



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

VEJLEDNING OM KONKURRENCELOVEN

*Vejledning om konkurrencelovens forbud mod
konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug
af dominerende stilling*

INDHOLDSFORTEGNELSE

Forord	3
1. Formålet med konkurrencereglerne	4
2. Forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler	5
3. Forbudet mod misbrug af dominerende stilling.....	19
4. Hvad risikerer virksomheder, som overtræder.....	30
 konkurrenceloven?	
5. EU's konkurrenceregler	33
6. Adresser og links	34

FORORD

Formålet med denne vejledning er at fremme konkurrencen i Danmark ved at udbrede kendskabet til og forståelsen af konkurrencereglerne.

Vejledningen giver en enkel og lettilgængelig introduktion til konkurrencereglerne. Vejledningen forsøger ikke at behandle alle dele af konkurrencereglerne eller alle typer af konkurrencelovsovertrædelser. Vejledningen fokuserer på de typer af overtrædelser, som det vil være relevant for de fleste virksomheder at have kendskab til.

Vejledningen beskriver i store linier hvad der er forbudt og hvad virksomhederne risikerer, hvis de overtræder konkurrencereglerne. Derimod er det ikke sigtet med vejledningen at beskrive i detaljer, hvornår konkurrencereglerne er overtrådt. Det vil altid kræve en konkret vurdering fra sag til sag.

Vejledningen gør samtidig virksomhederne opmærksomme på, hvornår deres konkurrenter eller leverandører eventuelt bruger ulovlige midler i konkurrencen – og der derfor kan være grund til at klage til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

København, marts 2011
Agnete Gersing
Direktør

1. FORMÅLET MED KONKURRENCEREG- LERNE

En effektiv konkurrence gavner både forbrugerne, virksomhederne og samfundet. En effektiv konkurrence er en vigtig forudsætning for, at vi kan have nogle velfungerende markeder med et varieret udbud af varer af en høj kvalitet og til en konkurrencedygtig pris.

I konkurrenceloven findes der regler, som skal forhindre virksomheder i at begrænse den effektive konkurrence.

Loven indeholder to centrale forbud – et forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler mellem virksomheder (§ 6), og et forbud mod at virksomheder misbruger deres dominerende stilling (§ 11).

Konkurrencen bliver begrænset, hvis f.eks. producenterne af en vare aftaler at sælge til den samme høje pris. På den måde kommer forbrugerne og andre virksomheder til at betale en pris for varen, som er højere end den ville have været, hvis producenterne havde konkurreret om at sælge varen til den billigste pris. Dette er ikke blot til skade for de enkelte forbrugere og virksomheder, men også for samfundet.

Vejledningen beskriver i *afsnit 2* forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler og i *afsnit 3* forbudet mod misbrug af dominerende stilling. I *afsnit 4* hvad virksomheder risikerer, hvis de overtræder forbudene, i *afsnit 5* EU's konkurrenceregler, og i *afsnit 6* relevante adresser og links.

Konkurrenceloven indeholder bl.a. også regler om fusionskontrol og konkurrenceforvridende offentlig støtte. Disse regler er ikke beskrevet i denne vejledning, men yderligere oplysninger herom kan findes på Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens hjemmeside, www.kfst.dk.

Spørgsmål og klager til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen besvarer gerne spørgsmål eller modtager oplysninger om konkurrenceforhold.

Du kan også klage eller give et tip til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Kontakt vores hotline på tlf. nr.: 4171 5181. Eller skriv til kfst@kfst.dk.

Hvis du har oplysninger om karteller eller andre konkurrencelovsovertrædelser, så kan du også ringe til: 4171 5240 eller skrive til bg@kfst.dk

Konkurrenceloven gælder kun for erhvervsvirksomhed.

Ved erhvervsvirksomhed forstås enhver form for økonomisk aktivitet. Det er uden betydning hvilken juridisk form erhvervsvirksomheden har, og om formålet er at opnå økonomisk gevinst eller ej.

2. FORBUDET MOD KONKURRENCE-BEGRÆNSENDE AFTALER

Forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler er overtrådt, når:

1. der er en aftale, en samordnet praksis eller en vedtagelse mellem to eller flere virksomheder, *og*
2. denne adfærd er konkurrencebegrænsende.

I det følgende beskrives i *afsnit 2.1.*, hvornår der er en aftale, og i *afsnit 2.2.*, hvornår en aftale er konkurrencebegrænsende. I *afsnit 2.3-2.4* gives en række eksempler på konkurrencebegrænsende aftaler, og i *afsnit 2.5.* beskrives undtagelser fra forbudet.

2.1. Hvornår er der en aftale?

Der er en aftale, når to eller flere virksomheder har et samarbejde, hvor de direkte eller indirekte koordinerer deres adfærd på markedet. Det er uden betydning, hvilken form aftalen har.

En aftale kan være indgået skriftligt og/eller mundtligt. For eksempel vil en uformel telefonsamtale, hvor to konkurrenter bliver enige om at tage de samme priser, være forbudt på samme måde som en skriftlig aftale.

Det er også forbudt, hvis virksomheder på anden måde samordner deres praksis.

Konkurrencelovens § 6

§ 6 Det er forbudt for virksomheder m.v. at indgå aftaler, der direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.

Stk. 2. Aftaler efter stk. 1 kan f.eks. bestå i 1) at fastsætte købs- eller salgspriser eller andre forretningsbetingelser, 2) at begrænse eller kontrollere produktion, afsætning, teknisk udvikling eller investeringer,

3) at opdele markeder eller forsyningskilder,

4) at anvende ulige vilkår for ydelser af samme værdi over for handelspartnere, som derved stilles ringere i konkurrencen, 5) at stille som vilkår for indgåelsen af en aftale, at medkontraahenterne godkender tillægsydelser, som efter deres natur eller ifølge handelssædvane ikke har forbindelse med aftalens genstand,

6) at to eller flere virksomheder samordner deres konkurrencemæssige adfærd gennem oprettelsen af joint venture, eller 7) at fastsætte bindende videresalgspriser eller på anden måde søge at få en eller flere handelspartnere til ikke at fravige vejledende salgspriser.

Stk. 3. Stk. 1 gælder også for vedtagelser inden for sammenslutninger af virksomheder og samordnet praksis inden for virksomheder.

(...)

EF-traktatens art. 101 indeholder et tilsvarende forbud.

Koncernforbundne virksomheder

Konkurrenceloven gælder ikke for aftaler, der er indgået mellem virksomheder inden for samme koncern.

Det kan f.eks. være, at virksomhederne udveksler lister med deres priser, og derfor ikke længere handler uafhængigt af hinanden. Dette medfører en koordinering (en samordning af virksomhedernes praksis), selvom virksomhederne ikke har indgået en traditionel aftale.

Der er også tale om en ulovlig aftale, hvis en virksomhed har deltaget efter pres.

Forbudet gælder også, hvis f.eks. en brancheorganisation udsender en mail til deres medlemmer med en form for anbefaling til medlemmerne om at anvende samme pristillæg/prisberegning.

Hvad er et kartel?

Et kartel er en ulovlig koordinering blandt to eller flere virksomheder, som har aftalt/samordnet deres adfærd, sådan at de helt eller delvist ikke konkurrerer med hinanden.

Et kartel kan f.eks. gå ud på, at virksomhederne koordinerer:

- deres priser eller rabatter,
- deres prisændringer,
- deres tilbud på en bestemt ordre, sådan at det er koordineret, hvem der byder lavest,
- hvilke mængder de producerer eller sælger, og/eller
- hvilke områder eller kunder, som de hver især sælger til.

Karteller er en alvorlig form for økonomisk kriminalitet. Virksomheder, og f.eks. virksomhedernes bestyrelsesformænd eller overordnede ansatte, som f.eks. en direktør, straffes med bøde for at have deltaget i et kartel. I særlige tilfælde kan ansatte i mere underordnede stillinger også pålægges bøder.

