



DOM

afsagt den 10. februar 2006 af Retten i Århus, 8. afdeling,

i sag

SS 8.1420/2005

Anklagemyndigheden

mod

Arla Foods Amba

CVR-nr. 2531 3763

Tiltalen og parternes påstande

Arla Foods Amba er ved anklageskrift af 22. marts 2005 tiltalt til straf for overtrædelse af konkurrencelovens § 23, stk. 1, nr. 4, jf. stk. 3, jf. § 11, stk. 1, ved i oktober 2003 at have misbrugt sin dominerende stilling på det danske marked for salg af frisk hvid mælk og syrnede produkter, idet tiltalte på et møde den 2. oktober 2003 med repræsentanter fra Metro Cash & Carry Danmark ApS tilbød, at Metro kunne få kr. som et særligt jubilæumstilskud, såfremt Metra bragte sin netop påbegyndte samhandel med Hirtshals Andelsmejeri til ophør, hvilket Metro accepterede, hvorefter beløbet omkring den 8. oktober 2003 blev betalt. Som skærpende omstændighed anses, at tiltalte fremsatte tilbudet til Metro på et tidspunkt, hvor tiltalte tillige forventede at overtage Hirtshals Andelsmejeris leverancer til Dansk Supermarked.

Anklagemyndigheden har påstået tiltalte idømt en bøde på ikke under 30 mill. kr.

Tiltalte har påstået frifindelse.

Tiltaltes valgte forsvarere har under sagen afgivet følgende proceserklæring:

" ...

1.
at tiltalte ikke vil bestride, at tiltalte på gerningstidspunktet indtog en dominerende stilling på det danske marked for salg af frisk hvid mælk og syrnede produkter.

2.

at tiltalte ikke vil bestride, at tiltalte på gerningstidspunktet vidste eller bestemt formodede, at den mellem tiltalte og Dansk Supermarked den 22. maj 2003 indgåede aftale om friske varer ville medføre, at Hirtshals Andelsmejeri indenfor kort tid med stor sandsynlighed ville miste en betydelig del eller hele sin leverance til Dansk Supermarked".

Oplysningerne i sagen

Anklageskriftet er dateret den 22. marts 2005.

Der er under sagen afgivet forklaring af tiltaltes
samt nedennævnte vidner.

har forklaret, at

Jo større en kunde var, jo højere oppe i "systemet" var man involveret. Metro hørte under , hvor og var placeret. Direktionen fik månedsrapporter og holdt møder med områdedirektørerne 3 gange om året. I sager med konkurrencemæssige aspekter sikrede man sig, at man ikke gjorde noget galt. kendte ikke noget til mødet den 2. oktober 2003, før denne sag opstod.

er klar over, at der er en aftale mellem tiltalte og Dansk Supermarked, jf. bilag 91-003-007, men såfremt der ikke opstår problemer i de løbende forhandlinger, vil typisk ikke kende detaljerne i sådanne aftaler.

Plancherne - bilag 91-003-083 - blev berørt på et bestyrelsesmøde den 29. april 2003, hvor deltog. Der afholdes bestyrelsesmøder hver måned. De var i bestyrelsen i et dilemma, idet der var mange penge involveret, men de ville også være sikker på ikke at begå noget ulovligt. De tal, der er nævnt, er tal, som kun ville være gældende, såfremt Arla fik hele leverancen. Tallet, liter fra Hirtshals Mejeri, ved ikke, hvor stammer fra. Såfremt Hirtshals Mejeri mistede denne ordre, eller andre firmaer mistede ordrer, havde Arla en forpligtelse til at overtage deres overskudslager af mælk

Da Hirtshals i sensommeren 2003 kom ind i Metro, tror ikke, at man via rapporter i koncernledelsen blev bekendt med det, og erindrer ikke, at Metro blev kunde. Der var jo også kun tale om liter ud af

Mailen fra til bilag 91-002-017, kender ikke til, og har ikke fået en tilsvarende. Bauenmands konsekvensberegninger i anledning af, at Hirtshals Mejeri leverede til Metro, jf. bilag 91-002-041, er ikke beregninger, har set før sagen.

Bilag 13-001-001 om overholdelse af konkurrencereglerne og lignende er udarbejdet i 2001-2002. I takt med at Arla bliver mere og mere dominerende på det danske marked, er man klar over, at man skal være umådelig påpasselig i relation til konkurrencelovgivningen, og det er ikke nemt, når man er en virksomhed af Arlas størrelse. Det kan faktisk være svært præcist at vide, hvornår man overtræder konkurrencelovgivningen og derfor blev - og bliver - alle relevante medarbejdere undervist i disse regler. formoder, at de pågældende medarbejdere har fået udleveret bilaget, som er et, der løbende revideres. Hvad der kan være vanskeligt, er f.eks. spørgsmålet, om der må være en bonusskala og i givet fald vilkårene for denne, og det kan jo ikke slås op nogen steder. For så vidt angår f.eks. arbejdsmiljøområdet er tiltaltes fremgangsmåde den samme.

har været tilknyttet tiltalte siden Tiltaltes forhold til Hirtshals Andelsmejeri er karakteriseret af en række samarbejdsforhold, således som det også er tilfældet med andre mejerier, herunder f.eks. vedrørende køb og salg af råmælk, når der er overskud, hvor tiltalte køber det til en fastsat pris, ligesom Hirtshals kan købe af Arla i den omvendte situation. Der var også samarbejde med Hirtshals om smør i en virksomhed, som eksporterede smør, hvor Hirtshals havde en forholdsvis betydelig rolle. Samarbejdet her var tilfredsstillende for alle involverede. opfattede samarbejdet med Hirtshals Mejeri som rimeligt fornuftigt, selv om man naturligvis ikke altid var enige om priserne i det indbyrdes forhold.

Hirtshals Mejeris historie er, at man typisk solgte konsummælk og herudover liter mælk til Nestlé, som dengang havde afdelinger i Danmark. Da virksomheden forlod Danmark, fik Hirtshals Mejeri et problem og gik ud på det danske og andre markeder og forsøgte at afsætte de cirka liter mælk, som nu var til overs. Det var således nyt, at Hirtshals Mejeri blev en "spiller" på markedet uden for sit gamle område. Det har givetvis været svært for Hirtshals.

Arla var nok den største "kunde" hos Konkurrencestyrelsen, og det er ikke noget nyt. Frem til 1983 var der en maksimalprisordning i Danmark, hvor alle priser skulle godkendes i styrelsen, hvilket blev forestået af brancheorganisationen. Denne ordning ophørte, men fra 1989 var Arla så stor, at man var prispførende og altså "satte" priserne. Hver eneste gang priserne er blevet ændret siden, har man på forhånd forelagt for Konkurrencestyrelsen, hvad man agtede at gøre, og samtlige aftaler, som Arla har indgået, er blevet forevist for styrelsen. Set i bakspejlet skulle tiltalte aldrig have beskæftiget sig med Metro, som kun er promiller af tiltaltes omsætning, og da i øvrigt også af overordentlig ringe betydning for Hirtshals Mejeri, ca. liter ud af 33.

Det var bestyrelsen magtpåliggende, at man optrådte på lovlig vis i forhold til Dansk Supermarked, men i forhold til omverdenen kunne man alligevel komme i en kedelig situation, idet tiltalte kunne fremstå som en, der ville

"tryne" et lille mejeri. Baggrunden var således, at man på trods af, at det var lovligt, ønskede bestyrelsens stillingtagen til, om det desuagtet af image-mæssige grunde var noget, man skulle arbejde videre med. Man overvejede derfor, om man ville gå ind i aftalen, især vedrørende "Mejseprodukterne", men da der jo kunne blive tale om en overskudsgivende forretning, var den naturligvis interessant. Dansk Supermarked ville jo under alle omstændigheder finde andre leverandører, hvis aftalen ikke var indgået. Det vil være typisk for Dansk Supermarked, at man tog alternativer ind til eksisterende leverandører og efter et kort åremål smide leverandørerne ud igen med henblik på at finde nye. opfattelse er derfor, at Hirtshals Mejeri under alle omstændigheder ville være blevet smidt ud og erstattet af f.eks. tyske leverandører.

har forklaret, at deltog i et møde den 2. oktober 2003 i Metro i Glostrup.

I mødet deltog tillige repræsentanter for Arla, og , samt , nu , der var indkøber på mejerivaverer. havde deltaget i det første møde, og derfor bistod i mødet. Det var , der kendte til sagen og førte ordet på Metros vegne.

Der havde været møde forud, hvor tiltalte ligesom mange andre leverandører var indkaldt i anledning af Metros forestående 40 års fødselsdag i 2004. Metro var i gang med at planlægge fødselsdagen. Kampagnen var helt uafhængig af Metros øvrige markedsføring. Alle leverandører var indkaldt for at fortælle, hvordan de kunne hjælpe og bistå. Der var møder hver 14. dag. Det første møde med Arla var nok afholdt cirka 14 dage før mødet den 2. oktober. Arla var kaldt ind, fordi Metro ikke syntes, at de havde bidraget nok til fødselsdagskampagnen. Hensigten fra Metros side var at få et større bidrag, og andre leverandører havde bidraget meget mere end Arla. havde ikke været i kontakt med nogen i anledning af mødet og udover den daglige kontakt, tror heller ikke, at havde talt med Arla angående den pågældende sag.

Der var tale om et ganske almindeligt forretningsmøde den 2. oktober. Der blev først talt lidt om løst og fast, og derefter koncentrerede de sig om emnet for mødet: At Metro ønskede flere penge og selvfølgelig ville gengælde det ved at give Arla mere markedsføring. meldte på et tidspunkt ud og spurgte, hvordan Metro kunne forvente, at Arla skulle betale mere, når man lige havde taget Hirtshals Mejeri ind. Hirtshals blev konkret nævnt. De snakkede lidt videre og fortalte blandt andet, at når Metro havde taget Hirtshals ind, var det til dels fordi, Arla ikke som Hirtshals kunne levere mælk i kolli. kom nu på banen og oplyste, at mente, at Arla kunne levere mælk i papkartoner, og det var det, der var problemet. Mange kunder ønsker nemlig ikke at bruge pantkasser. sagde, at der stadig var et problem med de kasser, og sagde, at det kunne man jo nok finde ud af.

Det endte med, at de blev enige om, at hvis man i øvrigt kunne finde ud af betingelserne for markedsføring i 2004 og finde ud af det med kolli, ville Metro gå med til at finde en løsning på, hvordan man eventuelt skulle "lukke Hirtshals ned", altså holde op med at købe deres produkter. Det var der bragte Hirtshals Mejeri på bane, og man kan vel sige, at Metros repræsentanter fulgte trop.

har efterfølgende af fået at vide, at Hirtshals kun havde været inde i få dage, og at der havde været et kraftigt svind vedrørende produkterne, ligesom der vist var problemer med at få et tilfredsstillende dækningsbidrag. Det vidste ikke under mødet. har også efterfølgende fortalt om, at inde i sit hoved havde besluttet at lukke Hirtshals ned. Det var der var den ordførende, og sad mere med som bisidder.

Kravet om, at Hirtshals Mejeri skulle lukkes ned, var ikke en betingelse fra Arlas side. Det blev ikke direkte sagt af Arlas repræsentanter, at Hirtshals skulle lukkes ned, men det var underforstået. Det undrede ikke, at Hirtshals blev bragt frem, for var godt klar over, at Arla tidligere havde været alene i Metro og måtte undre sig over, at Hirtshals nu også var blevet leverandør.

kender bilag 91-002-026, Metros faktura på kr. + moms. Efter de forskellige ting med Arla var aftalt til sidst i mødet, havde de en diskussion om en Goudakampagne. Det var en opfølgning på et tidligere møde, ikke havde deltaget i, hvor der havde kørt kampagner med Gouda ost, og hvor Metro havde tabt mange penge i forbindelse med markedsføringen. Arla havde derfor lovet at bidrage med et tilskud til disse kampagner, og Arla ville gerne konvertere det til piskeflødetilskud. Det er dette, den pågældende faktura vedrører, og den har ikke sammenhæng med det markedsføringstilskud, der blev aftalt under mødet. Det, der blev aftalt om 40 års fødselsdagen, var kr., og det kom på en anden faktura.

