SAMKEPPNISEFTIRLITIÐ

Tix miðasala ehf.
b.t. Örnu Johnson, framkvæmdastjóra
Hallgerðargötu 13
105 Reykjavík
arna@tix.is

Reykjavík, dags. 5. nóvember 2026
Tilv.: 2503020

Efni: Viðskiptahættir Tix miðasölu ehf. – leiðbeining og tilmæli

1. Samkeppniseftirlitið vísar til erindis Félags íslenskra hljómlistarmanna (hér eftir FÍH), dags. 14. mars 2025, um mögulegar samkeppnishindranir á sviði miðasölu vegna háttsemi Tix miðasölu ehf. (hér eftir Tix). Í erindinu er byggt á því að Tix sé í markaðsráðandi stöðu á markaði fyrir miðasölu gegnum rafræn miðasölukerfi á viðburði þriðja aðila. Er jafnframt byggt á því að Tix kunni að hafa misnotað þá stöðu sína á markaði. Í erindi FÍH er kallað eftir því að málið verði tekið til formlegrar meðferðar og að tilefni sé til inngrips af hálfu Samkeppniseftirlitsins, í því skyni að koma á eðlilegri samkeppni á markaðnum.

2. Í erindinu er byggt á því að á markaðnum séu starfandi fyrirtækin Tix, Miðix, adgangsmidi.is og Glaze. Það er mat FÍH að markaðshlutdeild Tix sé á bilinu 85-100% eftir því hvaða aðferðum sé beitt við matið. Byggir FÍH m.a. á því að Tix hafi gert svokallaða einkakaupasamninga við flest af stærri tónleikahúsum landsins, svo sem Hörpu tónlistarhús, Menningarhúsið Hof á Akureyri, Þjóðleikhúsið, Borgarleikhúsið, Hljómahöllina í Reykjanesbæ, Salinn í Kópavogi o.fl. Þessir samningar valdi því að önnur miðasölufyrirtæki séu útilokuð frá því að selja miða á viðburði í þessum húsum og í raun útilokuð frá samkeppni um verulega stóran hluta markaðarins. FÍH byggir einnig á því viðskiptaskilmálar Tix kunni að fela í sér misnotkun á markaðsráðandi stöðu, t.d. vegna hárrar þóknunar, geymslu fjármuna og mismununar á milli viðskiptaaðila.

3. Þá hefur í öðrum ábendingum til eftirlitsins verið bent á að flest stærri viðburðahús á Íslandi séu rekin að töluverðu leyti með opinberum fjárframlögum og lúti oft að einhverju leyti yfirstjórn ríkis eða sveitarfélaga. Af þeim sökum sé eðlilegt að slíkir aðilar leyfi viðburðarhöldurum að semja við það miðasölufyrirtæki sem þeir kjósa eða að viðburðarhúsin leiti tilboða eða haldi útboð varðandi miðasöluþjónustu í húsakynnum sínum.

4. Áður en FÍH beindi erindi til Samkeppniseftirlitsins hafði önnur ábending borist, dags. 30. janúar 2025, þar sem einnig var kvartað yfir misnotkun á markaðsráðandi stöðu af hálfu Tix. Kveður ábendingaraðili að þrátt fyrir ítrekaðar tilraunir til þess að komast að borðinu og fá tækifæri til að gefa tilboð í miðasölu fyrir m.a. menningarhús, viðburðarstaði og á íþróttaviðburði, hafi það reynst félaginu nær ómögulegt. Óskaði ábendingaraðili eftir því að Samkeppniseftirlitið tæki markaðinn til skoðunar, kæmi á auknu gagnsæi í samningagerð opinberra menningar- og viðburðarstaða og myndi tryggja að markaðurinn væri aðgengilegur öllum, þá sérstaklega með framkvæmd útboða.

5. Samkeppniseftirlitinu berast á ári hverju fjöldi erinda og ábendinga. Þar sem að stofnunin hefur ekki tök á því að hefja rannsóknir nema vegna hluta innkominna erinda og ábendinga er henni samkvæmt lögum falið mat á tilefni og forgangsröðun rannsókna, sbr. 3. mgr. 8. gr. samkeppnislaga.[1] Með vísan til þessara heimilda og vegna annarra brýnna verkefna hefur Samkeppniseftirlitið ákveðið að taka mál þetta ekki til formlegrar rannsóknar á þessu stigi, umfram þá upplýsingaöflun sem þegar hefur farið fram.

6. Á hinn bóginn telur Samkeppniseftirlitið rétt, með vísan til leiðbeiningar hlutverks síns, að koma á framfæri eftirfarandi ályktununum sem á þessu stigi má draga af fyrirliggjandi upplýsingum:

7. Samkeppniseftirlitið telur líklegt að markaður máls teljist miðasala gegnum rafræn miðasölukerfi á viðburði þriðja aðila. Í fullrannsökuðu máli myndi þurfa að taka nánari afstöðu til þessa, sem hvort og þá að hvaða marki þátttakendur á markaðnum hér á landi búi, eða geti búið við aðhald þjónustuveitenda erlendis frá. Í þessu máli hafa þó ekki komið fram vísbendingar um að samkeppnislegt aðhald stafi frá öðrum en smærri þjónustuveitendum hér á landi. Jafnframt fela upplýsingar þessa máls í sér ríkar vísbendingar um að Tix sé markaðsráðandi á umræddum markaði. Styðja samningar fyrirtækisins við stærstu viðburðahús hér á landi þá niðurstöðu.

8. Það fer gegn 11. gr. samkeppnislaga ef markaðsráðandi fyrirtæki skuldbindur kaupanda til þess að kaupa alla þjónustu eða vörur viðkomandi tegundar eða stóran hluta hennar, af því fyrirtæki. Samningar sem Tix hefur gert við stærstu viðburða hús hér á landi bera einkenni einkakaupasamninga, þótt nokkur viðburðahús telji samkvæmt umsögnum sínum að svo sé ekki.

9. Með hliðsjón af framangreindu, og með vísan til 2. mgr. 3. gr. reglna nr. 880/2005 um málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins[2], beinir Samkeppniseftirlitið því til Tix að gæta að stöðu sinni á markaði og leggja upplýst mat á hvort fyrirtækið sé í markaðsráðandi stöðu. Samhliða er því beint til fyrirtækisins að yfirfara samninga við viðsemjendur sína og ganga úr skugga um að í þeim felist ekki einkakaup eða önnur samkeppnishamlandi háttsemi sem fara kunni gegn banni 11. gr. samkeppnislaga og e.a. 54. grein EES-samningsins, sem banna misnotkun á markaðsráðandi stöðu.