I 2002 blev bødestraffen for at overtræde konkurrenceloven hævet. Ved meget alvorlige overtrædelser gives der bøder på 15 mio. kr. eller derover.

Virksomheder og personer, der deltager eller har deltaget i et kartel, kan søge om lempelse af bødestraffen, mod at de oplyser Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen om kartellet og medvirker til dets opklaring.

Se også www.kfst.dk, hvor der er yderligere information om hvad virksomheder skal gøre, hvis de ønsker at melde sig ud af et kartel.

2.2. Hvornår er en aftale konkurrencebegrænsende?

En aftale er konkurrencebegrænsende, når den begrænser, hindrer eller fordrejer konkurrencen.

Udgangspunktet er, at konkurrerende virksomheder skal fungere uafhængigt af hinanden. Virksomheder der udveksler oplysninger om deres konkurrenceadfærd eller koordinerer deres konkurrenceadfærd får en kunstig fordel på markedet. Denne fordel består i, at de mindsker usikkerheden om deres konkurrenters adfærd på markedet, og/eller at de helt eller delvist holder op med at konkurrere med hinanden. Derved opstår konkurrencevilkår, som ikke svarer til markedets normale vilkår.

Det er dog ikke alle aftaler, der er ulovlige. F.eks. kan to virksomheder lovligt aftale at anvende fælles forretningskendetegn, hvis de to virksomheder ønsker at indgå i et kædesamarbejde. Hvis de to virksomheder derimod laver en aftale om forhold, hvor de ellers ville konkurrere med hinanden, er det ulovligt.

2.3. Eksempler på konkurrencebegrænsende aftaler

Nedenfor er der givet en række typiske eksempler på konkurrencebegrænsende aftaler mellem konkurrenter.

I *afsnit 2.3.1.* er der eksempler på priskoordinering, i *afsnit 2.3.2.* tilbudskarteller, i *afsnit 2.3.3.* på markedsdelingsaftaler m.v. I *afsnit 2.3.4.* er der givet eksempler på aftaler vedrørende begrænsning af produktion m.v., i *afsnit 2.3.5.* på informationsudveksling, og i *afsnit 2.4.* på konkurrencebegrænsende aftaler i forhandler-/distributionsforhold.

Der vil være andre typer af koordinering end de nævnte, som kan begrænse konkurrencen og som derfor er forbudte.

Frivillige kæder

Du kan finde yderligere vejledning vedrørende samarbejdet mellem virksomheder i frivillige kæder, på www.kfst.dk – ”Vejledning til frivillige kæder”.

2.3.1. Priskoordinering

Det er lovligt, at en virksomhed orienterer sig om markedet og konkurrenternes priser, når virksomheden skal fastsætte sine egne priser.

Det er derimod ikke lovligt, hvis en virksomhed og dens konkurrenter udveksler oplysninger om deres priser. Det er en grov overtrædelse af konkurrenceloven, som ofte vil blive straffet med bøde.

En priskoordinering kan f.eks. gå ud på

- koordinering af købs- eller salgspriser,
- koordinering af prisændringer, herunder af kronebeløb, procentsats eller index for prisændringer,
- koordinering af rabatter,
- udveksling af prisoplysninger, og/eller
- vejledning fra en brancheorganisation til medlemmerne om beregning af priser/prisændringer eller om medlemmers aktuelle eller fremtidige priser.

Eksempler på ulovlig priskoordinering

Telemobilia

Tre mindre virksomheder, der forhandlede mobiltelefoner, aftalte via e-mail, at de ville anvende de samme fragt- og salgspriser for de mobiltelefoner, de solgte på en web-portal.

Alle tre virksomheder fik bøder på op til 125.000 kr. og direktørerne fik bøder på op til 25.000 kr.

Dansk Autogenbrug (DAG)

DAG er en brancheorganisation for en række certificerede autoophuggere. DAG havde i 2002 sendt en mail ud til sine medlemmer med en vejledning om, hvordan de skulle beregne prisen for bl.a. miljøbehandling af biler. DAGs formål med vejledningen var at sikre autoophuggerne en vis minimumspris.

DAG fik en bøde på 50.000 kr.

2.3.2. Tilbudskarteller

Det er en grov overtrædelse af konkurrenceloven, som ofte vil blive straffet med bøde, hvis virksomheder koordinerer, hvad de skal byde på en licitation eller et udbud. Hvis de virksomheder, der afgiver tilbud, på forhånd koordinerer, hvem der skal afgive det laveste bud, vil der ikke længere være konkurrence mellem dem.

Eksempel på ulovligt tilbudskartel

El-kartellet

I 1998 gennemførte Konkurrencestyrelsen undersøgelse af og kontrolbesøg hos en række el-installatører, og fandt dokumentation for, at el-installatørerne havde koordineret deres tilbud på licitationer.

Når el-installatørerne deltog i et udbud, havde de på forhånd koordineret, hvem der skulle byde lavest og til hvilken pris. De øvrige skulle bare byde over, så den lavest bydende var sikker på at vinde. El-installatørerne havde i nogle "sort-bøger" ført regnskab over, hvis "tur" det var til at vinde de enkelte licitationer. Dette havde stået på igennem årtier.

De 204 el-installatør-virksomheder, der deltog i kartellet, blev idømt bøder for i alt 25,6 mio. kr. Bødestraffen for overtrædelser af konkurrenceloven er siden blevet hævet.

2.3.3. Markedsdeling m.v.

Det er en grov overtrædelse af konkurrenceloven, hvis virksomheder aftaler at opdele markeder.

En markedsdeling indebærer, at nogle virksomheder bliver enige om at opdele et eller flere markeder imellem sig. Det betyder, at de ikke behøver at konkurrere med hinanden og derfor f.eks. kan sætte en højere pris for deres varer.

En markedsdeling kan f.eks. gå ud på følgende:

- Tre konkurrenter koordinerer, at de sælger deres varer i hver deres område, sådan at én sælger på Sjælland, én sælger på Fyn og én sælger i Jylland.

Tilsvarende kan en markedsdeling også gå ud på at opdele kunder (en kundedelingsaftale):

- To producenter af den samme type vare aftaler ikke at handle med hinandens kunder.

Eksempler på ulovlige markedsdelingsaftaler m.v.

SAS/Maersk

I 2000 gennemførte EU-Kommissionen, med hjælp fra Konkurrencestyrelsen, kontrolbesøg hos SAS og Maersk. Under kontrolbesøgene blev der fundet dokumentation for, at SAS og Maersk bl.a. havde aftalt at dele markedet for udenlandske flyvninger mellem sig. F.eks. var det aftalt, at SAS skulle have eneret på ruterne fra København til udlandet, mens Maersk skulle have eneret på ruter fra Billund til udlandet.

Der var tale om en alvorlig overtrædelse af EU's konkurrenceregler, og SAS og Maersk blev idømt bøder på henholdsvis 292 mio. kr. og 97 mio. kr.

Lokalbanksagen

En række lokalbanker på Sjælland og Møn havde aftalt ikke at etablere filialer i de byer, hvor de hver især havde deres hovedsæde og ikke at opsøge hinandens kunder. Herudover havde de også udvekslet informationer om deres aktuelle pris- og gebyrpolitik, hvilket gav dem en konkurrencefordel, som ikke svarede til de normale konkurrencevilkår på detailbankmarkedet.

Lokalbankerne fik påbud om at stoppe det ulovlige samarbejde og en bøde på 4 mio. kr.

2.3.4. Begrænsning af produktion m.v.

Det er en grov overtrædelse af konkurrenceloven, hvis konkurrerende virksomheder aftaler at begrænse deres produktion. Hvis der produceres færre varer, begrænses udbudet og det presser priserne op. Når virksomheder begrænser produktionen af varer, bliver den frie konkurrence sat ud af kraft.

