

# B&O

Journal nr.3:1120-0289-19/Fødevarer og Finans/hbs

## Rådsmødet den 24. april 2002

### Resumé

1. Bang & Olufsen AudioVisual A/S<sup>1</sup> har anmeldt selskabets EF-distributionsaftale til styrelsen med henblik på en erklæring efter konkurrencelovens § 9, subsidiært en fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.
2. Derudover har Konkurrencestyrelsen modtaget to klager fra henholdsvis Merlin A/S og Fleggaard Holding A/S vedrørende B&O's fortolkning af EF-distributionsaftalen. Klagerne vedrører begge fortolkningen af bestemmelser i EF-distributionsaftalen, hvorfor der tages stilling til klagerne i nærværende sag.
3. EF-distributionsaftalen anvendes for alle B&O's forhandlere i EU, herunder 292 forhandlere i Danmark. B&O har henvist til, at formålet med EF-distributionsaftalen er at skabe forudsætningerne for en hensigtsmæssig distribution, som stemmer overens med B&O produkternes høje renommé, og som sikrer kunderne den nødvendige service og kvalitet.
4. Styrelsen er enig i, at B&O gennem sin markedsføring har foretaget en produktdifferentiering omkring bl.a. design, kvalitet og funktionalitet<sup>2</sup>, som berettiger til, at der stilles særlige krav til forhandlernettet.
5. Styrelsens undersøgelser viser, at B&O ikke længere – efter at konkurrenceloven er ændret pr. 1. oktober 2001 – har en dominerende stilling for audio/videoprodukter generelt. Hver produktgruppe skal imidlertid vurderes individuelt, og markedsstillingen er forskellig for hver produktgruppe.
6. Gruppefritagelsen for vertikale aftaler finder ikke anvendelse på EF-distributionsaftalen.<sup>3</sup> Det skyldes, at EF-distributionsaftalens pkt. 6.1. indeholder et forbud mod postordresalg, som udgør en overtrædelse af artikel 4c i gruppefritagelsen, og som medfører, at gruppefritagelsen falder bort for hele aftalen. Dertil kommer, at B&O's markedsandel for højtalere er på [xx] \%, hvilket er over gruppefritagelsens grænser og over grænsen for dominans.
7. Af denne grund skal B&O's EF-distributionsaftale vurderes individuelt i henhold til konkurrencelovens §§ 6 og 8.
8. Ved denne individuelle vurdering har Konkurrencestyrelsen fra begyndelsen fokuseret på tre bestemmelser i aftalen, der umiddelbart udgjorde et problem i.h.t. konkurrencelovens § 6. I forbindelse med høringen er B&O imidlertid fremkommet med præciseringer og forslag til to af disse bestemmelser, der har resulteret i, at Konkurrencestyrelsen – forudsat de nævnte præciseringer og forslag er gennemført - finder, at disse ikke længere kan anses for omfattet af konkurrencelovens § 6.

9. Derudover indeholder EF-distributionsaftalen et forbud mod postordresalg, der som udgangspunkt er egnet til at begrænse konkurrencen, men som i nærværende sag ikke kan anses for at have en mærkbar konkurrencebegrænsende effekt. Ved denne vurdering er der lagt vægt på, at fjernsalg via internettet er accepteret.

10. EF-distributionsaftalen falder altså ikke – efter de oplysninger styrelsen har kendskab til – ind under forbudet i konkurrencelovens § 6, hvorfor B&O kan meddeles en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

11. Det lægges til grund for afgørelsen, at kontrolbestemmelsen i aftalens pkt. 6.3 og afdelingsbestemmelsen i aftalens pkt. 4.1 ændres og praktiseres som oplyst af B&O straks. Endvidere lægges det til grund, at kravene til en specialiseret afdeling og dens omgivelser ikke går videre end kravene til en specialiseret forretning. Endelig lægges det til grund for afgørelsen, at mindsteindkøbsbestemmelsen i aftalens afsluttende bestemmelser pkt. 3 ikke stiller krav om, hvem mindsteindkøbet skal ske fra.

12. Fleggaard Holding A/S har ikke fået medhold i dets klage. B&O's krav er i overensstemmelse med distributionsaftalen, og det må endvidere lægges til grund, at B&O har håndhævet dette krav konsekvent.

13. Merlin A/S har ikke fået medhold i den del af dets klage, der vedrører 50% omsætningskravet. Dette krav er ikke konkurrencebegrænsende i og med, at der er åbnet mulighed for, at forretninger, der ikke opfylder 50% kravet, kan åbne en specialiseret afdeling. Dette forudsætter naturligvis, at forretningerne opfylder de kvalitative krav hertil.

14. Den anden del af Merlins klage, der vedrører muligheden for at åbne en specialiseret afdeling, tages der ikke stilling til, idet det lægges til grund, at B&O har ændret den adfærd, som Merlin klagede over.

## **Afgørelse**

15. Det meddeles Bang & Olufsen AudioVisual A/S,

16. at EF-distributionsaftalen ikke indeholder bestemmelser omfattet af konkurrencelovens § 6, hvorfor der meddeles en erklæring om ikke-indgreb efter konkurrencelovens § 9,

17. Det meddeles endvidere Bang & Olufsen AudioVisual A/S og Merlin A/S, at Merlin A/S ikke har fået medhold i den del af dets klage af 13. december 2000, der vedrører EF-distributionsaftalens pkt. 4.1 omkring oprettelsen af en specialiseret forretning, idet denne bestemmelse ikke er omfattet af konkurrencelovens § 6. Den del af Merlin A/S' klage, der vedrører muligheden for at åbne en specialiseret afdeling, tages der ikke stilling til, idet det lægges til grund, at Bang & Olufsen AudioVisual A/S har ændret den adfærd, som Merlin klagede over.

18. Endelig meddeles det Bang & Olufsen AudioVisual A/S og Fleggaard Holding A/S, at Fleggaard Holding A/S ikke har fået medhold i dets klage af 9. februar 2001 over B&O's fortolkning af EF-distributionsaftalens pkt. 1.2, idet denne ikke er omfattet af konkurrenceloven § 6.

## Sagsfremstilling

### Sagens baggrund

19. Bang & Olufsen AudioVisual A/S benytter ved distribution af deres produkter i Danmark og i resten af verden et selektivt distributionssystem, dvs. at salg af B&O produkterne udelukkende sker gennem autoriserede forhandlere. Disse forhandlere udvælges på baggrund af nærmere bestemte kriterier, der fremgår af B&O's EF-distributionsaftale.

20. EF-distributionsaftalen blev anmeldt til Konkurrencestyrelsen den 30. juni 1998. B&O har ansøgt om en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9 og en fritagelse efter § 8, stk. 1, såfremt en erklæring om ikke-indgreb ikke blev givet.<sup>4</sup>

21. Konkurrencerådet har tidligere truffet afgørelse i en sag vedrørende B&O's distributionssystem. Det skete ved afgørelse af 25. november 1998, hvor Konkurrencerådet pålagde B&O at optage visse af forhandleren Merlins butikker som autoriserede forhandlere. Denne afgørelse blev med visse modifikationer stadfæstet af Konkurrenceankenævnet den 3. august 1999 og herefter appelleret af B&O til landsretten, hvor sagen fortsat verserer.

22. Daværende sag, som blev behandlet efter konkurrencelovens § 11, vedrørte spørgsmålet, om B&O ved udvælgelsen af autoriserede forhandlere anvendte de i distributionsaftalerne fastsatte kriterier ensartet over for alle interesserede forhandlere. Det rådet skal tages stilling til i nærværende sag er, om de kriterier, som danner basis for optagelsen af autoriserede forhandlere, er i overensstemmelse med konkurrencelovens § 6.

23. Ud over anmeldelsen af EF-distributionsaftalen har B&O anmeldt dets Sæsonsamhandelsaftale. Denne aftale behandles i et særskilt notat. Derudover har Konkurrencestyrelsen modtaget to klager fra henholdsvis Merlin A/S og Fleggaard Holding A/S vedrørende B&O's fortolkning af EF-distributionsaftalen.