10. Samhliða bréfi þessu hefur Samkeppniseftirlitið beint tilmælum til helstu viðburðahúsa á Íslandi með það að markmiði að efla samkeppni og auðvelda innkomu á markaðinn. Þá er rétt að taka fram að Samkeppniseftirlitið kann á síðari stigum að taka til formlegrar rannsóknar hvort háttsemi Tix feli í sér brot á samkeppnislögum, berist frekari kvartanir eða ábendingar þar um.

11. Hér á eftir eru reifuð helstu umkvörtunarefni og sjónarmið sem fram hafa komið málinu og fjallað um lagaskyldur sem hvíla á markaðsráðandi fyrirtækjum.

[1] Hefur áfrýjunarnefnd samkeppnismála staðfest heimild eftirlitsins til þess að forgangsraða málum, sbr. t.d. úrskurði í málum nr. 2/2012, 3/2012, 4/2012, 2/2013, 6/2013, 1/2014, 4/2014, 2/2016, 4/2019, 1/2022, 1/2024, 2/2024 og 5/2025

[2] Samkvæmt 2. mgr. 3. gr. reglna nr. 880/2005 er Samkeppniseftirlitinu heimilt að beina tilmælum til fyrirtækja, samtaka þeirra og opinberra aðila í því skyni að efla virka samkeppni. Slík tilmæli geta verið birt í formi leiðbeinandi reglna.

1. Um erindið og málsmeðferð

1.1. Kvörtun FÍH

12. Í erindi FÍH er kvartað yfir því að Tix hafi gert svokallaða einkakaupasamninga, þ.e.a.s. samninga með skuldbindingu um að viðskiptavinir kaupi eingöngu vöru eða þjónustu af honum. Á því er byggt að þar sem markaðshlutdeild Tix væri á bilinu 85-100% og fyrirtækið því markaðsráðandi, féllu slíkir samningar undir 2. mgr. 11. gr. samkeppnislaga. Einkakaupasamningar fela í sér aðgangshindrun bæði fyrir nýja aðila á markaðinn en þeir geta einnig skaðað möguleika þeirra sem fyrir eru, og hafa að einhverju leyti náð að fóta sig á markaðnum, í verðsamkeppni við hinn markaðsráðandi aðila, þar sem samkeppni er útilokuð.

13. FÍH kveðst vera kunnugt um að Tix hafi gert einkakaupasamninga við stærstu tónleikahús landsins. Að sögn FÍH séu notendur framsendir á miðasöluvef Tix þegar reynt er að kaupa miða beint á vefsíðu leikhúsanna eða t.d. vef Hörpu. Neytandinn átti sig jafnvel ekki á því þegar keyptur er miði í gegnum Tix vefsíðuna í þessum tilvikum. Segir að umræddir söluaðilar séu með stærstu viðburðarhúsum á landinu og séu m.a. reknir fyrir opinbert fé og með stuðningi opinberra aðila. Það gefi að mati FÍH auga leið að ef önnur miðasölufyrirtæki, sem séu í samkeppni við Tix séu útilokuð frá því að selja miða á viðburði í þessum húsum, séu þau í raun útilokuð frá samkeppni um verulega stóran hlut markaðarins, vegna einkaviðskipta eins markaðsráðandi aðila.

14. FÍH kveðst ekki vera kunnugt um hvort hluti þóknana miðasölu renni beint til tónleikastaða í skiptum fyrir gerð einkakaupasamnings, en kveðst hafa af því spurnir frá viðburðarhöldurum. Slíkt fyrirkomulag, sé það til staðar, þrýsti upp verði á þóknunum og þar með miðaverði og sé að áliti FÍH, ónauðsynlegt, þar sem tónleikastaðir fái greitt frá viðburðarhaldaranum sjálfum fyrir afnot af staðnum. Í þessu sambandi bendir FÍH á að t.d. Harpa tónlistarhús sé í mjög sterkri stöðu í viðburða- og tónleikahaldi. Reksturinn sé að hluta til fjármagnaður með aðstoð og aðkomu hins opinbera. Það kalli á að vandað sé til verka á öllum sviðum og samkeppni sé tryggð, í stað þess að búnar séu til aðgangshindranir. Sama gildi í raun um önnur viðburðarhús. Reynist það rétt að bæði Þjóðleikhúsið og Borgarleikhúsið hafi gert slíka samninga séu aðrar miðasölur útilokaðar frá nánast öllum leikritamarkaðnum, sem styrktur sé af ríki og borg.

15. FÍH segir miðasöluþóknun vera mjög háa en ef til staðar væru hvorki einkakaupasamningar né hömlur á því að viðburðarhaldarar seldu sjálfir miða á viðburði myndi það leiða til lægra miðaverðs. Stór viðburður geti leitt af sér sölu sem nemi hundruðum milljóna króna. Í því ljósi sé 5% þóknun af miðasöluverði mjög há að mati FÍH, auk þeirra vaxtatekna sem miðasöluaðili njóti. Þau rök að miðasöluaðili verði að halda fjármununum sem tryggingu vegna endurgreiðslukrafna ef viðburður falli niður séu að mati FÍH veik, enda leiði það eitt og sér ekki til þess að miðasölufyrirtæki eigi rétt á vöxtum af fjármunum tónleikahaldara þótt það þurfi að endurgreiða viðskiptavinum keypta miða.

16. Að endingu telji FÍH það geta falið í sér misnotkun á markaðsráðandi stöðu að krefjast ósanngjarnra viðskiptaskilmála eða þóknana. Að mati FÍH teljist 5% þóknun af hverjum seldum miða verulega há, sem hún þurfi ekki að vera að sögn FÍH. Þá vísar FÍH sömuleiðis til þess að það falli undir misnotkun á markaðsráðandi stöðu sé viðskiptaaðilum mismunað með ólíkum skilmálum í sambærilegum

viðskiptum og samkeppni þannig raskað. FÍH hafi af því spurnir að viðskiptaaðilum sé mismunað en í því sambandi er bent á að engin opinber verðskrá sé birt af hálfu Tix og skilmálar ógagnsæir.

1.2. Sjónarmið Tix

17. Samkeppniseftirlitið sendi Tix bréf þann 27. mars 2025 þar sem félaginu var veitt tækifæri til að koma á framfæri sjónarmiðum um kvörtun FÍH. Þann 10. apríl 2025 barst svar Tix.

