 pct., hvilket skal ses i lyset af, at der i 2024 var både OL og EM i fodbold.

TDC Brands' generelle henvisninger til prisudviklingen på sportsrettigheder bør desuden tillægges begrænset vægt. Sportsrettigheder indgår i et særskilt kommercielt marked, hvor de involverede aktører inden for sport har en naturlig interesse i at fremhæve sportsindholdets betydning for tv-pakkerne.

Udviklingen i prisen på sportsrettigheder kan ikke forklare den generelle prisudvikling på TDC Brands' tv-pakker. Det gælder navnlig Grundpakken, som kun i begrænset omfang indeholder sport, men hvor prisudviklingen har været på niveau med de andre tv-pakker.

De tv-kanaler i Grundpakken, der har sportsrettigheder af betydning, er DR1, See og TV 2 Danmark – særligt efter at TV 2 overtog en række af de sportsrettigheder, der tidligere lå hos Warner Bros. Discovery, herunder rettigheder til herrelandsholdsfodbold. Selv om TV 2 løbende har justeret prisen på TV 2 Danmark, er disse justeringer kun delvist båret af sport og har ikke et omfang, der viser, at prisudviklingen på sportsrettigheder har haft væsentlig betydning for TDC Brands' produktøkonomi i Grundpakken.

"TDC Brands' betaling skal være teknologineutral"

TDC Brands gør gældende, at betalingen til Rettighedshaverne skal være "teknologineutral" [REDACTED] og at TDC Brands' betaling til de sagsøgte for samtidig og uændret videreudsendelse af en tv-kanal skal være uafhængig af, om TDC Brands benytter en eller flere parallelle teknologier til videreudsendelsen [REDACTED]

TDC Brands har til støtte herfor anført følgende:

- Rettighedshaverne kræver forskellige priser afhængigt af, hvilken teknik TDC Brands har benyttet, uanset at de forskellige teknikker ikke indebærer forskellig brug af rettigheder eller forskellig økonomisk værdi heraf [REDACTED]
- Rettighedshaverne kræver ét vederlag for videreudsendelse via kabel-tv og ét ekstra vederlag for videreudsendelse af samme kanal til samme tilslutning via web-tv, hvilket betyder, at TDC Brands skal betale mere, hvis flere parallelle teknologier bruges, selv om modtageren er den samme og værdien ikke øges [REDACTED]
- Det følger af portabilitetsforordningens artikel 3, stk. 2, at TDC Brands' videreudsendelse af en tv-kanal til en tilslutning som traditionelt kabel-tv og TDC Brands' videreudsendelse af samme tv-kanal til samme tilslutning som web-tv kun udgør én ophavsretligt relevant handling, når videreudsendelsen udelukkende sker til én og samme tilslutning/modtager, dvs. til et og samme publikum [REDACTED]

Prissætning og teknik

Det bestrides, at der gælder et selvstændigt krav om teknologineutralitet ved fastsættelse af rettighedsvederlag. Rettighedsvederlag fastsættes således ud fra den flerhed af faktorer, der knytter sig til rettighedsudnyttelsen. Den anvendte teknik kan være et selvstændigt parameter.

Rettighedshavernes påstande er ikke desto mindre teknologineutrale, idet der som udgangspunkt anvendes de samme vilkår for distribution af tv-indhold uanset distributionsform, herunder coax, IPTV og OTT.

Rettighedshaverne har nedlagt påstand om, at TDC Brands skal betale et højere vederlag for såkaldte OTT-only-kunder, dvs. kunder som kun modtager tv-produktet OTT.

Forskelsbehandlingen knytter sig ikke til distributionsformen OTT, men til det forhold, at der er tale om en kundetype, som antages at benytte de digitale tv-tjenester som en integreret del af deres tv-produkt.

De forhold, der begrundede udbredelsesrabatten, er således ikke til stede for denne kundetype, hvorfor differentieringen er saglig og rimelig.

Den økonomiske værdi af de digitale tv-tjenester er højere for en kunde, der efterspørger et rent digitalt produkt, end en kunde, der modtager disse som et supplement til et traditionelt tv-produkt uden at bede om det.

Den højere pris for OTT-only-kunder afspejler den øgede økonomiske værdi af TDC Brands' udnyttelse for denne kundetype og ikke den anvendte teknologi.

Dette understøttes af, at både coax- og IPTV-kunder også har adgang til tv-produktet via OTT, uden at dette medfører en højere pris.

Vederlaget fastsættes dermed ikke på grundlag af den anvendte teknologi, men på grundlag af værdien af den konkrete udnyttelse.

TDC Brands' præmis – at prissætningen varierer alene som følge af teknologivalg – er derfor faktisk forkert.

Særskilt vederlag for web-tv

Når der er aftalt vederlag for portabilitet af tv-pakker med TDC Brands og alle andre tv-distributører, der tilbyder portabilitet på tv-pakker, så er det ikke begrundet i anvendelsen af en bestemt teknologi.

Tillægget for web-tv afspejler den øgede økonomiske værdi, der følger af en mere omfattende og fleksibel udnyttelse af rettighederne.

Tillægget knytter sig således til de udvidede brugsmuligheder, som portabilitet indebærer. Der henvises til produktgennemgangen.

At vederlaget ikke er teknologibestemt, fremgår også af, at vederlaget for portabilitet betales for OTT-tv-pakker. For OTT-tv-pakker sker distributionen netop over det åbne internet og ikke som et teknisk supplement til coax- eller IPTV-distribution. Vederlaget knytter sig derfor ikke til anvendelsen af en bestemt teknologi, men til den rettighedsmæssige og kommercielle værdi af, at kunden kan anvende tv-produktet portabelt.

Som beskrevet, muliggør web-tv, at tv-indhold kan tilgås på tværs af enheder og lokationer, herunder uden for husstanden, og uafhængigt af den fysiske tilslutning. Rettighedshavernes vilkår tillader op til fem samtidige streams, hvoraf 2 kan foretages uden for hjemmet, jf. pkt. 3.3.2 i vilkårsbilag A og vilkårsbilag B. Dvs. at med ét tv-abonnement kan kunden se tv i sommerhuset, på båden og i tre forskellige rum i hjemmet – samtidig.

Denne portabilitet indebærer en væsentlig udvidelse af anvendelsesmulighederne sammenlignet med traditionel distribution.

Den udvidede adgang øger værdien af det samlede tv-produkt, herunder både den lineære videreudsendelse af tv-kanaler og den efterfølgende tilgængeliggørelse af indholdet on demand via de digitale tv-tjenester.

Gennemgangen af TDC Brands' egen markedsføring viser da også, at portabilitet præsenteres som en væsentlig forbedring af produktet. TDC Brands fremhæver således selv, at kunden kan tage "dine tv-kanaler og streamingtjenester med dig overalt og se dem hvor det passer dig [...]".

TV 2's prissætning for portabilitet følger samme linje, idet TV 2 har et tillæg på 10 pct. af kanalprisen for portabilitet.

TDC Brands kan ikke på den ene side markedsføre web-tv som en væsentlig forbedring af produktet og på den anden side gøre gældende, jf. replikken, side 11, at denne "ikke indebærer en større økonomisk værdi af videreudsendelsen."

Det vederlag, Rettighedshaverne kræver for web-tv, er begrundet i den konkrete udvidede udnyttelse, web-tv medfører, og ikke i det forhold, at der anvendes flere parallelle teknologier. TDC Brands' præmis er derfor faktisk forkert.

Portabilitetsforordningen

TDC Brands' henvisning til portabilitetsforordningens artikel 3, stk. 2, er uden betydning for vurderingen af Rettighedshavernes vederlag.

Portabilitetsforordningens artikel 3, stk. 1-2, har følgende ordlyd:

"1. Udbyderen af en onlineindholdstjeneste, der leveres mod betaling i penge, sikrer, at en abonnent, der midlertidigt opholder sig i en medlemsstat, kan få adgang til og bruge onlineindholdstjenesten på samme måde som i bopælsmedlemsstaten, herunder ved at give adgang til det samme indhold på det samme udvalg og antal af udstyrsenheder, for det samme antal brugere og med det samme udvalg af funktioner.

2. Udbyderen må ikke pålægge abonnenten nogen ekstragebyrer for adgangen til og brugen af den pågældende onlineindholdstjeneste i henhold til stk. 1."

