

Rukos markedsadfærd

Journal nr.3:1120-0201-152/jac/Industri

Rådsmødet den 19. december 2001

Resumé

1. På foranledning af en klage fra Carl F A/S har Konkurrencestyrelsen undersøgt Ruko A/S' markedsadfærd med henblik på at afklare, hvorvidt Ruko overtræder konkurrencelovens § 11.
2. Markedet for låseprodukter består af markederne for låsekasser, låsecylindre og låsesystemer i Danmark. Markederne for låsekasser og låsecylindre/låsesystemer kan analyseres som et samlet marked for låseprodukter.
3. Der er væsentlige adgangsbarrierer til det danske marked. For det første har Ruko en dominerende stilling inden for bestående danske låsesystemer, hvilket giver stor sikkerhed for et efterfølgende salg til om- og tilbygninger af låsesystemerne. Konkurrencen mellem låseleverandørerne udspiller sig således primært på markederne for nye låse og låsesystemer.
4. For det andet må nye låseleverandører, der ønsker at etablere sig på det danske marked, sikre tilstedeværelsen af den fornødne efterservice gennem et forhandlerled eller lignende over hele landet.
5. For det tredje anvendes en særlig skandinavisk type af låsekasser, hvor Ruko har en dominerende markedsstilling. Hertil kommer, at selskabet også er dominerende på markederne for standardcylindre og for låsesystemer (systemcylindre, elektromekaniske låse og hotellåse). Ruko har således en dominerende markedsstilling på det danske marked for låseprodukter.
6. Konkurrencestyrelsen finder, at Ruko hvad angår 1) Rukos generelle rabatsystem, 2) Rukos forhindring af videresalg, 3) Rukos projektrabatter i konkurrence med EVVA og 4) Rukos afskærmning af markedet over for EVVA, overtræder konkurrencelovens § 11.
7. Rukos generelle rabatsystem indebærer rabatdiskrimination over for især Carl F. Rukos forhandlere køber Rukos produkter med en generel rabat i forhold til Rukos bruttoprisliste. Den væsentligste rabatdiskrimination er baseret på, hvorvidt forhandlerne kan kvalificere sig til særlige produktgrupperabatter ved at købe visse mindstemængder på årsbasis af produkter inden for de 3(4) udvalgte produktgrupper, hvor Ruko yder en særlig rabat, der ikke afspejler tilsvarende omkostningsbesparelser hos Ruko. Diskriminationen består dels i, at kravet til minsteindkøb stiger sammen med forhandlerens samlede indkøb, dels i, at projektrabatterne er progressive, så køb fra en produktgruppe giver 1\% på forhandlerens samlede indkøb, køb fra to produktgrupper giver 3\% og køb fra tre produktgrupper giver 5(6)\%. Ruko har ved valget af produktgrupper anvendt kriterier egnet til at vanskeliggøre Carl F's ageren på markedet.
8. [□] Når Ruko sælger et produkt efter industriprislisten, sker det ved, at Ruko leverer produktet direkte til kunden. Ruko mærker dette produkt "OEM". Hertil kommer, at Ruko henvender sig til

kunder for at få stoppet tilfælde af videresalg. Hvor Ruko opdager, at OEM produkter cirkulerer på markedet, køber Ruko disse. Derved forhindrer Ruko videresalg af produkter solgt til den [] industriprisliste.

9. Carl F er både forhandler af Ruko låse og importør/forhandler af det konkurrerende låsemærke EVVA. Ruko og EVVA (Carl F) konkurrerer om større projekter ved hjælp af rabatter knyttet til det enkelte projekt. Når bygherren har truffet afgørelse om, at der skal leveres Ruko låse med den af Ruko tilbudte projektrabat, skal Carl F som forhandler have samme mulighed som Rukos øvrige forhandlere for at opnå leverancen med den pågældende projektrabat, såfremt bygherren måtte ønske, at leverancen skal finde sted gennem Carl F.

10. Endelig har Ruko i et konkret tilfælde søgt at afskærme markedet for EVVA ved vederlagsfrit at tilbyde at udskifte et bestående EVVA låsesystem med et tilsvarende Ruko låsesystem.

Afgørelse

11. Det meddeles Ruko, at selskabet har overtrådt forbudet mod misbrug af dominerende stilling i konkurrencelovens § 11, stk. 1, ved over for forhandlere og kundegrupper at optræde på en måde, som tager sigte på enten at begrænse de øvrige låseleverandørers adgang og indtrængen på det danske marked for låseprodukter eller indirekte eller direkte at skade deres forretning eller begge dele, ved anvendelse af følgende ulovlige midler:

12. Rukos generelle rabatsystem over for selskabets forhandlere indebærer rabatdiskrimination, især over for Carl F, hvilket er en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3, om diskrimination af handelspartnere. Ruko påbydes i medfør af § 11, stk. 4, jf. § 16, at:

- ændre selskabets generelle rabatsystem, så selskabet ikke anvender rabatter, der stiller handelspartnere i samme situation forskelligt,
- der ikke foretages en sammenlægning af de forskellige produktgrupper, når rabatten opgøres, og
- ændre selskabets generelle rabatsystem, så selskabet ikke anvender rabatter, der har indlåsnings- eller loyalitetseffekt.

13. Rukos forhindring af industrikunders videresalg til andre kundegrupper indebærer, at Ruko kan [] begrænse konkurrencen på markedet. Rukos forhindring af videresalg er en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 1, om urimelige forretningsbetingelser. Ruko påbydes i medfør af § 11, stk. 4, jf. § 16, at:

- ophøre med - gennem mærkning af produkter solgt til industriprislisten og gennem henvendelse til kunder - at forhindre videresalg.

14. Rukos projektrabatter diskriminerer Carl F som forhandler af Ruko låse, hvilket er en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3, om diskrimination af handelspartnere. Ruko påbydes i medfør af § 11, stk. 4, jf. § 16, at:

- ændre selskabets praksis omkring ydelse af projektrabatter, så Ruko på eget initiativ giver alle forhandlere, der byder på projektet med Ruko produkter, de samme oplysninger om eventuelle ændringer i rabattens størrelse, forudsat, at forhandleren over for Ruko har tilkendegivet, at denne ikke i den konkrete situation agter at byde i konkurrence mod Rukos produkter.
- tilbyde den Ruko forhandler, som kunden måtte vælge at få leveret låsesystemet igennem, samme projektrabat, som Ruko har tilbudt den Ruko forhandler, der i første omgang sikrede Ruko ordren.

15. Rukos forsøg på vederlagsfrit at udskifte et bestående EVVA låsesystem med et Ruko låsesystem med henblik på at afskærme markedet for EVVA er en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk.1.

16. Påbudet vedrørende Rukos generelle rabatsystem skal efterkommes med virkning fra 1. februar 2002. De øvrige påbud skal efterkommes straks.

Sagens baggrund

Kontrolundersøgelse

17. Carl F har den 21. december 2000 klaget over Rukos markedsadfærd, der findes på en række punkter at udgøre et misbrug af Rukos dominerende stilling. Kort beskrevet klager Carl F over:

- At Rukos rabatter ikke er omkostningsbegrundede, men har til formål at lokke kunderne til at købe produkter, der ikke har nogen indbyrdes sammenhæng samt at straffe kunder som Carl F, der alene ønsker at købe Ruko låse beregnet til det professionelle marked. Carl F gør gældende, at Rukos rabatsystem er indført som en direkte konsekvens af Carl F's introduktion af et konkurrerende produkt.
- At Rukos garantisystem (1 år på låse dele, 10 år på hele låse, såfremt samtlige låse dele er Ruko dele) indebærer en ulovlig sammenkobling af forskellige produktgrupper, som ikke kan begrundes i objektive forhold.
- At Rukos aktive modarbejdelse af Carl F's salg af låsecylindre og andre produkter til forskellige kunder er misbrug og en ulovlig straffeaktion.