18. Í umsögn Tix segir frá því að fyrirtækið eigi í tvennskonar viðskiptasamböndum við viðskiptavini sína hvað varðar miðasölu. Annars vegar geri Tix samninga við viðburðarhús um aðgang að miðasölukerfi þar sem tekin er þóknun af hverjum seldum miða. Hins vegar geti aðilar sem standi að viðburðum, s.k. viðburðarhaldarar, keypt þjónustu af Tix við að halda alfarið utan um miðasölu vegna einstaka viðburðar.

19. Þá segir að í fyrrnefndu fyrirkomulagi geri Tix samning við viðburðarhús um afnotaleyfi af miðasölukerfi Tix. Þjónustukaupi, þ.e. viðburðarhús, sjái um eigin miðasölu en noti til þess miðasölukerfi Tix. Viðskiptavinir geti þá keypt miða á vefsíðu þjónustukaupa, vefsíðu Tix, eða í afgreiðslu þjónustukaupa. Að sögn Tix hafi fyrirtækið hvorki aðkomu að ákvörðun miðaverðs á viðburði né heldur ákvörðunum um þá þóknun sem viðburðarhús innheimti frá viðburðarhöldurum. Þjónustukaupi taki sjálfur á móti greiðslum vegna miðakaupa fyrir milligöngu færsluhirðis sama hvernig framkvæmd kaupanna fari fram. Tix gefi síðan út reikning fyrir sinni þóknun til viðkomandi þjónustukaupa í samræmi við samning þeirra á milli. Í þessum tilvikum taki Tix því ekki á móti eða geymi tekjur af miðasölu fyrir viðkomandi.

20. Í umsögninni segir að í síðarnefnda fyrirkomulaginu kaupi viðskiptavinir ekki einungis afnotaleyfi af miðasölukerfi Tix heldur sé keypt alhliða miðasöluþjónusta vegna viðburðar sem viðkomandi viðburðarhaldarar standi að. Þá taki Tix á móti greiðslum viðskiptavina sem kaupa miða og sjái um samskipti við miðakaupendur, auk þess að veita þjónustu á staðnum þegar viðburður fari fram með því að skanna aðgöngumiða. Að sögn Tix nemi þóknun fyrir þjónustuna [...]%, af því fari [...]% til Tix en [...]% til færsluhirðis. Tix greiði út ágóða miðasölunnar að frádreginni þóknun Tix og kostnaði við færsluhirðingu næsta miðvikudag eftir að atburður hafi farið fram. Þar sem umrætt tímabil sé að jafnaði stutt sé fjármagnstekjum ekki deilt með viðskiptamönnum Tix. Að mati Tix sé það hvorki ósanngjarnt né brot á samkeppnislögum.

21. Tix telur sterk rök megi færa fyrir því að verð fyrirtækisins séu hvorki of há né ósanngjörn. Að mati Tix sjáist það af því að aðstandendur viðburða leiti til Tix frekar en samkeppnisaðila sem bjóði lægra verð. Þetta byggi á því að miðasölukerfi Tix sé vandað og þjónusta fyrirtækisins góð. Þá byggi verðlagningin á viðskiptalegum forsendum og beri þess ekki merki að hafa skaðleg áhrif á samkeppni. Þá hafi félagið almennt ekki gert skriflega samninga heldur sé fyllt út form á heimasíðu Tix eða haft samband með öðrum hætti. Að auki segir frá því að Tix hafi ekki markaðssett þjónustu sína á síðastliðnum 6 mánuðum, hvorki almenns eðlis né með beinum hætti gagnvart viðburðarhöldurum og/eða viðburðarhúsum.

22. Að endingu kemur í umsögninni fram sú afstaða Tix að félagið hafi ekki aðhafst nokkuð sem leiði til þess að samkeppni sé raskað eða að brotið hafi verið gegn ákvæðum samkeppnislaga. Að mati Tix eigi fram komnar ábendingar og kvartanir ekki við rök að styðjast. Þvert á móti telji Tix að

markaðshegðun félagsins endurspegli að það virði samkeppnislög í hvívetna og stundi góða viðskiptahætti. Tix taldi ekki tilefni til að fjalla sérstaklega um skilgreiningu á mörkuðum og stöðu aðila á þeim, s.s. markaðsráðandi stöðu Tix, en mótmælti samt sem áður málatilbúnaði FÍH.

1.3. Sjónarmið viðburðarhúsa

23. Við meðferð málsins var viðburðarhúsum gefinn kostur á að koma sínum sjónarmiðum á framfæri og bárust umsagnir frá Hörpu tónlistarhúsi, Hofi, Þjóðleikhúsinu, Hljómahöllinni og Borgarleikhúsinu í byrjun apríl 2025. Þeim var á síðari stigum aftur gefinn kostur á að koma sjónarmiðum sínum á framfæri og bárust síðari athugasemdir um miðjan september 2025. Í umsögnum viðburðarhúsanna segir að samningar sem gerðir hafi verið við Tix séu ekki einkakaupasamningar að þeirra mati. Ekkert sé því til fyrirstöðu að taka upp nýtt kerfi komi annað fyrirtæki á markað sem geti uppfyllt þarfir viðburðahúsa. Helstu sjónarmið viðburðarhúsanna voru eftirfarandi:

> **Harpa:** Viðburðarhaldari bóki rými í Hörpu hjá viðskiptastjóra sem sendi upplýsingar um stofnun miðasölu til miðasölustjóra þar sem fram komi upplýsingar um staðsetningu/sal, miðaverð, dagsetningu, upphaf og annað sem þurfi til að stofna viðburð í miðasölukerfi og koma upplýsingum áleiðis á heimasíðu Hörpu. Miðasölustjóri setji viðburð upp í miðasölukerfi Tix og birti í sölu. Allir viðburðir Hörpu séu seldir í netsölu og birtist á harpa.is og tix.is en auk þess sé hægt að kaupa miða í miðasölu á jarðhæð Hörpu. Viðburðarhaldari njóti þjónustu miðasölunnar og miðasölustjóra í söluferlinu og einnig á meðan á viðburði stendur. Dæmi um veitta þjónustu sé m.a. samskipti við miðaeigendur, s.s. endurgreiðsla og fleira, afgreiðsla og skipulag boðsmiða og breytingar á miðum. Viðskiptastjóri annist samninga og uppgjör vegna miðasölu til viðburðarhaldara. Fjármáladeild Hörpu sjái um bókun, afstemmingu og greiðslu miðasölu til viðburðarhaldara að frádregnum kostnaði vegna viðburðar.
>
> Í öllum tilfellum sé greidd þóknun til Hörpu fyrir sölu, innheimtu, þjónustu og umsýslu enda feli umsýsla á miðasölu í sér hátt þjónustustig með tilheyrandi launakostnaði auk umtalsverðs annars kostnaðar sem til falli. Harpa hafi þegar hafið undirbúning að því að bjóða út þjónustu við kerfi fyrir bakenda miðasölu á vegum fyrirtækisins. Fyrirhugað sé er að útboð fari fram á haustdögum 2025 með það að markmiði að nýr samningur taki gildi 1. janúar 2026.
>
> Að mati Hörpu sé tæknilega margt sem standi í vegi fyrir því að nota fleiri en eitt miðasölukerfi við sölu á viðburðum Hörpu. Þá yrði þjónusta við miðakaupendur, s.s. að endursenda miða, prenta út miða o.fl. gríðarlega flókin þjónusta ef unnið væri með mörg mismunandi kerfi. Það væri tæknilega mögulegt en það myndi fela í sér töluverðan tilkostnað, m.a. þar sem nauðsynlegt væri að sérskrifa framenda til að lesa mörg mismunandi kerfi. Stofnkostnaður við slíka forritun væri umtalsverður og nauðsynlegt viðhald og þróun á slíku fjölkerfa fyrirkomulagi sömuleiðis sem myndi leiða til aukinnar villuhættu og aukins launakostnaðar. Að mati Hörpu blasi við að miðasöluþóknun myndi þurfa að hækka töluvert til að mæta þeim kostnaði. Þá bendi Harpa á að ekkert viðburðarhús að sambærilegri stærð og með sambærilegt umfang viðburða, hvort sem sé á Norðurlöndum eða annars staðar í Evrópu hafi þann háttinn á að samkeyra fjölda kerfa þegar komi að miðasölu. Þvert á móti hafi fjölmörg tónlistarhús sem Harpa tengist í gegnum aðild að Samtökum norrænna tónlistarhúsa og ECHO kosið eitt tiltekið miðasölukerfi og þjónustuaðila eftir útboð eða

samningskaup þar sem nokkrir aðilar hafi keppt um einkaréttarlegan samning við húsin. Í all mörgum tilfellum hafi Tixly kerfið (kerfi Tix) orðið fyrir valinu í þessum húsum.

Harpa bendir einnig á, vegna gagnrýni á kostnað/miðasöluþóknun, að kostnaður við miðasölu sé ekki einungis kostnaður við að halda úti miðasölukerfinu heldur felist einnig í því kostnaður við færsluhirðingu, tæknibúnað, þróun og forritun ýmis konar sérlausna, launakostnað starfsmanna og fleira. Þessir kostnaðarliðir verði til hjá ólíkum aðilum sem komi að umsýslu og þjónustu við viðburðarhaldarann og miðakaupandann og því ekki nákvæm framsetning að tengja hann einvörðungu við tiltekið fyrirtæki eins og Tix.

Menningarfélag Akureyrar (Hof): Menningarfélag Akureyrar notist við sölukerfi Tix og greiði fyrir það afnot samkvæmt verðskrá en samningurinn sé ekki einkakaupasamningur. Menningarfélaginu sé frjálst að segja þeim samningi upp og beina viðskiptum sínum annað telji félagið það henta starfsemi sinni betur. Menningarfélaginu sé ekki kunnugt um að fyrir séu fordæmi að lögaðilum sé gert að notast við mörg kerfi samtímis, enda fylgi því fyrirsjáanlegt óhagræði, aukið flækjustig og villuhætta. Menningarfélagið telji að núverandi fyrirkomulag henti starfseminni best, en líkt og annað í rekstri félagsins sæti þetta reglulegri endurskoðun. Yrði komist að þeirri niðurstöðu að viðburðarhús á vegum hins opinbera bæri að bjóða út þjónustusamninga um miðasölu skv. lögum um opinber innkaup þá eigi það ekki við um Menningarfélagið, þar sem yfirskattanefnd hafi slegið því föstu í úrskurði nr. 87/2022 að Menningarfélagið væri ekki opinber aðili, heldur sjálfstæður aðili sem lúti eigin stjórn.

Borgarleikhúsið: Borgarleikhúsið notist við miðasölukerfi Tix. Miðasala Borgarleikhússins þjónusti alla viðburði sem haldnir séu í húsinu. Miðasalan sé mönnuð fjórum stöðugildum auk lausráðinna starfsmanna á álagstímum og einn liður í þjálfun starfsfólks sé að læra á miðasölukerfið. Starfsfólk fái kennslu jafnóðum varðandi breytingar sem reglulega séu gerðar á miðasölukerfinu. Meginþorri viðburða í Borgarleikhúsinu séu leiksýningar framleiddar af leikhúsinu. Þegar aðrir viðburðir séu haldnir í húsinu þjónusti starfsfólk miðasölu þá viðburði með símsvörun og móttöku viðskiptavina í miðasölu á opnunartíma en sala á slíka viðburði fari í gegnum sölukerfi Tix. Þegar aðrir aðilar leigi húsið sé tekið þjónustugjald til að mæta útlögðum kostnaði vegna þjónustu miðasölustarfsmanna, gjalda miðasölukerfis Tix og kostnaði vegna greiðslumiðlunar.

Borgarleikhúsið hafi átt samtal við MidiX um prufuaðgang að kerfi félagsins í því skyni að athuga hvort unnt væri að skipta um miðasölukerfi. Borgarleikhúsið hafi ekki fengið aðgang að því kerfi og aðrir miðasöluaðilar hafi ekki haft samband til að óska eftir sambærilegum fundi. Þrátt fyrir það fylgist Borgarleikhúsið náið með markaðnum og muni leita tilboða þegar og ef þau vaxa á þann hátt að þau uppfylli þarfir Borgarleikhússins. Að endingu vill Borgarleikhúsið ítreka að samningur þess og Tix sé strangt til tekið ekki einkakaupasamningur en það sé mat leikhússins að það gæti skaðað ásýnd, orðspor hússins og upplifun af vörumerkinu ef sala á aðra viðburði en sýningar Borgarleikhússins færu í gegnum aðra miðasölu þannig að starfsfólk miðasölu hússins gæti ekki svarað fyrir og þjónustað þá viðburði og þyrfti að vísa viðskiptavinum annað, án þess að geta ábyrgst að þjónusta væri af þeim gæðum sem húsið vill tryggja.