Efter mødet snakkede og kort sammen og besluttede at lukke Hirtshals Mejeri ned, hvilket vist gjorde telefonisk. Direktøren blev ikke da orienteret om det passerede, men det blev nævnt for på et senere tidspunkt.

har fået refereret, at baggrunden for, at Hirtshals i sin tid blev leverandør til Metro, skyldes en henvendelse fra mejeriet, og besluttede at få alternative produkter ind, hvorefter beslutningen om at købe produkter af Hirtshals Mejeri blev truffet. Det var ikke meningen, at man skulle genere Arla med denne disposition.

og havde stort set ikke nået at drøfte sagen før mødet, men formålet var også blot at få klemt flere penge ud af Arla, og det var der jo ikke grund til at snakke meget om på forhånd.

Det vil ikke være sædvanligt at stoppe samhandlen efter så kort en leverandør periode, som det skete med Hirtshals Mejeri.

Svindet vedrørende Hirtshals Mejeris produkter fortsatte efterfølgende, men ikke i samme omfang som tidligere. Der var imidlertid fortsat et stort svind og deraf følgende omkostninger. Hirtshals Mejeris leverancer ophørte vist cirka 3 uger efter mødet.

var rejst til England, nok i starten af oktober måned 2003.

Det var der spurgte, om ikke ønskede at deltage i mødet den 2. oktober. havde ikke da til dagligt noget at gøre med mejeriprodukter og kendte ikke de kontrakter, der lå mellem Metro og mejerileverandørerne.

Metro skal aflevere penge "sydpå", og for at opfylde budgettet for den danske afdeling, hvor økonomien var presset, var en plan med omkostningsbesparelser og nedskæringer på forskellig vis sat i værk. Der var megen fokus på alt, der havde med omkostninger at gøre, og fokus på at sikre det størst mulige overskud for 2003, herunder ved f.eks. at hente ekstra penge i form af kampagner eller ved at få større bidrag fra leverandørerne. Arlas markedsføringsstøtte skulle imidlertid først afregnes i 2004, så det kunne ikke bedre situationen for 2003.

Meningen med mødet var, at man skulle have lavet en aftale for 2004, som alle kunne stå inde for. Aktiviteterne i relation til fødselsdagen skulle køre i 2004, og de forskellige leverandørbidrag skulle bruges i anledning af 24 kampagner, heraf 3 meget store, som kørte i januar, april og september, og derimellem en række mindre kampagner. Metro forventede, at Arla ville deltage i alle 24.

Bilag 92-001-049 ff. er et standardbrev, som Metro sendte ud. Brevet blev udsendt uafhængigt af øvrige rutinemæssige forhandlinger med leverandørerne og blev udsendt til samtlige leverandører. Brevet har alene relation til 40 års fødselsdagen. På side 52 er en promotionplan, som er den markedsføringsplan, omtalte tidligere.

Forud for mødet havde som sagt talt lidt med og vidste, at mødet blev afholdt i anledning af, at Arla ikke under det første møde havde givet et efter Metros opfattelse tilstrækkeligt bidrag. vidste, at tanker om Arlas bidrag var omkring kr., men det var ikke noget, de som sådan havde drøftet. Beløbet var fastsat på baggrund af kampagneudgiften og med hensyntagen til, hvad andre leverandører havde tilbudt. Arla er en stor producent, hvorfor både Arla og Metro lagde vægt på, at Arla deltog fuldt ud i kampagnen.

Foreholdt sin rapportforklaring om, at og inden mødet havde haft en kort snak om situationen, hvor Metro var hårdt presset, at der derfor

kunne være en mulighed for at få flere penge ud af Arla, at de havde drøftet, at Hirtshals nok ville blive bragt på bane, og at de havde diskuteret, at det for at få flere penge ud af Arla, kunne blive aktuelt, at Hirtshals kunne blive udelukket, forklarede vidnet, at [redacted] ikke husker denne forklaring. [redacted] husker ikke i dag noget formøde med [redacted] hvor der skulle have været drøftelser vedrørende Hirtshals. Det kan højst have været en ganske uformel snak af formentlig få sekunders varighed, ikke et egentligt formøde.

[redacted] deltog sammen med [redacted] i et møde med Konkurrencestyrelsen den 17. november 2003, jf. bilag 81-002-143. Man var også på mødet den 2. oktober inde på svindproblematikken. som det fremgår af referatet. Det har været [redacted] som omtalte det problem. Når det hedder, at Metro afviste, at der var sammenhæng mellem markedsføringstilskuddet og det, at Hirtshals Mejeri ophørte med at levere, var det [redacted] oplysninger. [redacted] har i øvrigt også set beløbet som værende to forskellige bidrag hver på [redacted] kr. hvoraf det ene vedrører Gouda ost, som vist blev aftalt i de allersidste minutter af mødet den 2. oktober. Der er rigtigt, at det ikke var en del af aftalen, at Hirtshals skulle ud til gengæld for markedsføringstilskuddet.

Piskeflødetilskuddet vedrørte som anført reelt et tilskud vedrørende Gouda, som var en kampagne, der havde kørt før mødet, og som havde været dyr. De andre [redacted] kr. var betaling i forbindelse med fødselsdagsaktiviteterne. Dette beløb er efter [redacted] opfattelse noget, Arla har fået en helt almindelig ydelse for ligesom i andre kampagner og uden sammenhæng med Hirtshals Mejeri.

På mødet den 2. oktober sagde [redacted] "Hvordan kan I forvente at få mere i tilskud, når I har taget en leverandør som Hirtshals ind?". [redacted] fulgte så op herpå og sagde, at der jo var problemer med, at Arla ikke kunne levere i papkartoner, og at det var en af grundene til, at Hirtshals leverede til Metro. Det var så her, Klausen gav udtryk for, at [redacted] troede, at Arla kunne klare tilsvarende leverancer. [redacted] husker ikke, om det var før eller efter denne bemærkning, at Metro foreslog et beløb på [redacted] kr. i anledning af fødselsdagskampagnen.

Foreholdt sin rapportforklaring af 3. maj 2004, bilag 37-008-001, hvoraf blandt andet fremgår, at [redacted] har forklaret, at [redacted] under mødet spurgte Arlas folk, hvad der skulle til for at få [redacted] kr., og at [redacted] her til svarede, at Hirtshals Mejeri så skulle udelukkes, forklarer [redacted], at Maibritt og [redacted] under mødet vekslede nogle få ord og blev enige om, at det måtte så være resultatet, hvorefter de tilkendegav over for Arla-folkene, at Hirtshals Mejeri blev udelukket. Så blev dialogen omkring 40-års fødselsdagen lukket. Efter forholdet om de [redacted] kr. og Hirtshals Mejeri var faldet på plads, rejste [redacted] spørgsmålet, om et tilskud skulle matche prisen på den udenlandske ost. Det var sådan, at Metros kunder kunne købe osten billigere ude i udlandet og Arla havde problemer med at matche osten prismæssigt. Det var en kort dialog, og Arla tilbød [redacted] kr. [redacted] og Arla-folkene

fandt ud af, hvordan det skulle afregnes.

Når har læst og underskrevet rapporten, har også forklaret sådan til politiet, og så er denne forklaring nok også den, der står nærmest. genkender også teksten, når får den læst op, og så må det være det, der faktisk passerede under mødet.

Vidnet foreholdes dele af bilag 37-008-005, rapport af december 2004, hvoraf bl.a. fremgår, at , foreholdt, at skulle have foreslået at udlister Hirtshals Mejeri, skulle have forklaret, at det ikke var rigtigt og fastholdt sin tidligere forklaring om, at der foregik en dialog mellem Arlas repræsentanter og , og at der under denne dialog blev forespurgt, hvad Metro kunne gøre for at få andel i kr. tilskuddet, hvortil sagde, at Metro skulle udlister Hirtshals Andelsmejeri for at få tilskuddet.

Vidnet forklarer hertil, at husker, at blev genafhørt og foreholdt, at Bauenmand ikke var enig i betragtninger, og at fastholdt sin forklaring om, hvad havde givet udtryk for under mødet.

Foreholdt at under afhøringen i dag tidligere tilkendegav, at det ikke blev sagt direkte, men dog var underforstået, at Hirtshals skulle ud, forklarede vidnet, at som nævnt spurgte, hvordan man kunne tillade sig at ønske flere penge, så længe man havde Hirtshals inde. og svarede vist, at et af problemerne var det med kolli, og det var derfor, man havde taget Hirtshals ind. Hvordan ordene faldt helt præcist i relation til, hvad der skulle til for at få de kr., kan ikke i dag huske.

Arla havde allerede på det første møde fået forelagt hele programmet for, hvordan 40-årsfødselsdagen skulle markeres og kendte således planen inden mødet. Arla havde oprindeligt ment, at et beløb på omkring kr. ville være passende.

Ingen leverandører kan betale Metro penge og bestemme, hvem Metro skal handle med. Som ser forløbet, er det en forhandling, der foregik over en time til halvanden. Det var mest , der førte ordet, og muligt har allerede haft i sit hoved, at Hirtshals skulle ud og altså brugt den omstændighed til at få flest mulige penge ud af Arla. sagde på et tidspunkt, at ikke kunne forstå, at Hirtshals var taget ind som leverandør, men hvordan ordene og forløbet i øvrigt præcist var, kan som nævnt ikke huske.

har forklaret, at

Der var et møde den 2. oktober 2003, som deltog i. I øvrigt deltog og . Baggrunden for mødet var, at Metro havde 40-års fødselsdag og ville lave ekstra markedsføring i de respektive lande, og derfor ønskede man kampagnetilskud. Alle leverandø-

rer blev indkaldt til en samtale om, hvad man kunne bidrage med.

Der havde været et møde forud for det nævnte. Mødet kan godt have fundet sted omkring 10. september, hvor deltog. Endvidere deltog og . Mødet sluttede med, at de spurgte, hvad Arla ville give, og det talte og så om efterfølgende. Beløbet var vist kr., og de enedes om at indkalde Arla igen, fordi beløbet var for lille set i forhold til Arlas størrelse. Der har givetvis været kontakt mellem og Arla i tiden indtil næste møde, men husker ikke, hvad der nærmere blev talt om.

På mødet den 2. oktober oplyste Metro, at man ikke fandt Arlas tilbud tilfredsstillende, og der var lidt drøftelser frem og tilbage. Arlas folk spurgte, hvordan de kunne kræve mere, når Arlas salg i Metro var gået tilbage. Det blev så drøftet. De spurgte, hvad der skulle til for at få et større bidrag. Hirtshals var ikke da nævnt. Der var så yderligere drøftelser med argumenter på begge sider. På et tidspunkt spurgte eller , hvad der skulle til for at få det beløb, de ønskede, og beløbet på kr. var nu nævnt. Der blev vist sagt: "Hvad skal vi gøre, for at I vil give kr.?" Det blev på ny nævnt, at de jo havde taget en konkurrent ind, og at Arlas salg var faldet, og det blev bragt på bane, at man kunne lukke Hirtshals ned. Det var , der bragte det på bane. Da allerede havde taget denne beslutning, kiggede og blot på hinanden og besluttede at acceptere det, hvilket sluttede den del af diskussionen.

Bilag 91-002-026 er den faktura, som har udfærdiget, og er pengene fra markedsføringen. Når der er betegnet piskeflødetilskud, kan det have sammenhæng med, hvor Arla havde ledige midler til markedsføring. I alt fald vedrører fakturaen markedsføringsbidrag i anledning af 40-års fødselsdagen.

Der blev også talt Gouda på mødet, men det havde ingen sammenhæng med fødselsdagen. Bagefter havde hun en kort drøftelse med , og blandt andet fortalte , at havde besluttet at lukke Hirtshals ned, blandt andet af omkostningsmæssige grunde, fordi der havde været en del svind som følge af, at kunderne ikke var interesseret i produkterne. Der var heller ingen kontrakt med Hirtshals, hvorfor man hurtigt kunne lukke ned. Beslutningen var således truffet på forhånd, men det vidste Arla naturligvis ikke.

ringede herefter til på Hirtshals Mejeri, vist lige efter mødet, og fortalte, at Metro var nødt til at opsige samarbejdet. fortalte, at der var for stort svind, hvorfor det ikke var rentabelt for Metro at fortsætte med salget. Metro havde det på daværende tidspunkt økonomisk hårdt og var underlagt strenge sparekrav, og der skete også afskedigelser. Svindet var den mælk, der ikke var blevet solgt, som så må destrueres, og svindet blev ikke dækket af Hirtshals ifølge det kontraktsudkast, der lå fra samme. spurgte , om man var interesseret i en lidt længere periode, inden sam-

arbejdet blev afbrudt, og det blev vist til yderligere 3 ugers leverancer fra Hirtshals. Svindet fortsatte, og har selv set kunder i butikken foretrække Arlas mælk frem for Hirtshals' med den begrundelse, at man altid havde købt Arlas produkter og ønskede at blive ved med det.