18. Konkurrencestyrelsen har fundet, at Carl F's klage over Rukos garantikoncept ikke giver tilstrækkelig anledning til undersøgelse, da Carl F har imødegået Rukos garantikoncept ved selv at udstede en 10 års garanti på Ruko låsekasser i kombination med EVVA låsecylindre, jf. konkurrencelovens § 14, stk. 1, 3. punktum.

19. På baggrund af Carl F's klage foretog Konkurrencestyrelsen den 6. februar 2001 en kontrolundersøgelse hos blandt andre Ruko.

Høring

20. Et udkast til nærværende notat har været i høring hos Ruko. Ruko bestrider generelt, at selskabets markedsadfærd udgør et misbrug af selskabets dominerende stilling. De faktuelle forhold, som Ruko har påpeget i høringssvaret, er indarbejdet i notatet. Rukos øvrige bemærkninger

er refereret og kommenteret under de enkelte afsnit i notatet. Visse af Rukos mere generelle bemærkninger refereres og kommenteres dog samlet til sidst i notatet (punkt 118 ff.)

Generelt om låsemarkedet

De væsentlige producenter/importører på det danske låsemarked

21. Ruko er det danske datterselskab af verdens ledende låseproducent Assa Abloy med en omsætning på SEK 14,4 mia. i 2000, heraf godt 300 mio. kr. i Ruko. Assa Abloy koncernen forskellige låsemærker har tilsammen gennem en meget lang årrække været den dominerende udbyder på det danske låsemarked. Ruko er i sig selv en koncern, hvor de væsentligste datterselskaber er grossistvirksomhederne Sloth og FIX, der sælger Assa Abloy koncernens låse til danske kunder.

22. [□] Forhandlerne køber enten hos grossisterne eller direkte fra Ruko, dog køber en mindre gruppe slutbrugere direkte hos Ruko. Ruko afsætter således sine produkter til følgende:

- *Lagerførende grossister*, hvor det Ruko ejede Sloth er langt den største grossist, der videresælger til hele markedet, blandt andet de fleste låsesmede. Det låsesmedejede Copiax sælger også til låsesmede. Herudover findes to mindre grossister Scanigros og Roni, der især leverer til tømmerhandlere og byggemarkeder samt kædesamarbejder.
- *Forhandlere*, som i modsætning til grossisterne ikke har noget lager af betydning, og typisk leverer til virksomheder, som ikke videresælger produkterne. Der er tale om indkøbsforeninger som Beslaco, Dendek og Ditas eller kapitalkæder som Carl F, Danske Trælast og Bygma. Kædernes typiske kunder er den udførende entreprenør.
- En mindre gruppe store slutbrugere som Forsvaret, DSB og store hoteller, der køber direkte hos Ruko.
- *Industrikunder* (Original Equipment Manufactures, OEM), der producerer døre, vinduer, postkasser mv.

23. Carl F sælger låse, beslag, værktøj, befæstelse mv. til arkitekter, rådgivende ingeniører, entreprenører og tømrermestre (professionelle kunder), men sælger ikke til andre forhandlere eller private kunder. Carl F har traditionelt haft en stærk stilling hos de professionelle kunder, hvor Carl F's medarbejdere rådgiver ved specifikation af beslag, automatik og sikringsprodukter til byggeri i forbindelse med udarbejdelse af produktbeskrivelser og byggespecifikationer til byggeri. Carl F's stærke position hos de professionelle kunder har medført, at Carl F traditionelt har været Rukos største forhandler og på den anden side har Ruko for en række låseprodukters vedkommende været den eneste betydende leverandør af låseprodukter. Carl F omsatte i 2000 for 594 mio. kr.

24. Carl F overtog pr. 1. oktober 1999 importen af østrigske EVVA låse, der er en direkte konkurrent til Ruko låse. Carl F forhandler stadig Ruko låse, dels af hensyn til supplerende leverancer til bestående Ruko låsesystemer, dels er Ruko en særdeles stærk mærkevarer, der i stort omfang efterspørges af slutbrugerne. Ifølge Ruko må Carl F formodes at sælge x gange flere EVVA låsesystemer end Ruko låsesystemer. Hvad angår beslag (dørgreb) bemærkes, at Carl F gennem flere år selv har fremstillet dørgreb, der konkurrerer med Rukos dørgreb.

Oversigt over producenter/importører og forhandlere mv.

Assa Abloy koncernen:

Assa Abloy (Sverige), producent

Ruko, producent

Medeco (USA)

Sloth, lagerførende grossist med salg til forhandlerne, herunder låsesmede og byggemarkeder

FIX, salg af Assa Abloy til fortrinsvis industrikunder

Andre låseleverandører:

EVVA (Østrig), importeres fra 1/10-99 af Carl F parallelt med Carl F's forhandling af Ruko

Louis Mølholm, importerede indtil 1/10-99 EVVA.

Møller Undall, importerer Kaba /Abax (Schweiz)

Øvrige grossister:

Copiex, låsesmedenes indkøbsforening

Roni, sælger til tømmerhandlere og byggemarkeder

Scanigros, sælger til tømmerhandlere og byggemarkeder

Øvrige forhandlere mv.:

Beslaco, indkøbsforening af beslagsforretninger

Bygma, kapitalkæde af tømmerhandlere

Dendek, indkøbsforening af tømmerhandlere

Danske Trælast, kapitalkæde af tømmerhandlere

Ditas, indkøbsforening af tømmerhandlere

DLH, kapitalkæde af tømmerhandlere

Topco, indkøbsforening af beslagsforretninger

Randi, producent af dørgreb og lignende (beslag)

Habo, selvstændig forhandler

Relevant organisation:

Dansk Låsesmede Forening

Efterspørgsel efter låse

25. Efterspørgslen efter låse knytter sig til slutbrugernes behov for at sikre bygninger og andre genstande som postkasser, skabe, møbler, køretøjer mv. , hvad enten der er tale om private hjem, virksomheder eller offentlige bygninger. Sikringsbehovet består af design og installation af låse- og låsesystemer samt efterfølgende service ved nøgletab, ejerskifte og om- og udbygninger af bestående låse- og låsesystemer.

26. En lås eller et låsesystem kan forventes at have en levetid på 10-15 år. Bestanden af bestående låse og låsesystemer, hvor leverandøren af det bestående låsesystem med stor sikkerhed er leverandør af supplerende leverancer til om- og tilbygninger, er således langt større end det løbende salg af nye låse og låsesystemer. Mulighederne for udbudssubstitution er således meget ringe.

Slutbrugerne

27. Slutbrugerne (eller repræsentanter for disse) kan inddeles i følgende grupper:

- Privatkunder
- Professionelle kunder
- Industrikunder (Original Equipment Manufacturers, OEM)

28. *Privatkunder* er private husholdninger og mindre erhvervsvirksomhed som efterspørger sikringsprodukter til private hjem og mindre erhvervsvirksomheder. Privatkunder køber låse hos låsesmede, tømrere, byggemarkeder og lignende.

29. *Professionelle kunder* er entreprenører, arkitekter, større erhvervsvirksomheder og lignende som efterspørger sikringsprodukter til større kontor- og industribyggeri. I større *montagesager* er der ofte en entreprenør/arkitekt involveret, der udarbejder formelle eller uformelle udbudsbetingelser, herunder arbejdets omfang og produktspecifikation. I større *efterservicesager* er fremgangsmåden den samme, blot er leverandøren her givet, nemlig den leverandør, der leverede de allerede monterede låseprodukter.

30. *Industrikunder* køber låse til indarbejdning i døre, vinduer og lignende.

Det relevante produktmarked

31. De relevante produktmarkeder er:

- Låsekasse, dvs. den kasse, der er indbygget i døren og som skal komplementeres af en låsecylinder, dørgreb mv.
- Låsecylinder, dvs. den cylinder, der er installeret i selve låsekassen og hvor nøglen sidder. Herudover kan der til låsecylinderen være knyttet en patenteret nøgle. Såfremt låsecylinderen er en del af et elektronisk låse- og sikkerhedssystem, vil der tillige være en elektronisk del indbygget.
- Låsesystemer, hvor kernen er et antal låsecylindre, hvor hver enkelt cylinders koder indgår i en samlet låseplan. Herudover kan et låsesystem bestå af adgangskontrol mv. Et låsesystem specificeres i samråd med bygherren, arkitekten eller slutbrugeren og adskiller sig således fra markedet for låsecylindre ved at inkludere en serviceydelse udført af låseleverandøren.