Þjóðleikhúsið: Verkefnum hússins sem nýti þjónustu Tix megi skipta í þrjá flokka en þeir séu eigin uppsetningar, samstarfsverkefni og útleigur. Eigin uppsetningar séu stærsti hluti rekstursins. Miðasala fari fram með þrennum hætti, á vefsíðu leikhússins, leikhusid.is, vefsíðu Tix og í miðasölu Þjóðleikhússins þar sem starfsfólk bóki miða í miðasölukerfi Tix. Í samstarfsverkefnum skipti Þjóðleikhúsið og samstarfsaðili með sér tekjum að frádregnum færslugjöldum og miðasöluþóknun. Húsnæði, fjármagn, búnaður, vinnuafl, markaðssetning og þjónusta miðasölu sé iðulega framlag leikhússins til slíkra verkefna. Útleigur hafi verið sjaldgæfar sl. ár en Þjóðleikhúsið hafi ekki sett sérstakar kröfur um miðasölu hjá leikhúsinu. Óski viðburðarhaldari eftir þjónustu miðasölu leikhússins og starfsfólks skuli miðasala fara fram í því kerfi sem leikhúsið noti hverju sinni enda óski viðburðarhaldari þá eftir því að leikhúsið beri ábyrgð á miðasölunni og samskiptum við viðskiptavini. Þeir samningar fari eftir eðli og umfangi hvers verkefnis en algengast sé að greidd sé húsaleiga, miðasölugjöld og í einhverjum tilfellum hefur leikhúsið lagt 1,5-2% ofan á þóknun miðasölukerfis til að standa straum af kostnaði við starfsfólk í miðasölu.

1.4. Síðari athugasemdir FÍH

24. FÍH var gefið tækifæri til að koma að sjónarmiðum vegna sjónarmiða og upplýsinga sem aflað var í málinu og barst svar félagsins með bréfi, dags. 2. júní 2025. FÍH telur að svör viðburðarhúsa staðfesti að viðburðarhaldarar, sem standa fyrir viðburðum í húsunum, hafi í reynd ekkert um það að segja með hvaða hætti miðasala á viðburði fari fram. Að mati FÍH séu þeir í raun knúnir til að eiga viðskipti við Tix. Segir að af svörum Hörpu tónlistarhúss virðist sem viðburður sé einfaldlega stofnaður í miðasölukerfi Tix um leið og salur sé bókaður fyrir viðburð. Viðburðarhaldari hafi þannig ekki valkost um að annað fyrirtæki haldi utan um miðasölu á viðburðinn. Að sögn FÍH sé það í samræmi við svör sem viðburðarhaldarar hafi fengið.

25. Að mati FÍH séu svör viðburðarhúsa í einhverjum tilvikum villandi. Þjóðleikhúsið segi miðasölu á viðburði í húsinu fara fram með þrenns konar hætti, á vef leikhússins, á vefnum Tix.is og í afgreiðslu leikhússins. FÍH byggi hins vegar á því að öll þessi miðasala fari í gegnum miðasölukerfi Tix. Sé smellt á „Kaupa miða" á vef leikhússins færist notandinn strax yfir á miðasöluvef Tix. Sé keyptur miði í afgreiðslu leikhússins sé hann bókaður í gegnum miðasölukerfi Tix. Sama gildi á vefsíðum annarra viðburðarhúsa og væntanlega einnig þegar keyptur sé miði í afgreiðslu.

26. Í athugasemdum FÍH er bent á að félagið hafi ekki fengið afrit af samningum viðburðarhúsa við Tix og geti því ekki staðreynt hvort þeir feli í sér einkakaup. Svör viðburðarhúsanna séu misvísandi og virðist munur á svörum einstakra viðburðarhúsa liggja í því hvaða skilningur er lagður í hugtakið einkakaup. Að mati FÍH sé um einkakaup að ræða, ef gerð sé krafa á viðburðarhaldara að hann selji miða í gegnum Tix eða ekki sé valkostur um annað. Að sögn FÍH sé vandséð hvaða hagsmuni viðburðarhús hafi af því að skuldbinda sig til þess að nota ekki þjónustu annarra rafrænna miðasölukerfa. Slíkur samningur skapi þá aðstöðu á markaði að aðrir miðasalar hafa einfaldlega ekki tækifæri til þess að keppa við hinn ráðandi aðila á markaðnum. Það leiði af sér að tónleikahaldarar, svo sem félagsmenn FÍH, beri skarðan hlut frá borði og kostnaður við miðasölu verði margfaldur á við það sem hann þurfi að vera.

27. FÍH geri athugasemd við svör Tix um að verðlagning fyrirtækisins geti ekki verið of há í ljósi þess að viðburðarhaldarar leiti helst til Tix um miðasölu. Byggir FÍH á að ef Tix eigi í þessu samhengi við þá sem standi að viðburðunum en ekki viðburðarhúsin sjálf, sé ljóst að þessi fullyrðing sé ekki rétt. Kvörtun FÍH lúti m.a. að því að viðburðarhaldarar sjálfir hafi lítið sem ekkert um það að segja hver sjái um miðasölu fyrir þá, heldur sé þeim skylt að skipta við Tix á grundvelli samnings viðburðarhússins og miðasölunnar eða séu jafnvel ekki spurðir. Viðburðarhaldari þurfi að greiða háa þóknun og kann viðburðarhúsinu að standa á sama um það enda greiði það ekki þóknunina, hún greiðist af miðaverðinu. Það geti því ekki verið rök í málinu að þóknunin sé ekki há þar sem sífellt sé leitað til Tix um sölu á viðburði. Í ljósi fullyrðinga Tix um tvenns konar samninga, annars vegar við viðburðarhús og hins vegar við viðburðarhaldara sjálfa beint, sé að mati FÍH eðlilegt að til skoðunar komi hvort nokkuð í samningum viðburðarhúsa við Tix hindri það að viðburðarhaldarar, sem t.d. halda viðburð í Hörpu tónlistarhúsi, semji við aðra en Tix. Að sögn FÍH hafi það ekki verið reynsla viðburðarhaldara að þeir hafi val í þessum efnum, heldur virðist það sjálfkrafa gert þegar salur sé bókaður undir viðburð að viðburðurinn sé stofnaður í miðasölukerfi Tix.

1.5. Síðari athugasemdir ábendingaraðila

28. Samkeppniseftirlitið sendi ábendingaraðila í málinu tölvupóst þann 22. maí 2025 þar sem honum var gefinn kostur á að tjá sig um sjónarmið Tix og umsagnir viðburðarhúsa. Athugasemdir hans bárust Samkeppniseftirlitinu 2. júní 2025.

