KOMISSIO

KOMISSION PÄÄTÖS,

tehty 20 päivänä maaliskuuta 2001,

EY:n perustamissopimuksen 82 artiklan soveltamisesta

(Asia COMP/35.141 — Deutsche Post AG)

(tiedoksiannettu numerolla K(2001) 728)

(Ainoastaan saksankielinen teksti on todistusvoimainen)

(ETA:n kannalta merkityksellinen teksti)

(2001/354/EY)

EUROOPAN YHTEISÖJEN KOMISSIO, joka

ottaa huomioon Euroopan yhteisön perustamissopimuksen,

ottaa huomioon 6 päivänä helmikuuta 1962 annetun neuvoston asetuksen N:o 17, perustamissopimuksen 85 ja 86 artiklan ensimmäisen täytäntöönpanoasetuksen ([1]), sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna neuvoston asetuksella (EY) N:o 1216/1999 ([2]), ja erityisesti sen 3 artiklan ja 15 artiklan 2 kohdan,

ottaa huomioon United Parcel Servicen 7 päivänä heinäkuuta 1994 tekemän kantelun, jossa Deutsche Post AG:n väitetään rikkovan EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa ja komissiota vaaditaan lopettamaan rikkominen,

ottaa huomioon tätä asiaa koskevan menettelyn aloittamisesta 7 päivänä elokuuta 2000 tehdyn komission päätöksen,

ottaa huomioon 7 päivänä elokuuta 2000 aloitetun menettelyn laajentamisesta 4 päivänä lokakuuta 2000 tehdyn komission päätöksen,

on kuullut asianomaisia yrityksiä asetuksen N:o 17 19 artiklan 1 kohdan ja kuulemisesta tietyissä EY:n perustamissopimuksen 85 ja 86 artiklan mukaisissa menettelyissä 22 päivänä joulukuuta 1998 annetun komission asetuksen (EY) N:o 2842/98 ([3]) mukaisesti,

on kuullut kilpailunrajoituksia ja määräävää markkina-asemaa käsittelevää neuvoa-antavaa komiteaa,

sekä katsoo seuraavaa:

I **TOSISEIKAT**

A KANTELIJA

(1) Kantelija on yksityisomistuksessa oleva yhdysvaltalainen yritys United Parcel Service (jäljempänä 'UPS'), jonka kotipaikka on Yhdysvaltojen Georgian osavaltiossa sijaitseva Atlanta. UPS on yksi Deutsche Post AG:n merkittävistä kilpailijoista yritysasiakkaiden välisten pakettilähetysten eli niin sanotun Business-to-Business-liiketoiminnan (B-to-B) alalla. Lisäksi UPS on ilmoittanut tarjoavansa pienessä mittakaavassa pakettipalvelua myös postimyyntiyrityksille, niin sanottu Business-to-Consumer-liiketoiminta (B-to-C).

([1]) EYVL 13, 21.2.1962 s. 204/62 (suomenk. erityispainos 1994, alue 8, nide 1, s. 8).
([2]) EYVL L 148, 15.6.1999, s. 5.
([3]) EYVL L 354, 30.12.1998, s. 18.

B KANTELUN KOHTEENA OLEVA YRITYS

(2) Deutsche Post AG (jäljempänä 'DPAG') on vuonna 1995 Deutsche Bundespost Postdienst-yksiköstä (jäljempänä 'DBP') syntynyt osakeyhtiö. DBP puolestaan oli perustettu 1 päivänä heinäkuuta 1989 voimaan tulleella Postverfassungsgesetz-lailla (PostVerfG) entisen Deutsche Bundespostin (jäljempänä 'BP') postipalveluista vastaavaksi yksiköksi. Ennen 1 päivää heinäkuuta 1989 BP vastasi postipalvelujen tarjoamisesta DPAG:stä, DBP:stä ja BP:stä käytetään jäljempänä yhteisnimitystä DPAG. DPAG:n päätoiminta liittyy kirjelähetyksiin. DPAG:llä on laissa säädetty yksinoikeus enintään 200 grammaa painavien kirjeiden välittämiseen (varattu ala). [4] Vuonna 1998 DPAG:n liikevaihto varatulla alalla oli [...] (*) miljardia Saksan markkaa eli noin [...] prosenttia DPAG:n 28,6 miljardin Saksan markan kokonaisliikevaihdosta. DPAG:n toimittamasta vuotuisia menoja ja tuloja koskevasta laskelmasta ilmenee, että varattu ala on tuottanut voittoa vähintään vuodesta [...] [5].

Taulukko 1

DPAG:n tulot ja menot varatulla alalla vuosina 1990—1999

(milj. DEM)

Vuosi	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Tulot	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Menot	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Voitto	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

C KANTELU

(3) Vuonna 1994 tehdyssä asetuksen N:o 17 3 artiklan mukaisessa kantelussaan UPS väitti, että DPAG käyttää kannattavasta kirjemonopolista saamiaan tuloja rahoittaakseen pakettipalvelujen myynnin yrityksille kustannukset alittavaan hintaan. Ilman "ristiintukemista" varatulta alalta DPAG ei olisi pystynyt rahoittamaan pitkäaikaisia tappioita pakettipalveluista, joita tarjotaan kilpailuympäristössä. Tämän vuoksi kantelija vaatii kustannukset alittavaan hintaan tapahtuvan myynnin kieltämistä sekä varatun alan rakenteellista erottamista niiden pakettipalvelujen alasta, joita ei ole varattu. Muussa tapauksessa tehokaskaan yritys ei pystyisi vastaamaan hintapaineeseen, jota DPAG aiheuttaa kilpailuympäristössä tarjottavien pakettipalvelujen alalla.

D POSTIMYYNTIYRITYKSILLE TARJOTTAVAT PAKETTIPALVELUT

(4) Tämä päätös koskee jäljempänä kuvailtuja DPAG:n myöntämiä alennuksia ja hinnoittelua postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla Saksassa. Pakettipalvelut eivät ole Saksassa varattuja, eivät myöskään postimyyntiyrityksille tarjottavat palvelut. Suunnilleen vuodesta 1976 kilpailijat ovat tarjonneet Saksassa yrityksille pakettipalveluja pääasiassa B-to-B-liiketoiminnan alalla. Postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut muodostavat DPAG:n ehdottomasti merkittävimmän asiakasryhmän pakettipalvelujen alalla [6].

E 'RISTIINTUKEMISEN' TALOUDELLINEN KÄSITE

(5) Kantelija syyttää DPAG:tä ennen kaikkea siitä, että se tarjoaa pakettipalveluja yrityksille kustannukset alittavilla hinnoilla syrjäyttääkseen kilpailijat alalta. Syntyvät tappiot DPAG kattaa kantelijan mukaan varatulta alalta saaduilla voitoilla. Näin ollen DPAG tukee yrityksille tarjottavia pakettipalveluja varatuilla kirjepalveluilla, mikä estää kilpailua.

[4] Ks. postilain 51 §: "Bis zum 31. Dezember 2002 steht der Deutschen Post AG das ausschließliche Recht zu, Briefsendungen und adressierte Kataloge, deren Einzelgewicht weniger als 200 g und deren Einzelpreis bis zum Fünffachen des am 31. Dezember 1997 geltenden Preises für entsprechende Postsendung der untersten Gewichtsklasse beträgt, gewerbsmäßig zu befördern (gesetzliche Exklusivlizenz)." (Deutsche Post AG:llä on 31 päivään joulukuuta 2002 yksinoikeus kuljettaa kirjeitä ja osoitteellisia luetteloja, joiden yksikköpaino on alle 200 g ja yksikköhinta enintään viisinkertainen verrattuna vastaavien alimman painoluokan postilähetysten hintaan (laissa säädetty yksinoikeudellinen toimilupa).

(*) Liikesalaisuus.

[5] Ks. 23 päivänä joulukuuta 1999 päivätty DPAG:n kirje, liite 1.

[6] Ks. 6 päivänä joulukuuta 1999 päivätyn DPAG:n kirjeen liite 2.

Merkitykselliset kustannuskäsitteet

(6) Taloudelliselta kannalta tarkasteltuna on kyse ristiintukemisesta, kun yhtäältä yhdestä palvelusta saatavat tulot eivät riitä kattamaan kyseisestä palvelusta aiheutuvia erityisiä lisäkustannuksia (incremental costs) ([7]) ja toisaalta on olemassa palvelu tai kokonainen liiketoiminta-ala, jonka tulot ylittävät omat kustannukset. Ristiintukemisen lähteen tunnistaa omat kustannukset ylittävistä tuloista ja sen kohteen palvelukohtaiset lisäkustannukset alittavista tuloista. Nyt käsiteltävänä olevassa asiassa varattu ala on jatkuva rahoituslähde, sillä DPAG:n taulukossa 1 esittämät luvut osoittavat, että varatulla alalla saadut tulot ylittävät alan omat kustannukset ([8]).

(7) Tutkittaessa sitä, katetaanko postimyyntiyrityksille tarjottavista pakettipalveluista aiheutuvat palvelukohtaiset lisäkustannukset, on erotettava toisistaan palvelukohtaiset kustannukset, jotka liittyvät pelkästään kyseisen palvelun tarjoamiseen, ja yhteiset kiinteät kustannukset, jotka eivät johdu pelkästään kyseisestä palvelusta.

DPAG:n julkisen palvelun tehtävän vaikutus

(8) Kun selvitetään yhteisten kiinteiden kustannusten osuutta, on otettava huomioon, että DPAG:llä on lakisääteisen tehtävänsä vuoksi oltava varakapasiteettia, joka riittää aina myös yleisöpalvelun kysyntähuippujen tyydyttämiseen laissa säädettyjen laatukriteereiden mukaisesti ([9]). Vaikka DPAG ei tarjoaisikaan pakettipalveluja postimyyntiyrityksille, olisi sen velvollisuutena toimittaa kyseisten asiakkaiden postikonttoriin jättämät paketit ja luettelot määräajassa. Tämä johtuu yleisestä sopimuspakosta, jonka mukaan potentiaalisella postipalvelujen käyttäjällä on oikeus vaatia DPAG:ltä postikonttoreissa yksikköhintaan pakettipalveluja, joiden laatu vastaa laissa säädettyä tasoa. Luopuessaan tietystä pakettipalvelusta DPAG ei pysty vähentämään henkilöstö- ja materiaalikustannuksia suhteessa tähän toimitusmäärän vähentymiseen toisin kuin yksityiset yritykset kuten UPS. Myös kyseisestä pakettipalvelusta luovuttaessa on säilytettävä varakapasiteettina henkilöstö- ja aineellisia resursseja niin paljon, että ne riittävät yleisöpalvelun hoitamiseen laissa säädetyn laatustandardin mukaisesti (koko valtakunnan alueella 80 prosenttia lähetyksistä toimitettava perille kahden arkipäivän kuluessa). Tästä velvollisuudesta pitää yllä varakapasiteettia käytetään taloustieteessä käsitettä carrier of last resort ([10]).

(9) Jos DPAG ylläpitää infrastruktuuria julkisen palvelun tehtäväänsä varten, on yhteiset ylläpitokustannukset ja yksittäisten palvelujen palvelukohtaiset lisäkustannukset erotettava toisistaan seuraavalla tavalla:

— Ylläpitokustannuksia syntyy tarjotuista palveluista ja käsitellyistä pakettimääristä riippumatta pelkästään kapasiteetin ylläpidosta, jonka ansiosta kuka tahansa voi jättää paketteja postin kuljetettavaksi vakiopalvelun kautta. Kustannukset, joita syntyy lakisääteisestä velvollisuudesta ylläpitää kaikille yksikköhintaan tarjottavaa kuljetusvaihtoehtoa, nostavat carrier of

([7]) Palvelukohtaiset lisäkustannukset (incremental costs) käsittävät ainoastaan kustannukset, joita syntyy pelkästään tietyistä yksittäisestä pakettipalvelusta. Niihin eivät sisälly sellaiset kiinteät kustannukset, jotka eivät liity pelkästään tiettyyn yksittäiseen palveluun (yhteiset kiinteät kustannukset). Yhteiset kiinteät kustannukset eivät liity palvelukohtaisesti tiettyyn pakettipalveluun ja jäävät pois vasta yrityksen lopettaessa kaikki palvelunsa.

([8]) Tämä tarkoittaa sitä, että varatun alan kokonaistulot ylittävät alalla syntyvät kokonaiskustannukset. Tulot eivät siis ylitä pelkästään tuotekohtaisia lisäkustannuksia, vaan myös yhteiset kiinteät kustannukset.

