

Odder Barnevognsfabrik A/S autoriserede forhandlerbetingelser

Journal nr. 2: 8032-318/bhh/serviceerhverv

Rådsmødet den 31. maj 2000

Resumé

1. Odder Barnevognsfabrik A/S, der er et helejet datterselskab af baby-udstyrskæden BabySam A.m.b.a., har den 29. juni 1998 foretaget anmeldelse af deres autoriserede forhandlerbetingelser.
2. Med anmeldelsen er der ansøgt om en ikke-indgrebserklæring i medfør af konkurrencelovens § 9 – subsidiært fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.
3. Forhandlerbetingelserne er en vertikal aftale mellem Odder Barne-vognsfabrik A/S og dennes forhandlere om hvordan produkterne skal afsættes. Heri fastlægges de betingelser, der gælder for forhandlere af Odder Barnevognsfabriks produkter.
4. Forhandlerbetingelserne indeholdt oprindeligt en række konkurrencebegrænsende bestemmelser.
5. Rådet har imidlertid afholdt møde med Odder Barnevognsfabrik, som herefter den 29. februar 2000 har anmeldt et tilrettet sæt forhandlerbetingelser.
6. Det er herefter kun bestemmelserne om bonus- og rabatsater, der findes at være af konkurrenceretlig interesse.
7. Efter bonusregulativet opnås \% rabat ved en omsætning med Odder Barnevognsfabrik A/S på kr., som er progressivt stigende til \% ved en omsætning på kr. og derover.
8. Rabatten er en løbende rabat, beregnet på baggrund af foregående års omsætning, som fratrækkes fakturaen, hver gang forhandleren bestiller varer. Fortsat køb er således en forudsætning for at få rabatten.
9. Måden hvorpå bonussen kommer til udbetaling findes at være loyalitetsskabende, idet den forudsætter fortsat køb. Den vurderes derfor at være i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, hvorfor der ikke kan meddeles en erklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.
10. Den nye gruppefritagelse for vertikale aftaler finder ikke anvendelse på forhandlerbetingelserne idet Odder Barnevognsfabrik A/S sammen med Scandia Barnevogne, som de indgår i koncern med har en markedsandel, der overstiger 30\%-grænsen i gruppefritagelsen.
11. Bonusordningen findes heller ikke at kunne gives en individuel fritagelse jfr. konkurrencelovens § 8, stk. 1, idet alle fire betingelser ikke vurderes at være opfyldt.
12. De øvrige bestemmelser i forhandlerbetingelserne findes ikke, efter de forhold, som Konkurrencerådet har kendskab til, at falde ind under forbudet i § 6. Der kan derfor for disse meddeles erklæring i henhold til § 9.
13. Såfremt Odder Barnevognsfabrik A/S imidlertid ændrer måden, hvorpå bonussen kommer til udbetaling, således, at kundebindingen mindskes – eksempelvis ved at udbetaling sker som et engangsbeløb på baggrund af omsætningen i forudgående kvartal og således, at det ikke er en forudsætning, at forhandleren fortsat er kunde på udbetalingstidspunktet – vurderes kundebindingen at være minimal og rådet finder derfor, at der også for denne bestemmelse vil kunne gives en erklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

Afgørelse

14. Det meddeles Odder Barnevognsfabrik A/S, at de anmeldte forhandlerbetingelser – med undtagelse af pkt. 12, jfr. bonusregulativet - efter de forhold som Konkurrencerådet har kendskab til, ikke falder ind under forbudet i konkurrencelovens § 6 og derfor kan meddeles en erklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

15. Odder Barnevognsfabrik A/S påbydes i henhold til konkurrencelovens § 6, stk. 4 jfr. § 16, stk. 1 nr. 1. at ophæve bonusregulativet jfr. forhandlerbetingelsernes pkt. 12, idet Rådet finder, at der er tale om loyalitetsrabatter i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 2 nr. 4.

16. Påbudet skal være opfyldt senest den 1. september 2000.

17. Såfremt Odder Barnevognsfabrik A/S imidlertid ændrer måden, hvorpå bonussen kommer til udbetaling, således, at kundebindingen mindskes – eksempelvis ved at udbetaling sker som et engangsbeløb på baggrund af omsætningen i forudgående kvartal og således, at det ikke er en forudsætning, at forhandleren fortsat er kunde på udbetalingstidspunktet – vurderes kundebindingen at være minimal og rådet finder derfor, at der også for denne bestemmelse vil kunne gives en erklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

Sagsfremstilling

Indledning

18. Odder Barnevognsfabrik A/S, der er et helejet datterselskab af baby-udstyrs-kæden BabySam A.m.b.A., har foretaget anmeldelse af deres autoriserede forhandlerbetingelser.

