

UDSKRIFT
AF
HØJESTERETS DOMBOG

HØJESTERETS DOM
afsagt mandag den 7. januar 2008

Sag 532/2005

(1. afdeling)

Schneider Electric Danmark A/S (tidligere Lauritz Knudsen A/S)

(advokat Peter Stig Jakobsen)

mod

Konkurrencerådet

(kammeradvokaten ved advokat Kim Lundgaard Hansen)

Biintervenient til støtte for Schneider Electric Danmark A/S:

Dansk Industri

(advokat Peter Stig Jakobsen)

I tidligere instans er afsagt dom af Østre Landsrets 7. afdeling den 6. december 2005.

I pådømmelsen har deltaget syv dommere: Torben Melchior, Per Sørensen, Peter Blok, Asbjørn Jensen, Thomas Rørdam, Jon Stokholm og Henrik Waaben.

Påstande

Appellanten, Schneider Electric Danmark A/S, har nedlagt påstand om, at indstævnte, Konkurrencerådets, afgørelse af 20. december 2000, som stadfæstet ved Konkurrenceankenævnets kendelse af 17. maj 2002, ophæves.

Schneider Electric har subsidiært nedlagt følgende sideordnede påstande:

1. Konkurrencerådets afgørelse af 20. december 2000 pkt. 14-15 ophæves.
2. Konkurrencerådets afgørelse af 20. december 2000 pkt. 16-19 ophæves.

Konkurrencerådet har påstået stadfæstelse, subsidiært hjemvisning til Konkurrencerådet til fornyet behandling.

Anbringender

Schneider Electric har for Højesteret bestridt, at forudbestillings- og leveringsrabatterne i den anmeldte grossistaftale var egnede til at binde grossisterne til Lauritz Knudsen A/S (LK). Schneider Electric har herved nærmere anført, at et rabatsystem ikke har en ekskluderende effekt, hvis marginalprisen ikke på noget tidspunkt ligger under de gennemsnitlige totale omkostninger for hver produceret enhed, idet lige så effektive konkurrenter i så fald altid vil kunne matche marginalprisen. Endvidere har et rabatsystem ikke en ekskluderende virkning, hvis konkurrenterne har en tilstrækkelig stor markedsandel – såkaldt required market share (RQS) – til at kunne matche den dominerende virksomheds marginalpris. Schneider Electric har yderligere henvist til, at LK's rabatskala ikke var en trinvis skala, men en logaritmisk skala, hvor rabatten udviklede sig i en blød kurve uden spring.

Schneider Electric har for Højesteret frafaldet sine anbringender om, at Konkurrencerådet traf afgørelsen uden at iagttage reglerne for kontradiktion og uden at foretage en mærkbarheds-vurdering.

Konkurrencerådet har anført, at anbringendet om, at forudbestillings- og leveringsrabatterne i den anmeldte grossistaftale ikke var egnede til at binde grossisterne til LK, er nyt, og har protesteret mod, at det tages under påkendelse.

Supplerende sagsfremstilling

Pkt. 63, 89 og 90 i Konkurrencerådets afgørelse af 20. december 2000 lyder således:

”63. LK har anført, at det relevante produktmarked bør afgrænses til alle elbaserede installationer i boliger, institutioner og erhvervsejendomme samt materiel til anvendelse i forbindelse med brugsgenstande. LK har vurderet sin markedsandel til at udgøre 9-10% af dette marked. Subsidiært har LK i sit høringssvar gjort gældende, at markedet bør afgrænses til markedet for afbryder- og løsmateriel. LK har vurderet sin markedsandel til at udgøre 50-65% af dette marked.

89. LK har vurderet sin markedsandel til at være større end 80% af markedet for stik-kontakter for fast installation i Danmark. Styrelsens undersøgelser har vist, at LK's

markedsandel er nær de 100% af dette marked. Flere af LK's grossister har således vurderet LK's markedsandel til at udgøre 100%, og alle LK's grossister forhandler kun stikkontakter for fast installation fra LK.