Bestemmelsen angår onlineindholdstjenester. Et tv-pakkeabonnement, der er baseret på coax eller IPTV, er ikke i sig selv en onlineindholdstjeneste. Portabilitetsforordningen giver derfor ikke TDC Brands nogen selvstændig ret til at knytte portabilitet til coax- og IPTV-pakker.

"TDC Brands' udbud af digitale tv-tjenester bør ikke udløse særskilt betaling"

TDC Brands gør gældende, at Rettighedshaverne ikke skal have særskilt betaling for TDC Brands' brug af "digitale accessoriske funktioner" (digitale tv-tjenester), subsidiært at det hidtidige vederlag er urimeligt højt [REDACTED]

TDC Brands har til støtte herfor anført følgende:

- TDC Brands' kunder tager de digitale tv-tjenester for givet, og TDC Brands kan derfor ikke opkræve særskilt vederlag herfor
- De digitale tv-tjenester er dels accessoriske til tv-kanalerne, dels er substituerende i anvendelsen heraf
- Prisen for de digitale tv-tjenester er indregnet i grundbetalingen, som skal betales for alle TDC Brands' tv-kunder, uanset om de konkret har adgang til og benytter de pågældende funktioner og uanset antallet af tv-kanaler i deres tv-pakke
- Efter ophavsretsloven skal der ikke betales for de digitale tv-tjenester web-tv og PVR

Digitale tv-tjenester som accessorium

Hele grundlaget for TDC Brands' indsigelse baserer sig på et synspunkt om, at de digitale tv-tjenester er "accessoriske" og derfor ikke berettiger til yderligere vederlag og endda i visse tilfælde slet ikke kræver nogen tilladelse fra Rettighedshaverne. Dette er udtryk for en grundlæggende vildfarelse, der er helt uforenelig både med ophavsrettens grundprincipper mere generelt og med § 35, stk. 4, der regulerer licensering af digitale tv-tjenester.

Grundlaget for licenseringen af de digitale tv-tjenester er ophavsretslovens § 35, stk. 4. Baggrunden for denne bestemmelse var, at de digitale tv-tjenester kræver tilladelse fra rettighedshaverne ud over den tilladelse, der kunne gives efter § 35, stk. 1.

Før dette tidspunkt blev de digitale tv-tjenester licenseret baseret på den generelle aftalelicens i § 50, stk. 2, men Kulturministeriet vurderede netop, at der var:

"tale om udnyttelsesformer, der er accessoriske i forhold til den oprindelige radio- eller tv-udsendelse, men som Kulturministeriet ikke desto mindre vurderer kan have stor økonomisk betydning."

Herefter oplister lovbemærkningerne eksempler på de "accessoriske" udnyttelsesformer af stor økonomisk betydning, der omfattes af bestemmelsen, bl.a.:

- "samtidig og uændret tilgængeliggørelse uanset teknik på f.eks. internettet af radio- og tv-udsendelser, der måtte anses at falde uden for ophavsretslovens § 35, stk. 1,
- on demand-brug af radio- eller tv-udsendelser hos tv- og andre indholdsdi-
stributører (herunder catch-up),

- tv- og andre indholdsdistributørers tjenester/medvirken i forbindelse med optagelse af tv-indhold [...]”

Det første eksempel beskriver web-tv. Det andet eksempel beskriver Start Forfra, 48 timers Catch Up (Sidste Døgn), længerevarende Catch Up og stacking. Det sidste eksempel beskriver N-PVR/PVR. Der er tale om udnyttelser, der kræver en tilladelse, og det er rimeligt, at rettighedshaverne betinger denne tilladelse af et vederlag, da produkterne indebærer en værdiforøgelse af TDC Brands’ produktudbud.

Som gennemgået ovenfor, er både tilladelsen og de hidtil aftalte vederlag forhandlet som et samlet økonomisk hele og under hensyntagen til, at der netop er tale om et accessorium til en viderespredning af værkerne. Hvis ikke det var tilfældet, ville vederlagsniveauet skulle være meget højere, da TDC Brands i dette tilfælde i forhold til f.eks. sin tilrådighedsstillelse af værkerne on demand ville skulle indhente tilladelser fra de individuelle rettighedshavere, baseret f.eks. på den pris, der betales ved licensering titel for titel.

Særskilt betaling for digitale tv-tjenester

Digitale tv-tjenester indgår som en integreret del af TDC Brands’ samlede tv-produkter. Kunden opkræves derfor ikke nødvendigvis en særskilt pris for de enkelte funktioner. Værdien af funktionerne indgår i stedet i den samlede pris for tv-produktet.

Dette svarer til den almindelige prissætning af abonnementsprodukter. I en abonnementsforretning som TDC Brands’ opkræves der som udgangspunkt ikke særskilt betaling for hvert enkelt element i produktet. Det gælder også for tv-kanalerne. Den omstændighed, at prisen ikke er opdelt på de enkelte elementer, indebærer ikke, at elementerne er uden selvstændig økonomisk værdi.

Tværtimod bidrager de digitale tv-tjenester til at øge tv-produkternes samlede attraktivitet og dermed deres økonomiske værdi.

TDC Brands’ argumentation om de digitale tv-tjenesters værdi er derudover inkonsekvent.

På den ene side anføres det, at de digitale tv-tjenester i dag udgør en integreret del af ethvert tv-abonnement, og at kunderne forventer sådanne funktioner [REDACTED]. Dette indebærer efter Rettighedshavernes opfattelse, at tjenesterne har en meget betydelig værdi for kunderne og udgør et væsentligt element i det samlede produkt.

På den anden side anføres det, at kunderne ikke opfatter de digitale tv-tjenester som en særlig værdifuld ydelse [REDACTED]

Disse synspunkter kan ikke forenes.

TDC Brands kan ikke meningsfuldt gøre gældende, at de digitale tv-tjenester er blevet en integreret og forventet del af tv-produktet, og samtidig hævde, at de er uden selvstændig økonomisk betydning.

Digitale tv-tjenester som substitut

Det bestrides ikke, at de digitale tv-tjenester i et vist omfang erstatter lineær tv-sending.

Dette forhold var imidlertid kendt, da parterne havde deres forhandlinger, og vederlaget for de digitale tv-tjenester er netop fastsat under hensyntagen til deres relation til den lineære distribution. Det centrale er, at de digitale tv-tjenester giver kunderne yderligere valgmuligheder.

Indregning af digitale tv-tjenester i grundbetalingen

TDC Brands' kritik af, at vederlaget for digitale tv-tjenester beregnes på hele kundebasen, er ubegrundet.

TDC Brands undlader at nævne, at modellen blev indført efter ønske fra TDC Brands selv.

Kritikken beror derudover på en sammenblanding af rettighedsvederlag og slutbrugerbetaling.

Rettighedshaverne har ikke indflydelse på, hvordan TDC Brands vælger at strukturere sin prissætning over for kunderne. Det tilkommer TDC Brands at beslutte, om og hvordan vederlaget videreføres til kunderne, herunder om det fordeles på hele kundebasen eller alene på bestemte kundesegmenter.

Endvidere er det ikke korrekt, at grundtaksten er beregnet på en kundebase uden adgang til nogen af de digitale tv-tjenester. TDC Brands har stillet web-tv til rådighed for hele kundebasen.

Vederlagskravet i forhold til web-tv og PVR

Som det fremgår ovenfor, indebærer det forhold, at en ophavsretlig udnyttelse vil kunne ses som accessorisk til en anden ophavsretlig handling, hverken at denne ikke fordrer tilladelse, eller at udnyttelsen ikke har nogen selvstændig økonomisk værdi, og både web-tv og PVR oplistes som handlinger, der blev omfattet af § 35 i forbindelse med indførelse af § 35, stk. 4.

At klareringsmekanismen for web-tv ved lovændringen i 2021 blev flyttet til § 35, stk. 1, ændrer ikke ved, at web-tv er en selvstændig udnyttelsesform, som kræver særskilt tilladelse i forhold til samtidig og uændret videreudsendelse via IPTV eller coax. Dette følger allerede af bestemmelsens opbygning.

