

Dimmalætting  
Smyrilsvegur 13  
100 Tórshavn

Tórshavn, 23. juli 2008

J.nr.: K600-2008015

Viðgjørt: LO

Tygara ref:

**Att: Jónsvein Simonsen, stjóri**

### **Viðvíkjandi yvirtøkuni hjá P/f Dimmalætting av P/f Vinnuvitan og Sp/f Vikublaðið**

P/F Dimmalætting hefur 23. apríl 2008 fráboðað Kappingareftirlitinum, at fyrítøkan hefur keypt P/f Vinnuvitan. Fráboðanin er við ískoytis upplýsingum fullfíggað 7. mai 2008.

Talan er um eina samanlegging sambært Kappingarlógini § 13, nr. 1, tí Dimmalætting fær fult ræði og harvið avgerandi ávirkan á Vinnuvitan og Vikublaðnum.

Tá ið samlaði umsetningurin hjá viðkomandi fyrítøkum er 75 mió. kr. ella meiri í Føroyum, og tær hvør hava ein ársumsetning, sum í minsta lagi er 4 mió. kr., skal samanleggingin fráboðast Kappingarráðnum, sbr. § 14, stk. 2 nr. 3, og skal Kappingarráðið sambært § 15 viðgera samanleggingina við atliti at, um hon forðar virknari kapping við tað, at ein marknaðarráðandi støða verður skapt.

#### **Avgerð**

Við støði í móttiknu upplýsingunum og í viðmerkingunum, sum komu fram á fundi tann 9. juli 2008, hefur Kappingarráðið sama dag tikið avgerð um, at loyva samanleggingini, tó – vísandi til § 15, stk. 2 - treytað av, at kappingarklauslarnir í keypsáttmálanum § 10 verða broyttir frá trimum árum til tvey ár.

Avgerðin hefur við sær, at fráboðarin skal senda Kappingareftirlitinum nýggjan keypsáttmála, har ásetingin í § 10 er broytt frá trimum árum til tvey ár. Tá Kappingareftirlitið hefur móttikið keyparans vátan fyri at broyting av keypsáttmálanum er framd, er samanleggingin hervið endaliga góðkend.

#### **Luttakandi fyrítøkur**

Samanleggingin fevnir um samtakið P/f Dimmalætting og samtakið P/f Vinnuvitan.

Dimmalætting, ið hefur sítt virksema innan blaðútgávu, prenting og blaðútbering, er meirilutapartaeigari í P/f Prentmiðstøðini og felagseigari í P/f Føroya Prent. Sambært §§2-3 í kunngerð um útrokning av umsetningi í kappingarlógini, eru hesi trý feløg í samtøku, við tað at P/f Prentmiðstøðin er dóttirfelag til P/f Dimmalætting og P/f Føroya Prent er atknýtt fyrítøka.

Samtøkuumsetningurin hjá Dimmalætting samtakinum í 2007 var xxxx mió. kr.

P/f Vinnuvitan, ið hevur sítt virkseimið innan blaðútgávu, eigur allan eginpeningin í P/f Vikublaðnum. Sambært §§2-3 í kunngerð um útrokning av umsetningi í kappingarlógini, eru hesi bæði í samtøku, við tað at Vikublaðið er dóttirfelag hjá Sp/f Vinnuvitan.

Samtøkuumsetningurin hjá P/f Vinnuvitan í 2007 var xxxx mió. kr.

### **Avtalur í sambandi við samanleggingina**

Í sambandi við samanleggingina hava keypari (Dimmalætting) og seljari (Vinnuvitan/Vikublaðið) gjørt keypsáttmála, ið skipar treytirnar fyri søluni. Keypsáttmálin inniheldur í § 10 ein kappingarklausul, har seljararnir binda seg til, í eitt tíðarskeið uppá 3 ár eftir yvirtøkudagin, ikki at reka virkseimi, sum kappast ella kann kappast við virkseimi í Føroyum hjá P/f Vinnuvitan ella dótturfelgum tess, ella P/f Dimmalætting ella dótturfelgum tess.