Et eksempel på begrænsning af produktion kan være, at producenterne af en bestemt type vare bliver enige om nogle kvoter for, hvad de hver især producerer.

Eksempel på aftale om begrænsning af produktion

Karton-kartel

En række europæiske producenter af karton havde indgået et omfattende samarbejde, som bl.a. omfattede koordinering af prisstigninger, deling af marked via tildeling af faste markedsandele til hver producent, og begrænsning af produktionen med henblik på at opretholde en høj pris for karton.

Kartonproducenterne fik påbud af Kommissionen om at ophæve samarbejdet og fremover afstå fra enhver form for koordinering og udveksling af informationer om f.eks. priser, produktion eller markedsføringsplaner. Kartonproducenterne fik samtidig en bøde på 17 mio. euro.

2.3.5. Informationsudveksling

Det vil være en overtrædelse af konkurrenceloven, hvis virksomheder udveksler informationer om deres priser eller markedsstrategier.

Informationsudveksling kan f.eks. gå ud på:

- udveksling af oplysninger mellem konkurrenter om, hvilken pris de vil sælge deres varer til,
- udveksling af informationer om, hvornår konkurrenter vil lave, og/eller
- information fra en brancheforening til medlemmerne som giver indsigt i et eller flere medlemmers individuelle og aktuelle priser.

Eksempler på informationsudveksling

LOPI

Brancheforeningen Lokale Pengeinstitutter havde en vedtægtsbestemmelse om, at bestyrelsen kunne ekskludere medlemmer, som udviste manglende kollegial adfærd. Bestyrelsen havde samtidig påtalt det, hvis der f.eks. var medlemmer, som havde opført sig ukollegialt ved at markedsføre sig på en måde som udsatte de andre lokale pengeinstitutter for priskonkurrence. Det var også blevet påtalt, hvis medlemmer havde ansat medarbejdere fra de andre lokale pengeinstitutter.

Brancheforeningen havde desuden bl.a. udsendt meddelelser til sine medlemmer om, at medlemmerne primært skulle rette konkurrencen mod de større banker uden for medlemskredsen – og at det var uacceptabelt at headhunte konkurrenters medarbejdere. Disse udmeldinger indebar en opfordring til medlemmerne om at tage særligt hensyn til hinanden i deres indbyrdes konkurrence.

Konkurrencerådet traf afgørelse om, at LOPI havde overtrådt konkurrenceloven.

Frisørmesterforeningen

Dansk Frisørmesterforening indrykkede én gang årligt annoncer i avisen om, at kunder i frisørsaloner kunne forvente prisstigninger på grund af den almindelige prisudvikling.

Konkurrencestyrelsen meddelte foreningen, at annonceringen kunne ses som en indirekte opfordring til medlemmerne om at hæve deres priser og at dette var i strid med konkurrencelovens forbud mod samordning af priser.

Eksempel på ulovlig forhandleraftale vedr. priser

Bestseller A/S

Bestseller havde en række koncept-butikker, der udelukkende forhandlede Bestsellers tøj, dvs. bl.a. mærkerne Vero Moda, Only og Jack & Jones.

Bestseller anmeldte i 2001 deres aftale med disse konceptbutikker. Aftalen forpligtede indehaverne af koncept-butikkerne til at følge de vejledende udsalgspriser, som Bestseller havde fastsat. Samtidig var alle indehaverne forpligtede til at indberette prisen for solgte varer til Bestseller via et fælles IT-system.

Bestseller fik påbud om at ophæve både de bindende videresalgspriser og indberetningssystemet.

2.4. Konkurrencebegrænsende aftaler i forhandler-/distributionsforhold

Forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler gælder ikke bare aftaler mellem virksomheder, der er konkurrenter. Forbudet gælder også for virksomheder, som ikke er konkurrenter, men som f.eks. har et forhandler-/distributionsforhold.

Prisaftaler

- Det er en grov overtrædelse af konkurrenceloven, hvis en leverandør stiller krav til en eller flere af sine forhandlere (/distributører) om, at de skal sælge varerne til en pris, som leverandøren har fastsat ("bindende videresalgspriser").

Som udgangspunkt må en leverandør derimod godt meddele vejledende udsalgspriser til en forhandler, forudsat:

- at forhandleren frit kan fastsætte sine egne priser,
- at forhandleren frit kan give de rabatter, han vil,
- at forhandleren frit kan annoncere med de priser, som han ønsker at sælge til (herunder også på internettet), og

- at leverandøren ikke kræver indsigt i de priser/rabatter, som forhandleren giver.

Markedsdelingsaftaler

- Hvis en leverandør har en markedsandel på mindre end 30 %, er det tilladt, at leverandøren tildeler sine forhandlere/distributører nogle bestemte geografiske områder, hvor de har eneret til at sælge. Leverandøren kan i givet fald også godt forbyde en forhandler/distributør at kontakte kunder fra en anden forhandlers/distributørs eneretsområde ("forbud mod aktivt salg").

Hvis leverandøren har en markedsandel på over 30 %, kan det være tilladt at give forhandlere/distributører et eneretsområde. Det vil imidlertid afhænge af en konkret vurdering af, hvordan konkurrencen er på markedet (og herunder af leverandørens markedsandel/-styrke), og af hvor meget en eneretsaftale vil begrænse konkurrencen.

Uanset leverandørens markedsandel er det en grov overtrædelse af konkurrenceloven, hvis en leverandør har nedlagt et absolut forbud mod, at en forhandler/distributør sælger varer til kunder uden for et bestemt geografisk område. Det vil sige, at leverandøren ikke må forbyde en forhandler/distributør at sælge til kunder fra et andet eneretsområde, hvis det er kunderne selv, der kontakter forhandleren/distributøren ("forbud mod passivt salg"). Tilsvarende må en leverandør ikke forbyde sine forhandlere at sælge via internettet.

Eksempel på ulovligt forbud mod internet-salg

Matas A/S

Matas havde et forbud mod, at uafhængige Matas-butikker – dvs. uafhængige Matas-forhandlere – måtte sælge deres varer via internettet. Baggrunden for forbudet var, at Matas ønskede at sikre sit image og brand.

Forbudet var både i strid med konkurrencelovens § 6 og et tilsagn som Matas tidligere havde afgivet. Matas accepterede derfor at fjerne forbudet - og erstattede det i stedet med nogle kvalitetskrav til forhandlerens hjemmeside som kunne sikre Matas' image og brand.

2.5. Undtagelser fra forbudet

2.5.1. Bagatelgrænse

En konkurrencebegrænsende aftale er forbudt, medmindre det viser sig, at den ikke er ”mærkbar for konkurrencen” – det vil sig, at den kun har en bagatelagtig betydning for konkurrencen.

En aftales betydning for konkurrencen afhænger *dels* af de deltagende virksomheders størrelse, og *dels* af karakteren af samarbejdet (aftalens grovhed) og dets betydning for konkurrencen.

En række aftaler er undtaget fra forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler, hvis virksomhederne har

1. en samlet årlig omsætning på under 1 mia. kr. og en samlet markedsandel for den pågældende vare eller tjenesteydelse på under 10 %, *eller*
2. en samlet årlig omsætning på under 150 mio. kr.

Undtagelsen gælder dog ikke for følgende aftaler:

- Aftaler om priskoordinering.
- Aftaler om at begrænse produktionen eller salget af en vare eller tjenesteydelse.
- Aftaler om opdeling af markeder og kunder.
- Aftaler om tilbudskoordinering.

Sådanne aftaler er altså forbudte uanset, hvor meget virksomhederne omsætter for og hvor stor deres markedsandel er.

Markedsafgrænsning

For at kende virksomhedernes markedsandele og forstå en aftales betydning for konkurrencen, er det nødvendigt at afgrænse "det relevante marked".

