

Konkurrencerådets møde den 20. marts 2024

Hübsch' konkurrencebe- grænsende prisadfærd



Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
Tlf.: +45 41 71 50 00
E-mail: kfst@kfst.dk

Journal nr. 22/08550 /BBA/MEAV/MC

Afgørelsen er udarbejdet af
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Indholdsfortegnelse

1.	RESUME	5
2.	AFGØRELSE	7
3.	SAGSFREMSTILLING	8
3.1	Indledning.....	8
3.2	De involverede virksomheder	8
3.2.1	Hübsch A/S.....	8
3.2.2	Den Konkurrerende Virksomhed	9
3.2.3	Centrale personer i sagen	10
3.3	Markedsbeskrivelse	10
3.4	Den omhandlede adfærd	12
3.4.1	Materiale fra styrelsens kontrolundersøgelse	12
3.4.2	Andet materiale fra Hübsch	30
3.5	Høringssvar	32
3.5.1	Der foreligger ikke flere horisontale aftaler/samordnet praksis.....	32
3.5.2	Formålet med adfærden var ikke at begrænse konkurrencen	32
3.5.3	Adfærden havde ingen effekt på priserne eller virksomhedens omsætning og konkurrenceposition i markedet.....	32
3.5.4	Adfærden skete på den Konkurrerende Virksomheds initiativ	33
3.5.5	Hübsch handler ikke med samme varer som den Konkurrerende Virksomhed, som derfor ikke er substituerbare med hinanden.....	33
3.5.6	Øvrige bemærkninger	33
4.	VURDERING.....	35
4.1	Markedsafgrænsning.....	35
4.1.1	Det relevante produktmarked	35
4.1.1.1	Relevant praksis til brug for afgrænsning af produktmarkedet	35
4.1.1.2	Produktmarkedet for engrossalg af boligindretningsartikler	37
4.1.1.3	Delkonklusion vedrørende produktmarkedet	40
4.1.2	Det relevante geografiske marked.....	40
4.1.2.1	Relevant praksis til brug for afgrænsningen af det geografiske marked.....	40
4.1.2.2	Det geografiske marked for engrossalg af boligindretningsartikler.....	41
4.1.2.3	Delkonklusion om det geografiske marked	42
4.1.3	Konklusion vedrørende markedsafgrænsning	42
4.2	Samhandelspåvirkning	42
4.2.1	Virksomhedernes adfærd påvirker samhandelen mærkbart	43
4.3	Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101.....	44
4.3.1	Virksomhedsbegrebet	45
4.3.2	Aftale, vedtagelse eller samordnet praksis	45
4.3.2.1	Adfærden udgør én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis	48

4.3.2.2	Delkonklusion.....	53
4.3.3	Til formål og/eller til følge at begrænse konkurrencen	54
4.3.3.1	Visse former for aftaler og/eller samordnet praksis har til formål at begrænse konkurrencen	54
4.3.3.2	Koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger mellem konkurrenter antages generelt at have til formål at begrænse konkurrencen	56
4.3.3.3	Priskoordineringen og udvekslingen af prisoplysninger har til formål at begrænse konkurrencen	58
4.3.3.4	Delkonklusion.....	61
4.3.4	Mærkbar konkurrencebegrænsning.....	62
4.3.5	Konklusion vedrørende Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101	62
4.4	Fritagelse.....	62
4.4.1	Adfærden er ikke omfattet af en gruppefritagelse	63
4.4.2	Adfærden opfylder ikke betingelserne for en individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8 og TEUF artikel 101, stk. 3	63
4.5	Begrundelse for påbud	64
4.6	Samlet konklusion.....	64
5.	BILAG	66

1. Resume

1. Denne sag drejer sig om, at den danske interiørvirksomhed, Hübsch A/S ("Hübsch"), har koordineret priser og udvekslet prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser med en konkurrerende virksomhed.
 2. Sagen udspringer af materiale indhentet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i forbindelse med en kontrolundersøgelse den 11. november 2021.
 3. Styrelsen vurderer, at det relevante marked i denne sag umiddelbart kan afgrænses til det danske engrosmarked for boligindretningsartikler. Styrelsen har ikke foretaget en endelig afgrænsning af markedet, da det i denne sag ikke er nødvendigt for sagens udfald. Den endelige afgrænsning af såvel produktmarkedet som det geografiske marked er derfor holdt åben.
 4. Materialet i sagen viser efter styrelsens vurdering, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed i januar 2021 koordinerede engrospriser i forbindelse med lanceringerne af virksomhedernes respektive forårs-/sommerkollektioner for 2021. Dette kom efter styrelsens vurdering til udtryk i en horisontal aftale og/eller en samordnet praksis om at indføre et Covid-19-gebyr, samt en generel prisstigning, pr. 1. februar 2021.
 5. Materialet i sagen viser efter styrelsens vurdering endvidere, at Hübsch igen i juli 2021 kommunikerede med den Konkurrerende Virksomhed i forbindelse med lanceringen af efterårs-/vinterkollektionen for 2021, og at virksomhederne i den forbindelse udvekslede prisoplysninger, hvorefter Hübsch indførte en generel prisstigning pr. 16. august 2021.
 6. Det er styrelsens vurdering, at den samlede adfærd udgjorde én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis, og videre at denne adfærd er omfattet af forbuddet i konkurrencelovens § 6, stk. 1 og TEUF artikel 101, stk. 1.
 7. Erfaringer fra praksis og økonomisk teori viser, at aftaler m.v. om koordinering af priser mellem konkurrenter objektivt set er egnet til og dermed har til formål at begrænse konkurrencen, fordi de udgør overtrædelser, der i sig selv er tilstrækkeligt skadelige for konkurrencen.
 8. Det skyldes blandt andet, at sådanne aftaler m.v. gør det muligt for deltagerne med en rimelig grad af sikkerhed at forudsige, hvilken prispolitik deres konkurrenter vil følge. Dette kan medføre fx højere priser hos kunderne (i denne sag detailforhandlere) og er i sidste ende egnet til at medføre højere priser for forbrugerne.
 9. For at vurdere om virksomheders adfærd i sig selv er tilstrækkelig skadelig for konkurrencen til at kunne anses for at have et konkurrencebegrænsende formål, tages der hensyn til aftalens og/eller den samordnede praksis indhold, de målsætninger, der søges gennemført med aftalen og/eller den samordnede praksis og den økonomiske og retlige sammenhæng, hvori aftalen og/eller den samordnede praksis indgår.
 10. Det er styrelsens vurdering, at den omhandlende adfærds indhold og objektive formål og også den retlige og økonomiske kontekst understøtter, at adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen. Styrelsen har lagt vægt på, at priser er en væsentlig konkurrenceparameter, at adfærden vedrører netop prissætning, og at intet i den økonomiske og retlige kontekst kan begrunde, at den konkrete adfærd ikke har til formål at begrænse konkurrencen.
-

-
11. Endelig har styrelsen vurderet, at adfærden ikke var omfattet af en gruppefritagelse, og at adfærden ikke opfylder betingelserne for individuel fritagelse i konkurrencelovens § 8, stk. 1.
 12. Samlet er det derfor styrelsens vurdering, at Hübsch har overtrådt forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler m.v. i konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1 og stk. 3, og TEUF artikel 101, stk. 1, litra a).
-

2. Afgørelse

13. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:
 14. Det meddeles Hübsch A/S, at Hübsch A/S har overtrådt forbuddet mod konkurrencebegrænsende aftaler m.v. i konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1 og stk. 3, og TEUF artikel 101, stk. 1, litra a), ved i perioden fra den 18. januar 2021 til i hvert fald den 29. juli 2021:

at have indgået én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis med en konkurrerende virksomhed om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser for engrossalg af boligindretningsartikler.
 15. I medfør af konkurrencelovens § 6, stk. 4, 1. pkt., jf. § 16, stk. 1 og TEUF artikel 101, jf. konkurrencelovens § 16, stk. 1, jf. § 2, stk. 6, påbyder Konkurrencerådet Hübsch A/S:
 - » straks at bringe den i punkt 14 nævnte overtrædelse til ophør, såfremt dette ikke allerede er sket,
 - » fremover at afstå fra adfærd, der har samme eller tilsvarende formål eller følge, som beskrevet i punkt 14.
-

3. Sagsfremstilling

3.1 Indledning

16. Denne sag handler om, at den danske interiørvirksomhed, Hübsch A/S, har indgået én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser for engrossalg af boligindretningsartikler med en konkurrerende virksomhed, Broste Copenhagen A/S.
17. Sagen udspringer af materiale indhentet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i forbindelse med en kontrolundersøgelse den 11. november 2021.
18. Materialet fra kontrolundersøgelsen gav anledning til, at styrelsen den 26. september 2022 sendte en meddelelse om betænkeligheder til Hübsch A/S for at orientere om de mulige konkurrencemæssige problemer, som styrelsen foreløbigt havde identificeret i sagen.¹
19. Styrelsen har herudover under sagens behandling løbende været i dialog med Hübsch A/S, der har afgivet oplysninger til styrelsen blandt andet i forbindelse med besvarelse af spørgsmål fra styrelsen.

3.2 De involverede virksomheder

20. De involverede virksomheder i denne sag er Hübsch A/S og Broste Copenhagen A/S.
21. Virksomheden Broste Copenhagen A/S har den 19. april 2023 vedtaget et udenretligt bødeforelæg i medfør af konkurrencelovens § 23 j, og derved erkendt at have overtrådt konkurrencelovens § 23, stk. 1, nr. 1 og 12, jf. § 6, stk. 1, og EUF-traktatens artikel 101, stk. 1, jf. konkurrencelovens § 2, stk. 6, ved i januar 2021 og juli 2021 forsætligt eller uagtsomt at have indgået én eller flere aftaler m.v., der direkte eller indirekte har haft til formål eller følge at begrænse konkurrencen.
22. Denne sag vedrører således alene virksomheden Hübsch A/S, der er sagens part. Broste Copenhagen A/S' adfærd er imidlertid relevant for vurderingen af Hübsch A/S' adfærd og er derfor i nødvendigt omfang inddraget i nærværende sag. Broste Copenhagen A/S beskrives i det følgende som den "Konkurrerende Virksomhed" eller "Konkurrenten".

3.2.1 Hübsch A/S

23. Hübsch A/S ("Hübsch") er en dansk producent og distributør af boligindretningsartikler af eget mærke. Hübsch producerer og sælger et bredt sortiment af produkter.

¹ Jf. Bilag 2: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder af 26. september 2022 til Hübsch A/S, Hübsch A/S' skriftlige bemærkninger af 10. oktober 2022 til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder, og styrelsens svar af 3. november 2022, side 1-3.

-
24. Af Hübsch' hjemmeside fremgik i den for sagen relevante periode produktkategorierne: Møbler, Belysning og Boligtilbehør.² Hver produktkategori har en række underkategorier tilknyttet, der omfatter en lang række produkttyper. Kategorien Boligtilbehør omfatter fx underkategorierne: Kontor, Opbevaring og Køkken.
25. Hübsch har oplyst, at virksomheden designer og lancerer én til to kollektioner årligt, men at der sker en løbende udskiftning af produkter i sortimentet.³ Produkterne produceres primært i Kina og Vietnam (møbler) samt i begrænset omfang i en række andre lande.⁴
26. Hübsch har oplyst, at virksomhedens salg udelukkende sker som B2B-salg via virksomhedens hjemmeside, hvor virksomhedens priser og eventuelle prisstigninger fremgår.⁵
27. Hübsch har desuden oplyst, at Hübsch forhandler sine varer til 25 lande inden for EU.⁶ Det fremgår af Hübsch' hjemmeside, at der i Danmark er 134 fysiske butikker og 88 webshops, der sælger Hübsch' produkter.⁷ Hübsch sælger således sine produkter bredt i hele Danmark samt i en række lande inden for EU til hovedsageligt detailforhandlere, der herefter videresælger produkterne til forbrugere.
28. Hübsch er en del af en koncern. Virksomhederne FVH HOLDING ApS, JKRÜGER HOLDING ApS og DRH HOLDING, HERNING ApS ejer hver 1/3 af anparterne i Hübsch. FVH HOLDING ApS har 67 pct. af stemmerettighederne i Hübsch.⁸ Hübsch har datterselskabet, Hübsch HI Park ApS, hvoraf Hübsch ejer 100 pct.
29. Hübsch har oplyst, at Hübsch havde en omsætning på [...] kr. i 2021, som er den relevante periode for nærværende sag.⁹

3.2.2 Den Konkurrerende Virksomhed

30. Den Konkurrerende Virksomhed er ligeledes en dansk producent og distributør af boligindretningssartikler, som producerer og sælger et bredt sortiment af produkter af eget mærke.
31. Af den Konkurrerende Virksomheds hjemmeside fremgik i den for sagen relevante periode følgende produktkategorier: Kontorartikler, Opbevaring, Borddækning, Køkken, Møbler, Belysning, Dekoration, Boligtekstiler, Lys og Udendørs.¹⁰

² Jf. <https://web.archive.org/web/20210120100949/https://hubsch-interior.com/da/>.

³ Jf. Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023, side 5.

⁴ Jf. Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023, side 5.

⁵ Jf. Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023, side 5-6. Hübsch har oplyst, at der gennem en koncernforbundet virksomhed sælges direkte til forbrugere i hele Danmark via egen webshop.

⁶ Jf. Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023, side 9.

⁷ Jf. Hübsch' hjemmeside: <https://hubsch-interior.com/da/forhandler/> (besøgt den 30.05.2023).

⁸ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringsvar af 6. februar 2024, side 8.

⁹ Jf. Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023, side 9.

¹⁰ Jf. <https://web.archive.org/web/20210618184506/https://www.brostecopenhagen.com/dk/produkter/c-146/>.

32. Den Konkurrerende Virksomhed har oplyst, at virksomheden lancerer nye kollektioner to gange årligt: Den 1. januar lanceres forårs-/sommerkollektionen, og den 1. juli lanceres efterårs-/vinterkollektionen.¹¹
33. Den Konkurrerende Virksomhed har endvidere oplyst, at virksomheden selv designer produkterne, som bliver produceret i en række lande herunder Kina, Polen, Letland, Tyskland og Danmark. Produkterne sælges fra virksomhedens adresse i Danmark via virksomhedens hjemmeside, og virksomhedens priser samt eventuelle prisstigninger fremgår af deres salgskatalog.¹²
34. I den relevante periode for nærværende sag handlede den Konkurrerende Virksomhed udelukkende med engrossalg til hovedsageligt detailforhandlere i hele Danmark samt i en række lande inden for og uden for EU.¹³

3.2.3 Centrale personer i sagen

35. Af Tabel 3.1 nedenfor fremgår en oversigt over de centrale personer, der er nævnt i sagens materiale, jf. afsnit 3.4, og som er relevante for nærværende sag.

Tabel 3.1 Oversigt over centrale personer, der fremgår af sagens materiale

Virksomhed	Navn	Titel
Hübsch A/S	[...]	CEO, bestyrelsesmedlem
Hübsch A/S	[...]	Sales & Marketing Director, bestyrelsesmedlem
Hübsch A/S	[...]	Creative Director, bestyrelsesmedlem
Den Konkurrerende Virksomhed	[...]	CEO, bestyrelsesmedlem
Den Konkurrerende Virksomhed	[...]	Sales Director

Kilde: <https://datacvr.virk.dk/>, Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023, side 8, samt Bilag 3: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 7. november 2022 og den Konkurrerende Virksomheds svar af 14. november 2022, side 10 og 13.

3.3 Markedsbeskrivelse

36. Denne sag vedrører engrossalg af boligindretningsartikler. Dette omfatter en bred vifte af produktkategorier og omfatter en lang række produkter til boligen inden for kategorierne:

» **Køkkentilbehør:** Produkter, der typisk bruges i køkkenet (fx skærebrætter, ovnfaste fade, bordskånere, køkkenrulleholdere), og køkkentekstiler (fx karklude, viskestykker).

¹¹ Jf. Bilag 3: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 7. november 2022 og den Konkurrerende Virksomheds svar af 14. november 2022, side 5.

¹² Jf. Bilag 3: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 7. november 2022 og den Konkurrerende Virksomheds svar af 14. november 2022, side 5 og 7, samt <https://www.brostedcopenhagen.com/dk/customer-service/btb-portal/>.

¹³ Jf. Bilag 3: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 7. november 2022 og den Konkurrerende Virksomheds svar af 14. november 2022, side 6.

-
- » **Produkter til borddækning:** Produkter, der typisk bruges ved spisebordet (fx glas, tallerkner, bestik, kopper, serveringsredskaber).
 - » **Møbler:** Små-til-mellemstore møbler (fx sofaer, borde, stole, reoler, hylder).
 - » **Andet boligtilbehør:** Pyntegenstande til boligen (fx vaser, julepynt, lysestager, figurer, ure, lys), produkter til badeværelset, have og grill, belysning, bord- og indretningstekstiler (fx duge, sengetæpper, sengetøj), samt galleri- og papirvarer (fx postkort, plakater).¹⁴
37. Boligindretningsartikler produceres verden over og forhandles i engrosledet af producenterne selv og/eller gennem distributører/grossister.¹⁵ Herefter samlet omtalt som "leverandører".
 38. Selvom nogle boligindretningsartikler kan opfylde samme formål, differentierer producenter ofte deres produkter i forhold til fx pris, kvalitet, design, materiale osv.¹⁶
 39. Nogle leverandører sælger et bredt udvalg af produkter inden for en række produktkategorier, mens andre leverandører udelukkende producerer og sælger produkter inden for en enkelt eller få produktkategorier.¹⁷ Samlet er det imidlertid de færreste leverandører, der producerer eller sælger alle varettyper og produktkategorier inden for boligindretningsartikler.¹⁸
 40. Dette afspejles ligeledes i detailledet, hvor boligindretningsartikler forhandles gennem et bredt udvalg af forhandlere, som ofte indkøber deres sortiment hos mange forskellige leverandører (danske såvel som udenlandske).¹⁹ Eksempelvis sælges flere af de samme typer af produkter fra en række leverandører, herunder fra Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed, af danske internetforhandlere som fx Boozt.com, Luxoliving.dk, Byhornsleth.dk, Kitchentime.dk og Unoliving.dk, og også i en række fysiske butikker i Danmark, som fx Magasin, Bahne, Byflou og Notre Dame.
 41. Boligindretningsartikler forhandles ofte direkte fra leverandørernes hjemmesider via B2B portaler og igennem salgskataloger. Nogle leverandører forhandler udelukkende B2B, mens andre også sælger direkte til forbrugere.
 42. Fælles for boligindretningsartikler er, at de typisk anvendes af forbrugere og andre slutkunder til brug og/eller dekoration i boligen. Visse produkter som fx bordservice eller kontorartikler anvendes tillige af virksomheder til brug og/eller dekoration i fx caféer eller lignende.

¹⁴ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen bemærker, at inddelingen i disse fire produktkategorier ikke er udtømmende, ligesom grænserne for, hvilke produkter der indgår i produktkategorierne, til dels er flydende, jf. nærmere punkt 129, fodnote 99 og punkt 132.

¹⁵ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 16. august 2017, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S (Imerco/Inspiration)*, punkterne 139-140.

¹⁶ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 16. august 2017, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S (Imerco/Inspiration)*, punkt 140.

¹⁷ Se fx Konkurrencerådets afgørelse af 16. august 2017, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S (Imerco/Inspiration)*, Tabel 4.2, side 33, som vedrørte detailmarkedet for boligartikler.

¹⁸ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 16. august 2017, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S (Imerco/Inspiration)*, punkterne 141-142, som vedrørte detailmarkedet for boligartikler, samt Konkurrencerådets afgørelse af 25. september 2013, *JYSKs erhvervelse af enekontrol med IDdesign A/S (JYSK/IDdesign)*, punkt 86.