32. En låsecylinder indeholder koder, som låseleverandøren (producent eller låsesmed) har indstillet og som kunden ikke har mulighed for at ændre på. Et låsesystem er en betegnelse for et system af låsecylindre, ofte med forskellige sikkerhedsniveauer, hvor låseleverandøren har indstillet koderne til hver enkelt lås i henhold til en låseplan, der indgår i låsesystemet. For eksempel kan yderdøre, døre til datarum og arkiv være af bedre kvalitet end resten af en virksomheds låsesystem. Det er således muligt inden for det enkelte låsesystem at differentiere med hensyn til hvilke rum, den enkelte medarbejder har adgang til.

33. Ruko anfører, at i hvert fald ved større byggerier mv. indgås kontakter om cylindre og beslag samlet. Her er det typiske, at dørrerne leveres med låsekasse, og at bygherren herefter (med rådgivers hjælp) typisk vælger cylinder og beslag fra samme leverandør. Markedet for cylindre og beslag er derfor ikke adskilte.

34. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at markederne for låsecylindre og beslag er adskilte produktmarkeder, blandt andet fordi at de ikke er indbyrdes substituerbare og fordi de ofte købes adskilt. Det forhold, at cylinder og beslag indgår i en samlet kontrakt afspejler alene en sædvanlig forhandlerfunktion, nemlig at samle produkter fra forskellige producenter i en "pakkeløsning", der herefter tilbydes bygherren. Rukos påstand om, at bygherre typisk vælger cylinder og beslag fra samme leverandør er ikke i overensstemmelse med Rukos markedsandele på de respektive markeder, hvor Ruko er dominerende på markederne for systemcylindre og for standardcylindre, men ikke på markedet for dørtilbehør (beslag).

35. De relevante produktmarkeder er således alene låsekasser, låsecylindre og låsesystemer.

Oversigt over produktbetegnelser

Produktmærke	Vareart
<i>Assa Abloy koncernens produktmærker:</i>	
Assa	Låsekasser, låsecylindre
Abloy	Låsekasser, låsecylindre
Ruko	Låsekasser, låsecylindre og låsesystemer
Funxion	Rukos beslagsserie
<i>Carl F's produktmærker:</i>	
EVVA	Låsecylindre og låsesystemer
D-line	Beslag
Futura	Beslag
<i>Møller Undall:</i>	
Kaba	Låsecylindre og låsesystemer
Abax	Låsecylindre og låsesystemer
Emmu	Låsekasser

Det relevante geografiske marked

Tekniske normer

36. En lås består af en låsekasse og en låsecylinder med tilhørende nøgler. Der eksisterer en særlig skandinavisk standard for låsekassens ovale cylinderhul, der indebærer, at de skandinaviske låsekasser adskiller sig fra låsekasser i det øvrige Europa. Den særlige skandinaviske standard for låsekasser medfører endvidere, at også låsecylindre og andre låseprodukter skal produceres specielt til den standard, som den særlige skandinaviske låsekasse udstikker.

37. Ruko anerkender, at der i Skandinavien er en tradition for at bruge en særlig type skandinavisk låsekasse, men anfører, at der er ingen legale hindringer for at sælge de europæiske låsekasser i Danmark. Ruko finder derfor ikke, at markedet for skandinaviske låsekasser og låsecylindre er et afsondret delmarked, om end der muligvis foreligger en faktisk hindring for markedsadgang.

38. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at Ruko ifølge egne oplysninger har meget betydelige andele af det danske marked for låsekasser. Hertil kommer, at hverken Ruko eller andre aktører på markedet har anført, at der sælges europæiske låsekasser til anvendelse på det danske marked. Endelig finder Ruko selv, at blandt andet varemærker og lokale standarder og traditioner udgør betydelige adgangsbarrierer¹.

39. Det kan konkluderes, at den skandinaviske tekniske norm for låsekasser udgør en selvstændig adgangsbarriere.

Adgangsbarrierer i form af bestående låsesystemer

40. Låseleverandøren beholder låseplanerne og kodetabellerne ved salg af låse og låsesystemer. Låseleverandørernes begrundelse for at beholde låseplanerne og kodetabellerne i deres arkiv er at det dermed er muligt at udføre den nødvendige efterservice på låsene og låsesystemerne. Endvidere er dette med til at sikre, at der dermed er kontrol med, at oplysningerne ikke skaber mulighed for et kriminelt misbrug. Et typisk låsesystem har en forventet levetid på 10 til 15 år. I denne periode skal låsesystemet serviceres i form af omkodning ved ejerskifte, tab af nøgler, ombygninger og udvidelser mv. For elektroniske låsesystemer, hvor kernen ofte er en fysisk lås, kan der desuden være tale om løbende servicering i form af reprogramering, opdatering mv.

41. Låseleverandørernes arkiv over bestående låsesystemer indebærer, at leverandørerne enten selv skal kunne efterservicere låse i det geografiske område, som arkivet dækker, eller indgå aftaler med en eller flere låsesmede, der kan udføre efterservice på låsene.

42. Ruko servicerer kun i meget ringe omfang selskabets egne låsesystemer. Hovedparten af serviceringen foretages af låsesmede. EVVA (Carl F) serviceres af et landsdækkende smedemesterfirma, Kronborg Sikring, der har lokale partnere over hele landet. Ca. 80% af låsesmedenes omsætning hidrører fra servicering af eksisterende låse og låsesystemer.

43. Nye låseleverandører, der ønsker at etablere sig på markedet, skal således udover de sædvanlige omkostninger ved at trænge ind i forhandlerleddet også sikre tilstedeværelse af den fornødne efterservice, dvs. enten skal leverandøren selv oprette et låsesmedefirma eller indgå aftaler med en eller flere låsesmede.

44. Låseleverandørens bestand af tidligere solgte låsesystemer giver i praksis stor sikkerhed for et efterfølgende salg til om- og udbygninger af låsesystemerne. Konkurrencen mellem låseleverandørerne udspiller sig således primært på markedet for nye låsesystemer.

45. Ruko anfører, at de anførte adgangsbarrierer ikke har hindret Carl F i at trænge ind på markedet.

46. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at Ruko blandt andet finder, at bestanden af bestående låsesystemer udgør en betydelig adgangsbarriere², hvilket også fremgår af, at ca. 50% af Rukos salg hidrører fra supplerende salg til tidligere solgte låsesystemer³. Carl F's faktiske afsætning af EVVA låse beviser ikke, at der ikke er betydelige adgangsbarrierer. Carl F har satset mange ressourcer for at overvinde adgangsbarriererne, men en sådan satsning vil kun kunne bekostes i en kortere introduktionsfase med henblik på over for de professionelle kunder at præsentere EVVA som et ligeværdigt låsemærke i forhold til Ruko. Carl F har oplyst, at selskabet i 2001 har tabt ca. 1 mio. kr. og i 2002 alene forventer at få balance i driften af forhandlingen af EVVA låse.

47. De førnævnte adgangsbarrierer til det danske marked i form af tekniske normer, Rukos dominerende stilling for bestående låsesystemer og nødvendigheden af lokal efterservice til bygninger mv. udgør væsentlige adgangsbarrierer til det danske marked. Det relevante geografiske marked for låsekasser, låsecylindre og låsesystemer er således Danmark.

Rukos stilling på det relevante marked

48. Det følger af lovbemærkningerne til konkurrencelovens § 11⁴, at en markedsandel på 50% eller derover i sig selv kan udgøre beviset for, at der foreligger en dominerende stilling. Med markedsandele på væsentligt mere end 50% på alle de tre nævnte markeder (låsekasser, låsecylindre og låsesystemer) indtager Ruko en klart dominerende markedsposition.