24. Klagerne vedrører begge fortolkningen af bestemmelser i EF-distributionsaftalen, hvorfor der tages stilling i klagerne i nærværende notat.

### B&O

25. B&O producerer audio/video-produkter, som sælges i hele verden. B&O's produkter er ifølge producenten kendetegnet af høj kvalitet og unikt design.<sup>5</sup>

26. B&O's detailpriser ligger for videoprodukternes vedkommende (DVD, VHS og fjernsyn) fra ca. 8.000 – 27.000 kr. Fjernsyn kombineret med enten video eller audiosystem ligger væsentligt højere mellem ca. 30.000 og 50.000 kr.

27. B&O's audiosystemer koster mellem ca. 10- og 23.000 kr., mens højttalerne sælges til priser fra omkring 2.000 kr. og op til omkring 22.000 kr.<sup>6</sup>

28. B&O koncernen havde en samlet omsætning i regnskabsåret 1. juni 2000 – 31. maj 2001 på 3,8 mia. kr. B&O's omsætning i Danmark udgjorde [xx] mio. kr.

29. Distribution af produkterne sker efter det oplyste hovedsageligt gennem datterselskaber i de forskellige lande.

30. B&O har for nærværende 292 forhandlere i Danmark.

### Markedsbeskrivelse

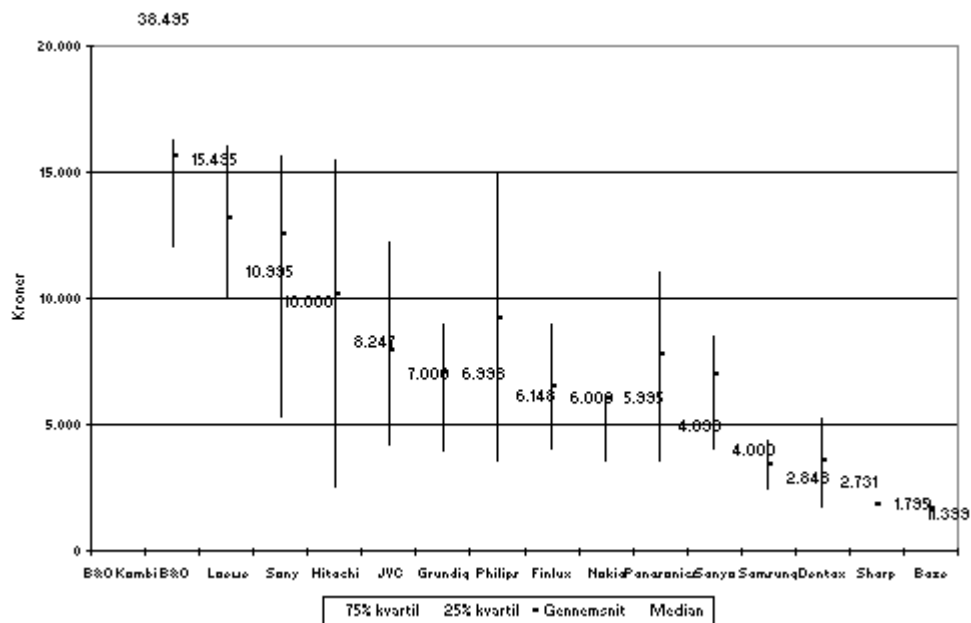
31. Det marked, der indgår i sagen, er det danske marked for forbruger-audio/video-produkter. Markedet er præget af et bredt udvalg af forskellige mærker med en bred prisspredning.

32. De enkelte producenter adskiller sig fra hinanden ved at fokusere deres modeludbud mod forskellige prissegmenter af markedet.<sup>7</sup>

33. B&O og Loewe fokuserer snævert på højprissegmentet.

34. I den anden ende af prisskalaen findes mærker som Baze, Dantax, Sharp, Arena og til dels Finlux og Samsung, der fokuserer snævert på et lavprissegment. Hovedparten af disse produkter ligger prismæssigt under 5.000 kr.<sup>8</sup> Sony, Hitachi og Philips fokuserer derimod meget bredt dog overvejende mod højpris og mellem pris segmentet.<sup>9</sup>

### Prisfordeling på mærker (fjernsyn), 2000



Note: Bemærk, at fokusområdet for Bang & Olufsens kombinerede fjernsyn (B&O Kombi) ligger ude af figurens lodrette skala. Medianprisen for de kombinerede fjernsyn udgør således 38.495 kroner.

Kilde: <http://www.consumerdesk.dk/>, Bang & Olufsens detailprisliste 2000 og egne beregninger

35. Audio/video-produkterne distribueres via specialforhandlere og gennem varehuse. Specialforhandlerne eksisterer oftest som landsdækkende kæder, og salget foregår via fokusering på og reklamering af mærkevarer. I forhold til varehuse adskiller specialforretningerne (inklusive kæderne) sig ved at fokusere mere på før- og eftersalgsservice, ligesom de oftest har et bredere produktudvalg.

36. De danske forhandlere køber primært deres varer hos danske grossister eller producenter, der har etableret en afdeling i Danmark.

### **EF-distributionsaftalen**

37. Formålet med EF-distributionsaftalen er ifølge B&O at skabe forudsætningerne for en distribution, som stemmer overens med B&O produkternes høje renommé, og som sikrer service og kvalitet. Aftalen er identisk med den standard EU-forhandleraftale, som B&O-koncernen anvender inden for EU. EF-distributionsaftalen vedlægges som bilag 1.

38. Af aftalen fremgår de krav, som B&O stiller, for at en forhandler kan optages i forhandlernettet.

39. Der findes bl.a. bestemmelser om personalets uddannelse og krav til videresalg. Således fremgår det, at salg af B&O's produkter via postordre ikke er tilladt (B&O har præciseret over for Konkurrencestyrelsen, at salg via internettet er tilladt). Endvidere skal en B&O forhandler forinden ethvert videresalg til en anden forhandler først rette skriftlig henvendelse til B&O for at sikre sig, at pågældende er autoriseret B&O forhandler.

40. Der stilles også visse krav til forretningslokalet. Således kræves det, at forhandleren skal drive en specialiseret forretning, hvilket vil sige, at mere end 50 pct. af omsætningen skal hidrøre fra nærmere afgrænsede typer af audio/video forbrugerprodukter. For stormagasiner kræves det, at der skal drives en specialiseret afdeling.

41. Autorisationen gælder udelukkende for B&O forhandlerens forretningslokaler.

42. Når en forhandler er optaget i det selektive salgssystem, kan forhandleren kun sælge B&O produkter til forbrugere og andre autoriserede B&O forhandlere inden for aftaleområdet (EU samt Island, Norge og Schweiz). Eksport eller import til og fra lande uden for EU samt Island, Norge og Schweiz kræver B&O's skriftlige tilladelse.<sup>10</sup>

### **Merlin A/S' klage over EF-distributionsaftalen**

43. Merlin A/S klagede den 13. december 2000 over pkt. 4.1 i B&O's EF-distributionsaftale. Pkt. 4.1. fastsætter, at en forhandlers omsætning af audio- video produkter skal udgøre 50 % af den samlede omsætning, før forhandleren kan siges at drive en specialiseret forretning. Merlin klager over både størrelsen af dette krav og over afgrænsningen af de produkter, der indgår i 50 % omsætningskravet.

44. Derudover klager Merlin over B&O's fortolkning af, hvem der kan oprette en specialiseret afdeling. B&O har således oplyst Merlin, at reglen om drift af en specificeret afdeling kun gælder for foreksempel stormagasiner.

Fleggaard Holding A/S klage over B&O's opsigelse af forhandleraftale

45. Ved brev af 9. februar 2001 klagede Fleggaard Holding A/S over, at B&O havde opsagt dets forhandleraftale med Fleggaard Holding A/S. Klagen vedrører nærmere bestemt EF-distributionsaftalens pkt. 1.2 sidste pkt. hvoraf fremgår, at autorisationen til at føre B&O produkter udelukkende omfatter distribution fra forhandlerens forretningslokaler. Fleggaard lægger vægt på, at kunderne ikke kan tilbydes selv at afhente varerne fra Fleggaards lager i Tyskland.