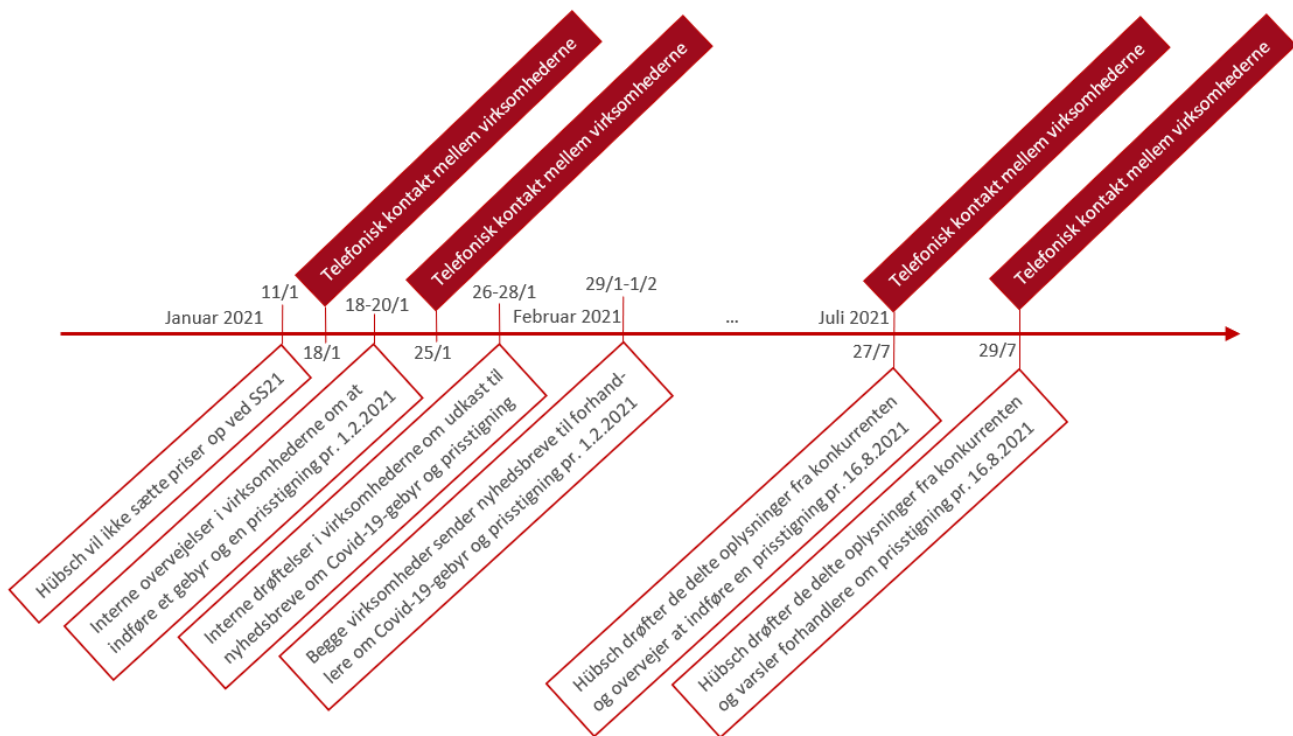
¹⁹ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. marts 2009, *Axcel III's køb af ILVA A/S og ILVA AB (ILVA/IDEmøbler)*, punkterne 192-193 smh. 197, samt Konkurrencerådets afgørelse af 25. september 2013, *JYSKs erhvervelse af enekontrol med IDdesign A/S (JYSK/IDdesign)*, punkt 119. I begge afgørelser fandt Konkurrencerådet, at boligtekstiler og -tilbehør forhandles af en lang række forskellige detailforhandlere, bl.a. isenkræmmere, møbelhuse, supermarkeder og byggemarkeder. I afgørelsen *Imerco/Inspiration* fandt Konkurrencerådet bl.a., at boligartikler, som i sagen også omfattede elektriske apparater, ligeledes forhandles af et bredt udvalg af detailforhandlere, heriblandt: Klassiske/traditionelle isenkræmmere, internetforhandlere, dagligvarekæder, elektronikforhandlere, stormagasiner, producenter-nes egne butikker, møbelhuse og byggemarkeder m.v., jf. afgørelsens punkt 139.

3.4 Den omhandlede adfærd

3.4.1 Materiale fra styrelsens kontrolundersøgelse

43. Sagens materiale dækker perioden fra den 11. januar 2021 til den 29. juli 2021, jf. Figur 3.1 nedenfor. Af Figuren fremgår et overordnet overblik over sagens materiale, herunder angivelse af direkte kontakt mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed.
44. Materialet i sagen viser, at Hübsch i forbindelse med lanceringen af sin forårs-/sommerkollektion for 2021 i januar 2021 kommunikerede med den Konkurrerende Virksomhed om virksomhedernes fremtidige prisadfærd, i form af indførelsen af et Covid-19-gebyr²⁰ på fire pct. samt en generel prisstigning, begge dele pr. 1. februar 2021. Materialet viser, at Hübsch igen i juli 2021, i forbindelse med lanceringen af efterårs-/vinterkollektion for 2021, kommunikerede med den Konkurrerende Virksomhed, hvorefter Hübsch indførte en generel prisstigning pr. 16. august 2021.²¹

Figur 3.1 Overordnet overblik over sagens materiale, herunder angivelse af direkte kontakt mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed



Kilde: Figur udarbejdet af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen på baggrund af relevant materiale fra styrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, jf. Bilag 1.

²⁰ Det bemærkes, at virksomhederne i sagens materiale omtaler Covid-19-gebyret som bl.a. "fragttillæg", "Covid-19 tillæg", "CV19 tillæg", "Covid-19-gebyr" og "Covid-19-fragt gebyr". Begreberne anvendes synonymt og omtales af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen som enten "Covid-19-gebyr" eller "gebyr".

²¹ Det bemærkes, at virksomhederne i sagens materiale omtaler forårs-/sommerkollektionen som "SS[årstal]" (på engelsk: Spring/Summer) og efterårs-/vinterkollektionen, som "AW[årstal]" (på engelsk: Autumn/Winter).

45. I det følgende fremgår citater fra sagens materiale i kronologisk rækkefølge.
46. Det fremgår af materialet, at det internt i Hübsch **den 11. januar 2021** drøftes, om Hübsch skal ændre sine priser som følge af stigende fragtomkostninger.²² Det fremgår blandt andet, at Hübsch' Sales & Marketing Director sender en mail til en række medarbejdere i Hübsch med emnet "*Prisændringer ift. forhøjede importpriser*" med Hübsch' CEO og Hübsch' Creative Director cc:

"Kære alle

Som I jo nok har hørt, så ligger importraterne pt. på 4 gange de normale rater, og det påvirker naturligvis vores fortjeneste markant.

Vi har dog besluttet, at vi som udgangspunkt i SS21 ikke kommer til at ændre vores priser, selvom det koster os flere millioner.

Vi mener, at vi kan skrue på nogle andre ting, samt acceptere en mindre fortjeneste i foråret.

Dog er der en forventning i branchen, at prisniveauet på importfragt generelt forventes at forblive det dobbelte af de rater, der har været i 2020.

Derfor vil der komme prisstigninger fra vores AW21-kollektion.

Vi mærker selvfølgelig efter i markedet og justerer derefter, men vi har en forventning om en prisstigning på mindst 5%.

Alt dette er naturligvis intern viden, og er der nogen, der spørger til vores strategi, kan I henvise dem til mig eller [...] [Hübsch' CEO].

Hvis I hører noget om, hvordan andre aktører i markedet forholder sig til dette, hører vi naturligvis meget gerne.

*Mange tak.*²³ [Hübsch' understregning og styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

47. **Den 18. januar 2021** skrev Hübsch' Key Account Manager i en intern mail til Hübsch' CEO med emnet "*[...] fra Broste har haft ringet*":

"[...] [...] [Konkurrentens Sales Director] fra Broste har haft ringet og vil gerne snakke med dig.

*Hans nummer er [...]"*²⁴ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

48. Samme dag **den 18. januar 2021** sendte Hübsch' CEO en SMS til Konkurrentens Sales Director, hvor følgende fremgår:

²² Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 1-2.

²³ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 1-2.

²⁴ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 3.

”Tak [...] [Konkurrentens Sales Director] for snakken 🙏👍🙏
 Du må altså altid gerne ringe på den her direkte til mig 🙏
 Jeg fanger dig i morgen
 [...]”²⁵ [Styrelsens tilføjelser i firkantede parenteser]

49. Senere samme dag sendte Hübsch’ CEO en intern mail til Hübsch’ Sales & Marketing Director og Hübsch’ Creative Director med emnet ”Priser SS21”:

”[...] Lige for god orden skyld

Sætter vi det op i forhold til aftale med Broste og deres fodarbejde med andre

Så er det vigtigt vi lige holder det for os selv og bare melder naturligt ud i HB [Hübsch], at vi har valg at sætte priserne op pga bla la pr 01/02

Så det ikke ”lugter for meget”

Finder medarbejderne også ud af de andre har pris ændret der kommentere vi kun på at så er det godt vi har gjort det lige så

Hvordan vi melder ud til vores kunder, pr mail, HP eller ved jeg ikke

[...]”²⁶ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

50. **Den 19. januar 2021** skrev Konkurrentens Sales Director i en intern mail til Konkurrentens CEO med emnet ”Priser”:

”[...] Tænker at vi skal korrigere priserne på alle berørte varer med alt mellem 4-6%

Og udover dette skal vi pålægge hver order en ekstra fragtlinje på 4%

Alt sammen per 1.2.

[...] og [...] har et stort ønske om at vi også ændre vore RRP priser så markedet kan se vi agere og dermed løfter priserne med i retail.

[...]

Vi vinder så dermed og omgående en nødvendig prisstigning på mange produkter fra kina som ellers ville komme

I AW sæsonen – og vi kan fjerne tillægget og fremstå pålidelige. Men har så også løftet priserne (hvilket grundet den generelle fragt stigning alligevel skulle til)

Tror det ku blive en fornuftigt ordning.

²⁵ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 4.

²⁶ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 5-6.

Samtidig læner vi os op ad [...] og Hübsch som begge vil kører med på denne

[...]”²⁷

51. Hertil svarede Konkurrentens CEO samme dag via mail:

”[...] Ja det må vi gøre.

Jeg skal blot finde en automatiseret måde at ændre RRP priserne på da det er ca. 15.000 rettelser!

[...]”²⁸

52. **Den 20. januar 2021** skrev Hübsch’ CEO i en intern mail til Hübsch’ Sales & Marketing Director med Hübsch’ Creative Director cc med emnet: *”Priser / Fragt”*:

”[...] Broste gør sådan her

- *Et % tillæg på varen som gælder fra 01/02-2021, altså vi sætter varen op på www og i kataloget AW21 så pris stigningen gælder fra 01/02 til 31/12 som min*

Jeg synes 6 % da jeg mener vores varer kan holde til det ”overall” – nogle vil være mindre end de 6% men hvis [...] [Hübsch’ Sales & Marketing Director] laver en kørsel på det vil jeg korriger priserne

- *Et fragttillæg på 3% på alle ordre foruden ovenstående pris stigning.*

De 3 % vil så forventelig forsvinde når raten er ”nede igen” forventelig 01/08 – 01/09 -2021 - og vi bibeholder så kun d 6% stigning på varen for AW21 pga den stigning der er generelt på fragten

[...]”²⁹ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

53. Dagen efter **den 21. januar 2021** svarede Hübsch’ Sales & Marketing Director ved mail:

”[...] Vedhæftet priser på varer.

Jeg har lavet et udregning på 6%, hvor der rundes lidt op og ned.

Procenten vises til højre, den lyser rød, hvis en procentsats kommer uden for 5,5 – 6,5.

Du kan skrive i det hvide felt, så retter procenten sig herefter.

²⁷ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 7-8.

²⁸ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 7-8.

²⁹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 11-12.

[...]³⁰

54. Samme dag svarede Hübsch' CEO ved mail:

"100 tak [...] [Hübsch' Sales & Marketing Director] jeg går i gang

*Vi skal have lavet et skrift il vores kunder på det samme"*³¹ [Styrelsens tilføjelse i fir-kantede parenteser]

55. Næste dag **den 22. januar 2021** sendte Hübsch' Sales & Marketing Director en intern mail til Hübsch CEO med emnet "*Fragt/Prisændringer*".³² I mailen var vedhæftet en excel-fil med en liste over varer samt eventuelle prisstigninger på disse. Af listen fremgår prisstigninger for 1.148 ud af 1.301 varer på mellem 1,4 pct. og 834,9 pct.³³ Det fremgår af excel-filen, at den gennemsnitlige prisstigning på de omfattede varer er 5,9 pct.³⁴
56. **Den 25. januar 2021** svarede Hübsch' CEO på en intern mail fra Hübsch' Sales & Marketing Director fra dagen inden med emnet "*Covid-19-gebyr*". Hübsch' CEO's svar var skrevet direkte ind i mailen fra Hübsch' Sales & Marketing Director. Hübsch' CEO's tilføjelser blev af Hübsch fremhævet med fed:

"[...] Jeg har det tekniske på plads [...].

FEDT!

Så vi kan sætte et fast 3%-gebyr på alle ordrer (på nær dem med fast rabat, som aftalt).

Lige et par ting, da jeg har salgsmøde i morgen formiddag, og så kan jeg tage det med der.

- *Vi hæver alle varer i gennemsnit 5% fra 01/02-21*

Yes – jeg har kort nævnt det over for de fleste i salg i sidste men super godt du lige tager det med dem "face to face" og det så sætter sig 😊

- *Vi indfører et 3%-gebyr på alle ordrer fra 01/02-21 og frem til 31/08 (eller en anden dato?)*

Yes "forventelig" dertil som raten vil falde ned løbende

³⁰ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 10-11.

³¹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 9-10.

³² Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 14-15.

³³ Styrelsen bemærker, at prisstigningen på 834,9 pct. kun vedrører en enkelt ud af de i alt 1.148 varer, der fremgår prisstigninger for.

³⁴ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 16-146.

Så de 3% dækker den meget kunstige rate der er nu og de næste md fra FØ pga der mangler bla 2.1 TEU til CN og de når kun forventeligt at sende 65% ud fra CNY

De 5% er for at absorbere den dobbelt rate der er varslet fremad mod 2020 og frem

- Vi kommunikerer dette ud til alle kunder på forhånd (jeg skriver tekst mv.)

Yes men lad mig lige vende den med [...] [Konkurrentens Sales Director] fra Broste så vi afstemmer inden vi sender den. Jeg ringer til ham så snart jeg har den

Så tænker jeg dette:

- Alle ordrer, som er afgivet før 01/02 bliver til gammel pris, men alt efter 01/02 bliver med ny pris (+5%)

Yes

- Alle ordrer, som skal sendes efter 01/02 får 3%-gebyr, selvom de er afgivet før 01/02

Yes

[...]”³⁵ [Styrelsens tilføjelser i firkantede parenteser]

57. Senere samme dag sendte Hübsch’ Sales & Marketing Director en intern mail til Hübsch’ CEO med emnet ”Tekst om CV19-rater”. Af mailen fremgik et udkast til det nyhedsbrev, Hübsch påtænkte at sende ud til sine kunder (detailforhandlere):

”Kære kunde

Vi oplever i øjeblikket enorme stigninger på søfragt fra vores leverandører.

På nuværende tidspunkt er fragtraterne 500-600% højere end i efteråret 2020.

Forårsaget af den igangværende Covid-19-pandemi, er de primære årsager en stor mangel på både skibe og tomme containere, samt store problemer med forstop-pelse/flaskehalse pga. markant øget aktivitet i de enkelte havne.

Det forventes, at situationen vil være uændret i forår og sommer 2021, og at niveauet herefter falder. Dog er forventningen, at raterne fremadrettet vil være mindst 200% af raterne fra 2020.

På baggrund af dette er vi nødsaget til at hæve vores priser en lille smule, hvilket vi ske med effekt fra 01/02-2021.

De nye priser vi fremgå på webshoppen og ordrebekræftelser/fakturaer.

³⁵ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 149-147.

Alle bestillinger foretaget før 01/02-2021 faktureres naturligvis til den tidligere aftalte pris.

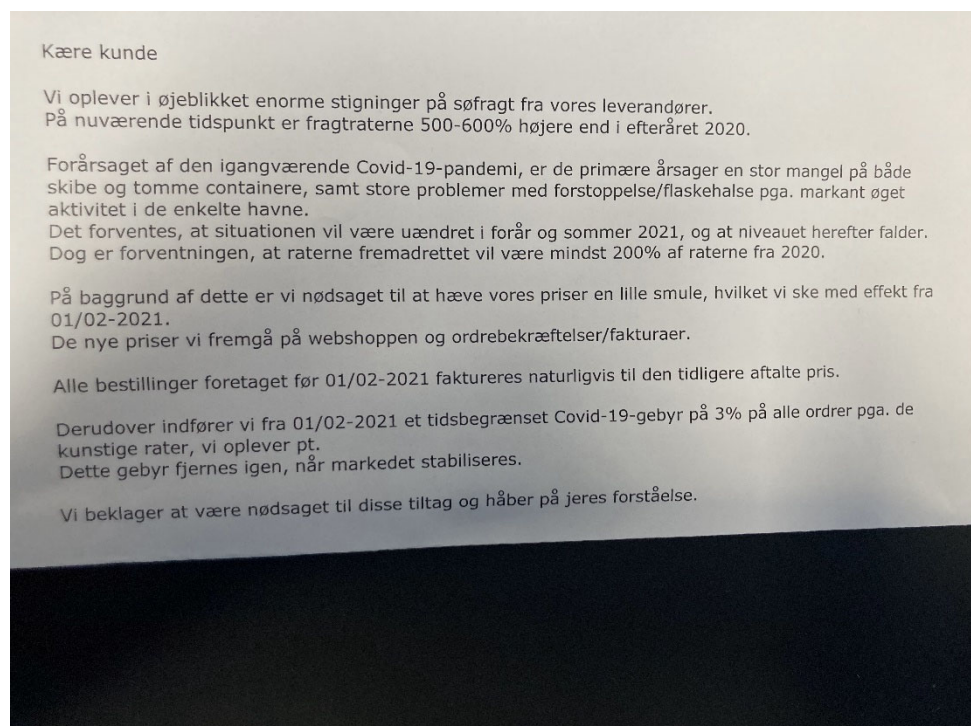
Derudover indfører vi fra 01/02-2021 et tidsbegrænset Covid-19-gebyr på 3% på alle ordrer pga. de kunstige rater, vi oplever pt.

Dette gebyr fjernes igen, når markedet stabiliseres.

Vi beklager at være nødsaget til disse tiltag og håber på jeres forståelse.”³⁶

58. I forlængelse heraf sendte Hübsch' CEO samme dag en SMS til Konkurrentens Sales Director. I SMS'en var vedhæftet et billede af Hübsch' nyhedsbrev til sine kunder (detailforhandlere), som også fremgår af punkt 57 umiddelbart ovenfor. Af SMS'en fremgik:

”Ring lige engang”³⁷



59. Samme dag svarede Hübsch' CEO på den interne mail fra Hübsch' Sales & Marketing Director af 22. januar 2021, som fremgår ovenfor i punkt 55, med emnet "SV: Fragt /Prisændringer":

”1000 tak [...] [Hübsch' Sales & Marketing Director]

Det er godt nok røv at sidde og sætter priserne op – når man ved den "mer-fortjeneste" der er gåt bare til Mærsk!!

³⁶ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 150-151.

³⁷ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 152-153.

Nå men jeg har forsøgt det bedste jeg har lært, der er "lidt op og ned" men jeg tror vi rammer de rigtige priser her

Kunne ikke fange [...] [Konkurrentens Sales Director] men forsøger i aften og så vender vi lige i morgen så vi kan melde ud"³⁸ [Styrelsens tilføjelser i firkantede parenteser]

60. Hvertil Hübsch' Sales & Marketing Director samme dag svarede:

"Super – vi vender i morgen.

Det er 5,2% i snit kan jeg se, så det er godt ramt 😊"³⁹

61. Samme dag **den 25. januar 2021** indtalte Konkurrentens Sales Director en besked på Hübsch' CEO's telefonsvarer. Følgende er af styrelsen transskriberet fra den pågældende lydfil:

"Hej [...] [Hübsch' CEO]. Jamen så har jeg læst det du har sendt til mig. Det lyder fornuftigt. Vi-- vi er lidt spredte i dag -- mange omstændigheder -- og kommer ikke rigtigt til at blive samlet her før i morgen eller i over morgen i firmaet, hvor vi så lægger os fast på, lidt som du skriver, vi kommer til at lade de varer, som reelt får et hak i tuden qua corona-- det giver vi en prisstigning alt i størrelsesordenen, tror jeg, tre til fem-seks procent, afhængig af, hvad det kan tåle og hvor prisen, du ved, lige psykologisk lander korrekt. Og så lige som dig, tror jeg vi kommer til måske i stedet for tre procent, kommer vi nok til at prøve med fire procent. [...] vi er sådan lidt uenige om procentstørrelsen på nuværende tidspunkt. Men--, du er mere end velkommen til at ringe, [...] [Hübsch' CEO]. Jeg synes det er super cool, at vi kan dele lidt de her ting. Det glæder mig. Ja, vi snakkes ved."⁴⁰ [Styrelsens tilføjelser i firkantede parenteser]

62. Samme dag skrev Konkurrentens CEO i en intern mail til Konkurrentens Sales Director med emnet "Fragttillæg":

"[...] Ved lejlighed vil du så vurdere på hvad vi skal kalde vores tillæg.