Tabel 1. Markedet for låse i Danmark⁵

Produkt	Marked i mio. kr.	Ruko i %	EVVA (Carl F) i %	Andre
Låsekasser	...	50+%	-	...
Standardcylindre	...	50+%	-	...
Systemcylindre ⁶	...	50+%
Elektromekaniske låse ⁷	...	50+%	-	...
Hotellåse ⁸	...	50+%	-	...
I alt	...	50+%

...: Oplysningerne er kendt af Konkurrencestyrelsen, men hemmeligholdes.

- : Angiver, at EVVA ifølge Ruko ikke er aktiv.

Rukos konkurrencebegrænsende markedsadfærd

49. I fremstillingen af Rukos konkurrencebegrænsende adfærd på markedet er den sædvanlige opdeling i en samlet sagsbeskrivelse og i en samlet vurdering af hensyn til overskueligheden ikke anvendt. I stedet beskrives og vurderes følgende problemstillinger hver for sig: 1) Rukos generelle

rabatsystem, 2) Rukos forbud mod videresalg, 3) Rukos projektrabatter i konkurrence med EVVA og 4) Rukos strategi over for EVVA.

Rukos generelle rabatsystem

50. Rukos forhandlere køber Rukos produkter med en generel rabat i forhold til Rukos bruttoprisliste. Fra og med 2000 ændrede Ruko rabatterne til forhandlerne for Rukos mekaniske og elektromekaniske produkter til en grundrabat på $xx\%$, der stiger i "trin" af 5 mio. kr. med 1% per trin til $xx + 4\%$ for den del af indkøbet, der overstiger 20 mio. kr. om året. Grundrabatterne beregnes på grundlag af forhandlerens forventede varekøb på årsbasis.

51. Herudover har Ruko udvalgt 3 produktgrupper, der i særlig grad kræver en ekstraordinær salgsindsats og som ved minimumskøb udløser en særlig produktrabat på forhandlerens samlede varekøb hos Ruko, jf. tabel 2,:

- Ruko Combi låsesystemer, der er Rukos høj kvalitets låsesystemer. Ifølge Ruko kræver det salgsbesøg af forhandleren hos arkitekter, bygherrer og lignende eller via en helt ekstraordinær markedsføring.
- Funxion, der er Rukos beslagsserie, der ifølge Ruko ligeledes kræver forhandlerens salgsbesøg hos arkitekter samt opfølgning gennem hele distributionssystemet.
- Selvbetjeningsprodukter, der sælges til byggemarkeder og lignende, hvor det ifølge Ruko kræves, at grossisten har personale, der tager ud i byggemarkederne og rydder op på hylderne samt skriver ordrer op.

Tabel 2. Rukos generelle rabatsystem

Produkter/mio. kr.	< 5 mio. kr.	5-10 mio. kr.	10-15 mio. kr.	15-20 mio. kr.	> 20 mio. kr.
Grundrabat	$xx\%$	$xx + 1\% = y$	$xx + 2\% = z$	$xx + 3\% = q$	$xx + 4\% = w$
Produktrabat ⁹	0,5 mio. kr.	1,0 mio. kr.	1,5 mio. kr.	2,0 mio. kr.	2,5 mio. kr.
1 produkt	$+ 1\% = x^{(1)}$	$+ 1\% = y^{(1)}$	$+ 1\% = z^{(1)}$	$+ 1\% = q^{(1)}$	$+ 1\% = w^{(1)}$
2 produkter	$+ 2\% = x^{(2)}$	$+ 2\% = y^{(2)}$	$+ 2\% = z^{(2)}$	$+ 2\% = q^{(2)}$	$+ 2\% = w^{(2)}$
3 produkter	$+ 2\% = x^{(3)}$	$+ 2\% = y^{(3)}$	$+ 2\% = z^{(3)}$	$+ 2\% = q^{(3)}$	$+ 3\% = w^{(3)}$

Det ses af tabel 2, at:

- Såfremt forhandleren kvalificerer sig til én produktrabat, opnår forhandleren denne yderligere rabat på det samlede varekøb fra Ruko.

- Såfremt forhandleren kvalificerer sig til mere end én produktrabat, sammenlægges produktrabatterne, dvs. produktrabatterne andrager henholdsvis 1%, 3% og 5(6)%.
- Mindstekravet, der udløser produktgrupperabat, stiger i takt med det samlede varekøb fra Ruko.

52. En forhandler, der køber for 4 mio. kr. i alt, heraf for 600.000 kr. beslag af Funxion serien og for 600.000 kr. selvbetjeningsprodukter opnår således en samlet rabat på $x^{(2)}$ %. Såfremt forhandleren køber for 6 mio. kr. i alt og for de førnævnte beløb af Funxion og selvbetjeningsprodukter, opnår forhandleren kun en samlet rabat på y %.

53. Ruko begrundelse for det generelle rabatsystem for 2000 er:

- Der er især tale om nye produkter.
- Produkterne kræver en særlig salgsindsats, som alle forhandlere kan vælge at gøre.
- Der skal gøres en stor indsats for at opnå en omsætning, der er stor nok til at give en ekstra rabat.

54. Primo januar 2000 udvalgte Ruko en fjerde produktgruppe til en af selskabets forhandlere. Rukos begrundelse for dette udvalg over for den pågældende forhandler er, at

Vurdering af Rukos generelle rabatsystem

55. Såfremt der er tale om omkostningsbegrundede rabatter, dvs. rabatter, der afspejler en tilsvarende omkostningsbesparelse for Ruko, og de således baserer sig på objektive kriterier, der er kendt af Rukos forhandlere, vil de pågældende rabatter ikke være i strid med konkurrencelovens § 11.

56. Det skal indledningsvis bemærkes, at Konkurrencestyrelsen har konstateret, at Ruko i et konkret tilfælde har valgt at give en forhandler en ekstra rabat på en fjerde produktgruppe. For denne produktgruppe har Ruko ikke anført, hvilke omkostningsbesparelser hos Ruko, produktrabatten afspejler.

57. For de 3 øvrige udvalgte produktgrupper er det som anført af Ruko korrekt, at forhandlernes indsats for at sælge Rukos produkter kan erstatte Rukos egen salgsindsats. Den enkelte produktgrupperabat kan således i sig selv afspejle en omkostningsbesparelse for Ruko af en given størrelse, men da produktgrupperne ikke har nogen sammenhæng i øvrigt, kan denne omkostningsbesparelse ikke andrage 1%, 3% eller 5% (i et enkelt tilfælde 6%), alt efter om forhandleren aftager varer fra en, to eller tre af de udvalgte produktgrupper. Der er heller ingen grund til, at besparelsen skulle være progressiv (udgør en stigende procentandel ved stigende salg). Ruko baserer således ikke videregivelsen af selskabets eventuelle omkostningsbesparelse i form af rabatter til forhandlerne på objektive kriterier for omkostningsbesparelsen.

58. Ruko begrundet kravet om et mindsteindkøb per år fra en af de 3(4) udvalgte produktgrupper med, at forhandleren skal gøre en stor indsats for at opnå en omsætning af den pågældende produktgruppe, der er stor nok til at udløse produktrabatten.

59. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at Rukos krav om mindsteindkøb per år fra de udvalgte produktgrupper har den virkning, at det for forhandlerne er attraktivt at samle deres indkøb

af varer i udvalgte produktgrupper hos Ruko i bestræbelserne for at opfylde mindstekravet per år. Kravet om mindsteindkøb per år binder således forhandlerne til Ruko og dermed afskæres andre låseleverandørers adgang til at sælge de udvalgte produktgrupper gennem Ruko forhandlere, hvorved konkurrencen på markedet, der i forvejen er begrænset af Rukos dominerende markedsstilling på låseprodukter, yderligere reduceres.

60. Hertil kommer, at Ruko ved at medtage selskabets beslagsserie Funxion til de særlige produktgrupper, der udløser rabat, også udnytter Rukos dominerende stilling på markedet for låseprodukter til at fremme salget af beslag, hvor selskabet i følge egne oplysninger ikke indtager en dominerende markedsstilling. Dermed hæmmes andre beslagleverandørers adgang til at sælge beslag gennem Rukos forhandlere.