### **Lýsing av marknaðinum**

#### ***Fráboðarans lýsing av marknaðinum***

Sambært fráboðara, er talan um fjøðmiðlamarknaðin, har kappingin er sera hörð. Umframt kappingina millum føroysku miðlar (nevnd verða Útvarp Føroya, Sjónvarp Føroya, Lindin, Rás 2, Suðurrás, Dimmalætting/Vinnuvitan/Vikublaðið, Norðlýsið, Oyggtatíðindi, Trúboðin og Kvinna), so eru nógvir útlenskir miðlar, sum herða kappingina. Nevnd verða útlenskar út- og sjónvarpssendingar og bløð sum Børsen, Jyllandsposten, Berlingske Tidende, Ekstrabladet, Politiken v.m.

Teir føroysku miðlarnir kappast um lesarar/lurtarar og lýsaras, meðan kappingin frá útlenskum miðlum er um lesararnar/lurtararnar.

Hjá Dimmalætting hevur støðan verið tann, at raksturin í fleiri ár hevur givið hall, og tí verður mett avgerandi neyðugt við eini konsolidering innan vinnuna, um gongdin skal vendast. Eisini vísir roknskapurin, at raksturin av Vinnuvitan gevur hall.

Mett verður, at samanleggingin fer at betra munandi um grundarlagið fyri at fáa lønseimi í øll trý bløðini. Samanleggingin vil geva eina betri og meiri fjøltáttaða tænastu til lesaran og lýsaran og somuleiðis viðføra gagnligar synergiir, og effektivari rakstur á fleiri økjum.

Mett verður, at kappingin um lesarar og lýsaras verður óbroytt, men uppá longri sikt verður herd. Fráboðarin metir, at Miðlahúsið hevur havt vøkstur í marknaðarpartinum seinastu 3 árin, samstundis sum marknaðarparturin hjá P/f Dimmalætting er fallin. Eftir fráboðarans fatan verður Dimmalætting/Vinnuvitan/Vikublaðið størsta privata miðlafyrirøkan í landinum. Mett verður, at størstu kappingarneytarnir eru Kringvarp Føroya og Miðlahúsið.

#### ***Kappingareftirlitsins lýsing av marknaðinum***

Til tess at kunna meta um samanleggingin hevur við sær, at virkna kappingin á marknaðinum verður skerd, er neyðugt at kanna viðkomandi marknað. Marknaðurin verður skilmarkaður í vørumarknað og í landafrøðiligan marknað.

Landafrøðiligi marknaðurin er tað øki, har fyrítøkan selur sínar vørur, har kappingartreytirnar eru einsháttadar og sum kunnu skiljast burtur frá avmarkaðum økjum, vegna týðandi frávik í kappingartreytunum. Marknaðurin hjá luttakandi fyrítøkunum er í høvuðsheitum tann føroyski. Tá ið innihaldið í stóran mun snýr seg um føroysk viðurskifti, verður met, at bløð úr eitt nú Danmark ikki eru substituttar, men í nøkrum førum kunnu vera komplimentar. Her verður hugsað um tíðindi uttanlands.

Allýsingin av vørumarknaðurin er marknaðurin, har fyrítøkan selur sínar vørur, og vørur, ið brúkarin metir kann koma í staðin, tí tær eru eins nýtiligar við støði í dygd og kostnaði. Hyggjast skal tí m.a. eftir líkleika millum skapi av vørunum, muni og líkleika í brúksvirðinum hjá vørunum, prísmunin millum tvær vørur og meirkostnaðurin av at skifta til vørur hjá møguligum kappingarneytum.