Web-tv er særskilt reguleret i § 35, stk. 1, sidste pkt., netop fordi denne udnyttelsesform adskiller sig fra traditionel videreudsendelse. Videreudsendelse via IPTV og coax er knyttet til en bestemt tilslutning og dermed til kundens husstand. Web-tv indebærer derimod, at tv-indhold kan stilles til rådighed uafhængigt af både modtagelsessted og enhed. Web-tv ophæver dermed væsentlige tekniske og geografiske begrænsninger ved IPTV- og coax-distributionen og udvider kundens anvendelsesmuligheder væsentligt.

Der er således ikke tale om en parallel teknisk fremførsel af samme ydelse, men om en selvstændig udnyttelse.

Særlig i forhold til PVR bemærkes, at dette er irrelevant for vederlagsspørgsmålet, da PVR ikke udbydes til kunder, der ikke har N-PVR.

PVR er medtaget i licensen for N-PVR som det mindre i det mere. Det bestrides, at ophavsretslovens § 12 om privatkopiering kan føre til, at PVR ikke fordrer en tilladelse. Ophavsretslovens § 12 vedrører den enkelte brugers adgang til at foretage kopiering til privat brug og regulerer ikke den kommercielle tilrådhedsstillelse af indhold.

Tilladelsen til PVR vedrører TDC Brands' ret til at facilitere, at kunden foretager optagelsen, f.eks. ved at overføre et dedikeret signal til kundens harddiskoptager. Den rettighedsmæssigt relevante handling er således ikke den enkelte brugers private kopiering, men TDC Brands' facilitering heraf. Denne udnyttelse falder uden for § 12 og kræver selvstændig rettighedsafklaring, jf. også den specifikke opstilling af medvirken i forbindelse med optagelse af tv-indhold i lovbemærkningerne til § 35, stk. 4.

"Rettighedshavernes priser og vilkår er ikke resultatet af reelle forhandlinger"

TDC Brands gør gældende, at de tidligere aftalte priser og vilkår mellem parterne ikke udspringer af en reel kommerciel forhandling mellem parterne. Derimod er det TDC Brands' opfattelse, at Rettighedshaverne har påtvunget TDC Brands priser og vilkår ved misbrug af deres monopol i strid med konkurrencelovens § 11 og/eller TEUF artikel 102 [REDACTED]

TDC Brands har til støtte herfor anført følgende:

- TDC Brands har gennem mange år har påpeget de urimelige priser og vilkår overfor Rettighedshaverne, men Rettighedshaverne har ikke været villige til at imødekomme TDC Brands' bekymringer [REDACTED]
- TDC Brands har kun accepteret Rettighedshavernes urimelige priser og vilkår, fordi TDC Brands er helt afhængig af adgang til de rettigheder, som Rettighedshaverne forvalter, for at kunne udbyde sine produkter til kunderne [REDACTED]

Rettighedshavernes påståede manglende imødekommenhed

TDC Brands misrepræsenterer parternes forhandlinger gennem de sidste ca. 20 år, hvor parterne løbende har kunnet forhandle sig til løsninger, begge parter var enige i.

Rettighedshaverne har udvist betydelig imødekommenhed over for TDC Brands, f.eks. ved at inkludere nye digitale tv-tjenester uden merbetaling og omfattende indfasningsordninger i forhold til vederlag for nye udnyttelsesformer. Parternes aftalekompleks, som TDC Brands har undladt at fremlægge, indeholder talrige eksempler på indrømmelser og kompromiser indgået på bekostning af Rettighedshavernes interesser.

Der henvises til beskrivelsen af parternes aftaler, samarbejde og forhandling ovenfor.

TDC Brands har fremlagt to e-mails, der ifølge TDC Brands viser, at TDC Brands har protesteret over Rettighedshavernes vilkår og kun har accepteret disse under protest, fordi de var nødsaget hertil.

De to e-mails viser, som anført af TDC Brands, at parterne i [REDACTED] og [REDACTED] var uenige om en række vilkår. De to bilag understøtter imidlertid ligeledes Rettighedshavernes beskrivelse af parternes samarbejde og forhandling.

TDC Brands' e-mail af [REDACTED] indeholder en vedhæftet fil, hvor TDC Brands' forhandler har "opsummeret nogle af de synspunkter vi har ytret i løbet af vores dialoger i foråret" samt "vores bud på de underliggende principper som en ny aftale bør baseres på" og henviser til "de konstruktive dialoger".

Det anføres i dokumentet, at "udviklingen i tariffen for digitale rettigheder ikke på tilstrækkeligvis har taget højde for, at anvendelsen af de nye rettigheder har været substituerende for lineær sening." På den baggrund foreslås følgende ændring:

"Den nuværende tarif for digitale rettigheder revideres således, at [REDACTED] niveauet betragtes som et loft for tariffen for digitale rettigheder".

TDC Brands' e-mail af [REDACTED] indeholder et svar på en e-mail fra Copydan v/Jacob Hedebrink. I e-mailen fra Copydan beskrev Jacob Hedebrink det forudgående forhandlingsforløb. Beskrivelsen falder i to dele – et forløb frem til [REDACTED] og et forløb "efter genoptagelsen af drøftelserne i januar i år", dvs. [REDACTED]

I forhold til den første del er der anført følgende i e-mailen:

"Kære [REDACTED]

[...]

I har været meget klare i starten af forhandlingsforløbet om, at der efter Nuudays opfattelse ikke var en balance i YouSees produkter set i forhold til prisen, og at det derfor var nødvendigt med en række produktforbedringer og en pristilpasning. Det første element har vi arbejdet hårdt på at adressere, og vi har leveret stort set alt, hvad I har bedt om og på enkelte punkter mere.

Det indebærer bl.a.:

- 48 timers Catch Up udvides væg-til-væg til 8 dage
- Danske spillefilm inkluderes i licensen (inkl. spillefilm med tv-premiere), og der kan altid ligge minimum 5 danske spille film on demand
- Offline adgang på Catch Up og DRTV (også hvor DR ikke selv har offline rettigheder)
- Mulighed for at optage fra Catch Up i N-PVR.

Efter langvarige drøftelser og forhandlinger, herunder indledende markeringer fra begge side, har forståelsen fra vores side været, at der skulle landes et kompromis, hvor rettighedshaverne kom med mange flere rettigheder uden pristigninger herfor, og at prisreguleringer for øget brug af webplayere/flere tv-bokse skulle tilpasses prisudviklingen for YouSees pakker, og dermed også prisudviklingen for de store kommercielle broadcastere. Indenfor samme økonomiske ramme skulle der også kunne ske en fuld digitalisering af YouSees kunder, således at alle grundpakkekunder også ville få hele pakken med digitale tv-tjenester. Som en del af den samlede løsning, har det også været drøftet at forlænge indfasningen af de aftalte vederlag for digitale tv-tjenester med yderligere to år.

Der forelå et konkret kompromis forslag om denne samlede løsning i [REDACTED] [REDACTED] som vi forstod, at I var tilfreds med, dog mente I, at aftaleperioden på hovedområdet skulle være kortere og aftalen på Koda/mellemgruppeområdet skulle være længere, hvilket imidlertid matchede dårligt med vores mandater. Dette resulterede i, at vi lige inden sommerferien aftalte, at de priser for [REDACTED] der blev lagt ind i YouSees opkrævningssystem, var de priser som fulgte af forslaget, idet hensigten var sammen at arbejde videre med aftaleudkast efter sommerferien og i den forbindelse blive enige om varigheden. Processen blev herefter sat på pause som følge af ny bestyrelse for TDC og omorganiseringer.”

TDC Brands' svar lyder:

"Hej Jacob

Tak for din grundige udlægning. Det er fint.

Det er en god ide at opsummere for at sikre fælles forståelse.

Anerkender også at din mail er et ærligt forsøg på at opsummere din opfattelse af den seneste tids dialog.

Det historiske forløb frem til [REDACTED] er jeg med lidt nuanceforskelle enig med din fremstilling af."

Som det fremgår af citaterne, tegner TDC Brands' egen dokumentation et markant anderledes billede af parternes forhandlinger, herunder Rettighedshavernes imødekommenhed, end TDC Brands' processkrifter.

Påtvungelse af priser og vilkår

Det bestrides, at Rettighedshaverne har påtvunget TDC Brands de aftalte priser og vilkår.

TDC Brands har ikke på noget tidspunkt gennem de sidste 25 år bestridt den degressive Copydan-tarif eller krævet den modereret eller ændret. Det skyldes, at Copydan-tariffen har virket til fordel for TDC Brands. Tariffen hviler dels på en tanke om faldende marginalværdi pr. tv-kanal, dels har tariffen niveaumæssigt ikke fulgt udviklingen i priserne for kommercielle tv-kanaler.