Der skal først afgrænses et "produktmarked". Produktmarkedet består af det produkt (vare eller tjenesteydelse), som aftalen drejer sig om og de konkurrerende produkter, der findes. Ved afgrænsningen heraf vil det afgørende være, hvilke produkter der er substituerbare. Det vil sige, hvilke produkter som forbrugerne eller virksomhederne anser for tilsvarende.

Dernæst skal der afgrænses et "geografisk marked". Det geografiske marked er det område, hvor virksomhederne sælger de pågældende produkter på rimeligt ensartede konkurrencevilkår, og som kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er anderledes.

Eksempel på en mærkbar konkurrencebegrænsende aftale

Lokalbanksagen

En række lokalbanker på Sjælland og Møn havde aftalt ikke at etablere filialer i de byer, hvor de hver især havde deres hovedsæde, og ikke at opsøge hinandens kunder. Herudover havde de også udvekslet informationer om deres aktuelle pris- og gebyrpolitik.

Konkurrenceankenævnet fandt, at samarbejdet medførte en mærkbar begrænsning af konkurrencen. Dette skyldtes dels størrelsen af Lokalbankernes omsætning og dels karakteren af lokalbankernes samarbejde og dets betydning for konkurrencen.

Lokalbankerne havde en markedsandel på det samlede danske marked på i hvert fald 1 %. Samtidig var der tale om en grovere type konkurrencebegrænsende samarbejde, og dette samarbejde havde en ikke uvæsentlig betydning for konkurrencen på den Sydsjællandske del af markedet.

Lokalbankerne fik påbud om at stoppe det ulovlige samarbejde og en bøde på 4 mio. kr.

2.5.2. Aftaler der har gavnlige effekter

Ikke alle konkurrencebegrænsende aftaler er forbudte. I særlige tilfælde kan en konkurrencebegrænsende aftale være tilladt, hvis de positive virkninger af koordineringen opvejer de negative konkurrencebegrænsende virkninger.

En konkurrencebegrænsende aftale er tilladt, hvis den

1. styrker effektiviteten eller den tekniske/ økonomiske udvikling,
2. sikrer forbrugerne en rimelig andel af fordelene,
3. ikke begrænser virksomhederne unødigt, og
4. ikke udelukker en væsentlig del af konkurrencen.

En konkurrencebegrænsende aftale er kun tilladt, hvis alle fire betingelser er opfyldt.

En aftale, der er en grov overtrædelse af konkurrence-loven, vil som udgangspunkt ikke kunne opfylde disse betingelser.

Det er virksomhedernes eget ansvar at vurdere, om en konkurrencebegrænsende aftaler er fritaget. I særlige tilfælde kan Konkurrencerådet/-styrelsen fritage en aftale, som er blevet anmeldt til styrelsen af virksomhederne.

Ud over den individuelle fritagelse i konkurrencelovens § 8, findes der også de såkaldte gruppefritagelser, der indenfor forskellige områder undtager visse typer af aftalevilkår fra lovens anvendelsesområde.

Der findes gruppefritagelser inden for følgende områder:

- Forsikringsaftaler
- Forsknings- og udviklingsaftaler
- Motorkøretøjer
- Specialiseringsaftaler
- Teknologioverførselsaftaler
- Vertikale aftaler

Se gruppefritagelserne på www.kfst.dk

3. FORBUDET MOD MISBRUG AF DOMINERENDE STILLING

Forbudet mod misbrug af dominerende stilling er overtrådt, når

1. en virksomhed har en dominerende stilling på markedet, og
2. virksomheden har misbrugt denne stilling.

Det er lovligt for en virksomhed at have en dominerende stilling på markedet.

Det er også lovligt for en dominerende virksomhed at konkurrere. En dominerende virksomhed har imidlertid en særlig forpligtelse til ikke at skade den effektive konkurrence. Derfor må en dominerende virksomhed ikke konkurrere på en sådan måde, at det lægger hindringer i vejen for en effektiv og ufordrejet konkurrence.

I det følgende beskrives under *afsnit 3.1.*, hvornår en virksomhed er dominerende, under *afsnit 3.2.*, hvornår der er tale om misbrug, og under *afsnit 3.3.* gives der en række eksempler på adfærd, der kan udgøre misbrug.

3.1. Hvornår er en virksomhed dominerende?

En virksomhed er dominerende, når den har en sådan stilling på markedet, at den i høj grad kan handle uafhængigt af sine konkurrenter og kunder.

Hvorvidt en virksomhed har en dominerende stilling på et marked, afhænger af, hvordan konkurrencen på det pågældende marked er. Det vil bl.a. være af betydning, hvor stor en markedsandel virksomheden har på det pågældende marked. Samtidig er det

Konkurrencelovens § 11

Det er forbudt for en eller flere virksomheder m.v. at misbruge en dominerende stilling.

Stk. 2. Konkurrencerådet skal efter forespørgsel erklære, hvorvidt en eller flere virksomheder indtager en dominerende stilling, jf. dog stk. 7. Meddeler Konkurrencerådet, at en virksomhed ikke indtager en dominerende stilling, er meddelelsen bindende, indtil Konkurrencerådet tilbagekalder den.

Stk. 3. Misbrug efter stk. 1 kan f.eks. foreligge ved

1) direkte eller indirekte påtvingelse af urimelige købs- eller salgspriser eller af andre urimelige forretningsbetingelser,
2) begrænsning af produktion, afsætning eller teknisk udvikling til skade for forbrugerne,

3) anvendelse af ulige vilkår for ydelser af samme værdi over for handelspartnere, som derved stilles ringere i konkurrencen, eller

4) at det stilles som vilkår for indgåelse af en aftale, at medkontrahenten godkender tillægsydelser, som efter deres natur eller ifølge handelssædvane ikke har forbindelse med aftalens genstand.

Stk. 4. Med henblik på at bringe overtrædelser af stk. 1 til ophør kan Konkurrencerådet udstede påbud, jf. § 16. For at imødekomme de betænkeligheder, som Konkurrencerådet har i relation til stk. 1, kan rådet endvidere gøre tilsagn, som virksomheden har afgivet, bindende, jf. § 16 a, stk. 1.

(...)

EF-traktatens art 102 indeholder et tilsvarende forbud.

væsentligt, hvor store og effektive virksomhedens konkurrenter er, og om det er vanskeligt for virksomheder at komme ind eller ekspandere på markedet – f.eks. som følge af strukturelle eller lovgivningsmæssige barrierer.

Det at en virksomhed er stor, er derfor ikke det samme, som at virksomheden er dominerende. Det vil afhænge af, hvordan det marked er, som virksomheden konkurrerer på.

Markedsafgrænsning

For at kende en virksomheds markedsandel og vurdere konkurrenceforholdene, er det nødvendigt at afgrænse "det relevante marked":

Der skal først afgrænses et "produktmarked". Produktmarkedet består af det produkt (vare eller tjenesteydelse), som virksomheden muligvis er den dominerende leverandør af og de konkurrerende produkter, der findes. Ved afgrænsningen heraf vil det afgørende være, hvilke produkter der er substituerbare. Det vil sige, hvilke produkter som forbrugerne eller virksomhederne anser for tilsvarende.

Dernæst skal der afgrænses et "geografiske marked". Det geografiske marked er det område, hvor de pågældende produkter (varer eller tjenesteydelser) sælges på rimeligt ensartede konkurrencevilkår, og som kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er anderledes.

Hvis en virksomhed har en markedsandel på 50 % eller mere, vil der være en formodning for dominans. En virksomhed, som har en markedsandel på mindre end 50 %, kan - afhængig af markedsforholdene - være dominerende.