Vørumarknaðurin hjá luttakandi fyrítøkunum er fjølmiðlamarknaðurin og lýsingarmarknaðurin. Hesir marknaðir eru ymiskir á mangan hátt, tí talan er um at nýta ymiskar miðlar (amboð) at senda út tíðindir, lýsingar og aðra kunning. Talan kann vera um bløð (dagbløð, vikubløð, fakbløð v.m.), útvarp, sjónvarp og internet. Umframt ymisleika við miðlaamboð, so kann innihaldið eisini vera fjølbroytt. Nakrir hava innihald av almennum áhuga, meðan aðrir venda sær til ávísar samfelagsbólkar við serligum áhuga, landafrøðiligum áhuga, lívsstíli, kyn, aldur v.m.

Í kappingarligum høpi er avgerandi spurningurin, hvørjir miðlar kunnu koma í staðin fyri hvønn annan (substituerbarir), tvs. kappast á sama marknaði, og hvørjir komplimentera hvør annan.

Á fjølmiðlamarknaðinum er høvuðsvoran tíðindaflutningur, skilt í breiðari merking sum viðgerð av politiskum viðurskiftum, viðgerð av hendingum innanlands og uttanlands, viðgerð av fíggjar-, vinnu- og mentanarmálum, ítróttur v.m. Amboðini til at varpa vøruna á marknaðin eru prentmiðlar og elektroniskir miðlar.

Gjøgnumgondin av marknaðinum vísir, at Sosialurin, Dimmalætting, Oyggjatiðindi, SVF, ÚF, Rás2 og Vinnuvitan, eru substituerbar, tí innihaldið á so nógvan hátt snýr seg um tíðindi í merkingini nevnd omanfyri, umframt dagsaktualitetin. Hetta seinasta víkja Oyggjatiðindi og Vinnuvitan møguliga nakað frá, men tá ið innihaldið fevnir um tað sama, verður tó met, at bløðini eru hoyrandi hertil.

Mett verður somuleiðis, at Norðlýsið og Vikublaðið eru komplimentar til hesi, tí tíðindi ikki eru eins dagsaktuel, og tí innihaldið ikki fevnir um tað sama. Bæði bløðini koma út einaferð um vikuna. Norðlýsið er eitt lokalblað, og tí er tíðindaflutningurin ikki eins víðtøkin. Vikublaðið leggur størri dent á at hava frásagnir heldur enn tíðindi í merkingini omanfyri.

Heimasíður verða mettar at fella bæði innan fyri og uttan fyri tann stóra fjølmiðlamarknaðin, tí á nógvan hátt eru tíðindini samlík, men víkja frá í viðgerð. Bløð, útvarp og sjónvarp viðgera tíðindini meira nágreinilig, meðan heimasíður siga frá í stuttum um hendingarnar.

Samanumtikið kann sigast, at Sosialurin, ÚF, Rás2 og SVF eru á sama marknaði sum Dimmalætting, tá ið tað snýr seg um tíðindaflutning, meðan Oyggjatiðindi, Vinnuvitan og heimasíður, bert í ávísan mun verða met at kunna setast í staðin fyri frammanfyri nevndar miðlar, og at Norðlýsið og Vikublaðið eru komplimentar.

Lýsingarmarknaðurin kann bítast sundur í prentmiðlar, eletroniskarmiðlar og “outdoor” lýsingar. Miðlarnir eru ymiskir sum lýsingarmiðil. Í fyrsta lagi er tað ymiskt, hvussu teir einstaku miðlarnir (t.d. bløð, sjón- og útvarp) eru egnaðir sum boðberi av eini ávísari lýsing. Í øðrum lagi er virknaðurin ymiskur. Í øðrum londum verður eisini tikið atlit til landafrøðilig viðurskifti, men hetta ger seg neyvan galdandi í Føroyum, tá ið marknaður er so lítil. Tó er Norðlýsið móguliga eitt undantak, tí lýsingar her eru serliga vendir móti lokala samfelagnum í Norðoyggjum og ein part av Eysturoynni.