Når Hirtshals i sin tid blev taget ind som leverandør, var baggrunden, at Hirtshals henvendte sig i forsommeren, og den daværende direktør syntes, at det var en god ide at afprøve Hirtshals som leverandør. Efter et møde med Hirtshals viste det sig, at de kunne levere mælk i papkartoner i stk. kollo, hvilket der var en stor efterspørgsel på, og de besluttede at prøve at tage Hirtshals produkterne ind. Produkterne blev ikke taget ind for at genere Arla, og man havde flere gange forgæves henvendt sig til Arla med henblik på at få leveret tilsvarende produkter. Det viste sig under mødet, at det ville Arla faktisk være i stand til.

vurdering dengang af, om Hirtshals kunne have taget markedsandele fra Arla, hvis man ikke var ophørt med leverancen, var, at det kunne man ikke, for kunderne var ikke interesseret i Hirtshals' produkter.

sendte mailen af 3. oktober 2003 kl. 8.25, bilag 91-002-020. De kr. er summen af Gouda tilskuddet og markedsføringstilskuddet. har også sendt de øvrige mails, som er sendt for sjov skyld. Når den ene mail foreligger i flere udgaver, skyldes det måske, at der er nogle ord, som ikke kan godkendes i system. havde et utroligt godt forhold til , og mailene skulle informere om, hvad der var sket. Stilen skal ses som et udtryk for den kommunikationsform, de havde. Hirtshals ville være blevet lukket ned, uanset hvad der var blevet aftalt under mødet. Meningen med mailen var blot at informere om, hvad der var sket, i den jargon, de nu havde, og også for at lave lidt fis med havde jo også deltaget i det første møde og var stadig interesseret i, hvad der skete, og de kunne jo så hovere lidt over for i anledning af det gode resultat, der var opnået.

Mailen af 3. oktober 2003 kl. 13.25, bilag 91-002-024, er sendt til afdelingslederne vedrørende mejeriprodukter. Aftalen med Arla er ikke nævnt, fordi beslutningen var taget inden mødet, og derfor var der jo ingen grund til at nævne den i mailen.

I mødet i september deltog og og fra Metro og . rejste kort tid efter mødet. På mødet talte de om 40-årsfødselsdagen og Gouda og de tilskud, som Metro ønskede, og hvad man kunne tilbyde til gengæld, ligesom de redegjorde generelt for kampagnen. Arla skulle deltage i alle, vistnok 26, kampagner.

Bilag 92-001-040, side 52, var oplægget, men leverandørerne kunne også deltage i færre kampagner. Som en stor international virksomhed burde Arla imidlertid efter Metros opfattelse deltage i dem alle. Arla var jo også en in-

ternational virksomhed, og det har sikkert brugt som argument i forhandlingerne.

Fødselsdagen var reel og ikke blot et markedsføringstiltag. Metro havde på forhånd gjort sig overvejelser over, hvor meget de enkelte leverandører skulle bidrage med, og Arlas andel var vistnok anslået til kr. Det var formentlig også det beløb, der blev nævnt på det første møde. Beløbene var fastsat ud fra, hvad kampagnerne ville koste og skulle være bidrag til markedsføringsaktiviteterne. sagde, at de ikke havde så mange penge, som Metro ønskede, og tilbød vist kr. på mødet. De sagde til Arla, at hvis man kun ville give kr., kunne man ikke deltage i alle kampagnerne, men højst 5-6 stk.

Bilag 91-002-016 er en mail, hvor foreslår mødedatoer, og det er nok i tilslutning hertil, at mødet den 2. oktober aftaltes. Det var Metro, der bad om et nyt møde, fordi man ikke var tilfredse med Arlas første tilbud. Der har sikkert været en vis kontakt mellem og Arlas repræsentanter mellem de to møder, men husker ikke nærmere hvilken.

Hirtshals startede med at levere vistnok i slutningen af september, og kontrakten var vist kommet i stand månederne før. har nok på forhånd meddelt Arla, at havde taget en konkurrent ind, for det plejer at gøre. Det har formentlig været , som har fået denne besked.

deltog i mødet den 2. oktober, fordi blev forud for mødet briefet om baggrunden, men der var ikke tale om en egentlig forberedelse til mødet.

beslutning om at afbryde samhandlen med Hirtshals var blevet truffet i dagene op til mødet den 2. oktober og i tilslutning til, at man som nævnt havde fået at vide, at der skulle spares, og at der var varslet afskedigelser og skal også ses på baggrund af, at kunderne foretrak Arlas produkter.

Samhandlen mellem Hirtshals og Metro var en ren test, jf. bilag 91-002-011, for Metro tester altid nye produkter.

Når ikke allerede havde meddelt Hirtshals beslutningen om at ophøre med samarbejdet, da traf den, var det af rent tidsmæssige grunde, og samarbejdet havde jo ikke varet længe. Når ikke orienterede Arla om, at havde truffet beslutningen om at ophøre med at sælge Hirtshals' produkter, skyldes det, at Hirtshals først skulle orienteres herom, og havde ikke fundet en passende anledning til det frem for et tilfældigt møde på en parkeringsplads.

Som anført spurgte Arlas folk under mødet den 2. oktober på et tidspunkt, hvordan de kunne forvente flere penge, når de havde taget Hirtshals Mejeri ind, men husker ikke svaret. Det var som sagt , som sagde, at de

jo kunne lukke Hirtshals ned. Man kan vel godt sige, at det var et led i aftalen, at Hirtshals skulle ud, men det er ikke sådan, at man kan købe Metro.

deltog i et møde med Konkurrencestyrelsen, jf. bilag 81-002-143. Foreholdt at det på mødet skulle være oplyst fra Metro, at der ikke var nogen sammenhæng mellem markedsføringstilskuddet og modtagelsen af kr. forklarede vidnet, at det også er rigtigt, da ikke har fået kr. derfor. Beløbet, de talte om, var kr. husker ikke, hvem der har fremsat de pågældende udtalelser under mødet, men i hvert fald har Metro jo ikke fået kr. i den nævnte anledning. Metro har fået kr. til Gouda, som intet har med fødselsdagen at gøre, og kr. i anledning af fødselsdagsarrangementerne.

Foreholdt bilag 37-006-001, rapportforklaring, side 4, sidste afsnit, hvoraf blandt andet fremgår, at Arla tilkendegav, at man ville give kr. under forudsætning af, at Metro lukkede Hirtshals ned, forklarede vidnet, at har forklaret om det anførte forløb, og efter opfattelse er rapportforklaring i overensstemmelse med forklaring i retten i dag.

Forespurgt om det var en forudsætning for de kr. fra Arla, at Hirtshals blev lukket, svarede , at det var Arla, der foreslog, at Hirtshals skulle lukkes, og at accepterede det.

Arla har fået de aftalte kampagner for de kr., og Arla fik megen markedsføring for de penge.

har forklaret, at Metro. Metro er en en gros virksomhed - "Cash and Carry" - som primært handler med kunder inden for hotel- og restaurationsbranchen og lignende. Der er derfor et lidt anden salgsmønster end i detailhandlen, typisk præget af store markeder både inden for food og nonfood. Metro er en international koncern, som opererer i en lang række lande.

Først da Konkurrencestyrelsen havde været på besøg hos Metro, erfarede om mødet den 2. oktober. Der blev herefter holdt et internt møde, hvor blev orienteret om, hvad der var sket. Det, fik fortalt fra de involverede Metro repræsentanter om, hvad der var foregået, var udramatisk og ikke noget, som internt burde give anledning til større overvejelser. Der var også spørgsmål om, hvorfor Hirtshals ikke længere leverede til Metro, hvilket ikke var klar over forud for det interne møde, og fik oplyst, at der var problemer med leverancerne fra Hirtshals i relation til svind. Der var i september en kraftig opstramning for at øge indtjeningen og begrænse omkostningerne. fik ingen konkret, detaljeret information om, hvad der præcist var sket på mødet.

Hirtshals blev vist taget ind som leverandør, fordi man ønskede et alternativ

til Arla og således ikke ville være afhængig af én leverandør, og der havde også været efterspørgsel på nogle specielle pakninger, som Arla ikke kunne levere.

Den 1. oktober var indkøbsdirektøren [redacted] bedt om at tage til England, og [redacted] tog i princippet over som ansvarlig, men det var i praksis [redacted] deltog i de nævnte drøftelser.

Der indgår to elementer i bilag 91-002-010. Hirtshals ønskede for det første dækning af nogle omkostninger, hvilket var meget usædvanligt, og dernæst bad man om et møde, vist på baggrund af, at man havde bedt [redacted] om fornyet samarbejde. Efter alt det, der var sket, var det bestemt ikke Metros ønske, at samarbejdet skulle fornys. Brevets ordlyd var meget bestemt, og sådan var det også ment.

40-års fødselsdagen var en stor ting for Metro. Arrangementerne kørte internationalt og var koordineret landene imellem, således at der foregik samme aktiviteter i de enkelte lande. I Danmark var alle leverandørerne blevet indbudt til at komme med markedsføringstilskud, og generelt var der bred opbakning fra leverandørernes side, som var klar over, at når der var fødselsdag, måtte man stille ekstra op. Det samlede tilskud til netop denne kampagne udgjorde 0,7% af Metros indkøbsvolumen i Danmark. Arlas bidrag svarede til 0,3% af Metros indkøbsvolumen hos Arla.

Metro har overordnede regler og politikker for, hvorledes indkøbsmedarbejderne skal agere. Heraf fremgår blandt andet, at indkøberne har til opgave at presse mest muligt ud af Metros leverandører. Man kan imidlertid ikke "købe" Metro og bestemme, hvilke leverandører Metro skal handle med, og sådanne aftaler må Metros medarbejdere ikke indgå.

[redacted] har forklaret, at [redacted] Arla Foods i den unit, der hedder Food Service. [redacted] Arla Foods stilling indebærer ansvaret for en række kunder vedr. den daglige drift, herunder lancering af nyheder, priser, tilbud, logistik, kampagner m.v. I 2003 var [redacted] også i forhold til Metro.

[redacted] deltog i et møde med repræsentanter fra Metro den 2. oktober 2003 sammen med [redacted] og fra Metro [redacted] og [redacted]. Der havde forud været et møde, hvor Arla var indkaldt i anledning af Metros 40-års internationale fødselsdag. Optakten til mødet er brevet fremlagt som bilag 92-001-049.

Der havde forinden været et møde den 10. september. Mødet vedrørte fødselsdagen, men også andre ting, og der var også andre deltagere, idet [redacted] og [redacted] deltog fra Arla Foods og fra Metro [redacted] og [redacted]. Der var tale om et møde i en tilbageven-

dende møderække med en dagsorden om forskellige ting, herunder Gouda. Mødet sluttede med, at [redacted] satte dem ind i, hvad Metro ville foretage sig i anledning af fødselsdagen. [redacted] fortalte, at der var tale om en international fødselsdag og gjorde gældende, at Arla som et andet stort firma skulle deltage på tværs af landegrænserne. [redacted] redegjorde nærmere for den kampagne, der skulle iværksættes i anledning af fødselsdagen, og gav udtryk for, at [redacted] forventede, at Arla ville deltage i hele kampagnen. [redacted] fortalte, at hvis Arla skulle med i hele kampagnen, ville det koste [redacted] kr. Det var et beløb, der ville komme oven i den eksisterende aftale, så Arla gav ikke tilsagn om andet, end at man ville overveje sagen og vende tilbage til den.