Det skal jo oversættes til flere sprog og være kort. Jeg tænker følgende kunne været et forslag:

"COVID-19, Fragttillæg"

Eller hvad mener du?"⁴¹

63. Dagen efter **den 26. januar 2021** svarede den Konkurrerende Virksomheds Sales Director ved mail:

"[...] Hvad med følgende;

³⁸ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 13-14.

³⁹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 13.

⁴⁰ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 154-155.

⁴¹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 158-159.

Kære Kunde

Store stigninger (400-600%) på søfragt på vore leverancer set ift efteråret 2020.

Den nuværende Covid-19-Pandemi, har forårsaget stor mangel på containere og skibe, deraf flaskehalse grundet øget aktivitet på alle markeder.

Vi regner med dette fortsætter foåret og sommer igenne, men at niveauet herefter vil falde, dog ikke tilbage til de Priserne fra 2020, men med en forsat stigning i fragtpriser omkring de 150-250%

Af disse årsager ser vi os nødsaget til at hæve priserne lidt på de implicerede varer med effekt pr 1.2.2021

Ordre placeret før 1.2.2021 får ikke den omtalte prisstigning. Kun ordre placeret fra den 1.2.2021

Foruden den enkelte varers prisstigning er vi nødsaget til at pålægge samtlige ordre et Covid-19-fragt gebyr pga de ekstremt høje fragtpriser, dette vil være 4% som vil blive tilført samtlige ordre.

Når markedet stabiliseres og falder til et mere normalt niveau, fjernes dette gebyr.

Vi beklager meget denne situation og heraf vore tiltag men håber på jeres forståelse.

[...]^{A2}

64. Samme dag skrev Konkurrentens Sales Director endnu en mail til Konkurrentens CEO med emnet "SV: Fragttillæg", hvor følgende fremgik:

"Gider du give en melding ift gebyret om du er enig i størrelsen ?

Så får jeg Hübsch til at lave det til 4% også ;o)^{A3}

65. Samme dag, svarede Konkurrentens CEO ved mail:

"[...] Det lyder godt.

Jeg synes også 4 % er fint.^{A4}

66. **Den 27. januar 2021** sendte Konkurrentens CEO en intern mail til Konkurrentens Sales Director samt flere medarbejdere i den Konkurrerende Virksomhed med emnet "Prisstigninger", hvor følgende fremgik:

"[...] Blot så vi alle er med i loopet.

⁴² Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 156-158.

⁴³ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 156.

⁴⁴ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 160.

Vi har besluttet følgende i forbindelse med de øgede fragtomkostninger inbound:

4% fragttillæg på alle ordrer fra 1. februar.

5% prisstigning på alle kode 1 og kode 7 varer som modtages i perioden januar til juni.

5% prisstigning på alt stel, glas og bestik.

Alle berørte varer ændrer også RRP pris på webben.

Alle priser uploades via [...] [Konkurrentens daværende CFO] i C5, gældende pr. 1. februar.

[...]”⁴⁵ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

67. **Den 28. januar 2021** skrev Hübsch’ Sales & Marketing Director i en intern mail til en række medarbejdere i Hübsch med emnet ”Prisændringer og gebyr pga. Covid-19”:

”Fra mandag d. 1/2-21 vil der komme prisstigninger på vores varer, og der vil blive lavet et midlertidigt gebyr på 4% på alle ordrer.

Vi kommunikerer dette ud til alle kunder via en nyhedsmail, samt det kommer på hjemmesiden, når kunden færdiggør en ordre.

På hjemmesiden vises beskeden kun 1 gang for hver kunde, så de ikke skal klikke sig gennem, hver gang, de skal lægge en ordre.

Det kommer desuden til at stå i vores handelsbetingelser.

Vi håber på, at der vil være færre kunder, der spørger ind til dette, ved at vi kommunikerer ud på forhånd.

Der tages udgangspunkt i nedenstående tekst til kunderne, som varieres alt efter kontekst:

Kære kunde

Vi oplever i øjeblikket enorme stigninger på søfragt fra vores leverandører.

På nuværende tidspunkt er fragtraterne 500-600% højere end i efteråret 2020.

Forårsaget af den igangværende Covid-19-pandemi, er de primære årsager en stor mangel på både skibe og tomme containere, samt store problemer med forstopelse/flaskehalse pga. markant øget aktivitet i de enkelte havne.

Det forventes, at situationen vil være uændret i forår og sommer 2021, og at niveauet herefter falder. Dog er forventningen, at raterne fremadrettet vil være mindst 200% af raterne fra 2020.

På baggrund af dette er vi nødsaget til at hæve vores priser en lille smule, hvilket vi ske med effekt fra 01/02-2021.

De nye priser vi fremgår på webshoppens og ordrebekræftelser/fakturaer.

⁴⁵ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 165-166.

Alle bestillinger foretaget før 01/02-2021 faktureres naturligvis til den tidligere aftalte pris.

Derudover indfører vi fra 01/02-2021 et tidsbegrænset Covid-19-gebyr på 4% på alle ordrer pga. de kunstige rater, vi oplever pt.

Dette gebyr fjernes igen, når markedet stabiliseres.

Vi beklager at være nødsaget til disse tiltag og håber på jeres forståelse.

[...]⁴⁶

68. **Den 29. januar 2021** sendte den Konkurrerende Virksomhed følgende nyhedsbrev til sine kunder (detailforhandlere) i en mail med emnet "Ekstra Covid-19 fragt gebyr":

"Covid-19 gebyr

Ekstremt høje fragtpriser medfører gebyr og højere priser

Kære Kunde

Den nuværende Covid-19-Pandemi har forårsaget stor mangel på containere og skibe, deraf flaskehalse grundet øget aktivitet på alle markeder.

Det betyder prisen på containerfragt fra Asien til Europa er steget med 400-600%, hvilket er en væsentlig udfordring for os.

Vi forventer først, prisniveauet vil stabilisere sig til efteråret og være 150-250% over 2020 priserne. Af disse årsager ser vi os nødsaget til at hæve priserne lidt på de implicerede varer med effekt pr 1.2.2021.

Ordre placeret før 1.2.2021 får ikke den omtalte prisstigning. Kun ordre placeret fra den 1.2.2021

Foruden den enkelte varers prisstigning er vi nødsaget til at pålægge samtlige ordre et Covid-19 gebyr på 4%, som vil blive tilført samtlige ordre.

Se de opdaterede priser på vor web og check jeres ordrebekræftelser.

Når markedet stabiliseres og falder til et mere normalt niveau, fjernes dette gebyr.

Vi beklager meget denne situation og heraf vore tiltag men håber på jeres forståelse.

[...]⁴⁷

⁴⁶ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 167-168.

⁴⁷ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 169-171. Nyhedsbrevet sendes ligeledes ud i en version på engelsk, fransk og tysk.

69. **Den 1. februar 2021** sendte Hübsch et nyhedsbrev via mail til sine kunder (detailforhandlere) med emnet *"Prisændringer pga. Covid-19"*. I nyhedsbrevet, som har samme tekst som udkastet i punkt 67 ovenfor, varslede Hübsch indførelsen af et Covid-19-gebyr på fire pct. samt en generel prisstigning, begge pr. 1. februar 2021.⁴⁸
70. **Den 12. februar 2021** skrev en ekstern aktør en mail til Konkurrentens Key Account Manager B2B:
- "[...] Tror Hübsch havde læst jeres nyhedsbrev andgående 5-600% prisstigning på fragt, for der kom en nærmest identisk email fra dem 2 dage efter med enslydende info om fragt og også med 4% covid 19 gebyr og generelle prisstigninger 😊*
- [...]"⁴⁹*
71. Som nævnt viser sagens materiale, at Hübsch igen i juli 2021 kommunikerede med den Konkurrerende Virksomhed i forbindelse med lanceringen af efterårs-/vinterkollektion for 2021.
72. Materialet viser, at Konkurrentens Category Manager **den 7. juni 2021** i en intern mail til Konkurrentens daværende CFO med Konkurrentens CEO og Sales Director cc med emnet *"Amendment prisstigning per 1/7-21"* skrev:
- "[...] Grundet høje fragtpriser er der behov for en prisstigning på udvalgte varer.*
- Vil du køre disse varer ind med opdateret wholesale pris, som skal have effekt fra 1/7-21.*
- Varer stiger med 10-20%.(kol. D)*
Ny salgspris er kol. E.
Priserne er ikke afrundet, efter den normale afrundingsformel. Vil du gøre dette? Pft.
- [...] [Konkurrentens Sales Director] efterlyser dertil en liste, som blev skabt ifb. Sidste prisstigning i ult. Januar.*
- [...]"⁵⁰ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]*
73. **Den 13. juli 2021** sendte den Konkurrerende Virksomhed et nyhedsbrev til sine kunder (detailforhandlere) med emnet *"INFORMATION ABOUT PRICES"*. Af nyhedsbrevet fremgik, at Konkurrenten havde opdateret sine priser, som forhandlerne kunne finde på Konkurrentens hjemmeside.⁵¹
74. **Den 26. juli 2021** skrev Hübsch' CEO i en intern mail til Hübsch Sales & Marketing Director med Hübsch' Creative Director cc med emnet *"Gode tilbud + kritisk situation"*:

⁴⁸ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 172-173.

⁴⁹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 174.

⁵⁰ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 178-179.

⁵¹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 180-182.

"[...] Vi står virkelig i en meget svært situation med at få varer hjem og de varer vi for hjem tjener vi ikke penge på da en container nu koster 120TDKK!!

Så hvis de ikke ændre sig i AUG/SEP (intet der tyder på de snakker faktisk om at en container vi komme over 20.000USD!!) – mener jeg seriøst vi bliver nød til at skære ned i firmaet da vi virkelig risikere ikke at have varer hjemme i lang tid

*Her skal vi nok også tænke over messerne til SS22 for har vi ikke rigtigt varer hjem så er der jo ingen grund til at tage på messerne og brug penge på det
Situationen er meget kritisk*

[...]”⁵²

75. Senere samme dag svarede Hübsch’ Sales & Marketing Director via mail med Hübsch’ Creative Director cc:

"[...] Ift. vores import, er der andre i branchen, vi kan sparre med? Blot så vi får set på alle sider af det.

Det er jo umuligt at gisne om fremtiden, men vi må jo få lagt en A, B og C-plan alt efter udviklingen. Jeg tror vi kan vinde noget ved en langsigtet plan med flere muligheder, så vi ikke kun har dag-til-dag-beslutninger.”⁵³

76. Dagen efter **den 27. juli 2021** svarede Hübsch’ CEO via mail med Hübsch’ Creative Director cc:

"Yes se venligst min egen mail med de udfordringer der er

Hvad løsningen er ved jeg ikke men i skal begge vide det ikke ser skide godt ud nu og fremad”⁵⁴

77. Senere samme dag skrev Hübsch’ CEO en SMS til Konkurrentens Sales Director:

"Halløjsa




Holder du ferie nu?

DBH

[...] [Hübsch’ CEO]”⁵⁵ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

78. Samme dag skrev Hübsch’ CEO endnu en SMS til Konkurrentens Sales Director:

"Tak for den gode snak som altid

Du skal vide det værdsætter jeg vores sparring / fortrolighed intern   

⁵² Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 184-185.

⁵³ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 183-184.

⁵⁴ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 183.

⁵⁵ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 186.

Ses 'derude' 🙄⁵⁶

79. Hvortil Konkurrentens Sales Director samme dag svarede via SMS:

"Tak i lige måde [...] [Hübsch' CEO] 👍 Meget værdsat.
God sommer og ja vi ses 😊"⁵⁷ [Styrelsens tilføjelse i firkantet parentes]

80. Senere samme dag **den 27. juli 2021** skrev Hübsch' CEO i en intern mail til Hübsch' Sales & Marketing Director og Hübsch' Creative Director med emnet "Broste":

"Snakket med [...] [Konkurrentens Sales Director] i 20 min dd

De har også store problemer med at få varer hjem og han ser fremtiden – som jeg gør desværre

IKKE dermed sagt "jeg" har ret – men [...] [Konkurrentens Sales Director] har også rodet med tankerne de sidste måneder kunne jeg forstå på ham

Men Broste åbner deres B2C shop op i næste md (forventelig) da de hellere ikke nu eller fremad kan drive en virksomhed med det marked der er nu B2B – og i hvor lang tid fremad ved vi jo ikke.....

Lige så satte de deres priser op med 10-20% her til AW21 + de forsatte med deres CV19 tillæg – som de nu forventer at sætte længere op

Hvor meget ved jeg ikke men kan finde ud af det

- Måske skulle vi overvære dette lige så

En anden ting kunne jo også være at fryse vores produktion ned resten af 2021 og ikke sende mere hjem før FEB/MARTS 2022

Hvorfor så det

Vi kan ikke få noget hjem rigtigt og varen er steget så meget + fragten æder det hele

Lad os sige vi stopper 40 containere så er det 4 mil mere + told vi spare – dvs vi kan omsætte for 8 mil mindre med samme resultat

Så en tanke kunne være at rydde op / koge HB [Hübsch] ned og sælge det vi har og spare på udgifterne her ved AW21

[...]"⁵⁸ [Styrelsens tilføjelser i firkantede parenteser]

⁵⁶ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 186-187.

⁵⁷ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 187.

⁵⁸ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 188-189.

81. To dage efter, **den 29. juli 2021**, skrev Hübsch' CEO i en intern mail til Hübsch' Sales & Marketing Director og Hübsch' Creative Director med emnet "40 container + CV19":

"[...] Jeg kan ikke vente med svar på om vi skal rykke vores container eller ej (se anden mail) – pga de sindssyge priser

*Skal vi have noget ud at sejle her i år inden 1sep – ja så skal jeg booke det ind nu og ikke først efter sommer ferien
Det kan ikke vente længere*

Så det har jeg gjort selvom de koster 20-25000USD stykket+ tolden

Det er 5-6 millioner mere end normalt.

Men vi skal jo have nogle varer at sende ud selvom det bliver tab for os, og det åbenlyst ikke er holdbar for os mere en 1-2 gange B2B

Om penge kunne være brugt bedre/anderledes må vi finde ud af efter i år.

[...] [Hübsch' Sales & Marketing Director]

*Det med CV19 tillæg bedes du vende retur på asap så vi kan melde det ud.
Det bliver hurtigt til store penge som ugerne går.*

Jeg stemmer klart for vi gør det"⁵⁹ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

82. Samme dag svarede Hübsch' Sales & Marketing Director via mail:

"Jeg tror, det fortsat er vigtigt at kunne sende varer ud, selvom vi ikke tjener penge på det. Signalet i, at vi fortsat kan levere varer, samt at vi ikke kommer bag i køen hos kunderne, er meget vigtig.

Derudover at der er varer til B2C, når det forhåbentligt vokser.

Ift. CV19-tillæg så gav det os større udfordringer end prisstigninger sidste gang, og ret teknisk fungerede det aldrig 100%.

Derudover må vi kun indføre det på nye ordrer, som endnu ikke er bekræftet til kunden, og det er problematisk, når kunderne samler ordrer fra nye og gamle bestillinger.

Så jeg ville hellere lave en midlertidig prisstigning på alle varer. Jeg kan hurtigt lægge X procent på alle varer og trække disse ind. Samt regulere tilbage, hvis vi får behov for det.

Hvis vi har enkelte kunder, som er lovet et længere varsel på stigninger, kan disse udelades. Mener det er 2-3 kunder.

[...]"⁶⁰

⁵⁹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 194-195.

⁶⁰ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 192-194.

-
83. Hvortil Hübsch' CEO svarede via mail:

"[...] Jeg mener vi skal sætte det op som du skriver her – og mærke standen op

Fint med de "VIP" kunder der ikke skal have dette – bare det ikke er for mange webs shop 😊

[...]"⁶¹

84. Senere samme dag svarede Hübsch' Sales & Marketing Director via mail:

"[...] Jeg tænker, at vi kan sende vedhæftede ud til alle kunder nu her, og så stiger priserne 16/8.

Hvad tænker du?"⁶²

85. Af det vedhæftede nyhedsbrev fremgik:

"Adjustments applicable from 16. August 2021

Dear partner

As you are most likely aware, this year has been very turbulent in terms of prices on sea freight, raw materials, and production.

Particularly the continuously increasing sea freight rates are putting a massive pressure on the market, and there are no signs that this will change in the rest of 2021. The current rates are 750% higher than before Covid-19.

Price increases

We unfortunately have to increase our prices, as we are not able to absorb the entire price increase.

We have therefore increased our product prices with 5 %, applicable for all orders made from 16. August 2021.

Our new price lists are attached in this e-mail.

[...]"⁶³ [Hübsch' fremhævninger]

86. Hertil svarede Hübsch' CEO senere samme dag via mail med Hübsch' Creative Director cc:

⁶¹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 192.

⁶² Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 191-192.

⁶³ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 196.

"[...] Jeg synes vi skal gøre det"⁶⁴

87. Senere samme dag **den 29. juli 2021** skrev Hübsch' CEO en SMS til Konkurrentens Sales Director:

*"Hej [...] [Konkurrentens Sales Director]
FYI
Vi laver pr 16/8 et 5% tillæg pga priserne
8-10 VIP kunder for det dog ikke
/[...] [Hübsch' CEO]"⁶⁵ [Styrelsens tilføjelser i firkantede parenteser]*

88. Hvortil Konkurrentens Sales Director via SMS svarede:

"Tak [...] [Hübsch' CEO] 🙌"⁶⁶ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

89. Herefter skrev Hübsch' CEO endnu en SMS til Konkurrentens Sales Director:

"Hvad ligger jeres på?"⁶⁷

90. Hvortil Konkurrentens Sales Director via SMS svarede:

"Stadig 4%"⁶⁸

91. Hvortil Hübsch' CEO i en SMS svarede:

"👍"⁶⁹

92. Senere samme dag den 29. juli 2021 sendte Hübsch' CEO et screendump af SMS-korrespondancen mellem Hübsch' CEO og Konkurrentens Sales Director, jf. punkterne 87-91, i en intern SMS til Hübsch' Sales & Marketing Director:

"Fra [...] [Konkurrentens Sales Director] broste"⁷⁰ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

⁶⁴ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 191.

⁶⁵ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 197.

⁶⁶ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 197-198.

⁶⁷ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 198.

⁶⁸ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 198-199.

⁶⁹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 199-200.

⁷⁰ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 201-202 og 205.



93. Hvortil Hübsch' Sales & Marketing Director via SMS svarede:

"Takker

Synes 5% er fint for os.

Vi hævdede også kun 7% sidst. Sagde du ikke Broste var 10-20%?"⁷¹

94. Hvortil Hübsch' CEO via SMS svarede:

"Enig

Jo det var på deres priser ud over CV tillæg her for AW"⁷²

95. **Den 30. juli 2021** skrev Hübsch' Sales & Marketing Director i en intern mail til en række medarbejdere i Hübsch med Hübsch' CEO og Hübsch' Creative Director cc med emnet "Prisændringer":

"[...] Jeg har her til aften [den 29. juli 2021] afsendt mails fra sales@hubsch-interior.com til kunderne for at informere om vores prisstigninger.

I kan se vedhæftet et par eksempler på de mails, der er sendt.

Der er sendt en dansk og engelsk version, da indholdet er ret kort, og derfor vurderede jeg, at vores ikke-engelske kunder kunne forstå det.

Jeg har sendt mailen ud fra nogle kriterier såsom hvornår kunden er oprettet, og hvornår de sidst har købt.

⁷¹ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 203-204.

⁷² Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 204.

*Blot så den ikke er sendt til 12.000 modtagere, men "kun" 4500 kunder (reelle kunder). [...]*⁷³ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

96. I mailen var der vedhæftet eksempler på mails sendt til Hübsch' kunder (detailforhandlere) på både dansk og engelsk, som indeholder nyhedsbreve og prislister på henholdsvis dansk og engelsk.⁷⁴ Af det danske nyhedsbrev af 29. juli 2021 fremgik:

"Reguleringer gældende fra 16. august 2021

Kære forretningspartner

Som du nok er bevidst om, har dette været et meget turbulent år med hensyn til prisstigninger på råvarer, søfragt og produktion.

Især de fortsat stigende søfragtrater sætter massivt pres på markedet, og der er ingen tegn på, at dette vil ændre sig i 2021. De nuværende rater er 750% højere end før Covid-19.