([9]) Yleispostipalveluja koskevan asetuksen (Post- Universaldienstleistungsverordnung, PUDLV) 1 §:n 1 momentin 2 kohdan mukaan DPAG:n velvollisuutena on yleisen sopimuspakon vuoksi toimittaa paketit tietyssä määräajassa (PUDLV:n 3 §:n 2 momentti: vähintään 80 prosenttia paketeista on toimitettava kahden arkipäivän kuluessa). Ennen kuin PUDLV tuli takautuvasti voimaan 1 päivänä tammikuuta 1998. yleisestä sopimuspakosta säädettiin 28 päivänä kesäkuuta 1969 annetun postilaitosta koskevan lain (PostG) 8 §:ssä. Kyseisen pykälän mukaan jokaisella oli oikeus käyttää postilaitoksen palveluja. Postilaitoksen palvelujen käyttöä koskevista ehdoista säädettiin asetuksilla. Ennen PUDLV:n voimaantuloa toimitusmääräajasta säädettiin postiasiakkaiden suojasta annetun asetuksen (Post- Kundenschutzverordnung) 20 §:n 3 momentissa (BGBl. 1995 I, s. 2016). (80 prosenttia toisena arkipäivänä siitä arkipäivästä, jolloin paketti jätettiin toimitettavaksi.)

([10]) Ks. erityisesti William J. Baumol ja J. Gregory Sidak, "Toward Competition in Local Telephony" (MIT Press 1994), s. 108—109.

last resort -yrityksen yhteisten kiinteiden kustannusten osuutta verrattuna yrityksiin, joilla ei ole palvelutehtävää. Toisin kuin niille yrityksille, jotka voivat vapaasti määrätä palveluvalikoimastaan, carrier of last resort -yritykselle syntyy ylläpitokustannuksia myös silloin, kun yleisöpalvelun ulkopuolisista pakettipalveluista luovutaan. Näin ollen ylläpitokustannukset eivät ole palvelukohtaisia kustannuksia ja luokitellaan DPAG:n yhteisiksi kiinteiksi kustannuksiksi. ([11]) Yhteiset kiinteät kustannukset jäävät pois ainoastaan silloin, kun julkisen palvelun tehtävä jää kokonaan pois.

— Sitä vastoin palvelukohtaisia lisäkustannuksia syntyy ainoastaan suoritettaessa yleisöpalvelun ulkopuolista palvelua. Nämä määrästä riippuvat lisäkustannukset, joita syntyy pelkästään tietystä palvelusta, jäävät pois kyseisestä palvelusta luovuttaessa.

(10) Välttääkseen postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen tukemisen varatulta alalta (saaduilla tuloilla DPAG:n on saatava näistä pakettipalveluista tuloja, jotka kattavat vähintään palvelukohtaiset lisäkustannukset. Palvelukohtaisten lisäkustannusten kattamiseen varautuminen mahdollistaa myös niiden lisäkustannusten asianmukaisen huomioon ottamisen, joita DPAG:lle aiheutuu julkisen palvelun tehtävän edellyttämästä verkostokapasiteetin ylläpidosta ([12]). DPAG:n toiminnassa postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla edellytetään ainoastaan palvelukohtaisten lisäkustannusten kattamista, jotta verkoston ylläpitokustannukset voitaisiin käsitellä erityisinä lisäkustannuksina. Näin tätä toimintaa ei rasiteta yleisillä verkoston ylläpitokustannuksilla, joita DPAG:lle aiheutuu julkisen palvelun tehtävästä ([13]).

Postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen palvelukohtaisten kustannusten laskenta

(11) DPAG tarjoaa pakettipalveluja postimyyntiyrityksille ([14]) 33 lajittelukeskuksen ja 476 jakelutoimipaikan avulla. DPAG käyttää tästä paketti-infrastruktuurista yhteisnimitystä "Sparte Frachtpost" (pakettipalvelut). Pakettipalveluinfrastruktuuria käytetään myös DPAG:n yritysasiakkaille tarjoamissa muissa pakettipalveluissa, erityisesti B-to-B -liiketoiminnassa. Infrastruktuuria käytetään lisäksi yksityisasiakkaiden välisissä pakettilähetyksissä (niin sanottu Private-to-Private- eli P-to-P-liiketoiminta eli "yleisöpalvelun kautta lähetetyt paketit") ja postimyynnin palautuslähetyksissä (niin sanottu P-to-B-liiketoiminta) ([15]). Postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen osuus yrityksille tarjottavien pakettipalvelujen lähetysmääristä on 71 prosenttia vuodessa ([16]). Varattujen kirjepalvelujen alalla käytetään pääasiassa eri infrastruktuuria. Ainoan poikkeuksen muodostaa yhteisjakelu ([17]). Postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut sisältävät seuraavat käsittelyvaiheet ([18]):

([11]) Ks. erityisesti William J. Baumol ja J. Gregory Sidak, "Toward Competition in Local Telephony" (MIT Press 1994), s. 108—109: "These obligations are appropriately treated as sources of common fixed costs for the Firm...".
([12]) DPAG viittaa toistuvasti näihin lisäkustannuksiin, ns. yleispalvelusta aiheutuviin rasitteisiin. Esimerkiksi 5 päivänä toukokuuta 1997 ja 6 päivänä lokakuuta 2000 päivätyssä kirjeessä, s. 4—5 ja s. 8—10.
([13]) Niin sanotut yleispalvelusta aiheutuvat rasitteet (kattava konttoriverkosto, valtakunnallinen jakelu yhtenäisillä hinnoilla) otettaisiin huomioon yrityksille tarjottavien pakettipalvelujen kohdalla ainoastaan kaikki kustannukset kattavassa laskelmassa. Ks. 6 päivänä lokakuuta 2000 päivätty DPAG:n kirje, s. 4 ja 5 sekä 8—11. Edellyttämällä vähintään palvelukohtaisten lisäkustannusten kattamista vältytään julkisen palvelun tehtävästä aiheutuvien kustannusten osittaiselta kohdistamiselta yleisöpalvelun ulkopuolisille pakettipalveluille.
([14]) Postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut koostuvat pääasiassa postipaketeista ja luetteloista.
([15]) Huhtikuun 7 päivänä 2000 päivätty DPAG:n kirje, s. 3, joulukuun 6 päivänä 1999 päivätty DPAG:n kirje. s. 11, ja joulukuun 22 päivänä 1999 päivätty DPAG:n kirje, s. 2.
([16]) Laskentaperusta: Ctcon GmbH, "Segmentserfolgsrechnung 1990—1999 Frachtpost ohne Kataloge von 200 g bis 1 000 g, ohne Postgut klein und Postgut leicht sowie ohne Post Express, Stand 23. Juni 2000".
([17]) Poikkeuksellisesti kirjepostin jakelijat kantavat haja-asutusalueilla myös paketit, ks. 9 päivänä maaliskuuta 2000 päivätty DPAG:n kirje, s. 10. Tämä koski DPAG:n ilmoituksen mukaan vuonna 1999 arviolta [...] prosenttia postimyynnin pakettilähetyksistä. Edellisinä vuosina tilanne oli seuraava: vuosina 1990-1995 tietty osa postimyyntipaketeista kuului yhteisjakelun piiriin, vuodesta 1995 vuoteen 1998 yhteisjakelua ei harjoitettu enää juuri ollenkaan. Vuonna 1999 tämä jakelumuoto otettiin jälleen käyttöön. Yhteisjakelun käyttäminen luo mittakaavaetuja, joista varatun alan vuoksi ainoastaan DPAG pystyy hyötymään. Koska yhteisjakelun merkitys vuodesta 1995 alkaen on ollut vähäinen, ei sillä ole merkitystä palvelukohtaisten lisäkustannusten kattamisen kannalta tämän ajanjakson aikana. Vuodesta 1998 palvelukohtaiset lisäkustannukset pakettipalvelujen alalla on katettu siinä määrin, että yhteisjakelun erillisellä huomioon ottamisella ei olisi merkittävää vaikutusta tulokseen.
([18]) Maaliskuun 9 päivänä 2000 päivätty DPAG:n kirje, s. 9 ja 10.

(12) *Nouto*. Postimyyntialan suurasiakkaat eivät jätä pakettejaan postikonttoreihin tai asioimispisteisiin, joista ne toimitettaisiin edelleen lähtöpään lajittelukeskuksiin, vaan DPAG noutaa paketit asiakkaan toimipaikasta ja kuljettaa ne suoraan lajittelukeskuksiin ([19]). Postimyyntipakettien jäädessä pois voidaan säästää noutokustannukset, jotka ovat palvelukohtaisia lisäkustannuksia ([20]).

(13) *Käsittely*. Tämä vaihe käsittää lähetysten koodauksen ja lajittelun lähtöpään lajittelukeskuksessa määränpään lajittelukeskukseen kuljetusta varten. Määränpään lajittelukeskuksessa tämä vaihe käsittää saapuvien lähetysten lajittelun jakelutoimipaikkoihin toimitusta varten. Postimyyntialan suurasiakkaat hoitavat joitakin käsittelyvaiheen tehtäviä itse, esimerkiksi postimaksun laskemisen tai lähetystunnuksen merkitsemisen. Pääomakustannuksia, joita aiheutuu 33 lajittelukeskuksen ja 476 jakelutoimipaikan perustamisesta, ei voida kohdentaa palvelukohtaisesti tietylle palvelulle. Nämä kustannukset jäävät pois ainoastaan silloin kun lakisääteinen tehtävä vastata kysyntään kaikkina ajankohtina säädetyn laatustandardin mukaisesti jää pois. Sitä vastoin käsittelyyn liittyvät henkilöstö- ja materiaalikustannukset riippuvat täysin käsiteltävästä pakettimäärästä. Kun postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut jäävät pois, ei niiden käsittelystä enää aiheudu palvelukohtaisia käsittelykustannuksia.

(14) *Kaukokuljetukset* käsittävät 33 lajittelukeskuksen väliset kuljetukset. Kuljetusmäärien pienentyessäkin on lajittelukeskusten väliset kaukokuljetukset säilytettävä lakisääteisten laatustandardien noudattamiseksi ([21]). Näin ollen kaukokuljetuksista aiheutuvat kustannukset (henkilöstö-, materiaali- ja pääomakustannukset) eivät liity palvelukohtaisesti tiettyyn palveluun ja jäävät pois ainoastaan julkisen palvelutehtävän jäädessä pois.

(15) *Alueelliset ja lähikuljetukset* 33 lajittelukeskuksen ja 476 alueellisen jakelutoimipaikan välillä ([22]). Alueellisissa ja lähikuljetuksissa lajittelukeskusten ja jakelutoimipaikkojen välillä voidaan kuljetusmäärien pienentyessä yhdistää jakelutoimipaikkoja. Jos postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut jäävät pois, DPAG:n mukaan puolet alueellisista ja lähikuljetuksista aiheutuvista kustannuksista jää pois, sillä ne liittyvät palvelukohtaisesti näihin paketteihin.

(16) *Jakelu*. Sen jälkeen kun postimyyntipaketit on jaettu 476:een jakelutoimipaikkaan, ne toimitetaan vastaanottajalle. Jakelu muodostuu pääasiassa kuljetuspalveluista ja lähetysten luovuttamisesta. Puolet toiminnoista liittyy kuljetuspalveluihin ja puolet itse luovutukseen. Kuljetuspalvelut eivät ole yhtä palvelukohtaisia kuin luovutus ([23]). Luovutuksesta aiheutuvat kustannukset sen sijaan ovat pitkälti palvelukohtaisesti sidoksissa tietyn palvelun tarjontaan. Jos sellainen suurten lähetysmäärien palvelu jää pois, jonka alalla jakeluauton pysähdyspaikalla tavallisesti luovutetaan vain yksi lähetys (esimerkiksi postimyynti), luovutustapahtuman kustannuksilta säästytään, kun tämä pysähdyspaikka ei enää ole välttämätön ([24]).

(17) Postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla ('AIC-VH') palvelukohtaiset lisäkustannukset lähetystä kohden (Average incremental costs — 'AIC') on katettu tuloilla vuodesta 1996 alkaen edellä kyseisten kustannusten osuudesta suhteessa yhteisiin kiinteisiin kustannuksiin esitettyjen oletusten perusteella.