Ad bilagets side 51: [redacted] har udarbejdet den pågældende oversigt lidt senere i processen for at få overblik over, hvad Arla nogenlunde skulle af med i Danmark. Bilaget er nok lavet nogle uger efter det første møde, men før mødet den 2. oktober. Det var et internt skema til brug for [redacted] og [redacted]. Bilaget viser, at Metro ønskede 0,5% i markedsføringstilskud.

Ugen efter mødet den 10. september var [redacted] meget aktiv for at finde ud af, hvad Arla havde besluttet, og [redacted] ringede nærmest hver anden dag. Sidst i uge 38 var der telefonisk kontakt, og [redacted] meddelte på Arlas vegne, at Arla ville bidrage med [redacted] kr. [redacted] havde aftalt med [redacted], at de skulle fremkomme med dette som et udspil til Metros krav. [redacted] var skuffet, men accepterede tilsyneladende beløbet, og de aftalte 3 aktiviteter, som skulle modsvare beløbet. [redacted] var klar over, at beløbet nok ikke ville blive det endelige beløb, og på denne baggrund udfærdigede [redacted] det nævnte bilag for at være "klædt på", når man som forventet fik fornyet kontakt fra Metro med krav om et større beløb. [redacted] fik af en medarbejder i Metro at vide, at Metro satsede på at få en halv procent af de forskellige leverandører, også Arla. Det accepterede [redacted], og det var baggrunden for det nævnte bilag.

[redacted] forberedte sig til mødet den 2. oktober 2003, hvor [redacted] også skulle have styr på, hvor pengene skulle komme fra. [redacted] konstaterede, at der var afsat piskeflødepenge i budgettet vedrørende Metro, i alt et beløb på cirka [redacted] kr., og hjemmefra besluttede [redacted] og [redacted], at hvis de kunne komme med i hele markedsføringen for [redacted] kr., ville det være et fornuftigt forhandlingsresultat.

Cirka en uge før mødet den 2. oktober ringede [redacted] til [redacted] og fortalte dels, at [redacted] var tiltrådt en stilling i England, hvorfor [redacted] ville repræsentere Metro i stedet for [redacted], dels at Metro havde indmeldt Hirtshals i sortimentet. I telefonen sagde [redacted] ikke noget hertil, men det forekom ham at være en besynderlig måde at få en sådan oplysning på. [redacted] videregav oplysningen til [redacted], men ikke andre.

På mødet den 2. oktober 2003 startede de med at snakke lidt løst og fast, og

de hilse på . Dernæst sagde , at Arla jo var indkaldt i anledning af fødselsdagen, og foreslog, at man gik i gang med drøftelserne. En repræsentant fra Metro fremførte, at Metro var skuffet over det tilbudte beløb på kr., og at det var baggrunden for mødet. sagde, at syntes, beløbet var rimeligt, men at man da kunne drøfte størrelsen. sagde videre, at havde forstået, at Metro i mellemtiden havde indmeldt Hirtshals i sortimentet, så Metro kunne da også ringe til Hirtshals for at høre, om de ville bidrage i anledning af fødselsdagen. Det var første gang, Hirtshals blev nævnt under mødet. Snakken foregik mellem og . syntes, mødet begyndte at udvikle sig underligt, og stemningen blev mærkelig. Der var blandt andet pauser, hvor ingen sagde noget. sagde til , at Metro havde indmeldt Hirtshals, fordi de kunne noget, Arla ikke kunne, nemlig levere stk. pakninger. virkede meget forlegen, da sagde det, så fornemmede en skjult dagsorden. gav udtryk for, at det var en underlig måde at gøre det på, for det kunne Arla faktisk godt, men ønskede ikke at forfølge spørgsmålet nærmere. er sikker på, at derefter spurgte , om Arla ville give et større beløb, hvis Metro var villig til at udfase Hirtshals. svarede ret prompte, at den måde ønskede ikke at handle på og tilkendegav også, at sådan måtte Arla slet ikke handle. sagde, at undrede sig over udspillet fra Metro og nævnte, at der jo også måtte foreligge en kontrakt mellem Metro og Hirtshals, hvilket imidlertid benægtede. indtryk af, at der var en skjult dagsorden, blev stadig større. afslog at deltage i noget på sådanne præmisser, og og var også vidende om, at man ikke må deltage i den slags forhandlinger.

tilkendegav, at syntes, de skulle fortsætte drøftelserne vedrørende fødselsdagen, for det var jo det, der var anledning til mødet, og ikke Hirtshals, og derefter fortsatte drøftelserne herom. Ret hurtigt nåede man frem til, at hvis Arla skulle have hele "pakken", skulle der betales kr., og det blev udgangen, som alle virkede tilfredse med. Hirtshals blev ikke yderligere drøftet. Der er for ingen tvivl om, at det var , der bragte spørgsmålet om Hirtshals på bane, og må afvise forklaringen om, at det skulle være repræsentanterne for Arla. Mødet fortsatte herefter med drøftelser om Goudasagen, hvor man ret hurtigt aftalte, hvad Metro skulle kompenseres for, et beløb også på cirka kr. Når dette spørgsmål skulle drøftes, var det fordi gerne ville have en endelig økonomisk afklaring. Goudaen blev afregnet som piskeflødetilskud, mens tilskuddet til fødselsdagen blev afregnet efterfølgende.

har udarbejdet bilag 91-002-041 før 1. oktober, og lavede det den dag, ringede op, hvorefter bad udfærdige oversigt over, hvilke mængder Arla kunne risikere at miste til Hirtshals af hensyn til budgetlægningen for de kommende år. Bilaget er udtryk for skøn, som er højt sat, og det er nok nærmere %, der ville være realistisk, end %. I kroner ville % måske dække over et beløb på cirka kr.

har ikke længere ansvaret for kontakten med Metro, som ophørte for omkring halvandet år siden. Baggrunden er retssagen, men også forskellige interne ændringer i Arla.

Mødet var underligt fra starten. er vant til at komme hos Metro og kender den sædvanlige stemning, og som sagt mente , at der var en skjult dagsorden, og efterfølgende slog tanken , at den måske var, at Metro var villig til at droppe Hirtshals mod at få flere penge. Imidlertid hoppede Arla jo ikke på den limpind, og det er glad for. Dermed mener , at forhandlingerne om Hirtshals, henholdsvis fødselsdagen, var 2 helt forskellige ting, der ikke blev koblet sammen. fik det indtryk under mødet, at Metro allerede havde besluttet sig for ikke at ville forhandle Hirtshals Mejeris varer.

Efter mødet gik de ned i butikken blandt andet for at se mælken fra Hirtshals.

Forud for mødet havde og talt om, at Gouda nok ville koste kr., og at hvis man kunne få hele "fødselsdagspakken" for yderligere kr., ville det være en god aftale. syntes også, at aftalen faktisk gav Arla mere markedsføring, end man sædvanligvis får for kr.

Foreholdt sin rapportforklaring, bilag 37-012-001, side 7, l.-3. afsnit, forklarer vidnet, at stort set genkender forklaringen, men det med, at accepterede udfasningen af Hirtshals og tog en beslutning, efter at havde bragt Hirtshals på bane, er ikke rigtigt. har ikke hæftet sig ved formuleringen, da gennemlæste og senere underskrev rapporten. husker ikke, at skulle have forklaret det oplæste på denne måde til politiet, da afgav forklaring.

er ret overbevist om, at piskefløderegningen vedrører Gouda, fordi det var det var det netop afsluttede regnskabsår, mens fødselsdagen jo vedrørte det kommende regnskabsår, hvorfor man ikke straks behøvede fakturaen.

har forklaret, at Arla.
var medarbejder i enheden, og Metro var en af kunderne.

deltog i et møde med Metro den 2. oktober 2003 sammen med og . Baggrunden var, at Metro ønskede et markedsføringstilskud i anledning af deres 40-årsfødselsdag, som skulle finde sted i hele Europa, hvilket skulle diskuteres på mødet.

Der havde også forud herfor været mødeaktiviteter i samme anledning, blandt andet et møde i september. På dette møde blev der talt om Gouda produkter og status på samhandelsforholdet, ligesom fik at vide, at der var en fødselsdagskampagne forestående. Metro tilkendegav, at man forventede,

at Arla ville deltage fuldt ud, svarende til en halv procent, igen svarende til kr. og så kunne komme med i "den store pakke". tilkendegav, at Arla ville se positivt på det, men at man ikke uden videre ville lægge sig fast på det nævnte beløb.

På mødet den 2. oktober 2003 talte de først lidt løst og fast og fik hilst på . gik så til sagen og spurgte, hvorfor man var blevet indbudt, og Maibritt sagde, at Metro ikke var tilfreds med kr., men ønskede kr. sagde, at kr. da også var et pænt beløb, og at når det var så vigtigt for Metro at få penge, burde Metro vel også spørge Hirtshals Mejeri for at få dem til at bidrage. sagde, at man havde taget Hirtshals ind, fordi man efterspurgte mælk i kartoner, som Hirtshals kunne levere. sagde, at det var Arla jo også i stand til. brød nu ind og sagde, at Hirtshals også var en dårlig ide, og at Metro faktisk var lidt trætte af leverandøren, som kunderne heller ikke var tilfredse med. spurgte, om der da ikke var en kontrakt med mejeriet, hvilket benægtede. gav udtryk for, at dette forekom lidt besynderligt og sagde til , at det var Metro, der suverænt besluttede, hvem de ville handle med og ikke . Det er helt forkert, at skulle have foreslået Metro at melde Hirtshals ud mod at få kr. Der var heller ikke andre, der foreslog det, og havde det indtryk, at Metro allerede havde truffet beslutningen om ikke at ville handle med Hirtshals fremover. Det er heller ikke rigtigt, at spurgte , om man kunne få kr. mod at melde Hirtshals ud, for de to spørgsmål blev ikke kædet sammen.

Forud for mødet den 2. oktober 2003 havde og talt sammen og også lagt fast, hvor mange penge de ville give vedrørende fødselsdagen og Gouda, og det blev kr. vedrørende hver. Der havde ingen snak været mellem dem om, at det ville være rart, hvis Hirtshals ville kunne gå ud, og de gik også ud fra, at der en kontrakt mellem Metro og Hirtshals. I øvrigt ved man i huset, at man ikke må agere på denne måde.

har forklaret, at i 2003 var direktør i Hirtshals Andelsmejeri, hvilket ikke længere er. I 2003 var mejeriet et mindre andelsmejeri, der beskæftigede sig med produktion af konsummælk og smør og med en vis en gros handel af mælk. Hirtshals var vel da landets største udbyder af konsummælk, men stadig med en forholdsvis beskeden mængde. Der var godt ansatte.

Samhandlen med Metro kom i stand via en sælger, der fik en kontakt med Metro og en aftale i stand om levering af almindelig hvid mælk, men på sigt også andre produkter. Samarbejdet startede i efteråret 2003. opfattede det ikke som en test, men en handel på almindelige vilkår med mulighed for at få andre produkter i sortimentet. Der var vist ikke en egentlig kontrakt med Metro, men der var skrevet nogle samhandlsbetingelser ned. Det var mejeriets forventning, at man måske kunne nå op på 1/3 af Metros salg efter en vis indkøring.

Metro fik leveret i papkartoner, og det gjorde de vist i 4 dage, da det fik ende. havde været rundt for at tjekke op på leveringer, og om Metro var tilfreds med samhandlen og meldte tilbage, at Metro var tilfreds. Senere samme dag meddelte imidlertid, at Metro nu havde fortalt , at man skulle ud igen, hvilket ingen af dem naturligvis var tilfredse med. sagde, at var blevet ringet op af Metros indkøber, som sagde, at man ville blive udlistet igen. Da Hirtshals også havde fået at vide, at de skulle udlisteres af Dansk Supermarked, forekom det , at der kunne være en linje i det, der skete. Lige før sommeren havde de nemlig fået at vide, at Hirtshals skulle udlisteres fra Dansk Supermarked, som var en stor kunde, der nok aftog % af mejeriets produktion af konsummælk, som så ville forsvinde. Metro var en af mulighederne for et nyt kundegrundlag.

Som andelsmejeri har man aftagepligt og skal hente mælken 7 dage om ugen året rundt, så kan mælken ikke afsættes til én aftager, må man finde på noget andet. Alternativet til andre kunder ville være at sælge overskudsmælken til andre mejerier, men med så stor en mængde var Arla reelt den eneste aftager.