## Vurdering

### Konkurrencelovens § 2

46. Konkurrenceloven finder anvendelse i denne sag, idet der er tale om udøvelse af erhvervsvirksomhed omfattet af konkurrencelovens § 2.

### Det relevante marked

#### Det relevante produktmarked

##### *B&O's synspunkter*

47. B&O er af den opfattelse, at det relevante produktmarked er markedet for audio/video-produkter som helhed.

48. B&O er således af den opfattelse, at en vurdering af efterspørgselssubstitution viser, at B&O's produkter er i konkurrence med en lang række tilsvarende produkter, som ikke ud fra pris, egenskaber og anvendelsesformål adskiller sig fra B&O's produkter.

49. Ud fra en vurdering af udbudssubstitutionen mener B&O, at deres produkter ikke adskiller sig fra konkurrerende produkter for så vidt angår funktionalitet, anvendelsesformål og kvalitet. B&O henviser særligt til, at de indkøber deres mekaniske og elektroniske komponenter på det globale komponentmarked i konkurrence med de øvrige konkurrenter.

50. B&O har yderligere præciseret, at de forskellige produktgrupper såsom fjernsyn, DVD, VHS, audiosystemer, mv. ikke udgør selvstændige produktmarkeder, men at hver af disse produktgrupper udgør en del af et samlet marked.

51. B&O støtter dette argument på, at distributionen af produkterne sker på samme måde, at køberne betragter deres samlede audio/videoudstyr under et, og at produkterne hører naturligt og nødvendigt sammen og nogle gange er kombineret i et og samme produkt.

##### *Konkurrencestyrelsens vurdering*

52. I B&O's distributionssystem indgår audiosystemer, højtalere, DVD- og VHS-produkter samt fjernsyn.

53. Disse produkter tilhører hvert deres produktmarked, idet de hver især har forskellige anvendelsesformål, og derfor fra forbrugernes synsvinkel ikke kan anses for at være substituerbare. Således kan for eksempel et fjernsyn set fra en forbrugers synsvinkel ikke substitueres med et

audiosystem, idet disse produkter har forskellige anvendelsesformål, ligesom en DVD-afspiller ikke kan substitueres med for eksempel højttalere.<sup>11</sup>

54. I denne forbindelse har det ikke nogen betydning for forbrugerens opfattelse af produkterne, hvorledes produkterne distribueres.

55. For så vidt angår kombinationsprodukter er det rigtigt, at der er en vis overlapning. Det gælder også mellem enkelt produktgrupper, f.eks. DVD- og VHS-produkter. Dette laver dog ikke om på, at markederne i det store og hele må betragtes som adskilte markeder.<sup>12</sup>

56. Set på denne baggrund må de forskellige audio/video-produkter anses for at tilhøre hver deres produktmarked. En nærmere vurdering af de enkelte produktgrupper samt en vurdering af B&O's stilling på disse markeder foretages produktgruppe for produktgruppe.

#### *VHS og DVD-produkter*

57. På markederne for VHS og DVD-produkter har B&O markedsandele på [omkring 15 %]. Blandt andet på grund af B&O's relativt lille markedsandel på disse markeder, er der ikke nogen grund til at undersøge, om markedet evt. skal afgrænses snævrere.

#### *Fjernsyn*

58. Det er B&O's opfattelse, at markedet for fjernsyn udgør et samlet marked, der ikke skal opdeles i særskilte delmarkeder. På dette marked har B&O en markedsandel på [under 30 %].

59. B&O støtter denne opfattelse på, at der eksisterer sammenhængende priskæder i markedet, der medfører, at fjernsyn i forskellige priskategorier er substituerbare med hinanden.<sup>13</sup>

60. Styrelsens undersøgelse af markedet viser, at der er stor prisspredning på markedet. Fjernsyn kan fås fra under 2000 kr. til væsentligt mere end 50.000 kr.

61. Undersøgelserne viser endvidere, at der er et stort interval, hvor priserne er jævnt fordelt. Dette kunne indikere, at der består sammenhængende priskæder. Sammenhængende priskæder betyder, at der er en kontinuert række af udbudte og købte produkter langs hele prisskalaen, hvilket medfører, at prisændringer på et marked kan medføre konsekvenser for de nærliggende markeder. Med andre ord går denne økonomiske teori ud på, at produkter, der som udgangspunkt synes at være på to forskellige markeder, f.eks. marked A (fjernsyn med lave priser) og marked C (fjernsyn med høje priser) alligevel kan siges at være på samme marked, idet de begge er substituerbare med produkterne på marked B (fjernsyn med middel priser). Selvom der i teorien kan være sådanne priskæder, vil de dog i praksis ofte være meget vanskelige at eftervise, idet usikkerheden på den skønnede sammenhæng i hvert led adderer op og gør usikkerheden på sammenhængen mellem fjerne led meget stor.

62. Konkurrencestyrelsens undersøgelser viser, at der er tegn på substitution mellem forskellige enkelte delmarkeder, hvilket tyder på et sammenhængende marked for fjernsyn.

63. På den anden side er der også indikatorer, der peger i modsat retning.

64. For det første viser Konkurrencestyrelsens undersøgelser, at B&O fører en mere selvstændig prispolitik end de øvrige producenter på markedet. Således synes prissætningen for B&O fjernsyn at ske uden påviselig hensyn til prissætningen på andre fjernsyn.<sup>14</sup>

65. For det andet udgør fjernsynsmarkedet et heterogent marked. Fjernsyn adskiller sig fra hinanden både f.s.v.a. kvalitet, anvendelse og egenskaber. Dette medfører, at producenterne set fra en udbudssubstitutionssynsvinkel ikke uden videre kan konkurrere med hinanden på forskellige delmarkeder. En producent af 50 hertz standard fjernsyn kan ikke uden videre konkurrere med en producent, der fremstiller 100 hertz fjernsyn med billedforbedrende elektroniske kredsløb og ekstra god lyd. Det samme gælder for eksempel for en producent af almindelig fjernsyn, der ikke umiddelbart kan konkurrere med en producent, der producerer fjernsyn med plasmaskærme.

66. Merlin anfører i denne forbindelse, at markedet for fjernsyn må opdeles i delmarkeder som en følge af pris, egenskaber, kvalitet og forbrugerpræferencer, jf. bilag 6.

67. Det er i dag meget vanskeligt at fastlægge, hvor en evt. grænse mellem delmarkeder kan trækkes. Det spiller således en rolle, at den teknologiske udvikling medfører, at grænserne for, hvad der udgør standard egenskaber og god kvalitet hele tiden forrykkes.

68. Dette tilsiger at markedet betragtes som fjernsynsmarkedet som helhed. En anden vurdering vil i øvrigt ikke være afgørende for vurderingen af B&O's anmeldelse eller af klagerne.

#### *Audioanlæg*

69. De samme betragtninger gør sig gældende f.s.v.a. audiosystemer. Dette marked er præget af stor prisspredning, ligesom produkterne adskiller sig fra hinanden f.s.v.a. egenskaber og kvalitet. Selvom meget tyder på, at der består delmarkeder, hvor udbudssubstitution er udelukket, medfører den relativt hurtige teknologiske udvikling, at grænserne for eventuelle delmarkeder bliver usikre.

70. Endelig substituerer audioenheder i et vist omfang audiosystemer, når audioenhederne købes som en samlet gruppe, der tilsammen udgør et anlæg.

#### *Højtalere*

71. B&O anfører i sit høringssvar, at højtalere hører til samme marked som audioenheder og audiosystemer. B&O anfører således, at hverken audiosystemer eller audioenheder kan fungere uden højtalere. Endvidere anføres det, at B&O's højtalere i stort omfang ikke alene fungerer som højtalere men også som forstærkere – såkaldt aktive højtalere.

72. Audioenheder såsom tunere, radioer, forstærkere, cd-afspillere og receivere og højtalere må både ud fra deres anvendelse og egenskaber betragtes som særskilte markeder, idet de fra en forbrugers synsvinkel ikke kan betragtes som substituerbare. Højtalervalget udgør en selvstændig beslutning uafhængigt af de audioenheder, der ellers er valgt.