Det er ikke kun en virksomhed, der *sælger* varer/tjenesteydelser, som kan have en dominerende stilling. En virksomhed, der *køber* varer/tjenesteydelser, kan også i særlige tilfælde have en dominerende stilling ("købermagt"). Hvis en virksomhed har en dominerende købermagt kan det f.eks. vise sig ved, at virksomheden kan diktere de priser og vilkår, der skal gælde, når virksomheden skal købe.

I særlige tilfælde kan to eller flere virksomheder tilsammen have en dominerende stilling ("kollektiv dominans").

Eksempel på kollektiv dominans

Taxiselskaber - clearing af taxiboner og -kort i Storkøbenhavn

Seks storkøbenhavnske taxiselskaber havde et samarbejde om, at gensidigt accepterede at modtage og klare hinandens taxiboner/-kort som betaling. I 2005 valgte fem af disse taxiselskaber samtidigt at opsigte deres samarbejde med det 6. taxiselskab, Taxa Motor. Dette betød bl.a., at kunderne ikke længere kunne bruge Taxa Motors taxiboner som betaling, når de kørte med taxa'er fra et af de andre selskaber.

Konkurrencerådet fandt, at de fem storkøbenhavnske taxiselskaber havde en kollektiv dominerende stilling på markedet for clearing af taxiboner. Konkurrencerådet fandt også, at de havde misbrugt denne stilling ved at udelukke Taxa Motor fra samarbejdet – med den konsekvens, at det blev væsentligt mindre attraktivt for virksomheder at have Taxa Motor som taxi-selskab.

De fem storkøbenhavnske taxiselskaber fik påbud om at genoptage clearingsamarbejdet med Taxa Motor på saglige, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår.

3.2. Hvornår er der tale om misbrug?

En dominerende virksomhed misbruger sin stilling, når den udnytter sin position på markedet på en sådan måde, at det skader konkurrencen.

Et misbrug går typisk ud på, at den dominerende virksomhed søger:

- at skade konkurrenter eller holde dem ude af markedet, f.eks. ved at tilbyde konkurrenternes kunder særligt store rabatter. ("ekskluderende misbrug"), eller
- at udnytte, at den ikke er udsat for konkurrence til f.eks. at hæve priserne ("udnyttende misbrug").

Eksempel på misbrug

RUKO A/S – gratis udskiftning af låse fra konkurrenten

RUKO havde en dominerende stilling på det danske marked for låseprodukter.

RUKO's konkurrent, EVVA, havde vundet ordren på at levere låse til et større byggeprojekt i København. Efterfølgende tilbød RUKO bygherren, at RUKO kunne overtage gennemførelsen af ordren – og at RUKO i den forbindelse gratis ville udskifte alle de EVVA-låse, der allerede var blevet installeret. Bygherren accepterede ikke tilbudet.

Konkurrencerådet fandt, at RUKO havde misbrugt sin dominerende stilling ved at have søgt at begrænse andre låseleverandørers adgang til det danske marked.

Der er ingen fritagelser fra forbudet mod misbrug af dominerende stilling. Det er dog klart, at der kan være en saglig grund til, at en dominerende virksomhed handler, som den gør – og det kan i givet fald betyde, at en handling ikke er et misbrug.

3.3. Eksempler på adfærd der kan udgøre misbrug

Nedenfor er der givet en række typiske eksempler på, hvad der kan udgøre misbrug af dominerende stilling.

I *afsnit 3.3.1.* er der givet eksempel på misbrug i form af eksklusivaftaler, i *afsnit 3.3.2.* på priser og rabatter, og i *afsnit 3.3.3.* på krav om køb af tillægsydelser. I *afsnit 3.3.4.* er der givet eksempel på misbrug i form af urimelige forretningsvilkår, i *afsnit 3.3.5.* på leveringsnægtelse, og i *afsnit 3.3.6.* på misbrug i form af urimeligt priser.

Der vil være andre typer af adfærd, som udgør et misbrug, end de nævnte.

3.3.1. Eksklusivaftaler

Det kan være et misbrug, hvis en dominerende virksomhed indgår eksklusivaftaler med sine kunder.

En eksklusivaftale går ud på, at en producent af en vare aftaler med sine kunder, at de kun må købe den pågældende vare hos producenten – og at de ikke må købe tilsvarende produkter fra konkurrenterne. Når producenten er en dominerende virksomhed, er eksklusivaftaler et misbrug, hvis de afskærer konkurrenterne helt eller delvist fra at handle med kunderne.

Eksempel på eksklusivaftale

Van den Bergh Foods Ltd.

Van den Bergh Foods var den dominerende producent af is og ispinde i Irland. Van den Bergh Foods havde i flere år stillet fryserne til rådighed for detailhandlere. Det var dog en betingelse af, at fryserne kun blev brugt til opbevaring af is fra Van den Bergh Foods.

De fleste detailhandlere havde kun plads til én fryser, og de ønskede ofte ikke at udskifte den fryser, som Van den Bergh Foods havde stillet til rådighed for dem. ”Fryseraftalerne” omfattede 83 % af de detailhandlere, og derfor var der kun 17 % frie detailhandlere tilbage, som konkurrenterne kunne handle med.

”Fryseraftalerne” havde den samme virkning, som hvis Van den Bergh Foods havde indgået eksklusivaftaler med sine kunder. Kommissionen gav derfor Van den Bergh Foods påbud om at ophæve den eksklusivitet, som var en konsekvens af ”fryseraftalerne”.

3.3.2. Priser & rabatter

Udgangspunktet er, at lave priser er godt for konkurrencen – og godt for forbrugerne.

Det er derfor lovligt for en dominerende virksomhed at give rabatter eller prisnedslag til sine kunder.

Lave priser eller rabatter kan dog – i nogle tilfælde – være skadelige for konkurrencen og udgøre et misbrug, f.eks. hvis:

- En dominerende virksomhed tilbyder rabatter, som er afhængige af, at kunderne dækker hele eller en væsentlig del af deres behov for et produkt hos den dominerende virksomhed – og rabatterne gør det vanskeligt for en effektiv konkurrent at komme til at handle med kunderne ("kundefæstende/ loyalitetsskabende rabatter"). Det er en forudsætning, at rabatterne ikke har en omkostningsmæssig begrundelse.
- En dominerende virksomhed tilbyder konkurrentens kunder en pris, der er lavere end den, som den dominerende virksomhed i øvrigt tilbyder sine egne kunder – for at den dominerende virksomhed kan overtage konkurrentens kunder ("selektive priser/rabatter"). Det er en forudsætning, at de lave priser ikke har en omkostningsmæssig begrundelse.
- En dominerende virksomhed giver forskellige rabatter til kunder, som er indbyrdes konkurrenter – og det ikke har en omkostningsmæssig begrundelse. Hvis to kunder, som er indbyrdes konkurrenter, får forskellige rabatter, vil den kunde, som får mest rabat have færrest omkostninger, og dermed få en konkurrencefordel ("diskrimination af samhandelspartnere").

- En dominerende virksomhed sælger sine produkter til en pris, der ligger under omkostningerne og som er så lav, at en effektiv konkurrent ikke har mulighed for at konkurrere – og derfor i værste fald udelukkes fra markedet ("urimeligt lave priser").

Eksempler på kundebindende, diskriminerende og selektive rabatter

Post Danmark A/S – Magasinpost

Efter en klage fra én af Post Danmarks konkurrenter – Forbruger-Kontakt A/S – undersøgte Konkurrencestyrelsen Post Danmarks pris- og rabatsystem for forsendelse af "magasinpost", dvs. f.eks. ugeblade og tidsskrifter.

Post Danmark var den dominerende leverandør af ydelsen "forsendelse af magasinpost". Post Danmarks pris- og rabatsystem gjorde det klart mest fordelagtigt for kunderne at vælge Post Danmark til at udbringe flest mulige magasinpostforsendelser om året. Jo større mængder en kunde valgte at lade Post Danmark forsende, jo mindre skulle kunden betale for det samlede antal forsendelser på et år. Som konsekvens heraf bandt pris- og rabatsystemet kunderne til Post Danmark.