Samhandlen med Metro betød meget for mejeriet, fordi den var indfaldsvinklen til et nyt marked, herunder at der kunne leveres til flere, mindre kunder. Reelt var Metro derfor en stor kunde at miste.

Mejeriet havde på et tidspunkt en aftale med Nestlé i Hjørring om at levere mælk, en ret stor mængde. Det var før leverancerne til Dansk Supermarked, og mængden androg % af mejeriets daværende produktion. Resten blev solgt som konsummælk, overvejende i Vendsyssel. På et tidspunkt fornemmede mejeriet, at Nestlé ville lukke fabrikken og begyndte at kigge sig om efter andre aftagere, og man vedtog at udbygge kapaciteten på konsummælk.

Mejeriet havde gættet på, at man måske ville kunne opnå salg til Metro på cirka kg, svarende til af Metros salg af mælk.

Siden årsskiftet 2002/2003 har mejeriet leveret til Aldi.

 har forklaret, at han i 2003 var ansat til at afsætte Hirtshals Mejeris produkter, ikke som egentlig ansat i mejeriet, men på provisionsba-

sis. Samhandlen med Metro kom i gang ved, at tog kontakt til firmaet og fik lov at fortælle om, hvad mejeriet kunne tilbyde.

opfattede ikke den igangsatte samhandel som en test, og det blev der heller ikke talt om. Det, der blev talt om, var, at Metro gerne ville have en anden leverandør end Arla, især hvis man kunne levere i papemballage, som var en emballageform, Hirtshals kunne levere i. Metro tog vist i første omgang produkter ind, og dertil kom senere yoghurt og andre produkter.

har skrevet brevet fremlagt som bilag 91-002-002, og brevet er bekræftelse på den aftale, der blev indgået med Metro. Brevet var det samhandlingsgrundlag, der var, og der var ikke en egentlig kontrakt mellem parterne. Der blev fastsat nogle datoer, herunder med opstart den 29. september 2003 med noget af sortimentet. Leverancerne var forbundet med betydeligt arbejde fra side. talte med de respektive ledere i alle Metro-afdelingerne, og der blev aftalt leveringstider og lignende. Et par dage efter igangsætningen fulgte op på sagen i de enkelte butikker, og der oplyste man, at der ikke var problemer. havde forud været i kontakt med hovedkontoret, , som havde bekræftet, at der ikke var problemer med leverancerne. Hen på eftermiddagen ringede og sagde: "Festen er slut". havde da samme dag været i Glostrup butikken og butikken i Amager, og ingen af stederne var der meldt om problemer. har ikke set mælk på gulvet eller andet, der kunne indikere problemer. forklarede , at Hirtshals straks ville udgå og nævnte noget om problemer med Arla i relation til markedsføringen. gav udtryk for utilfredshed, men sagde, at det kom fra oven. er sikker på, at Arla blev nævnt. tog beslutningen til efterretning og orienterede mejeriet. Det var en beslutning, som vakte alt andet end glæde på grund af de problemer, der i øvrigt var. Blandt andet vidste man, at Dansk Supermarked ville udgå som aftager, hvorfor man havde håbet på, at Metro ville aftage noget af overskudsmælken.

har forklaret, at Hirtshals Andelsmejeri. Pt. indvejes der cirka liter mælk årligt. I dag er der cirka medarbejdere. I 2003 havde mejeriet et stigende salg til Dansk Supermarked, vistnok omkring kg.

Den aktuelle produktion afsættes i vidt omfang til andre mejerier til en lave pris, end hvis den blev solgt til virksomheder. Aktuelt indvejes der samlet kg. mælk årligt. Niveauet i 2003 var stort set tilsvarende. Den pris, der i regnskabsåret 2004/2005 er betalt til mælkeproducenterne, er,

incl. efterbetaling, kr pr. kg.

Mejeriet sælger nok cirka % af det mulige til salg i forretninger.

Mejeriet har overvejet et erstatningskrav mod Arla.

 har forklaret, at Arla
med det overordnede ansvar for afsætning til Dansk Supermarked gruppen,
Aldi og Dagrofa. refererede til og havde det daglige ansvar
for Dansk Supermarked og var også med i den
daglige kontakt.

I 2003 var der et forhandlingsforløb mellem Arla og Dansk Supermarked. Vist i 2001 ophørte Dansk Supermarked med at handle med et andet firma, og det var her Hirtshals Mejeri kom ind i billedet. Hirtshals skulle herefter på rekordtid overgå fra at være en lokal virksomhed til at være en national leverandør til den måske mest udfordrede kunde i Danmark, Dansk Supermarked, hvilket stillede store krav til mejeriet.

I 2002/2003 kom der signaler fra Dansk Supermarked om, at samhandlen med Hirtshals ikke fungerede tilfredsstillende, og senere ønskede Dansk Supermarked at anvende det daværende Mejsse mærke på eksklusiv basis, ligesom man ønskede at udvide samhandlen vedrørende frisk konsummælk fra Arla. Dansk Supermarked bad på et tidspunkt om et konkret tilbud vedrørende Mejsse produkterne og ville købe mere frisk mælk fra Arla. Det var et tydeligt signal om, at dette kunne indebære konsekvenser for Hirtshals Mejeri. Arla er sædvanligvis altid imødekommende over for nye forretningsmuligheder, men var omkring samhandlen med Dansk Supermarked meget i tvivl og særdeles opmærksom på den turbulens, som kunne blive resultatet, hvis det fik konsekvenser for Hirtshals Andelsmejeri. Dansk Supermarked rykkede for svar på, om man ville gå ind i en kontrakt, og det blev Arlas vurdering, at uanset hvad der skete, ville Dansk Supermarked nedbringe samhandlen med Hirtshals, således at hvis Arla sagde nej, ville Dansk Supermarked blot finde en 3. leverandør, formentlig fra Tyskland.

 genkender brevet fremlagt som bilag 91-003-053. Arla er jo på ingen måde bestemmende for, hvilke sortiment Dansk Supermarked fører, og Arla er meget opmærksom på at overholde konkurrencelovgivningen. Passus'en om Hirtshals er ikke i orden, hvorfor den blev overstreget, og brevet blev aldrig sendt i den foreliggende form. Når , der har skrevet brevet, har anført det, må det være fordi, at dette kunne blive den praktiske konsekvens for en samhandel med Dansk Supermarked. Situationen ville være den, at med det, Dansk Supermarked havde bedt om tilbud på, var det overvejende sandsynligt, at det ville betyde en nedbringelse af Dansk Supermarkets engagement med Hirtshals. Hvad den præcise konsekvens ville blive, måtte naturligvis være op til Dansk Supermarked.

Plancherne, bilag 91-003-082, er et oplæg til plancher, som har udarbejdet. Andre har udfærdiget de endelige plancher. Som nævnt var der et stigende pres fra Dansk Supermarked om et svar fra Arla. For at indgå i samarbejdet talte naturligvis, at det var en markant kunde, men bekymringen var som anført, at hvis Hirtshals mejeri fik reduceret samhandlen med Dansk Supermarked, ville det skabe en betydelig opmærksomhed. Arla måtte derfor spørge sig selv, om det var klogt at indgå i samhandel med Dansk Supermarked og var i alt fald nødt til at sikre sig, at Arla i alle henseender optrådte i overensstemmelse med konkurrencelovgivningen. Det var da almindeligt kendt, at Arla ikke ville levere mælk med den enkelte kædes eget mærke, såkaldt privatmærkemælk. Det indgik også i overvejelserne, at Hirtshals eventuelt kunne kompensere for tabet af Dansk Supermarked ved at levere til Aldi i form af privatmærkemælk.

Der er ingen tvivl om, at når en virksomhed har en stor kunde, er det naturligvis et problem for virksomheden, hvis kunden ophører, så Arla var ikke uvidende om, at dispositionen kunne indebære konsekvenser for Hirtshals. De nævnte overvejelser var også baggrunden for, at spørgsmålet om samhandel med Dansk Supermarked skulle forelægges Arlas øverste ledelse.

Det nævnte bilag er udfærdiget til brug for en præsentation for bestyrelsen og er nærmest stikord i den forbindelse. De argumenter, der er nævnt i bilaget, som talte for at optage forretningsforbindelse med Dansk Supermarked, var selvfølgelig indtjeningen, og at denne kom i stand efter Dansk Supermarkets ønske. Argumentet mod - den politiske turbulens - dækkede over, at selv om Arla optrådte helt korrekt, kunne der sagtens blive politisk røre. anbefaling blev, at man imødekom ønsket fra Dansk Supermarked, og når Arla lod være med at byde på Aldi, kunne det give Hirtshals mulighed for at finde andre aftagere, sådan at det hele kunne gå op i en højere enhed.

Når havde indtryk af, at Dansk Supermarked ikke var særligt tilfredse med samarbejdet med Hirtshals, bygger det blandt andet på analyser af markedsforholdene, hvor man kunne se, at Hirtshals afsatte mindre, end man kunne forvente, og bl.a. Mogens Åby, salgsdirektør i Dansk Supermarked, har tilkendegivet utilfredshed med Hirtshals.

Bilag 11-001-007, organisationsdiagram: Det er under business unit, food service m.v., , at Metro hører. Personerne i denne business unit kendte ikke til de forhandlinger, som han har refereret til ovenfor, og der er en betydelig grad af selvstændighed i de enkelte systemer, som nærmest er indbyrdes konkurrenter.

I maj 2003 blev der indgået kontrakt mellem Dansk Supermarked og Arla. Kontrakterne er typisk 2-årige. Aftalen med Dansk Supermarked var en minimumsaftale, og i starten af aftalens løbetid skete der faktisk ingenting, for-

di der efter det oplyste opstod en strid mellem Dansk Supermarked og Hirtshals om ophøret. Længe vurderede Arla derfor, at der ikke ville blive noget ud af den indgåede aftale, set med Arlas øjne.

Hirtshals fik leverancen hos Aldi for så vidt angår syrnede varer.

Efter at Arla havde indgået den pågældende aftale med Dansk Supermarked, henvendte sig til Konkurrencestyrelsen og udleverede aftalen, sådan som det var Arlas tradition.

har på et eller andet tidspunkt erfaret, at Metro havde taget Hirtshals ind som leverandør, men husker ikke nærmere hvornår.

Som det ses af bilag 91-002-018, blev det meldt ud, at der var indgået aftale mellem Arla og Dansk Supermarked, men aftalens indhold blev ikke kendt af en større kreds.

har forklaret, at Arlas division Danmark. Som det ses af bilag 11-001-007, organisationsdiagram, er ansvarlig for halvdelen af salget til det danske marked, herunder food-service, som Metro hører til. var blandt andet chef for og har i det daglige ikke noget med Metro at gøre. Metro er en forholdsvis lille kunde, og har aldrig haft direkte kontakt med Metro og heller ikke aflagt besøg på virksomheden. På frisk mælk har Metro en omsætning på cirka liter og på syrnede produkter omkring liter. Disse tal er Arlas aktuelle salg til Metro.