Tað sum lýsarin m.a. tekur hædd fyri, er, títtføri og hvussu víða kemur lýsingin. Lýsingin skal verða sædd fleiri ferðir. Vanliga tekur eitt lýsingaráttak frá einari til fýra vikur. Eisini skal støða takast til hvør miðil er best egnaður. Hetta val er tengt at málbókinum vøran/tænastan er vend ímóti, prísir og slag av vøru/tænastu.

At miðlarnir eru ymiskir sum lýsingarmiðlar, ger, at tað neyvan ber til at tosa um ein lýsingarmarknað, tí heldur enn at substituera hvør annan, komplimentera teir hvør annan. Hetta gevur lýsaranum móguleika fyri, at lýsa á ymiskan hátt í ymiskum miðlum. At ein lýsari lýsir í ymiskum miðlum, merkir tí ikki, at teir ymisku miðlarnir kappast á sama marknaði, men at miðlarnir stuðla undir hvønn annan.

Mett verður, at prentmiðlar og heimasíður hoyra til sama marknað, og at sjón- og útvarp eru komplimentar til henda marknað. Grundgevingin er serliga munurin á miðlum sum berari av lýsingum og kostnaðurin.

Har teksturin gevur móguleika til samansettan boðskap, er sjón- og útvarp egna til “imageannoncering”. Hetta merkir, at um eitt nú prísurin á prentmiðlalýsingum fer upp, so vendir lýsarin sær ikki til sjón- og útvarp í staðin, tí miðlarnir geva ikki sama móguleika, umframt at kostnaðurin er nógv hægri.

Á viðkomandi marknaði eru sostatt Dimmalætting, Sosialurin, Norðlýsið, Oyggjatíðindi, Portal.fo, Vágaportalurin.fo og 123.fo.

Tann samlaði umsetningurin á lýsingarmarknaðinum í 2007 var xxxx mió. kr. Býtið í prosent-partar vísir, at Dimmalætting, Sosialurin og Vikublaðið liggja um tey xxxx %, Vinnuvitan, SVF og ÚF liggja um tey xxxx %, meðan restin av teimum umleið xxxx % er býtt millum hinar miðlarnar, sí mynd 2.

Mynd 2: Føroyski lýsingarmarknaðurin áðrenn samanleggingina  
(*Kappingarráðið hevur valt ikki at almannakunngerða myndina*)

Á mynd 3 sæst, at samanleggingin hevur við sær, at dimmalættingsamtakið fer at hava xxxx % av marknaðinum fyri lýsingar í Føroyum. Meðan Sosialurin fer framvegis at hava xxxx %. Havast skal tó í huga, at Sosialurin hevur eina strategiska avtalu við Føroya Tele, um Olivant-portalin og hevur tí eina sterkari marknaðarstöðu enn sæst á mynd 3.

Mynd 3: Føroyski lýsingarmarknaðurin eftir samanleggingina

*(Kappingarráðið hevur valt ikki at almannakunngerða myndina)*

Viðkomandi lýsingarmarknaður er avmarkaður til at fevna um prentmiðlar og heimasíður. Her var umsetningurin í 2007 xxxx mió. kr.. Býtt í prosentpartar hevur Sosialurin xxxx %, Vikublaðið xxxx %, Dimmalætting xxxx %, Vinnublaðið xxxx %, meðan restin av teimum umleið xxxx % er býtt millum hinar miðlarnar, sí mynd 3

Mynd 4: Viðkomandi marknaður áðrenn samanleggingina

*(Kappingarráðið hevur valt ikki at almannakunngerða myndina)*

Verður hugt eftir, við støði í hesum umsetningi, hvussu býtið verður, eftir at Dimmalætting hevur yvirtikið Vinnuvitan og Vikublaðið, so verður teirra partur xxxx % av marknaðinum, sí mynd 5.