([19]) DPAG:n mukaan ainoastaan yksi suurasiakas vie lähetyksensä suoraan määränpään lajittelukeskukseen.
([20]) Tammikuun 2 päivänä 2001 päivätty DPAG:n kirje.
([21]) Ks. PUDLV-lain 3 §:n 2 momentti, jonka mukaan vuosittain keskimäärin vähintään 80 prosenttia paketeista on toimitettava perille viimeistään toisena paketin jättöpäivää seuraavana arkipäivänä. Kaikkia lajittelukeskuksia käytetään sekä lähtevän että saapuvan postin lajittelukeskuksina. Kattava palvelu edellyttää päivittäin vähintään yhtä kuljetusta kaikkien lajittelukeskusten välillä (toisin sanoen 32 kuljetusta kustakin lajittelukeskuksesta muihin lajittelukeskuksiin = 32×33 = vähintään 1 056 kuljetusta).
([22]) Kaikki 33 lajittelukeskusta ovat rakenteeltaan ja varustelultaan samanlaisia ja niitä käytetään sekä lähtevän että saapuvan postin lajittelukeskuksina.
([23]) Vaikka yrityksille tarjottavien palvelujen lopettamisen vuoksi lähetysmäärät pienentyisivät, voidaan jakelureittejä lyhentää tuntuvasti vasta silloin, kun vastaanottajien lukumäärä reitillä vähenee merkittävästi. Vasta silloin, kun vastaanottajien määrä tietyllä reitillä vähenee huomattavasti, voidaan kyseistä reittiä lyhentää tai yhdistää se toiseen reittiin (25 päivänä tammikuuta 2001 päivätty DPAG:n kirje). Tutkimukset ovat osoittaneet, että reitit ovat palvelukohtaisia ainoastaan kuriiripalveluissa, joissa kuljetukset suuntautuvat yksittäisiin osoitteisiin.
([24]) Jos pysähdyspaikalla sitä vastoin luovutetaan useampi lähetys, kuten B-to-B-liiketoiminnassa, kyseinen pysähdyspaikka säilyy pakettimäärien pienentyessäkin.

Taulukko 3

DPAG:n AIC-VH vuosina 1990—1999

Vuosi	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Tulot/lähetys VH	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
AIC-VH	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

DPAG:n toimenpiteet varatun alan ja yrityksille tarjottavien pakettipalvelujen välisen taloudellisen suhteen läpinäkyvyyden varmistamiseksi

(18) Kuten komissio totesi 7 päivänä elokuuta 2000 päivätyssä väitetiedoksiannossa, varatun alan ja kilpailulle avoimien pakettipalvelujen välisten taloudellisten suhteiden täydellinen läpinäkyvyys on ainoa keino varmistaa, että yksittäiset pakettipalvelut todistettavasti kattavat palvelukohtaiset lisäkustannuksensa. Ainoastaan tällä edellytyksellä varmistetaan, ettei kilpailijoita suljeta markkinoilta sellaisilla tarjouksilla, jotka eivät riipu tehokkuudesta tai paremmasta palvelukyvystä vaan pelkästään siitä, että palvelukohtaisia lisäkustannuksia ei kateta ([25]). Erottamalla varattu ala rakenteellisesti niistä liiketoiminta-aloista, joilla on kilpailua ja joilla palvelukohtaiset lisäkustannukset on katettava, voidaan palvelukotltaisten lisäkustannusten kattaminen todistaa ja kustannusten puutteellinen kattaminen estää tehokkaasti.

(19) Menettelyn aikana komissio on lisäksi todennut, että taloudellisten suhteiden läpinäkyvyys edellyttää sitä, että niiden tavaroiden ja palvelujen hinnat, joita varatulla alalla toimiva yhtiö tarjoaa kilpailun alaisella alalla toimivalle yhtiölle, määritellään avointa menettelyä käyttäen ([26]). Se, että hinnat ovat läpinäkyviä ja todistettavissa olevia, voidaan varmistaa ainoastaan menettelyllä, jossa esitetään erikseen niiden keskeisten käsittelyvaiheiden hinnat, joita kilpailun alalla toimiva yhtiö hankkii varatulla alalla toimivalta yhtiöltä. Ainoastaan sellaisen menettelyn avulla, jossa yksittäisten käsittelyvaiheiden hinnat ilmoitetaan erikseen, voidaan varmistaa todistettavasti, että hinta, joka peritään koko arvonlisäysketjun perusteella, kattaa myös yksittäisten vaiheiden hintojen summan, ja että alennukset, joita myönnetään ostajan hoitaessa yksittäisiä käsittelyvaihteita itse, vastaavat tällä tavoin säästettyjä kustannuksia.

(20) DPAG vastaa tähän komission esittämään vaatimukseen sitoumuksella, joka koskee yrityksille tarjottavien pakettipalvelujen rakenteellista erottamista ([27]). Tämän sitoumuksen avulla on ensinnäkin tarkoitus osoittaa selkeällä ja todistettavalla tavalla, että varatulta alalta saatuja tuloja ei käytetä toimintojen rahoittamiseen postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla. Tässä yhteydessä DPAG sitoutuu erottamaan yrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alan kokonaisuudessaan, luettelojen jakelu mukaan luettuna, 31 päivään joulukuuta 2001 mennessä oikeudellisesti itsenäiseen yhtiöön jäljempänä 'Newco'). Erotettava osa kattaa kaikki B-to-B- ja B-to-P-palvelut, joita tarjotaan erillisten sopimusten perusteella erityishintaan yleisöpalvelun ulkopuolella. Erottamisen voimaantulosta alkaen DPAG ei enää tarjoa itse pakettipalveluja yrityksille.

(21) Newco voi joko vastata itse liiketoimintansa edellyttämistä palveluista ja tavaroista tai hankkia ne kolmansilta tai DPAG:ltä. Jos Newco hankkii palvelut tai tavarat DPAG:ltä, on palveluiden ja tavaroiden hintojen vastattava markkinahintoja. Jos tietyssä tapauksessa ei ole mahdollista selvittää markkinahintoja, hinta lasketaan niiden palvelukohtaisten lisäkustannusten (incremental costs) perusteella, joita DPAG:lle aiheutuu yksittäisten palvelujen tai tavaroiden tarjoamisesta. Palvelukohtaiset lisäkustannukset on laskettava kustannuslaskentajärjestelmän mukaan. Riitatapauksissa DPAG:n velvollisuutena on esittää komission pyytäessä todisteet markkinahinnoista tai palvelukohtaisista lisäkustannuksista.

([25]) Ks. Sidak/Spulber "Protecting Competition from the Postal Monopoly", s. 109—124.
([26]) Nyt käsiteltävässä asiassa varatun alan rakenteellinen erottaminen kilpailulle avoimista aloista edellyttää julkisen palvelun tehtävän ottamista huomioon. Tämän tehtävän hoitamisen edellyttämän tämän infrastruktuurin on pysyttävä sillä, jonka velvollisuutena tehtävän hoitaminen on.
([27]) Helmikuun 1 päivänä 2001 päivätty DPAG:n kirje.

(22) Lisäksi DPAG on antanut komissiolle sitoumuksen, jonka mukaan se ilmoittaa Newcolle sen ensimmäisen tilivuoden loppuun mennessä hinnat jaoteltuina neljän pääkäsittelyvaiheen mukaan (nouto, käsittely lähtöpaikan ja määränpään lajittelukeskuksessa, kuljetus (kauko- ja alueelliset kuljetukset) ja jakelu). Jos Newco hankkii DPAG:ltä yhden tai useampia edellä mainituista palveluista, DPAG tarjoaa kyseisiä palveluja Newcolle kapasiteettinsa rajoissa samoilla hinnoilla ja ehdoilla kuin sen kilpailijoille. DPAG:n velvollisuutena on raportoida komissiolle Newcon hinnoista, menoista ja tuloista. Raportointivelvollisuus koskee Newcon kolmea ensimmäistä tilivuotta. DPAG takaa, että Newcon erillisellä kustannuslaskennalla varmistetaan Newcon ja DPAG:n taloudellisten suhteiden täydellinen läpinäkyvyys.

G DPAG:n POSTIMYYNTIYRITYSTEN KANSSA SOPIMAT PAKETTI- JA LUETTELOKULJETUKSIA KOSKEVAT ALENNUSJÄRJESTELYT

(23) Postimyyntiyritykset, jotka eivät lähetä pakettejaan ja luetteloitaan postikonttorien yleisöpalvelun kautta, saivat niin sanottuina itsekäsittelijöinä hinnanalennuksia. DPAG tarjosi erityistä korvausta vastaan pakettipalveluna postimyyntiyrityksille itsekäsiteltyä pakettia (vuoteen 1995 asti itsekäsiteltynä pakettina tarjottiin myös Postgut-pakettia) ([28]) ja raskaita suoramarkkinointituotteita (Infopost Schwer, yli kilon painoiset luettelot) ([29]). Itsekäsittelijöiden lisäksi pakettilähetysten erityishintoja tarjottiin niin sanotuille yhteistyökumppaneille ([30]). Yhteistyökumppaneiden erityishintojen ehtona sovellettavissa AGB FrD Inl. -toimitusehdoissa oli kuitenkin se, että asiakas on valmis lähettämään kaikki paketti- ja pikkupakettikuljetuksiin soveltuvat lähetyksensä DBP Postdienstin kautta ([31]). Ottamatta huomioon yhteistyökumppaneihin sovellettavia AGB FrD Inl. -ehtoja seuraavissa yhteistyösopimuksissa myönnettiin erityishinta ainoastaan vastineena kyseisen asiakkaan sitoumuksesta lähettää kaikki pakettinsa tai luettelossa taikka huomattava osa niistä DPAG:n kautta:

— Taloudellista yhteistyötä pakettikuljetusten alalla (”yhteistyö”) koskevassa 19 päivänä joulukuuta 1974 DPAG:n kanssa tehdyssä sopimuksessa yksi postimyyntialan suurimmista asiakkaista ([...]) sitoutui lähettämään DPAG:n välityksellä kaikki alle 10 kiloa painavat muut kuin tilaavievät ([32]) paketit, jotka kertyvät asiakkaan päätoimipaikalla sijaitsevista yrityksistä ja soveltuvat paketti- ja pikkupakettikuljetuksiin. Sopimusta muutettiin 13 päivänä helmikuuta 1987 siten, että velvollisuus laajennettiin koskemaan ”kaikkia alle 20 kiloa painavia paketteja, joita ei luokitella tilaavieviksi paketeiksi”. Tämä lauseke oli voimassa 1 päivään heinäkuuta 1995 ([33]).

([28]) Pääseminen pakettien itsekäsittelijäksi edellytää sitä, että asiakas suorittaa itse tietyt esikäsittelyvaiheet (punnitus, postimaksun laskenta, varustaminen postimaksutarralla, lähetysluettelon laatiminen) ja lähettää vuodessa vähintään 10 000 itsekäsiteltyä ei-tilaavievää pakettia (vuoteen 1995 asti 10 000 postiläheystä). Näistä asiakkaan hoitamista esikäsittelytehtävistä, jotka muutoin tapahtuisivat jätettäessä paketti postikonttoriin, DPAG myöntää asiakkaalle hinnanalennuksen. Menetelmä, jolla itsekäsiteltyjen pakettilähetysten postimaksu lasketaan, kuvaillaan Deutsche Bundespost Postdienstin yleisissä kotimaan pakettipalvelujen toimitusehdoissa (AGB FRD Inl.), 30 päivänä maaliskuuta 1992 päivätty versio, 3.3 kohta ”Besondere Leistungsangebote”. DPAG tomitti AGB FrD Inl. -toimitusehdot 24 päivänä marraskuuta 1994 päivätyn kirjeensä liitteenä.

([29]) Raskaiden suoramarkkinointituotteiden alalla harjoitettavaa yhteistyötä koskeva menettely kuvaillaan toimitusehtoihin elokuussa 1995 tehdyllä muutoksella (Vfg. P 777/1993) lisätyssä uudessa 3.3.4.2 kohdassa: ”Versender größerer Mengen von Infopost Schwer können für diese Sendungen durch vertragliche Vereinbarung bestimmte über die Bedingungen des Abschnitts 4.5 hinausgehende Verteilleistungen und/oder das Beladen zielreiner Transporteinheiten vom Postdienst übernehmen. Als Gegenleistung ermäßigt der Postdienst das Grundentgelt für Infopost Schwer...” (Raskaita suoramarkkinointituotteita suuria määriä lähettävät voivat sopimuksella hoitaa postin puolesta tietyt 4.2 kohdassa kuvaillut jakelutoiminnot ylittävät toiminnot ja/tai lähetysten lastaamisen. Vastineena tästä posti alentaa raskaista suoramarkkinointituotteista perittävää perusmaksua).

([30]) Yhteistyö pakettilähetysten alalla perustuu AGB FrD Inl. -toimitusehtojen 3.3.4 kohtaan: 3.3.4 Yhteistyö lähettäjien kanssa. Kyseisen kohdan mukaan pakettiyhteistyö on lähettäjien harjoittamaa itsekäsittelymenettelyn ylittävää yhteistyötä Deutsche Bundespost Postdienstin (DBP Postdienst) kanssa. Tällöin DBP Postdienst antaa sopimuksen mukaan lähettäjän suoritettavaksi pikkupakettien ja pakettien jakelu-, lastaus- ja kuljetuspalveluja, jotka se hyvittää rahallisesti. AGB FrD Inl. -toimitusehtojen 3.3.4 kohdan mukaan yhteistyöllä oli kaksi ehtoa: 1. osallistuminen itsekäsittelymenettelyyn ja 2. asiakkaan valmius antaa kaikki paketti- ja pikkupakettikuljetuksiin soveltuvat lähetyksensä DBP Postdienstin kuljetettavaksi. Ks. AGB FrD Inl. -toimitusehdot, 30 päivänä maaliskuuta 1992 päivätty versio, 3.3 kohta, ”Besondere Leistungsangebote”, jonka DPAG toimitti 24 päivänä marraskuuta 1994 päivätyn kirjeensä liitteenä 4. DPAG:n toimittamien tietojen mukaan 3.3.4 kohta kumottiin 28 päivänä joulukuuta 1994, ks. 6 päivänä lokakuuta 2000 päivätty DPAG:n kirje, s. 16.