Prisstigninger

Vi er desværre nødsaget til at hæve vores priser yderligere, da vi ikke kan absorbere hele ratestigningen på søfragten.

Vi har derfor hævet vores produktpriser med ca. 5%, gældende for alle ordrer placeret fra 16. august 2021.

Vores nye prislister er vedhæftet i denne mail.

Hvis du spørgsmål, er du altid velkommen til at kontakte os.

*[...]*⁷⁵ [Hübsch' fremhævning]

3.4.2 Andet materiale fra Hübsch

97. Hübsch har i forbindelse med sit høringssvar fremlagt en mail, som ikke tidligere har været inddraget i sagen. Mailen er en intern mail af 18. maj 2021, hvor Hübsch' Sales & Marketing Director skrev til en række medarbejdere i Hübsch med emnet "*Reguleringer gældende fra 16. juni 2021*". I mailen var der vedhæftet et nyhedsbrev til Hübsch' kunder (detailforhandlere). Af mailen fremgik:

"Kære forretningspartner

Vi vil bede dig læse vedhæftede opdatering fra Hübsch omkring den aktuelle pris-og leveringssituation.

⁷³ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 206-208.

⁷⁴ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 209-247 og 248-286.

⁷⁵ Jf. Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, side 210.

Vores nye prislister er vedhæftet i denne mail og er gældende for bestillinger foretaget fra 16. juni 2021.

Vi bekræfter samtidig, at alle eksisterende ordrer til levering efter 16. juni 2021 fortsat er til SS21-priser på trods af de stigende produktions- og leveringsomkostninger.

[...]⁷⁶

98. Af det vedhæftede nyhedsbrev fremgik:

"Reguleringer gældende fra 16. juni 2021

Kære forretningspartner

Allerede i starten af året oplyste vi, at der var prisstigninger på vores råvarepriser, fragt og produktion fra vores leverandører, og desværre har markedet ikke stabiliseret sig i løbet af foråret 2021, som vi håbede.

Derfor oplever vi fortsat stigende priser.

Forsendelsestillæg fjernes

Den 1. februar 2021 indførte vi et 4%-tillæg på alle forsendelser. Dette fjerner vi dog igen fra 16 juni 2021, så der herefter ikke længere pålægges et gebyr på forsendelser.

Prisregulering

Vi har reguleret vores produktpriser på baggrund af de ændrede vilkår på fragt, råvarer og produktion. Vores nye prislister er vedhæftet i denne mail og er gældende for bestillinger foretaget fra 16. juni 2021.

Leveringstider

Vi oplever generelt længere leveringstider fra vores leverandører, og i kombination med forlængede transporttider vil det betyde, at nogle produkter kan have længere leveringstid end normalt.

Vi holder dig naturligvis løbende opdateret på eventuelle ændringer, der måtte ske på dine bestillinger.

Har du spørgsmål til ovenstående, er du altid velkommen til at kontakte os.

[...]⁷⁷ [Hübsch' fremhævninger]

⁷⁶ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringsvar af 6. februar 2024, side 45-46.

⁷⁷ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringsvar af 6. februar 2024, side 47.

3.5 Høringssvar

99. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte den 19. december 2023 en klagepunktsmeddelelse i høring hos Hübsch. Hübsch sendte den 6. februar 2024 sit høringssvar, hvor Hübsch har angivet en række bemærkninger til styrelsens klagepunktsmeddelelse.
100. Ingen af Hübsch' bemærkninger har givet anledning til, at styrelsen har ændret sin vurdering af Hübsch' adfærd i sagen.
101. I det følgende gennemgås de af Hübsch' bemærkninger, som styrelsen har fundet anledning til at inddrage i sagen og styrelsens bemærkninger hertil. Bemærkningerne er grupperet under følgende overskrifter:
1. Der foreligger ikke flere horisontale aftaler/samordnet praksis
 2. Formålet med adfærden var ikke at begrænse konkurrencen
 3. Adfærden havde ingen effekt på priserne eller virksomhedens omsætning og konkurrenceposition i markedet
 4. Adfærden skete på den Konkurrerende Virksomheds initiativ
 5. Hübsch handler ikke med samme varer som den Konkurrerende Virksomhed, som derfor ikke er substituerbare med hinanden
 6. Øvrige bemærkninger

3.5.1 Der foreligger ikke flere horisontale aftaler/samordnet praksis⁷⁸

102. Hübsch anfører i høringssvaret en række bemærkninger om, at kommunikationen mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed ikke vedrørte koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger, idet adfærden ikke handlede om prisen på konkrete varer, og at der ikke foreligger flere aftaler/samordnet praksis end den korrespondance, der pågik med den Konkurrerende Virksomhed i januar 2021.
103. Styrelsen er ikke enig med Hübsch i det anførte. Styrelsen har inddraget Hübsch' bemærkninger i afsnit 4.3.2.1 om at adfærden udgør én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis.

3.5.2 Formålet med adfærden var ikke at begrænse konkurrencen⁷⁹

104. Hübsch anfører i høringssvaret, at formålet med adfærden ikke var at begrænse konkurrencen, men snarere at fastlåse det indbyrdes konkurrenceniveau. Hübsch anfører endvidere, at kommunikationen mellem virksomhederne ikke vedrørte koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger på enkeltvarer eller varegrupper.
105. Styrelsen er ikke enig med Hübsch i det anførte. Styrelsen har inddraget Hübsch' bemærkninger i afsnit 4.3.3.3 om at priskoordineringen og udvekslingen af prisoplysninger har til formål at begrænse konkurrencen. Det bemærkes i tillæg hertil, at Hübsch selv anfører, at adfærden sigtede efter at fastlåse det indbyrdes konkurrenceniveau.

3.5.3 Adfærden havde ingen effekt på priserne eller virksomhedens omsætning og konkurrenceposition i markedet⁸⁰

106. Hübsch anfører i høringssvaret, at Hübsch' prissætning isoleret set ikke har nogen konkurrencemæssig betydning, og at mindre prisændringer ikke har afgørende indflydelse på Hübsch'

⁷⁸ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 8-11.

⁷⁹ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

⁸⁰ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 10.

omsætning og konkurrenceposition i markedet. Den konkurrencemæssige betydning har derfor ifølge Hübsch været ganske beskednen.

107. Styrelsen er ikke enig med Hübsch i det anførte. Styrelsen har inddraget Hübsch' bemærkninger i afsnit 4.3.3.3 om at priskoordineringen og udvekslingen af prisoplysninger har til formål at begrænse konkurrencen.

3.5.4 Adfærden skete på den Konkurrerende Virksomheds initiativ⁸¹

108. Hübsch anfører i høringssvaret, at det var den Konkurrerende Virksomhed, der tog initiativ til kontakten mellem virksomhederne, samt at Konkurrenten opfordrede Hübsch til at kontakte andre virksomheder i branchen, hvilket Hübsch afviste.
109. Styrelsen bemærker, at Hübsch i løbet af den relevante periode også selv tog initiativ til at kontakte den Konkurrerende Virksomhed. Styrelsen har inddraget Hübsch' bemærkninger i afsnit 4.3.2.1 om at adfærden udgør én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis.

3.5.5 Hübsch handler ikke med samme varer som den Konkurrerende Virksomhed, som derfor ikke er substituerbare med hinanden⁸²

110. Hübsch anfører i høringssvaret, at der ikke er direkte konkurrence mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed på specifikke varer, idet varerne ikke er substituerbare. Hübsch anfører, at Hübsch' brand samt produkternes unikke design og kvalitet i høj grad vil være bestemmende for, hvilken vare i markedet, en kunde vælger.
111. Styrelsen er ikke enig med Hübsch i det anførte. Styrelsen har inddraget Hübsch' bemærkninger i afsnit 4.1.1.2 om produktmarkedet for engrossalg af boligindretningsartikler.

3.5.6 Øvrige bemærkninger

112. Hübsch anfører i høringssvaret, at det ikke er nødvendigt at udstede et påbud for at bringe overtrædelsen til ophør, da Hübsch allerede er ophørt med adfærden.⁸³
113. Hertil bemærker styrelsen, at et evt. ophør en af ulovlig adfærd, inden Konkurrencerådet måtte træffe afgørelse i en sag, ikke i sig selv er til hinder for udstedelse af et påbud, jf. Konkurrenceankenævnets kendelse af 26. november 2009, *International Transport Danmark (ITD)*, hvor Konkurrenceankenævnet bl.a. har tiltrådt, at: "et påbud skal sikre, at konkurrencemyndighederne på en hurtig og effektiv måde kan gribe ind, hvis adressaten for et påbud på et senere tidspunkt genoptager en adfærd, som Konkurrencerådet tidligere har fundet ulovlig. Et påbud skal med andre ord sikre, at den samme overtrædelse (som omfattet af påbuddet) kan straffes umiddelbart i medfør af konkurrencelovens § 23, stk. 1, nr. 8 [nu stk. 3], jf. § 16. Et påbud til en virksomhed om at bringe en given adfærd til ophør må i denne forbindelse også kunne forstås som, at virksomheden påbydes ikke at genoptage den pågældende adfærd – uanset om virksomheden er ophørt med den pågældende adfærd [...]".

⁸¹ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 8-9.

⁸² Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 9.

⁸³ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

-
114. Hübsch anfører i høringsvaret, at styrelsens anvendelse af "forhandlerbegrebet" i klagepunktsmeddelelsen er misvisende, idet Hübsch ikke har egentlige forhandleraftaler med sine kunder i juridisk forstand. Hübsch sælger i B2B-leddet kun til selvstændige kunder.⁸⁴
 115. På baggrund af Hübsch' bemærkninger har styrelsen tilrettet omtalen af Hübsch' B2B-kunder til "kunder (detailforhandlere)" i nærværende sag.
 116. Hübsch anfører i høringsvaret, at styrelsens angivelse af oplysninger om ejerforhold vedrørende Hübsch er faktuelle forkerte.⁸⁵
 117. På baggrund af Hübsch' bemærkninger har styrelsen tilrettet sagens punkt 28 om ejerforholdene.

⁸⁴ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringsvar af 6. februar 2024, side 10.

⁸⁵ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringsvar af 6. februar 2024, side 8.

4. Vurdering

4.1 Markedsafgrænsning

118. For at vurdere, om der foreligger en konkurrencebegrænsende aftale og/eller samordnet praksis i strid med konkurrencelovens⁸⁶ § 6 og TEUF⁸⁷ artikel 101, kan det være nødvendigt at afgrænse det relevante marked. Det er dog ikke nødvendigt med en endelig afgrænsning, medmindre det uden en sådan ikke er muligt at afgøre, om aftalen m.v. kan påvirke samhandelen mellem medlemsstater og/eller har til formål eller til følge mærkbart at begrænse konkurrencen.⁸⁸
119. Det relevante marked består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked. Formålet med at afgrænse et marked både som produktmarked og som geografisk marked er at konstatere, hvilke aktuelle konkurrenter der er i stand til at begrænse de involverede virksomheders adfærd og forhindre dem i at handle uafhængigt af et effektivt konkurrencemæssigt pres.⁸⁹
120. Den relevante tidsperiode i nærværende sag er perioden fra januar 2021 til og med i hvert fald juli 2021, jf. afsnit 4.3.2.2. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen foretager således sin vurdering af markedsafgrænsningen for denne periode.

4.1.1 Det relevante produktmarked

121. Ved det relevante produktmarked forstås markedet for de produkter eller tjenesteydelser, som forbrugerne anser for indbyrdes substituerbare på grund af deres egenskaber, pris og anvendelsesformål.⁹⁰
122. Ved afgrænsningen af det relevante produktmarked tages udgangspunkt i de produkter eller tjenesteydelser, som den mulige konkurrencebegrænsende aftale, samordnede praksis eller vedtagelse vedrører. Dernæst afgrænses hvilke øvrige produkter eller tjenesteydelser, der er substituerbare hermed.
123. Denne sag vedrører engrossalg af boligindretningsartikler, jf. afsnit 3.3.

4.1.1.1 Relevant praksis til brug for afgrænsning af produktmarkedet

124. Der findes ikke dansk praksis, der relaterer sig direkte til engrossalg af boligindretningsartikler som omfattet af nærværende sag. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har heller ikke

⁸⁶ LBK nr. 869 af 8. juli 2015 ("konkurrenceloven").

⁸⁷ Traktaten om Den Europæiske Unions Funktionsmåde, (EUT 2008 C 115) ("TEUF").

⁸⁸ Jf. Retten i Første Instans' dom af 25. oktober 2005 i sag T-38/02, *Groupe Danone mod Kommissionen*, præmis 99 og den deri citerede praksis.

⁸⁹ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (1997/C 372/03), punkt 2. Nu tilsvarende i Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 6.

⁹⁰ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (1997/C 372/03), punkt 7. Nu tilsvarende i Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 12, litra a).

kendskab til praksis fra Kommissionen, der relaterer sig til engrossalg af boligindretningsartikler. Der findes imidlertid praksis, der vedrører engrossalg af nogle af de produktkategorier, som virksomhederne i nærværende sag sælger.

125. I sagen *Fritz Hansen A/S' partneraftale*, fra 2006, som vedrørte engrosmarkedet for fremstilling af kvalitetsmøbler med designværdi, blev produktmarkedet afgrænset til engrosmarkedet for fremstilling og salg af kvalitetsmøbler med designværdi. Konkurrencestyrelsen (nu Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen) opdelte dette marked i 13 produktsegmenter, da funktionaliteten af den enkelte møbelgruppe som udgangspunkt ikke ville kunne substitueres af en anden funktionalitet. Konkurrencestyrelsen fandt med henvisning til produkternes design/originalitet, kvalitet og prestige, at møbler i den "øvre" del af markedet adskiller sig fra den øvrige del af markedet i henseende til disse parametre. Der blev således skelnet mellem high-end møbler og øvrige møbler. En yderligere afgrænsning var dog ikke nødvendig i sagen, hvorfor Konkurrencestyrelsen lod afgrænsningen af produktmarkedet stå åben.⁹¹
126. Den franske konkurrencemyndighed har i sagen, *Stokomani/Zouari*, fra 2022, som omhandlede visse af de samme typer af boligindretningsartikler som i nærværende sag, taget udgangspunkt i et samlet engrosmarked og et samlet detailmarked for salg af bazar- og dekorationsprodukter. I forhold til detailmarkedet overvejede den franske konkurrencemyndighed, hvorvidt dette marked kunne segmenteres yderligere på baggrund af pris og/eller salgskanal.⁹² Den franske konkurrencemyndighed overvejede ikke yderligere segmentering af engrosmarkedet for salg af bazar- og dekorationsprodukter til brug for sagen.
127. I øvrigt blev der i Konkurrencerådets afgørelse, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S (Imerco/Inspiration)*, fra 2017, der vedrørte *detailsalg* af mange af de samme produkter som i nærværende sag, afgrænset et marked for detailsalg af mid-range/high-end boligartikler.⁹³ Det fremgår af afgørelsen, at dette detailmarked omfatter følgende produktkategorier:⁹⁴
1. Køkkenudstyr, som dækker over produkter, der typisk anvendes i køkkenet (fx gryder, pander, køkkenknive og køkkentekstiler).⁹⁵
 2. Produkter til borddækning, som dækker over produkter, der typisk anvendes ved spisebordet (fx glas, tallerkener, bestik, serveringsredskaber).⁹⁶
 3. Elektriske apparater, som dækker over elektriske apparater til madlavning (fx kaffemaskiner, elkedler, brødristerere), til personlig pleje (fx shavere, tandbørster, apparater til hår) eller rengøring (fx strygejern, støvsugere).⁹⁷
 4. Andet boligtilbehør, som dækker over pyntegenstande til boligen (fx vaser, julepynt, lysestager, figurer, designure, lys, servietter), produkter til badeværelse, have og grill, belysning, boligindretningstilbehør (fx badeværelsesudstyr, strygebræt, småmøbler), bord- og boligindretningstekstiler (fx duge og sengetøj) samt galleri- og papirvarer (fx postkort, plakater).⁹⁸

⁹¹ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 20. december 2006, *Fritz Hansen A/S' partneraftale*, punkt 48-53.

⁹² Jf. Autorité de la Concurrence's afgørelse af 21. marts 2022, *Zouari-familiens overtagelse af Stokomani-gruppen (Stokomani/Zouari)*, punkterne 11-13 og 17.

⁹³ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 16. august 2017, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S (Imerco/Inspiration)*, punkt 210 smh. punkt 414.

⁹⁴ Jf. *Imerco/Inspiration*, punkt 210.

⁹⁵ Jf. *Imerco/Inspiration*, punkt 177.

⁹⁶ Jf. *Imerco/Inspiration*, punkt 178.

⁹⁷ Jf. *Imerco/Inspiration*, punkt 184.

⁹⁸ Jf. *Imerco/Inspiration*, punkt 179.

4.1.1.2 Produktmarkedet for engrossalg af boligindretningsartikler

128. Afgrænsningen af produktmarkedet tager udgangspunkt i de produkter, som er omfattet af Hübisch og den Konkurrerende Virksomheds adfærd, dvs. boligindretningsartikler.
129. Boligindretningsartikler omfatter følgende ikke udtømmende produktkategorier, jf. punkt 36:
- » **Køkkentilbehør:** Produkter, der typisk bruges i køkkenet (fx skærebrætter, ovnfaste fade, bordskånere, køkkenrulleholdere), og køkkentekstiler (fx karklude, viskestykker).
 - » **Produkter til borddækning:** Produkter, der typisk bruges ved spisebordet (fx glas, tallerkner, bestik, kopper, serveringsredskaber).
 - » **Møbler:** Små-til-mellemstore møbler (fx sofaer, borde, stole, reoler, hylder).
 - » **Andet boligtilbehør:** Pyntegenstande til boligen (fx vaser, julepynt, lysestager, figurer, ure, lys), produkter til badeværelset, have og grill, belysning, bord- og indretningsstekstiler (fx duge, sengetæpper, sengetøj), samt galleri- og papirvarer (fx postkort, plakater).⁹⁹
130. Hübisch har oplyst, at der ikke nødvendigvis kan ske en opdeling og afgrænsning af de omhandlede produkter i de fire ovennævnte produktkategorier. Hübisch har ligeledes oplyst, at virksomheden ikke oplever, at den opererer i afgrænsede produktmarkeder, og at virksomheden markedsfører sine produkter uden hensyntagen til eller bevidsthed om en sådan kategorisering.¹⁰⁰
131. Hübisch har endvidere oplyst, at opdelingen på Hübisch' hjemmeside, jf. punkt 24, primært er en praktisk opdeling, så kunderne nemt kan finde frem til ønskede produkter via en kategorisering af produkterne efter fx anvendelsesformål. Det er Hübisch' opfattelse, at andre udbydere af samme produkttyper tilsvarende opdeler produkterne i kategorier, men ikke nødvendigvis de samme, ud fra et ønske om at lette kundernes vej til at finde produkterne.¹⁰¹
132. Hertil bemærker Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, at inddelingen i disse fire produktkategorier ikke er udtømmende, ligesom grænserne for, hvilke produkter, der indgår i produktkategorierne, til dels er flydende, idet kategorierne dækker over mange produkter, som kan have flere anvendelsesformål. For eksempel kan ovnfaste fade anvendes både i køkkenet til madlavning og også til borddækning.
133. Den Konkurrerende Virksomhed har oplyst, at virksomheden er enig i styrelsens hypotese om et muligt produktmarked for boligindretningsartikler, der ifølge virksomheden i hvert fald omfatter de i punkt 129 nævnte fire overordnede produktkategorier, ligesom der til dels er flydende grænser mellem produkterne i kategorierne.¹⁰²
134. Engrosmarkedet for boligindretningsartikler er bl.a. karakteriseret ved at være meget varieret, idet nogle leverandører forhandler et bredt udvalg af produkter inden for en række produktkategorier, mens andre leverandører udelukkende producerer og sælger produkter inden

⁹⁹ Inddelingen er baseret på den inddeling i produktkategorier af detailmarkedet for boligartikler som Konkurrencerådet foretog i sin afgørelse af 16. august 2017, *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S (Imerco/Inspiration)*, punkt 135, samt virksomhederne i nærværende sags egne produktkategorier på deres respektive hjemmesider. De relevante produktkategorier i nærværende sag adskiller sig fra inddelingen i sagen *Imerco/Inspiration* bl.a. ved, at virksomhederne i denne sag ikke sælger elektriske apparater, men omvendt sælger et større udvalg af møbler.