73. Højtalere kan fås fra priser under 1000 kr. op til langt over 20.000 kr. Det er Konkurrencestyrelsens opfattelse, at dette marked sandsynligvis kan opdeles snævrere i et marked for kvalitetshøjtalere og standardhøjtalere.<sup>15</sup> Om en sådan opdeling er mulig, og hvorledes grænsen skal trækkes, er det ikke nødvendigt at tage stilling til i nærværende sag, idet B&O har en markedsandel på [xx\%], dvs. mere end 30 \% på markedet som helhed.



### *Konklusion*

74. Det er Konkurrencestyrelsens opfattelse, at det relevante produktmarked udgør markederne for henholdsvis VHS- produkter, DVD-produkter, fjernsyn, audiosystemer og højtalere.

Det relevante geografiske marked

75. B&O anfører, at det relevante marked udgør verdensmarkedet, subsidiært det europæiske marked.

76. Dette begrundes B&O med, at der ikke er legale eller tekniske hindringer for samhandel mellem landene. Produkterne er endvidere de samme inden for de forskellige geografiske områder, både f.s.v.a. egenskaber, anvendelsesformål og pris. En vurdering af handelsstrømme giver endvidere ikke, ifølge B&O, belæg for at afgrænse det relevante marked til Danmark, idet der er en meget betydelig import af audio/video produkter til Danmark.

77. Derudover nævner B&O, at produktudvikling, designmarkedsføring og distribution m.m. for B&O's vedkommende foregår på globalt plan, ligesom B&O anvender samme forhandlerkontrakt inden for hele Europa. Endelig nævnes det, at 70 \% af B&O's omsætning stammer fra eksport til resten af verden. Særligt for salget af højtalere anføres det, at B&O har et ikke uvæsentligt salg af højtalere også på andre markeder end det danske.

78. Ved vurderingen af et selektivt distributionssystem, er det B&O's stilling i forhold til forhandlerledet, og de restriktioner som det selektive distributionssystem medfører i dette led, som skal vurderes. Jo stærkere en stilling B&O har på det relevante marked, jo større er risikoen for, at det selektive distributionssystem kan have negative indvirkninger på markedet.

79. På trods af, at der ikke er tekniske hindringer for samhandelen mellem forskellige lande, er det Konkurrencestyrelsens opfattelse, at der både er efterspørgsels- og udbudsbetingede forhold, der medfører, at B&O's markedsposition for at give et retvisende billede må vurderes på det danske marked.

80. Forbrugerne i Danmark har en særlig præference for B&O's produkter sammenlignet med forbrugerne i andre lande.<sup>16</sup> Dette afspejles i B&O's markedsandelstal, der viser, at B&O har en væsentligt højere markedsandel i Danmark end i andre lande både i Europa og i resten af verden.<sup>17</sup>

81. Det vil på denne baggrund ikke være retvisende at vurdere virkningerne af B&O's selektive distributionssystem i Danmark ud fra en markedsstyrke, der svarer til en markedsandel på nogle få pct.

82. B&O har i sit høringssvar anført, at der ikke kan henses til nationale præferencer, idet sådanne eventuelle præferencer er udtryk for B&O's design.

83. Konkurrencestyrelsen finder dette argument tvivlsomt, idet B&O har det samme design i alle lande, og alligevel har en højere markedsandel i Danmark.<sup>18</sup>

84. Derudover må det geografiske marked set fra de enkelte forbrugeres synsvinkel udgøre Danmark eller endda ofte kun et lokalområde i Danmark, fordi den installationsservice, der er knyttet til salget af produktet, kun ydes, hvis produktet sælges i forhandlerens sædvanlig område.

Det relevante geografiske marked er dog ikke lokalt, men hele Danmark, idet de lokale markeder er overlappende, og listepriiserne på stort set alle B&O's produkter er ens i hele Danmark. Til gengæld er der visse prisforskelle mellem landene, ligesom forbrugernes grænseoverskridende handel er ubetydelig.

85. Også udbudsmønsteret, dvs. producenternes og de detailhandlendes handelsmønstre, medvirker til, at det relevante geografiske marked er Danmark. Selvom der findes mange store varemærkeprodukter, der sælges i hele verden (Sony, Philips, Panasonic mv. ) distribuerer producenterne af disse produkter hovedsageligt deres varer gennem nationalt oprettede afdelinger eller via grossister etableret i de forskellige lande.

86. Dette resulterer i, at detailhandlende i Danmark, herunder forhandlerne i B&O's selektive distributionssystem, køber langt størstedelen af deres produkter i Danmark. Selvom der er adgang til de samme produkter i andre lande, medfører systemets opbygning, at der primært handles nationalt.<sup>19</sup> Endvidere medfører de forholdsvis høje transportomkostninger<sup>20</sup> samt det faktum, at produkterne stiller store krav til lagerplads<sup>21</sup>, at forhandlerne ikke har det samme incitament som ved andre produkter, til selv at importere produkterne fra forhandlere eller salgsafdelinger i andre lande.<sup>22</sup> Endelig skal det nævnes, at det fremgår af B&O's Sæsonsamhandelsaftale bilag 2, at B&O's markedsføring er national.<sup>23</sup>

87. Af ovenstående grunde er det Konkurrencestyrelsens opfattelse, i overensstemmelse med Konkurrenceankenævnets afgørelse af henholdsvis den 14. august 1991 og den 3. august 1999, at det relevante geografiske marked er Danmark.

#### *Konklusion*

88. Det er Konkurrencestyrelsens opfattelse, at det relevante produktmarked udgør markedet for henholdsvis VHS- produkter, DVD-produkter, fjernsyn, audiosystemer og højttalere i Danmark.

B&O's stilling på de relevante markeder.

89. Ved vurderingen af markedet er det af afgørende betydning, om B&O's andel af markedet er over eller under 30 \%, idet gruppefritagelsen for vertikale aftaler som udgangspunkt finder anvendelse, såfremt B&O har en markedsandel under 30 \%.<sup>24</sup>

90. På markederne for VHS og DVD-produkter har B&O en markedsandel på under 30 \%.

92. På markedet for fjernsyn har B&O en markedsandel der ligger under 30 \%.

93. På markedet for audiosystemer har styrelsen skønnet, at B&O – når der tages hensyn til, at der er en vis substitution fra audioenheder - har en markedsandel på under 30 \%.

94. På markedet for højttalere har B&O en markedsandel på det samlede marked på ca. [xx ],\% og er dermed også over grænserne for dominans.<sup>25</sup>

95. B&O er uenig i denne beregning for højttalere, idet de mener, at Konkurrencestyrelsen ikke har taget højde for de problemer, som brancheforeningen møder i sine statistikker, og som der korrigeres for.

96. Konkurrencestyrelsen har indhentet oplysninger om omsætningstal for højtalersalget direkte fra leverandørerne. Blandt disse leverandører indgår også de leverandører, for eksempel B&W, Jamo og BOSE, som ifølge B&O ikke indberetter til brancheforeningen.

97. Styrelsen fastholder derfor, at B&O har omkring [xx ]\% af markedet for højtalere. Selvom der måtte bestå visse mindre usikkerhedsmomenter, er der ikke grund til at undersøge dette nærmere, da B&O ikke vil have en markedsandel under 30 \%.

#### *Konklusion*

98. Samlet set har B&O en markedsandel på under 30 \% på markederne for henholdsvis VHS-produkter, DVD-produkter, fjernsyn og audiosystemer, hvorfor gruppefritagelsen som udgangspunkt finder anvendelse på disse produktgrupper.

99. På markederne for højtalere har B&O en markedsandel på mere end 30 \%, hvorfor gruppefritagelsen ikke finder anvendelse på disse produktgrupper.

#### **Konkurrencelovens § 7**

100. Konkurrencelovens bagatelgrænse finder ikke anvendelse, allerede fordi B&O-koncernen i regnskabsåret 2000/2001 havde en omsætning på mere end 3,8 mia. kr. Aftalen skal derfor vurderes efter konkurrencelovens §§ 4, 10 og 6.