([31]) Ks. AGB FrD Inl. -toimitusehtojen 3.3.4 kohdassa mainittu toinen edellytys.

([32]) ”Tilaavievä” paketti määritellään postiasetuksen 25 §:n 3 momentissa, ks. seuraava alaviite.

([33]) Kyseinen asiakas lähetti omien tietojensa mukaan vuodesta 1994 todistettavasti [...] pakettilähetyksistään DPAG:n välityksellä, ks. 4 päivänä lokakuuta 2000 päivätty [...] kirje ja 14 päivänä heinäkuuta 2000 päivätty [...] DPAG:n kirje.

— Toinen suurasiakas ([...]) sitoutui 3 päivänä elokuuta 1984 tehdyssä yhteistyösopimuksessa lähettämään DPAG:n välityksellä postiasetuksen 25 §:n 3 momentissa tarkoitettuja tilaavieviä paketteja ([34]) lukuun ottamatta kaikki alle 10 kiloa painavat paketit, jotka lähetetään sen päätoimipaikasta ja soveltuvat paketti- ja pikkupakettikuljetuksiin ([35]). Sopimusta muutettiin 13 päivänä helmikuuta 1987 siten, että kyseisen suurasiakkaan velvollisuus laajennettiin koskemaan kaikkia alle 20 kiloa painavia paketteja postiasetuksen 25 §:n 3 momentin mukaisia tilaavieviä paketteja lukuun ottamatta. Hyvityksenä siitä, että asiakas lähettää tulevaisuudessa kaikki alle 20 kiloa painavat ei-tilaavievät paketit eikä vain alle 10 kiloa painavat paketit DPAG:n välityksellä, asiakas sai takautuvasti 1 päivästä lokakuuta 1986 alkaen 20 pfennigin lisäalennuksen/lähetys ([36]). Tämä lauseke oli voimassa 1 päivään heinäkuuta 1995.

— Kolmas suurasiakas ([...]) sitoutui 16 päivänä huhtikuuta 1987 tehdyssä yhteistyösopimuksessa lähettämään DPAG:n välityksellä kaikki alle 20 kiloa painavat ei-tilaavievät paketit, jotka lähetetään kyseisen asiakkaan päätoimipaikasta ([37]). Tämä lauseke oli voimassa 1 päivään heinäkuuta 1995.

— Yhden yhteistyökumppanin ([...]) tapauksessa 25 päivänä kesäkuuta 1995 tehdyssä lisäsopimuksessa erityishinnan ehdoksi asetettiin noin [...] miljoonaa lähetystä vuodessa, johon on laskettu mukaan kilpailija [...] välityksellä lähetetty määrä. Näin ollen erityishinta myönnettiin seuraavana vuonna ainoastaan silloin, jos asiakas siirtää edellisenä vuonna nimetyn kilpailijan kautta lähetetyt määrät DPAG:lle. Kyseinen asiakas lähetti seuraavana vuonna [...] miljoonaa pakettia DPAG:n välityksellä ([38]). Tämä sopimus tuli voimaan 1 päivänä heinäkuuta 1995 ja sitä sovellettiin siihen asti, kunnes kyseinen asiakas siirtyi DPAG:n toisen suurasiakkaan ([...]) omistukseen vuonna 1996.

— Marraskuussa 1997 ja sen jälkeen DPAG teki neljän tärkeimmän postimyyntiasiakkaan kanssa ([...] 1.11.1997, [...] 4.3.1998, [...] 22.7.1998 ja [...] 28.9.1998) uudet yhteistyösopimukset, jotka koskivat kyseisten asiakkaiden ja niiden tytäryhtiöiden koko lähetysmääriä. Määristä, joita järjestely koski, määrättiin osittain itse sopimuksessa (ks. 22 päivänä heinäkuuta 1998 tehty sopimus) ja sovittiin osittain erillisissä sopimukissa (ks. 23 päivänä elokuuta 1998 tehty lisäsopimus, jolla täydennettiin 1 päivänä marraskuuta 1997 tehtyä sopimusta). Postimyyntialan yhdistymisen seurauksena kyseiset neljä suurasiakasta ovat pakettipalvelujen suurimmat käyttäjät postimyyntialalla. Nämä vakiosopimukset sisälsivät kaikki muun muassa seuraavat lausekkeet: 1. 1 §:n mukaan sopimus koski kyseisen asiakkaan kaikkia pakettilähetyksiä ([39]); 2. sopimuksen 2.2 §:n mukaan DPAG sitoutui kuljettamaan sopimuksen kohteena olevat pakettilähetykset korvausta vastaan, josta vähennetään sopimuksessa sovitut alennukset; 3. sopimuksen 2.3 §:n mukaan kukin asiakas puolestaan sitoutui sopimuskauden aikana antamaan omien pakettilähetystensä (ja tytäryhtiöidensä pakettilähetysten) kuljettamisen asiakkailleen ainoastaan DPAG:n tehtäväksi; ja 4. sopimuksen 6.3 kohdan mukaan DPAG rnyönsi asiakkaalle niin sanotun määräbonuksen. Bonus määräytyi lähetettävien määrien mukaan. Bonukseen oikeutti kyseisen asiakkaan lähettämien postipakettien määrä, joka ylti erikseen sovittuun vuotuiseen tavoitemäärään tai ylitti sen.

— DPAG teki 28 päivänä syyskuuta 1998 erään postimyyntialan suurasiakkaan ([...]) kanssa sopimuksen raskaiden suoramarkkinointituotteiden ("Infopost Schwer") ([40]) lähetyksistä. Sopimuksen mukaan asiakas sitoutui vuoteen 2002 asti antamaan DPAG:n kuljetettavaksi raskaiden suoramarkkinointituotteiden (luetteloiden) vuosittain lähetettävän kokonaismäärän, joka on vähintään [...] miljoonaa kappaletta. DPAG puolestaan tarjoaa jokaiselle 1 päivästä joulukuuta 1998 alkaen sen kuljetettavaksi jätetylle raskaalle suoramarkkinointituotteelle alennettua postimaksua ([...] Saksan markkaa netto).

([34]) Toukokuun 16 päivänä 1963 annetun postiasetuksen (sellaisena kuin se on viimeksi muutettuna asetuksen muuttamisesta 10 päivänä elokuuta 1988 annetulla 11. lailla (11. ÄndVPostO) (BGBl. I, s. 1573, virallinen lehti s. 1613) 25 §:n 3 momentin mukaan paketti on tilaavievä, jos 1. sen pituus on yli 120 cm, leveys yli 60 cm ja korkeus yli 60 cm ja 2. se edellyttää erityiskäsittelyä (pakettia ei voida pinota tai käsitellä kuljetushihnalla tai se sisältää eläviä eläimiä).

([35]) Noin [...] prosenttia [...] pakettilähetyksistä lähetetään sen päätoimipaikasta [...], ks. 26 päivänä syyskuuta 2000 päivätty [...] kirje. Kaikki [...] lähettämät paketit lähetetään DPAG:n välityksellä, ks. 14 päivänä heinäkuuta 2000 päivätty DPAG:n kirje.

([36]) Ks. 17 päivänä helmikuuta 1987 päivätty DPAG:n (Nürnbergin postihallinto) kirje [...].

([37]) Kyseinen asiakas lähetti [...] paketeistaan DPAG:n väliyksellä, ks. 4 päivänä lokakuuta 2000 päivätty [...] kirje ja 14 päivänä heinäkuuta 2000 päivätty DPAG:n kirje.

([38]) Ks. 7 ja 14 päivänä heinäkuuta 2000 päivätyn DPAG:n kirjeen liite.

([39]) Sopimukset koskivat pääasiassa koneelliseen lajitteluun soveltuvia paketteja, joiden pituus on postiasetuksen mukaisesti enintään 120 cm ja korkeus ja leveys enintään 60 cm sekä paino enintään 31,5 kg, ks. kunkin yhteistyösopimuksen 3.1.2 kohdan.

([40]) "Infopost Schwer" on DPAG:n yli 1 000 grammaa painavista luetteloista käyttämä nimitys. Ne kuljetetaan vuodesta 1993 pakettipalvelujen infrastuktuuria käyttäen.

— DPAG teki 2 päivänä marraskuuta 1998 toisen postimyyntialan suurasiakkaan ([...]) kanssa sopimuksen suoramarkkinointituotteiden (yli 50 grammaa painavien mainoslähetysten) kuljetuksista. Sopimuksen mukaan asiakas sitoutui antamaan vuosittain DPAG:n kuljetettavaksi vähintään [...] miljoonaa suoramarkkinointituotetta. Yrityksen noudattaessa sitoumustaan DPAG alensi hintaa [...] prosenttia. Sopimuksen liitteestä 4 ilmeni, että [...] miljoonan luettelon vuotuinen vähimmäismäärä vastasi [...] prosenttia asiakkaan ja siihen sidoksissa olevien yritysten kokonaisvolyymista. Jos asiakas ylitti [...] miljoonan vähimmäismäärän, myönnettiin asteittain nouseva alennus, joka oli [...] lähetysmäärän noustessa [...] miljoonaan (= 100 prosenttia tarpeesta). Toisaalta sopimuksen 4.3 kohdan mukaan asiakkaalle myönnettiin [...] prosentin hinnanalennus myös lähetysmäärän pienentyessä, jos DPAG:n kautta lähetettävä määrä vastasi edelleen [...] prosenttia asiakkaan ja siihen sidoksissa olevien yritysten kokonaisvolyymista. Tämä lauseke oli voimassa kesäkuuhun 1999.

— DPAG teki 26 päivänä maaliskuuta 1999 ja 3 päivänä tammikuuta 2000 kahden suurasiakkaan ([...] ja [...]) kanssa sopimuksen raskaiden suoramarkkinointituotteiden (”Infopost Schwer”) lähetyksistä. Sopimusten mukaan asiakkaat sitoutuivat lähettämään DPAG:n kautta vähintään [...] prosenttia kaikista raskaista suoramarkkinointituotteistaan. Asiakkaat antoivat DPAG:n nähtäväksi sisäisiä asiakirjojaan lähetysmäärien tarkistamista varten. DPAG puolestaan myönsi asiakkaille kaikista sopimusten perusteella saamistaan lähetyksistä lineaarisen alennuksen, jonka suuruus vaihteli [...] prosentista (lähetysmäärän ollessa [...] prosenttia tarpeesta) [...] prosenttiin (lähetysmäärän ollessa 100 prosenttia tarpeesta). Näistä suurasiakkaista toiselle ([...]) maksettiin [...] miljoonaa myöhemmin kertyvästä alennuksesta jo etukäteen. DPAG lopetti 26 päivänä maaliskuuta 1999 ja 3 päivänä tammikuuta 2000 tehdyt sopimukset ”purkamissopimuksella”, jonka mukaan osapuolet lopettivat yhteisymmärryksessä välittömästi yhteistyön raskaiden suoramarkkinointituotteiden alalla.

(24) Välittömästi 4 päivänä lokakuuta 2000 päivätyn täydentävän väitetiedoksiannon saamisen jälkeen DPAG ilmoitti 19 päivänä lokakuuta 2000 päivätyssä lehdistötiedotteessa, että se lopettaa alennusjärjestelyt, joita komissio ilmoitti vastustavansa 4 päivänä lokakuuta 2000 päivätyssä täydentävässä väitetiedoksiannossa. Lisäksi DPAG ilmoitti, että se varmistaa tulevaisuudessa ennakkovalvontajärjestelmän avulla, että postimyyntialan pakettipalveluja koskevat sopimukset eivät sisällä kilpailuoikeuden vastaisia alennusjärjestelyjä. DPAG vahvisti tämän 9 päivänä marraskuuta 2000 järjestetyssä kuulemistilaisuudessa.

II **OIKEUDELLINEN ARVIOINTI**

A EY:n PERUSTAMISSOPIMUKSEN 82 ARTIKLAN SOVELTAMINEN

(25) DPAG on yritys, joka tarjoaa korvausta vastaan palveluja eri postimarkkinoilla. Sen vuoksi DPAG on EY:n perustamissopimuksen 82 artiklassa tarkoitettu yritys. Tämä pitää paikkansa siitä riippumatta, millainen DPAG:n organisaatio on ja onko sen toiminta julkista vai yksityistä ([41]).