90. I det samlede salg af såkaldt afbryder- og løsmateriel, (herunder stikkontakter), i Danmark indtager LK en markedsandel på 50-65%, og må således vurderes at have en dominerende stilling på et bredere marked, end det styrelsen har afgrænset."

I forarbejderne til konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3 (oprindeligt § 11, stk. 2, nr. 3), anføres (Folketingstidende 1996-97, tillæg A, side 3669):

"§ 11, stk. 2, nr. 3, omfatter f.eks. misbrug, der består i, at en virksomhed tilbyder visse af sine aftagere af varer eller tjenesteydelser rabatter eller bonus, som ikke ydes til andre aftagere, der under samme omstændigheder får leveret samme mængder.

Som hovedregel anses de omkostningsbegrundede rabat- og bonusformer, (det vil sige prisnedslag, der er begrundet i omkostningsbesparelser) ikke at medføre skadelige virkninger på priserne eller konkurrencen. Tværtimod kan de fremme en effektiv konkurrence, såfremt de baserer sig på objektive og rimelige kriterier og er kendte for køberne.

De efterspørgselsbetingede/afsætningsbegrundede rabat- og bonusformer (det vil sige prisnedslag, der alene baserer sig på afsætningsmæssige hensyn, f.eks. troskabsrabatter) vil derimod kunne påvirke konkurrencen mellem virksomhederne og dermed adgangen til markedet på en måde, der skader effektiviteten og strukturtilpasningen. Dette vil især være tilfældet på markeder, hvor mulighederne for aktiv konkurrence er begrænset, bl.a. som følge af virksomheder med dominerende indflydelse på konkurrencevilkårene.

En yderligere skærpelse foreligger i tilfælde, hvor der er knyttet en »engelsk klausul« til en aftale om rabat eller bonus, således at den dominerende virksomhed fra aftagerne får leveret detaljerede oplysninger om de mest favorable tilbud fra konkurrerende virksomheder med henblik på altid at kunne tilbyde priser, der ikke overstiger konkurrenternes laveste tilbudte priser.

Det vil imidlertid altid i hvert enkelt tilfælde være nødvendigt på grundlag af nærmere undersøgelser konkret at vurdere, hvorvidt de pågældende rabat- og bonusydelser har urimelige virkninger, herunder om de gives til imødegåelse af lignende rabat- og bonusydelser fra andre konkurrenter."

I forarbejderne til konkurrencelovens § 5 a, stk. 1, anføres (Folketingstidende 1999-2000, tillæg B, side 1286-1288):

"Afgrænsningen af det relevante marked efter konkurrenceloven bygger på de samme elementer uanset, om der er tale om en bedømmelse af forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler, herunder spørgsmålet om anvendelsen af den såkaldte bagatelregel i § 7, stk. 1, nr. 1, en af betingelserne for individuel fritagelse i § 8, stk. 1, nr. 4, forbud mod misbrug af en eller flere virksomheders dominerende stilling i § 11, stk. 1, jf. lov-

forslagets nr. 8, reglerne om fusionskontrol i lovforslagets nr. 12 samt anvendelsen af EF-traktatens artikel 81 og 82, jf. lovforslagets nr. 25. Ud fra bl.a. hensyn til virksomhedernes retssikkerhed er det derfor fundet naturligt at indsætte en udtrykkelig bestemmelse om markedsafgrænsningen.

Med bestemmelsen foreslås der indført en lovfæstet sikkerhed for, at afgrænsningen af det relevante marked skal ske på grundlag af en undersøgelse af efterspørgselssubstitutionen og udbudssubstitutionen. Endvidere indføres der en lovfæstet sikkerhed for, at den potentielle konkurrence skal undersøges i de tilfælde, hvor afgrænsningen af det relevante marked betyder, at virksomhedernes stilling kan give anledning til tvivl om, hvorvidt loven er overtrådt.