I efteråret 2003 var ikke involveret i markedsføringstilskuddet til Metro, men gav en kort information om, at Metro havde 40-års jubilæum i 2004 med tilhørende store jubilæumsaktiviteter, og at Arla derfor var anmodet om at deltage i disse. Det var helt sædvanligt inden for branchen. Informationen blev givet inden mødet den 2. oktober 2003. gav den kommentar til , at det principielt ikke var specielt attraktivt for Arla, men da Metro også var kunde i Tyskland, opfordrede til at kontakte Tyskland, så der kunne være en vis sammenhæng i tingene. Metro var en god kunde i Tyskland, og det ville være uhensigtsmæssigt at sende et dårligt signal til Metro i Danmark. Alle Arlas internationale kunder er meget opmærksomme på, hvordan en virksomhed behandles internationalt set. ville ikke blande sig direkte i forhandlingerne med Metro, men opfordrede til at slippe så billigt som muligt og i øvrigt sikre sig, at Arla fik valuta for pengene, både af hensyn til det konkurrencemæssige, men også af hensyn til konkurrencereglerne. Da i øvrigt havde beføjelsen til selv at indgå de videre aftaler med Metro, blandede sig ikke yderligere i sagen. Den nævnte orientering fra var sædvanlig, og orienterer cirka hver 14. dag om forhold af den karakter, og det var også helt sædvanligt, at gav udtryk for, at skulle huske at få noget for

pengene.

mail af 25. september til [redacted], bilag 91-002-17-18, er udtryk for, at [redacted] havde løbende møder med [redacted]. Det nævnte møde var aftalt i anledning af forestående lønforhandlinger pr. 1. oktober, og i den forbindelse ville [redacted] orientere om de forhold, der er nævnt i mailen. Det er blandt andet nævnt, at Hirtshals har indgået aftale med Metro, fordi det var en ny situation, da Hirtshals [redacted] bekendt ikke tidligere havde leveret til grossistledet, og han fandt det naturligt at orientere sin chef om noget, som måske kunne være starten på en offensiv fra Hirtshals' side. Oplysningen er blot ment som en markedsstatus og var en almindelig, rutinemæssig information op i systemet. Mailen sendt samme dag til forskellige om, at Hirtshals havde indgået aftale, sendte [redacted] for at orientere de kundeansvarlige i division Danmark om den samme markedsstatus, som [redacted] også havde informeret [redacted] om. Der var tale om en ny situation, en ny aktivitet, som kunne være udtryk for, at Hirtshals var på vej ind på markedet i større omfang, hvilket blandet andet kunne være relevant af hensyn til de forestående årsaftaler med en række kunder. For den kundeansvarlige vil det være relevant at kende markedet og markedssituationen, ikke mindst i forbindelse med fornyelse af aftaler.

[redacted] vil tro, at [redacted] gange hver måned giver tilsvarende slags information, fordi det danske marked er dynamisk. Det, der informeres om, er faktuelle forhold, ikke løse rygter og lignende. F.eks. mistede Arla på et tidspunkt [redacted] % af flødesalget i Coop Danmark, hvilken information også blev videregivet til de kundeansvarlige og andre relevante personer. Pågældende mail er sendt til det, der kaldes business unit cheferne. Når det er sagt, at der ikke er detaljeret kendskab til eksempelvis kontrakter de enkelte units imellem, er dette en helt anden ting, fordi mailen er udtryk for en generel information om en markedsstatus. Når der forhandles med en kunde, er der vandtætte skodder, både for Arlas egen skyld, men naturligvis også af hensyn til kunden, som forventer fortrolighed.

Mailene er [redacted] måde at give udtryk for, at der var en stigende konkurrence, og at man måske kunne miste [redacted] % af mælkeomsætningen i Metro, og så vil det være naturligt, at den kundeansvarlige vurderer, hvad Arla skal gøre i relation til den forestående forhandling med kunden. Det måtte formodes, at Metro havde truffet beslutningen, fordi man havde fået et bedre tilbud, end Arla kunne give, og det måtte give den ansvarlige anledning til at overveje, om Arla kunne give et bedre tilbud ved næste forhandling. Forårsforhandlingerne er typisk pr. 1. januar, og det var vist også tilfældet for forhandlingerne med Metro. Der ligger ikke i mailen, at man skal prøve at klemme Hirtshals ud af markedet, for det må en virksomhed af Arlas størrelse ikke.

I sommeren 2003 var konkurrencen stor på fløde, og Arla mistede af samme grund en del af omsætningen, hvilket gav anledning til interne drøftelser. Man konstaterede, at priserne på tysk piskefløde var markant lavere, og Arla vurderede, at man var nødt til at sænke priserne, hvilket man gjorde i efterå-

ret 2003. Det medførte, at der blev afsat penge til tilskud vedrørende piskefløde.

ved, at Arla i foråret 2003 indgik en aftale med Dansk Supermarked. Der var tale om meget fortrolige forhandlinger, og kun ganske få mennesker i Arla kendte til forhandlingerne og disses indhold, som selv heller ikke kendte. Tilsvarende vil personer længere nede i systemet ikke have viden om indholdet af aftalen.

erfærede første gang om mødet den 2. oktober via den tidligere omtalte mail, hvor kunne se, der skulle være et møde med Metro. Efter mødet blev formentlig informeret om, at Hirtshals var blevet lukket ned i Metro. fik at vide, at Arlas repræsentanter på mødet havde indgået en aftale i anledning af fødselsdagen, men om det i denne sammenhæng eller først umiddelbart efter blev nævnt, at Hirtshals var blevet lukket ned, husker ikke. Informationen om Hirtshals var vist, at Arlas repræsentanter havde fået at vide, Hirtshals' produkter ville gå ud af Metro. spurgte vist hvorfor, og svaret var, at det undrede man sig egentlig også selv lidt over. Informationen fik den 2. oktober eller en af de nærmest følgende dage.

Bilag 91-002-041 har set på et tidspunkt, men ikke før mødet. En sådan analyse er helt sædvanlig, men ikke en, var involveret forud for mødet. har ikke set det som led i en given beslutning. Det vil være naturligt, at og drøftede det, men ikke med , da Metro i Arlas øjne er en lille forretning. er ikke formelt blevet præsenteret for bilaget, og mener bestemt ikke, at så bilaget forud for mødet den 2. oktober 2003.

At Hirtshals kom ind i Metro, var ikke i sig selv udfordrende for Arla, slet ikke faktisk, men det, der kunne være interessant var, om det var et led i en ny strategi fra Hirtshals' side, og det aspekt kunne være interessant for Arla.

Det var vist , der informerede ham om, at Hirtshals ikke længere leverede til Metro. er sikker på, at informationen ikke var koblet sammen med, at Arla ydede tilskud, for det ville være i strid med alle regler, også interne. Som anført var forbavset over beslutningen, vist især fordi den var taget så hurtigt, efter at leverancen var påbegyndt.

har forklaret, at han i efteråret 2003 var ansat i Metro, og blev udnævnt til driftschef i den periode, hvor Hirtshals kom ind. Som afdelingsleder i mejeriet havde ansvaret for salg af mælk og ost m.v. havde ingen indflydelse på, hvem der skulle være leverandør til Metro.

Hirtshals Mejeri kom vel blandt andet ind på baggrund af, at Metro ønskede en alternativ leverandør til Arla Food, og der har i tidens løb været flere sådanne. Da Hirtshals kom ind, var det "ikke verdens bedste start". Hirtshals

Mejeri var i begyndelsen ude for at høre, hvordan den første ordre ville se ud og blev oplyst om den påtænkte levering. Bestillingen blev afgivet i overensstemmelse hermed, men samtidig havde mejeriet selv lagt ordrerne ind, sådan at der i første omgang kom dobbelt leverance af mælk og piskefløde. Det var mejeriet ked af, men ønskede i øvrigt ikke at afhjælpe problemet, så fra starten blev relationen vel lidt anstrengt.

Produkterne kom i hvide papkasser som ikke var særligt handy i Metro, fordi de var vanskelige at håndtere for kunderne, som typisk er kiosker og små supermarkeder, som var vant til at tage en af Arlas grønne kasser og heri stille det, man ønskede. Denne fremgangsmåde kunne ikke praktiseres med papkasserne, hvorfor Metro måtte udpakke produkterne. Et andet problem var, at mælken allerede ved leveringen kunne være fra dagen før, hvilket særligt i de små kiosker kunne være et problem, fordi de typisk går meget op i, hvor frisk mælken er, da de ikke sælger så meget af den.

Hirtshals leverede vist lidt op af formiddagen, mens Arla typisk leverede kl. 4.30, og mange kunder indfinder sig omkring kl. 6 om morgenen, hvorfor det var uheldigt, hvis mælken var en dag gammel og tillige først kom op ad formiddagen.

har svært ved at vurdere, om de nævnte ting betød en dårligere afsætning på Hirtshals Mejeris produkt end på Arlas produkter, men selvfølgelig kan det have en vis betydning. Det var imidlertid svært at vurdere på forhånd, hvordan det ville gå med at sælge Hirtshals' produkter, men faktisk gik det ikke særligt godt, dels på grund af svind og dels på grund af det med papkasserne. Spildprocenten var høj.

Foreholdt sin rapportforklaring i bilag 37-009-002 vedrørende de forskellige problemer med mælken fra Hirtshals, og at dette betød, at det var svært at afsætte Hirtshals' produkter med deraf følgende svind og andre problemer, og at også havde nævnt disse problemer for , bekræfter at have forklaret således, og det er også sådan, husker forholdene på daværende tidspunkt, herunder spildprocenten.

Det var kun kort tid, Hirtshals leverede til Metro, også for kort en periode til at afgøre, om leverancerne skulle fortsætte, eller om Hirtshals skulle udlistes igen. Man prøvede f.eks. ikke at få produkterne fra Hirtshals i en anden emballage for at se, om det kunne løse problemerne.

er afdelingsleder i Metro i Glostrup og det har forklaret om, vedrører forholdene i Glostrup, som sælger cirka halvdelen af Metros mælk i Danmark.

I den oplyste spildprocent indgår den nævnte dobbeltleverance, hvor man blev nødt til at sælge en del af mælken til stort set ingen penge. Som anført ønskede Hirtshals ikke at hjælpe med dobbeltleverancen, selvom for-

søgte at få en ordening i stand. Hirtshals beklagede, men ville ikke tage ansvaret for det.

havde ikke noget at gøre med, at Hirtshals blev taget ind i sortimentet og heller ikke, at det blev udlistet.

mindes ikke, at der skulle have været uheld i tidsrummet omkring mødet den 2. oktober 2003, og mindes heller ikke at have talt med nogen i den anledning.

Af **sagens oplysninger i øvrigt** fremgår følgende:

Ifølge selskabets årsrapport for 2003/04 androg Arlas omsætning for regnskabsåret 1. oktober 2003 til 30. september 2004 ca. kr., hvoraf ca. - svarende til % - hidrørte fra omsætning uden for Danmark og Sverige. Den indvejede mængde mælk i koncernen androg i samme tidsrum kg, heraf kg i Danmark. Der var andelshavere, heraf i Danmark og et gennemsnitligt antal fuldtidsansatte på

Hirtshals Andelsmejeri havde ifølge årsrapport 2003-04 en omsætning på ca. kr. Indvejenen fra andelshaverne androg cirka kg. Der var aktive andelshavere. Af selskabets beretning for 2004-05 fremgår blandt andet, at bestyrelsen finder årsresultatet særdeles tilfredsstillende, og at mejeriet har kunnet betale øre mere end de øvrige mejerier. Omsætningen var fordelt således, at % stammer fra smørsalg, mens % er gået til konsum. Overskudsmælk er afsat som en gros mælk til mejeriets samhandelsmejerier. Nettoomsætningen i perioden 2000/01 til 2004/05 var stigende, og også indvejenen fra andelshaverne var stigende frem til 2002/2003, hvorefter den faldt lidt.

På forsvarernes foranledning er der under sagen indhentet en udtalelse fra Retail Institut Scandinavia A/S, som betegner sig som en privat, uafhængig konsulentvirksomhed, der beskæftiger sig med detailhandel, forbrugere og mærkevarer. I en udtalelse af 8. september 2005 fra instituttet hedder det blandt andet:

"1. Udbredelsen af markedsføringstilskud

Anvendelsen af markedsføringstilskud er i dag en fast bestanddel af de forhandlinger, der finder sted hvert eneste år i perioden august - oktober mellem industrien og de større kæder. På disse møder fastlægges generelle samhandelsbetingelser - og herunder også hvor mange kampagner producenten skal deltage i for den kommende 12 måneders periode.

Der er tale om en planlægning af markedsføring aktiviteter, der tager udgangspunkt i kædens ønsker om at påvirke markedet med 1-2 eller flere salgsbrochurer eller dagbladsannoncer i en given periode.

Det er utænkeligt i dag at drive dagligvarehandel uden at indregne markedsføringstilskud fra mærkevareindustrien inden for dagligvarer, såsom Coca Cola, Kelloggs, Arla, Carlsberg m.fl.

De omtalte markedsføringstilskud er alle relateret i det "partnerskab", der har til formål at generere omsætning for såvel producent som detaillist.

2. Størrelsesorden på markedsføringstilskud

Prisen for at få et produkt i en af dagligvarekædernes tilbudsaviser varierer pr. produkt i størrelsesorden kr.

Der findes ikke nogen offentlig tilgængelig statistik på området, idet man vil beregne de pågældende tal til området: forretningshemmeligheder.