19. Forhandlerbetingelserne omfatter detailforhandling af Odder Barne-vognsfabrik A/S' produkter.

20. Formålet med forhandlerbetingelserne er at sikre, at produkterne sælges af uddannet personale i specialforretninger, således at forbrugeren får den bedst mulige vejledning.

21. BabySam A.m.b.A. er et kædesamarbejde, med et relativt stort for-handlernet fordelt over hele Danmark. BabySam A.m.b.A. ejer foruden Odder Barnevognsfabrik A/S også Scandia Barnevogne A/S. Det er oplyst, at der ikke foreligger forhandlerbetingelser eller rabatsatser for Scandia Barnevogne A/S.

Aftalen

22. Odder Barnevognsfabrik havde oprindeligt anmeldt et sæt autoriserede forhandlerbetingelser med en række bestemmelser, som Rådet fandt var konkurrencebegrænsende.

23. Odder Barnevognsfabrik ønskede på den baggrund at afholde møde med Rådet for at få klarlagt, hvordan forhandlerbetingelserne kunne udformes indenfor konkurrencelovens rammer.

24. Der blev herefter – den 29. februar 2000 - anmeldt et sæt tilrettede forhandlerbetingelser.

Markedet

Det relevante produktmarked

25. Odder Barnevognsfabrik A/S har i anmeldelsen defineret markedet til at være markedet for barne- og klapvogne. Da der imidlertid ikke er substituerbarhed mellem barnevogne og

klapvogne, findes det, at der bør defineres to delmarkeder. Det er dels markedet for barne- og combivogne, indenfor hvilket der er en reel substituerbarhed og dels markedet for klapvogne. Odder Barnevognsfabrik A/S har imidlertid oplyst, at virksomheden ikke producerer klapvogne. Da det relevante marked skal afgrænses som det marked, som i det konkrete tilfælde berøres af en konkurrencebegrænsende aftale, vil det relevante produktmarked alene være markedet for barne- og combivogne.

Det geografiske marked

26. Det geografiske marked vurderes at være Danmark. Markedet er ka-rakteriseret ved, at danske forbrugere stiller særlige krav til barnevognes anvendelsesmuligheder, idet der i Danmark er tradition for at lade børn sove ude i barnevogn helt op til 2-3 års alderen. Dette gør at danske forbrugere efterspørger særligt store og robuste barnevogne. Sådanne barnevogne produceres primært i Danmark. På baggrund af disse forbrugerpræferencer vurderes det ikke, at der i praksis er andre geografiske områder som kan betragtes som alternative forsyningskilder for leverandørerne. Odder Barnevognsfabrik A/S har oplyst, at de barnevogne Brio A/S sælger i Danmark er specielt produceret til det danske marked, idet vognene har et større liggemål end Brios øvrige vogne.

Markedsaktørernes stilling

Markedet for barne- og combivogne

27. Odder Barnevognsfabrik A/S har anslået, at der i 1998 blev solgt i alt 33.000 stk. barne- og combivogne til en samlet værdi af godt 71 mill.kr. (opgjort ab fabrik og excl. moms).

28. Odder Barnevognsfabrik producerer ikke combivogne men havde i 1998 en omsætning på barnevogne (opgjort ab fabrik og excl. moms) på kr., svarende til stk., hvilket giver en markedsandel på \% målt i kr. og \% målt i stk.

29. Odder Barnevognsfabrik har ikke kunnet anslå de nærmeste konkurrenters markedsandel. Konkurrencerådet har derfor undersøgt markedsandelene for de virksomheder, som Odder Barnevognsfabrik A/S har oplyst som sine nærmeste konkurrenter. De fordeler sig på følgende måde i stk. og kr. (opgjort ab fabrik og excl. moms):

- Simo A/S (stk.) kr.
 - svarende til en markedsandel på \%
- Scandia Barnevogne A/S (stk.) kr.
 - svarende til en markedsandel på \%
- Brio A/S (stk.) kr.
 - svarende til en markedsandel på \%
- Emmaljunga kr.
 - svarende til en markedsandel på \%
- Øvrige ca. kr.
 - svarende til en markedsandel på \%

Odder Barnevognsfabriks argumenter for ikke-indgreb/fritagelse

30. Odder Barnevognsfabrik A/S har til støtte for opretholdelse af bonussystemet anført, at ordningen afspejler de omkostningsbesparelser virksomheden har. Virksomhedens markedsandel har været faldende de seneste år blandt andet som følge af hård konkurrence fra østeuropæiske producenter, hvorfor det er vigtigt at kunne møde denne konkurrence.

Vurdering

BabySam-kæden

31. Af den fremsendte forhandlerliste fremgår det, at Odder Barnevognsfabrik også leverer til andre forhandlere end medlemmer af BabySam-kæden. Der er dermed ikke tale om koncerninternt salg, hvorfor forhandlerbetingelserne ikke af den grund falder udenfor konkurrencelovens område.