Det giver derfor ikke mening at gøre gældende, at der er tale om en tarif, som Rettighedshaverne har påtvunget TDC Brands. Dette gælder så meget desto mere, fordi tariffen oprindeligt er fastsat af Ophavsretslicensnævnet og efterfølgende har dannet grundlag for parternes aftaler.

Når det gælder betalingerne for digitale tv-tjenester, er der tale om vilkår og tariffer, der er udviklet i samarbejde mellem parterne og i meget vidt omfang på grundlag af TDC Brands' egne ønsker til produktudvikling og rettighedsanvendelse.

Tarifferne og vilkårene bliver ikke påtvungne, blot fordi TDC Brands' brug af rettighederne kræver samtykke. Samtykkekravet følger af ophavsrettens almindelige udgangspunkt og er et grundvilkår for enhver erhvervsmæssig udnyttelse af ophavsretligt beskyttet indhold. Det forhold, at TDC Brands har behov for rettighederne for at kunne udbyde sine tv-produkter, indebærer ikke, at de priser og vilkår, som parterne efter forhandling har aftalt, kan karakteriseres som påtvungne.

Grunden til, at TDC Brands i praksis ikke fravælger Copydan tv-kanaler, er, at indholdet er meget vigtigt for TDC Brands' kunder. TDC Brands bruger – lidt overraskende – dette forhold som argument for, at TDC Brands betaler for meget.

TDC Brands' argument kan sammenfattes således:

- Rettighedshavernes indhold er vigtigt for TDC Brands' kunder.
- Derfor er TDC Brands nødt til at inkludere indholdet i sine produkter.
- Derfor må der gælde en formodning for, at TDC Brands har accepteret en pris, der er for høj.

Den paradoksale konsekvens af dette argument er, at jo vigtigere indholdet er for tv-distributørens kunder, jo større er formodningen for, at TDC Brands betaler for meget.

Dette kan i sagens natur ikke tiltrædes. Tværtimod understøtter TDC Brands' egen argumentation om indholdets uundværlighed, at det af Rettighedshaverne påståede vederlagsniveau er rimeligt.

Som beskrevet ovenfor, er TDC Brands den største tv-distributør på det danske med en markedsandel på [REDACTED] Rettighedshavernes aftaler med TDC Brands har en meget høj værdi, jf. oversigten med samlede betaling i **bilag 2** til denne kendelse.

Rettighedshaverne kan ikke udskifte TDC Brands med en anden tv-distributør, og Rettighedshaverne har således en meget kostbar "vare", der ikke kan afsættes til anden side, hvis TDC Brands måtte vælge at reducere brugen af Copydan tv-kanaler og udbredelsen af de digitale tv-tjenester.

Dette indebærer, at afhængighedsforholdet ikke er ensidigt. Også Rettighedshaverne er i praksis afhængige af TDC Brands som Danmarks største tv-distributør. TDC Brands har været fuldt ud bevidst om denne forhandlingsposition og har gennem årene anvendt den til at opnå væsentlige indrømmelser fra Rettighedshaverne, jf. beskrivelsen ovenfor.

TDC Brands har ikke den samme afhængighed af Rettighedshaverne, fordi TDC Brands kan købe adgang til kommercielle tv-kanaler, der opfylder samme behov som nabolandskanalerne. TDC Brands kan også indkøbe on demand kataloger af film, serier og andre tv-programmer, der kan erstatte behovet for digitale tv-tjenester.

Der er således – som minimum – tale om gensidigt afhængige professionelle parter, hvorfor det savner mening at tale om påtvingelse af vilkår. Der må tværtimod gælde en formodning for, at de aftalte priser afspejler den økonomiske værdi af TDC Brands' udnyttelse af rettighederne.

TDC Brands' argumentation om påtvingelse og afhængighed modsiges endvidere af det forhold, at TDC Brands i 2024 fortsatte brugen af Copydan tv-kanaler efter aftalernes ophør.

TDC Brands opsagde den 15. marts 2024 alle aftaler på Hovedområdet med virkning fra 1. april 2024. På Koda/Mellemgruppeområdet og for Telmore lod TDC Brands aftalerne udløbe, hvilket skete ved udgangen af kalenderåret 2023.

I modsætning til de kommercielle tv-stationer kan Rettighedshaverne ikke med tekniske midler, f.eks. kryptering, forhindre TDC Brands' brug af Copydan tv-kanaler.

Rettighedshaverne har i denne henseende en svagere forhandlingsposition end de kommercielle tv-stationer, der kan vælge at afbryde signalet, hvis TDC Brands ikke accepterer de stillede vilkår.

Derudover har det til enhver tid stået TDC Brands frit at afvise et vilkår som urimeligt eller at acceptere dette under protest og samtidig anmode Ophavsretslicensnævnet om at tage stilling til spørgsmålet.

Det er i meget få tilfælde ikke lykkedes parterne at nå til enighed. På disse områder har parterne indrettet sig med "uenighedsaftaler". Et eksempel er kompromisset om udbredelsesrabat i forhold til YouTV-kunder. Hvis Rettighedshaverne kunne tvinge TDC Brands til at acceptere de stillede vilkår, ville sådanne uenighedsaftaler være overflødige.

"Rettighedshavernes priser er koordinerede og diskriminerende"

TDC Brands gør gældende, at Rettighedshavernes tilbageholdelse af rettigheder og samarbejdet mellem forvaltningsorganisationer og tv-stationer er retsstridigt.

TDC Brands har til støtte herfor anført følgende:

- Rettighedshavernes tilbageholdelse af rettigheder, dvs. rettighedsforbehold, "synes fastlagt ved en koordineret adfærd mellem de sagsøgte og de heri organiserede virksomheder. Dette er i sig selv konkurrenceretligt ganske problematisk, da der er i givet fald tale om en horisontal koordinering af markedsføringen af rettighederne med henblik på at hæve priserne," [REDACTED]
- Der sker en ulovlig samordning samt koordinering af priser og øvrige vilkår dels indbyrdes mellem henholdsvis konkurrerende tv-selskaber, tv-producenter og musikproducenter, dels på tværs af disse forskellige rettighedshavergrupper [REDACTED]
- Det er udtryk for diskrimination i strid med konkurrencelovens § 11 og artikel 102 TEUF, når TDC Brands tilbydes ringere priser og vilkår for tilsvarende rettigheder end f.eks. UBOD's medlemmer tilbyder hinanden [REDACTED]

Tilbageholdelse af rettigheder

Det bestrides, at anvendelse af rettighedsforbehold udgør – eller kan sidestilles med – en horisontal koordinering i konkurrenceretlig forstand.

Når danske rettighedshavere i meget vidt omfang gør brug af rettighedsforbehold, skyldes det, at der i Danmark findes en effektiv kollektiv rettighedsforvaltning, og at rettighedsforbehold derfor er i den enkelte rettighedshavers interesse.

Lovgiver har beskrevet rettighedsforbehold som en markedsnorm i Danmark, jf. pkt. 2.9.1.3 i de almindelige bemærkninger til lovforslag nr. L 125 af 3. maj 2023, der implementerede DSM-direktivet i dansk ret:

”Såfremt der på et udnyttelsesområde findes kollektiv rettighedsforvaltning, er det Kulturministeriets vurdering, at det hører med til et passende og forholdsmæssigt vederlag at få andel i de vederlag, der genereres på det kollektive område. Markedsnormen i Danmark er på flere områder, at der foretages kollektiv rettighedsforvaltning baseret på, at rettighedshaverne i vidt omfang bevarer enten rettigheder som sådan eller retten til vederlag (ofte kaldet ”den danske rettighedsmodel”).”

Der henvises i øvrigt til gennemgangen af den danske rettighedsmodel i bilag 10 til denne kendelse.

Samarbejde mellem forvaltningsorganisationer og tv-stationer

Det bestrides også, at samarbejdet mellem Rettighedshaverne indebærer en ulovlig samordning samt koordinering af priser og øvrige vilkår.

TDC Brands’ synspunkt indebærer i realiteten, at kollektive licenser – og dermed det lovbestemte aftalelicenssystem – skulle være i strid med konkurrenceretten.