#### **Konkurrencelovens §§ 4 og 10 – Gruppefritagelsen for vertikale aftaler**

Gruppefritagelsens anvendelse på B&O's EF-distributionsaftale.

101. Kommissionens gruppefritagelse for kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis trådte i kraft den 1. januar 2000 og har kunnet anvendes siden 1. juni 2000. Gruppefritagelsen finder anvendelse på selektive distributionssystemer, jf. artikel 1(d). Gruppefritagelsen gælder med visse ændringer også under den danske konkurrencelov.<sup>26</sup>

102. Selvom gruppefritagelsen som udgangspunkt finder anvendelse på de produktgrupper, hvor B&O har en markedsandel under 30 \%, finder gruppefritagelsen ikke anvendelse på B&O's EF-distributionsaftale.

103. Dette skyldes dels, at B&O's distributionsaftale omfatter højtalere, hvor B&O har en markedsandel på over 30 \% og dels, at EF-distributionsaftalen i pkt. 6.1. indeholder et forbud mod postordresalg.

104. Eftersom selektive distributionssystemer er karakteriseret ved at udgøre lukkede kredsløb, er det essentielt, at det sikres, at der er frit gennemløb i systemet. Derfor følger det af gruppefritagelsens artikel 4 c), at gruppefritagelsen falder bort for hele aftalen, såfremt aftalen indeholder et forbud mod postordresalg.<sup>27</sup>

105. B&O henviser til, at forbudet mod postordresalg er objektivt begrundet, når der tages hensyn til produkternes karakter og det image, der er opbygget omkring disse.

106. Det fremgår rigtig nok af Kommissionens retningslinier til gruppefritagelsen, at gruppefritagelsen kan finde anvendelse på en aftale, der indeholder et forbud mod postordresalg, hvis forbudet mod postordresalg er objektivt begrundet.

107. Dette krav om en objektiv begrundelse skal fortolkes meget restriktivt. En gruppefritagelse medvirker til, at en virksomhed på en relativt hurtig og effektiv facon kan vurdere, om dets aktiviteter er i overensstemmelse med konkurrencelovgivningen. Af samme grund er udgangspunktet, at potentielle alvorlige restriktioner på samhandelen, såsom et forbud mod postordresalg, skal vurderes individuelt, for at forbudets indvirkning på konkurrencen kan klarlægges. Der skal således helt særlige omstændigheder til for, at et sådant forbud automatisk kan fritages via en gruppefritagelse. Særlige omstændigheder kunne for eksempel være sikkerheds- eller helbredsmæssige grunde.

108. Et hensyn til produkternes kvalitet og image, som ofte vil være kendetegnende for produkter, der indgår i et selektivt distributionssystem, kan i denne sammenhæng ikke betegnes som en objektiv begrundelse for forbudet. Disse hensyn kan således ikke bringe aftalen ind under gruppefritagelsen.

109. Gruppefritagelsen fortabes derfor for hele aftalen, som i det følgende må vurderes i.h.t. konkurrencelovens § 6 og evt. 8.

### **Konkurrencelovens § 6**

110. Et selektivt distributionssystem begrænser som udgangspunkt intra brand konkurrencen. Således er det udelukkende autoriserede forhandlere, der kan sælge produkterne, ligesom systemet er lukket i den forstand, at autoriserede forhandlere kun må sælge til andre autoriserede forhandlere. Da antallet af forhandlere derved formindskes, medfører dette en begrænset (intra brand) konkurrence.

111. Af denne grund stilles der visse krav til et selektivt distributionssystem, hvis dette ikke skal være omfattet af konkurrencelovens § 6.

112. For det første skal produkternes egenskaber nødvendiggøre anvendelsen af et sådant system.

113. B&O har gjort gældende, at dets produkter nødvendiggør anvendelsen af et selektivt distributionssystem. B&O anfører således, at formålet med aftalen er at skabe en distribution, der stemmer overens med B&O produkternes høje renommé, og som sikrer kunderne den nødvendige service og kvalitet.

114. Konkurrencestyrelsen er i forlængelse af tidligere praksis fra Konkurrencerådet og Konkurrenceankenævnet enig i, at B&O's produkter kan begrunde anvendelsen af et selektivt distributionssystem, og at de opfylder de krav, der gælder for individuel vurdering af selektiv distribution i forhold til konkurrencelovens § 6.<sup>28</sup> Således kræver B&O produkterne en særlig præsentation, der sikrer, at produkterne bevarer den prestige og luksus mange knytter til dem.<sup>29</sup>

115. For det andet skal forhandlerne udvælges på grundlag af objektive, kvalitative kriterier, der fastsættes ensartet for alle aktuelle og potentielle forhandlere. Kvantitative kriterier, dvs. krav der i sig selv begrænser adgangen til markedet, er forbudt. Det kan f.eks. være krav til

mindsteomsætning, eller mindste årlige indkøb, idet sådanne krav som udgangspunkt kan udelukke potentielle forhandlere, der for så vidt angår service og præsentation lever op til kravene for at sælge produkterne.<sup>30</sup>

116. For det tredje må de fastlagte kriterier ikke strække sig ud over det, der er nødvendigt. Der gælder således et proportionalitetskrav.

117. Endelig skal systemet tilsigte at forbedre distributionen. På grund af systemets lukkede karakter er det særligt vigtigt, at der er fuldstændigt gennemløb i systemet. Netværket af autoriserede forhandlere skal således frit kunne levere til hinanden, ligesom forbrugere skal have fri adgang til at købe hos alle forhandlere.

118. I det følgende gennemgås de bestemmelser i den anmeldte aftale, der kan skabe problemer for så vidt angår ovennævnte krav.

### **Autorisationens geografiske omfang**

119. Af aftalens pkt. 1.2 sidste pkt. fremgår det, at autorisationen til at føre B&O's produkter udelukkende omfatter distribution fra forhandlerens forretningslokaler.

120. B&O fortolker denne bestemmelse således, at også udleveringen af produkterne skal ske fra det autoriserede forretningssted. Forhandleren må således ikke henvise kunden til selv at afhente produktet på et andetstedsliggende lager, heller ikke når kunden selv ønsker det.

121. Fleggaard anfører, at denne fortolkning udgør en hard core konkurrencebegrænsning, idet den medfører et forbud mod grænseoverskridende salg. Således bliver Fleggaard forhindret i at henvise kunder til at afhente B&O's produkter på Fleggaards lager i Tyskland (og dermed købe produkterne til tysk moms.)

122. I sit høringssvar har Fleggaard endvidere anført, at gruppefritagelsen, samt de undtagelser der tillades i forbindelse med selektiv distribution, skal fortolkes indskrænkende. Yderligere lægger Fleggaard vægt på, at det ikke kan anses for nødvendigt for opretholdelsen af det selektive distributionssystem, at solgte produkter også skal udleveres fra det autoriserede forretningssted. Dette forstærkes ifølge Fleggaard af, at kunden tilbydes flere forskellige udleveringsmuligheder. Afhentning på et andetstedsliggende lager udgør således kun en supplerende ydelse, og ikke en forringet ydelse.

123. Endelig anfører Fleggaard, at B&O ikke håndhæver betingelsen konsekvent over for alle forhandlere.

124. Ved selektiv distribution er det ifølge retspraksis anerkendt, at producenten kan indskrænke forhandlerens mulighed for at bestemme beliggenheden af hans forretning. Godkendte forhandlere kan endvidere afskæres fra at drive deres virksomhed fra forskellige lokaler.<sup>31</sup>

125. For B&O's vedkommende må udleveringen af produkterne anses for at falde ind under begrebet "at drive virksomhed". Dette forstærkes af, at B&O i distributionsaftalen gør meget ud af denne del af distributionen i og med, at kunden skal tilbydes installation i hjemmet, ligesom det

anføres i aftalen, at det ikke er tilladt forhandleren at tilbyde B&O's produkter med selvbetjeningspriser.<sup>32</sup>

126. Det er Konkurrencestyrelsens opfattelse, at kravet om at udleveringen af produkterne ikke må ske fra et andetstedsliggende lager udgør et kvalitativt krav, der er nødvendigt for at beskytte B&O's varemærke og det hermed forbundne image. Således vil en accepteret praksis, hvorefter kunden henvises til selv at afhente varen fra en lagerhal/lagerbygning, hvor der ikke kan stilles krav til hverken lagerbygningens stand, personalet eller betjeningen være med til forringe B&O produkternes image til skade for forbrugerne.