Bagatelreglerne

32. Odder Barnevognsfabrik A/S er et helejet datterselskab af kæden Ba-bySam A.m.b.A., som også ejer Scandia Barnevogne A/S. I henhold til § 2 i bkg. om beregning af omsætning, er det derfor den samlede koncernomsætning, der skal danne grundlag for vurderingen af, om bagatelreglerne finder anvendelse.

33. Odder Barnevognsfabrik A/S har oplyst, at BabySam A.m.b.A.'s net-toomsætning er på mill.kr, når det koncerninterne salg er fratrukket.

34. Da Odder Barnevognsfabrik blandt andet har samhandelsaftaler med babyudstyrskæden "Kære Børn", som i 1997 havde en omsætning på mill.kr., er den samlede årlige omsætning over den nedre bagatelgrænse i konkurrencelovens § 7.

35. Da Odder Barnevognsfabriks markedsandel på det relevante markedet er på \%, finder bagatelreglerne ikke anvendelse.

Gruppefritagelsen for vertikale aftaler

36. Pr. 1. juni 2000 træder den nye bekendtgørelse om gruppefritagelse for kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis i kraft. Gruppefritagelsen finder i henhold til art 1 anvendelse på aftaler og samordnet praksis mellem to eller flere virksomheder i forskellige produktions- eller distributionsled, som vedrører de betingelser, hvorpå parterne kan købe, sælge eller videresælge disse varer eller tjenesteydelser for så vidt disse betingelser indeholder en konkurrencebegrænsning, som er omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1.

37. For at være omfattet af gruppefritagelsen skal leverandørens markedsandel være under 30\% af det relevante marked. I henhold til art 9 jfr. Art 10 og 11, er den samlede omsætning for leverandøren og de med denne forbundne virksomheder, der skal danne grundlag for beregningen af, om 30\%'s grænsen er overskredet.

38. Som anført ovenfor i afsnit 28 og 29 har Odder Barnevognsfabrik A/S en markedsandel – målt i kr. på \% og dets søsterselskab – Scandia Barnevogne en markedsandel på knap \% målt i kr. Tilsammen har de dermed en markedsandel, som ligger over grænsen i gruppefritagelsen, hvorfor denne ikke finder anvendelse.

Konkurrencelovens § 6

39. Det skal herefter vurderes, hvorvidt forhandlerbetingelserne direkte eller indirekte har til

formål eller følge at begrænse konkurrencen.

40. Ved gennemgang af de tilrettede forhandlerbetingelser har Rådet alene fundet, at bestemmelsen i bonusregulativet jfr. forhandlerbetingelsernes pkt. 12 er af konkurrenceretlig interesse.

Bonus og rabatsatser

41. Som hovedregel anses rabatordninger som er omkostningsmæssigt begrundet ikke for at være i strid med konkurrencelovens forbudsbestemmelser. Typisk har sådanne rabatter form af kvantumrabatter, som udelukkende er knyttet til den pr. ordre aftagne mængde.

42. Af de rabat- og bonussatser, som Odder Barnevognsfabrik har fastsat for 1999 fremgår det, at en forhandler opnår en progressivt stigende rabat/bonus afhængig af omsætningen på årsbasis.

43. En forhandler, der omsætter for kr., som er kravet til minsteomsætning for Odder Barnevognsfabriks forhandlere, opnår en rabat på \%. Skalaen er progressivt stigende til \% ved en omsætning på kr.

44. Rabatten beregnes på baggrund af forudgående års omsætning og udbetales løbende således, at den fratrækkes på fakturaen, hver gang forhandlerne bestiller varer hos Odder Barnevognsfabrik. Udbetaling af rabatten er således betinget af fortsat køb.

45. Odder Barnevognsfabrik har overfor Rådet anført, at der med rabatterne søges tilvejebragt en situation, hvor besparelserne på Odder Barnevognsfabrik, som følge af en mere rationel ordreforvikling videregives til kunderne. Det anføres videre, at besparelserne er sammensat af fire komponenter: besparelser på fragt, administration, produktivitet og markedsføring.

46. Det afgørende for den konkurrenceretlige vurdering af rabatordninger er kundebindingseffekten. Formålet med bonussen findes at være at skabe loyalitet over for leverandøren i og med, at forhandleren ved bonussen får et incitament til at placere alle sine indkøb hos Odder Barnevognsfabrik for at opnå den størst mulige bonus. Dette hindrer øvrige leverandørers adgang til markedet.

47. Når udbetalingen yderligere er betinget af fortsat køb og kun kommer til udbetaling i form af rabat på efterfølgende års faktura, er kundebindingen så stærk, at Rådet finder, at ordningen strider mod konkurrencelovens § 6, stk. 1.