¹⁰⁰ Jf. Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübisch A/S' svar af 23. februar 2023, side 5.



¹⁰¹ Jf. Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübisch A/S' svar af 23. februar 2023, side 5.

¹⁰² Jf. Bilag 3: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 7. november 2022 og den Konkurrerende Virksomheds svar af 14. november 2022, side 5.

for en enkelt eller få produktkategorier, jf. punkterne 36-40. Både Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed sælger et produktsortiment, der omfatter samtlige af de nævnte produktkategorier.

135. Det er styrelsens vurdering, at der til brug for denne sag kan afgrænses et samlet produktmarked for engrossalg af boligindretningsartikler. Markedet kan evt. segmenteres på baggrund af forskellige produktkategorier og/eller pris. Det er dog styrelsens vurdering, at spørgsmålet om segmentering kan stå åbent i denne sag. Det skyldes, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed i den relevante periode var aktuelle konkurrenter, uanset om markedet afgrænses bredere eller snævrere, idet virksomhederne i vidt omfang solgte de samme produkter (af egne mærker) inden for de samme produktkategorier og i det samme prisniveau.¹⁰³
136. Eksempelvis solgte Hübsch en plaid til [200-300] kr., mens den Konkurrerende Virksomhed solgte en lignende plaid til [200-300] kr., jf. Figur 4.1.¹⁰⁴

Figur 4.1 Eksempel 1 i Bilag 6

Hübsch	Den Konkurrerende Virksomhed
Plaid i bomuld 130x200cm Detailpris: 859,00 DKK Engrospris: [200-300] DKK	Plaid i bomuld 130x180cm Detailpris: 928,00 DKK Engrospris: [200-300] DKK
	

Note: Den Konkurrerende Virksomheds produkt i eksemplet ovenfor fremgår ikke af virksomhedens hjemmeside. Styrelsen har derfor fundet oplysninger om produktets detailpris hos en af Konkurrentens forhandlers webshop (<https://bydahlliving.dk/>).

Kilde: Oplysninger om detailpriser hentet den 17. november 2023 fra Hübsch' koncernforbundne virksomheds webshop og en af den Konkurrerende Virksomheds forhandlers webshop: <https://hubsch-interior.com> og <https://bydahlliving.dk/>. Oplysninger om engrospriser fremgår af relevant materiale fra styrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, jf. Bilag 1.

¹⁰³ Jf. Bilag 6: Eksempler på sammenlignelige produkter fra Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed. Styrelsen bemærker, at de detailpriser, der fremgår i de nævnte eksempler, er de aktuelle detailpriser på tidspunktet for styrelsens undersøgelser. Virksomhedernes engrospriser fremgår af B2B-portaler, som styrelsen ikke har adgang til. Af materiale indhentet fra styrelsens kontrolundersøgelse, jf. Bilag 1, fremgår imidlertid eksempler på prislister, der indeholder oplysninger om virksomhedernes respektive engrospriser i den for nærværende sag relevante periode. Styrelsen vurderer, at så ensrettede engros- og detailpriser understøtter, at virksomhederne var aktuelle konkurrenter i den relevante periode for nærværende sag.

¹⁰⁴ Jf. Bilag 6: Eksempler på sammenlignelige produkter fra Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed, side 1.

137. Et andet eksempel er et sofabord som Hübsch solgte til [700-850] kr., hvor den Konkurrerende Virksomhed solgte et lignende sofabord til [700-850] kr., jf. Figur 4.2.¹⁰⁵

Figur 4.2 Eksempel 2 i Bilag 6

Hübsch	Den Konkurrerende Virksomhed
Bord i metal/marmor/glas ø65xh45cm Detailpris: 2.149,00 DKK Engrospris: [700-850] DKK	Bord i glas/jern ø54xh56cm Detailpris: 2.239,00 DKK Engrospris: [700-850] DKK
	

Kilde: Oplysninger om detailpriser hentet den 15. september 2022 fra Hübsch' concernforbundne virksomheds webshop og den Konkurrerende Virksomheds webshop: <https://hubsch-interior.com> og <https://www.brostecopenhagen.com>. Oplysninger om engrospriser fremgår af relevant materiale fra styrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021, jf. Bilag 1.

138. Hübsch har over for styrelsen gjort gældende, at Hübsch ikke handler med præcis de samme produkter som den Konkurrerende Virksomhed.¹⁰⁶ Hübsch har i sit høringssvar af 6. februar 2024 uddybet, at der ikke er direkte konkurrence mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed på specifikke varer. Hübsch anfører, at varerne ikke er substituerbare, idet det enkelte produkts unikke design i høj grad vil være bestemmende for, hvilken vare i markedet, en kunde vælger.¹⁰⁷
139. Styrelsen er enig med Hübsch i den forstand, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed alene producerer og sælger produkter af egne mærker. Produkterne er derfor ikke identiske. Det er imidlertid styrelsens vurdering, at virksomhederne i vidt omfang producerer og sælger samme typer produkter inden for de fire nævnte produktkategorier, jf. punkt 129, og som efter styrelsens vurdering er indbyrdes substituerbare med hinanden.
140. På den baggrund er det styrelsens vurdering, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed i den relevante periode var aktuelle konkurrenter, uanset om det relevante marked afgrænses mere snævert, fx ved en segmentering efter produktkategorier og/eller pris.

¹⁰⁵ Jf. Bilag 6: Eksempler på sammenlignelige produkter fra Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed, side 2.

¹⁰⁶ Jf. Bilag 5: Referat af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens møde med Hübsch A/S den 24. maj 2023, side 4. Hübsch har ikke afgivet bemærkninger til styrelsens referat af mødet med Hübsch den 24. maj 2023. Jf. også lignende bemærkninger i Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 9.

¹⁰⁷ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 9.

4.1.1.3 Delkonklusion vedrørende produktmarkedet

141. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, at det relevante produktmarked til brug for denne sag kan afgrænses til engrosmarkedet for boligindretningsartikler. Markedet kan muligvis segmenteres efter produktkategorier og/eller pris.
142. I nærværende sag producerer og sælger Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed i vidt omfang de samme typer produkter, i samme prisklasser og til samme kundesegmenter. På den baggrund er det styrelsens vurdering, at det ikke er nødvendigt at foretage en endelig afgrænsning af produktmarkedet i denne sag. Det skyldes, at der i sagen er tale om adfærd bestående i én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis om priskoordinering og udveksling af prisoplysninger mellem aktuelle konkurrenter, uanset om produktmarkedet afgrænses mere snævert efter eksempelvis produktkategorier og/eller pris.
143. Styrelsen vil derfor i det følgende tage udgangspunkt i engrosmarkedet for boligindretningsartikler.

4.1.2 Det relevante geografiske marked

144. Ved det relevante geografiske marked forstås det område, hvor de involverede virksomheder udbyder eller efterspørger produkter eller tjenesteydelser, som har tilstrækkelig ensartede konkurrencevilkår, og som kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er meget anderledes.¹⁰⁸

4.1.2.1 Relevant praksis til brug for afgrænsningen af det geografiske marked

145. Som nævnt findes der ikke praksis, der relaterer sig direkte til det samlede marked for engrossalg af boligindretningsartikler, jf. punkt 124. Der tages derfor udgangspunkt i relevant praksis, der vedrører engrossalg af visse af de produktkategorier, som virksomhederne i nærværende sag sælger.
146. I sagen *Fritz Hansen A/S' partneraftale*, fra 2006, som vedrørte engrosmarkedet for fremstilling af kvalitetsmøbler med designværdi, fandt Konkurrencestyrelsen, at markedet umiddelbart skulle afgrænses nationalt, idet der var betydelige forskelle i brand-værdi og forbrugerpræferencer mellem landene inden for EU.¹⁰⁹ Styrelsen lod dog en endelig afgrænsning af det relevante marked stå åbent.¹¹⁰
147. Den franske konkurrencemyndighed fandt i sagen *Stokomani/Zouari*, fra 2022, som vedrørte engros- og detailmarkedet for salg af bazar- og dekorationsartikler, at det geografiske engrosmarked kunne afgrænses som minimum nationalt og muligvis bredere til EU eller et globalt marked.¹¹¹ Den endelige afgrænsning blev holdt åben. I forhold til detailmarkedet blev dette afgrænset nationalt og for en række områder lokalt.¹¹²

¹⁰⁸ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (1997/C 372/03), punkt 8. Nu tilsvarende i Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 12, litra b).

¹⁰⁹ Jf. *Fritz Hansen A/S' partneraftale*, behandlet på Konkurrencerådets møde den 20. december 2006, punkterne 55-59.

¹¹⁰ Jf. *Fritz Hansen A/S' partneraftale*, behandlet på Konkurrencerådets møde den 20. december 2006, punkt 59.

¹¹¹ Jf. Autorité de la Concurrence's afgørelse af 21. marts 2022, *Zouari-familiens overtagelse af Stokomani-gruppen (Stokomani/Zouari)*, punkterne 14-15

¹¹² Jf. Autorité de la Concurrence's afgørelse af 21. marts 2022, *Zouari-familiens overtagelse af Stokomani-gruppen (Stokomani/Zouari)*, punkterne 23-30.

4.1.2.2 Det geografiske marked for engrossalg af boligindretningsartikler

148. Afgrænsningen af det geografiske marked tager udgangspunkt i det område, hvor Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed udbyder deres produkter. Begge virksomheder udbyder boligindretningsartikler i hele Danmark og til en række EU-lande, jf. punkterne 26-27 og 34.
149. Den Konkurrerende Virksomhed har oplyst, at det geografiske marked efter deres opfattelse kan afgrænses til et europæisk marked. I den forbindelse har den Konkurrerende Virksomhed oplyst, at virksomheden ikke har konstateret forbrugerpræferencer, traditioner, standarder eller andre normer eller forhold, der påvirker forhandlernes efterspørgsel efter virksomhedens produkter på en måde, der tillader en opdeling af det europæiske marked i ét eller flere geografisk afsondrede markeder, og slet ikke i nationale markeder.¹¹³
150. Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed sælger bredt til detailforhandlere i blandt andet hele Danmark via virksomhedernes respektive hjemmesider, jf. punkterne 26-27 og 33-34. På samme vis har de fleste aktører på markedet typisk en hjemmeside hvorfra B2B-salg foregår, jf. afsnit 3.3.
151. Onlinehandel af boligindretningsartikler muliggør, at forhandlere kan købe varer næsten uanset, hvor de er placeret, såfremt fx leverandøren kan levere varerne, og fragtomkostningerne er rimelige. Det er styrelsens vurdering, at virksomhedskunder i form af detailforhandlere som udgangspunkt vil være mere indstillede end forbrugere til at imødekomme fragtomkostninger, leveringstid osv., idet forhandlere blandt andet typisk indkøber en større mængde varer. Det betyder, at forhandlere fx i hele Danmark kan tilgå og indkøbe via de respektive leverandørers hjemmesider. Dette indikerer, at der ikke er tale om lokale markeder, men som minimum et nationalt marked.
152. På den baggrund er det styrelsens vurdering, at det geografiske marked til brug for denne sag ikke skal afgrænses mere snævert end nationalt, dvs. omfattende i hvert fald hele Danmark.
153. Virksomhederne sælger deres produkter i en række af de samme EU-lande. Dette indikerer, at det geografiske marked muligvis kan afgrænses bredere end nationalt, fx til EU. Det er derfor relevant at vurdere, hvor bredt det geografiske marked kan være.
154. I forhold til at handle uden for EU kan toldreglerne for det indre marked i EU medføre ulige konkurrencevilkår i form af prisforskelle på ens varer mellem leverandører af boligindretningsartikler henholdsvis inden for og uden for EU's medlemsstater. EU's toldunion indebærer, at EU's medlemsstater anvender den samme told på varer, der importeres til deres område fra resten af verden, og at EU's medlemsstater ikke opkræver told medlemsstaterne imellem. Leverandører, der importerer varer fra lande uden for EU, skal være registrerede som importører i det EU-land, hvor de første gang har toldaktiviteter, betale told og stille sikkerhed for den told, de importerede varer kan blive pålagt.
155. På den baggrund vurderer styrelsen, at det relevante geografiske marked i nærværende sag sandsynligvis ikke er bredere end EU.
156. I tidligere praksis er engrosmarkedet for lignende produkter afgrænset nationalt, jf. *Fritz Hansen A/S' partneraftale*, fra 2006, og *Stokomani/Zouari*, fra 2022. Om markedet for boligindretningsartikler i denne sag er nationalt eller bredere, afhænger af en række forhold, herunder hvorvidt virksomhedernes strategier er nationale, fx med hensyn til pris og markedsføring.

¹¹³ Jf. Bilag 3: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 7. november 2022 og den Konkurrerende Virksomheds svar af 14. november 2022, side 5-6.

157. I nærværende sag er det dog ikke nødvendigt at tage endelig stilling til, hvorvidt engrosmarkedet skal afgrænses bredere end Danmark. Det skyldes, at det er styrelsens vurdering, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed var aktuelle konkurrenter i den relevante periode, uanset om markedet afgrænses nationalt eller bredere til fx EU, idet virksomhederne sælger deres produkter bredt til detailforhandlere i hele Danmark og til detailforhandlere i en række af de samme EU-lande.

4.1.2.3 Delkonklusion om det geografiske marked

158. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, at det relevante geografiske marked til brug for denne sag kan afgrænses til engrosmarkedet for boligindretningsartikler i Danmark. Markedet kan muligvis afgrænses bredere end Danmark. Det er dog styrelsens vurdering, at markedet sandsynligvis ikke skal afgrænses bredere end EU.
159. Styrelsen vurderer, at det til brug for nærværende sag ikke er nødvendigt at foretage en endelig afgrænsning af det geografiske marked. Det skyldes, at der i sagen er tale om adfærd bestående i én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis om priskoordinering og udveksling af prisoplysninger mellem aktuelle konkurrenter, uanset om det geografiske marked afgrænses nationalt eller bredere til EU.
160. Styrelsen vil i det følgende tage udgangspunkt i et marked for engrossalg af boligindretningsartikler i Danmark, selvom det er muligt, at markedet kan afgrænses bredere.

4.1.3 Konklusion vedrørende markedsafgrænsning

161. På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der til brug for denne sag kan afgrænses følgende relevante marked, der er berørt af den adfærd, som sagen omhandler:
- » Engrosmarkedet for boligindretningsartikler i Danmark.
162. I denne sag er det ikke nødvendigt at foretage en endelig afgrænsning af det relevante marked. Det skyldes, at det er styrelsens vurdering, at de involverede virksomheder vil være konkurrenter uanset om det relevante marked afgrænses mere snævert, fx på baggrund af produktkategorier og/eller pris, og uanset om markedet afgrænses nationalt eller bredere. På baggrund af karakteren af overtrædelsen, jf. afsnit 4.3, er det styrelsens vurdering, at der både ved den snævrere og den bredest rimelige afgrænsning foreligger en mærkbar konkurrencebegrænsning i strid med konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101.

4.2 Samhandelspåvirkning

163. Efter forordning nr. 1/2003¹¹⁴ skal det undersøges, om en eventuel konkurrencebegrænsende aftale og/eller samordnet praksis mærkbart kan påvirke samhandelen mellem medlemsstater. Hvis det er tilfældet, er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen forpligtet til at anvende TEUF artikel 101.¹¹⁵

¹¹⁴ Rådets forordning nr. 1/2003 af 16. december 2002 om gennemførelse af konkurrencereglerne i traktatens artikel 81 og 82 ("forordning nr. 1/2003"). EF-traktatens artikel 81 og 82 er blevet til henholdsvis artikel 101 og 102 i Traktaten om den Europæiske Unions Funktionsmåde ("TEUF"). De to sæt bestemmelser er i det væsentlige identiske. I forordninger og meddelelser vedtaget inden 1. december 2009 skal henvisninger til EF-traktatens artikel 81 og 82 forstås som henvisninger til TEUF artikel 101 og 102.

¹¹⁵ Jf. forordning nr. 1/2003, artikel 3, stk. 1, 1. pkt.

164. Udtrykket "samhandelen mellem medlemsstater" er neutralt. Det er ikke en betingelse, at handelen begrænses eller mindskes. Samhandelen kan også blive påvirket, når en aftale m.v. fører til en stigning i handelen. Det er dog i begge tilfælde en betingelse, at samhandelen påvirkes mærkbart.¹¹⁶
165. Ved vurderingen af, om en aftale m.v. mærkbart kan påvirke samhandlen mellem medlemsstater fremgår det af selve ordlyden af TEUF artikel 101 og Kommissionens samhandelsmeddelelse, at der især skal lægges vægt på følgende tre kriterier:
- » Handelen mellem medlemsstater
 - » Kan påvirkes
 - » Mærkbart¹¹⁷
166. Begrebet "handelen mellem medlemsstater" omfatter enhver form for grænseoverskridende økonomisk aktivitet. Ifølge EU-retspraksis omfatter begrebet også aftaler eller adfærd, der påvirker konkurrencestrukturen på markedet. Handespåvirkningskriteriet kan også være opfyldt i de tilfælde, hvor det relevante geografiske marked er nationalt.¹¹⁸
167. Kriteriet "kan påvirke" betyder, at det "på grund af samtlige objektive, retlige eller faktiske forhold kan forudses med tilstrækkelig sandsynlighed, at aftalen direkte eller indirekte, aktuelt eller potentielt øver indflydelse på samhandelen mellem medlemslandene".¹¹⁹
168. Kriteriet "mærkbart" indebærer, at EU's konkurrenceregler kun finder anvendelse på aftaler og adfærd, der kan have virkninger af en vis størrelsesorden. Mærkbarhed kan navnlig vurderes ud fra de relevante virksomheders position og størrelse på markedet for de berørte produkter samt aftalens art og de berørte produkters art.¹²⁰

4.2.1 Virksomhedernes adfærd påvirker samhandelen mærkbart

169. Ved vurderingen af samhandelspåvirkning sonderer Kommissionen i samhandelsmeddelelsen mellem aftaler m.v., der omfatter flere medlemsstater og aftaler m.v., der er begrænset til en enkelt medlemsstat eller en del af en medlemsstat.¹²¹
170. Der er i nærværende sag tale om adfærd, der efter Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering omfatter i hvert fald hele Danmark, da adfærden vedrører salg af boligindretningsartikler til detailforhandlere i i hvert fald hele Danmark, jf. afsnit 3.2.
171. Kommissionen sonderer mellem horisontale samarbejdsaftaler og karteller.¹²² Ved karteller forstås bl.a. aftaler m.v. mellem konkurrenter om priser, som denne sag omhandler.
172. Karteller, der omfatter en hel medlemsstat, kan normalt påvirke handelen mellem medlemsstater, idet sådanne karteller ifølge selve deres natur forstærker markedsdelingen på et nationalt grundlag ved at hindre den økonomiske integration, traktaten tager sigte på at skabe.¹²³

¹¹⁶ Jf. Kommissionens meddelelse af 27. april 2004 om retningslinjer vedrørende begrebet påvirkning af handelen i traktatens artikel 81 og 82 (2004/C 101/07) ("samhandelsmeddelelsen"), punkt 34 og 44.

¹¹⁷ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 18.

¹¹⁸ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 22.

¹¹⁹ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 23.

¹²⁰ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 44.

¹²¹ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 60.

¹²² Jf. Samhandelsmeddelelsen, afsnit 3.2.1 og 3.2.2.

¹²³ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 78.

Handelspåvirkningskriteriet omfatter også potentielle virkninger, hvorfor det ikke er afgørende, om der i praksis anlægges en afskærmende adfærd over for konkurrenter fra andre medlemsstater.¹²⁴

173. Da priskoordineringen og udvekslingen af prisoplysninger i denne sag i hvert fald omfatter hele Danmark, falder den derfor umiddelbart inden for kategorien af adfærd, som efter sin natur kan påvirke samhandelen.
174. Der kan ved vurderingen endvidere lægges vægt på arten af de produkter, som adfærden vedrører. Hvor der er tale om produkter, der let kan handles over grænserne, vil Fællesskabets jurisdiktion snarere kunne fastslås end i de tilfælde, hvor der som følge af produkternes art kun er begrænset efterspørgsel efter produkter udbudt af udbydere fra andre medlemsstater.¹²⁵
175. Nærværende sag vedrører engrossalg af boligindretningsartikler. Størstedelen af produkterne kan let handles over grænserne, og bliver rent faktisk handlet over grænserne, jf. punkterne 27 og 34.
176. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at adfærden, bestående af priskoordinering og udveksling af prisoplysninger mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed, er egnet til mærkbart at påvirke samhandelen mellem medlemsstaterne, hvorfor sagen også skal vurderes efter TEUF artikel 101.
177. Klagepunktsmeddelelsen af 19. december 2023 har derfor været forelagt Europa-Kommissionen, der ikke har ønsket at indlede en procedure efter artikel 11, stk. 6, i forordning 1/2003. Konkurrencerådet kan derfor træffe afgørelse i nærværende sag.