Post Danmark gav samtidig forskellige kunder – som indbyrdes var konkurrenter – meget forskellige rabatter. Dette stillede disse kunder ulige, når de efterfølgende skulle konkurrere med hinanden.

Da rabatterne ikke havde en omkostningsmæssig begrundelse, fik Post Danmark påbud om, at rabatsystemet og de diskriminerende rabatter var i strid med konkurrenceloven og skulle ændres.

Post Danmark A/S – adresseløse forsendelser

Post Danmark var den dominerende leverandør i Danmark af adresseløse forsendelser – dvs. af postomdeling af f.eks. reklamer og telefonbøger. Forbruger-Kontakt A/S var Post Danmarks væsentligste konkurrent på dette marked.

Post Danmark tilbød Forbruger-Kontakt A/S' kunder en særligt lav pris, som Post Danmarks øvrige kunder ikke fik tilbudt. Dette medførte, at Forbruger-Kontakt A/S mistede ca. 25-35 pct. af sin omsætning til Post Danmark. Den særligt lave pris havde ikke en omkostningsmæssig begrundelse.

Konkurrencerådet, Konkurrenceankenævnet og Østre Landsret fandt, at Post Danmark havde misbrugt sin dominerende stilling ved at tilbyde særligt lave priser til Forbruger-Kontakt A/S' kunder. Post Danmark havde således opnået at skade sin væsentligste konkurrent ved at sænke priserne og havde samtidig kunnet fortsætte med at opkræve højere priser af sine egne kunder i øvrigt.

Arla Foods A.m.b.a.

Supermarkedet Metro Cash & Carry havde i anledningen af virksomhedens fødselsdag bedt Arla om et økonomisk tilskud til at føre en fødselsdagskampagne. Arla indvilligede i at give 200.000 kr. til kampagnen på den betingelse, at Metro stoppede sit samarbejde med Hirtshals Andelsmejeri.

Byretten fandt, at Arla havde misbrugt sin dominerende stilling ved at forsøge at presse Hirtshals Andelsmejeri ud som leverandør til Metro Cash & Carry. Arla blev idømt en bøde på 5 mio. kr.

3.3.3. Krav om køb af tillægsydelse

Det kan være et misbrug, hvis en dominerende virksomhed – uden saglig grund – kræver, at en kunde for at købe én vare, også skal købe en anden vare, en såkaldt tillægsydelse. Dette er tilfældet, hvis den dominerende virksomhed dermed forsøger at sammenkoble to separate produkter, som ikke naturligt hører sammen.

En sådan kobling af to separate produkter kan ske på flere måder. Det kan være, at den dominerende virksomhed direkte kræver, at køberen køber begge produkter – eller nægter at levere produkterne separat. Det kan også være, at den dominerende virksomhed giver en ”pakkerabat”, som gør det ufordelagtigt at købe produkterne separat.

Eksempler på krav om køb af tillægsydelse

Microsoft

Microsoft var med en markedsandel på 90 % den dominerende producent af pc-styresystemer. Microsoft konkurrerede samtidig med en række andre producenter om at levere softwareproduktet media players.

Når Microsoft solgte sit dominerende produkt, styresystemet ”Windows”, fulgte Microsofts media player ”Windows Media Player” også med. Det var umuligt for kunderne at købe de to produkter separat.

Kommissionen fandt, at Microsoft havde misbrugt sin dominerende stilling på markedet for pc-styresystemer ved at sammenkoble de to separate produkter. Det skyldtes, at koblingen af de to produkter gav Microsoft en konkurrencefordel, som gjorde det vanskeligt for andre producenter af media players at konkurrere.

Viterra Energy Service – varmemålere

Viterra Energy Service var dominerende på markedet for varmemålere i Danmark og eneleverandør af målere af mærket ”daprimo”.

En andelsboligforening skulle have udskiftet defekte varmemålere. Det var et lovkrav, at alle varmemålere i en ejendom skulle være af samme mærke. Derfor ønskede andelsboligforeningen, at de nye varmemålere skulle være af mærket ”daprimo” – ligesom de øvrige. Andelsboligforeningen stod i øvrigt selv for måleraflæsning og havde et konsulentfirma til at lave varmeregnskabet for ejendommen.

Viterra Energy Services nægtede at levere varmemålere til foreningen, medmindre andelsboligforeningen accepterede, at Viterra Energy Services fremover også foretog varmeaflysning og udfærdigede varmeregnskab.

Konkurrencerådet fandt, at Viterra Energy Service havde misbrugt sin dominerende stilling ved at sammenkæde salget af varmemålere med levering af måleraflæsning og tvinge kunderne til at købe begge ydelser.

3.3.4. Urimelige forretningsvilkår

Hvis en dominerende virksomhed anvender nogle urimelige forretningsvilkår overfor sine samhandelspartnere, kan det også være et misbrug.

Eksempel på urimelige forretningsvilkår

Rørforeningens vvs-katalog

Rørforeningen, som er en brancheorganisation for vvs-grossister, udgav et katalog over vvs-produkter på det danske marked. Rørforeningen havde en dominerende stilling, idet vvs-kataloget var det eneste samlede register over vvs-varer i Danmark.

Vvs-kataloget blev brugt ved de fleste indkøb af vvs-udstyr. Hvis en leverandør ønskede at sælge vvs-udstyr, var det vigtigt at udstyret fremgik af kataloget over vvs-udstyr. Både nye og gamle leverandører ønskede derfor at få deres vvs-produkter optaget i kataloget – og det uanset om de var medlemmer af Rørforeningen eller ej.

Rørforeningen havde nogle betingelser for optagelse af nye produkter i kataloget. En af disse var, at et nyt produkt kun kunne optages i kataloget, hvis det blev forhandlet af to af foreningens medlemmer. Denne betingelse betød, at Rørforeningens medlemmer kunne blokere for optagelse af nye produkter fra leverandører, som ikke var medlem.

Herudover var der også nogle af optagelsesbetingelserne, som diskriminerede imellem de vvs-leverandører, der var medlem af foreningen, og dem, der ikke var det. Medlemmerne havde på forskellig vis nemmere adgang til at få deres produkter optaget i vvs-kataloget.

Konkurrencerådet fandt, at Rørforeningen havde misbrugt sin dominerende stilling ved at stille urimelige og diskriminerende optagelsesbetingelser. Rørforeningen fik derfor påbud om at ændre optagelsesbetingelserne.

3.3.5. Leveringsnægtelse

Som udgangspunkt må en virksomhed selv bestemme, hvem virksomheden ønsker at handle med og levere til. Dette gælder også dominerende virksomheder.

Det kan være et misbrug, hvis en dominerende virksomhed – uden saglig grund – enten nægter at levere eller standser sine leveringer til en virksomhed.

Dette vil f.eks. kunne være tilfældet, hvis køberen er afhængig af den vare, som den dominerende virksomhed sælger, og leveringsnægtelsen derfor kan føre til, at køberen udelukkes fra markedet eller svækkes ganske væsentligt. Det vil også kunne være tilfældet, hvis den dominerende virksomhed uden saglig grund standser leveringen til en eksisterende samhandelspartner.

Det vil også kunne være tilfældet, hvis den dominerende virksomhed kun vil levere på betingelser, der er så urimelige, at det svarer til at nægte levering.

Eksempler på leveringsnægtelse

Bang & Olufsen A/S – levering til Merlin-forretninger

B&O havde en dominerende stilling på markedet for eksklusive audio/video-produkter. Som følge af B&O-produkternes eksklusive karakter blev produkterne solgt via et selektivt distributionssystem. Dette betød, at B&O kunne nægte at sælge til forhandlere med mindre de opfyldte en række objektive, saglige og rimelige vilkår.

