

S165600H - HEJ

UDSKRIFT  
AF  
ØSTRE LANDSRETS DOMBOG

DOM

Afsagt den 17. januar 2012 af Østre Landsrets 16. afdeling  
(landsdommerne Kaspar Linkis, Finn Morten Andersen og Mads Bundgaard Larsen (kst.).

16. afd. nr. S-1656-11:

Anklagemyndigheden

mod

1) Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S,

(cvr.nr. 34619913)

2) [REDACTED]  
[REDACTED]

3) [REDACTED]  
[REDACTED]

(alle ved advokat Thomas Hess-Petersen, besk.)

Svendborg Rets dom af 18. maj 2011 (R2-2234/2010) er anket af Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S, [REDACTED] og [REDACTED] med påstand om frifindelse, subsidiært formildelse.

Anklagemyndigheden har i forhold til samtlige tiltalte påstået domfældelse i overensstemmelse med anklageskriftet samt skærpelse.

**Forklaringer**

Der er i landsretten afgivet supplerende forklaring af de tiltalte [REDACTED] og [REDACTED] samt af vidnerne [REDACTED] og [REDACTED]

- 2 -

[REDACTED]. De forklaringer, der er afgivet i byretten, af vidnerne [REDACTED] og [REDACTED] er dokumenteret i medfør af retsplejelovens § 923

[REDACTED] har supplerende forklaret blandt andet, at selskabets omsætning i seneste regnskabsår var [REDACTED]. Som følge af konjunkturerne er personalet reduceret til [REDACTED]

[REDACTED] Det er vigtigt, at markedsføringen sker med respekt af stolenes status. Som følge heraf er markedsføringen forsigtig og ikke særlig aggressiv. Selskabet giver efter en konkret vurdering markedsføringsbidrag til forhandlere. Det samlede annoncebudget i Danmark er i størrelsesordenen ca. [REDACTED] men det er kun en begrænset del heraf, der anvendes på annoncering af de 2 stole. Det er vigtigt, at der ikke "slides" på møblerne markedsføringsmæssigt, idet de pågældende møblers status i så fald risikerer at blive forringet. Derfor stilles også krav til annoncerne, så de svarer til stolenes image. Der er eksempler f.eks. fra Haus på uønsket annoncering. Det er også en del af strategien, at virksomheden bestemmer, hvornår møblerne skal profileres. Forud for denne sag har [REDACTED] ikke været bekendt med prisstrategien. Selvom der er vejledende udsalgspriser på møblerne, er det [REDACTED] opfattelse, at møbelhandlerne selv bør fastsætte deres salgspriser, idet det giver det bedste salg. Siden [REDACTED] overtog ledelsen i 1998, har [REDACTED] satset på kontinuitet og en konservativ strategi for ikke at skræmme forhandlerne. Prisene reguleres således ikke efter konjunkturerne.

Selvom [REDACTED] med en mail internt har rundsendt brevet af 8. september 2004 til forhandlere og samarbejdspartnere, mener [REDACTED] fortsat ikke, at [REDACTED] så dette brev eller var involveret i drøftelser heraf [REDACTED] har kompetence til at udsende sådanne breve. [REDACTED] selv beskæftiger sig mest med produktudvikling og strategiske aftaler.

Brevet af 14. juni 2005 opfatter [REDACTED] således, at det alene havde til formål at sikre stolenes status. Der er ikke tale om et forbud mod udsalgsannoncering, sådan som det ellers er anført, og [REDACTED] mener, at det er vigtigt at notere sig, at markedsprisen er sat i anførselstegn. Det har ikke været drøftet med [REDACTED] at der skulle udstedes et annonceforbud. Det står ikke i virksomhedens magt, og [REDACTED] mener heller ikke, at mailen af 11. januar 2008 er udtryk for et sådant forbud. [REDACTED] så ikke dengang brevet af 17. januar 2006 til forhandleren P. Lindegaard Poulsen, hvori der henvises til annonceforbud i brevet af 14. juni 2005. [REDACTED] tror, at brevet skyldes en uerfaren sælger, som skød lidt for meget fra hoften.