Samarbejdet er tværtimod forudsat af lovgiver, jf. gennemgangen i notatet om den danske rettighedsmodel i **bilag 10** til denne kendelse.

Ved lovændringen i 2024 (lovforslag nr. L 145), hvor ophavsretslovens § 48 blev udvidet, er dette yderligere bekræftet. Det fremgår af de almindelige bemærkninger, pkt. 2.5.1.2, at det er et særkende ved den danske model, at en lang række rettighedshavere optræder samlet ved licensering af videreudsendelse og anden udnyttelse.

Den kollektive udøvelse er dermed ikke blot tilladt, men i praksis påkrævet. Det er på den baggrund samlet set fuldstændig uforeneligt med gældende ret at kvalificere samarbejdet som ulovlig samordning.

Diskrimination af TDC Brands

TDC Brands gør gældende, at TDC Brands diskrimineres, fordi DR og TV 2 efter deres standard entreprisekontrakter ikke betaler vederlag pr. tv-kunde ud over produktionsbetalingen [REDACTED]

Dette er ikke udtryk for en diskrimination af TDC Brands.

Når tv-stationer bestiller tv-programmer hos eksterne tv-producenter, er markedspraksis, at tv-stationerne betaler konkret aftalte vederlag til tv-producenterne. For DR og TV 2 er der tale om meget betydelige årlige beløb.

Den omstændighed, at betalingen sker i form af individuelt aftalte lumpsumsvederlag, indebærer ikke diskrimination af TDC Brands. De aftaler, som DR og TV 2 indgår med tv-producenter, er ikke væsensforskellige fra de aftaler, som f.eks. Viaplay Group og Warner Bros. Discovery indgår med tv-producenter.

Tværtimod viser aftalepraksis, at tv-stationerne påtager sig en anden og væsentligt større økonomisk risiko end TDC Brands. Tv-stationerne finansierer produktionen på forhånd gennem individuelt aftalte vederlag, mens TDC Brands først betaler et løbende vederlag for den efterfølgende udnyttelse af de tv-kanaler og tv-programmer, som tv-stationerne allerede har finansieret og gjort tilgængelige. Dette er en forskel i rolle og risikoplacering, ikke en diskrimination af TDC Brands.

Der er derfor ikke grundlag for at sammenligne TDC Brands' løbende betaling for videreudsendelse og digitale tv-tjenester med de betalinger, som tv-stationerne forlods betaler til producenterne som led i finansieringen af programproduktionen. TDC Brands gør endvidere gældende, at TDC Brands diskrimineres i forhold til UBOD's medlemmer, idet Kodas indtægter fra tv-distribution er markant højere end Kodas indtægter fra DR og TV 2 [REDACTED]

Det er først og fremmest forkert, når Nuuday skriver: "[...] når de samme rettigheder erhverves i de bilagte kontrakter, ikke opkræves betalinger pr. kunde udover det, som følger ved bestilling af produktionen".

I relation til komponister betales et ofte beskedent bestillingshonorar for at skabe musik til en AV-produktion. Tv-stationens efterfølgende brug af kompositionen på egne platforme (broadcast og streaming) er imidlertid ikke omfattet af bestillingsaftalen mellem tv-stationen og komponisten. Tv-stationen betaler for denne brug til Koda i overensstemmelse med principper og tariffer som fastlagt i kendelserne 100, 106 og 121.

I forhold til indtægterne bogført i Kodas regnskab for streamingtjenester og digitale funktioner hos tv-distributører bemærkes, at betalingen for interaktive tv-tjenester netop i 2021 var påvirket af en større enkeltbetaling fra tidligere års musikforbrug, jf. Kodas gennemsigthedsrapport fra 2021, side 5.

I henhold til Tabel 2.1 i Kodas gennemsigthedsrapport for 2024 var Kodas indtægter fra AV-streaming MDKK 208 og indtægterne fra interaktive tv-tjenester hos tv-

distributørerne kun MDKK 130 (i modsætning til 2021 tallene fremhævet af TDC Brands, der var 123 MDKK for AV-streaming og 125 MDKK for interaktive tv-tjenester). Der er dermed et markant anderledes forhold mellem disse to indtægtsgrupper end påstået af TDC Brands.

I forhold til sammenligningen mellem Kodas indtægter fra TV2/DR og tv-distributører er sammenligningen metodisk forkert. Hvis man ønskede at sammenligne de to indtægtskategorier, skulle alle Kodas indtægter fra primær udsendelse i form af streaming og broadcast sammenlignes med indtægterne fra tv-distributører.

I 2021 udgjorde Kodas indtægter på disse områder ca. 426 mio. kr. fra primær udsendelse og ca. 255 mio. kr. fra tv-distributører, og dermed et markant anderledes forhold end fremhævet af TDC Brands i replikken, jf. tabel 2.1 og 2.4 i Kodas gennemsigtsrapport 2024.

Selvom de reelle tal således viser det præcis modsatte af, hvad TDC Brands fremhæver, bemærkes, at en sådan sammenligning generelt ikke er brugbar, jf. nedenfor. En sammenligning mellem tv-distributørers og tv-stationers/streamingtjenesters samlede nominelle betalinger for rettigheder har kun begrænset værdi, fordi de to udnyttelsesområder hviler på forskellige økonomiske og funktionelle forudsætninger. Tv-stationen udnytter repertoiret som led i selve programvirksomheden og skaber værdi gennem redaktionel tilrettelæggelse, reklamesalg, public service-forpligtelser eller abonnementsindtægter knyttet til indholdet. Distributøren udnytter derimod rettighederne som led i en kommerciel videresalgs- og adgangsforretning, hvor rettighederne indgår i den samlede værdi af den pakketerede distribution til slutbrugeren.

De to aktører opererer således i forskellige led i værdikæden, med forskellige indtægtsmodeller og rettighedsudnyttelse. En forskel i betalingsniveau kan derfor være et udslag af objektive og saglige forskelle i den økonomiske udnyttelse, ikke af usaglig forskelsbehandling. Dertil kommer, at en overordnet sammenligning af indtægter på brancheniveau ikke tager højde for størrelsen af den enkelte branche. Dette kan og vil variere over tid.

Det afgørende er ikke, om to brugerkategorier på aggregeret niveau betaler samme nominelle beløb, men om de befinder sig i sammenlignelige situationer. Er situationerne ikke sammenlignelige, eller har brancher ikke samme økonomiske volumen, kan en forskel i samlet nominelt betalingsniveau på brancheniveau naturligvis ikke påberåbes som indicium for urimeligt høje priser i det ene led. En isoleret henvisning til, at distributørerne samlet set betaler mere end tv-stationer eller vice versa, siger intet om rimeligheden af vederlaget.

TDC Brands' sammenligning hviler således på et forkert datagrundlag, og selv hvis der bortses fra datagrundlagets mangler, siger sammenligningen intet om rimeligheden af TDC Brands' egne vederlag til rettighedshaverne.

"Rettighedshavernes priser er uigennemsigtige"

TDC Brands gør gældende, at Koda og Copydan har tilsidesat kravene til gennemsigtighed i ophavsretsloven [REDACTED] og at Rettighedshaverne har pligt til at oplyse prisen pr. tilslutning for brug af rettigheder separat for hver enkelt tv-kanal og hver enkelt funktion i relation hertil og for de enkelte organisationer og grupper af rettighedshavere [REDACTED]

TDC Brands har til støtte herfor anført følgende:

- Rettighedshaverne har pligt til at fremlægge nødvendige oplysninger, jf. ophavsretslovens § 52 a, stk. 1 og 3, herunder om kriterierne for de sagsøges fastsættelse af tariffer så TDC Brands kan gennemskue tariffens sammensætning og vurdere rimeligheden [REDACTED]
- Det skaber en informationsasymmetri, at TDC Brands rapporterer efter ophavsretslovens § 52 a, stk. 1, uden tilsvarende indsigt i tarifgrundlaget [REDACTED]
- Det begrænser gennemsigtigheden yderligere, at Copydan generelt undlader skriftlig kommunikation om tariffernes grundlag og niveau [REDACTED]

Ophavsretslovens § 52 a, stk. 1 og 3

Copydan og Koda bestrider at have handlet i strid med ophavsretslovens § 52 a, stk. 1 og stk. 3.