61. Endelig anfører Ruko, at samtlige forhandlere kan vælge at foretage en stor salgsindsats til fordel for de af Ruko udvalgte produktgrupper.

62. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at Rukos ændringer i selskabets generelle rabatsystem gældende fra 1. januar 2000 finder sted 3 måneder efter, at Carl F har overtaget forhandlingen af EVVA låse på det danske marked. Ruko har ved udvalget af de produktgrupper, som kvalificerer forhandlerne til en særlig produktgrupperabat, anvendt kriterier egnet til at vanskeliggøre Carl F's ageren på markedet. Produktgruppe Funxion, der er Rukos beslagsserie, er en direkte konkurrent til Carl F's tilsvarende beslagsserier og produktgruppen selvbetjeningsprodukter fører Carl F ikke, idet Carl F alene handler med professionelle kunder.

63. Formålet med de stedfundne ændringer er da også ifølge [] og Carl F angiveligt at ramme Carl F, der alene ønsker at købe Ruko låse til det professionelle marked.

64. Ruko har således ved en kombination af udvalget af produktgrupper og krav om forhandlernes mindsteindkøb per år inden for de udvalgte produktgrupper opnået, at Carl F alene har opnået den almindelige kvantumsrabat på []. For alle 3(4) produktgrupperabatter er der således tale om en ulovlig sammenkædning af salg i form af rabat for et samlet køb, der ikke har nogen begrundelse i omkostningsbesparelser hos Ruko.

65. Virkningen af Rukos generelle rabatsystem over for Carl F skærpes af, at Ruko har en dominerende stilling på salget af låsekasser og Rukos dominerende stilling for eksisterende låsesystemer indebærer, at Ruko er sikret et betydeligt salg ved efterfølgende om- og udbygninger af disse systemer. Samtlige forhandlere er således tvunget til at foretage en betydelig del af deres indkøb af låseprodukter hos Ruko.

66. Rukos produktgrupperabatter er sammenlignelig med den salgsmålsrabat, som EF-Domstolen¹⁰ tog stilling til i Michelin-sagen. Michelin ydede en særlig form for årsrabat, som blev udløst, hvis forhandleren i årets løb realiserede et nærmere fastlagt salgsmål, der blev beregnet på basis af omsætningen det forrige år. Hvis salgsmålet blev realiseret, medførte det en lille stigning i den procentsats, som rabatten blev beregnet på grundlag af.

67. Domstolen konstaterede indledningsvis, at der ikke var tale om en almindelig kvantumsrabat, hvor det alene er den købte mængde, der har betydning. På den anden side indebærer rabatordningen ikke nogen form for eksklusiv- eller kvantumsforpligtelse for forhandlerne. Der var således ikke tale om en egentlig loyalitetsrabat. Formålet med ordningen var at begrænse forhandlernes

muligheder for frit at foretage indkøb. Domstolen lagde vægt på det forhold, at selv små udsving i procentsatserne - afhængig af om salgsmålet blev opnået - kunne få stor betydning for den samlede nominelle rabat, idet rabatten blev beregnet på grundlag af hele årets omsætning og ikke blot sidste ordre, som udløste procentsatsændringen. Under disse omstændigheder og i lyset af, at et års salg måtte anses som en forholdsvis lang referenceperiode, fandt Domstolen, at rabatordningen var i strid med artikel 86 (nu artikel 82).

68. Det kan således konkluderes, at Rukos produktgrupperabatter er i strid med konkurrencelovens § 11, og at Rukos ændring af selskabets generelle rabatsystem i 2000 har haft til formål og virkning at diskriminere Carl F.

Rukos forhindring af videresalg

69. FIX er et datterselskab af Ruko, der sælger Assa Abloys låse til danske kunder. FIX sælger til grossisterne[...] Alle øvrige samhandelsvilkår er ens.

70. I tabel 3 [...]

71. Industriprislisten indeholder ikke et direkte forbud mod, at de kunder, der får leveret Assa Abloys låse direkte fra Assa Abloy i Sverige videresælger de indkøbte låse til andre, der ikke kan købe til [...], men er henvist til at købe hos [□]. I praksis er industrikunderne dog forhindret i at videresælge og fra 2000 har FIX/Ruko mærket produkter solgt til industriprislisten med "OEM" med henblik på at kunne efterspore videresalg til andre markedssegmenter. Mærkningen har sat FIX/Ruko i stand til i mindst et tilfælde at henvende sig til en forhandler for at få at stoppet et tilfælde af videresalg. FIX/Ruko har i mindst et tilfælde grebet ind over for videresalg ved at købe "OEM" mærkede produkter ud af markedet ved Sloth.

Vurdering af Rukos forhindring af videresalg

72. [□]. Forbudet mod videresalg af FIX's låse [...] fremgår ikke direkte af prislisten, men forbudet kan alene opretholdes på grund af: 1) direkte leverancer fra Assa Abloy til industrikunder, 2) stempeling af "OEM" på låse [...], hvilket sætter Ruko i stand til at efterspore og rette henvendelse til kunder, der videresælger låse [...] med henblik på at få dette videresalg bragt til ophør og 3) direkte opkøb af [...] låsekasser gennem den Ruko-ejede grossist Sloth. Den direkte leverance fra Assa Abloy til industrikunderne forhindrer umiddelbart grossisterne i at sælge til andre kundegrupper end industrikunder i henhold til industriprislisten. [...] Det fremgår af Kommissionens retningslinier for vertikale begrænsninger (2000/C 291/01) punkt 49, at et forhindring af videresalg under de nævnte omstændigheder er en alvorlig begrænsning af konkurrencen, der i sig selv indebærer, at hele den vertikale aftale falder uden for gruppefritagelsesforordningens anvendelsesområde. Når forhindring af videresalg er en del af en dominerende virksomheds forretningsbetingelser må der være tale om en meget alvorlig begrænsning af konkurrencen.

73. Ruko anfører, at [...]

74. Konkurrencestyrelsen skal hertil for det første bemærke, at [□]

75. Ruko anfører endvidere, at der intet ulovligt er i, at Assa Abloy foretager direkte leverancer til industrikunder. [...]

76. Styrelsen skal hertil bemærke, at det er selve FIX/Rukos forhindring af videresalg, der er en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, ikke hverken den direkte leverance fra Assa Abloy til kunden eller Sloths opkøb af billige låsekasser i sig selv. [...]

77. På baggrund af ovennævnte er det Konkurrencestyrelsens vurdering, at det omtalte forhindring af videresalg udgør et misbrug, der medvirker til at afskærme markedet for låsekasser (og eventuelt andre Assa Abloy låseprodukter) fra såvel intra brand som inter brand konkurrence.

Ruko flytter kunder fra Carl F til andre forhandlere

78. Endeligt har Ruko i flere tilfælde aktivt arbejdet for og haft succes med at flytte kunder fra Carl F til andre forhandlere. Ruko bestrider, at dette er tilfældet. Ruko finder, at Konkurrencestyrelsens omtale af internt materiale vedrørende Rukos rabatter til forskellige kundegrupper udtrykker enkelte sælgeres overvejelser og forslag. Det betyder ikke, at Ruko nødvendigvis har handlet efter de angivne linier, eller at dette skulle være Rukos strategi.

79. Konkurrencestyrelsen finder, at Ruko ikke kan fraskrive sig ansvar for aftaler og adfærd, der direkte kan henføres til Rukos ledende medarbejdere. Hertil kommer, at de refererede udsagn er udført i praksis. Konkurrencestyrelsen skal således fastholde, at Ruko aktivt har arbejdet for og haft succes med at flytte kunder fra Carl F til andre forhandlere, hvilket begrænser konkurrencen mellem FIX's forhandlere og er en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 1, om urimelige forretningsbetingelser.

Rukos projektrabatter i konkurrence med EVVA

80. Når Ruko møder EVVA (Carl F) i konkurrencen overfor bygherren om, hvilket låsemærke, der skal leveres til det pågældende projekt, yder Ruko rabatter på mellem [...] eller mere på bruttoprisen til samtlige interesserede forhandlere afhængig af låsesystemets størrelse, og af hvor meget prestige, der er i projektet. Ruko anfører, at de tilfælde, hvor ekstraordinær rabat kan gives, ligger klart inden for rammerne af princippet om "meeting competition", som er tilladt efter konkurrencelovgivning.