- 3 -

blev ikke dengang involveret i indgåelse af forhandlerkontrakter og samarbejdsaftaler. så derfor ikke udkastene til aftaler med LM Tapetsererne, og var heller ikke involveret i indgåelsen af aftale med Olsson Møbler A/S. Kontrakterne blev primært indgået med henblik på planlægning af produktionen, og var ikke bekendt med, at de også indeholdt detaljer om markedsføring, herunder om annoncering og skiltning med udsalgsrabat samt om sanktioner i tilfælde af misligholdelse.

har supplerende forklaret blandt andet, at er ikke noget udpræget ordensmenneske, hvilket giver sig udslag i, at der ligger mange stakke af dokumenter på kontor. Dokumentet med titlen "Vedr. priser og rabatter", som Konkurrencestyrelsen fandt på bord, kan derfor være havnet der på mange måder. er sikker på, at det hverken er selv eller der har skrevet det. formoder, at det må stamme fra den tidligere medarbejder som blev afløst af "var meget hurtig på aftrækkeren og talte nogle gange før tænkte". Salgsorganisationen er meget lille, og det er derfor muligt på salgsmøderne at få input fra alle medarbejdere og nå til konsensus om strategien. De fik jævnligt fat i andre forhandleres kontrakter og drøftede de formuleringer, som disse anvendte. Bestemmelsen i udkastet til aftale med LM Tapetsererne om, at "forhandlerne forpligter sig til at overholde vore vejledende udsalgspriser ..." mener ikke blev anvendt på noget tidspunkt.

Brevet af 8. september 2004 er et eksempel på de informationsbreve, som udsendes 3 - 4 gange årligt efter behov. Det var en opfølgning på augustudsalget og handler primært om de nye modeller og om jubilæumsbogen. Det indledende afsnit med en opfordring til udelukkende at annoncere med virksomhedens vejledende udsalgspriser skal forstås som en reaktion på, at de 2 designikoner var blevet anvendt som lokkemad i forbindelse med udsalget og dermed er kommet til at fremstå som møbler med lavere status og en lavere markedsværdi for forbrugeren. Dette slider på møblernes eftertragthed. Der var derfor tale om en venlig opfordring til at skåne møblerne markedsføringsmæssigt og følge kutymen. Der var ikke tale om nogen form for forbud.

Brevet af 14. juni 2005 var en opfølgning på sommerudsalget 2004 og vinterudsalget 2005, hvor forhandlerne havde været endnu mere aggressive i deres markedsføring af de 2 stole end tidligere. Derfor fandt det vigtigt at sikre mod, at det skulle eskalere yderligere

- 4 -

under sommerudsalget 2005. Set i bakspejlet burde [redacted] have valgt en anden formulering end "forbud mod udsalgsannoncering". Meningen var blot, at forhandlerne skulle skåne ikonerne. "Markedsprisen" skal ikke forstås som handelsprisen, men som den markedsværdi, som møblerne har efter forbrugernes opfattelse. Det er ikonværdien. Når [redacted] i en mail af 11. januar 2006 til Rosborg Møbler skrev, at brevet af juni 2005 var udtryk for et forbud, og når [redacted] selv og [redacted] breve af 17. januar 2006 og 3. februar 2006 også talte om et forbud, så var tanken blot at udtrykke et ønske om, at forhandlerne skulle skåne de 2 stole. Det har intet at gøre med den pris, som stolene sælges til. At der skrives om eventuelt at revidere fremtidig annonce- eller aktivitetsstøtte var ikke udtryk for en trussel, idet der aldrig havde været nogen automatik i støtte til annoncer og aktiviteter. Der var blot tale om en henvisning til det, som fremgår af forhandlerkontrakterne. [redacted] mener ikke, at eksemplerne var udtryk for et forsøg på at begrænse konkurrencen, men blot et forsøg på at gribe ind overfor en useriøs markedsføring, som var opstået. [redacted] drøftede ikke formuleringerne med [redacted]

Det er en løbende proces i salgsafdelingen at udforme forhandleraftaler. I denne proces indgår også input fra sælgerne og de oplysninger om andre virksomheders kontrakter, som opsamles. Det er helt sædvanligt i branchen at arbejde med vejledende priser og fratække en handlerrabat, og det er helt normalt at forhandlerne gør det samme i forhold til forbrugerne. Forhandlerne skiltes således med de vejledende priser og forhandler rabat med kunderne. [redacted] kunne ikke finde på at blande sig i, hvilken rabat en forhandler vælger at give til en kunde. [redacted] mener, at det aldrig sker, at en kunde betaler den vejledende pris for en Ox-chair.

Der er i sagen flere kladder eller oplæg til forhandlerkontrakter, som aldrig blev anvendt i praksis. Dette gælder også bilag 02-01-47. Det er helt normalt at medtage et punkt om misligholdelse. [redacted] mener ikke, at det kan føre til opsigelse, hvis en opfordring til udelukkende at skilte mv. med vejledende priser ikke følges.