Dansk dagligvarehandel består af følgende virksomheder og kæder:

Dansk Supermarked

- Føtex
- Netto

Coop

- Kvickly
- SuperBrugsen
- Dagligbrugsen
- Fakta
- Irma

Dagrofa

- SuperBest
- Spar
- ISO

Edeka

- Aktiv Super
- Focus

DSB

- Kort og Godt

Øvrige kioskæder.

Retail Institute Scandinavia anslår, at mærkevareindustrien via de kendte dagligvareaktører betaler mellem og milliarder kroner i rene markedsføringstilskud.

Hertil kommer øvrige ydelser fra mærkevareproducenterne, de relaterer sig til det direkte salg af deres produkter i butikkerne.

Der kan her være tale om at skulle udføre fysisk arbejde med hensyn til at placere egne produkter på hylder eller reoler. Der kan også ses eksempler på, at industrien over en periode forsyner kædens butikker med demonstratricer, der på producentens vegne uddeler smagsprøver til butikkens kunder.

Rabat til kæderne er en anden faktor, der spiller med ind i billedet, når man taler om, hvad industrien yder til detailhandelen. Ofte vil tallene være sammenlagt, således det er umuligt at adskille disse fra hinanden.

3. Størrelsesorden i forhold til omsætning

Man kan ikke anvende begrebet størrelsesforhold med udgangspunkt i producentens størrelse.

Det, der tæller er, hvorvidt det pågældende produkt repræsenterer en omsætning og en indtjening, der gør det interessant for kæden.

Markedsføringstilskud har ikke relation til producentens størrelse.

Hvis man derimod taler om en detaillists størrelse, er der ingen tvivl om, at de største detaillister også "påtvinger" industrien at aflevere de største tilskud. Det er helt normal forretningsmæssig praksis begrundet i volumen.

De kæder, der aftager den største volumen, får også de bedste betingelser.

Alt i alt vil industrien under mange forskellige former yde et tilskud til dagligvarekæderne i en størrelsesorden, der varierer fra % af deres omsætning. Konsekvensen heraf er ikke dyrere produkter - tværtimod. Der er tale om priser på kampagnevarer, der altid er lavere end normalpriser. Konsekvensen er, at industrien betaler hovedparten af prisreduktionen - samt i tilgift yder markedsføringstilskud.

4. Betalingsform.

Mærkevareproducenten modtager fra kæden et eksemplar af de annoncemidler, man har lavet aftale om vedlagt en faktura.

Betaling for de mindre dagligvarekæder vil typisk ske 30-45 dage efter kædekampagne mod fremsendelse af dokumentation for afholdt annoncering.

For de større detailhandelskæder gælder det, at man indgår årlige aftaler, hvorved producenten forlods indbetaler et engangsbeløb, de herefter fordeles over en række nærmere aftalte kampagner i årets løb.

5. Effekten af markedsføringstilskud

Det er af afgørende betydning for producenten at kunne yde markedsføringstilskud.

Dagligvarekæderne vil ikke markedsføre mærkevarer, såfremt disse ikke accepterer at yde markedsføringstilskud.

Butikken er af alle dokumenteret som det vigtigste medie i hele salgsprocessen. % af alle købsbeslutninger i dagligvarehandelen sker i butikken, hvorfor alle producenter nødvendigvis skal have deres produkter frem på hylder og reoler for at kunne skabe salg, og det er i denne sammenhæng industriens interesse for og nødvendighed af at betale markedsføringstilskud skal vurderes".

I en udtalelse af 5. oktober 2005 har instituttet supplerende oplyst, at "Metro Cash and Carry fejlagtigt er udeladt af den oprindelige fortegnelse. Indkøbsbetingelserne hos Metro Cash and Carry følger de samme principper, som de, der gælder for de øvrige dagligvareaktører".

I brev af 8. august 2003 fra Hirtshals Andelsmejeri, til Metro Danmark ApS hedder det blandt andet: "... jeg vil herved tillade mig at gøre opmærksom på Hirtshals Andelsmejeri, idet vi gerne vil være med i tilbuds-

givningen, når Metro Danmark laver aftale om levering af mejeriprodukter for 2004 ... Udover de ovennævnte kendte produkter og fedtprocenter kan vi fremstille produkter nøjagtigt efter kundens ønske ..."

Hirtshals Andelsmejeri oplyste ved brev af 2. september 2003 til Metro priser på "det aftalte opstart sortiment", der omfattede forskellige mælkeprodukter og en række andre mejeriprodukter. Det fremgår videre af brevet, at "det er aftalt, at Hirtshals Mejeri indkaldes til årsforhandlinger, når Metro åbner op 2004".

I senere korrespondance bekræftes forskellige detaljer i samhandlen mellem parterne, der ifølge korrespondancen var med første levering 29. september 2003.

Ifølge intern mailkorrespondance i Metro orienterede en række medarbejdere i Metro om, at Metro pr. 1. oktober begyndte at handle med Hirtshals Andelsmejeri, og at ville komme rundt i forretningerne for at tale om første leverance. Det fremgår, at leverancen omfattede en række forskellige mælkeprodukter og andre mejeriprodukter. Det fremgår videre, at salget af Økomælk fra Arla ville ophøre fra 1. januar 2004.

I en intern mail af 25. september 2003 fra Arla, til en række andre personer hedder det:

"Vi har i dag måttet konstatere, at Hirtshals har indgået aftale med Metro om delleverancer af mælk og udvalgte produkter. Omfanget, herunder hvilke mængder, vi hermed mister, er endnu uklart. Vi forsøger naturligvis at reducere dette maksimalt via vores samhandelsbetingelser".

Af intern mailkorrespondance i Metro fremgår blandt andet, at den 3. oktober 2003 til mailede følgende:

"... nu er det meget lettere at få penge ud af Arla ... det tog kun og jeg 40 minutter at få kr. ud af Arla ..."

svar var, om man "tog pis på ", hvortil svarede: "... hvad tror du selv - selvfølgelig gør vi ikke det. De har givet os kr. til 40 års og kr. til gouda, og de 200.000 kr. på gouda er faktureret ud i år..."

svarede hertil: "... det er da lidt for vildt. Til lykke med det. Hvad har du gjort ?????????? lovet at gå "i byen" med ??????", hvortil svarede: "Der er mange ting, vi kvinder kan".

svarede hertil: "Det er jeg slet ikke i tvivl om ...". Endelig svarede senere samme dag i en mail, der findes i

2 versioner, hvoraf den ene lyder: "Nej, spøg til side. Jeg skulle lukke Hirtshals Mejeri ... så nu er det gjort ...". I den anden version hedder det alene: "Vi skulle lukke Hirtshals Mejeri ..."

I intern mailkorrespondance i Metro den 3. oktober 2003 fra til en række andre personer hedder det : "Hej alle. Grundet for store tab ved at have taget Hirtshals Mejeri ind, svind o.s.v. har jeg dags dato besluttet at lukke Hirtshals fra 20. oktober. Hirtshals Mejeri er blevet orienteret herom ..." En afdelingsleder spurgte: "... Hvad har vi så nu, Økomælk igen eller hvad". svarede hertil: "... kun Arla".

Ved faktura dateret 8. oktober 2003 fra Metro til Arla Food blev der faktureret et beløb på kr. + moms. Af en tekst i fakturaen fremgår blandt andet: "piskeflødemarkedsføring 2003". Fakturaen er efterfølgende blevet betalt.

Ved brev af 2. august 2003 til Arla Foods - et brev der efter det oplyste er tilsendt en række øvrige af Metros leverandører - meddelte Metro, at virksomheden i 2004 havde 40 års jubilæum, som skulle fejres gennem hele 2004 med en række aktiviteter, tilbud m.v. I brevet er den påtænkte markedsføring nærmere specificeret og repræsentanter fra Arla Foods blev inviteret til møde på virksomheden den 10. september 2003. Under sagen er fremlagt de tilbudsaviser, der blev udgivet i 2004, hvoraf blandt andet fremgår, at en række af Arlas produkter blev markedsført i aviserne.

Af et complianceprogram, som Arla Foods har udarbejdet, fremgår blandt andet, at Arla Foods juridiske afdeling har udarbejdet et sæt retningslinje med henblik på forståelse af de konkurrenceretlige regler. I introduktionen opfordres til at konsultere juridisk afdeling, hvis der er spørgsmål om lovligheden af en speciel aktivitet, som kan falde ind under de konkurrenceretlige regler. I en oversigt over konkurrenceretten er en nærmere beskrivelse af konkurrencereglerne i Danmark og EU, og det er nævnt, at reglerne forbyder alle aftaler og alle former for samordnet praksis, herunder opdeling af markeder eller forsyningskilder. Senere er det nævnt, at reglerne også forbyder en virksomhed at misbruge sin dominerende stilling, blandt andet ved direkte eller indirekte påtvingelse af urimelige købs- eller salgspriser eller andre urimelige forretningsbetingelser og begrænsning af produktion, afsætning eller teknisk udvikling til skade for forbrugerne. I et afsnit om forholdet til kunderne hedder det blandt andet, at Arla Foods altid ved samhandel med kunder skal sikre, at kunderne er frit stillet med hensyn til at vælge den leverandør, fra hvilken de vil købe Arla Foods produkter.

Det fremgår endvidere af sagen, at Arla Foods under efterforskningen forsøgte at få anklagemyndigheden til at besvare en række spørgsmål om Hirtshals Andelsmejeris samhandel med Metro. Spørgsmålene blev af anklagemyndigheden videresendt til mejeriets advokat, der ved brev af 23. april 2004 blandt andet oplyste, at der fra mejeriets side havde været kontaktfor-

søg til Metro i 1-2 år, senest den 8. august 2003, ligesom advokaten oplyste, at Hirtshals Andelsmejeri regnede med at sælge 1/3 af Metros samlede salg. Ifølge et bilag udarbejdet af mejeriets revisionsfirma er der beregnet et tab, der for Metros vedkommende er anslået til 2 mill. kr., hvortil kommer et tab vedrørende Dansk Supermarked på 23,8 mill. kr.

Konkurrencerådet traf efter rådsmøde den 30. marts 2005 følgende afgørelse:

"Det meddeles Arla Foods, at rådet efter de oplysninger, der er tilvejebragt gennem styrelsens undersøgelse af selskabets differentierede udbetaling af rabatter og markedsføringsstilskud til detailhandlen for 2003 ikke vil foretage yderligere".

I "Konkurrence Nyt Konkurrencestyrelsen 2002" hedder det blandet andet:

" Arla har ikke ydet konkurrenceforvridende rabatter.

Arla Foods har en dominerende stilling som leverandør af mælk til supermarkederne. Hvis Arla yder ekstra rabatter til butikkerne, når de køber af deres sortiment fra selskabet, vil det i praksis skabe en barriere for konkurrerende mejeriers adgang til markedet. Det gælder ikke mindst for økologiske mejerier, der ikke kan levere samme brede sortiment til supermarkederne, og som derfor også har svært ved at levere til de butikker, der ønsker at samle deres indkøb af konventionelle og økologiske mælkeprodukter på nogle få leverandører.

Konkurrencestyrelsens undersøgelse hos kæderne, butikkerne og de konkurrerende mejerier har imidlertid ikke bekræftet, at der ydes sådanne rabatter. Arla har i leveringsaftaler med alle større supermarkeds kæder i Danmark, dog skifter Aldi i 2003 til Økomælk. En række kæder og butikker blandt andet Coop Danmark og Dansk Supermarked fører således også produkter både fra Arla og fra Arlas konkurrenter".

Rettens begrundelse og afgørelse

Det lægges i overensstemmelse med tiltaltes proceserklæring til grund, at tiltalte på gerningstidspunktet indtog en dominerende stilling på det danske marked for salg af frisk hvid mælk og syrnede produkter, og at tiltalte på gerningstidspunktet vidste eller bestemt formodede, at aftalen af 22. maj 2003 mellem tiltalte og Dansk Supermarked om friskvarer ville medføre, at Hirtshals Andelsmejeri inden for kort tid med stor sandsynlighed ville miste en betydelig del af eller hele sin leverance til Dansk Supermarked.

Tiden før mødet den 2. oktober 2003.