B MERKITYKSELLISET TUOTEMARKKINAT JA MAANTIETEELLISET MARKKINAT

(26) Postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut muodostavat erityispiirteidensä, kustannustensa ja käyttöalueensa perusteella omat merkitykselliset tuotemarkkinat. Kuten edellä todettiin, postimyyntiyrityksille tarjottavia pakettipalveluja ei suoriteta yleisöpalveluna postikonttoreissa, vaan DPAG noutaa paketit suoraan asiakkaan toimipisteestä. Lisäksi DPAG myöntää sellaisille asiakkaille alennuksia, jotka eivät hoida paketti- ja luettelolähetyksiään postikonttoreiden kautta. Nämä piirteet erottavat postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut perustavanlaatuisesti paketeista, jotka lähetetään postikonttreiden kautta vakiohinnoilla.

(27) Postimyynnin kotimaan lähetykset on erotettava ulkomaan lähetyksistä. Kotimaan lähetykset hoidetaan kokonaan DPAG:n oman infrastruktuurin välityksellä. Koska näitä palveluja muissa jäsenvaltioissa tarjoavien yritysten kanssa ei tehdä yhteistyötä, päällekkäisyyksiä ei ole. Käsiteltävänä oleva asia koskee ainoastaan DPAG:n kotimaan kuljetuksia.

([41]) Asia C- 41/90, Höfner ja Elser, Euroopan yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 23.4.1991 (Kok. I 991, s. I-1979, 21 kohta ja sitä seuraavat kohdat).

(28) Postimyyntiyritykset vaativat alle 31,5 kiloa painavien pakettien ja yli 1 kiloa painavien luettelojen (raskaat suoramarkkinointituotteet) tai yli 50 grammaa painavien luettelojen (suoramarkkinointituotteet) valtakunnallista jakelua lukuisille kotitalouksille koko Saksan alueella ([42]). Postimyyntipakettien keskimääräinen paino on tavallisesti enintään 2 kiloa ja enimmäispaino 31,5 kiloa. Postimyyntipaketit ovat lähes yksinomaan niin sanottuja ei-tilaavieviä paketteja ([43]). Tällä tarkoitetaan paketteja, joiden enimmäiskoko on 120 cm x 60 cm x 60 cm ja enimmäispaino 31,5 kg ja jotka sen vuoksi soveltuvat koneelliseen käsittelyyn, toisin sanoen niitä voidaan pinota ja käsitellä kuljetushihnalla.

(29) Vaikka käsittely- ja kuljetusvaiheessa käytetään samaa infrastruktuuria, ajoneuvoja ja jakeluhenkilöstöä käytetään paljon enemmän jakelussa kotitalouksille kuin B-to-B-liiketoiminnassa. Vastaanottajien hajaantuminen johtaa postimyyntilähetysten alalla erittäin alhaiseen "pysähdyskertoimeen" (jolla tarkoitetaan jakeluauton pysähdyspaikalla luovutettujen pakettien määrää). Postimyyntialalla jakeluauto luovuttaa yleensä yhden paketin kullakin pysähdyspaikallaan. Yritysasiakkaiden välisten lähetysten eli B-to-B-liiketoiminnan alalla pysähdyskerroin on paljon suurempi, sillä jakeluauto luovuttaa kullakin pysähdyspaikalla yleensä useampia paketteja ([44]). Lisäksi tässä tapauksessa on otettava huomioon, että postimyyntilähetysten hintataso Saksassa määräytyy yksinomaan DPAG:n hintapolitiikan perusteella. Markkinoiden hintataso ei näin ollen määräydy useiden kilpailijoiden tarjonnan perusteella, vaan se riippuu yksinomaan DPAG:n hintapolitiikasta Tämä käy selvästi ilmi, kun verrataan pakettipalvelujen hintoja ja kustannuksia postimyyntialalla, jolla sovellettiin erityisiä postimaksuja, hintoihin ja kustannuksiin B-to-B-liiketoiminnan alalla. Vuosina 1990—1999 postimyyntipaketin keräys-, kuljetus- ja jakelukustannukset olivat korkeammat kuin B-to-B-liiketoiminnan alalla lähetetyn paketin keräys-, kuljetus- ja jakelukustannukset. DPAG:n lähetyskohtaiset tulot olivat selvästi korkeammat B-to-B-liiketoiminnan alalla kuin postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla, jolla sovellettiin erityisiä postimaksuja. Tämä DPAG:n hintapolitiikka erottaa postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut Saksassa muista yrityksille tarjottavista pakettipalveluista.

(30) Postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen merkitykselliset maantieteelliset markkinat ovat Saksan markkinat. DPAG tarjoaa kyseessä olevilla markkinoilla palveluja ainoastaan Saksassa kotimaan paketti-infrastruktuurin välityksellä. Yhveisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännön mukaan yhden jäsenvaltion alue voi muodostaa EY:n perustamissopimuksen 82 artiklassa tarkoitetun yhteismarkkinoiden merkittävän osan ([45]).

C MÄÄRÄÄVÄ MARKKINA-ASEMA

(31) DPAG on Saksassa ainoa postimyyntiyritysten erityistarpeiden mukaisten valtakunnallisten pakettien ja luetteloiden jakelupalvelujen merkittävä tarjoaja ([46]). UPS ja muut B-to-B-alalla toimivat kilpailijat eli Deutscher Paket Dienst (DPD) ja German Parcel (GP) eivät tarjoa merkittävissä määrin pakettipalveluja postimyyntiyrityksille. Hermes Versand Service (jäljempänä 'Hermes') jakeli vuoteen 1999 ainoastaan OTTO Versandin paketteja ([47]). Hermesiä lukuun ottamatta postimyyntiyrityksillä ei ole vaihtoehtoista valtakunnallista infrastruktuuria ([48]).

([42]) Verbraucher Analyse '92 West & Ost -tutkimuksen mukaan Saksan liittotasavallan vanhoissa osavaltioissa 29 prosenttia kaikista yli 14-vuotiaista henkilöistä on tilannut 12 viime kuukauden aikana postimyynnistä ja uusissa osavaltioissa puolestaan yli 66 prosenttia. Postimyyntikauppaa koskevassa Versandhauskäufer -tutkimuksessa neljä vuotta myöhemmin (1996) ilmeni, että vanhoissa osavaltioissa 30,8 prosenttia kokonaisväestöstä (yli 14-vuotiaat) oli tilannut postimyynnistä edellisvuoden aikana, uusissa osavaltoissa osuus oli 51,9 prosenttia. Ks. Saksan postimyyntikaupan keskusliiton tiedotuslehti "Versandhandel in Deutschland", s. 33.

([43]) Tilaavievien pakettien osuus oli postimyynnin alalla vuonna 1999 alle 1 prosenttia. Laskentaperuste: Ctcon, "Segmentserfolgsrechnung Sparte Frachtpost, Übersicht Mengen, Stand 13.4.2000", jonka DPAG toimitti 20 päivänä huhtikuuta 2000 päivätyssä kirjeessä.

([44]) DPAG arvioi oman pysähdyskertoimensa olevan noin [...], kun postimyyntiyrityksille tarjottavat pakettipalvelut lasketaan mukaan. Niiden kilpailijoiden pysähdyskerroin, jotka harjoittavat B-to-B-liiketoimintaa ja keskittyvät pääasiassa yrityksille suuntautuvaan jakeluun (ainoastaan yritysasiakkaiden välisten tavaralähetysten jakelu), on arviolta 1,8—2,1. Ks. Ctconin asiantuntijalausunto "Ergebnisbelastungen Frachtpost 1995", s. 7, 13 päivänä toukokuuta 1997 päivätty versio, jonka DPAG toimitti 15 päivänä toukokuuta 1997 päivätyssä kirjeessä.

([45]) Ks. asia T-228/97, Irish Sugar, yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio 7.10.1999 (Kok. 1999, s. II-2969, 99 kohta).

([46]) Ks. edellä mainittu asiakirja "Sparte Frachtpost der Deutschen Post AG (1996)", liite 1, s. 10.

([47]) Tämä omatoiminen jakelu (vuonna 1999 noin 140 miljoonaa lähetystä) ei kuulu merkityksellisille tuotemarkkinoille.

([48]) DPAG ei kiistä sitä, että se on Saksassa ainoa valtakunnallisen infrastruktuurin omistaja.

(32) DPAG kuljetti vuosina 1995—1999 seuraavat määrät postimyyntiyritysten paketteja: [...] miljoonaa pakettia vuonna 1995, [...] miljoonaa pakettia vuonna 1996, [...] miljoonaa pakettia vuonna 1997, [...] miljoonaa pakettia vuonna 1998 ja [...] miljoonaa pakettia vuonna 1999. Kokonaismäärän ollessa vuodessa vähän yli [...] lähetystä on DPAG:n määrän mukaan laskettu markkinaosuus yli 85 prosenttia. DPAG:n määräävästä markkina-asemasta ovat osoituksena myös seuraavat tekijät:

— Määrän mukaan laskettu DPAG:n markkinaosuus postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla on Saksassa ollut vakaasti yli 85 prosenttia kaikkina niinä vuosina, joita koskevat luvut ovat käytettävissä (1990—1999) ([49]). (Lopusta 10—15 prosentista vastaavat pääasiassa alueelliset jakelijat, toisin sanoen valtakunnallisella tasolla ei DPAG:n lisäksi toimi muita yrityksiä.)

— Vaihtoehtoisen infrastruktuurin luominen postimyyntialalle edellyttää järjestelmää, johon kuuluu toisiinsa yhteydessä olevia lähtö- ja määränpään lajittelukeskuksia sekä niihin liittyviä jakelutoimipaikkoja. Tämä merkitsee myös DPAG:n käyttämän asiantuntijan mukaan tuntuvia alkuinvestointikustannuksia, joita ei saada takaisin ([50]). Investointi päivittäisen jakelun mahdollistavaan valtakunnalliseen infrastruktuuriin on kannattava vasta silloin, kun ylitetään kriittinen massa, joka on noin 100 miljoonaa pakettia vuodessa ([51]) (ks. edellä mainittu Hermes Versandia koskeva esimerkki).

— Kilpailijoistaan poiketen DPAG:llä on mahdollisuus kilpailun alaisten toimintojensa tukemiseen. DPAG:n varatulta kirjepalvelun alalta saamat tulot ovat vähintään vuodesta [...] olleet pysyvästi suuremmat kuin kaikkien varattujen palvelujen omat kustannukset (ks. edellä taulukko 1) ([52]). Näin ollen varattua alaa voidaan käyttää rahoittamaan ristiintukemista ([53]). Tilanne on pysyvä, koska lakisääteisen monopolin seurauksena alle 200 gramman painoisten kirjelähetysten markkinat on pitkälti suljettu kilpailijoilta vähintään vuoden 2002 loppuun asti.

D MÄÄRÄÄVÄN MARKKINA-ASEMAN VÄÄRINKÄYTTÖ

Uskollisuusalennukset

(33) Kuten asiasta Hoffmar-La Roche ([54]) ilmenee, yritys, jolla on tietyillä markkinoilla määräävä asema, ei saa tehdä asiakkaan kanssa sellaista sopimusta, jonka mukaan asiakas sitoutuu hankkimaan kaikki tarvitsemansa tuotteet tai huomattavan osan niistä määräävässä asemassa olevalta yritykseltä ([55]). Asiassa Hoffmann-La Roche yhteisöjen tuomioistuin erotti uskollisuusalennukset ja paljousalennukset toisistaan seuraavalla tavalla:

— Paljousalennus liittyy yksinomaan tuottajalta suoritettujen ostojen määrään. Se lasketaan objektiivisesti määriteltyjen ja kaikkiin ostajiin samalla tavoin sovellettavien määrien perusteella.

— Uskollisuusalennus ei liity tiettyyn määrään, vaan asiakkaan kulloiseenkin tarpeeseen tai sen huomattavaan osaan. Alennus myönnetään ”vastineena” siitä, että asiakas hankkii tarpeensa yksinomaan kyseiseltä tuottajalta ([56]).

([49]) Ks. asiakirja ”Sparte Frachtpost der Deutschen Post AG (1996), Darstellung und Bewertung der Entscheidungssituation der Sparte Frachtpost zur Fortführung oder Einstellung des Spartengeschäfts 1996”, liite 1, s. 10. Ks. myös Saksan postimyyntikaupan keskusliiton tiedotuslehti ”Versandhandel in Deutschland”, s. 17, jossa DPAG:n todetaan kuljettavan 92 prosenttia postimyyntipaketeista Saksassa.

([50]) Ks. 15 päivänä syyskuuta 2000 päivätty asiantuntijalausunto ”Eigenzustellung im Versandhandel als Alternative zur Zusammenarbeit mit der Post”, joka toimitettiin 6 päivänä lokakuuta 2000 päivätyn DPAG:n kirjeen liitteenä 8, s. 7.