Aftalen med Olsson Møbler A/S, som er underskrevet den 12. oktober 2006, indeholder i pkt. 5.3. ikke et krav, men alene en opfordring, hvor tiltalte "frabeder forhandleren annoncering og skiltning med udsalgsrabat", og der er ingen sammenhæng mellem dette punkt og punkt 9 om misligholdelse. Forhandlerkontrakterne har ikke haft reel betydning, og tiltalte har aldrig anvendt misligholdelsesklausulerne.

- 5 -

[redacted] har supplerende forklaret blandt andet, at [redacted] besøger forhandlerne med henblik på salg. [redacted] besøger de forhandlere [redacted] har ansvar for, 3 - 4 gange om året. [redacted] har ikke med markedsføring at gøre. Det er helt almindeligt, at forhandlerne prissætter møblerne ud fra de vejledende priser, som alle danske møbelproducenter udsender. Det var en del af [redacted] arbejde at sørge for opdatering og tilretning af kontrakterne med forhandlerne. Det skete typisk ved, at [redacted] udarbejdede udkast, som sendtes frem og tilbage mellem ham og [redacted] som er hans overordnede. I sine udkast anvendte han bl.a. formuleringer, som [redacted] hos forhandlerne havde set i andre producenters kontrakter.

[redacted] ønsker ikke, om [redacted] drøftede sin mail af 11. januar 2006 til Rosborg Møbler med [redacted] mener, at det lå inden for [redacted] kompetenceområde at skrive en sådan mail. Med de efterfølgende breve af 17. januar 2006 til P. Lindegaard Poulsen og af 3. februar 2006 til Haus søgte [redacted] og [redacted] at sikre de 2 stoles ikonstatus, så de ikke blev anvendt som blikfang for at lokke kunder i butikken. Henvendelserne handlede således om markedsføring og ikke om prisen, som forhandlerne fastsætter helt på egen hånd. [redacted] har aldrig givet forhandlere pålæg om at sælge til en bestemt pris. Annoncen fra Haus er ikke passende for markedsføring af et designikon. Forhandlernes markedsføring har aldrig givet anledning til, at tiltalte har reageret med at trække markedsføringsstøtte tilbage. De sidste 2 linjer i brevene skal derfor ses i lyset af, at tiltalte vil have indflydelse på forhandlernes markedsføring, hvis tiltalte skal yde bidrag hertil. Man vil ikke bidrage til markedsføring, som ikke er i overensstemmelse med møblernes status som designikoner.

Samarbejdsaftalen med Olsson Møbler for perioden 1. oktober 2006 - 30. september 2007 indeholder blandt andet et punkt 5.3. om markedsføring samt et punkt om misligholdelse og opsigelse. Manglende overholdelse af punkt 5.3. ville imidlertid ikke føre til ophævelse af samarbejdet. Det er aldrig sket i forhold til nogen forhandler.

[redacted] har supplerende forklaret blandt andet, at [redacted] som blandt andet rådgiver medlemmerne i personalesager og gennemfører kursusvirksomhed. I sin butik [redacted] som alle andre forhandlere mærket møblerne med fabrikernes vejledende priser, således som disse fremgår af prislisterne fra leverandørerne. Kunderne forventer altid rabat, derfor sælges møblerne aldrig til den vejledende pris. [redacted] har aldrig solgt f.eks. en Corona-stol til den vejledende udsalgspris. Bortset fra en lampeproducent har [redacted] aldrig oplevet, at en producent har

- 6 -

pålagt [redacted] at sælge til den vejledende udsalgspris [redacted] mener, at Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S er en mindre producent på markedet.

Ved annoncering anvendes den vejledende salgspris. I forbindelse med udsalg er det sket, at forhandlere har annonceret med en lavere udsalgspris. Dette ser [redacted] intet galt i. [redacted] husker ikke, om [redacted] modtog brevet af 8. september 2004 med en opfordring til udelukkende at prismærke med tiltaltes vejledende udsalgspriser [redacted] er dog sikker på, at forhandlerne har gjort, som de selv vil. [redacted] forstår godt, at tiltalte vil beskytte sine ikoner, men tiltalte kan ikke diktere forhandlerne, hvad de må i relation til markedsføring [redacted] husker heller ikke, om [redacted] modtog brevet af 14. juni 2005 fra tiltalte [redacted] mener, at det er spild af papir, hvis tiltalte har søgt at diktere forhandlerne i form af et forbud mod udsalgsannoncering. Det er ikke muligt at diktere forhandlerne. Situationen var dengang lidt tilspidset, og det er nok i det lys, brevet af 3. februar 2006 til Haus skal ses. [redacted] har aldrig selv været i en situation, hvor [redacted] har fået et sådant brev, idet [redacted] interesser er sammenfaldende med tiltaltes.