I forhold til UBOD bemærkes indledningsvis, at UBOD ikke har karakter af en forvaltningsorganisation og allerede af denne grund ikke kan være omfattet af TDC Brands' anbringender vedr. ophavsretslovens § 52 a.

Ifølge § 52 a, stk. 1, skal kollektive forvaltningsorganisationer og brugere forhandle om licensering af rettigheder i god tro og i den forbindelse give hinanden alle nødvendige oplysninger. Som det fremgår, er der tale om en gensidig forpligtelse, der gælder i forhandlingssituationer.

Formuleringen "nødvendige oplysninger" stammer fra artikel 16, stk. 1, i direktivet om kollektiv forvaltning (2014/26/EU).

Det fremgår ikke af lovens forarbejder eller direktivet, hvilke konkrete oplysninger der er nødvendige, for at parterne kan forhandle i god tro.

Oplysningspligten i ophavsretslovens § 52 a, stk. 1, suppleres af § 52 a, stk. 3, hvorefter kollektive forvaltningsorganisationer på forespørgsel har pligt til at oplyse brugerne om kriterierne for fastsættelsen af tariffer for enerettigheder og retten til vederlag.

I de specielle bemærkninger til § 42, nr. 3, i lovforslag nr. 77 af 9. december 2015 står om § 52 a, stk. 3:

”Bestemmelsen har til formål at gøre det nemmere for brugerne at gennemskue sammensætningen af tarifferne og dermed vurdere rimeligheden heraf. Oplysningspligten gælder som udgangspunkt alle den kollektive forvaltningsorganisations tariffer. I de tilfælde, hvor det ikke er muligt at oplyse om specifikke kriterier for tariffastsættelsen, fordi der foreligger særlige forhold, skal den kollektive forvaltningsorganisation så vidt muligt oplyse brugeren om de overordnede kriterier. Hvis en bruger indgår en fælles aftale med en kollektiv forvaltningsorganisation på den ene side og en eller flere individuelle rettighedshavere på den anden side og betaler en samlet tarif for den aftalte brug, må det bero på en konkret vurdering, om der er pligt til fuldt ud at oplyse om kriterierne for den samlede tarif, hvis ikke de individuelle rettighedshaveres vederlagsandel kan udskilles uden at afsløre størrelsen af denne andel.”

Der er ingen holdepunkter i loven eller retspraksis for, at ophavsretslovens § 52 a, stk. 1 eller stk. 3, forpligter Rettighedshaverne til at oplyse prisen pr. tilslutning for brug af rettigheder separat for hver enkelt tv-kanal, hver enkelt funktion og for de enkelte organisationer og grupper af rettighedshavere, jf. TDC Brands' principale påstand 5.

TDC Brands forsøger at omdanne en oplysningsregel til en regel om tarifstruktur. Det er der ikke grundlag for.

Ophavsretslovens § 52 a angår udveksling af oplysninger og gennemsigtighed om kriterierne for tariffastsættelsen. Med oplysninger må forstås faktiske forhold, som kan have betydning for fastsættelsen eller vurderingen af en tarif. En tarif er ikke en oplysning om et faktisk forhold. Bestemmelsen kan derfor ikke anvendes som hjemmel til at kræve, at Rettighedshaverne oplyser tariffer for hypotetiske udnyttelsesscenarier.

Der kan navnlig ikke af § 52 a udledes et krav om, at kollektive tariffer skal opdeles kanal-for-kanal, funktion-for-funktion, organisation-for-organisation eller rettighedshavergruppe-for-rettighedshavergruppe. En sådan opdelt oplysningspligt ville tværtimod stride mod forarbejderne til ophavsretsloven, jf. lovforslag nr. L 113 fremsat den 13. december 1984, sp. 2004, hvor det om ophavsretslovens § 22 a, der var forgængeren til § 35, anføres:

”Fordelingen af det opkrævede vederlag bør være kabelanlæggene uvedkommende.”

Forarbejderne bygger således udtrykkeligt på, at fordelingen af det opkrævede vederlag mellem de bagvedliggende rettighedshavere ikke er et forhold, som tv-distributøren har krav på indsigt i. Det er uforeneligt hermed at udlede af § 52 a, at Rettighedshaverne skulle være forpligtet til at oplyse priser særskilt for de enkelte organisationer eller rettighedshavergrupper.

Det følger heller ikke af § 52 a, stk. 3, at Rettighedshaverne skal opstille mikroopdelte tariffer for hver enkelt tv-kanal eller funktion. Som det fremgår af forarbejderne til § 52 a, stk. 3, er det tilstrækkeligt at oplyse de overordnede kriterier for tariffastsættelsen. Oplysningspligten er rettet mod gennemsigtighed i de principper og hensyn, der ligger bag tariffen, ikke mod en bestemt teknisk opdeling af selve tariffen.

Dette gælder så meget desto mere i den foreliggende sag. Copydan-tariffen er historisk fastsat af Ophavsretslicensnævnet og har i årtier dannet grundlag for parternes aftaler. Tariffen for digitale tv-tjenester er udviklet gennem parternes egne forhandlinger og aftaler. TDC Brands har derfor ikke manglet kendskab til det aftalemæssige og tarifmæssige grundlag for betalingen.

Rettighedshaverne er i øvrigt ikke blevet anmodet om at oplyse kriterierne for tariffastsættelsen. Det, TDC Brands kræver med den principale påstand 5, er ikke oplysninger om kriterier. Det er en grundlæggende omstrukturering af tarifferne. Et sådant krav har ikke hjemmel i ophavsretslovens § 52 a.

Påstået informationsasymmetri

TDC Brands gør gældende, at TDC Brands og de øvrige tv-distributører løbende har opfyldt deres rapporteringspligt, hvilket har givet Rettighedshaverne en "enestående dyb indsigt i både den enkelte tv-distributørs markedsposition, produktportefølje og kundepræference, og i det samlede tv-marked," jf. replikken side 25.

Dette er ikke korrekt.

Rettighedshaverne har ingen særlig indsigt i TDC Brands' forretning. Rapporteringen af kundetal og brug af de digitale tv-tjenester giver ikke en sådan indsigt.

Det er Rettighedshavernes oplevelse, at TDC Brands på ingen måde deler de omfattende oplysninger, som TDC Brands har om kundeadfærd, herunder resultaterne af de kundeundersøgelser, som store tv-distributører som TDC Brands rutinemæssigt foretager.

TDC Brands opfylder kun nødtørftigt forpligtelsen til at rapportere anvendelsen af de digitale tv-tjenester. TDC Brands har aldrig rapporteret mængden af gemte tv-programmer i N-PVR eller brugen af YouSee Play-appen/web-tv.

TDC Brands rapporterer heller ikke træk på de enkelte tv-kanaler, selv om TDC Brands for kodede kunder har oplysninger, hvor datatræk viser seertid.

Alle rapporteringer af brugsdata er struktureret med henblik på afregning. Oplysningerne er derfor aggregeret på tværs af kundetyper. Rettighedshaverne modtager ingen oplysninger på kundeniveau.

Skriftlighed i kommunikation

Det bestrides, at det på nogen måde skulle være kendetegnende for Rettighedshavernes ageren under forhandlingerne med TDC Brands, at Rettighedshaverne ikke vil kommunikere skriftligt, jf. replikken side 26.

Som det fremgår af parternes aftalehistorik, blev der forud for hver enkelt aftale gennemført omfattende og langvarige forhandlinger. Disse forhandlinger var i vidt omfang mundtlige og foregik hos TDC Brands, indtil corona-epidemien brød ud i 2020.

Det bestrides, at denne forhandlingsform indebærer manglende gennemsigtighed. Dokumentation for det passerede blev løbende sikret, herunder ved affotografering af whiteboards, som dannede grundlag for forhandlingerne. Herudover blev forhandlingerne efter omstændighederne fulgt op af opsummerende e-mails med henblik på at sikre fælles forståelse af de drøftede forhold.

TDC Brands har selv fremlagt et sådant eksempel i form af en opsummerende e-mail fra Jacob Hedebrink, som er gennemgået ovenfor.

Det udgør en meget grov misrepræsentation af faktum, når TDC Brands anfører, at Copydan undgik skriftlig kommunikation, og at dette skulle have "til formål at begrænse gennemsigtigheden til skade for brugerne".