([51]) Ks. 15 päivänä syyskuuta 2000 päivätty asiantuntijalausunto ”Eigenzustellung im Versandhandel als Alternative zur Zusammenarbeit mit der Post”, joka toimitettiin 6 päivänä lokakuuta 2000 päivätyn DPAG:n kirjeen liitteenä 8, s. 5: Valtakunnallinen, päivittäinen jakelu on Saksassa tuskin toteutettavissa, jos lähetysmäärät ovat pienempiä kuin noin 100 miljoonaa pakettia vuodessa.

([52]) Omia kustannuksia koskevan testin avulla taloustieteessä selvitetään, mistä ristiintukeminen on lähtöisin. Käsiteltävänä olevassa asiassa varattu ala takaa tulojen pysyvän omia kustannuksia suurempina.

([53]) Ristiintukeminen edellyttää, että yritys saa ainakin yhdestä tuotteestaan tuotantokustannukset ylittäviä tuloja. Keskipitkän ja pitkän aikavälin ristiintukeminen edellyttää, että toisella liiketoiminnan alalla kertyviä varoja on käytettävissä jatkuvasti. Jotta rahoituslähde olisi jatkuva, markkinat on suojattava kilpailulta taloudellisilla tai institutionaalisilla markkinoille pääsyn esteillä. DPAG:n varattu ala muodostaa institutionaalisen markkinoille pääsyn esteen.

([54]) Asia 85/76, Hoffmann-La Roche, tuomio 13.2.1979 (Kok. 1979, s. 461).

([55]) Hoffman-La Roche, 89 kohta.

([56]) Hoffman-La Roche, 95 ja 96 kohta.

— Vaikka uskollisuusalennus liittyisi tiettyyn määrään, alennusta ei myönnetä määrän perusteella, vaan sen laskenta perustuu arvioon kunkin asiakkaan oletetusta hankkimiskyvystä, jolloin alennus ei riipu mahdollisimman suuren määrän ostamisesta vaan siitä, että myyjä kattaa mahdollisimman suuren osan ostajan tarpeesta ([57]).

(34) DPAG:n vuodesta 1974 pakettikuljetusten alalla soveltamat määräykset, jotka sisältyvät edellä kuvailtuihin vakiosopimuksiin, olivat tuomioistuimen asiassa Hoffman-La Roche vahvistaman oikeuskäytännön mukaisia uskollisuusalennuksia:

— Yhteistyösopimukset, jotka on tehty 19 päivänä joulukuuta 1974, 3 päivänä elokuuta 1984, 13 päivänä helmikuuta 1987 ja 16 päivänä huhtikuuta 1987, sisältivät määräyksen, jonka mukaan yrityksen velvollisuutena oli lähettää kaikki enintään 10 tai 20 kiloa painavat ei-tilaavievät paketit DPAG:n kautta. Kuten edellä todettiin, ei-tilaavievien pakettien käsite kattaa suurimman osan postimyyntipaketeista ([58]). Sopimuksiin sisältyi sen vuoksi määräys, joka velvoitti asiakkaan hankkimaan kaikki enintään 10 tai 20 kiloa painavia paketteja koskevat palvelut yksinomaan DPAG:ltä. Tämä yksinomaan asiakkaan tarpeeseen sidottu laskentamenetelmä vastaa yhteisöjen tuomioistuimen asiassa Hoffmann-La Roche 94, 95 ja 96 kohdassa kuvailemaa laskentamenetelmää.

— Kesäkuun 25 päivänä 1995 tehty yhteistyösopimus sisälsi määräyksen, jonka mukaan erityishinta riippui siitä, siirsikö asiakas edellisenä vuonna kilpailijan kautta lähettämänsä määrän seuraavana vuonna DPAG:lle sen lähetysmäärän lisäksi, jonka DPAG jo kuljetti. Sopimustekstissä ei näin ollen asetettu tavoitteeksi kuljetettavaksi jätettyä määrää, joka summittaisen arvion mukaan on [...] miljoonaa pakettia, vaan sen prosenttiosuuden nostaminen, joka asiakkaan tarpeesta lähetettiin DPAG:n kautta. Tämä yksinomaan asiakkaan tarpeeseen sidottu laskentamenetelmä vastaa yhteisöjen tuomioistuimen asiassa Hoffmann-La Roche 94-97 kohdassa kuvailemaa laskentamenetelmää.

— Marraskuussa 1997 ja sen jälkeen tehtyihin neljään uuteen yhteistyösopimukseen sisältyi määräys, jota ei ollut sidottu tiettyyn määrään vaan ainoastaan kunkin asiakkaan tarpeeseen ja jonka mukaan alennus myönnettiin vastineena palvelujen hankkimisesta yksinomaan DPAG:ltä. Tämä yksinomaan kokonaistarpeeseen sidottu laskentamenetelmä vastaa yhteisöjen tuomioistuimen asiassa Hoffmann-La Roche 94, 95 ja 96 kohdassa kuvailemia sopimuksia, joissa luvataan "yhdenmukainen" alennus ([59]).

— Syyskuun 28 päivänä 1998 tehdyn sopimuksen mukaan alennettu yksikköhinta edellytti, että asiakas antaa kuljetettavaksi kaikki raskaat suoramarkkinointituotteensa. Näin ollen alennus riippui laskentamenetelmästä, joka asiassa Hoffmann-La Roche annetun tuomion mukaisesti on sidottu asiakkaan tarpeeseen.

— Marraskuun 2 päivänä 1998 tehdyn sopimuksen mukaan [...] prosentin suuruinen hinnanalennus edellytti, että asiakas antoi vähintään [...] prosenttia lähettämistän suoramarkkinointituotteista DPAG:n toimitettavaksi. Vaikka sopimuksessa ensin puhuttiin [...] miljoonasta lähetyksestä vuosittain, ilmeni sopimuksen liitteestä 4 selvästi, että tämä luku vastasi tarkalleen [...] prosenttia asiakkaan tarpeesta vuonna 1997, ja käytettiin viitevuotena. Osoituksena siitä, että alennusta ei ole sidottu määrään vaan tarpeeseen, on myös se seikka, että asiakas sai [...] prosentin hinnanalennuksen myös vuotuisen määrän ollessa alle [...] miljoonaa lähetystä, jos DPAG:n kautta lähetetty määrä oli [...] prosenttia kokonaistarpeesta. Lisäksi hinnanalennus nousi sen mukaan, kuinka paljon asiakkaan DPAG:n välityksellä lähettämä osuus kasvoi seuraavana vuotena. Tämä vastaa yhteisöjen tuomioistuimen asiassa Hoffmann-La Roche antaman tuomion 97—100 kohdassa kuvailtuja sopimuksia, joissa luvataan prosentuaalisesti kasvavia alennuksia. Niiden mukaan alennus kasvaa sen prosenttiosuuden mukaan, joka asiakkaan arvioidusta tarpeesta katetaan vuoden aikana.

([57]) Hoffmann-La Roche, 98 kohta: tuomioistuin kuvailee alennuksen sitomista arvioon vuosittaisesta tarpeesta ja sitä, että myönnetyn alennuksen suuruus kasvaa sen mukaan, kuinka suuren osan myyjä kattaa ostajan tarpeesta, "uskollisuusalennuksen erittäin kehittyneeksi muodoksi".

([58]) Tilaavieviä paketteja (ks. edellä postiasetuksen 25 §:n 3 momenttia koskeva selvitys) käytetään, kun lähetetään vaatteita tai kokonaisia kalusteita tai laitteita (huonekalut, keittiökalusteet). Ne painavat yleensä enemmän kuin 20 kiloa ja niiden määrä on vähäinen. (Vuonna 1999 tilaavievien pakettien osuus postimyynnin pakettimäärästä oli 0,06 prosenttia. Laskentaperuste: Ctcon, "Segmentserfolgsrechnung Sparte Frachtpost, Übersicht Mengen, Stand 13.4.2000", jonka DPAG toimitti 20 päivänä huhtikuuta 2000 päivätyssä kirjeessä.)

([59]) Uskollisuusvelvollisuuden lisäksi sovitulla määräbonuksella ei ole sitovaa vaikutusta, joka ylittäisi jo olemassa olevan velvollisuuden lähettää kokonaistarve DPAG:n välityksellä.

— Maaliskuun 26 päivänä 1999 ja tammikuun 3 päivänä 2000 tehtyjen yhteistyösopimusten mukaan alennus edellyttää, että asiakkaalta saatiin vähintään [...] prosenttia kaikista sen lähettämistä raskaista suoramarkkinointituotteista. Mitä suuremman osuuden lähetyksistään asiakas lähetti DPAG:n välityksellä, sitä suurempi oli myös hinnanalennus. Tämä vastaa yhteisöjen tuomioistuimen asiassa Hoffmann-La Roche antaman tuomion 97—100 kohdassa kuvailtuja sopimuksia, joissa luvataan prosentuaalisesti kasvavia alennuksia. Uskollisuuden palkitsemisesta on osoituksena myös se, että 26 päivänä maaliskuuta 1999 tehty yhteistyösopimus sisältää lisäksi määräyksen, jonka mukaan [...] miljoonaa Saksan markkaa myöhemmin erääntyvästä alennuksesta maksettiin etukäteen. Ennakkomaksu toteutettiin jo kolme päivää sopimuksen teon jälkeen 30 päivänä maaliskuuta 1999 — sopimuksen muut osat tulivat voimaan vasta 1 päivänä kesäkuuta 1999 — vaikka DPAG ei ollut vielä tarjonnut yhtään palvelua eikä edunsaajan odotettu tarjoavan vastinetta, jolla olisi DPAG:n kannalta taloudellista merkitystä.

Saalistushinnoittelu

(35) Saalistushinnoittelusta on kyse, kun määräävässä markkina-asemassa oleva yritys tarjoaa palvelua kustannukset alittavaan hintaan syrjäyttääkseen kilpailijat markkinoilta tai estääkseen kilpailijoiden markkinoille tulon, jolloin määräävässä asemassa oleva yritys voi lisätä markkinavoimaansa. Tällaiset kohtuuttoman alhaiset hinnat rikkovat EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa. Yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännön mukaan hintaan liittyy määräävän markkina-aseman väärinkäyttöä, jos hinta on alhaisempi kun määräävässä asemassa olevan yrityksen keskimääräiset muuttuvat kustannukset ([60]). Tämä periaate muotoiltiin AKZOa koskevassa tuomiossa, jossa tuomioistuin määritteli keskimääräiset muuttuvat kustannukset kustannuksiksi, jotka muuttuvat tuotantomäärien mukaan ([61]). Kun selvitetään niitä kustannuksia, jotka muuttuvat tuotantomäärien mukaan, on DPAG:n hyväksi otettava huomioon edellä tehty jako yhteisiin kiinteisiin kustannuksiin ja palvelukohtaisiin lisäkustannuksiin. Julkisen palvelun tehtävän vuoksi määrän mukaan muuttuvat ainoastaan palvelukohtaiset lisäkustannukset.

(36) Edellä esitettyjen kapasiteetin ylläpito- ja käyttökustannusten välistä suhdetta koskevien seikkojen perusteella DPAG:n yleisöpalvelun ulkopuolisista toiminnoista voidaan todeta seuraavaa: Vuosina 1990—1995 DPAG:n tulot postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla olivat pienemmät kuin kyseisestä palvelusta aiheutuvat palvelukohtaiset lisäkustannukset (ks. taulukko 3). Näin ollen vuosina 1990—1995 jokainen DPAG:n postimyyntiyrityksille myymä pakettipalvelu tuotti tappiota, joka käsitti kaikki kapasiteetin ylläpitokustannukset ja vähintään osan palvelukohtaisista lisäkustannuksista. Näissä olosuhteissa jokainen uusi myyntitapahtuma johti siihen, että ainakin osa näistä lisäkustannuksista ja kaikki kapasiteetin ylläpitokustannukset jäivät kattamatta. Keskipitkällä aikavälillä tällainen hintapolitiikka on vastoin yrityksen taloudellista etua. DPAG:n taloudellisen edun mukaista ei keskipitkällä aikavälillä ole näissä olosuhteissa tarjota tällaista palvelua. Se pystyisi nimittäin parantamaan voittotilannettaan joko nostamalla hintansa palvelukohtaisten lisäkustannusten yläpuolelle tai — jos tällaista hintaa ei pystytä viemään läpi markkinoilla — luopumalla kokonaan kyseisen palvelun tarjoamisesta, koska tulot ovat nykyisellä hintatasolla palvelun tarjoamisesta aiheutuvia lisäkustannuksia pienemmät. Toiminnan jatkaminen kyseisillä markkinoilla ilman tulotilanteen odotettavissa olevaa parantumista muodostaa lisäksi esteen kilpailijoille, jotka pystyvät tarjoamaan palvelua kustannukset kattavaan hintaan.