29. Ábendingaraðili geri athugasemdir við fullyrðingar Tix um að félagið auglýsi sig ekki opinberlega. Að sögn ábendingaraðila hafi Tix keypt auglýsingar m.a. á útvarpsstöðvunum Retró og K-100 en fyrirtækið reyni að gera sig að tækniveitu en ekki samkeppnisaðila á markaði. Þá geri ábendingaraðili athugasemd við samning Hörpu tónlistarhúss og Tix. Harpa hafi haldið því fram að til standi að bjóða út miðasöluþjónustu en slíkt útboð hafi hvorki verið auglýst opinberlega né framkvæmt. Þetta brjóti senn í bága við lög um opinber innkaup og hindri samkeppni. Að sögn ábendingaraðila sé svipuð staða uppi hjá Þjóðleikhúsinu, Borgarleikhúsinu og Menningarfélagi Akureyrar.

30. Að sögn ábendingaraðila liggi fyrir upplýsingar um að forsvarsmenn Tix hafi beint samband við viðburðarhaldara sem annaðhvort höfðu þegar samið við eða verið í viðræðum við aðra þjónustuaðila. Tix hafi boðið þeim aðilum lægra þjónustugjald og skemmri útgreiðslufrest en áður hefði verið í boði hjá Tix. Segir að þessi meintu sértæku tilboð virðist beinast sérstaklega að þeim aðilum sem höfðu íhugað eða væru að hefja samstarf við aðra keppinauta. Byggir ábendingaraðili á því að umrædd ný tilboð Tix séu því ekki liður í almennri verðstefnu, heldur markviss viðbrögð við aukinni samkeppni.

31. Slík viðbrögð geti falið í sér brot á 11. gr. samkeppnislaga, sem banni fyrirtækjum í markaðsráðandi stöðu að misnota þá stöðu til að hindra eða raska samkeppni. Þegar verðlækkunum og kjörum sé eingöngu beitt til að bægja keppinauti frá eða koma í veg fyrir að samkeppni fái að þróast á eðlilegan hátt, verði að meta slíkt sem mögulega ólögmæta háttsemi. Málið sé alvarlegt og þarfnist sérstakar skoðunar, þar sem öll gögn og lýsingar málsaðila bendi til þess að Tix hafi beitt, og haldi áfram að beita, ólögmætum viðskiptaháttum til að viðhalda yfirburðarstöðu sinni á markaði.

32. Ábendingaraðili telur fullyrðingar viðburðarhúsa um að það sé tæknilega flókið eða óhagkvæmt að skipta um miðasölukerfi standast ekki skoðun. Tix hafi í gegnum dótturfyrirtækið Tixly tekið yfir

samninga í Evrópu þar sem skipt hafi verið um miðasölukerfi á skömmum tíma. Raunverulegar hindranir virðist því ekki vera tæknilegs eðlis heldur byggi á vana, þægindum og tilfinningalegu eða samningsbundnu aðhaldi, s.k. kerfisfíkn (*e. vendor lock-in*). Jafnvel í tilviki stærri viðburðarstaða sé hægt að setja upp sérlausnir eða viðbætur með tiltölulega skömmum fyrirvara. Það sé því einungis tregða viðburðarstaða, frekar en tæknileg takmörkun sem standi í vegi fyrir heilbrigðri samkeppni.

33. Ábendingaraðili segi að áður hafi verið algengt að Tix greiddi viðburðarhöldurum út söluandvirði miða með 4-6 vikna töf eftir viðburð. Eftir innkomu keppinauta tóku Tix upp breytta útgreiðslustefnu og sama þróun átti sér stað í verðlagningu. Áður hafi þóknanir Tix almennt á bilinu 4-6% auk 1,5% kortafærslugjalda. Í kjölfar aukinnar samkeppni hafi Tix lækkað verð til ákveðinna aðila, allt niður í 2,5% en einungis þegar hótun um að skipta um þjónustuaðila hefði legið fyrir. Slíkar sértækar verðbreytingar virðist ekki vera hluti af almennri stefnu heldur markvissar tilraunir til að hindra inngöngu nýrra keppinauta. Þessi hegðun styrki rök um möguleg undirboð og misnotkun á markaðsráðandi stöðu, í því skyni að útiloka raunverulega samkeppni fremur en að tryggja neytendum betri þjónustu eða lægra verð.

34. Ábendingaraðili telji markaðsverðmæti miðasölu á Íslandi vera á bilinu 8,5 til 10 milljarðar króna árlega. Markaðurinn hafi því umtalsvert efnahagslegt vægi en þegar hann sé lokaður nýjum aðilum vegna aðgangshindrana, skorts á útboðum og markaðsráðandi hegðunar, skaði það samkeppni, valddreifingu og hagsmuni neytenda.

1.6. Síðari athugasemdir Tix

35. Tix gerir athugasemd við framsetningu gagna til umsagnar. Félagið sé borið þungum sökum um meint brot gegn ákvæðum samkeppnislaga en samantekt á athugasemd ábendingaraðila beri á engan hátt með sér að trúnaðarupplýsingar hafi verið afmáðar, heldur virðist fremur um að ræða umritun á efni svarbréfs ábendingaraðila. Tix geti því ekki gert sér grein fyrir því hvert umfang eða samhengi trúnaðarupplýsinga hafi verið í upphaflegu skjali, né heldur komi þar fram hvort fullyrðingarnar hafi verið studdar viðeigandi gögnum til sönnunar. Við þetta sé ekki hægt að una og ómögulegt að verjast þeim ásökunum sem fram komi í upphaflegu bréfi án þess að hafa fullnægjandi aðgengi að öllum upplýsingum og gögnum sem liggi þar til grundvallar.

36. Tix árétti að í svarbréfi félagsins frá 10. apríl 2025 hafi komið fram að Tix hefði ekki ráðist í aðgerðir til markaðssetningar á þjónustu sinni á sl. 6 mánuðum þar á undan, hvorki almenns eðlis né með beinum hætti gagnvart viðburðarhöldurum eða viðburðarhúsum. Þar sem spurning Samkeppniseftirlitsins hafi tekið til markaðssetningar til viðburðarhaldara og viðburðarhúsa hafi svar Tix tekið mið af þeim forsendum. Það beri ekki að skilja sem svo að Tix auglýsi sig ekki opinberlega eins og haldið sé fram í samantektinni.