4.3 Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101

178. Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 vedrører aftaler mellem virksomheder, vedtagelser inden for sammenslutninger af virksomheder og samordnet praksis mellem virksomheder.
179. Det er forbudt for virksomheder m.v. at indgå aftaler, der direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen mærkbart, jf. konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101.
180. Der er fire betingelser, der skal være opfyldt for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101¹²⁶ finder anvendelse. Der skal være tale om (i) virksomheder eller en sammenslutning af virksomheder, der (ii) indgår en aftale, vedtagelse eller udøver samordnet praksis, som (iii) direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen (iv) mærkbart.
181. Vurderingerne efter konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 skal foretages i lyset af dansk domspraksis, praksis fra Den Europæiske Unions Domstol samt administrativ praksis fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, Konkurrenceankenævnet og Europa-Kommissionen.

¹²⁴ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 80.

¹²⁵ Jf. Samhandelsmeddelelsen, punkt 30.

¹²⁶ For så vidt angår TEUF artikel 101 skal aftalen m.v. endvidere kunne påvirke samhandelen mellem medlemsstater mærkbart, hvilket er behandlet ovenfor i afsnit 4.2.

4.3.1 Virksomhedsbegrebet

182. Den første betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at der skal være tale om virksomheder eller en sammenslutning af virksomheder.
183. Virksomhedsbegrebet fortolkes meget bredt. Det følger direkte af konkurrencelovens § 2, stk. 1, at lovens forbud gælder for enhver form for erhvervsvirksomhed. Det er desuden præciseret i forarbejderne, at det omfatter *"enhver økonomisk aktivitet, der foregår i et marked for varer og tjenester"*.¹²⁷ Det følger ligeledes af Domstolens praksis, at virksomhedsbegrebet omfatter *"enhver enhed, som udøver økonomisk virksomhed, uanset denne enheds retlige status og dens finansieringsmåde"*.¹²⁸ Det er uden betydning for anvendelsen af konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101, hvorvidt virksomheden drives med økonomisk gevinst for øje.¹²⁹
184. Både Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed udøvede i den relevante periode økonomisk virksomhed ved at sælge boligindretningsartikler til detailforhandlere, jf. afsnit 3.2.
185. Det er derfor Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed begge var virksomheder i konkurrencelovens forstand. Den første betingelse for anvendelsen af konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 er således opfyldt.

4.3.2 Aftale, vedtagelse eller samordnet praksis

186. Den anden betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at der skal være tale om en aftale, vedtagelse eller samordnet praksis.
187. Det konkurrenceretlige aftalebegreb er bredere end det traditionelle obligationsretlige aftalebegreb. Det konkurrenceretlige aftalebegreb omfatter både mundtlige og skriftlige aftaler, udtrykkelige og stiltiende aftaler samt fx *"gentlemen's agreements"*.
188. Det afgørende er, om de involverede virksomheder har udtrykt en samstemmende vilje til at indrette deres adfærd på markedet på en bestemt måde. Der stilles inden for konkurrenceretten ikke krav om, at en aftale antager en juridisk bindende form, at der er fastsat sanktioner mellem aftalparterne, eller at aftalen kan tvangsfuldbyrdes. Det er endvidere ikke afgørende, om virksomhederne har følt sig forpligtet – juridisk, faktisk eller moralsk – til at udvise den aftalte adfærd.¹³⁰
189. Samordnet praksis mellem virksomheder er også omfattet af forbuddet i konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 3 og TEUF artikel 101, stk. 1. Samordnet praksis er en form for koordinering mellem virksomheder, som, uden at være udmøntet i en egentlig aftale, bevidst erstatter konkurrencerisikoen med et indbyrdes praktisk samarbejde.¹³¹

¹²⁷ Jf. forarbejderne til lov nr. 384 af 6. oktober 1997, FT 1996/97, tillæg A, side 3653, v. sp.

¹²⁸ Jf. EF-domstolens dom af 23. april 1991 i sag C-41/90, *Höfner & Elser*, præmis 21.

¹²⁹ Jf. forarbejderne til lov nr. 384 af 6. oktober 1997, FT 1996/97, tillæg A, side 3653, v. sp.

¹³⁰ Jf. fx Retten i Første Instans' dom af 20. marts 2002 i sag T-9/99, *Rørkartel*, præmis 199-200.

¹³¹ Jf. EF-domstolens dom af 14. juli 1972 i sag 48/69, *ICI*, præmis 64, FT 1996/1997, tillæg A, s. 3658, h. sp., EF-domstolens dom af 4. juni 2009 i sag C-8/08, *T-Mobile Netherlands m.fl.*, præmis 26 og Rettens dom af 14. marts 2013 i sag T-587/08, *Fresh Del Monte Produce mod Kommissionen*, præmis 297.

190. Der er overordnet tre kriterier, der skal være opfyldt, for at der er tale om en samordnet praksis.¹³² *For det første* skal der være en samordning bestående i (i) en direkte eller indirekte kontakt mellem virksomhederne¹³³ og (ii) en viljemæssig tilpasning om at fjerne eller væsentligt reducere den usikkerhed, der er med hensyn til virksomhedernes fremtidige adfærd i markedet.¹³⁴ *For det andet* skal der være en adfærd på markedet, der ligger i forlængelse af denne samordning, og *for det tredje* skal der være årsagsforbindelse mellem samordningen og adfærdens.¹³⁵
191. I forhold til det første kriterium om *samordning* følger det af retspraksis, at det er tilstrækkeligt, at en konkurrent ved hjælp af sine hensigtserklæringer fjerner eller væsentligt reducerer den usikkerhed, der er med hensyn til virksomhedens fremtidige adfærd på markedet.¹³⁶
192. I forhold til det andet og tredje kriterium om *adfærd på markedet* og *årsagsforbindelse* følger det af retspraksis en formodning for, at de virksomheder, som deltager i samordningen, og som forbliver på markedet, tager hensyn til udvekslingen af oplysninger med deres konkurrenter for at fastlægge deres adfærd på markedet, uden at det er nødvendigt at bevise en sådan adfærd på markedet, eller en konkurrencebegrænsende virkning heraf. Det påhviler derimod de involverede virksomheder at bevise, at samordningen ikke har påvirket de involverede virksomheders adfærd på markedet.¹³⁷
193. Grænserne mellem, hvornår der foreligger en aftale og en samordnet praksis, er flydende og beror primært på, om der kan bevises en egentlig aftale, eller om beviserne peger mere i retning af den viljemæssige tilpasning, som karakteriserer en samordnet praksis.
194. I *Anic Partecipazioni*-sagen udtalte Domstolen (EF-Domstolen), at:

"A comparison between that definition of agreement and the definition of a concerted practice [...], from the subjective point of view, they are intended to catch forms of collusion having the same nature and are only distinguishable from each other by their intensity and the forms in which they manifest themselves.

It follows that, whilst the concepts of an agreement and of a concerted practice have particularly different elements, they are not mutually incompatible. Contrary to Anic's allegations, the Court of First Instance did not therefore have to require the Commission to categorise either as an agreement or as a concerted practice each form of conduct

¹³² Jf. EF-domstolens dom af 4. juni 2009 i sag C-8/08, *T-Mobile Netherlands m.fl.* præmis 51, Domstolens dom af 19. marts 2015 i sag C-286/13, *Dole Food Company m.fl. mod Kommissionen*, præmis 126, og forslag til afgørelse fra generaladvokat M. Szpunar af 16. juli 2015 i sag C-74/14, *Eturas*, punkt 39 og 45, og Rettens dom af 24. september 2019 i sag T-105/17, *HSBC Holdings plc. m.fl. mod Kommissionen*, præmis 66.

¹³³ Jf. FT 1996/1997, tillæg A, s. 3658, h. sp., EF-domstolens dom af 8. juli 1999 i sag C-49/92, *Kommissionen mod Anic Partecipazioni*, præmis 117, Retten i Første Instans' dom af 15. marts 2000 i sag T-25/95, *Cimenteries m.fl. mod Kommissionen*, præmis 1852 og 1849 og Domstolens dom af 26. januar 2017 i sag C-609/13P, *Duravit m.fl. mod Kommissionen*, præmis 72.

¹³⁴ Jf. FT 1996/1997, tillæg A, s. 3658, h. sp., Retten i Første Instans' dom af 15. marts 2000 i sag T-25/95, *Cimenteries m.fl. mod Kommissionen*, præmis 1852, Rettens dom af 27. september 2012 i sag *Guardian Industries og Guardian Europe mod Kommissionen*, præmis 45, Rettens dom af 14. marts 2013 i sag T-587/08, *Fresh Del Monte Produce mod Kommissionen*, præmis 300 og 294, Van Bael & Bellis, *Competition Law of the European Union*, (6. udgave 2021), side 48 og 55, og Richard Whish & David Bailey, *Competition Law* (10. udgave 2021) side 118.

¹³⁵ EF-domstolens dom af 8. juli 1999 i sag C-49/92, *Kommissionen mod Anic Partecipazioni*, præmis 118, og EF-domstolens dom af 8. juli 1999 i sag C-199/92 P, *Hüls mod Kommissionen*, præmis 161.

¹³⁶ Jf. bl.a. Retten i Første Instans' dom af 15. marts 2000 i sag T-25/95, *Cimenteries m.fl. mod Kommissionen*, præmis 1852 og den deri citerede praksis.

¹³⁷ Jf. Rettens dom af 10. november 2017 i sag T-180/15, *ICAP m.fl. mod Kommissionen*, præmis 57, EF-domstolens dom af 4. juni 2009 i sag C-8/08, *T-Mobile Netherlands BV m.fl. mod Kommissionen*, præmis 51, og EF-domstolens dom af 8. juli 1999 i sag C-199/92 P, *Hüls mod Kommissionen*, præmis 161-163.

*found but was right to hold that the Commission had been entitled to characterise some of those forms of conduct as principally 'agreements' and others as 'concerted practices'.*¹³⁸

195. I samme retning udtalte Retten i *Limburgse-sagen*, at:

"The Commission is therefore entitled to classify that type of complex infringement as an agreement 'and/or' concerted practice, inasmuch as the infringement includes elements which are to be classified as an 'agreement' and elements which are to be classified [sic] as a 'concerted practice'.

*In such a situation, the dual classification must be understood not as requiring simultaneous and cumulative proof that every one of those factual elements reveals the factors constituting an agreement and a concerted practice, but rather as designating a complex whole that includes factual elements of which some have been classified as an agreement and others as a concerted practice within the meaning on [sic] Article [101](1) of the Treaty, which does not provide for any specific classification in respect of that type of complex infringement.*¹³⁹

196. Det er på den baggrund ikke nødvendigt at kvalificere hvert enkelt element i en konkurrencebegrænsende adfærd som en "aftale" eller "samordnet praksis", når blot adfærden omfatter elementer, der kan kvalificeres som en aftale, og elementer, der kan kvalificeres som en samordnet praksis.
197. Der er i øvrigt i EU-praksis stillet en række generelle krav til dokumentationen for en fastlæggelse af en overtrædelse af TEUF artikel 101 og dermed konkurrencelovens § 6. Der stilles i praksis ikke store krav til bevisets kvantitative omfang. Ét dokument kan være tilstrækkeligt, hvis det i sig selv beviser, at der foreligger en overtrædelse, og hvis dokumentet har tilstrækkelig bevisværdi.¹⁴⁰
198. I *Aragonesas Industrias-sagen*, der omhandlede beviskrav i en kartelsag, udtalte Retten følgende:

"Thus, the Commission must produce sufficiently precise and consistent evidence to support the firm conviction that the alleged infringement took place [...]

However, it is important to emphasise that it is not necessary for every item of evidence produced by the Commission to satisfy those criteria in relation to every aspect of the infringement. It is sufficient if the body of evidence relied on by the Commission, viewed as a whole, meets that requirement [...]

Moreover, as anti-competitive agreements are known to be prohibited, the Commission cannot be required to produce documents expressly attesting to contacts between the traders concerned. The fragmentary and sporadic items of evidence which may be avail-

¹³⁸ Jf. EF-Domstolens dom af 8. juli 1999 i sag C-49/92 P, *Anic Partecipazioni*, præmis 131-132, og Rettens dom af 14. marts 2013 i sag T-587/08, *Fresh Del Monte Produce mod Kommissionen*, præmis 297.

¹³⁹ Jf. Retten i Første Instans' dom af 20. april 1999 i de forenede sager T-305/94, T-306/94, T-307/94, T-313/94 – T-316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94, T-329/94 og T-335/94, *Limburgse*, præmis 697-698. Tilsvarende EF-Domstolens dom af 17. december 1991 i sag T-7/89, *Hercules Chemicals mod Kommissionen*, præmis 264.

¹⁴⁰ Jf. Retten i Første Instans' dom af 15. marts 2000 i sag T-25/95, *Cimenteries m.fl. mod Kommissionen*, præmis 1838.

*able to the Commission should, in any event, be capable of being supplemented by inferences which allow the relevant circumstances to be reconstituted. The existence of an anti-competitive practice or agreement may thus be inferred from a number of coincidences and indicia which, taken together, may, in the absence of another plausible explanation, constitute evidence of an infringement of the competition rules [...]*¹⁴¹

199. Præmisserne i *Aragonesas Industrias*-sagen fastslår i hovedtræk, at Kommissionen skal fastlægge præcise og samstemmende beviser, der kan støtte, at der er begået en overtrædelse, men at hvert enkelt fremlagt bevis ikke skal opfylde disse kriterier i forhold til hvert enkelt led i overtrædelsen. Det er således tilstrækkeligt, at den række indicier, som påberåbes, bedømt som helhed opfylder dette krav. Et vist antal sammenfaldende omstændigheder fra forskellige beviser samt indicier kan – ud fra en samlet betragtning og i mangel af en anden logisk forklaring – være tilstrækkeligt til at bevise en konkurrencebegrænsende aftale.
200. Denne sag drejer sig om, at Hübsch har koordineret priser og udvekslet prisoplysninger til brug for fastsættelse af sine priser med en konkurrerende virksomhed. I det følgende vil Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurdere, om adfærden i nærværende sag opfylder betingelserne for, at der foreligger én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis.

4.3.2.1 Adfærden udgør én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis

201. Materialet i sagen viser efter Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed i januar 2021 kommunikerede om deres fremtidige prisadfærd i forbindelse med lanceringerne af deres respektive forårs-/sommerkollektioner for 2021. Dette kom efter styrelsens vurdering til udtryk i en horisontal aftale og/eller en samordnet praksis om at indføre et Covid-19-gebyr, samt en generel prisstigning, pr. 1. februar 2021. Materialet i sagen viser endvidere efter styrelsens vurdering, at Hübsch igen i juli 2021 kommunikerede med den Konkurrerende Virksomhed i forbindelse med lanceringen af efterårs-/vinterkollektionen for 2021, og at virksomhederne i den forbindelse udvekslede informationer om deres prisadfærd, hvorefter Hübsch indførte en generel prisstigning pr. 16. august 2021. Samlet er det derfor styrelsens vurdering, at Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed i den for sagen relevante periode har indgået én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis.
202. Sagens materiale viser, at virksomhederne flere gange var i kontakt i den relevante periode. Kommunikationen skete telefonisk via samtaler, SMS'er og en talebesked, jf. punkterne 47-48, 58, 61, 77-79 og 87-91.
203. Det fremgår således af materialet, at Hübsch' CEO og den Konkurrerende Virksomheds Sales Director den 18. januar 2021 var i telefonisk kontakt, jf. punkterne 47-48, hvoraf det bl.a. fremgår, at Hübsch' CEO sendte en SMS til Konkurrentens Sales Director med ordlyden: *"Tak [...] [Konkurrentens Sales Director] for snakken 🙏👍🙏 [...] Jeg fanger dig i morgen [...]"*.
204. Styrelsen er ikke bekendt med det præcise indhold af den i SMS'en omtalte samtale. Interne mailkorrespondancer fra begge virksomheder indikerer imidlertid, at virksomhederne drøftede deres fremtidige prisadfærd i forbindelse med forårs-/sommerkollektionen for 2021.
205. Af internt materiale fra Hübsch af 18. og 20. januar 2021, jf. punkterne 49 og 52, fremgår fx:

"[...] Lige for god orden skyld

¹⁴¹ Jf. Rettens dom af 25. oktober 2011 i sag T-348/08, *Aragonesas Industrias y Energia, SAU, mod Kommissionen*, præmis 95-97.

Sætter vi det op i forhold til aftale med Broste og deres fodarbejde med andre

Så er det vigtigt vi lige holder det for os selv og bare melder naturligt ud i HB [Hübsch], at vi har valg at sætte priserne op pga bla la pr 01/02

Så det ikke "lugter for meget"

Finder medarbejderne også ud af de andre har pris ændret der kommentere vi kun på at så er det godt vi har gjort det lige så [...]" [Styrelsens understregninger og tilføjelse i firkantede parenteser]

206. Og:

"[...] Broste gør sådan her

- Et % tillæg på varen som gælder fra 01/02-2021, altså vi sætter varen op på www og i kataloget AW21 så pris stigningen gælder fra 01/02 til 31/12 som min

Jeg synes 6 % da jeg mener vores varer kan holde til det "overall" – nogle vil være mindre end de 6% men hvis [...] [Hübsch' Sales & Marketing Director] laver en kørsel på det vil jeg korrigerer priserne

- Et fragttillæg på 3% på alle ordre foruden ovenstående pris stigning.

De 3 % vil så forventelig forsvinde når raten er "nede igen" forventelig 01/08 – 01/09 -2021 - og vi bibeholder så kun d 6% stigning på varen for AW21 pga den stigning der er generelt på fragten

[...]" [Styrelsens understregninger og tilføjelse i firkantede parenteser]

207. Af internt materiale fra den Konkurrerende Virksomhed af 19. januar 2021 fremgår tilsvarende overvejelser, jf. punkt 50:

"[...] Tænker at vi skal korrigere priserne på alle berørte varer med alt mellem 4-6%

Og udover dette skal vi pålægge hver ordre en ekstra fragtlinje på 4%

Alt sammen per 1.2.

[...]

Samtidig læner vi os op ad [...] og Hübsch som begge vil kører med på denne [...]" [Styrelsens understregning]

208. Efterfølgende sendte Hübsch' CEO den 25. januar 2021 en SMS til Konkurrentens Sales Director med et billede af et udkast til et nyhedsbrev til Hübsch' kunder (detailforhandlere) sammen med teksten: "Ring lige engang". Af udkastet til nyhedsbrevet fremgår bl.a., at Hübsch pga. høje fragtomkostninger påtænkte at indføre et Covid-19-gebyr på tre pct. på alle ordrer samt en generel prisstigning, begge dele pr. 1. februar 2021, jf. punkt 58.

209. Senere samme dag indtalte Konkurrentens Sales Director en besked på Hübsch' CEO's telefonsvarer, hvor han oplyste, at den Konkurrerende Virksomhed påtænkte at indføre en prisstigning på tre til seks pct. I forhold til Covid-19-gebyret oplyste Konkurrentens Sales Director:

"Og så lige som dig, tror jeg vi kommer til måske i stedet for tre procent, kommer vi nok til at prøve med fire procent. [...] vi er sådan lidt uenige om procentstørrelsen på nuværende tidspunkt. Men--, du er mere end velkommen til at ringe [...] [Hübsch' CEO]. Jeg synes det er super cool, at vi kan dele lidt de her ting. Det glæder mig. Ja, vi snakkes ved.", jf. punkt 61.