81. Projektrabatten på [...] eller mere skal ses i forhold til det generelle rabatsystem, der giver Carl F en grundrabat på [...] på indkøb hos Ruko.

82. Carl F har anført, at selskabet som Ruko forhandler kun i enkelte tilfælde er blevet tilbudt en mindre ekstra projektrabat, hvilket sammen med grundrabatten i Rukos generelle rabatsystem på indebærer en projektrabat på højst [...]. Carl F's påstand indebærer, at selskabet - når konkurrencen mellem Ruko og EVVA er afgjort til Rukos fordel - ikke har mulighed for at agere som Ruko forhandler over for selskabets traditionelle kunder, når leverancen vedrører Ruko produkter, hvor Ruko har tilbudt væsentlige projektrabatter.

Vurdering af Rukos projektrabatter i konkurrence med EVVA

83. Konkurrencestyrelsen skal for så vidt angår princippet om "meeting competition" bemærke, at i en direkte konkurrence over for bygherren mellem Ruko og EVVA (Carl F), dvs. en konkurrence mellem forskellige låseleverandører, er Ruko berettiget til at varetage selskabets interesser med rimelige midler.

84. Ruko anfører, at Carl F allerede i dag har mulighed for at opnå den samme projektrabat hos Ruko, såfremt en bygherre skulle ønske, at en Ruko leverance finder sted gennem Carl F. Ruko behandler og vil fortsat behandle Carl F som enhver anden Ruko forhandler, når det ligger fast, at der skal leveres Ruko produkter. Det vanskelige er, at det først på et meget sent tidspunkt i projektet afgøres endeligt, hvilket låsemærke bygherren vælger.

85. Konkurrencestyrelsen finder, at Carl F ville få en urimelig konkurrencemæssig fordel, såfremt Ruko i en direkte konkurrence mellem Ruko og EVVA (Carl F) blev pålagt at oplyse om Rukos tilbud om projektrabat, mens EVVA (Carl F) ikke blev underlagt et tilsvarende pålæg. Der er derfor alene tale om en konkurrencemæssig ligestilling mellem Ruko og EVVA, såfremt Ruko først skal oplyse Carl F om projektrabattens størrelse på det tidspunkt, hvor Carl F over for Ruko har tilkendegivet, at Carl F vil byde på et konkret projekt som Ruko forhandler og ikke som EVVA forhandler.

86. I EU-retten har såvel Kommissionen som Domstolen anerkendt, at det ikke er forbudt at foretage defensive pristilpasninger med henblik på at bevare sin faste kundekreds. Prisnedsættelser, der rettes mod konkurrenters kundekreds er derimod mere problematiske¹¹. Når der er tale om en virksomhed med næsten total kontrol over markedet må det antages, at bevægelsesfriheden for en sådan virksomhed er yderligere begrænset.

87. På det tidspunkt, hvor konkurrencen mellem Ruko og EVVA (Carl F) har resulteret i en bygherreafgørelse om, at der skal leveres Ruko låse med den af Ruko/Rukos forhandlere tilbudte projektrabat, skal Carl F som forhandler have samme mulighed som Rukos øvrige forhandlere for at opnå leverancen med den pågældende projektrabat, såfremt bygherren måtte ønske, at leverancen skal finde sted gennem Carl F. Det bemærkes, at Carl F har en legitim interesse i at være leveringsdygtig på konkurrencedygtige vilkår i en stærk mærkevare som Ruko.

88. Princippet om "meeting competition" kan således ikke påberåbes som grundlag for at udøve diskrimination mellem Rukos egne forhandlere efter, at bygherren har truffet afgørelse om, at der skal leveres Ruko produkter. På dette tidspunkt er Carl F at betragte som enhver anden Ruko forhandler, der har krav på at kunne konkurrere på lige vilkår med Rukos øvrige forhandlere om den pågældende leverance. Dette indebærer også, at i de tilfælde, hvor kunden ønsker, at en Ruko leverance skal finde sted gennem Carl F, skal Ruko tilbyde Carl F leverancen med den samme projektrabat, som Ruko tilbød den forhandler, der "vandt" projektet for Ruko.

89. Konkurrencestyrelsen har formuleret påbudet til Ruko om at ændre selskabets praksis omkring ydelse af projektrabatter i overensstemmelse med Rukos eget forslag.

90. Princippet om "meeting competition" kan ligeledes ikke påberåbes som grundlag for at udøve diskrimination over for Carl F ved projekter for om- og udbygninger af bestående Ruko låsesystemer, hvor Ruko i praksis har stor sikkerhed for at opnå den pågældende leverance. Ruko anfører, at det ikke er korrekt, at det er givet, at Ruko bliver låseleverandør ved leverancer til bestående låsesystemer, idet Carl F erfaringsvis altid forsøger at påvirke kunden til at udskifte systemet til EVVA. Dermed er Ruko i denne situation i konkurrence med Carl F/EVVA. Konkurrencestyrelsen skal ikke afvise, at om- og udbygninger af eksisterende Ruko låsesystemer kan være så væsentlige, at der foreligger en konkurrencesituation mellem det eksisterende Ruko låsesystem og et nyt EVVA låsesystem, men det vil dog være undtagelsestilfælde¹².

91. Denne konklusion er i overensstemmelse med EF-Domstolen bemærkning om princippet om "meeting competition" i United Brands-sagen¹³, hvor Domstolen anerkender, at en dominerende virksomhed er berettiget til at beskytte sine egne handelsinteresser. Domstolen bemærker: "Selv om det □ ikke kan antages, at indtagelse af en dominerende stilling fratager en virksomhed, der befinder sig i en sådan stilling, dens ret til at beskytte egne handelsinteresser, når disse angribes, og selvom denne virksomhed i rimeligt omfang må tilstå mulighed for at træffe sådanne foranstaltninger, som den finder egnet til at beskytte sine nævnte interesser, er en sådan adfærd til gengæld ulovlig, når dens formål netop er at styrke og misbruge denne dominerende stilling."

92. Jf. punkt 78 har Ruko i adskillige tilfælde, heraf mindst et direkte i forbindelse med ydelse af projektrabat, aktivt medvirket til at flytte en leverance fra Carl F til en anden forhandler. Ruko anfører, at når Ruko i nogle tilfælde har drøftet leverandørvalget med entreprenøren skyldes det, at Carl F konsekvent søger at ændre entreprenørens valg af Ruko produkter, så han i stedet vælger EVVA produkter. Ruko har lov til at imødegå denne konkurrence med saglige midler. Det er i praksis sket ved at intensivere markedsføringen af Ruko produkter i samarbejde med andre forhandlere.

93. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at den faktiske leverance af et låsesystem netop først finder sted, når Rukos systemkonsulent har gået bygningen igennem og designet låsesystemet for hver enkelt dør og hver enkelt bruger. Der er således tale om en leverance af et låsesystem, der ikke umiddelbart kan udskiftes med et tilsvarende EVVA låsesystem. Hertil kommer, at leverancen er bundet op på en leveringsaftale, som kunden ikke umiddelbart kan bryde.

94. Det kan således konkluderes, at Ruko ikke kan påberåbe sig princippet om "meeting competition" til at diskriminere mod Carl F som Ruko forhandler med hensyn til ydelse af projektrabatter. Såfremt kunden ønsker, at en Ruko leverance skal finde sted gennem Carl F, skal Ruko tilbyde Carl F leverancen med den samme projektrabat, som Ruko tilbød den forhandler, der i første omgang sikrede projektet for Ruko. Rukos hidtidige diskrimination af Carl F med hensyn til projektrabatter er en overtrædelse af konkurrencelovens § 11, stk. 3, nr. 3.

Rukos strategi over for bestående EVVA låsesystemer

95. Rukos strategi om at afskærme det danske marked for EVVA fremgår af adskillige dokumenter:

[...]