En markedsafgrænsning efter loven kan således hverken af Konkurrencerådet eller af en dansk domstol ske uden, at efterspørgsels- og udbudssubstitution er undersøgt, dokumenteret og vurderet. Omvendt indebærer bestemmelsen ikke, at der ikke kan inddrages andre kriterier end de oplyste.

Afgrænsningen af det relevante marked har til formål at indkredse de konkurrencebegrænsninger, som en eller flere virksomheder møder, eller med andre ord at undersøge, om kunderne har alternative forsyningskilder, såvel geografisk som produktmæssigt. EU-praksis, herunder Kommissionens meddelelse fra 1997 om afgrænsning af det relevante marked, jf. EF-Tidende 1997, nr. C 372, s. 5, vil være vejledende for afgrænsningen af det relevante marked. Formålet med at afgrænse et marked både som et produktmarked og som et geografisk marked er at fastslå, hvilke egentlige konkurrenter, der er i stand til at begrænse de involverede virksomheders adfærd og forhindre dem i at handle uafhængigt af et effektivt konkurrencemæssigt pres.

Ved det relevante produktmarked forstås markedet for de produkter eller tjenesteydelser, som forbrugerne betragter som substituerbare på grund af produkternes eller tjenesteydelsernes egenskaber, pris eller anvendelsesformål.

Ved det relevante geografiske marked forstås det område, hvor de involverede virksomheder afsætter eller efterspørger produkter eller tjenesteydelser, og som har tilstrækkeligt ensartede konkurrencevilkår, og som kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er meget anderledes.

Afgrænsningen af det relevante marked kan føre til forskellige resultater afhængigt af det konkurrencemæssige problem, der skal undersøges. Disse forskelle bunder bl.a. i, at ved undersøgelsen af en fusion er der hovedsagelig tale om en analyse af fremtidige forhold, mens en undersøgelse af et misbrug af en dominerende stilling bygger på den tidligere adfærd. Disse forskellige tidshorisonter kan medføre, at der eksempelvis afgrænses forskellige geografiske markeder afhængigt af, hvad der undersøges.

Ved undersøgelse af *efterspørgselssubstitution* fastlægges en række produkter, som forbrugerne betragter som substituerbare. Hermed menes en undersøgelse af, hvorledes forbrugernes sandsynlige reaktion vil være på en lille, varig stigning i de relative priser på en virksomheds produkter. Der tages udgangspunkt i de produkter, som de involverede virksomheder sælger, og det område, hvor de sælger dem. Dette sker for at fastslå, om yderligere produkter og områder skal medtages i markedsafgrænsningen eller ej. Disse yderligere produkter og områder skal medtages, hvis de påvirker eller begrænser

prisfastsættelsen på virksomhedernes produkter tilstrækkeligt på kort sigt. Mere konkret skal man forestille sig, at der afhængigt af produktets art sker en varig prisstigning på 5-10 pct. for A's produkt. Vil denne prisstigning da betyde, at forbrugerne vil skifte til B's produkt? I bekræftende fald kan B's produkt substituere A's, og i afgrænsningen af det relevante produktmarked skal såvel A's som B's produkter derfor indgå.

For at fastslå, om virksomheder i andre områder i praksis kan betragtes som alternative forsyningskilder for forbrugerne, skal det ligeledes undersøges, om virksomhedernes kunder umiddelbart kan og vil skifte til leverandører i andre områder, og uden at det medfører særligt store omkostninger. Hvor en aftale binder en kunde i en efter forholdene normal periode, forudsat at denne periode ikke i sig selv er i strid med forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler i lovens § 6, er det kundens valgmuligheder efter aftalens ophør, der skal lægges til grund ved vurderingen af efterspørgselssubstitution. Det geografiske marked skal afgrænses uden skelen til landegrænser og territoriale skel, men ud fra konkurrencevilkårene.