127. Endvidere medfører dette krav ikke i sig selv en hindring af grænseoverskridende salg. Derimod er det forskellene på den danske og tyske afgiftspolitik, der medfører, at det netop kan være en fordel for danske kunder at foretage grænseoverskridende salg ved at købe deres produkter hos tyske forhandlere.

128. Bestemmelsen i aftalens pkt. 1.2 er således i overensstemmelse med konkurrencelovens § 6, forudsat at B&O håndhæver den konsekvent over for alle forhandlere.

129. Til dette sidste punkt anfører B&O, at samtlige forhandlere besøges i gennemsnit 4-10 gange om året af B&O's egne Regional Development Manager-folk, der kontrollerer, om forhandlerbetingelserne er opfyldt. B&O anfører, at de aldrig har været ude for andre forhandlere, der har solgt eller udleveret produkterne fra en anden adresse end den autoriserede.

130. Fleggaard har fremsendt en rapport bestilt af Fleggaard fra HCPCConsult, i hvilken en række testbesøg til forskellige audio- video butikker bliver beskrevet. Selvom en række af butikkerne sælger B&O's produkter til tysk moms, er der ikke nogen af butikkerne, der tilbyder, at varerne kan afhentes af kunden på et andetstedsliggende lager. Derimod bliver varerne udleveret i butikken.<sup>33</sup>

131. Disse rapporter støtter således ikke Fleggaards påstand om, at B&O ikke administrerer kravet konsekvent.

132. Fleggaard anfører endvidere i dets høringssvar, at B&O ikke administrerer kravet konsekvent, idet B&O's produkter også til tider sendes til kunder i udlandet, således at udlevering sker på det lokale posthus eller i kundens hjem uden tilbud om montering. Derudover anfører Fleggaard, at B&O udleverer dets produkter til turister f.eks. i umiddelbar nærhed af krydstogtskibe eller i Københavns Lufthavn.

133. Kravet om, at forhandlere ikke må udlevere B&O's produkter fra et andetstedsliggende lager kan være vanskeligt at håndhæve i praksis. Det må imidlertid være en forudsætning, at kravet administreres konsekvent. Ud fra de oplysninger Konkurrencestyrelsen er i besiddelse af, er det styrelsens opfattelse, at B&O opfylder dette krav.

134. Det er endvidere Konkurrencestyrelsens opfattelse, at de situationer, hvor forhandleren sørger for levering, enten i Københavns Lufthavn, ved et krydstogtskib eller ved forsendelse til et andet land, ikke kan sammenlignes med situationerne, hvor kunden henvises til selv at afhente varerne på et andetstedsliggende lager. Det faktum, at det forekommer, at B&O udleverer varer til turister på de ovenfor nævnte måder, medfører derfor ikke, at B&O ikke kan anses for at overholde bestemmelsen i aftalens pkt. 1.2 konsekvent.

135. Fleggaard Holding A/S får således ikke medhold i dets klage.

### **Krav til forretningslokalet**

136. Af EF-distributionsaftalens pkt. 4.1 fremgår det, at der er to måder, hvorpå en forhandler kan opfylde kravene til at blive optaget i distributionssystemet.

#### *Specialiseret forretning*

137. Den ene mulighed for at blive optaget som autoriseret forhandler retter sig mod forhandlere, der driver *en specialiseret forretning*. Mere end 50 % af forhandlerens omsætning skal hidrøre fra audio/video forbrugerprodukter tilsammen med tilbehør og reservedele før forhandleren falder ind under denne kategori. B&O har oplyst, at 50 % kravet skal være opfyldt på forhånd, at det måles på årsbasis, og at det er et realitetskrav for at blive optaget og være forhandler.

#### *Specialiseret afdeling*

138. Hvis forhandleren ikke opfylder kravene til at drive en specialiseret forretning, kan forhandleren optages som autoriseret forhandler, hvis han driver en *specialiseret afdeling*. Afdelingen skal være specielt indrettet til salg af disse produkter, og den skal være sammenlignelig med en specialiseret forretning for audio/video forbrugerprodukter.

139. I forhandleraftalen stilles det som krav, at den pågældende specialiserede afdeling skal være visuelt og fysisk adskilt fra andre afdelinger. Endvidere må de tilstødende afdelingers produktsortiment og fremtræden ikke være af en sådan karakter, at de nedsætter den specialiserede afdelings repræsentative karakter. Der gælder ikke noget omsætningskrav for at drive en specialiseret afdeling.

140. Det fremgår ikke specifikt af bestemmelsen, hvem der kan drive en specialiseret afdeling. B&O har tidligere oplyst, at muligheden for at oprette en specialiseret afdeling kun er møntet på stormagasiner, og at der ikke i dag findes forhandlere i Danmark, der har oprettet en specialiseret forretning efter denne bestemmelse.

141. Merlin A/S har klaget over B&O's fortolkning af denne bestemmelse. Merlin gør gældende, at fortolkningen savner støtte i bestemmelsens ordlyd, og at den er diskriminerende og i strid med konkurrenceretlig praksis med hensyn til selektive distributionssystemer.

142. I forbindelse med høringssvaret har B&O oplyst, at muligheden for at drive en specialiseret afdeling ikke længere er indskrænket til stormagasiner. Muligheden for at drive en specialiseret afdeling står ifølge B&O i dag åben over for enhver, som opfylder de kvalitative krav, som B&O opstiller i EF-distributionsaftalen.

#### *Vurdering, specialiseret forretning*

143. EF-distributionsaftalen bestemmer, at mindst 50 pct. af forhandlerens omsætning skal hidrøre fra audio/video forbrugerprodukter, førend forhandleren opfylder kravet om at drive en specialiseret forretning.

144. Merlin A/S, der har klaget over dette punkt i EF-distributionsaftalen, fremfører, at omsætningskravets størrelse er uproportionalt, og at det gør det vanskeligt for en række relevante

forretninger at opfylde kravet. Derudover gør Merlin gældende, at det er usagligt, at produkter som musik cd, video, uindspillede medier samt telefoner (stationære, trådløse og mobiltelefoner) ikke medregnes i omsætningskravet, idet disse produkter udgør en sædvanlig og naturlig del af vareudbuddet hos så godt som alle radio/TV-forhandlere.

145. B&O anfører, at audio- video produkter samt tilbehør og reservedele udgør ryggraden i en specialiseret AV-forretning, og at det må forventes at den øvrige del af omsætningen hidrører fra f.eks. bånd, cd'er videoer mv.

146. Det er Konkurrencestyrelsens opfattelse, at 50 \% omsætningskravet samt B&O's definition af, hvad der indgår i dette krav, er i overensstemmelse med konkurrencelovens § 6. Det er dog en forudsætning, at de forretninger, der ikke opfylder kravet, har mulighed for at åbne en specialiseret afdeling. Dette forudsætter naturligvis, at de opfylder de kvalitative betingelser herfor, og at disse ikke er unødvendigt vidtgående.

147. Det er endvidere også et krav, at B&O administrerer kravet konsekvent over for alle forhandlere. B&O har oplyst, at samtlige forhandlere besøges i gennemsnit 4-10 gange årligt af B&O's egne Regional Development Manager folk. Under disse besøg kontrolleres det, at 50 \% kravet er opfyldt. Derudover indhentes der fra kapitalkæderne årligt en revisorerklæring på, at 50 \% kravet er opfyldt for hvert enkelt udsalgssted.

148. På denne baggrund er 50\% omsætningskravet i overensstemmelse med konkurrencelovens § 6, da det ikke virker begrænsende.

149. Merlin A/S, der har klaget over 50 \% omsætningskravet, får således ikke medhold i denne del af dets klage.

#### *Vurdering, specialiseret afdeling*

150. For så vidt angår den del af bestemmelsen, der vedrører oprettelsen af en specialiseret afdeling, har B&O som nævnt ændret sin fortolkning af denne bestemmelse, idet nu alle forhandlere, der opfylder de kvalitative krav i EF-distributionsaftalen, kan oprette en specialiseret afdeling.