Corona-stolen og Ox-chair er danske møbelklassikere med ikonstatus og høj designmæssig værdi. Møblerne mister værdi for kunderne, hvis priserne dumpes. Det samme sker, hvis de misbruges markedsføringsmæssigt.

[redacted] mindes ikke, at [redacted] selv har indgået kontrakter, hvor det er anført, at "EJ frabeder forhandleren annoncering eller skiltning med udsalgsrabat eller tilbud". Som [redacted] finder [redacted] dog en sådan kontraktbestemmelse forkert.

[redacted] har supplerende forklaret blandt andet, at P. Lindegaard Poulsen i de 10 måneder, hvor der ikke er udsalg, skilter med producenternes vejledende priser, sådan som de fremgår af producenternes prislister. Prislisterne er ikke hemmelige for kunderne, men priserne heri er udgangspunktet for forhandlingerne med kunderne. Kunderne forhandler sig dog som oftest til en rabat i forhold til denne pris. [redacted] mener, at det kun er i ca. 5 % af tilfældene, at [redacted] opnår fuld pris for en Corona-stol. [redacted] er aldrig af producenterne blevet pålagt at sælge møbler til en bestemt pris.

[redacted] husker ikke brevet af 14. juni 2005, men [redacted] må have læst det dengang. [redacted] mener, at tiltalte og butikkerne har en fælles interesse i at opretholde de 2 stoles status. Og de kunder, som har købt stolene, må også have interesse i, at stolens status opretholdes.

- 7 -

Selvom [redacted] kan ærgre sig over en sådan henvendelse, kan [redacted] derfor godt forstå intentionen, som er i alles interesse. Det har dog ikke afholdt [redacted] fra at annoncere med udsalgsrabat.

Brevet af 17. januar 2006 opfatter [redacted] som en huskekage" om, hvordan tiltalte som producent gerne så møblerne markedsført. [redacted] husker ikke, hvorfor forretningen i en annonce har undladt at oplyse priser på Ox-chair og Corona-stolen. Det skyldes dog ikke henvendelser fra producenten, men er mere af hensyn til forretningen selv. Det ville være ødelæggende for markedet at lave et massivt udsalg. Annoncen er udtryk for forretningens eget valg.

Så vidt [redacted] husker, indgås der nye forhandlerkontrakter hvert år, og tendensen er, at de bliver længere og længere. [redacted] mener også, at P. Lindegaard Poulsens kontrakt med tiltalte har indeholdt en passus om, at "EJ frabeder forhandleren annoncering og skiltning med udsalgsrabat eller tilbud..." [redacted] opfatter det som en pæn henstilling, som var uhensigtsmæssigt formuleret. Andre - større producenter - har valgt en anden formulering, hvor de stiller krav om at godkende forhandlernes annoncer.

[redacted] har supplerende forklaret blandt andet, at [redacted] ikke har set annoncer fra Ry Bolighus, hvor priserne er 15 % lavere end den vejledende udslagspris, men [redacted] har set, at de i butikken har prissat varerne således. [redacted] butik skiltes der med den vejledende udsalgspris bortset fra i udsalgsperioden. [redacted] er aldrig af tiltalte blevet pålagt at skilte på denne måde. Brevet af 3. februar 2006 påvirkede ikke [redacted] annoncering. [redacted] oplyser ikke priser på møblerne i sine annoncer. Det opfatter [redacted] som godt købmandskab. Hvis [redacted] kan slippe for at give rabat, så gør [redacted] det.

[redacted] har ikke opfattet brevene af 8. september 2004 og 14. juni 2005 som møntet på [redacted]. De har derfor ikke påvirket [redacted] er dog enig i, at de omhandlede møbler er ikoner, og [redacted] kunne derfor aldrig finde på at annoncere med 25 % rabat på disse møbler.

[redacted] mener, at kontrakterne med producenterne er til alles bedste. Forhandlere og producenter lever jo af hinanden. [redacted] vil ikke udelukke, at [redacted] kontrakt med tiltalte har en passus om, at "EJ frabeder forhandleren annoncering og skiltning med udsalgsrabat eller tilbud...". Det er dog ikke noget, der har påvirket [redacted].