Med ændringsforslaget lægges der op til, at der herudover skal ske en undersøgelse af, hvorvidt der findes *udbudssubstitution*. I undersøgelsen af udbudssubstitution indgår en vurdering af, hvorvidt andre leverandører som en reaktion på små, varige ændringer i de relative priser på kort sigt kan omstille produktionen til de relevante produkter eller tjenesteydelser og markedsføre dem på kort sigt uden, at det medfører betydelige ekstraomkostninger eller risici. Med de relevante produkter forstås de produkter eller tjenesteydelser, som produceres eller udbydes af de involverede virksomheder.

Denne undersøgelse er særligt relevant i tilfælde, hvor undersøgelsen af efterspørgselssubstitutionen er mundet ud i, at der ikke findes alternativer, fordi der eksempelvis er tale om et produkt af særlig art og kvalitet. Her vil de forskellige arter og kvaliteter blive betraget som en del af et større produktmarked forudsat, at de forskellige leverandører kan tilbyde og sælge de forskellige arter og kvaliteter umiddelbart og uden væsentlig stigning i omkostningerne, som beskrevet ovenfor.

Hvis undersøgelsen af substitutionsmulighederne på udbudssiden viser, at andre leverandører skal foretage væsentlige tilpasninger af de eksisterende materielle og immaterielle aktiver, supplerende investeringer, strategiske beslutninger og lignende, tages udbudssubstitution ikke i betragtning ved markedsafgrænsningen.

Når det relevante marked er afgrænset – produktmæssigt og geografisk – kan de involverede virksomheders stilling på dette marked fastslås. Hvis der er tvivl om denne stilling, eller der er tvivl om, hvorvidt loven er overtrådt, præciserer ændringsforslaget, at det skal undersøges, om der findes *potentiell konkurrence*. Det er en undersøgelse af, hvorvidt der er virksomheder, som ikke aktuelt er til stede på det pågældende marked, men som på mellemlang sigt kunne tænkes at etablere sig på markedet. Denne undersøgelse går ud på at vurdere potentielle konkurrenters faktiske muligheder for at få adgang til markedet og indebærer således en vurdering af disse konkurrenters hypotetiske markedsandele.

Forskellen mellem udbudssubstitutionen og den potentielle konkurrence er tidshorizonten. Undersøgelsen af udbudssubstitutionen baseres på andre leverandørers umiddelbare reaktion på den involverede virksomheds markedstiltag, hvorimod undersøgelsen af den potentielle konkurrence bygger på andre leverandørers reaktion på mellemlang sigt.

Principperne om udbudssubstitution og potentiel konkurrence vil indebære, at et produkt, der alene adskiller sig fra andre produkter med samme funktionalitet ved eksklusivt design eller prestige tilknyttet produktet, ikke vil udgøre et særskilt produktmarked. Årsagen hertil er, at sådanne konkurrencefordele må betragtes som mulige for konkurrerende virksomheder at overvinde gennem deres egen designudvikling, markedsføring m.v.”

Europa-Kommissionen traf den 10. oktober 2001 beslutning om en fusions uforenelighed med fællesmarkedet efter reglerne i Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomheds-overtagelser. Sagen drejede sig om selskabet Schneider Electrics overtagelse af kontrollen med selskabet Legrand. Af Kommissionens afgørelse (sag COMP/M.2283 – Schneider/ Legrand, der er offentliggjort i Den Europæiske Unions Tidende den 6. april 2004, L 101) fremgår bl.a.:

”B.3.1 Afgrænsning af produktmarkederne

Indledning

- (301) Det elektriske udstyr, der er placeret efter gruppetafven (af parterne også kaldt "monteringsmateriel og tilbehør") er kendetegnet ved, at det er placeret allersidst på eldistributionsnettet - efter gruppetafven.
- (302) Parterne foreslår, at følgende markeder afgrænses som særskilte produktmarkeder: (i) markedet for stikkontakter og afbrydere, (ii) markedet for kontrolsystemer, (iii) markedet for systemer til beskyttelse af personer, (iv) markedet for systemer til sikring af genstande, (v) markedet for tilslutningsmateriel til kommunikationsnetværk, (vi) markedet for fastgørelses- og forgreningsmateriel og (vii) markedet for komponenter til kabel- og ledningsføring i opholdsrum (integreret kabelføring). Alle disse kategorier af produkter skulle således opfylde forskellige funktioner. Kommissionens undersøgelse bekræfter, at disse forskellige markeds kategorier ikke vil kunne indgå i ét og samme produktmarked. Markederne for kontrolsystemer, systemer til sikring af genstande, tilslutningsmateriel til kommunikationsnetværk og komponenter til integreret kabelføring berøres ikke af den anmeldte fusion.
- (303) De af parterne foreslåede afgrænsninger af produktmarkederne har det til fælles, at de alle omfatter produkter, som ikke er indbyrdes substituerbare.
- (304) Ikke desto mindre har de pågældende markeder en række fællestræk, som adskiller dem fra markederne for eltavler og markederne for kabelføringsveje og kanal-skinnesystemer. For det første drejer det sig om markeder, som primært vedrører bolig- og kontorbyggeri (bortset fra visse kategorier af produkter såsom specialiseret elmateriel). Desuden udgør de pågældende produkter den synlige del af elinstallationen. Disse to karakteristika indebærer, at det æstetiske aspekt i mod-

sætning til, hvad der er tilfældet med eltavler, kabelføringsveje og kanalskinnesystemer, spiller en vigtig rolle for valget af produkter, og at den endelige bruger er langt mere interesseret i at blive inddraget i dette valg. Desuden distribueres næsten alt monteringsmateriel via grossister. Derimod spiller tavlemontørerne og det direkte salg fra producenterne til de endelige kunder ingen rolle for distributionen af disse produkter. Det betyder, at installatørerne har større indflydelse på valget af produkter inden for dette marked end på markedet for eltavler, kabelføringsveje og kanalskinnesystemer.

Stikkontakter og afbrydere

Indledning

- (305) Produktkategorien "lavspændingsstikkontakter og -afbrydere" omfatter ifølge parterne følgende produkter:
- Simple stikkontakter, der giver mulighed for at tilslutte elektrisk apparatur.
 - Såkaldte "svagstrømsstik": traditionelle telefonstik, tv-stik og avancerede edb-stik (som Legrand benævner "VDI"-stik ("voice-data-images")), der giver mulighed for at tilslutte henholdsvis telefon, tv og hele informations- og kommunikationssystemer.
 - Afbrydere, der er beregnet til at styre elektrisk apparatur (belysning, motorer), herunder fjernafbrydere og timere.
 - Lysdæmpere til regulering af lysstyrken.
- (306) Det fremgår desuden af Kommissionens undersøgelse, at markedssegmentet for stikkontakter og afbrydere også omfatter en produktkategori, der betegnes "specialiseret elmateriel", og som er beregnet til at modstå aggressive påvirkninger (fugt, støv og stød).
- (307) Ifølge parterne udgør alle disse produkter – dog med undtagelse af "VDI"-stik – ét og samme produktmarked, fordi de hænger nøje sammen af designmæssige og æstetiske hensyn. Argumentet er, at de fremstilles og sælges i serier med et ensartet design. Forbrugerens valg af ét af disse produkter (f.eks. en stikkontakt) skulle således være bestemmende for valget af det øvrige materiel (f.eks. afbrydere), fordi det ikke vil se pænt ud i samme rum at have en stikkontakt og en afbryder i to forskellige design.
- (308) Kommissionens undersøgelse bekræftede, at der af ovenstående grunde er tale om et marked for standardstikkontakter og afbrydere (herunder timere, fjernafbrydere og lysdæmpere) samt særskilte produktmarkeder for edb-stik og specialiseret elmateriel. Spørgsmålet om, hvorvidt traditionelle telefonstik og tv-stik skal betragtes som særskilte produktmarkeder eller indgår i markedet for standardstikkontakter og -afbrydere, behøver ikke afgøres, eftersom det ikke har betydning for analysen af de konkurrencemæssige virkninger.