Vaikutukset kilpailuun

(37) DPAG:n kannan vastaisesti kaikki vastustetut uskollisuusalennukset ovat omiaan vaikuttamaan muiden postimyyntiyrityksille pakettipalveluja tarjoavien yritysten kilpailumahdollisuuksiin. Postimyyntipakettien kuljetusmarkkinoille tulemisen onnistuminen edellyttää tiettyä kokoa (noin 100

([60]) Asia C-62/86, AKSO v. komissio, yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 3.7.1991 (Kok. 1991, s. I-3359) ja asia T-65/89. BPB Industries ja British Gypsum, yhteisöjen ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio 1.4.1993 (Kok. 1993, s. II-389).

([61]) Ks. alaviite 60, AKZO, 71 kohta.

miljoonaa pakettia tai luetteloa), mikä tarkoittaa vähintään kahden alalla toimivan yhteistyökumppanin lähetysmääriä. Tärkeimmille yhteistyökumppaneille myöntämiensä uskollisuusalennusten avulla DPAG esti tietoisesti kilpailijoita saavuttamasta kriittistä massaa, joka on noin 100 miljoonaa lähetystä vuodessa. Uskollisuusalennuspolitiikka vahingoitti kilpailua siten, että uskollisuusalennusten aikaansaama "imuvaikutus" postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla pit yllä kannattamatonta tarjontarakennetta, jolle oli ominaista:

— resurssien tuhlaaminen siten, että määräävässä markkina-asemassa oleva palveluntarjoaja ei kattanut palvelukohtaisia lisäkustannuksiaan, mistä seurasi jatkuva tarve saada tukea varatulta alalta,

— sellaisten taloudellisesti tehokkaampien vaihtoehtojen estäminen, jotka toimivat kaikki kustannukset kattaen ilman tällaista tukemista,

— se, että pakettipalvelujen tarjonnassa käytettiin niukkoja voimavaroja enemmän kuin oli ehdottomasti välttämätöntä ([62]), ja

— se, että varatun alan kuluttajat joutuivat rahoittamaan niukkojen resurssien tuhlamisen, joka olisi voitu välttää.

(38) DPAG:n marraskuussa 1997 ja sen jälkeen neljän yhteistyökumppanin kanssa sopimilla uskollisuusalennuksilla oli todistetusti yksinostovelvoitteen kaltainen vaikutus. DPAG:n yhteistyön puitteissa todellisuudessa välittämien pakettien määrä oli kaikkina niinä vuosina, joita koskevat luvut ovat komission käytettävissä, lähes [...] prosenttia kunkin asiakkaan tarpeesta ([63]). Lisäksi uskollisuusalennuspolitiikka on estänyt postimyyntiyrityksiä luomasta itse kilpailua. Vaihtoehtoisista jakelupalveluista voi myöhemmin kehittyä kilpaileva (infrastruktuuri, vaikka ne alussa olisikin tarkoitettu omien paketti- ja luettelolähetysten hoitamiseen ([64]). Kun infrastruktuuri saavuttaa kriittisen massan, voi siitä kehittyä kattava ja täydellinen vaihtoehto DPAG:lle. ([65]). Uskollisuusalennuksia koskevat sopimukset johtivat siihen, että postimyyntiyritykset eivät perustaneet vaihtoehtoisia jakelurakenteita, jos se vaaransi uskollisuusvelvollisuuden täyttämisen ja siten erityishinnan saamisen. Tämä esti potentiaalisen kilpailun syntymisen vaihtoehtoisista infrastruktuureista.

(39) Järjestelmällinen sopiminen uskollisuusalennuksista yhteistyökumppaneiden kansaa tarkoittaa yhteisöjen tuomioistuimen oikeuskäytännön perusteella sitä, että DPAG haluaa sitoa asiakkaat itseensä ja siten rajoittaa kilpailua tai estää sen ([66]). Yhteisöjen tuomioistuimen vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan alennusjärjestelmillä, jotka on sidottu prosenttiosuuteen asiakkaan tarpeesta, on jo käytetyn

([62]) Ks. William J. Baumol ja J. Gregory Sidak, "Toward Competition in Local Telephony", s. 66: "... the result will be that more resources than the minimum necessary will be expended in bringing [product] X to consumers, which clearly violates economic efficiency."

([63]) Ks. DPAG:n 14 päivänä heinäkuuta 2000 toimittama katsaus, joka koskee kahdeksan postimyyntialan suurasiakkaan kanssa käydyn liiketoiminnan liikevaihtoa, myyntimääriä ja nettotuloja/lähetys vuosina 1996—1999.

([64]) Tästä kehityksestä on todisteena Otto-Versandia koskeva esimerkki, johon DPAG on vedonnut: Saksalainen Hermes Versand Service, joka on Otto-Versandin pakettialalla toimiva tytäryhtiö, toimitti vuonna 2000 oman ilmoituksensa mukaan 141,6 miljoonaa pakettia ja on siten Saksan kuudenneksi suurin kuriiri-, pka- ja pakettipalvelujen tarjoaja (liikevaihto vuonna 1999: 337 miljoonaa euroa). Esimerkki todistaa, että alussa omien postimyyntilähetysten hoitamiseen perustettu vaihtoehtoinen infrastruktuuri voi tiettyyn lähetysmäärään päästyään kehittyä DPAG:n kilpailijaksi, joka kapasiteetin käyttöastetta parantaakseen kuljettaa myös kolmansien paketteja.

([65]) Hermes Verdand Service on ilmoittanut vuonna 2000 avanneensa 3 000:nnen PaketShop-liikkeensä. Nämä pakettien vastaanottopisteet sijaitseva "shop-in-shop"-periaatteen mukaisesti muissa liikkeissä kuten lehti- ja tupakkakaupoissa, kopioliikkeissä, juomiin erikoistuneissa kaupoissa ja pesuloissa. Näin Hermes tarjoaa postimyyntiyrityksille laajaa palvelua, joka kattaa asiakaspalautukset.

([66]) Ks. asia T-288/97, Irish Sugar, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio 7.10.1999, 213 kohta (ei vielä julkaistu), Hoffmann-La Roche, ks. edellä, 90 kohta, ja asia 322/81, Michelin, yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 9.11.1983 (Kok. 1983, s. 3461, 85 kohta).

laskentamenetelmän vuoksi kilpailua vahingoittava ”imuvaikutus”. Tällaisen alennussopimuksen tehneet asiakkaat pyrkivät yleensä lähettämään kaikki pakettinsa alennuksen myöntävän yrityksen kautta. Lisäksi prosenttiosuuteen asiakkaan tarpeesta sidotulla alennusjärjestelmällä on laskentamenetelmänsä vuoksi kohtuuton estävä vaikutus. Tämä on seurausta siitä, että kilpailijoiden on pakko tarjota hinnanalennuksia korvatakseen sen tappion, joka ostajalle aiheutuisi, jos se lähettäisi DPAG:n kautta pienemmän prosenttiosuuden saaden siten pienemmän alennuksen.

(40) Tuomioistuimen oikeuskäytännössä on myös vahvistettu, että määräävän markkina-aseman väärinkäyttö on objektiivinen käsite, minkä vuoksi määräävässä markkina-asemassa olevan yrityksen toimintaa voidaan pitää EY:n perustamissopimuksen 82 artiklassa tarkoitettuna määräävän markkina-aseman väärinkäyttönä myös silloin, kun se ei ole tahallista ([67]). DPAG ei sen vuoksi voi vedota siihen, että siirtymävaiheessa, jossa valtiollisesta hallintovirastosta tulee yksityinen yritys, DPAG:n toimihenkilöt eivät olisi tienneet, mikä vastuu määräävästä markkina-asemassa olevalla yrityksellä on, mikä tässä tapauksessa olisi anteeksiannettavaa.

(41) Yhtä vähän DPAG voi vedota siihen, että suurasiakkaat olisivat itse neuvotteluvoimaansa hyväksi käyttäen vaatineet uskollisuusalennuksia koskevia sopimuksia. Hoffmann-La Roche asiassa määritellyn oikeuskäytännön mukaan yritys, joka on määräävässä markkina-asemassa, ei saa sitoa asiakkaita edes näiden pyynnöstä sitoumuksella hankkia yksinomaan kyseiseltä yritykseltä koko tarpeensa tai huomattavan osan siitä ([68]). DPAG ei voi vedota siihenkään, että asiakkaiden ja DPAG:n mielestä vastustetuilla uskollisuusalennuksia koskevilla sopimuksilla ei ole sitovaa vaikutusta. Käsiteltävänä oleva asia osoittaa nimenomaan, että postimyyntialan suurasiakkaat hankkivat sopimusvelvoitteidensa mukaisesti kaikki tarvitsemansa pakettipalvelut tai suuren osuuden niistä DPAG:ltä.

E VAIKUTUKSET JÄSENVALTIOIDEN VÄLISEEN KAUPPAAN

(42) Uskollisuusalennuspolitiikka, jota vuosina 1990—1995 vahvistettiin hinnoilla, jotka alittivat postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen palvelukohtaiset lisäkustannukset, vaikutti uskollisuusalennusjärjestelmän aikaansaaman ”imuvaikutuksen” vuoksi jäsenvaltioiden väliseen kauppaan. Uskollisuusalennuksista johtuva hankintojen keskittäminen DPAG:lle esti saksalaisia postimyyntiyrityksiä käyttämästä muista jäsenvaltioista tulevia palvelujen tarjoajia. Käsiteltävänä olevassa tapauksessa yksikään muista jäsenvaltiosta tuleva pakettipalvelujen tarjoaja ei ole onnistunut saamaan mainittavaa jalansijaa postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla Saksassa. Näin kyseisten pakettipalvelujen Saksan markkinat suljettiin muista jäsenvaltioista tulevilta kilpailijoilta. DPAG:n alennus- ja hinnoittelukäytännöllä on sen vuoksi ollut suuri kielteinen vaikutus jäsenvaltioiden väliseen kauppaan yhteisön edun mukaisten toimivien sisämarkkinoiden vastaisella tavalla.

F EY:n PERUSTAMISSOPIMUKSEN 86 ARTIKLAN 2 KOHTA

(43) DPAG ei vetoa 86 artiklan 2 kohdan rajoitukseen puolustaakseen uskollisuusalennuksia, joita se myönsi valikoiduille suurasiakkaille postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla. DPAG ei ole myöskään pystynyt selvittämään, kuinka näistä uskollisuusalennuksista sopiminen auttaa sitä tarjoamaan yleisiin taloudellisiin tarkoituksiin liittyvää palvelua, joka on sen tehtävänä. DPAG ei voi myöskään vedota siihen, että hintojen nostaminen vähintään postimyyntiyrityksille tarjottavista pakettipalveluista aiheutuvien palvelukohtaisten lisäkustannusten tasolle estäisi sitä hoitamasta tehtävänään olevaa yleisiin taloudellisiin tarkoituksiin liittyvää palvelua. Päinvastoin juuri palvelukohtaiset lisäkustannukset ylittävät tulot ovat myös DPAG:n itsensä mukaan paras keino kattaa osa kustannuksista, joita aiheutuu julkisen palvelun tehtävän vuoksi varakapasiteettina ylläpidettävästä infrastruktuurista ([69]). Myynti tämän rajan alittavaan hintaan ei auta kattamaan näitä kustannuksia ja on sen vuoksi julkisen palvelun tehtävän täyttämisen kannalta jopa haitallista.

([67]) Asia T-65/89, BPB Industries ja British Gypsum, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio 1.4.1993 (Kok. 1993, s. 389, 70 kohta).
([68]) Hoffmann-La Roche, ks. edellä, 89 kohta.
([69]) Maaliskuun 9 päivänä 2000 päivätty DPAG:n kirje, s. 5—7.

(44) Kaiken lisäksi ei ole olemassa sellaista valtiollista toimenpidettä, joka olisi velvoittanut DPAG:n tekemään sopimuksia pakettipalvelujen tarjoamisesta yleisöpalvelun ulkopuolella erityishinnoilla, jotka eivät kattaneet edes kyseisistä palveluista aiheutuvia lisäkustannuksia. DPAG:n esittämien selvitysten ja komission tutkimusten mukaan ei ole sellaista valtiollista toimenpidettä, jonka mukaan DPAG:n olisi noudatettava tällaista hintatasoa sopiessaan erityishinnoista postimyyntiyritysten kanssa. DPAG:n mainitsemat säädökset, kuten televiestinnän ja postilaitoksen sääntelyä koskeva laki (Gesetz zur Regulierung der Telekommunikation und des Postwesens, PTRegG), sisälsivät ainoastaan yleisiä määräyksiä, mutta eivät sisältäneet yksittäistapauksessa sovellettavaa hintatasoa koskevia määräyksiä ([70]). Epäsuoraan hintatasosta määrättiin mahdollisesti vuodesta 1989 voimassa olleen Postverfassungsgesetz-lain 37 §:ssä. Sen mukaan DPAG:n oli saatava yksittäisistä palveluista pääsääntöisesti takaisin kaikki kustannukset ja kohtuullinen voitto ([71]). Tämä määräys ylitti jopa tässä yhteydessä vaaditun palvelukohtaisten kustannusten kattamisen ([72]).