B&O nægtede at levere til en række Merlin-forretninger. Leveringsnægtelsen var begrundet i, at B&O stillede særlige krav til levering til forretninger fra en kapitalkæde som Merlin. Endvidere var leveringsnægtelsen begrundet i, at Merlin-forretningerne ikke opfyldte B&O's krav til præsentation af de eksklusive produkter.

Konkurrenceankenævnet fandt, at B&O havde misbrugt sin dominerende stilling. Det var ikke sagligt, at B&O stillede særlige krav til forretninger, som var del af en kapitalkæde. Samtidig blev B&O's krav til præsentation af produkterne ikke administreret konsekvent overfor alle forhandlere.

Commercial Solvents

Det amerikanske selskab Commercial Solvents havde en dominerende stilling på markedet for fremstilling af råmateriale aminobutanol. Dette råmateriale solgte Commercial Solvents til producenter af ethambutol – bl.a. til producenten Zoja.

Da Commercial Solvents besluttede selv at begynde at producere ethambutol, nægtede Commercial Solvents at fortsætte med at levere til Zoja. Zoja var imidlertid afhængig af leverancerne fra Commercial Solvents, hvis de skulle fortsætte med at producere ethambutol, og klagede derfor.

EF-Domstolen fastslog, at en dominerende virksomhed ikke uden saglig grund kan standse leverancerne af et råmateriale, hvis det har den konsekvens, at en konkurrent udelukkes.

3.3.6. Urimeligt høje priser

Alle virksomheder må som udgangspunkt fastsætte prisen på deres varer, som de vil.

I særlige tilfælde kan det dog være et misbrug, hvis en dominerende virksomhed kræver en urimeligt høj pris for sine varer/tjenesteydelser.

Eksempel på urimeligt høje priser

Elsam A/S

Elsam havde en dominerende stilling på markedet for engrossalg af el i Vestdanmark, dvs. vest for Storebælt. I flere timer om året var Elsam den eneste virksomhed, som kunne levere tilstrækkeligt med el til dækning af forbruget i Vestdanmark. I nogle af de timer, hvor Elsam ikke var udsat for konkurrence, havde Elsam en salgsstrategi, der førte til, at Elsam opnåede en timepris, der var væsentligt højere end timeprisen i de timer, hvor Elsam var udsat for konkurrence.

Konkurrencerådet og Konkurrenceankenævnet traf afgørelse om, at Elsam i 2003, 2004, 2005 og 1. halvår af 2006 havde misbrugt sin dominerende stilling på markedet ved i et vist omfang at opnå urimeligt høje priser på el. Efterfølgende har en lang række af Elsams kunder fremsat erstatningskrav mod Elsam. Sagerne verserer nu ved Sø- & Handelsretten.

4. HVAD RISIKERER VIRKSOMHEDER, SOM OVERTRÆDER KONKURRENCELOVEN?

Virksomheder, der overtræder konkurrenceloven risikerer:

- at få påbud om at bringe overtrædelsen til ophør,
- at få bøde (ved meget alvorlige overtrædelser er der mulighed for bøder på 15 mio. kr. eller derover) og
- at skulle betale erstatning til dem, der har lidt et tab på grund af den ulovlige aftale.

Samtidig er aftaler, der er indgået i strid med konkurrencelovens forbud mod konkurrence-begrænsende aftaler, ugyldige.

En virksomhed kan straffes med bøde, hvis overtrædelsen har været forsætlig eller groft uagtsom. Det er politiet – dvs. Statsadvokaten for Særlig Økonomiske Kriminalitet – som efterforsker og rejser tiltale i sager om bødestraf for overtrædelse af konkurrenceloven.

En virksomheds ledelse - f.eks. bestyrelsesformanden eller en overordnet ansat som direktøren - kan blive straffet med personlige bøder, hvis ledelsen har deltaget i eller undladt at skride ind overfor en konkurrencebegrænsende adfærd. I særlige tilfælde kan ansatte i mere underordnede stillinger pålægges bøder.

Når der træffes afgørelse i en sag om overtrædelse af konkurrenceloven – enten i form af påbud eller bøder – er der pligt til at offentliggøre afgørelsen med navnene på de dømte. Det sker typisk ved, at Konkurrence – og Forbrugerstyrelsen udsender en pressemeddelelse og offentliggør afgørelsen på Konkurrence – og Forbrugerstyrelsens hjemmeside.

Påbud m.v.

En virksomhed, der har overtrådt konkurrenceloven kan f.eks. få påbud om

- at en aftale skal ophæves eller nogle forretningsbetingelser skal ændres,
- at virksomhedens priser og rabatter skal ændres, eller
- at virksomheden skal levere eller give adgang til en infrastrukturfacilitet.

§ 16 a–Tilsagn

En virksomhed kan også tilbyde at imødekomme de betænkeligheder, som Konkurrencerådet/-styrelsen har vedrørende virksomhedens adfærd ved at afgive et tilsagn. Et sådant tilsagn kunne f.eks. gå ud på, at virksomheden forpligter sig til at ændre de kontraktvilkår, som er problematiske i forhold til konkurrenceloven.

Det er virksomhederne og deres ledelse, der er ansvarlige for, at loven overholdes. Det betyder, at hvis en medarbejder handler i strid med loven, uden at ledelsen har kendskab hertil, så er virksomheden alligevel ansvarlig for overtrædelsen.

Eksempler på bøder for overtrædelse af forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler

Swatch Group

Urgrossisten Swatch Group havde indgået en aftale/samordnet praksis med nogle urforhandlere om, at de ikke måtte give rabat i forhold til de vejledende priser. Desuden havde Swatch ekskluderet en forhandler, der ikke havde overholdt aftalen.

Det var en alvorlig overtrædelse af forbudet mod ulovlige prisaftaler (bindende videresalgpriser), og Swatch fik en bøde på 200.000 kr. Samtidig fik direktøren en personlig bøde på 10.000 kr.

Bødeniveauet for overtrædelser af konkurrenceloven er siden den 1. august 2002 blevet forhøjet.

Rørkartellet

Ti europæiske producenter af fjernvarmerør – og heriblandt tre danske – deltog i et europæisk kartel, som havde aftalt en opdeling af det europæiske marked og koordineret priser og tilbud.

Der blev givet bøder på i alt 690 mio. kr. til kartellets deltagere for overtrædelse af EU's konkurrenceregler. De tre danske producenter kom desuden til at betale 150 mio. kr. i erstatning til de fire største danske kommuner.

Eksempel på bøde for overtrædelse af forbudet mod misbrug af dominerende stilling

Arla Foods A.m.b.a.

Supermarkedet Metro Cash & Carry havde i anledningen af virksomhedens fødselsdag bedt Arla om et økonomisk tilskud til at føre en fødselsdagskampagne. Arla indvilligede i at give 200.000 kr. til kampagnen, på den betingelse, at Metro stoppede sit samarbejde med Hirtshals Andelsmejeri.

Byretten fandt, at Arla havde misbrugt sin dominerende stilling ved at forsøge at ekskludere Hirtshals Andelsmejeri fra markedet. Arla blev idømt en bøde på 5 mio. kr.

Når Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen undersøger, om der eventuelt er sket en overtrædelse af konkurrenceloven, har styrelsen mulighed for – på baggrund af en retskendelse – at foretage kontrolbesøg hos en eller flere virksomheder. Der kan både foretages kontrolbesøg hos den eller de virksomheder, som formodes evt. at have overtrådt konkurrenceloven – og hos andre virksomheder.

Ved et kontrolbesøg har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ret til at få adgang til alle lokaler og til at gennemse regnskaber, forretningspapirer, computere mv.

Politiet har også mulighed for at gennemføre ransagninger hos dem, der mistænkes for at medvirke til en overtrædelse af konkurrenceloven.