37. Tix hafi hvorki staðið fyrir auglýsingum né greitt fyrir auglýsingar á miðasölukerfi sínu né viðburðum sem hægt sé að kaupa miða á í gegnum heimasíðu Tix. Viðburðarhaldarar eða viðburðarhús hafi hins vegar auglýst viðburði á sínum vegum þar sem fram komi hvar miðasala fari fram. Um slíkt tilvik hafi væntanlega verið um að ræða þann 24. maí 2025, en þar hafi ekki verið um að ræða auglýsingu á vegum Tix. Tix auglýsi gjafakort sín tímabundið í aðdraganda jóla á hverju ári. Þá birti Tix auglýsingar

í útvarpi og á auglýsingaskiltum í tilefni af 10 ára afmæli fyrirtækisins árið 2024 þar sem öllum viðskiptavinum hafi verið þakkað fyrir viðskiptin. Loks hafi Tix styrkt Handkastið hlaðvarp.

38. Um forsendur og uppbyggingu verðlagningar á þjónustu Tix er vísað til bréfs Tix frá 10. apríl 2025. Tix áréttar að félagið hafi ekki haft samband við viðburðarhaldara af fyrra bragði með boðum um viðskipti. Að auki hafi Tix ekki verðlagt þjónustu sína undir kostnaðarverði eða stundað slíkar undirboðstilraunir sem lýst sé í samantektinni.

39. Tix árétti að félagið hafi ekki forræði á þeim skilmálum sem gildi á milli viðburðarhúsa og viðburðarhaldara eða eftir atvikum listamanna sem nýta sér aðstöðu viðburðarhúsa. Tix telji viðskiptahætti sína og samningsskilmála samræmast ákvæðum samkeppnislaga að öllu leyti og vísar á bug öllum ásökunum ábendingaraðila um meint brot á samkeppnislögum. Telur Tix jafnframt að svör viðburðarhúsa staðfesti að ekkert í samningum Tix við viðburðarhús eða viðskiptahætti félagsins sé til þess fallið að hamla samkeppni á þeim mörkuðum sem félagið starfi á. Þvert á móti líti Tix svo á að aðgengi að umræddum mörkuðum sé mjög opið fyrir aðila sem hafi áhuga á að hefja þar starfsemi.

40. Tix bendi einnig á að þeir markaðir sem hér séu til skoðunar séu ekki bundnir við Ísland. T.a.m. hafi KSÍ nýverið samið við erlendan þjónustuaðila um sölu á öllum miðum á viðburði á vegum sambandsins. Loks sé starfsemi Tix á Íslandi einungis hluti af heildarstarfsemi samstæðu félagsins. Þá virðist sem einungis hluti af þeim sjónarmiðum sem liggi fyrir í málinu, hvort tveggja af hálfu Samkeppniseftirlitsins í bréfi til viðburðarhúsa frá 25. apríl 2025, sem og fyrirliggjandi ábendingum, beinist fremur að viðburðarhöldurum. Vísast þar m.a. til sjónarmiða um opinber innkaup, uppgjör viðburðarhúsa við listafólk, afstöðu til þess að skipta um miðasölukerfi og/eða skipta við fleiri en einn aðila sem selji aðgang að slíku kerfi o.fl. Tix sér ekki ástæðu til þess að tjá sig um þessi atriði að svo stöddu, enda tengjast þau starfsemi Tix og háttsemi félagsins ekki með beinum hætti.

2. Niðurstaða Samkeppniseftirlitsins – tilmælum beint til Tix

41. Eins og áður er rakið hefur Samkeppniseftirlitið ákveðið að taka mál þetta ekki til formlegrar rannsóknar á þessu stigi, umfram þá rannsókn og upplýsingaöflun sem þegar hefur farið fram.

42. Hins vegar telur Samkeppniseftirlitið veigamikil rök hnigi til þess að Tix teljist í markaðsráðandi stöðu á markaði fyrir miðasölu í gegnum rafræn miðasölukerfi á viðburði þriðja aðila á Íslandi. Samkvæmt 1. mgr. 4. gr. samkeppnislaga er markaðsráðandi staða fyrir hendi þegar fyrirtæki *„hefur þann efnahagslega styrkleika að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og það getur að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda."* Ef fyrirtæki er með 50% markaðshlutdeild eða meira eru *„allar líkur"* á að það sé í markaðsráðandi stöðu, sbr. dóm Hæstaréttar í máli nr. 188/2010, *Hagar hf. gegn Samkeppniseftirlitinu.*

43. Í 11. gr. samkeppnislaga er lagt bann við því að fyrirtæki í markaðsráðandi stöðu misnoti hana og rík skylda hvílir á fyrirtækjum í slíkri stöðu að grípa ekki til neinna ráðstafana sem raskað geta samkeppni með óeðlilegum hætti eða misbeitt með öðrum hætti stöðu sinni. Ákvæði 11 .gr. laganna er byggt á 54. gr. EES-samningsins og við túlkun þess er almennt rétt að hafa hliðsjón af EES/ESB-samkeppnisrétti, sbr. t.d. úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 1/2012, *Síminn gegn Samkeppniseftirlitinu.* Ákvæði 11. gr. samkeppnislaga hefur að geyma dæmi um hvers konar háttsemi

teljist misnotkun á markaðsráðandi stöðu. Dæmin sem tilgreind eru í ákvæðinu eru þó ekki tæmandi talin.

44. Samkeppnislög banna ekki markaðsráðandi fyrirtækjum að bregðast við samkeppni með því að lækka verð ef sú verðlækkun byggir á hlutlægum og málefnalegum sjónarmiðum eða að bregðast við samkeppni á annan hátt. Þvert á móti er það í samræmi við markmið samkeppnislaga og hagstætt neytendum að markaðsráðandi fyrirtæki taki með virkum hætti þátt í heilbrigðri verðsamkeppni eða bæti og auki vöru- eða þjónustuframboð. Hins vegar bannar 11. gr. samkeppnislaga markaðsráðandi fyrirtækjum að veikja keppinaut sinn með því að beita öðrum aðferðum en þeim sem teljast til eðlilegrar samkeppni í skilningi samkeppnisréttarins. Af þessu leiðir að ekki er öll verðlækkun eða verðsamkeppni af hálfu markaðsráðandi fyrirtækja lögmæt, sbr. t.d. fyrrnefndan dóm Hæstaréttar í máli nr. 188/2010.