48. Såfremt Odder Barnevognsfabrik A/S imidlertid ændrer måden, hvorpå bonussen kommer til udbetaling, således, at kundebindingen mindskes – eksempelvis ved at udbetaling sker som et engangsbeløb på baggrund af omsætningen i forudgående kvartal og således, at det ikke er en forudsætning, at forhandleren fortsat er kunde på udbetalingstidspunktet – vurderes kundebindingen at være minimal og rådet finder derfor, at der også for denne bestemmelse vil kunne gives en erklæring i henhold til konkurrencelovens § 9. Dette skyldes, at kundebindingseffekten så vil blive væsentlig formindsket. Når det sammenholdes med at spændet i bonussatserne alene er på \% og at Odder Barnevognsfabriks nærmeste konkurrenter er relativt store, vurderes det, at markedspåvirkningen vil være minimal.

Konklusion

49. Det kan sammenfattende konkluderes, at bonusbestemmelserne findes at være loyalitetsskabende og derfor er i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, hvorfor der ikke kan meddeles en erklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

50. De øvrige bestemmelser i forhandlerbetingelserne findes ikke efter de forhold, som

Konkurrencerådet har kendskab til at falde ind under forbudet i § 6. Der kan derfor for disse meddeles erklæring i henhold til § 9.

Konkurrencelovens § 8

51. Det skal herefter vurderes, hvorvidt bonusbestemmelserne kan gives individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, dvs. om rådet skønner, at forhandlerbetingelserne:

- 1) bidrager til at styrke effektiviteten i produktionen eller distributio-nen af varer eller tjenesteydelser mv. eller fremmer den tekniske eller økonomiske udvikling
- 2) sikrer forbrugerne en rimelig andel af fordelene herved,
- 3) ikke pålægger virksomhederne begrænsninger, som er unødvendi-ge for at nå disse mål, og
- 4) ikke giver virksomhederne mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer eller tjenesteydelser mv.

52. For at opnå fritagelse skal samtlige betingelser være opfyldt.

§ 8, stk. 1. nr. 1)

53. Det er en betingelse, at aftalens bestemmelser styrker effektiviteten i produktionen eller distributionen af varer.

54. Bestemmelserne om bonus vil antagelig have effektivitetsfremmende virkninger for Odder Barnevognsfabrik, idet rabatterne ansporer forhandlerne til at foretage flest mulige indkøb hos Odder Barnevognsfabrik. Bestemmelserne vil derfor umiddelbart medvirke til at effektivisere distributionen for Odder Barnevognsfabrik.

55. Da bestemmelsen imidlertid medvirker til at binde forhandlerne til Odder Barnevognsfabrik, fastlåses markedet og bestemmelsen kan derfor ikke siges at medvirke til at fremme effektivitet på markedet som helhed.

§ 8, stk. 1, nr. 2)

56. Det er endvidere en betingelse, at forbrugerne sikres en rimelig andel af fordelene ved aftalen.

57. En af de konkrete fordele forbrugerne kunne få ved bestemmelserne om bonus og rabat ville være produkter til lavere priser. Det er imidlertid ikke dokumenteret, at den ydede bonus og rabat afspejles i lavere priser.

58. Med en bestemmelse som denne, hvorefter forhandleren ikke har det store incitament til at indkøbe barnevogne fra andre leverandører må det antages at konkurrencen på leverancer mindskes til skade for forbrugerne.

59. Betingelsen i § 8, stk. 1 nr. 2 er derfor ikke opfyldt.

§ 8, stk. 1, nr. 3)

60. Aftalen må ikke pålægge aftaleparterne unødvendige konkurrencebegrænsninger for at nå aftalens mål.

61. Det er angivet af Odder Barnevognsfabrik, at formålet med forhandlerbetingelserne er at sikre et kvalitetsprodukt og høj service til forbrugerne.

62. Der findes ikke at være proportionalitet mellem mål og midler, idet en bonusordning, der som denne er betinget af fremtidigt køb, ikke findes at være en nødvendig foranstaltning for at realisere målet om at sikre et kvalitetsprodukt og høj service til forbrugeren.

§ 8, stk. 1, nr. 4)

63. Den fjerde betingelse angiver, at aftalen ikke må give de deltagende virksomheder mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer.

64. Bonusbestemmelsen vil alt andet lige gøre det svært for potentielle leverandører at komme ind på markedet. Tages Odder Barnevognsfabriks markedsandel sammenholdt med konkurrenternes i betragtning, findes der dog ikke at være risiko for, at væsentlig del af konkurrencen udelukkes. Betingelsen i § 8, stk 1 nr. 4 er derfor opfyldt.

Konklusion

65. Da alle betingelserne i konkurrencelovens § 8, stk. 1 nr. 1-4 ikke er opfyldt, kan der ikke gives bonusbestemmelserne en individuel fritagelse.