210. Sagens materiale viser, at begge virksomheder herefter udsendte nyhedsbreve, henholdsvis den 29. januar 2021 og 1. februar 2021, hvor begge virksomheder varslede deres respektive kunder (detailforhandlere) om indførelsen af et Covid-19-gebyr på fire pct., som blev pålagt alle ordrer, samt en generel prisstigning, begge dele per 1. februar 2021, jf. punkterne 68-69.
211. Ovenstående viser, at der var en direkte kontakt mellem virksomhederne, og at virksomhederne udvekslede informationer om deres fremtidige prisadfærd i forbindelse med lanceringerne af deres respektive forårs-/sommerkollektioner for 2021, jf. punkterne 47-48, 58 og 61 smh. punkt 190.
212. Materialet viser efter styrelsens vurdering, at virksomhederne udtrykte en samstemmende vilje til at indrette deres adfærd på en bestemt måde og/eller, at der skete en viljemæssig tilpasning om at fjerne eller væsentligt reducere den usikkerhed, der var med hensyn til virksomhedernes fremtidige adfærd i markedet, jf. punkterne 187-191. Dette understøttes også af formuleringer fra Hübsch som: *"Yes men lad mig lige vende den med [...] [Konkurrentens Sales Director] fra Broste så vi afstemmer inden vi sender den. Jeg ringer til ham så snart jeg har den" og "Kunne ikke fange [...] [Konkurrentens Sales Director] men forsøger i aften og så vender vi lige i morgen så vi kan melde ud", jf. punkt 56 og 59, samt formuleringer fra den Konkurrerende Virksomhed som: "Gider du give en melding ift gebyret om du er enig i størrelsen ? Så får jeg Hübsch til at lave det til 4% også ;o)", jf. punkt 64.*
213. Materialet viser endvidere, at begge virksomheder via nyhedsbreve varslede deres respektive kunder (detailforhandlere) om indførelsen af et Covid-19-gebyr på fire pct. samt en generel prisstigning, begge pr. 1. februar 2021, jf. punkterne 68-69, dvs. at der som følge af virksomhedernes drøftelser også var en adfærd på markedet, jf. punkterne 190 og 192.
214. Denne ensartede adfærd blev også bemærket af en ekstern aktør, der over for den Konkurrerende Virksomhed påpegede ligheden mellem Konkurrentens nyhedsbrev af 29. januar 2021 og Hübsch' nyhedsbrev af 1. februar 2021, jf. punkt 70:

"[...] Tror Hübsch havde læst jeres nyhedsbrev andgående 5-600% prisstigning på fragt, for der kom en nærmest identisk email fra dem 2 dage efter med enslydende info om fragt og også med 4% covid 19 gebyr og generelle prisstigninger 😊 [...]"

215. Materialet viser, at virksomhederne igen var i telefonisk kontakt den 27. juli 2021, jf. punkterne 77-79, hvoraf det bl.a. fremgår, at Hübsch' CEO sendte en SMS til Konkurrentens Sales Director med ordlyden: *"Tak for den gode snak som altid Du skal vide det værdsætter jeg vores sparring / fortrolighed intern 🙌👍🙌 [...]"*.
216. Styrelsen er ikke bekendt med det præcise indhold af den i SMS'en omtalte samtale. Internt materiale fra Hübsch indikerer imidlertid, at virksomhederne drøftede deres adfærd i forbindelse med efterårs-/vinterkollektionen for 2021.
217. Af internt materiale fra Hübsch af 27. juli 2021, jf. punkt 80, fremgår fx:

"Snakket med [...] [Konkurrentens Sales Director] i 20 min dd

De har også store problemer med at få varer hjem og han ser fremtiden – som jeg gør desværre

IKKE dermed sagt "jeg" har ret – men [...] [Konkurrentens Sales Director] har også rodet med tankerne de sidste måneder kunne jeg forstå på ham

Men Broste åbner deres B2C shop op i næste md (forventelig) da de hellere ikke nu eller fremad kan drive en virksomhed med det marked der er nu B2B – og i hvor lang tid fremad ved vi jo ikke.....

Lige så satte de deres priser op med 10-20% her til AW21 + de fortsatte med deres CV19 tillæg – som de nu forventer at sætte længere op

Hvor meget ved jeg ikke men kan finde ud af det

- *Måske skulle vi overvære dette lige så*

[...]" [Styrelsens understregninger og tilføjelser i firkantede parenteser]

218. Den 29. juli 2021, et par dage efter telefonsamtalen, oplyste Hübsch' CEO i en SMS til Konkurrentens Sales Director, at Hübsch påtænkte at indføre en ny generel prisstigning på fem pct. pr. 16. august 2021, hvortil Konkurrentens Sales Director svarede "Tak [...] [Hübsch' CEO] *☺*", jf. punkterne 87-88. I samme SMS-korrespondance spurgte Hübsch' CEO herefter, hvad den Konkurrerende Virksomheds Covid-19-gebyr lå på, hvortil Konkurrenten oplyste, at Konkurrentens gebyr fortsat var på fire pct., jf. punkterne 89-91.
219. Senere samme dag sendte Hübsch et nyhedsbrev til sine kunder (detailforhandlere), hvor Hübsch varslede en generel prisstigning på fem pct. pr. 16. august 2021, jf. punkterne 95-96.
220. Materialet viser således, at der igen var direkte kontakt mellem virksomhederne i juli 2021, jf. punkterne 77-79 og 87-91 smh. punkt 190. Materialet viser efter styrelsens vurdering, at Hübsch udvekslede informationer med den Konkurrerende Virksomhed med henblik på at fastlægge sin fremtidige prisadfærd. Dette understøttes også af yderligere internt materiale fra Hübsch af 26.-27. juli 2021, dvs. inden Hübsch' CEO tog kontakt til Konkurrentens Sales Director, hvor det fremgår, at Hübsch overvejede, hvordan virksomheden kunne imødekomme høje fragtomkostninger, jf. punkterne 74-76. I den forbindelse spurgte Hübsch' Sales & Marketing Director Hübsch' CEO: "[...] *Ift. vores import, er der andre i branchen, vi kan sparre med? Blot så vi får set på alle sider af det.*", jf. punkt 75.
221. Umiddelbart efter SMS-korrespondancen med den Konkurrerende Virksomheds Sales Director den 29. juli 2021, jf. punkt 87-91, sendte Hübsch' CEO et billede af denne korrespondance til Hübsch' Sales & Marketing Director, jf. punkt 92. Herefter drøftede Hübsch CEO og Hübsch' Sales & Marketing Director indholdet af SMS-korrespondancen i relation til Hübsch' egen pris-sætning, jf. fx formuleringerne: "Synes 5% er fint for os. Vi hævdede også kun 7% sidst. Sagde du ikke Broste var 10-20%?", hvortil Hübsch' CEO svarede: "Enig Jo det var på deres priser ud over CV tillæg her for AW". jf. punkterne 92-94. Senere samme dag varslede Hübsch prisstigningen på fem pct., jf. punkterne 95-96.
222. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at Hübsch dels udvekslede informationer med den Konkurrerende Virksomhed om sin påtænkte adfærd og dels tog hensyn til de oplysninger, som Konkurrenten delte med Hübsch, ved fastlæggelsen af Hübsch' egen fremtidige adfærd, jf. punkterne 75, 80 og 87-94. På denne måde skete en viljemæssig tilpasning om at fjerne eller væsentligt reducere den usikkerhed, der burde være mellem virksomhederne, jf. punkterne 190-191.
223. Endelig viser materialet, at Hübsch via nyhedsbrevet af 29. juli 2021 varslede sine kunder (detailforhandlere) om en generel prisstigning på fem pct. pr. 16. august 2021, jf. punkterne 95-96, dvs. at der som følge af virksomhedernes drøftelser også var en adfærd på markedet, jf. punkterne 190 og 192.

-
224. Hübsch har under sagens behandling over for styrelsen gjort gældende, at det var den Konkurrerende Virksomhed, der havde den styrende rolle, og var den, der tog initiativ til kontakten til Hübsch.¹⁴² Hübsch har i sit høringssvar af 6. februar 2021 gentaget lignende bemærkninger samt anført, at den Konkurrerende Virksomhed herudover opfordrede Hübsch til at kontakte andre virksomheder i branchen, hvilket Hübsch afviste.¹⁴³
225. Hertil bemærker styrelsen, at det ved vurderingen af, om der foreligger en konkurrencebegrænsende aftale og/eller samordnet praksis ikke er relevant, hvem der havde den styrende rolle eller hvem, der tog initiativ til den konkurrencebegrænsende adfærd. Styrelsen bemærker dog, at det ovenfor beskrevne materiale viser, at Hübsch, i modsætning til kontakten vedrørende forårs-/sommerkollektionen for 2021, jf. punkt 47, selv tog initiativ til at kontakte den Konkurrerende Virksomhed i forbindelse med efterårs-/vinterkollektionen for 2021, jf. punkterne 77 og 87. Derudover bemærker styrelsen, at det ikke fremgår af sagens materiale (eller i øvrigt er fundet dokumentation for), at den Konkurrerende Virksomhed skulle have opfordret Hübsch til at inddrage andre virksomheder, eller at Hübsch skulle have afvist at gøre dette.
226. Hübsch har under sagens behandling over for styrelsen også gjort gældende, at de pågældende prisstigninger ville have været indført uanset hvad, på grund af stigende omkostninger på fragt fra Asien, og at Hübsch' adfærd derfor ikke har haft nogen effekt på priserne på markedet.¹⁴⁴
227. Hübsch har i sit høringssvar af 6. februar 2024 anført, at Hübsch, inden kontakten med den Konkurrerende Virksomhed den 18. januar 2021, uafhængigt havde besluttet, at det ville være nødvendigt at gennemføre prisstigninger for efterårs-/vinterkollektionen 2021 begrundet i de høje fragtomkostninger.¹⁴⁵ Ifølge Hübsch besluttede Hübsch som følge af henvendelsen fra Konkurrenten at indføre prisstigninger lidt tidligere end planlagt, ligesom Hübsch greb inspiration fra Konkurrenten til at betegne en del af stigningen som et Covid-tillæg.¹⁴⁶ I høringssvaret anfører Hübsch, med henvisning til en intern mail af 18. maj 2021, jf. punkt 97, at Hübsch ophørte med at opkræve Covid-tillægget i forbindelse med en særskilt prisstigning pr. 16. juni 2021.¹⁴⁷
228. Hübsch har i sit høringssvar af 6. februar 2024 endvidere anført, at prisstigningen pr. 16. august 2021 var en yderligere prisstigning i forhold til den prisstigning, som blev indført pr. 16. juni 2021, jf. punkt 97, og at beslutningen om at indføre begge prisstigninger blev truffet og kommunikeret ud uden nogen form for drøftelse eller koordinering med den Konkurrerende Virksomhed.¹⁴⁸ Hübsch har i den forbindelse anført, at den kommunikation, der fandt sted med den Konkurrerende Virksomhed i juli 2021 ikke handlede om drøftelse eller koordine-

¹⁴² Jf. Bilag 5: Referat af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens møde med Hübsch A/S den 24. maj 2023, side 4. Hübsch har ikke afgivet bemærkninger til styrelsens referat af mødet med Hübsch den 24. maj 2023.

¹⁴³ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 8-9.

¹⁴⁴ Jf. Bilag 5: Referat af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens møde med Hübsch A/S den 24. maj 2023, side 4. Hübsch har ikke afgivet bemærkninger til styrelsens referat af mødet med Hübsch den 24. maj 2023. Jf. også lignende bemærkninger i Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

¹⁴⁵ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 8-9.

¹⁴⁶ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 9.

¹⁴⁷ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 8.

¹⁴⁸ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 10.

ring af priser, men var en generel drøftelse af forsyningssituationen, fragtraterne og implikationerne af disse.¹⁴⁹ Ifølge Hübsch foreligger der således ikke flere horisontale aftaler/samordnet praksis end den korrespondance, der pågik med den Konkurrerende Virksomhed i januar 2021.¹⁵⁰

229. Hertil bemærker styrelsen, at det ikke er korrekt, at kommunikationen mellem virksomhederne i juli 2021 udelukkende omhandlede en generel drøftelse af bl.a. forsyningssituationen. Som gennemgået ovenfor, jf. punkterne 215-223, viser sagens materiale, at virksomhederne også drøftede deres prisadfærd i forbindelse med efterårs-/vinterkollektionen for 2021. Dette skete ved, at Hübsch dels udvekslede informationer med Konkurrenten om sin påtænkte adfærd, og dels tog hensyn til de oplysninger, som Konkurrenten delte med Hübsch, ved fastlæggelsen af Hübsch' egen fremtidige adfærd, og på den måde fjernede eller væsentligt reducerede den usikkerhed, der burde være mellem virksomhederne.
230. Styrelsen bemærker endvidere, at der af retspraksis følger en formodning for, at virksomheder, som deltager i en samordning, og som forbliver på markedet, tager hensyn til de oplysninger, der er udvekslet med konkurrenter, når de fastlægger deres egen adfærd på markedet, og at det således ikke er nødvendigt at bevise en sådan adfærd. Det påhviler i den forbindelse de involverede virksomheder at bevise, at en samordning ikke har påvirket deres adfærd på markedet, jf. punkt 192.
231. Hübsch er ikke kommet med oplysninger, der beviser, at virksomhederne ikke har taget hensyn til de udvekslede oplysninger i januar og juli 2021. Tværtimod viser materialet tydeligt, at Hübsch inden kontakten med den Konkurrerende Virksomhed havde besluttet ikke at indføre prisstigninger eller lignende, herunder Covid-19-gebyret, i forbindelse med forårs-/sommerkollektionen for 2021. Det fremgår fx af internt materiale fra Hübsch af 11. januar 2021, at *"Vi har dog besluttet, at vi som udgangspunkt i SS21 ikke kommer til at ændre vores priser [...]"*, jf. punkt 46. Dette er også bekræftet af Hübsch i høringssvaret af 6. februar 2024.¹⁵¹ Materialet viser ligeledes, at Hübsch *efter* kontakten med Konkurrenten, hvor det drøftes at indføre et Covid-19-gebyr, tilpassede procentstørrelsen på sit Covid-19-gebyr fra tre pct. til fire pct. efter yderligere drøftelser med Konkurrenten, jf. punkterne 57-65 og 69. Endelig må det have formodningen imod sig, at Hübsch selv skulle tage initiativ til at dele oplysninger samt efterspørge oplysninger om Konkurrentens adfærd i juli 2021, hvis disse ikke skulle anvendes i forbindelse med fastlæggelsen af Hübsch' egen adfærd på markedet, jf. punkterne 58, 87 og 89-91.
232. Hübsch' bemærkninger om, at Hübsch, inden adfærden i juli 2021, uafhængigt skulle have besluttet at indføre en prisstigning pr. 16. juni 2021 og fra samme dato ophørte med at opkræve sit Covid-19-gebyr, ændrer således ikke på styrelsens vurdering af Hübsch' adfærd.

4.3.2.2 Delkonklusion

233. På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Hübsch i forbindelse med lanceringen af henholdsvis sin forårs-/sommerkollektion og efterårs-/vinterkollektion for 2021 indgik én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis med en konkurrerende virksomhed om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af sine priser.
234. Det er styrelsens vurdering, at adfærden fandt sted i perioden fra den 18. januar 2021 til i hvert fald den 29. juli 2021. Adfærden opfylder muligvis betingelserne for at udgøre en samlet

¹⁴⁹ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

¹⁵⁰ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

¹⁵¹ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 8.

overtrædelse, som defineret i EU-praksis.¹⁵² Da det imidlertid ikke har betydning for påbuddet i nærværende sag, om adfærden udgør én eller flere selvstændige overtrædelser, har styrelsen ikke foretaget en vurdering heraf.

4.3.3 Til formål og/eller til følge at begrænse konkurrencen

235. Den tredje betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at aftalen og/eller den samordnede praksis direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.
236. Et af grundprincipperne i TEUF artikel 101, stk. 1, som svarer til konkurrencelovens § 6, stk. 1, og som kommer til udtryk i EU-retspraksis, er, "[...] at hver enkelt erhvervsdrivende uafhængigt skal tage stilling til den politik, som den vil føre på det fælles marked [...]".¹⁵³
237. Forbuddet i konkurrencelovens § 6, stk. 1, omfatter både horisontale og vertikale aftaler m.v.
238. Som beskrevet ovenfor i afsnit 4.3.2 er der i denne sag tale om adfærd bestående i én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis.

4.3.3.1 Visse former for aftaler og/eller samordnet praksis har til formål at begrænse konkurrencen

239. Konkurrencelovens § 6, stk. 1 og TEUF artikel 101 sonderer mellem aftaler m.v., som har til formål at begrænse konkurrencen og aftaler m.v., som ikke har til formål at begrænse konkurrencen, men som har konkurrencebegrænsende virkninger.
240. Det fremgår af Domstolens praksis, at visse former for aftaler m.v. mellem virksomheder kan være tilstrækkelig skadelige for konkurrencen til, at det ikke er nødvendigt at undersøge deres virkninger for konkurrencen.¹⁵⁴
241. Denne retspraksis binder i den omstændighed, at visse former for aftaler m.v. mellem virksomheder efter deres art kan betragtes som skadelige for de normale konkurrencevilkår, og dermed har et konkurrencebegrænsende formål.¹⁵⁵
242. Begrebet "konkurrencebegrænsende formål" skal fortolkes indskrænkende.¹⁵⁶ For at kunne begrunde at en aftale m.v. har et konkurrencebegrænsende formål, uden at det er nødvendigt at foretage en analyse af dens følger, må der foreligge pålidelige og solide erfaringer for, at det kan fastslås, at aftalen m.v. efter sin art er skadelig for konkurrencen.¹⁵⁷

¹⁵² Jf. bl.a. Domstolens dom af 6. december 2012 i sag C-441/11 P, *Verhuizingen Coppens mod Kommissionen*, og Domstolens dom af 24. juni 2015 i de forenede sager C-293/13 P og C-294/13 P, *Fresh Del Monte Produce m.fl. mod Kommissionen*.

¹⁵³ Jf. Domstolens dom af 19. marts 2015 i sagen C-286/13 P, *Dole Food Company m.fl. mod Europa Kommissionen*, præmis 119.

¹⁵⁴ Jf. Domstolens dom af 16. juli 2015 i sag C-172/14, *ING Pensii*, præmis 31, Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires mod Kommissionen*, præmis 49 og den i dommene nævnte retspraksis.

¹⁵⁵ Jf. Domstolens dom af 16. juli 2015 i sag C-172/14, *ING Pensii*, præmis 31, Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, præmis 50 og den i dommene nævnte retspraksis.

¹⁵⁶ Jf. Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, præmis 58. Jf. også Domstolens dom af 2. april 2020 i sag C-228/18, *Budapest Bank*, præmis 54 og Domstolens dom af 30. januar 2020 i sag C-307/18, *Generics*, præmis 67.

¹⁵⁷ Jf. Domstolens dom af 2. april 2020 i sag C-228/18, *Budapest Bank*, præmis 76 og 79.

243. Ifølge Domstolens faste praksis er det væsentligste kriterium for at afgøre, om en aftale m.v. har et konkurrencebegrænsende formål, konstateringen af, at en sådan aftale m.v. *"i sig selv er tilstrækkeligt skadelig for konkurrencen."*¹⁵⁸
244. Hvis en aftale m.v. har et konkurrencebegrænsende formål, er det således unødvendigt at påvise konkrete virkninger på markedet, negative følger for konkurrencen på markedet eller at aftaleparterne rent faktisk har efterlevet aftalen.¹⁵⁹
245. Af Domstolens dom i *Groupement de cartes bancaires*-sagen fremgår det, at:

*"Ifølge Domstolens praksis er det for at vurdere, om en aftale mellem virksomheder eller en vedtagelse inden for en sammenslutning af virksomheder er tilstrækkelig skadelig til at kunne anses for at udgøre en restriktion med et »konkurrencebegrænsende formål« som omhandlet i artikel 81, stk. 1, EF, [nu TEUF artikel 101, stk. 1], nødvendigt at forholde sig til indholdet af bestemmelserne, til de formål, den tilsigter at opfylde, samt til den økonomiske og retlige sammenhæng, hvori den indgår."*¹⁶⁰ [Styrelsens understregning og tilføjelse i firkantede parenteser]

246. Vurderingen af de formål, en aftale m.v. tilsigter at opfylde, er en objektiv vurdering og ikke en vurdering af aftaleparternes subjektive hensigt.¹⁶¹ Parternes subjektive hensigt kan dog tages i betragtning. I *Groupement des cartes bancaires*-sagen fastslog Domstolen fx, at:

"Selv om parternes hensigt ikke udgør et forhold, der er nødvendigt ved fastlæggelsen af den restriktive karakter af en aftale mellem virksomheder, er der intet, der forbyder konkurrencemyndighederne, de nationale domstole eller Unionens retsinstanser at tage denne hensigt i betragtning".¹⁶²

247. Ved inddragelsen af den retlige og økonomiske sammenhæng, som en aftale m.v. indgår i, *"[...] skal arten af produkter eller tjenesteydelser, der er tale om, samt hvorvidt de pågældende markeder er opbygget og reelt fungerer, tages i betragtning [...]"* ved vurderingen af, om aftalen m.v. har et konkurrencebegrænsende formål.¹⁶³
248. Konstateringen af, om en aftale m.v. *"i sig selv er tilstrækkelig skadelig for konkurrencen"* svarer således overordnet til en vurdering af, om en aftale m.v. objektivt set er egnet til at begrænse konkurrencen.
249. I *Vejstribes*-sagen fastslog Højesteret:

¹⁵⁸ Jf. Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, præmis 57.