Rukos strategi i praksis: 1. Et større byggeprojekt i København

96. EVVA opnåede leverancen til et større byggeprojekt i København. Efterfølgende tilbød Ruko - ifølge Ruko på opfordring fra kunden - at overtage projektet og uden beregning udskifte allerede installerede EVVA låse og desuden levere resten af låsesystemet til en meget lav pris. Rukos tilbud blev dog ikke realiseret.

97. Baggrunden for Rukos adfærd var dels, at det pågældende byggeprojekt er et prestigeprojekt, dels at Ruko har leveret næsten alle bygherrens andre låsesystemer og frygtede, at en større andel af disse systemer kunne blive EVVA systemer. Ruko anfører endvidere, at den pågældende Ruko medarbejder, der havde fremsat tilbudet om at afholde omkostningerne til udskiftning af allerede installerede låse, handlede i strid med Rukos interne regler.

98. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at Rukos argumentation om, at Ruko havde leveret næsten alle bygherrens andre låsesystemer og frygtede, at en større andel af disse systemer kunne blive EVVA systemer, klart illustrerer den væsentlige betydning, som Ruko selv tillægger selskabets dominerende stilling for bestående låsesystemer som en i praksis stor sikkerhed for et supplerende salg ved efterfølgende om- og udvidelser af låsesystemerne.

99. Ruko anfører, at til trods for, at Ruko var den sædvanlige leverandør af låsesystemer til bygherren, lykkedes det ikke at undgå, at udbygningsordren blev vundet af EVVA.

100. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at Rukos tilbud til bygherren, der isoleret set var tabsgivende, havde til formål at forhindre EVVA i at trænge ind på markedet for låsesystemer. Såfremt Rukos initiativ var blevet realiseret, ville EVVA have været forhindret i at opnå en i praksis stor sikkerhed for et supplerende salg ved efterfølgende om- og udvidelser af de pågældende låsesystemer. Rukos initiativ var således et forsøg på at afskærme det danske marked for EVVA.

Rukos strategi i praksis: 2. Udskiftning af et bestående EVVA låsesystem på en ejendom i Aalborg området

101. Et bestående EVVA låsesystem på en ejendom i Aalborg området blev udskiftet med et Ruko låsesystem i forbindelse med et ejerskifte.

102. Ruko anfører, at selskabet, så vidt det har kunnet konstateres, ikke deltog i den konkrete sag. Ruko har ingen konkret viden herom, men finder, at de låse, der synes at være skiftet ud, nok blev udskiftet for låsesmedens egen regning af hensyn til låsesmedens mulighed for indtjening ved fremtidig servicering.

103. Konkurrencestyrelsen skal bemærke, at den af Ruko beskrevne adfærd fra låsesmedens side ikke forekommer sandsynlig. En sådan låsesmed vil løbe den risiko, at andre låsesmede, der ikke har haft omkostningerne i forbindelse med udskiftningen af EVVA låsesystemerne, vil have en omkostningsfordel ved afgivelse af tilbud på efterservice på det pågældende låsesystem. Ruko vil derimod have fordelene ved enhver udskiftning af EVVA låsesystemer med Ruko låsesystemer.

104. Ruko finder, at den låsesmed, som vælger at udskifte et eksisterende system for egen regning, som modydelse kan aftale, at han har eneret til at udføre service i en årrække.

105. Konkurrencestyrelsen skal dog fastholde det usandsynlige i den af Ruko beskrevne adfærd fra låsesmedens side. Slutbrugeren har jo netop alene fået et låsesystem udskiftet med et andet, der er derfor ikke grundlag for nogen "modydelse" fra slutbruger over for låsesmeden i form af eneret på servicering i en årrække. Den eneste, der med sikkerhed får fordel af udskiftningen af låsesystemet, er leverandøren af det nye låsesystem, dvs. Ruko.

Rukos bemærkninger til fremstillingen af selskabets strategi over for bestående EVVA låsesystemer

106. Ruko anfører generelt, at de anførte interne papirer udelukkende er udtryk for Rukos ønske om, at EVVA's indtog på markedet begrænses, og at der i papirerne intet siges om, at der ønskes anvendt metoder endside er anvendt metoder, som er misbrug af dominerende stilling. [...]

Samlet vurdering af Rukos strategi over for bestående EVVA låsesystemer

107. Konkurrencestyrelsen skal til [...]

108. [...]

109. [...] Dette har Ruko forsøgt i sagen vedrørende et større byggeprojekt i København og som anført i punkt 105 er Ruko den eneste, der med sikkerhed får fordel af låsesmedens initiativ i sagen fra Aalborg området, uanset at udskiftningen angiveligt ikke har fundet sted på Rukos initiativ.

110. [...] Ruko har således haft til formål og virkning at misbruge selskabets dominerende stilling til yderligere at afskærme markedet for EVVA.

111. Det er slået fast i EU-praksis, at opkøb af en konkurrents produkter for derved at hindre denne i at vinde terræn på markedet og opnå den fornødne kommercielle goodwill hos aftagere/forbrugere, kan udgøre et ulovligt misbrug, blandt andet i Tetra Pak (II) sagen¹⁴. Kommissionen konkluderede, at Tetra Pak havde udnyttet sin dominerende stilling på de såkaldte "aseptiske" markeder for maskiner og kartoner til emballering af flydende levnedsmidler ved hjælp af en adfærd, der tog sigte på at udelukke konkurrencen og/eller at drage størst mulig fordel af sin stilling til skade for brugerne.

112. Ruko bestrider, at Ruko har foretaget foranstaltninger, som findes i Tetra Pak (II)-sagen. Ruko har alene søgt at bevare det størst mulige salg i Danmark og finder, at det er en helt uunderbygget hypotese, at Ruko har "opkøbt" låsesystemer som et generelt tiltag.

113. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at Ruko i det konkrete større byggeprojekt i København har erkendt¹⁵, at selskabet tilbød at udskifte et EVVA låsesystem, [...]

Rukos strategi i øvrigt

114. Rukos strategi i øvrigt fremgår af følgende dokumenter:

[...]

115. Konkurrencestyrelsen skal ad Rukos garantikoncept (1 år på låsedele, 10 år på hele låse, såfremt samtlige låsedele er Ruko dele) bemærke, at styrelsen har fundet, at Carl F's klage over Rukos garantikoncept ikke giver tilstrækkelig anledning til undersøgelse, da Carl F har imødegået Rukos garantikoncept ved selv at udstede en 10 års garanti på Ruko låsekasser i kombination med EVVA låsecylindre, jf. konkurrencelovens § 14, stk. 1, 3. punktum.

116. Konkurrencestyrelsen skal ad Rukos aftaler med låsesmedene bemærke, at styrelsens høringsnotat indeholdt udkast til pålæg om at ændre visse bestemmelser i Rukos aftaler med låsesmedene, idet Konkurrencestyrelsen fandt, at de pågældende bestemmelser tilskynder til mærkeeksklusivitet. Ruko har i sit høringssvar tilkendegivet, at selskabet ikke har indvendinger mod at præcisere aftalerne som anført i høringsnotatet, men Ruko har bestridt, at aftalernes formulering har været udtryk for noget misbrug. Rukos aftaler med låsesmedene forudsættes præciseret af selskabet og behandles derfor ikke yderligere i nærværende notat.

117. Konkurrencestyrelsen skal ad Rukos tilskyndelse af Carl F og [...] til mærkeeksklusivitet bemærke, at både Carl F og [...] finder Rukos generelle rabatsystem diskriminerende. [...]

Rukos generelle bemærkninger

118. Ruko anfører, at selskabets interne papirer ikke er udtryk for [...] De anførte interne papirer er udelukkende udtryk for Rukos ønske om, at EVVA's indtog på markedet begrænses, og der siges intet om, at der ønskes anvendt metoder endside er anvendt metoder, som er misbrug af dominerende stilling. Særlig for så vidt angår bilag 6, dokument 61 - [□] - er et godt eksempel på udsagn, der fremkommer som forslag, kommentarer mv. fra en medarbejder. Man kan ikke blot gå ud fra, at der så er tale om en vedtaget strategi, som faktisk fører til konkrete handlinger.