- (309) Produkterne i denne kategori er meget forskelligartede med hensyn til funktion, teknologisk indhold og enhedsværdi. Det er vigtigt at understrege, at kategorien af stikkontakter og afbrydere, således som den opfattes af parterne, dels omfatter lavteknologiske produkter, navnlig almindelige afbrydere og stikkontakter, dels produkter, der indeholder elektroniske komponenter, navnlig "VDI"-stik og lysdæmpere til regulering af lysstyrken. Disse produkter har det til fælles, at de anvendes i beboelses- og opholdsrum i bygningerne og er "synlige". Derfor er deres design og udseende en vigtig faktor for forbrugernes valg.

Standardstikkontakter og -afbrydere

- (310) Hvad angår standardstikkontakter og -afbrydere, herunder fjernafbrydere, timere og lysdæmpere, kan parternes argumentation for, at der er tale om et enkelt produktmarked, godtages.
- (311) Kommissionens rundspørge blandt konkurrerende producenter, grossister og installatører har således bekræftet parternes påstand om, at den afgørende faktor for brugernes og dermed også grossisternes valg er æstetikken, og at det gælder alle disse produkter med forskellige funktioner.
- (312) Alle de pågældende produkter har det til fælles, at de er synlige for brugeren. Deres udseende og muligheden for at indpasse dem i den øvrige indretning er derfor – ud over det rent funktionsmæssige – en afgørende faktor for brugerens eller ordregiverens (arkitekt, indretningsarkitekt m.fl.) valg. Derfor giver producenterne disse produkter en nogenlunde ensartet udformning, som normalt er baseret på brugen af rammer og dekorative elementer, der i vidt omfang passer sammen. Denne efterspørgsel fra slutbrugerne afspejles også hos grossisterne, som føler sig nødsaget til at tilbyde deres kunder komplette serier af stikkontakter og afbrydere i samme design. Hvis man forestiller sig, at der kun var én producent, der fremstillede komplette designserier af sådanne produkter, og denne forhøjede prisen på et givet produkt, er det næppe sandsynligt, at efterspørgslen efter dette produkt flyttede over til en producent, der kun fremstillede et enkelt produkt. Der findes i øvrigt ingen producenter, der kun fremstiller et enkelt produkt, eller som ikke kan tilbyde hele designserier. Producenterne skal således for overhovedet at komme ind på markedet kunne tilbyde en eller flere komplette serier i samme design.
- (313) Kommissionen konkluderer derfor, at standardstikkontakter og -afbrydere samt fjernafbrydere, timere og lysdæmpere i relation til den foreliggende sag tilhører ét og samme relevante produktmarked.”

Kommissionens beslutning blev annulleret ved dom afsagt den 22. oktober 2002 af Retten i Første Instans (sag T-310/01, offentliggjort i Samling af Afgørelser 2002, side II-4071). Annullationen skete af grunde, der ikke berører den citerede del af Kommissionens beslutning.

Højesterets begrundelse og resultat

Markedsafgrænsning og dominans

Stikkontakter for fast installation indgår normalt i serier, som ud over stikkontakter omfatter afbrydere, lysdæmpere og lignende for fast installation, således at de enkelte produkter i serien med hensyn til dimensioner og design er afpasset efter hinanden. For forbrugerne vil valget af en bestemt stikkontakt derfor normalt samtidig indebære valg af afbrydere m.v. i samme serie. Højesteret finder derfor, at en afgrænsning af det relevante produktmarked, hvorefter dette alene omfatter stikkontakter for fast installation, muligvis er for snæver, jf. herved også Kommissionens beslutning af 10. oktober 2001 i sagen Schneider/Legrand pkt. 310-313.