"Rettighedshaverne foretager ulovlig bundling eller koblingssalg"

TDC Brands gør gældende, at Rettighedshaverne foretager ulovlig bundling/koblingssalg ved at betinge TDC Brands' køb af rettigheder af, at TDC Brands også køber andre rettigheder [REDACTED]

TDC Brands har navnlig gjort dette synspunkt gældende vedrørende tre forhold: 1) Den degressive tarif, herunder den samlede betaling for de første tre Copydan tv-kanaler, 2) nabolandskanalerne, som TDC Brands gør gældende er bundlet med DR's kanaler og TV 2, og 3) de digitale tv-tjenester, som TDC Brands gør gældende kun tilbydes under én samlet licens.

Disse forhold gennemgås nedenfor.

Degressiv tarif med samlet betaling for de første tre tv-kanaler

Der er ikke tale om, at TDC Brands tvinges til at erhverve bestemte tv-kanaler. Den degressive tarif fastsætter alene den prismæssige struktur for Copydan tv-kanaler, som TDC Brands vælger at distribuere. Der henvises til gennemgangen af Copydan-tariffen ovenfor.

Nabolandskanalerne er ikke bundlet med DR's kanaler eller TV 2

Rettighedshaverne har aldrig påtvunget TDC Brands at distribuere nabolandskanaler, og TDC Brands har ikke fremlagt noget, som understøtter, at dette skulle være tilfældet.

Rettighedshaverne har heller ikke i de nedlagte påstande betinget TDC Brands' adgang til DR's kanaler eller TV 2 af, at TDC Brands distribuerer nabolandskanaler.

Hvis TDC Brands ikke ønsker at distribuere nabolandskanalerne i hidtidigt omfang, kan TDC Brands gøre brug af den særskilte opsigelsesadgang i vilkårene, jf. pkt. 11.2 i vilkårsbilag A og vilkårsbilag B.

Digitale tv-tjenester

TDC Brands gør endvidere gældende, at Rettighedshaverne foretager ulovlig bundling, fordi tilladelsen til digitale tv-tjenester omfatter flere tjenester, herunder web-tv, Start Forfra, Catch Up og N-PVR.

Rettighedshavernes synspunkter om de digitale tv-tjenester, herunder hvorfor det er sagligt og rimeligt at regulere og prisfastsætte de digitale tv-tjenester samlet, er behandlet ovenfor.

Det forhold, at tjenesterne i vilkårene reguleres samlet, er ikke udtryk for ulovlig bundling eller koblingssalg. Det er udtryk for en samlet og administrerbar licensmæssig regulering af de udnyttelsesformer, som TDC Brands faktisk stiller til rådighed for sine kunder.

TDC Brands har desuden mulighed for fremadrettet at ændre udbuddet af digitale tv-tjenester. Det fremgår af vilkårene, at TDC Brands kan varsle ændringer i de digitale tv-tjenester i medfør af den særskilte opsigelsesadgang, jf. pkt. 11.2 i vilkårsbilag A og vilkårsbilag B.

Denne mekanisme sikrer, at TDC Brands ikke er bundet til at opretholde alle elementer i de digitale tv-tjenester. Mekanismen sikrer samtidig, at Rettighedshaverne ikke kan stille vilkårlige krav, og at vederlag og vilkår for den ændrede situation i sidste ende kan fastsættes af Ophavsretslicensnævnet.

██████████-rapporten

Til støtte for sit overordnede synspunkt om, at vederlaget, som TDC Brands betaler for brug af rettighedshavernes rettigheder, er urimeligt højt – og at det skal reduceres til højst 1/3 af niveauet i ████████ – har TDC Brands gjort gældende, at rettighedsbetalingerne er steget uforholdsmæssigt meget i perioden ████████ til ████████

██
██
██

TDC Brands baserer sit synspunkt på en rapport fra [REDACTED], herefter benævnt "[REDACTED]-rapporten" (**bilag 9** til denne kendelse).

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

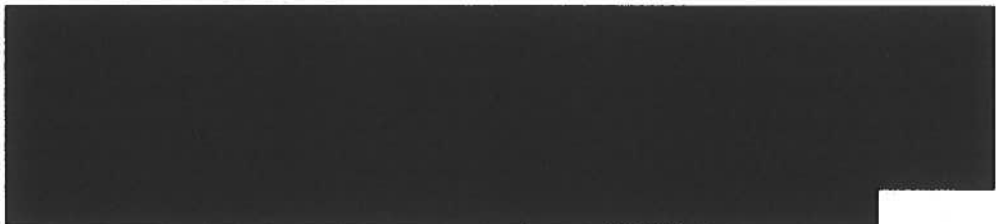
[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]



Udviklingen i TDC Brands' betalinger til Rettighedshaverne for TDC Brands' individuelle kunder i perioden 2011-2024 fremgår af oversigten, der ser ud som følger:

Samlede betalinger fra TDC Brands til Rettighedshaverne



2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

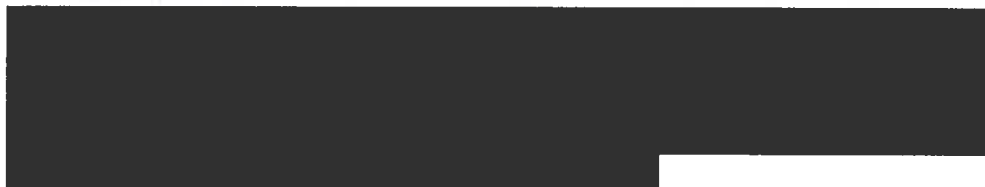
----- TDC Brands opgjorte betaling

----- TDC Brands faktiske betaling

The figure consists of two square boxes. The left box contains a single trial with a 50% chance of a correct response. The right box contains two trials, where the probability of a correct response increases to 75%.

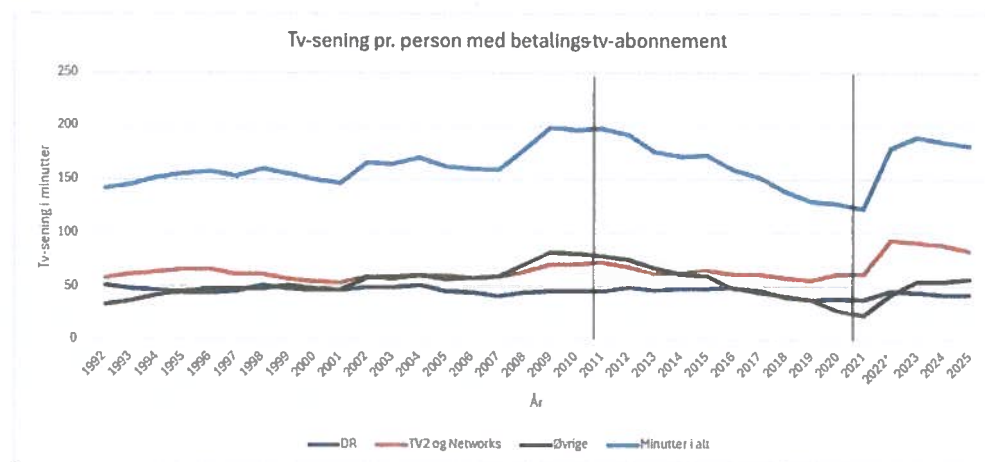
Ud over det rene salg af tv-produkter foretager TDC Brands således salg af bundlede produkter, hvor TDC Brands også opnår økonomiske fordele i forhold til bl.a. salg af bredbånd, tv-bokse, streamingadgang og øvrige kundefastholdende ydelser. Tv-indholdet er ikke blot en isoleret ydelse. Det indgår i en samlet kommerciel struktur, hvor adgangen til tv-kanaler og digitale tv-tjenester har betydning for kundebinding, pakkesammensætning, mersalg og den samlede værdi af TDC Brands' underholdnings- og forbindelsesprodukter.

-rapporten anvender traditionel tv-sening som en for snæver målestok



Når der ses på de officielle og generelle tal for tv-sening i Danmark fra de almindeligt anerkendte Kantar Gallup og Nielsen-målinger for perioden 1992-2025 (som vises med blå i figuren nedenfor), kan det konstateres, at niveauet for tv-sening i forhold til personer med betalings-tv-abonnementer har ligget relativt stabilt.