119. Ifølge Ruko bygger Konkurrencestyrelsen til dels sin opfattelse på interne mødereferater og e-mails, hvor Rukos medarbejdere i salgsgruppen har talt om at holde EVVA ude af markedet eller lignende. Ruko finder, at fordi sælgerne internt i dagligdags sprog taler om at holde konkurrenten ude af markedet, er det jo blot udtryk for en almindelig konkurrencelyst, hvor Rukos markeds mål naturligvis er at beholde en så stor del af markedet som muligt. Det følger ikke af sådanne løsrevne bemærkninger, at der har været tale om misbrug af dominerende stilling for at nå dette mål.

120. Ruko finder endelig, at Konkurrencestyrelsens omtale af internt materiale vedrørende Rukos rabatter til forskellige kundegrupper udtrykker enkelte sælgers overvejelser og forslag. Det betyder ikke, at Ruko nødvendigvis har handlet efter de angivne linier, eller at dette skulle være Rukos strategi.

121. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at sagsfremstillingen naturligt nok bygger på det materiale, som styrelsen indsamlede under kontrolundersøgelsen hos Ruko. Ruko har efterfølgende haft lejlighed til at uddybe og rette faktuelle oplysninger, jf. Rukos brev af 31. august 2001, bilag 1, samt kommentere en tidligere udgave af nærværende notat, jf. Rukos brev af 5. november 2001, bilag 2. Ruko har således haft mulighed for at sætte det indsamlede materiale fra kontrolundersøgelsen ind i sin rette sammenhæng.

122. Hvad angår Konkurrencestyrelsens omtale af internt materiale vedrørende Rukos indirekte forbud mod videresalg har Ruko ikke bestridt, at låsekasser solgt i henhold til den [...] listeprijs bliver mærket "OEM" som anført i bilag 11. En del af de pågældende udsagn hidrører fra ledende medarbejdere. Konkurrencestyrelsen finder således ikke, at Ruko kan fraskrive sig ansvar for aftaler og adfærd, der kan henføres til navngivne ledende medarbejdere ved at henvise til "enkelte sælgers overvejelser og forslag", jf. bilag 15, dokument 1. Hertil kommer, at de refererede udsagn er udført i praksis.

123. Ruko henviser særligt til bilag 6, dokument 61 som forslag fra en medarbejder, hvor man ikke blot kan gå ud fra, at der så også er tale om en vedtaget strategi, som faktisk fører til konkrete handlinger. Konkurrencestyrelsen skal hertil bemærke, at notatet er skrevet af en ledende medarbejder til den administrerende direktør. Den pågældende ledende medarbejder kan antages at have et særligt kendskab til, hvilke målsætninger og strategier, som Ruko allerede har vedtaget og hvilke målsætninger og strategier, det er relevant at foreslå for Rukos administrerende direktør. Det er derfor relevant at medtage et bilag, hvor det klart fremgår, at [...]

Konklusion

124. Det kan konkluderes, at Ruko gennem en misbrug af selskabets dominerende stilling, jf. konkurrencelovens § 11, på det danske låsemarked i forhold til forhandlere og kundegrupper

gennem en række tiltag, der samlet sigter på at undgå, at konkurrerende låseleverandører får nogen betydning på markedet.

1 Bilag 17. Assa Abloys hjemmeside: Ekspansionsstrategi, Förvärv på mogna marknader: "På mogna marknader utgör varumärke, installererad bas, lokala standarder och traditioner betydande etableringshinder. På dessa marknader är därför förvärv av marknadsledande bolag en avgörande del av ASSA ABLOYs strategi. Det starka kassaflödet bidrar till att finansiera den expansion. Förvärvet sker med ambitionen att dessa företag i princip året efter förväret skall bidra till koncernens vinstutveckling per aktie."

2 Bilag 17. Der henvises til note 1.

3 Se også Bilag 17. Assa Abloys hjemmeside, spørgsmål og svar, produktudvikling: "Cirka två procent av totalomsättningen investeras i F&U. Men totalomsättningen består till cirka 50 procent av eftermarknad, det vill säga komplettering av tidigare sålda låssystem. F&U-budgeten uppgår därför till cirka fyra procent av nyförsäljningsomsättningen vilket är en mer relevant jämförelse. Produktutveckling avser ju uteslutande nya produkter."

4 Jf. FT 1996-97, tillæg A, side 3667, venstre spalte.

5 Tabel 1 er alene baseret på oplysninger fra Ruko.

6 Det er leverandørens efterfølgende kodning af cylinderen, der afgør, hvorvidt cylinderen indgår i et låsesystem eller ej. Den enkelte cylinder kan således sælges som enten en standardcylinder eller en systemcylinder og der er derfor tale om de samme cylindre.

7 Elektromekaniske låse er låsekasser, der er forsynet med elektroniske komponenter (f.eks. motorlås og magnetlås) samt el-slutblik (den del af dørlåsen, der er nærmest dørkarmen).

Forskellen i Rukos markedsandel på rene låsecylindre og elektromekaniske låse er den, at der findes andre leverandører af el-slutblik end Ruko.

8 Hotellås er regnet som elektromekaniske låse, idet der ifølge Ruko normalt er tale om PC-styrede elektromekaniske kortlås.

9 Produktrabat: Mindstekrav for køb pr. produktgruppe for det pågældende omsætningsinterval for at opnå produktgrupperabat.

10 Jf. Michelin mod Kommissionen, sag 322/81, saml. 1983, s. 3461.

11 Konkurrenceloven med kommentarer af Kirsten Levinsen, side 355.

12 Jf. punkt 26, hvor det fremgår, at mulighederne for udbudssubstitution er meget ringe.

13 United Brand Company mod Kommissionen, sag 27/76, Saml. 1978, side 207, præmis 189.

14 Tetra Pak (II) sagen, EFT 1992 L 72, side 1, punkt 165, som opretholdt ved dom af 6. oktober 1994, sag T-83/91, Saml. 1994-II, 755: "Det fremgår af de dokumenter, som Kommissionen kom i besiddelse af under kontrolbesøget den 27. og 28. januar 1987, og af dokumenterne fra Elopak, at Tetra Pak ikke har tøvet med i hvert fald i Italien i årene 1975 til 1984 at overveje at anvende og/eller anvende de mest forskellige metoder til at lægge hindringer i vejen for konkurrencen: opkøb, indrømmelse af forskellige finansielle tab, af konkurrenters maskiner for at udelukke dem fra markedet eller fratage dem forretningsreferencer; henvendelser til kunder for at forpligte dem til ikke længere at anvende bestemte konkurrerende maskiner; monopolisering af specialiserede reklamemedier; pression på fælles leverandører for at standse leverancer til konkurrenter; forsøg på at øve indflydelse på medlemmer af licitationsudvalg for offentlige mejerier. De former for praksis, der i denne beslutning kategoriseres som misbrug, er dem, der bevisligt har fundet sted, dvs. opkøbene af konkurrerende maskiner og forpligtelserne til ikke at anvende sådanne (nr. (73), (79) og (83)), monopoliseringen af reklamemedier (nr. 75) og fjernelse i Italien af næsten alle Resolvomaskiner, som udgjorde en betydelig potentiel trussel på de aseptiske markeder (nr. 76),

(79) til (83). De bør betragtes som misbrug efter artikel 86, for så vidt som de tog sigte på at styrke en allerede dominerende stilling på de aseptiske markeder og/eller anvende denne stilling til at udelukke konkurrenter på de ikke-septiske markeder. Der skal erindres om, at Domstolen har stadfæstet kommissionens standpunkt, at en dominerende virksomheds blotte indsamling af oplysninger fra en konkurrerende virksomheds kunder om de priser, som virksomheden tilbød, som led i en strategi om at udelukke den pågældende virksomhed, udgør misbrug - se præmis 148 i dommen i sag C-62/86 (nr. (104)). Dette gælder så meget mere praksis som ovenfor beskrevet. 15 Jf. punkt 96.