Eksempel på erstatningskrav for misbrug af dominerende stilling

DSB – GT Linien A/S

DSB var ejer af Rødby og Gedser Havn. GT Linien A/S drev færgeruten Gedser-Travemünde, som konkurrerede med færgeruten Rødby-Puttgarden, som DSB Rederi A/S drev.

DSB havde opkrævet havneafgifter af GT Linien A/S - men DSB havde ikke opkrævet tilsvarende afgifter af DSB Rederi A/S eller af Deutsche Bundesbahn, som også havde trafik til havnene.

Højesteret fandt, at DSB som offentlig virksomhed og ejer af havnene havde en dominerende stilling. Højesteret fandt samtidig, at DSB havde misbrugt denne dominerende stilling ved at diskriminere mellem GT Linien A/S og DSB's eget rederi / Deutsche Bundesbahn. Denne diskrimination havde stillet GT Linien A/S dårligere i konkurrencen.

Højesteret fastsatte skønsmæssigt erstatningen til 10 mio. kr. samt renter.

Straflempelse i kartelsager

Karteller udgør en alvorlig form for økonomisk kriminalitet og derfor er der en særlig behov for at stoppe disse.

Både personer og virksomheder, der har deltaget i et kartel, har mulighed for at ansøge om straflempe – og dermed enten slippe helt for bødestraf eller få bøden nedsat. For at opnå straflempe skal ansøgeren tilstå sin deltagelse i kartellet og give Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen informationer, der kan hjælpe med til at stoppe kartellet.

For at kunne få en sådan straflempe, skal ansøgeren være villig til at samarbejde fuldt ud med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen. Det er samtidig en betingelse, at ansøgeren stopper med at deltage i kartellet fra det tidspunkt, hvor der ansøges om strafnedsættelse.

Se også www.kfst.dk, hvor der er yderligere information om straflempe og hvad virksomheder skal gøre, hvis de ønsker at melde sig ud af et kartel.

5. EU's KONKURRENCEREGLER

EF-traktatens art. 101 og 102 indeholder forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug af dominerende stilling, som nøje svarer til konkurrencelovens forbud i § 6 og § 11.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen påser overholdelsen af både konkurrenceloven og EF-traktatens konkurrenceregler i Danmark.

Konkurrencelovens forbud anvendes, når der er tale om overtrædelser, der kun påvirker konkurrencen i Danmark. EF-traktatens regler anvendes, når der er tale om overtrædelser, der også kan påvirke samhandlen med EU's medlemsstater – f.eks. med Sverige og Tyskland.

Hvis der er tale om større sager – som f.eks. et kartel der omfatter virksomheder i flere lande – vil det være Kommissionen, som behandler sagen.

Kommissionen har mulighed for at give bøder, der væsentligt overstiger de danske.

F.eks. har Microsoft fået en bøde på 497 mio. euro for misbrug, og en række producenter af elevatorer og rul-letrapper har fået en samlet bøde på mere end 992 mio. euro for karteldannelse.

Eksempel på bøde efter EU-reglerne

Aalborg Portland A/S - cement-kartel

Aalborg Portland A/S havde sammen med en lang række andre europæiske cementfabrikanter deltaget i et ulovligt kartelsamarbejde vedrørende hvid og grå cement. Kartelsamarbejdet havde bl.a. haft til formål at opdele markederne.

Aalborg Portland A/S blev pålagt en bøde på ca. 2,35 mio. euro for sin deltagelse i kartelsamarbejdet.

Kommissionen har siden hævet bødeniveauet væsentligt.

Hvor skal man klage?

Du kan altid klage til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Hvis en klage vedrører en konkurrencebegrænsende adfærd, der også vedrører andre lande i EU, tager konkurrence- og Forbrugerstyrelsen stilling til hvilke regler der skal anvendes.

Hvis det måtte være relevant kan Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen også videresende klagen til Kommissionen eller én af de andre EU-medlemsstaters konkurrencemyndigheder.

6. ADRESSER OG LINKS M.V.

På Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens hjemmeside kan du finde yderligere information om konkurrence-loven og afgørelser fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, Konkurrencerådet og Konkurrenceankenævnet. Her findes også vejledning om fusionskontrol og konkurrenceforvridende støtte.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Adresse	Carl Jacobsens Vej 35 2500 Valby
Tlf.	4171 5000
Hjemmeside	www.kfst.dk
Email	kfst@kfst.dk

EU-Kommissionen

Adresse	Competition Directorate-General European Commission DG Competition rue Joseph II / Jozef II straat 70 1000 Brussels Belgium
Tlf.	00 800 6 7 8 9 10 11 (Europe Direct - Gratis opkald)
Hjemmeside	http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html
Email	InfoComp@ec.europa.eu

Oversigt over den nævnte praksis:

Aalborg Portland A/S:	EF-Domstolens dom af 7. januar 2004 i sag C-204/00P m.fl., Aalborg Portland A/S m. fl. mod Kommissionen.
Arla Foods Amba.:	Dom af 10. februar 2006 fra Retten i Århus, Anklagemyndigheden mod Arla Foods Amba.
Bestseller A/S:	Dom af 27. november 2007 fra Vestre Landsret, Bestseller A/S mod Konkurrencerådet Konkurrencerådets afgørelse af 27. august 2003 og Konkurrenceankenævnets kendelse af 27. oktober 2004.
Bang & Olufsen A/S:	Konkurrenceankenævnets kendelse af 3. august 1999, Bang & Olufsen A/S mod Konkurrencerådet.
DAG:	Dom 28. februar 2005 fra Københavns Byret, Anklagemyndigheden mod DAG Dansk Autogenbrug.
DSB:	UfR 2005.2171 H, GT Linien A/S under konkurs mod DSB m.fl.
Elsam A/S:	Konkurrenceankenævnets kendelse af 14. november 2006, Elsam A/S mod Konkurrencerådet (anket til Sø- & Handelsretten). Konkurrenceankenævnets kendelse af 3. marts 2008, DONG Energy A/S mod Konkurrencerådet (anket til Sø- & Handelsretten).
El-kartellet:	U 2005.2343Ø, Anklagemyndigheden mod T A/S.
Frisørmesterforeningen:	Konkurrencestyrelsens afgørelse af 24. oktober 2005.
Karton-kartel:	Retten i Første Instans' dom af 14. maj 1998 i sag T-347/94 m.fl., Mayr-Melnhof Kartongesellschaft mbH m.fl. mod Kommissionen.
Lokalbanksagen:	Konkurrenceankenævnets kendelse af 2. oktober 2007.
LOPI:	Konkurrencerådets afgørelse af 30. januar 2008.
Matas A/S:	Konkurrencerådets afgørelse af 23. april 2008.
Post Danmark A/S:	Dom af 21. december 2007 fra Østre Landsret, Post Danmark A/S mod Konkurrencerådet (selektive lave priser på markedet for adresseløse forsendelser) (anket til Sø- & Handelsretten). Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2007 (Priser og vilkår for magasinpost).
Ruko A/S:	Konkurrencerådets afgørelse af 19. december 2001.
Rørforeningen:	Konkurrencerådets afgørelse af 27. april 2005.
Swatch Group Nordic AB:	Dom af 1. december 2005 fra Østre Landsret, Anklagemyndigheden mod The Swatch Group Nordic AB m.fl.
Taxiselskaber:	Konkurrencerådets afgørelse af 31. maj 2006.
Telemobilia ApS:	Dom af 27. november 2007 fra Retten i Roskilde, Anklagemyndigheden mod Telemobilia ApS m.fl.
SAS/Maersk:	Kommissionens beslutning af 18. juni 2001 i sag IV/37.444.
Van den Bergh Foods Ltd.:	Retten i Første Instans' dom af 23. oktober 2003 i sag T-65/98, Van den Bergh Foods Ltd mod Kommissionen.
Viterra Energy Service:	Konkurrencerådets afgørelse af 31. maj 2000.