- 8 -

### Landsrettens begrundelse og resultat

#### Forhold 1

Ved brevet af 8. september 2004 udsendt den 10. september 2004 opfordrede Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S forhandlere og samarbejdspartnere til "... udelukkende at prismærke, skilte og evt. annoncere med vore vejledende udsalgspriser." Om baggrunden for opfordringen anførtes det i brevet bl.a., at "Vore stole-ikoner, Ox-chair og Corona, har været hårdt plaget under det forgangne udsalg, og det vil vi forsøge at sætte en stopper for fremover." Ved brev af 14. juni 2005 til forhandlerne meddelte Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S, at selskabet havde besluttet "at nedlægge forbud mod udsalgsannoncering med Corona-stol og Ox-chair." Om baggrunden herfor henvistes der i brevet bl.a. til "vore bestræbelser på at minimere rabatgivning...". Ved aftalen af 12. oktober 2006 med Olsson Møbler A/S og aftalen af 26. oktober 2007 med Boss Company ApS frabad Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S sig annoncering og skiltning med udsalgsrabat eller tilbud på stolene. Ved e-mail af 11. januar 2006 til Rosborg Møbler, e-mail af 17. januar 2006 til P. Lindegaard Poulsen og e-mail af 3. februar 2006 til Haus A/S påtalte Erik Jørgensen Møbler A/S overtrædelser af forbuddet af 14. juni 2005.

Landsretten finder det på denne baggrund og efter den øvrige bevisførelse godtgjort, at Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S ved de nævnte breve og aftaler etablerede en samordnet praksis henholdsvis indgik aftaler vedrørende forhandlernes kommunikation af videresalgspriser, som havde til formål at begrænse konkurrencen i relation til forhandlernes videresalgspriser, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 3.

Landsretten tiltræder, at samordnet praksis og aftaler af den nævnte karakter som følge af konkurrencelovens § 7, stk. 2, nr. 1, ikke er undtaget efter § 7, stk. 1. Betingelse for undtagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1, er heller ikke opfyldt, jf. § 10, stk. 1, og den dagældende bekendtgørelse nr. 353 af 15. maj 2005 om gruppefritagelse for kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis, jf. Kommissionens forordning (EF) nr. 2790/1999 artikel 4, litra a.

Landsretten tiltræder byrettens angivelse af, at gerningsperioden begyndte den 10. september 2004. Gerningsperioden må anses for ophørt på tidspunktet for Konkurrencestyrelsens kontrolundersøgelse den 16. april 2008.



- 9 -

Med denne begrundelse og i det ovennævnte omfang finder landsretten Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S skyldig i overtrædelse af konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 3. Det bemærkes herved, at det ikke er godtgjort, at Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S stillede krav om, at deres vejledende videresalgspriser blev overholdt som bindende mindstepriser.

#### Forhold 2-4

Landsretten finder ikke, at gerningsbeskrivelsen i forhold 2-4 indeholder et selvstændigt strafbart forhold efter konkurrencelovens § 6. Forholdene må i øvrigt anses for indeholdt i forhold 1.

Landsretten frifinder derfor i forhold 2-4.

---

#### Forhold 5

Landsretten lægger efter bevisførelsen til grund, at overtrædelsen i forhold 1 kan tilregnes [redacted] som groft uagtsom. Der er herved lagt vægt på de af byretten anførte grunde.

Af de af byretten anførte grunde finder landsretten, at overtrædelsen i forhold 1 kan tilregnes [redacted] som forsætlig.

Med denne begrundelse og i dette omfang finder landsretten [redacted] og [redacted] [redacted] skyldige i forhold 5.

Straffen fastsættes til en bøde på 400.000 kr. til Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S, jf. konkurrencelovens § 23, stk. 1, nr. 1, jf. stk. 3, jf. § 6, stk. 1, jf. stk. 3. Der er herved lagt vægt på overtrædelsens grovhed og varighed samt virksomhedens omsætning. Landsretten finder, at der er tale om en alvorlig overtrædelse i den forstand, hvori dette udtryk er anvendt i forarbejderne til lov nr. 426 af 6.juni 2002, idet formålet var at begrænse konkurrencen i relation til forhandlernes videresalgspriser

For såvel [redacted] som [redacted] vedkommende fastsættes straffen til en bøde på 20.000 kr. efter de bestemmelser, der er angivet af byretten. Der er herved lagt vægt på overtrædelsernes alvor og varighed samt de tiltaltes andel heri.

Forvandlingsstraffen fastsættes til fængsel i 14 dage.

- 10 -

Thi kendes for ret:

Erik Jørgensen Møbelfabrik A/S skal betale en bøde på 400.000 kr.

██████████ skal betale en bøde på 20.000 kr.

Forvandlingsstraffen er fængsel i 14 dage.

██████████ skal betale en bøde på 20.000 kr.

Forvandlingsstraffen er fængsel i 14 dage.

---

Statskassen skal betale sagens omkostninger for landsretten.

(Sign.)

-----  
Udskriftens rigtighed bekræftes. Østre Landsret, den **17 JAN. 2012**

  
Hanne C. Jørgensen  
Overassistent