151. De krav B&O stiller fremgår af EF-distributionsaftalens pkt. 4-7. Der stilles bl.a. krav til udstillingsarealernes og vinduernes fremtræden, til medarbejdernes uddannelse mv.

152. Det er Konkurrencestyrelsens opfattelse, at de betingelser, som fremgår af EF-distributionsaftalens pkt. 4-7 til oprettelse af en specialiseret afdeling, i det store og hele udgør kvalitative krav, der er i overensstemmelse med det, der kan kræves i forbindelse med et selektivt salgssystem, som det her omhandlede.<sup>34</sup> Det er en forudsætning, at B&O ikke stiller strengere kvalitative krav end de, der anvendes over for de specialiserede forretninger. Der gælder endvidere ikke noget 50 pct.-omsætningskrav for at drive en specialiseret afdeling.

153. Derudover er det en forudsætning, at alle forretninger og distributionsformer, der opfylder de kvalitative krav, skal have adgang til at oprette en specialiseret afdeling, så længe de opfylder de kvalitative krav.<sup>35</sup> B&O skal således anvende de kvalitative krav objektivt og ensartet overfor alle interesserede forhandlere, for at undgå at bestemmelsen får en kvantitativ effekt. Dette indebærer f.eks. også, at B&O ikke må stille strengere krav til en specialiseret afdelings omgivelser, end de gør til en specialiseret forretnings omgivelser. Om dette krav er opfyldt må vurderes konkret.



154. Bestemmelsen om oprettelse af en specialiseret afdeling er således i overensstemmelse med konkurrencelovens § 6.

155. Den del af Merlin A/S' klage, der vedrører oprettelsen af en specialiseret afdeling, tages der ikke stilling til, idet det lægges til grund, at Bang & Olufsen AudioVisual A/S har ændret den adfærd, som Merlin klager over.

### **Restriktioner for så vidt angår videresalg**

#### Salg via postordre

156. Som nævnt tidligere indeholder EF-distributionsaftalen i pkt. 6.1. et forbud mod forhandleres postordresalg.

157. B&O henviser til, at forbudet mod salg via postordre ikke kan formodes at have nogen reel betydning for konkurrencen vedrørende audio/ video-produkter.

158. En bestemmelse, der fuldstændig forbyder postordresalg, er egnet til at opdele markedet i geografiske segmenter, ligesom den forhindrer forhandlerens adgang til at konkurrere med hinanden ved at anvende andre salgsteknikker. Dette er særligt alvorligt i et distributionssystem, hvor intrabrand konkurrencen, som en følge af det selektive distributionssystemets natur, i forvejen er begrænset.

159. Når dette er sagt, skal det nævnes, at forhandlerne af B&O produkter ikke er forhindret i at sælge B&O's produkter til forbrugerne via internettet. Forhandlerne er således sikret mulighed for at udøve fjernsalg til forbrugerne via denne kanal. Derudover må internettet anses for at være et mere velegnet medie end postordresalg specielt for produkter af denne type.

160. Set på denne baggrund kan forbudet mod postordresalg ikke i denne sag anses for at have en mærkbar indvirkning på konkurrencen.

161. Konkurrencelovens § 6 finder derfor ikke anvendelse f.s.v.a. forbudet mod postordresalg.

#### Kontrol i forbindelse med videresalg til andre forhandlere

162. Af EF-distributionsaftalens pkt. 6.3 fremgår det, at forhandleren forinden et salg til en hvilken som helst forhandler er forpligtet til at rette skriftlig henvendelse til en fælles repræsentant eller til B&O. Dette sker angiveligt for at sikre, at køber er autoriseret B&O forhandler.

163. Denne bestemmelse er problematisk, idet en sådan systematisk kontrol har til følge at begrænse forhandlerens incitament til videresalg til andre forhandlere.

164. B&O har foreslået en ny formulering af bestemmelsen, der medfører, at det bliver frivilligt for B&O forhandleren, om denne retter henvendelse til B&O og/eller repræsentanten i forbindelse med videresalg. Den nye bestemmelse lyder som følger:

165. *"Forinden levering finder sted til en hvilken som helst forhandler indenfor aftaleområdet, forpligter B&O Forhandleren sig til at sikre, at modtageren er autoriseret B&O Forhandler. Dette*

*kan ske ved skriftlig eller telefonisk henvendelse enten til repræsentanten eller til B&O.”*  
(Konkurrencestyrelsens understregning).

166. Som følge af denne ændring er der mulighed for, men ikke pligt til at rette henvendelse til B&O før videresalg til andre forhandlere. Under forudsætning af at ændringen er gennemført, kan bestemmelsen ikke længere anses for at udgøre en begrænsning af krydsleverancer mellem forhandlerne inden for B&O's selektive distributionssystem.

### **Markedsføringsforpligtelser og indretningskrav**

Krav til udvalg, lager og minimumsindkøb

167. Af EF-distributionsaftalen fremgår det,

- at forhandleren skal føre et repræsentativt udvalg af B&O's produkter,
- at der skal opretholdes et lager af produkter, der er tilstrækkeligt til at sikre omgående levering til kunder,
- og at forretningerne skal være bemandet med kvalificerede medarbejdere,
- samt at der er et mindsteindkøbskrav på 500.000 kr.

168. For så vidt angår krav til medarbejdere, udvalg og lager må disse krav betegnes som naturlige og nødvendige for at opretholde den tilstrækkelige service og sikre respekten for varenes omdømme. Således må kunderne kunne regne med, at der føres et repræsentativt udvalg af produkter, ligesom der normalt må være mulighed for at få produkterne leveret med det samme.

169. Kravet om mindsteindkøb har som udgangspunkt en kvantitativ effekt. Dog kan kravet i denne sag begrundes kvalitativt i og med, at forhandlerne skal opfylde krav om repræsentativt udvalg mm. Set i relation til prisen for B&O's hovedprodukter, der for eksempel for fjernsyns vedkommende ligger på mellem 11.000 kr. og 50.000 kr., må kravet om mindsteindkøb på omkring 500.000 kr. som udgangspunkt anses for at udgøre et kvalitativt krav. Konkurrencestyrelsen har lagt til grund for denne vurdering, at B&O forhandlerne kan opfylde indkøbskravet både ved køb fra B&O men også fra andre autoriserede forhandlere.

170. Sidstnævnte krav er derfor ikke omfattet af konkurrencelovens § 6.

### **Salgsfremmende foranstaltninger**

171. Det fremgår endvidere, at forhandleren skal deltage i salgsfremmende foranstaltninger. Således anføres det i EF-distributionsaftalen, at forhandleren vil avertere og støtte markedsføringsaktiviteter af B&O produkter på passende måde efter aftale med B&O.

172. Det er Konkurrencestyrelsens opfattelse, at disse bestemmelser er udformet på en så generel basis, at de ikke har en kvantitativ effekt og derfor er i overensstemmelse med konkurrencelovens § 6. Den konkrete udformning af dette krav kan dog, afhængig af kravets størrelse, vise sig at have en kvantitativ effekt og dermed være omfattet af konkurrencelovens § 6.

173. Ud fra bestemmelsens udformning som den fremstår i EF-distributionsaftalen, finder Konkurrencestyrelsen, at bestemmelsen er i overensstemmelse med konkurrencelovens § 6.

## Konklusion

174. Konkurrencestyrelsen finder, at den anmeldte EF-distributionsaftale ikke – efter de oplysninger styrelsen har kendskab til – falder ind under forbudet i konkurrencelovens § 6. Der gives således B&O en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

175. Fleggaard Holding A/S får ikke medhold i dets klage af 9. februar 2001 over B&O's fortolkning af EF-distributionsaftalens pkt. 1.2.

176. Merlin får ikke medhold i den del af dets klage af 13. december 2000, der vedrører oprettelsen af en specialiseret forretning (50% omsætningskravet). Den del af Merlins klage, der vedrører oprettelsen af en specialiseret afdeling, tages der ikke stilling til, idet B&O har ændret den praksis, som Merlin har klaget over.