45. Ef markaðsráðandi fyrirtæki bregst við nýjum keppinauti með verðlækkun sem felur í sér að vara er seld undir kostnaðarverði getur það falið í sér brot gegn 11. gr. samkeppnislaga. Einnig getur það verið brot ef markaðsráðandi fyrirtæki grípur til sértækrar verðlækkunar sem ætlað er að raska samkeppni. Þá er um að ræða aðgerð sem beint er gegn nýjum keppinautum sérstaklega eða þeim vörum sem þeir selja. Með þeirri aðgerð er markaðsráðandi fyrirtæki að fórna skammtíma hagnaði gagngert í því skyni að útiloka keppinaut frá markaði eða hindra inngöngu hans á markaðinn. Báðar þessar aðgerðir fela í sér árásarverðlagningu af einhverju tagi, enda beinast þær gegn keppinauti með því lokatakmarki að hrekja hann af markaði eða skaða samkeppnisstöðu hans með alvarlegum hætti. Sértæk verðlækkun eða undirverðlagning markaðsráðandi fyrirtækis gegn nýjum keppinauti getur því falið í sér brot gegn 11. gr. samkeppnislaga.

46. Það fer sömuleiðis gegn 11. gr. samkeppnislaga ef markaðsráðandi fyrirtæki skuldbindur kaupanda til þess að kaupa alla þjónustu eða vörur viðkomandi tegundar eða stóran hluta hennar, af því fyrirtæki. Ástæða þess að slík ákvæði um einkakaup eru talin ólögmæt er fyrst og fremst sú að þau eru til þess fallin að útiloka eða takmarka verulega samkeppni frá minni eða nýjum keppinautum um viðkomandi viðskipti. Getur það haft veruleg skaðleg áhrif á þá takmörkuðu samkeppni sem getur ríkt á slíkum mörkuðum. Sama regla um einkakaupasamninga markaðsráðandi fyrirtækja er lögð til grundvallar í EES/ESB-samkeppnisrétti.

47. Gildistími einkakaupasamnings sem markaðsráðandi fyrirtæki stendur að getur skipt máli. Því lengri sem gildistíminn er því líklegra er að hann sé til þess fallinn að hafa alvarleg áhrif á samkeppni. Þá er lögmæti einkakaupasamnings ekki háð því hvort samningurinn gildi að lágmarki til ákveðins tíma. Því síður ræður það úrslitum hvort viðskiptavinur geti auðveldlega sagt samningnum upp, sbr. úrskurð áfrýjunarnefndar í máli nr. 3/2008. Huga þarf að aðstæðum á markaðnum þegar lagt er mat á skaðsemi slíkra samninga markaðsráðandi fyrirtækja. Einkakaupasamningur markaðsráðandi fyrirtækis felur í sér misnotkun jafnvel þó slíkur samningur sé gerður að beiðni kaupandans, sbr. t.d. úrskurð áfrýjunarnefndar í máli nr. 3/2006. Ástæða þessa er sú að samkeppni á viðkomandi markaði er þegar mjög takmörkuð vegna tilvistar hins markaðsráðandi fyrirtækis og einkakaupasamningar raska með alvarlegum hætti þeirri takmörkuðu samkeppni. Í því sambandi skiptir ekki máli að lögum hver á frumkvæði að gerð samnings af þessum toga.

48. Samningur þarf ekki að kveða á um að kaupandi kaupi allar viðkomandi vörur af hinu markaðsráðandi fyrirtæki til þess að hann teljist einkakaupasamningur og fari þannig gegn 11. gr. heldur nægir að einkakaupin taki til verulegs hluta kaupanna. Dómstóll ESB hefur talið að 75-80% teljist verulegt í þessu samhengi, sbr. dóm ESB í máli nr. 85/76 *Hoffman-La Roche gegn framkvæmdastjórn ESB.*

49. Hvað þetta mál varðar telur Samkeppniseftirlitið ljóst að ef eitt miðasölufyrirtæki tryggir sér einkarétt á samningum við öll helstu viðburðarhús landsins getur það leitt til mjög sterkrar markaðsstöðu viðkomandi fyrirtækis. Mæla rík samkeppnissjónarmið með því að miðasölufyrirtæki í slíkri stöðu hagi samningsgerð sinni við viðburðarhús þannig að samningar séu tímabundnir og gildi í það minnsta ekki lengur en fimm ár hverju sinni.[3] Lengri samningar eru sérstaklega varhugaverðir og fela líklega í sér aðgangshindrunar sér í lagi þegar viðsemjendur á markaðnum eru fáir.

50. Í ljósi alls framangreinds beinir Samkeppniseftirlitið því til Tix að gæta að stöðu sinni á markaði og leggja upplýst mat á hvort fyrirtækið sé í markaðsráðandi stöðu. Jafnframt er því beint til fyrirtækisins að yfirfara samninga við viðsemjendur sína og ganga úr skugga um að í þeim felist ekki skuldbindingar sem fara gegn banni 11. gr. samkeppnislaga, sem banna misnotkun á markaðsráðandi stöðu. Í því felst meðal annars að markaðsráðandi fyrirtæki ber að gæta þess að skuldbinda ekki kaupanda til þess að kaupa alla þjónustu eða vörur viðkomandi tegundar eða stóran hluta hennar. Geta slíkir samningar verið ólögmætir þótt þeir innhaldi ákvæði um uppsögn.[4] Einnig er mikilvægt að gæta þess að verðleggja ekki vörur eða þjónustu undir kostnaðarverði, einkum breytilegum kostnaði, þar sem slík háttsemi getur talist til misnotkunar á markaðsráðandi stöðu.

51. Tilmæli þessi er sett fram með vísan til 2. mgr. 3. gr. reglna nr. 880/2005 um málsmeðferð Samkeppniseftirlitsins.

52. Að öðru leyti en að framan greinir mun Samkeppniseftirlitið ekki aðhafast frekar í málinu á þessu stigi. Samkeppniseftirlitið kann hins vegar á síðari stigum að taka til formlegrar rannsóknar hvort háttsemi Tix feli í sér brot á samkeppnislögum, berist frekari kvartanir eða ábendingar þar um.

Virðingarfyllst,
Samkeppniseftirlitið

Páll Gunnar Pálsson

Brynjólfur Sigurðsson

Afrit: Viðburðarhús og FÍH

[3] Fimm ára samningstími telst málefnalegur með hliðsjón af eðli þeirra hugbúnaðarsamninga sem hér um ræðir, þótt lengri samningstími geti verið réttlætanlegur þegar umfang samnings og nauðsynlegar fjárfestingar gefa tilefni til.
[4] Einkakaupasamningar kunna einnig að fara í bága við 10. gr. samkeppnislaga sem bannar ólögmætt samráð, þ. á m. tiltekna lóðrétta samninga, sjá nánar. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52022XC0630(01).