Selv om et noget bredere produktmarked, der tillige omfatter afbrydere m.v. for fast installation, lægges til grund, ændrer dette ikke ved Konkurrencerådets vurdering, hvorefter navnlig den særlige danske standard for jording, der gælder for stikkontakter, fører til, at det relevante geografiske marked må fastlægges til Danmark, og at der ikke kan lægges vægt på muligheden for udbudssubstitution, jf. pkt. 71-75 i Konkurrencerådets afgørelse. LK har selv vurderet, at selskabets andel af markedet i Danmark for stikkontakter for fast installation er mere end 80 %, og at selskabet har en andel på 50-65 % af det danske marked for afbryder- og løsmateriel, herunder stikkontakter.

Højesteret finder det herefter ubetænkeligt at lægge til grund, at LK har en markedsdominerende stilling også i tilfælde af, at det måtte være rigtigere at afgrænse det relevante marked som markedet i Danmark for stikkontakter, afbrydere, lysdæmpere og lignende for fast installation.

Misbrug

Højesteret finder ikke tilstrækkeligt grundlag for at afskære Schneider Electric fra at gøre gældende, at rabatsystemet ikke var egnet til at binde grossisterne til LK.

Højesteret tiltræder det af Konkurrencerådet anførte om, at forudbestillingsrabatten har loyalitetsskabende virkninger, der svarer til virkningerne af en progressiv årsbonus. Den loyalitets-

- 10 -

skabende virkning forstærkes af, at også leveringsrabattens størrelse afhænger af den forudbestilte mængde, og af, at grossisterne er forpligtet til at aftage de forudbestilte mængder. Højesteret er derfor enig med Konkurrencerådet i, at rabatsystemet har en betydelig indlåsningseffekt, dvs. i betydelig grad er egnet til at binde grossisterne til LK. Det, som Schneider Electric har anført for Højesteret, kan ikke føre til en anden vurdering. Som anført af Konkurrencerådet indebærer rabatordningen endvidere, at der anvendes ulige vilkår over for grossisterne for ydelser af samme værdi.

Herefter, og i øvrigt af de grunde, der er anført af landsretten, tiltræder Højesteret, at der ikke er grundlag for at tilsidesætte Konkurrencerådets og Konkurrenceankenævnets vurdering, hvorefter LK's rabatsystem indebærer et misbrug af selskabets dominerende stilling, jf. konkurrencelovens § 11, stk. 1.

Schneider Electrics påstand om ophævelse af pkt. 14 og 15 i Konkurrencerådets afgørelse kan derfor ikke tages til følge.

Pkt. 16-19 i Konkurrencerådets afgørelse

Af de grunde, landsretten har anført i afsnittet om afgørelsens klarhed, tiltræder Højesteret, at der heller ikke er grundlag for at ophæve afgørelsens pkt. 16-19.

Konklusion og sagsomkostninger

Højesteret stadfæster herefter dommen.

Efter sagens omfang fastsættes de sagsomkostninger, som Schneider Electric skal betale til Konkurrencerådet, til 300.000 kr. for begge retter.

Thi kendes for ret:

Landsrettens dom stadfæstes.

- 11 -

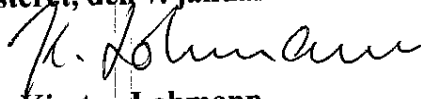
I sagsomkostninger for landsret og Højesteret skal Schneider Electric Danmark A/S betale 300.000 kr. til Konkurrencerådet.

Det idømte sagsomkostningsbeløb skal betales inden 14 dage efter denne højesteretsdoms afsigelse og forrentes efter rentelovens § 8 a.

--oo0oo--

Udskriftens rigtighed bekræftes.

Højesteret, den 7. januar 2008.



Kirsten Lohmann

overassistent