(45) Joka tapauksessa komissio katsoo, että uskollisuusalennukset, jotka osittain liittyivät palvelukohtaiset lisäkustannukset alittaviin hintoihin, haittasivat kaupankäynnin kehitystä siinä määrin, että se on vastoin yhteisön etua. Kuten jo todettiin, tämä toiminta johti postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen Saksan markkinoiden sulkemiseen. Tällainen kansallisten markkinoiden sulkeminen haittaa kaupankäynnin kehitystä siinä määrin, että se on selvästi vastoin yhteisön etua.

G ASETUKSEN N:o 17 3 ARTIKLA

(46) Vaikka ei olekaan viitteitä siitä, että tällä hetkellä postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla on edelleen voimassa uskollisuusalennuksia koskevia sopimuksia, on komission varmistettava, että DPAG on todella pysyvästi lopettanut uskollisuusalennuspolitiikkansa eikä tulevaisuudessakaan sovi tällaisista alennuksista ([73]).

(47) Palvelukohtaisten lisäkustannusten puutteellisesta kattamisesta vuosina 1990—1995 määrätä sakkoa, koska tähän mennessä ei ole selvitetty, mitä kustannusten kattamisen arviointiperustetta on sovellettava varatulla alalla toimivan monituote- tai monipalveluyrityksen kilpailun alaisilla markkinoilla tarjoamiin palveluihin. Sakkoa vastaan puhuu myös se seikka, että DPAG sitoutui varmistamaan varatun alan ja kilpailulle avointen pakettipalvelujen välisten taloudellisten suhteiden läpinäkyvyyden heti sen jälkeen, kun sen tietoon saatettiin 7 päivänä elokuuta 2000 päivätyllä väitetiedoksiannolla ja sitä seuraavan menettelyn aikana taloudelliset periaatteet, jotka koskevat kustannusten kattamista.

(48) Vaikka ei olekaan viitteitä siitä, että DPAG:n postimyyntiyrityksille tarjoamat pakettipalvelut eivät tällä hetkellä kattaisi palvelukohtaisia lisäkustannuksiaan, komissio pitää päätöksen tekemistä tässä asiassa aiheellisena seuraavista syistä ([74]):

— Komissio toteaa päätöksessä, että palvelukohtaiset lisäkustannukset alittavat hinnat lakisääteisen yleisöpalvelun ulkopuolella rikkovat EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa. Toisin kuin uskollisuusalennusten osalta DPAG ei ole ole myöntänyt, että palvelukohtaiset lisäkustannukset auttavat hinnat rikkovat EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa.

([70]) PTRegG:n 2 §:ssä ilmoitetaan seuraava tavoite: "Die Sicherung der Chancengleichheit ländlicher Räume im Verhältnis zu Verdichtungsräumen, im Postwesen unter Beachtung der Tarifeinheit im Raum für Monopol- und Pflichtleistungen" (Haja-asutusalueiden tasavertaisuuden varmistaminen suhteessa taajama-alueisiin postitoiminnan alalla ottaen huomioon yhtenäiset hinnat monopoli- ja pakollisten palvelujen alalla).

([71]) Virallisesti Saksan hallitus selittää määräyksen tarkoituksen seuraavalla tavalla: 2 kohta sisältää palvelumaksujen suuruuden kannalta merkittävän periaatteen, jonka mukaan yksittäisistä palveluista on pääsääntöisesti saatava takaisin kaikki kustannukset ja kohtuullinen voitto. Tämä ei ole aina mahdollista. Sen vuoksi on esimerkiksi mahdollista, että infrastruktuuritehtävän vuoksi markkinaolosuhteet pakollisten palvelujen alalla poikkeustapauksessa mahdollistavat ainoastaan kustannusten osittaisen kattamisen, jolloin olisi vähintään katettava muuttuvat kustannukset. (Saksan liittopäivät — 11. istuntokausi, julkaisu 11/2854).

([72]) Post- Kundenschutzverordnung (PKV) -asetuksen 6 §:n 4 momentti, johon DPAG on viitannut 6 päivänä kesäkuuta 2000 (s. 4—6) ja 6 päivänä lokakuuta 2000 (s. 7 ja 16) päivätyissä kirjeissä. koskee ainoastaan monopolipalvelujen postimaksuja eikä sitä voida soveltaa kilpailulle avoimiin pakettipalveluihin. Myös tämän määräyksen mukaan hintojen on suuruudeltaan ja rakenteeltaan vastattava kustannuksia.

([73]) Ks. asia T-62/98, Volkswagen AG, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen tuomio 6.7.2000, 199 kohta (ei vielä julkaistu).

([74]) Ks. osia 7/82. Gesellschaft zr Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH (GVL), yhteisöjen tuomioistuimen tuomio 2.3.1983 (Kok. 1983, s. 483).

— Komissio on sitä mieltä, että muodollisella päätöksellä voidaan osoittaa selvästi, nikä sen kanta tähän asiaan on. Näin voidaan estää DPAG:tä toimimasta tällä tavoin kuten myös muita yrityksiä, jotka voisivat harjoittaa tai suunnitella samanlaista toimintaa. Lisäksi komission päätöksen luomasta oikeusvarmuudesta on hyötyä muille mahdollisille kilpailijoille.

H ASETUKSEN N:o 17 15 ARTIKLA

(49) Asetuksen N:o 17 15 artiklan mukaan EY:n perustamissopimuksen 82 artiklan rikkomisesta voidaan määrätä sakko, joka on suuruudeltaan 1 miljoonaa euroa tai 10 prosenttia edellisen tilikauden liikevaihdosta riippuen siitä, kumpi on suurempi. DPAG:n postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla sopimien uskollisuusalennusten keston, jatkuvuuden ja merkittävän laajuuden vuoksi on pääteltävä, että rikkominen oli tahallista. Sakkoja määriteltäessä on lisäksi otettava huomioon rikkomisen vakavuus ja kesto.

Rikkomisen vakavuus

(50) Määräävässä markkina-asemassa olevan yrityksen harjoittama uskollisuusalennuspolitiikka on katsottava vakavaksi rikkomiseksi ([75]). Yhteisöjen tuomioistuin on useita kertoja tuominnut määräävässä markkina-asemassa olevan yrityksen soveltamat uskollisuusalennukset. Tässä tapauksessa väärinkäytön tarkoituksena ja vaikutuksena oli yhtäältä sulkea DPAG:n yksityiset kilpailijat pakettipalvelujen markkinoilta Saksassa ja toisaalta estää postimyyntiyrityksiä luomasta vaihtoehtoisia omia jakelujärjestelmiä ([76]). DPAG:n alennus- ja hintapolitiikalla oli huomattavia kielteisiä vaikutuksia kilpailuun postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla. Vaikka tehokkaista ja kustannukset kattavista vaihtoehtoisista jakeluinfrastruktuureista olisi ollut hyötyä koko taloudelle, DPAG onnistui säilyttämään markkinaosuutensa postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen markkinoilla pysyvästi 85 prosentin yläpuolella ja estämään vaihtoehtoisten infrastruktuureiden perustamisen. Nämä olosuhteet huomioon ottaen rikkomisen vakavuuden perusteella määrättävän sakon suuruudeksi asetetaan 12 miljoonaa euroa, mikä ilmentää rikkomisen vakavaa luonnetta, laajuutta ja vaikutuksia.

Rikkomisen kesto

(51) Rikkominen oli toistuvaa ja järjestelmällistä. Rikkominen kesti yhteensä vuodesta 1974 vuoteen 2000 ja oli erityisen voimakasta (kuten 23 kohdassa kuvaillaan) marraskuusta 1997 lokakuuhun 2000. Näin ollen oli kyse pitkästä rikkomisesta. Suuntaviivojen mukaan rikkomisen vakavuuden perusteella määriteltyä sakkoa voidaan korottaa 10 prosenttia jokaiselta vuodelta, kun kyse on pitkäaikaisesta rikkomisesta. Marraskuun 1997 ja lokakuun 2000 välisen ajanjakson osalta komissio pitää 30 prosentin korotusta asianmukaisena. Vuoden 1974 ja 1997 välisen ajanjakson osalta komissio pitää 70 prosentin korotusta asianmukaisena. Näin perusmääräksi saadaan 24 miljoonaa euroa.

Raskauttavat ja lieventävät asianhaarat

(52) Raskauttavia tai lieventäviä asianhaaroja ei ole. Periaatteessa on mahdollista katsoa yrityksen eduksi lieventäväksi asianhaaraksi se, että kyseinen yritys ilmoitti komissiolle väitetiedoksiannon saatuaan, ettei se kiistä tosiseikkoja, joihin komission väitteet perustuvat. Tässä tapauksessa tosiseikkoja, joihin komission väitteet perustuvat, ovat kuiatenkin yksinomaan itse sopimustekstit, jotka sisältävät uskollisuusalennusjärjestelyjä. Näissä olosuhteissa komissio ei voi pitää lieventävänä asianhaarana sitä, että DPAG ilmoitti 9 päivänä marraskuuta 2000 järjestetyssä kuulemistilaisuudessa, ettei se kiistä sopimusten olemassaoloa,

([75]) Ks. Suuntaviivat asetuksen N:o 17 15 artiklan 2 kohdan mukaisesti määrättävien sakkojen laskennalle (jäljempänä 'suuntaviivat'), EYVL C 9, 14.1.1998, s. 3, A kohta.
([76]) Vaihtoehtoisten jakelurakenteiden roolia koko talouden kannalta toivottavan kilpailun lähteenä käsitellään edellä, 37 ja 38 kohta.

ON TEHNYT TÄMÄN PÄÄTÖKSEN:

1 artikla

1. Deutsche Post AG (jäljempänä 'DPAG') on vuodesta 1974 vuoteen 2000 rikkonut EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa tarjoamalla postimyyntiyrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla asiakkaille erityishinnan ainoastaan sillä edellytyksellä, että asiakas sitoutuu lähettämään DPAG:n kautta kaikki ei-tilaavievät, enintään 20 kiloa tai 31,5 kiloa painavat paketit ja yli 1 kiloa painavat luettelot (raskaat suoramarkkinointituotteet) taikka mahdollisimman suuren osuuden niistä.

2. DPAG on vuodesta 1990 vuoteen 1995 rikkonut EY:n perustamissopimuksen 82 artiklaa tarjoamalla postimyyntiyrityksille pakettipalveluja palvelukohtaiset lisäkustannukset alittavaan hintaan.

2 artikla

1. DPAG:n on lopetettava 1 artiklan 1 kohdassa mainittu rikkominen välittömästi eikä se saa tulevaisuudessa toistaa 1 artiklan 1 kohdassa mainittuja menettelyjä tai toimintatapoja.

2. DPAG:n on esitettävä komissiolle uuden tytäryhtiön (jäljempänä 'Newco') tilivuoden lopussa laskelma Newcon tuloista ja menoista yrityksille tarjottavien pakettipalvelujen alalla. Samoin DPAG:n on esitettävä vuosittain selvitys hinnoista, jotka Newco on maksanut DPAG:ltä hankkimistaan palveluista ja tavaroista.

DPAG:n on ilmoitettava komissiolle kaikki alennusjärjestelyt, joista Newco sopii kuuden suurimman postimyyntiasiakkaan kanssa. Tämä velvollisuus alkaa Newcon ensimmäisestä tilivuodesta ja päättyy kyseisen yhtiön kolmanteen tilivuoteen.

3 artikla

1. DPAG:lle määrätään 1 artiklan 1 kohdassa mainitusta rikkomisesta 24 miljoonan euron sakko.

2. Sakko on maksettava kolmen kuukauden kuluessa tämän päätöksen tiedoksiantamisesta Euroopan yhteisöjen komission pankkitilille 642-0029000-95, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA (IBAN-koodi: BE 76 6420 0290 0095; SWIFT-koodi: BBVABEBB), Avenue des Arts / Kunstlaan 43, B-1040 Bruxelles/Brussel.

Määräajan päätyttyä peritään ilman eri toimenpiteitä korkoa, joka vastaa Euroopan keskuspankin perusrahoitusoperaation korkoa sen kuukauden ensimmäisenä työpäivänä, jona tämä päätös on tehty, korotettuna 3,5 prosenttiyksiköllä, eli yhteensä 8,28 prosenttia.

4 artikla

Tämä päätös on osoitettu seuraavalle yritykselle:

Deutsche Post AG
Heinrich-von-Stephan-Straße 1
D-53175 Bonn.

5 artikla

Tämä päätös on täytäntöönpanokelpoinen EY:n perustamissopimuksen 256 artiklan mukaisesti.

Tehty Brysselissä 20 päivänä maaliskuuta 2001.

Komission puolesta

Mario MONTI

Komission jäsen