Mynd 5: Viðkomandi marknaður eftir samanleggingina

*(Kappingarráðið hevur valt ikki at almannakunngerða myndina)*

## **Heimildir**

Sambært § 15 í Kappingarlógini skal kannast um samanlegging av fyrítøkum hindrar virknari kapping við tað, at ein marknaðarráðandi støða, ið ein ella fleiri fyrítøkur hava, verður skapt, ella at ein slík støða styrkist. Tá ið metast skal um avleiðingarnar av eini samanlegging, er tað, sambært viðmerkingunum til § 15, marknaðarstyrkin hjá luttakandi fyrítøkunum á marknaðinum, ið er mest avgerandi. Kannast skal tí, um kappingin minkar á marknaðinum, og ikki um ein miðsavnan fer fram.

Umframt hesi viðurskifti skal tann veruliga ella møguliga kappingin frá fyrítøkum, sum eru í ella uttan fyri Føroyar, kannast.

Eisini skal hyggjast eftir marknaðarbygnaðinum, støðuni hjá luttakandi fyrítøkunum á marknaðinum og teirra fíggarliga styrki, valmøguleikarnir hjá kundunum og veitarunum til veitingar ella marknaðir, rættiligar ella veruligar forðingar fyri atgongd til marknaðin, menning í útboði og eftirspurningi viðvíkjandi ávísu vøruni ella tænastráðini, áhugamálini hjá brúkarunum í millumliðunum og áhugamálini hjá endabrukaranum, umframt tøknilig og búskaparlig menning, um tað er ein fyrimunur fyri brúkaran, og tað ikki er ein forðing fyri kappingina.

Í metingini av miðsavnanini vil ein øking í marknaðapartinum til eitt nú 25% vanliga ikki metast at hindra kappingina. Tá mett verður um marknaðarpart, skal tað kannast, um marknaðarpartarnir hava verið støðugir seinastu árinum, og um marknaðarpartarnir kunnu fasthaldast í framtíðini. Atlit má takast til menningina á marknaðinum, eisini um talan er um ein marknað, eyðkendur við skjótari tøkniligari menning.



Í metingini av, um ein samanlegging hefur neiliga ávirkan á kappingarstøðuna, kunna fylgjandi spurningar eisini setast: 1) at útlit eru til at fyrítøkan, sum verður yvirtikin innan styttri tíðarskeið, verður tvungin út av marknaðinum, um fyrítøkan ikki verður yvirtikin, 2) at marknaðarparturin hjá fyrítøkuni fer til fyrítøkuna, sum tekur yvir og 3) at einki alternativ er til yvirtøkuna, sum virkar minni kappingaravmarkandi.

### **Meting av samanleggingini**

Kappingarráðið er ikki av somu fatan sum fráboðarin, tá tað snýr seg um at skilmarkað viðkomandi marknað. Á tíðindamarknaðinum eru Dimmalætting, Sosialurin, SVF, ÚF og Rás2 á einum marknað, meðan Oyggjatíðindi, Vinnuvitan bert í vissan mun verða mett at kunna setast í staðin fyri frammanfyri nevndar miðlar. Á lýsingarmarknaðinum eru allir prentmiðlarnir á einum marknaði, umframt heimasíður.

Samanleggingin hefur við sær, at Dimmalætting fær ein størri part av marknaðinum. Á fjølmiðlamarknaðinum fer samtakið umframt at hava dagblað, eisini at fevna um blað til vinnuna og blað, ið kemur í hvørt hús. Á lýsingarmarknaðinum fer samtakið at hava umleið xxxx % av marknaðinum, tvs meira enn 25 %.

Kappingareftirlitið hefur í síni viðgerð ikki mett, um støðan hjá bløðunum var so vánalig, at tey høvdu verið tvungin út av marknaðinum, um fyrítøkurnar ikki vóru yvirtiknar. Bert um samanleggingin hevði havt slík skaðilig árin á kappingina, at hon ikki vildi verið loyvd, hevði verið viðkomandi at tikið støðu til tað.