177. Det lægges til grund for afgørelsen, at kontrolbestemmelsen i aftalens pkt. 6.3 og afdelingsbestemmelsen i aftalens pkt. 4.1 er ændret og herefter praktiseres som oplyst af B&O.

178. Endvidere er det lagt til grund ved afgørelsen, at mindsteindkøbsbestemmelsen i aftalens afsluttende bestemmelser pkt. 3 stiller krav om et mindsteindkøb, men ikke om hvem dette mindsteindkøb skal ske fra.

---

1 Herefter B&O.

2 Jf. Konkurrencerådets kendelse af 25. november 1998.

3 Kommissionens forordning nr. 2790/99 om anvendelsen af bestemmelserne i traktatens artikel 81, stk. 3, på kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis, EFT 1999 L336/21 (herefter gruppefritagelsen). Gruppefritagelsen er gennemført til at gælde for aftaler med virkning på det danske marked ved BEK nr. 353 af 15/5/2000 .

4 Endvidere er aftalen tidligere anmeldt til Kommissionen, som den 10. august 1989 sendte B&O et komfortletter, hvori det anførtes, at Kommissionen ikke havde noget at indvende mod aftalen i.h.t. artikel 85(1) (den nuværende artikel 81(1)). Kommissionen fandt, at B&O med undtagelse af Danmark havde en så lav omsætning og markedsandel, at samhandelen mellem medlemsstater ikke blev påvirket i mærkbar grad.

5 B&O's anmeldelse af EF-distributionsaftalen pkt. 6.

6 Jf. undersøgelse foretaget af Copenhagen Economics, s. 12 og B&O's vejledende prisliste pr. 15. november 2000.

7 Jf. undersøgelse foretaget af Copenhagen Economics, s. 19.

8 Konkurrencestyrelsens leverandørsurvey, bilagstabel 4 og Copenhagen Economics rapport, s. 12.

9 Jf. undersøgelse foretaget af Copenhagen Economics, s. 19.

10 Denne bestemmelse vil ikke blive genstand for vurdering efter § 6, idet det følger af EF-Domstolens praksis, at et sådant forbud som udgangspunkt er i overensstemmelse med EU-konkurrencereglerne, se sag C-306/96 *Javico International and Javico AG mod Yves Saint Laurent Parfums*, Sml. 1998 I - 1983.

11 Se Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked EFT 97/C 372/03 punkt

15-19.

12 Dette er endvidere i overensstemmelse med Kommissionens retningslinier for vertikale begrænsninger, hvor Kommissionen lægger op til, at de enkelte produktgrupper i en distributionsaftale, skal vurderes individuelt i spørgsmålet, om de overholder gruppefritagelsens bestemmelser, jf. Kommissionens Retningslinier for vertikale begrænsninger, EFT 2000 C 291/01 punkt 68.

13 B&O henviser i denne forbindelse til rapporten udarbejdet af Copenhagen Economics, jf. bilag 2.

14 Jf. Svend Hyllebergs kommentarer til Copenhagen Economics rapport, bilag 3. Der er dog indikationer for, at den selvstændige prispolitik kun viser sig i de vejledende priser. De enkelte forhandlere foretager væsentlige prisafslag for at møde konkurrencen og Konkurrencestyrelsen har ikke påvist en autonom adfærd for nettopriserne. Endvidere anfører B&O, at muligheden for, at priserne er relativt konstante, også skyldes, at B&O's produkter har en forholdsmæssig lang levetid i produktporteføljen sammenlignet med andre produkter, jf. bilag 5.

15 I overensstemmelse hermed, Kommissionens pressemeddelelse af 6. december 2000.

16 Dette kan ifølge litteratur og praksis tillægges betydning, se Kim Lundgaard, s. 337; Kommissionens beslutning i Nestlé/Perrier, EFT 1992 L 356, s.

1.

17 I høringsvaret s. 29 skriver B&O således, at deres markedsandel både set på verdensplan og på europæisk plan er forsvindende lille, og at den kan udregnes til nogle få procent.

18 Endvidere er bemærkningerne i forarbejderne ikke møntet på betragtninger vedrørende nationale præferencer i forbindelse med afgrænsningen af det relevante geografiske marked, jf. FT 1999-2000, tillæg B, s. 1288.

19 Se Sag 322/81 *NV Nederlandsche Banden-Industrie Michelin NV mod Kommissionen*, Sml. 1983, 3461 præmis 26, hvor EF-Domstolen, ved afgrænsningen af det relevante marked til Holland, lagde vægt på, at forhandlere hjemmehørende i Holland i praksis kun købte ind hos leverandører, der drev virksomhed i Holland.

20 Se Sag C 53/92 *Hilti v Kommissionen*, modsætningsvist.

21 Hurtig levering og et varieret og bredt produktsortiment er af stor vigtighed for specialbutikker med begrænset lagerplads. Dette opnås bedst gennem handel med en faste leverandør. Endvidere fremmer detailhandlerens behov for at kunne yde vedligeholdelsesservice og garanti incitamentet til at have en fast leverandør fremfor at parallelimportere.

22 Kommissionens seneste prisundersøgelser vedrørende det indre marked viser endvidere, at der er store prisforskelle landene imellem for audio/video-produkter, hvilket også kunne tyde på, at der ikke er nem adgang til parallelimport i forhandlerleddet.

23 Formålet med bilag 2 i Sæsonsamhandelsaftalen er således at målrette aktiviteter, der udnytter B&O's *nationale* markedsføring maksimalt (Konkurrencestyrelsens kursivering).

24 Kommissionens forordning nr. 2790/99 om anvendelsen af bestemmelserne i traktatens artikel 81, stk. 3, på kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis artikel 3, EFT 1999 L 336/21.

25 Kirsten Levinsen, *Kommenteret Konkurrencelov*, 2. udgave 2001, s. 341.

26 Kommissionens forordning nr. 2790/99 om anvendelsen af bestemmelserne i traktatens artikel 81, stk. 3, på kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis, EFT 1999 L336/21. Er gennemført til at gælde for aftaler med virkning på det danske marked ved BEK nr. 353 af 15/5/2000

27 Se endvidere Kommissionens retningslinier til gruppefritagelsen pkt. 51.

28 Se f.eks. Konkurrenceankenævnets kendelse af 3. august 1999.

29 Disse hensyn er endvidere anerkendt i EU-retspraksis; Sag T-19/92 *Groupement d'achat Édouard Leclerc mod Kommissionen*, Sml. II-1851; Kim Lundgaard Hansen, 83-84.

30 Kim Lundgaard Hansen, 396-397; Sag 31/80 af 11. december 1980, *L'Oréal mod De Nieuwe Amck*, Sml. s. 3775.

31 Af gruppefritagelsen for vertikale aftaler artikel 4 c fremgår det således, at forhandleren i et selektivt distributionssystem ikke må begrænses i aktivt eller passivt salg til slutbrugere *med forbehold* af adgangen til at forbyde et medlem af systemet *at drive virksomhed* fra et uautoriseret etableringssted. Se endvidere Kommissionens retningslinier for vertikale begrænsninger (2000/C 291/01), pkt. 54.

32 Aftalens pkt. 5.4.

33 Salg af produkter til EU-borgere, der udleveres i de danske butikker, kan ikke lovligt sælges til tysk moms. B&O anfører i brev af 5. marts 2001, at også krænkelser af momslovgivningen af B&O anses som misligholdelsesgrund på grund af dets imageforringende effekt.

34 En undtagelse er pkt. 6.1 (postordresalg) og pkt. 6.3 (kontrol med videresalg), der behandles nedenfor. Derudover behandles enkelte af bestemmelserne i aftalens pkt. 4-7 nedenfor.

35 Dette er i overensstemmelse med EF-domstolens praksis, se Sag T-88/92 af 12. december 1996, *Groupement d'achat Édouard Leclerc mod Kommissionen*, Sml. 1996 II-1961, præmis 141-146. I dommen understreges det, at der ikke må ske udelukkelse af nye distributionsformer, hvis de opfylder kravene til udsmykning, service, præsentation mv.