Efter de afgivne forklaringer og sagens oplysning i øvrigt lægger retten til grund, at Metro planlagde en række aktiviteter i anledning af virksomhedens

40 års fødselsdag i 2004 og i den anledning havde anmodet en række leverandører, herunder tiltalte, om økonomiske bidrag til den markedsføring, som var knyttet hertil. Retten lægger efter udtalelsen fra Retail Institute Scandinavia til grund, at både markedsføringstilskud i forbindelse med de tilbagevendende forhandlinger mellem industrien og de større kæder og tilskud i forbindelse med særlige aktiviteter, som f.eks. en fødselsdag, er sædvanlige.

Det lægges videre til grund, at der den 10. september 2003 var møde mellem repræsentanter for tiltalte og Metro, og at tiltaltes repræsentanter på mødet eller i tilslutning hertil tilbød at betale kr. som markedsføringstilskud til Metro i anledning af fødselsdagen, men at Metro fandt beløbet for lille og i den anledning inviterede repræsentanter fra Arla til et nyt møde, hvor det var Metros hensigt at formå tiltalte til at give tilsagn om et større markedsføringstilskud.

Arla var da bekendt med de problemer, Hirtshals Andelsmejeri havde som følge af, at mejeriet ikke længere havde Nestlé som stor kunde, og at mejeriet prøvede at finde andre afsætningskanaler, ligesom der da var indgået aftale mellem Dansk Supermarked og Arla. Retten finder det imidlertid ikke bevist, at der på centralt, ledelsesmæssigt plan i Arlas ledelse var truffet beslutning om at forsøge at udnytte situationen til at "kvæle" en af de få konkurrenter, tiltalte havde på det danske marked.

Mødet den 2. oktober 2003.

De 4 personer, der deltog i mødet, har afgivet forklaringer om mødets forløb, som er delvist uforenelige.

Arlas repræsentanter på mødet, og , har blandt andet forklaret, at Hirtshals Andelsmejeri blev nævnt som en opfordring til Metro om at forsøge at få andelsmejeriet til at bidrage med et tilskud til markedsføringen af fødselsdagen. Vidnerne har i øvrigt afvist, at der skete nogen form for sammenkobling af det markedsføringstilskud på kr. + moms, som ubestridt blev resultatet af mødet, og spørgsmålet om "udfasningen" af mejeriet.

 er under domsforhandlingen foreholdt sin forklaring til politiet om, at Metros repræsentant foreslog, at Metro udlistede Hirtshals Andelsmejeri mod at få kr. i jubilæumstilskud, at vidnet undrede sig over, at Metro var villig hertil, men at herefter tog beslutningen og accepterede tilbuddet, idet herefter bad om, at der blev skrevet en faktura med det samme. Vidnet har under domsforhandlingen afvist rigtigheden af denne gennemlæste og underskrevne forklaring.

Også Metros repræsentanter på mødet, og , har afgivet forklaring. Om forløbet af mødet har blandt andet forklaret, at det var , der bragte Hirtshals Andelsmejeri ind i drøftel-

serne. Vidnet har under domsforhandlingen afgivet lidt divergerende forklaringer om, hvorledes drøftelserne om Hirtshals herefter udviklede sig og er foreholdt sin rapportforklaring af 3. maj 2004. Ifølge denne spurgte

på mødet Arlas repræsentanter, hvad der skulle til for at få kr., hvortil svarede, at Hirtshals Mejeri skulle udelukkes, hvorefter han og vekslede nogle få ord og blev enige om at gå ind herpå. Vidnet har under domsforhandlingen forklaret, at denne gengivelse af hændelsesforløbet, må være det, der faktisk passerede under mødet.

har blandt andet forklaret, at eller på et tidspunkt spurgte Arlas repræsentanter, hvad disse krævede for at ville give kr., at det herefter blev bragt på bane, at Metro havde taget en konkurrent ind, og at derefter inddrog Hirtshals Mejeri i drøftelserne. Vidnet har også vedgået, at det blev et element i aftalen, at Hirtshals Mejeri skulle "ud" af Metro, og at hun i øvrigt mener at have forklaret i retten som tidligere til politiet, hvor det tydeligt fremgår, at det var på initiativ, at Metros samhandel med andelsmejeriet skulle ophøre som et led i aftalen om Arlas markedsføringstilskud.

opfattelse af hændelsesforløbet bestyrkes også af den mail-korrespondance, som den følgende dag fandt sted mellem og kollega , hvoraf blandt andet fremgår, at vidnet på spørgsmål om, hvad hun havde gjort for at få penge ud af Arla, svarer, at hun "skulle lukke Hirtshals Mejeri", og at "nu er det gjort".

Denne udlægning bestyrkes videre af, at det efter vidnet forklaring må lægges til grund, at straks efter mødet meddelte , at Hirtshals Andelsmejeri ikke længere skulle være leverandør til Metro, hvilket igen bestyrkes af vidnet forklaring om, at af fik at vide, at begrundelse for ophøret af samhandlen var angivet som Arla.

Efter rettens opfattelse består der herefter ikke rimelig tvivl om, at på mødet tilbød, at Metro kunne få kr. som markedsførings-tilskud under forudsætning af, at Metro bragte samhandlen med Hirtshals Andelsmejeri til ophør, og at repræsentanterne fra Metro accepterede dette. Retten lægger derfor dette hændelsesforløb til grund som bevist.

Konkurrencelovens § 11, stk. 1.

Tiltalen vedrører overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 1, ifølge hvilken det er forbudt for en virksomhed at misbruge en dominerende stilling.

Som ovenfor anført har tiltalte erkendt at indtage en dominerende stilling på det danske marked.

Retten finder, at hverken ordlyden af bestemmelsen eller dennes forarbejder giver grundlag for at indfortolke en begrænsning om, at misbrug kun kan fo-

religge, hvis en handling er udtryk for en virksomheds politik.

Efter forarbejderne var formålet med den lovændring, der trådte i kraft i 2002, at bringe den danske konkurrencelov i harmoni med reglerne i EU i overensstemmelse med den retspraksis, der foreligger om forståelsen af disse regler, traktatens artikel 82. Retspraksis om disse regler viser, at også en enkeltstående handling, som ikke nødvendigvis er led i en dominerende virksomheds generelle politik, anses for omfattet af reglerne om forbud mod misbrug af en dominerende stilling.

En handling, hvorved en dominerende virksomhed presser en anden virksomhed ud som leverandør, er egnet til at begrænse den frie konkurrence og er derfor misbrug af en dominerende stilling. Der er ikke grundlag for at indlægge en begrænsning om, at dette skal have en given betydning for markedet.

Retten finder heller ikke, at det forhold, at det må antages, at Metros markedsføringsstilsbud - tillige - som anført var af sædvanlig karakter og må antages at have medført en markedsføring, som stod i forhold til det ydede beløb, gør forskel heri.

Det kan endelig ikke gøre forskel, at det som anført ikke er bevist, at aftalen kom i stand efter beslutning hos de centrale ledelsesorganer hos tiltalte, jf. herved straffelovens § 27, stk. 1.

Efter det, der er lagt til grund om aftalen på mødet den 2. oktober 2003, er lovens § 11 overtrådt forsætligt, jf. herved lovens § 23, stk. 1.

Tiltalte har blandt andet gjort gældende, at Metros beslutning om at bringe samhandlen med Hirtshals Andelsmejeri til ophør, allerede var truffet forud for mødet den 2. oktober 2003.

Hertil bemærkes, at dette er i overensstemmelse med forklaring. Samarbejdet havde imidlertid kun bestået i få dage, og selv om det ikke kan afvises, at der var problemer - særligt omkring en dobbeltleverance den første dag - må det dog lægges til grund, at problemerne ikke var påtalt over for Hirtshals Mejeri og heller ikke over for under dennes besøg umiddelbart forud for mødet, og det er ubestridt, at beslutningen ikke før mødet var meddelt Hirtshals Andelsmejeri. Det må også anses sandsynligt, at der netop i starten af et samarbejdsforhold vil være en vis tolerance over for leveringsproblemer. Retten finder derfor ikke at kunne lægge til grund, at Metro havde truffet en definitiv beslutning om ophør af samhandlen med andelsmejeriet, men vel nok, at mejeriet ikke blev betragtet som en mere værdifuld leverandør, end at den var "billigt til salg".

Tiltalte er herefter skyldig i den rejste tiltale.

Strafudmåling.

Det fremgår af konkurrencelovens § 23, stk. 3, 2. pkt. at der ved udmåling af bøden udover straffelovens almindelige regler skal tages hensyn til den juridiske persons omsætning det seneste år forud for domsafsigelsen.

Tiltaltes omsætning må efter danske forhold betragtes som meget betydelig.

Af bemærkninger til lovforslaget (fremsat den 20. marts 2002) fremgår blandt andet, at "bødeniveauet for overtrædelse af konkurrenceloven er lavere end det niveau, der anvendes i andre europæiske lande, og meget lavere end det niveau, der anvendes af Europakommissionen. Med forslaget vil bødeniveauet i Danmark for overtrædelse af konkurrencereglerne blive tilnærmet bødeniveauet i de øvrige europæiske lande. Bøderne vil derimod ikke komme på højde med de bøder, der gives af Europakommissionen for overtrædelse af EU-konkurrencereglerne. Et højere bødeniveau skal virke præventivt og sikre, at sanktionerne står mål med den mulige fortjeneste ved overtrædelse af loven". Videre hedder det i forslaget, at der ved ændringen af konkurrenceloven i 2000 skete en ændring af principperne for bødeudmåling, men at bødeniveauet ikke tilnærmedes Europakommissionens principper for beregning af bøden, og at dette udgangspunkt fastholdes med forslaget.

Det er tillige nævnt, at der ved bødefastsættelsen primært skal tages udgangspunkt i 3 faktorer: overtrædelsens grovhed og varighed samt den juridiske persons omsætning, og således at der på baggrund af overtrædelsens grovhed kan fastsættes et grundbeløb, som skal være føleligt for virksomheden og samtidig forebygge overtrædelse af konkurrenceloven. Ifølge bemærkningerne forudsætter tilnærmelsen til EU's konkurrenceregler, at grundbeløbet for en mindre alvorlig overtrædelse af konkurrenceloven bør ligge i størrelsesordenen 10.000 kr. til 400.000 kr., for en alvorlig overtrædelse fra 400.000 kr. til 15. mill. kr. og for en meget alvorlig overtrædelse 15 mill. kr. og derover. I formildende retning kan indgå, at en virksomhed har udarbejdet et såkaldt compliance program.

Tiltaltes handling indebar, at Hirtshals Andelsmejeri - der allerede var i en særdeles trængt situation - blev udelukket fra at handle med Metro, hvilket som anført var egnet til at påvirke konkurrencen. Tiltaltes omsætning er af betydelig størrelse, hvilket også taler for en bøde af en følelig størrelse.

Det forhold, at tiltalte allerede havde indgået en aftale med Dansk Supermarked - en aftale, der må betragtes som lovlig - kan ikke i sig selv tillægges betydning, hvorimod det tillægges betydning, at konsekvensen heraf var en yderligere vanskeliggørelse af Hirtshals Andelsmejeris stilling.

I formildende retning kan det tale, at det som anført ikke kan lægges til grund, at aftalen var et udtryk for en overordnet strategi hos tiltalte, at handlingen var i strid med det compliance program, som tiltalte har udarbejdet,

og at andelsmejeriets omsætning med Metro ikke var - og heller ikke kan antages at ville være blevet - af stort omfang.

Retten finder efter det anførte, at sagen må betegnes som en alvorlig overtrædelse af konkurrenceloven. En afvejning af de anførte faktorer fører efter rettens opfattelse til, at bøden, som fastsættes efter konkurrencelovens § 23, stk. 1, nr. 4, jf. stk. 3, jf. § 11, stk. 1, passende kan ansættes til et beløb på 5 millioner kr.

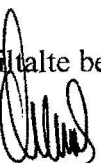
Der afsiges dom i overensstemmelse hermed.

Vedrørende sagsomkostninger bemærkes, at tiltalte har været repræsenteret af valgte forsvarere.

Thi kendes for ret:

Tiltalte **Arla Foods Amba** straffes med en bøde på **5 millioner kr.**

Tiltalte betaler sagens omkostninger.


Ole Kaels

/bp

s51420d.dtd

FOTOKOPI

Retten i Arhu.