Verður mett um kappingini á marknaðinum, so er kappingin á fjølmiðlamarknaðinum serliga millum Dimmalætting, Sosialin, Rás2, SVF og ÚF. Her er í veruleikanum talan um triggjar fyrítøkur, har Dimmalætting við at yvirtaka Vinnuvitan og Vikublaðið styrkir seg í kappingini. Men mett verður ikki, at hetta hefur við sær eina minking í kappingini, heldur kanska tvørturímóti. Henda støða broytir heldur ikki so nógv upp á móguleikarnar hjá eitt nú Norðlýsinum og Oyggjatíðindi og øðrum portalum á tíðindamarknaðinum, tí hesir antin bert í vissan mun kunnu setast í staðin fyri nevndu miðlar ella eru komplimentar. Harnæst hefur samanleggingin ikki við sær, at kundar ella veitarar fáa færri valmöguleikar, og at forðingar verða gjørdar fyri atgongd til marknaðin.

Verður hugt at kappingini á lýsingarmarknaðinum, so hefur marknaðurin verið so nøkulunda javnt býttir millum Sosialin, Dimmalætting og Vikublaðið. Við samanleggingini verður tað í høvuðsheitum tveir sterkir miðlar á marknaðinum, har Dimmalætting hefur umleið xxxx % av marknaðinum og Sosialurin umleið xxxx %. Her er altso talan um miðsavnan, men sum nevnt í lógarviðmerkingunum, so er spurningurin, hvørjar avleiðingar hetta hefur fyri kappingina.

Kappingarráðið hefur í síni viðgerð av samanleggingini tikið við í metingina, at Dimmalætting nú fær móguleika til at veita samantvinnaðar lýsingartænastur - sokallað bundling. Hetta merkir, at kappingin á marknaðinum fyri samantvinnaðar lýsingartænastur gerst størri og úrvæli og vælmöguleikarnir hjá lýsaranum økist.

Kappingarráðið metir, at sjálvur marknaðarbygnaðurin innan tíðinda- og lýsingaflutning hefur fleiri serkenni, ið viðføra, at tað er ósannlíkt, at tann miðsavnan, ið samanleggingin viðførur, í framtíðini kann viðføra, at ein ráðandi støða verður misnýtt. Tá mett verður um marknaðarbygnað, verður serligt atlit tikið til atgongdsforðingar (*entry barriers*). Tá mett verður um atgongdsforðingar, verður hugt at viðurskiftum, ið tarna fyrirkomandi at koma inn á marknaðin. Kappingarráðið metir ikki, at tað eru atgongdsforðingar av týðningi. Tvørturímóti metir Kappingarráðið, at tann tøkniliga broytingin seinastu mongu árinum hefur gjørt, at atgongdsforðingarnar, ið fyrr vóru á fjølmiðlamarknaðinum, eru sera lággar. Her verður serliga hugsað um íløgutørvin.

Soleiðis sum fíggarliga støðan hjá luttakandi fyrirkomandi hefur verið, so hava tær allar havt trupulleikar við rakstrinum. Sannlíkt er, at samanleggingin fer at styrkja fíggarligu støðuna hjá teimum. Hóast at samanleggingin førir til eina miðsavnan, skuldi hetta havt við sær økta kapping.

Kappingarráðið metir, at samanleggingin í stóran mun fer ikki at ávirka teir smáu lýsingarmiðlarnar, tí hesir nøkta ein serliga tørv á marknaðinum, eitt nú í lokalaumhvørvinum.

Við støði í omanfyri standandi er heildarmetingin hjá Kappingarráðnum, at samanleggingin millum Dimmalætting, Vinnuvitan og Vikublaðið ikki hindrar virknari kapping við tað, at ein marknaðarráðandi støða verður skapt.

### **Meting av atknýttum avtalum**

Keypsáttmálin inniheldur í § 10 ein kappingarklausul, har seljararnir binda seg til, í eitt tíðarskeið uppá 3 ár eftir yvirtøkudagin, ikki at reka virksema, sum kappast ella kann kappast við virksema í Føroyum hjá P/f Vinnuvitan ella dótturfeløgum tess, ella P/f Dimmalætting ella dótturfeløgum tess.