Udviklingen i tv-sening for personer med betalings-tv-abonnementer i perioden 1992-2025



Det er også værd at bemærke, at tv-seningen toppede i 2009-2011, hvor den periode, som anvendes i [REDACTED]-rapporten, begynder, og at tv-seningen nåede et lavpunkt i 2021 og 2022, hvor samme periode slutter. Start- og sluttidspunktet for [REDACTED] rapportens periode er i figuren markeret med lodrette streger. Dette understreger, at det er påfaldende, at TDC Brands har valgt at få udarbejdet [REDACTED]-rapporten for netop denne periode.

-rapportens brug af sete tv-minutter som målestok er under alle omstændigheder grundlæggende for snæver. TDC Brands' betaling vedrører ikke alene traditionel lineær tv-sening, men TDC Brands' samlede udnyttelse af Rettighedshaverens rettigheder. Dette omfatter blandt andet tilrådighedsstilling, web-tv, Start Forfra, Catch Up, DRTV, N-PVR, stacking og øvrige digitale funktioner, som giver kunderne adgang til indhold på flere måder, på flere tidspunkter og via flere tekniske løsninger end traditionel lineær tv-distribution.

██████-rapporten tager heller ikke højde for, at rettighedsbetalingerne i perioden ikke vedrører den samme rettighedsportefølje. Den rettighedsmasse, som holdes op imod udviklingen i tv-seningen, er ikke konstant.

Hertil kommer, at TV 2's rettigheder ikke indgik i licenserne i 2011 på samme måde som i 2021. [REDACTED]-rapporten korrigerer ikke for disse forskelle. Rapportens sammenstilling af udviklingen i rettighedsbetalinger og tv-sening hviler derfor på en forudsætning om sammenlignelighed, som ikke er til stede.

[illegible]

De Indklagedes anbringender

De Indklagede har som nævnt tidligere ikke deltaget i forberedelsen eller hovedforhandlingen af sagens realitet.

De Indklagede har imidlertid i mail af 29. maj 2026 anført følgende:

”I forlængelse af klagernes mail [af 14. maj 2026] nedenfor kan de indklagede konstatere, at klagerne mindre end tre uger før den mundtlige forhandling i sag 128 har indleveret et såkaldt *”Sammenfattende processkrift og påstandsdokument”*. Da dokumentet – på 297 sider – markant overstiger det samlede antal sider, som klagernes øvrige processkrifter i sagen udgør, og desuden indeholder nye påstande og anbringender, er der ikke tale om hverken et sammenfattende processkrift eller et påstandsdokument. De indklagede kan samtidig konstatere, at dokumentet indeholder en lang række forkerte og misvisende oplysninger om både faktum og retsgrundlaget.

Klagernes såkaldte ekstrakt fylder sammenlagt 1954 sider, hvilket tilsvarende markant overstiger det samlede antal sider, der tidligere er indleveret til Ophavsretslicensnævnet i sagen, idet ekstrakten indeholder nye dokumenter. F.eks. indeholder ekstrakten *Vilkårsbilag A* og *Vilkårsbilag B*, som de indklagede ikke tidligere er blevet præsenteret for, og som klagerne nu i det *”Sammenfattende processkrift og påstandsdokument”* har nedlagt påstande om, at Ophavsretslicensnævnet skal blåstemple som værende rimelige. Vilkårsbilagene indeholder en række krav, der helt åbenbart ikke er rimelige og dermed i sig selv kan udgøre et misbrug af dominerende stilling.

For en ordens skyld skal de indklagede gøre opmærksom på, at de indklagede påstår frifindelse for samtlige klagernes nye påstande, ligesom rigtigheden af de nye anbringender bestrides.

Som tidligere anført kommer de indklagede af en række grunde ikke til at afgive skrifter om eller i øvrigt deltage i Ophavsretslicensnævnets konkrete vilkårsfastsættelse i sag 128. På samme baggrund vil de indklagede ikke være til stede under den mundtlige forhandling i næste uge. Det er dog vigtigt i den forbindelse at understrege,

at de indklagede på ingen måde afviser at deltage i fremtidige sager ved Ophavsretslicensnævnet. Der er blot tale om, at de indklagede i de konkret foreliggende sager vurderer, at det samlet set er mest hensigtsmæssigt, at Nuuday [nu: TDC Brands] koncentrerer sine ressourcer til den først anlagte og fuldt dækkende sag ved Sø- og Handelsretten.

Som tidligere anført er det ikke hensigtsmæssigt, at klagerne til Ophavsretslicensnævnet indleverer dokumenter fra sagen ved Sø- og Handelsretten, hvor retten har afgjort, at dokumenterne ikke skal udleveres til offentligheden under sagens forberedelse. Alligevel fremgår det af klagernes *"Sammenfattende processkrift og påstandsdokument"*, side 8-9, at klagerne vil sørge for, at Ophavsretslicensnævnet modtager Nuudays processkrift af [REDACTED] til Sø- og Handelsretten med tilhørende bilag, hvilket klagerne nu har gjort. Der er tale om processkrift 1 med tilhørende bilag i sagen for Sø- og Handelsretten.

På den baggrund og med henvisning til Ophavsretslicensnævnets mail af 6. maj 2026 med frist for yderligere skrifter i sag 129 og sag 132 henledes nævnets opmærksomhed på punkt [REDACTED] og punkt [REDACTED] i processkrift [REDACTED] i sagen for Sø- og Handelsretten.

Punkt 4.9 med overskriften *"Nuuday er ansvarlig for Nuudays videreudsendelse af tv-kanaler"* kan læses i forlængelse af de indklagedes tidligere skrifter i sag 128 og sag 129.

Punkt 4.4 med overskriften *"Streamingtjenester"* med tilhørende bilag kan læses i forlængelse af de indklagedes tidligere skrifter i sag 132.

Hverken punkt [REDACTED] eller punkt [REDACTED] i processkrift [REDACTED] i sagen for Sø- og Handelsretten handler om den konkrete pris- eller vilkårsfastsættelse. Fællesnævneren for de to punkter er derimod spørgsmål om ophavsretlig relevans, dvs. spørgsmål uden for Ophavsretslicensnævnets kompetence."

I mail af 1. juni 2026 har de Indklagede anført følgende:

"I det af klagerne ved mailen [af 29. maj 2026] nedenfor fremsendte notat om Nuudays processkrift [REDACTED] af [REDACTED]

■ i Sø- og Handelsretssagen er følgende anført i punkt 1:

"Eftersom de ændrede påstande i det sammenfattende processkrift substantielt er identiske med påstandene i klageskriftet, har TDC Brands i sin sagsførelse ved Sø- og Handelsretten forholdt sig til Rettighedshavernes påstande.

Det bemærkes, at TDC Brands havde kendskab til Rettighedshavernes sammenfattende processkrift og påstandene heri, da TDC Brands afgav processkrift af ■ af ■. Det må formodes, at hvis de ændrede påstande havde givet anledning til yderligere bemærkninger, så havde TDC Brands fremkommet med disse i processkriftet."

Der er tale om en både grov og forkert antagelse, som de indklagede bestrider.

De indklagede kan samtidig konstatere, at notatet og de samtidigt fremsendte såkaldte vidneerklæringer indeholder en yderligere lang række forkerte og misvisende oplysninger om både retsgrundlaget og faktum. For en ordens skyld skal de indklagede gøre opmærksom på, at de indklagede bestrider disse forkerte og misvisende oplysninger."

Ophavsretslicensnævnets begrundelse og resultat

Sagens baggrund og problemstilling

Mellem TDC Brands A/S (og tidligere: andre selskaber i TDC-koncernen) og Rettighedshaverne har der gennem en årrække successivt været indgået aftaler om samarbejde med hensyn til førstnævntes videreudsendelse af Copydan tv-kanaler (jf. **bilag 6** til denne kendelse) samt udbud af digitale tv-tjenester. Copydan-tv-kanalerne, hvor Rettighedshaverne repræsenterer alle de rettigheder, der er nødvendige for TDC Brands' brug efter ophavsretslovens §§ 35, stk. 1, og stk. 4-5, betegnes herefter "Hovedområdet".

I mange år angik samarbejdet alene traditionel retransmission af tv-signaler, dvs. samtidig og uændret videreudsendelse af tv-kanaler, men efterhånden som tv-produkterne begyndte at blive digitaliseret, blev aftalerne tilpasset denne udvikling.

Den seneste aftale (mærket "juli ■" og herefter betegnet "■-sommeraftalen") blev indgået i sommeren ■ og var gældende til og med den 31. marts 2024.