Meginreglan í kappingarrætti er, at kappingarklausular eru ólógir, men víkjast kann frá hesum, um tað er neyðugt fyri samanleggingina.

Sambært lógarviðmerkingunum til Kappingarlógina var tað Løgtingsins ynski, at laga føroyska kappingarlógarverkið til ES kappingarlógarverkið. Tískil metir kappingarráðið, at rættast er at leggja seg at siðvenjuni í ES.

Í fráboðan frá Europa Kommissiónini frá 2005<sup>1</sup> verður vegleitt um, hvørjar kappingarklausular myndugleikin eigur at góðtaka og hvørjar, ið skulu sýstast ella broytast. Sambært hesi vegleiðing kunnu kappingarklausular uppá trý ár góðtakast, um talan er um bæði know-how og goodwill. Er hinvegin bara talan um goodwill, er tað vorðið siðvenja hjá kommissiónini einans at loyva klauslar uppá tvey ár.

Sambært fyriskipan nr. 772/2004 hjá Europa kommissiónini er know-how upplýsingar, ið eru fingnar við royndum, ið eru loyniligar, tvs, ikki eru almennar ella lætt atkomuligar, og týðningarmiklar, tvs. týðningarmiklar og gagnligar fyri framleiðsluna av vøruni. Hesi viðurskifti skulu kunna eyðmerkjast, soleiðis at móguleiki er fyri at kunna avgera, um talan er um loyniligar og týðningarmiklar upplýsingar.

<sup>1</sup> Kommissionens meddelelse om konkurrencebegrænsninger, der er direkte knyttet til og nødvendige for gennemførelse af fusioner (2005/C 56/03)

Kappingarráðið er av teirri fatan, at fráboðarin ikki hevur ført neyðugu prógvini fyri, at talan er um loyniligar og týðningarmiklar upplýsingar. Mett verður, at vitanin hjá seljarunum innan KT-vitan, tænaðstúmenning og evnini at seta í gongd, ikki er av slíkum slagi, at talan er um know-how. Millum annað hevur Businnes-line, ið annar eigari eigur í dag, somu skipan sum Vinnuvitan.biz, og tí verður met, at hesir upplýsingar ikki eru loyniligar, umframt at tað er ikki neyðugt við serligum týðningarmiklum og gagnligum upplýsingum fyri víðari raksturin av Vinnuvitan.bz. Ráðið metir, at fráboðarin við kappingarklausulinum vil tryggja sær, at fáa ágóðan av tí, ið seljarin møguliga fer at seta í gongd.

Niðurstøðan hjá Kappingarráðnum er, at tey sjónarmið, sum umboðini fyri Dimmalætting førði fram á fundinum 9. Juli 2008 viðv. seljarunum, ikki góðu grundarlag fyri at loyva einum kappingarklausuli uppá trý ár, við tað at umboðini ikki førdu prógv fyri at talan er um know-how.

Hinvegin metti Kappingarráðið, at tað kann verða rímligt at hava ein kappingarklausul upp á tvey ár, grunda á, at í hesum føri er talan um avhendan av goodwill. Í hesum sambandi er atlit m.a. tikið til tað rímliga í, at seljari ikki beinanvegin fer í gongd við sama virksemini og harvið møguliga tekur kundar við sær.

Vísandi til §15, stk. 2 í kappingarlógini, hevur Kappingarráðið tikið tað avgerð, at loyva samanleggingini, tó treytað av, at kappingarklausularnir í keypsáttmálanum § 10 verða broyttir frá trimum árum til tvey ár.

### **Kæruvegleiðing**

Henda avgerð kann innan 4 vikur eftir móttøku av hesum skrivi kærast til Vinnukærunevndina, co Føroya Kærustovnur, Sigmundargøta 13, 2. hædd, postsmoga 45, FO-110 Tórshavn.

Vegna Kappingarráðið

Ingunn Eiríksdóttir  
forkvinna

Terje Sigurðsson  
deildarstjóri