¹⁵⁹ Jf. fx Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, præmis 51, EF-domstolens dom af 8. juli 1999 i sag C-49/92 P, *Kommissionen mod Anic Partecipazioni*, præmis 99, Retten i Første Instans' dom af 9. juli 2003 i sag T-224/00, *Archer Daniels mod Kommissionen*, præmis 142 og EF-domstolens dom af 20. november 2008 i sag C-209/07, *Kommissionen mod Beef Industry m.fl.*, præmis 16 og fra dansk praksis Konkurrencerådets afgørelse af 25. juni 2014, *Lely's koordinering af priser og markeder*, punkt 367 og Konkurrenceankenævnets kendelse af 30. september 2015, *Lely Nordic m.fl. mod Konkurrencerådet*, side 13, samt Retten i Næstveds dom af 11. september 2013, *Birgits Køreskole*, sag. 6508/2012.

¹⁶⁰ Jf. Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, præmis 53.

¹⁶¹ Jf. Domstolens dom af 16. juli 2015 i sag C-172/14, *ING Pensii*, præmis 55.

¹⁶² Jf. Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires*, præmis 54, og den deri nævnte retspraksis.

¹⁶³ Jf. Domstolens dom af den 30. januar 2020 i sag C-307/18, *Generics (UK) Ltd m.fl. mod Competition and Markets Authority*, punkt 68 og den deri nævnte retspraksis.

*"[...] at der for at anse et forhold for i sig selv at have konkurrencebegrænsning til formål skal være fornøden sikkerhed for, at tiltaget efter sin karakter i den givne markedsmæssige sammenhæng objektivt bedømt rummer et sådant potentiale af konkurrence-skadelige virkninger, at det ikke er fornødent at påvise faktisk indtrådte skadevirkninger."*¹⁶⁴

4.3.3.2 Koordination af priser og udveksling af prisoplysninger mellem konkurrenter antages generelt at have til formål at begrænse konkurrencen

250. Den adfærd, der er genstand for vurderingen i denne sag, består i, at Hübsch har indgået én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis med en konkurrerende virksomhed om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af sine priser.
251. Det fremgår udtrykkeligt af konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1 og stk. 3, at konkurrencebegrænsende aftaler m.v. kan bestå i at *"fastsætte købs- eller salgspriser eller andre forretningsbetingelser"*. Tilsvarende fremgår det af TEUF artikel 101, stk. 1, litra a), at aftaler m.v. som begrænser konkurrencen navnlig kan bestå i *"direkte eller indirekte fastsættelse af købs- eller salgspriser eller andre forretningsbetingelser"*.
252. Erfaringer fra praksis og økonomisk teori viser, at aftaler m.v. om koordinering af priser mellem konkurrenter har til formål at begrænse konkurrencen, fordi de udgør overtrædelser, der i sig selv er tilstrækkelig skadelige for konkurrencen. Det skyldes blandt andet, at sådanne aftaler m.v. gør det muligt for deltagerne med en rimelig grad af sikkerhed at forudsige, hvilken prispolitik deres konkurrenter vil følge.¹⁶⁵
253. I *Groupement des cartes bancaires*-sagen fastslog Domstolen, at adfærd, der resulterer i horisontal prisfastsættelse, har til formål at begrænse konkurrencen, da erfaringer viser, at det fører til nedgang i produktion og til prisstigninger og dermed i sidste ende skader forbrugerne. Domstolen udtalte således:

*"Det står således fast, at visse former for hemmelig adfærd såsom adfærd, der resulterer i kartellers horisontale prisfastsættelser, kan anses for at kunne have så negative virkninger for navnlig prisen, kvantiteten eller kvaliteten af varer eller tjenesteydelser, at det med henblik på anvendelsen af artikel 81, stk. 1, EF [nu TEUF artikel 101, stk. 1] er uforlødent at godtgøre, at de har konkrete virkninger på markedet [...]. Erfaringen viser, at sådan adfærd medfører en nedgang i produktionen og prisstigninger, hvilket resulterer i en ringe ressourcefordeling til skade for navnlig forbrugerne."*¹⁶⁶ [Styrelsens understregning og tilføjelse i firkantede parenteser]

¹⁶⁴ Jf. Højesterets dom af den 27. november 2019 i sag 191/2018, *Konkurrencerådet mod Eurostar Danmark A/S og GVC O A/S* ("Vejstribesagen"), side 9.

¹⁶⁵ Jf. EF-domstolens dom af 17. oktober 1972 i sag 8/72, *Vereeniging van Cementhandelaren mod Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber*, præmis 21, Kommissionens afgørelse af 31. maj 2006 i sag COMP/F/38.645, *Methacrylates*, præmis 229, samt Kommissionens afgørelse af 20. september 2006 i sag COMP/F-1/38.121, *Fittings*, præmis 610.

¹⁶⁶ Jf. Domstolens dom af 11. september 2014 i sag C-67/13 P, *Groupement des cartes bancaires mod Kommissionen*, præmis 51.

254. Priser er normalt en af de mest relevante konkurrenceparametre mellem virksomheder. Ifølge praksis udgør fastsættelse af priser derfor "en åbenlys begrænsning af konkurrencen".¹⁶⁷ Fastsættelse af såvel salgspriser¹⁶⁸ som indkøbspriser¹⁶⁹ kan have til formål at begrænse konkurrencen. I *FNSEA*-sagen, fastslog Retten således, at:

*"For det andet bemærkes hvad angår indførelsen af en prisaftale, at artikel 81, stk. 1, litra a), EF [nu TEUF artikel 101, stk. 1] udtrykkeligt foreskriver, at foranstaltninger, som består i direkte eller indirekte fastsættelse af købs- eller salgspriser udgør konkurrencebegrænsninger. Ifølge fast retspraksis udgør fastsættelse af priser nemlig en åbenlys begrænsning af konkurrencen."*¹⁷⁰ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

255. Det følger også af praksis, at begrebet "priser" ikke skal fortolkes indskrænkende. I *Freight Forwarding*-sagen fastslog Kommissionen, at priskoordinering med hensyn til en del af en pris kan have til formål at begrænse konkurrencen.¹⁷¹ I sagen havde flere transportvirksomheder koordineret forskellige gebyrer. Kommissionen udtalte bl.a. i den forbindelse, at:

*"The freight forwarders concerned coordinated in relation to all four infringements their behavior to remove uncertainty in relation to various elements of price in the freight forwarding sector. Therefore they substituted practical cooperation between them for the risks of competition. Furthermore, the participating undertakings took account of information exchanged with competitors in determining their own conduct on the market. In ceasing to determine independently their policy in the market, the participating undertakings thus undermined the concept inherent in the provisions of the Treaty relating to competition [...]"*¹⁷² [Styrelsens understregning]

256. Og:

*"[...] Such agreements and concerted practices on price or other trading conditions do by their very nature prevent, restrict or distort competition."*¹⁷³

257. Derudover har Domstolen i henholdsvis *T-Mobile*-sagen og *Dole Food Company*-sagen fastslået, at kommunikation mellem konkurrenter, der kan føre til konkurrencebetingelser, der ikke svarer til de normale markedsbetingelser, og som kan fjerne eller reducere usikkerhedsmomenter med hensyn til de berørte virksomheders påtænkte adfærd, kan have til formål at begrænse konkurrencen. Domstolen har således udtalt, at:

¹⁶⁷ Jf. Retten i Første Instans' dom af 13. december 2006 i de forenede sager T-217/03 og T-245/03, *FNSEA*, præmis 83.

¹⁶⁸ Jf. Retten i Første Instans' dom af 13. december 2006 i de forenede sager T-217/03 og T-245/03, *FNSEA*, præmis 83.

¹⁶⁹ Jf. Kommissionens beslutning af 20. oktober 2005 i sag COMP/C.38.281/B.2, *Raw Tobacco Italy*, punkt 285.

¹⁷⁰ Jf. Retten i Første Instans' dom af 13. december 2006 i de forenede sager T-217/03 og T-245/03, *FNSEA*, præmis 83.

¹⁷¹ Jf. Kommissionens beslutning af 28. marts 2012, COMP/39.462, *Freight Forwarding*. Jf. også Retten i Første Instans' dom af 13. december 2001 i de forenede sager T-45/98 og T-47/98, *Krupp Thyssen Stainless GmbH og Acciai Speciali Terni SpA mod Kommissionen*, præmis 157, hvor Retten fandt, at en række europæiske stålproducenters aftale om at anvende en fælles referencepris, der blev brugt til at beregne et pristillæg, som kun udgjorde en del af den endelige pris på stålprodukterne, havde til formål at begrænse konkurrencen. Rettens afgørelse blev opretholdt ved EF-domstolens dom af 14. juli 2005 i de forenede sager C-65/02 P og C-73/02 P, *Thyssenkrupp Stainless GmbH mod Kommissionen*.

¹⁷² Jf. Kommissionens beslutning af 28. marts 2012, COMP/39.462, *Freight Forwarding*, punkt 572.

¹⁷³ Jf. Kommissionens beslutning af 28. marts 2012, COMP/39.462, *Freight Forwarding*, punkt 571.

"An exchange of information between competitors is tainted with an anti-competitive object if the exchange is capable of removing uncertainties concerning the intended conduct of the participating undertakings."¹⁷⁴

258. Og:

"[...] it was permissible for the Commission to conclude that, as they made it possible to reduce uncertainty for each of the participants as to the foreseeable conduct of competitors, the pre-pricing communications had the object of creating conditions of competition that do not correspond to the normal conditions on the market and therefore gave rise to a concerted practice having as its object the restriction of competition within the meaning of Article 81 EC [nu TEUF artikel 101]."¹⁷⁵ [Styrelsens tilføjelse i firkantede parenteser]

259. Det er i blandt andet ovenstående praksis fastslået, at horisontale aftaler og/eller samordnet praksis om priskoordinering og informationsudveksling af strategiske oplysninger mellem konkurrenter om fx en konkurrents fremtidige prisadfærd, *generelt* anses for at have til formål at begrænse konkurrencen.
260. Det skal herefter *konkret* vurderes, om Hübsch' adfærd har til formål at begrænse konkurrencen.

4.3.3.3 Priskoordineringen og udvekslingen af prisoplysninger har til formål at begrænse konkurrencen

261. Ved vurderingen af, hvorvidt den i sagen omhandlede adfærd har haft til formål at begrænse konkurrencen, tages der udgangspunkt i ovennævnte kriterier fra dansk- og EU-praksis. Der ses således på (i) aftalen og/eller den samordnede praksis' indhold, (ii) de formål, aftalen og/eller den samordnede praksis tilsigter at opfylde, og (iii) den økonomiske og retlige sammenhæng, hvori aftalen og/eller den samordnede praksis indgår.

(i) Aftalens eller aftalernes og/eller den samordnede praksis' indhold

262. Adfærden i nærværende sag omfatter *for det første* virksomhedernes drøftelser i januar 2021, som resulterede i, at Hübsch pr. 1. februar 2021 indførte dels et Covid-19-gebyr på fire pct. og dels en generel prisstigning på sine varer, jf. ordlyden af Hübsch' nyhedsbrev af 1. februar 2021, hvor det fremgår, at: *"Fra mandag d. 1/2-21 vil der komme prisstigninger på vores varer, og der vil blive lavet et midlertidigt gebyr på 4% på alle ordrer."*, jf. punkterne 67 og 69.
263. Adfærden omfatter *for det andet* virksomhedernes drøftelser i juli 2021, som resulterede i, at Hübsch pr. 16. august 2021 indførte en yderligere generel prisstigning, jf. ordlyden af Hübsch' nyhedsbrev af 29. juli 2021, hvor det fremgår, at: *"Vi er desværre nødsaget til at hæve vores priser yderligere, da vi ikke kan absorbere hele ratestigningen på søfragten. Vi har derfor hævet vores produktpriser fra ca. 5%, gældende for alle ordrer placeret fra 16. august 2021."*, jf. punkterne 95-96.

¹⁷⁴ Jf. EF-domstolens dom af 4. juni 2009 i sag C-8/08, *T-Mobile Netherlands BV m.fl. mod Raad van bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit*, præmis 43.

¹⁷⁵ Jf. Domstolens dom af 19. marts 2015 i sag C-286/13 P, *Dole Food Company m.fl. mod Kommissionen*, præmis 134.

-
264. Sagens samlede materiale viser også, at indholdet af den omhandlende adfærd vedrørte koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser, jf. styrelsens vurdering af materialet i afsnit 4.3.2.1. Priser er, som nævnt i punkt 254, en af de mest relevante konkurrenceparametre mellem virksomheder.
265. En sådan adfærd er i strid med den grundtanke, der ligger bag konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 om, at enhver virksomhed uafhængigt skal tage stilling til den politik, som virksomheden vil føre på markedet, jf. punkt 236.
266. Hübsch har i sit høringssvar af 6. februar 2024 anført at der i dialogen med den Konkurrerende Virksomhed ikke er sket koordinering af priser på enkeltvarer eller varegrupper, og at der heller ikke er udvekslet prisoplysninger vedr. varer eller varegrupper.¹⁷⁶
267. Hertil bemærker styrelsen, at det ikke er nødvendigt, at virksomhederne ved adfærden har koordineret og/eller udvekslet informationer vedrørende den specifikke pris på enkeltvarer eller varegrupper. Virksomhederne har bl.a. koordineret en generel prisstigning, som er tilstrækkelig for at anse adfærden for at have mindsket konkurrencen, idet dette har ændret Hübsch og den Konkurrerende Virksomheds incitament til at konkurrere indbyrdes.¹⁷⁷
268. Styrelsen bemærker endvidere, at Covid-19-gebyret på 4 pct., som på baggrund af drøftelserne mellem virksomhederne blev indført pr. 1. februar 2021 sammen med den generelle prisstigning, blev pålagt alle ordrer, uanset varer eller varegrupper, jf. fx punkterne 52, 56-57, 66-69.
269. Styrelsen finder på baggrund af ovenstående, at indholdet af virksomhedernes aftale eller aftaler og/eller samordnede praksis understøtter, at adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen, idet der foreligger pålidelige og solide erfaringer for, at aftaler m.v., hvis indhold er at koordinere priser, normalt har til formål at begrænse konkurrencen, jf. punkt 252.

(ii) De formål, aftalen eller aftalernes og/eller den samordnede praksis tilsigter at opfylde

270. Det fremgår af sagens materiale, at det var virksomhedernes hensigt at koordinere deres priser og udveksle informationer om deres prisadfærd, jf. punkterne 49-50, 52, 56, 58-61, 64-65, 78-80, og 87-91. Dette understøttes blandt andet af formuleringer fra Hübsch som: "Sætter vi det op i forhold til aftale med Broste" og "Yes men lad mig lige vende den med [...] [Konkurrentens Sales Director] fra Broste så vi afstemmer inden vi sender den. Jeg ringer til ham så snart jeg har den", jf. punkterne 49 og 56, samt formuleringer fra den Konkurrerende Virksomhed som: "Samtidig lærer vi os op ad [...] og Hübsch som begge vil kører med på denne", "Gider du give en melding ift gebyret om du er enig i størrelsen ? Så får jeg Hübsch til at lave det til 4% også ;o)" og "Jeg synes det er super cool, at vi kan dele lidt de her ting. Det glæder mig.", jf. punkterne 50, 61 og 64.
271. Det er styrelsens vurdering, at formålet med adfærden også efter en objektiv vurdering var at fjerne eller reducere usikkerheden med hensyn til virksomhedernes adfærd på markedet. Det skyldes, at horisontale aftaler og samordnet praksis om koordinering af priser og udveksling

¹⁷⁶ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

¹⁷⁷ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. november 2016, *Koordinering af abonnementspriser for service på naturgasfyrt*, punkt 407. Afgørelsen blev stadfæstet af Østre Landsret ved dom af 12. marts 2021 i sag BS-28455/2019-OLR.

af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser gør det muligt for deltagerne med en rimelig grad af sikkerhed at forudsige, hvilken prispolitik deres konkurrenter vil følge, jf. bl.a. punkt 252 ovenfor.¹⁷⁸

272. Hübsch har som tidligere nævnt over for styrelsen gjort gældende, at de pågældende prisstigninger ville have været indført uanset hvad, på grund af stigende omkostninger på fragt fra Asien, og at Hübsch' adfærd derfor ikke har haft nogen effekt på priserne på markedet.¹⁷⁹ I sit høringssvar af 6. februar 2024 har Hübsch ligeledes anført, at Hübsch' prissætning isoleret set ikke har nogen konkurrencemæssig betydning, og at mindre prisændringer ikke har afgørende indflydelse på Hübsch' omsætning og konkurrenceposition på markedet. Den konkurrencemæssige betydning af adfærden har derfor ifølge Hübsch været ganske beskedent.¹⁸⁰ Hübsch har i sit høringssvar af 6. februar 2024 anført, at formålet med adfærden ikke var at begrænse konkurrencen, men snarere, i den ekstreme situation, at fastlåse det indbyrdes konkurrenceniveau.¹⁸¹
273. Hertil bemærkes, at styrelsen ikke har foretaget nærmere undersøgelser af de konkurrencebegrænsende virkninger af Hübsch' adfærd i nærværende sag. Det skyldes, at det principielt er uden betydning, om virksomheder, der aftaler eller indgår i en samordnet praksis, der har til formål at begrænse konkurrencen, rent faktisk udfører den aftalte/samordnede adfærd, ligesom det er unødvendigt at påvise konkrete virkninger på markedet eller negative følger for konkurrencen på markedet, jf. punkt 244.
274. Som beskrevet i afsnit 4.3.2.1, fremgår effekten af Hübsch' og den Konkurrerende Virksomheds adfærd imidlertid tydeligt af sagens materiale, som viser, at Hübsch inden kontakten med den Konkurrerende Virksomhed i januar 2021 havde besluttet ikke at indføre prisstigninger i forbindelse med forårs-/sommerkollektionen for 2021, jf. punkt 46. Trods dette indførte Hübsch et Covid-19-gebyr og en generel prisstigning efter drøftelserne med den Konkurrerende Virksomhed, jf. punkt 69. Materialet viser endvidere, at de oplysninger, der blev delt mellem virksomhederne i juli 2021, blev drøftet internt i Hübsch i forbindelse med fastlæggelsen af Hübsch' fremtidige prisadfærd, inden Hübsch varslede en ny generel prisstigning på fem pct. pr. 16. august 2021, jf. punkterne 80 og 92-96. Hübsch anfører selv, at formålet med adfærden var at fastlåse det indbyrdes konkurrenceniveau mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed.¹⁸² Dette er i strid med grundprincippet om, at hver enkelt virksomhed uafhængigt skal tage stilling til den politik, som den vil føre, jf. punkt 236.
275. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at det objektive formål med Hübsch' adfærd var at fjerne eller reducere den usikkerhed, der var med hensyn til virksomhedernes fremtidige prisadfærd på markedet og dermed at begrænse konkurrencen mellem virksomhederne, hvilket understøtter, at adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen.

(iii) Den retlige og økonomiske kontekst

276. I det følgende foretages en vurdering af den retlige og økonomiske kontekst, som adfærden indgik i, med henblik på at vurdere, om konteksten bekræfter og understøtter formodningen om, at adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen. Det vil sige, at der foretages en

¹⁷⁸ Jf. EF-domstolens dom af 17. oktober 1972 i sag 8/72, *Vereeniging van Cementhandelaren mod Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber*, præmis 21, Domstolens dom af 19. marts 2015 i sag C-286/13 P, *Dole Food Company m.fl. mod Kommissionen*, præmis 134, Kommissionens afgørelse af 31. maj 2006 i sag COMP/F/38.645, *Methacrylates*, præmis 229, samt Kommissionens afgørelse af 20. september 2006 i sag COMP/F-1/38.121, *Fittings*, præmis 610.

¹⁷⁹ Jf. Bilag 5: Referat af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens møde med Hübsch A/S den 24. maj 2023, side 4. Hübsch har ikke afgivet bemærkninger til styrelsens referat af mødet med Hübsch den 24. maj 2023.

¹⁸⁰ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 10.

¹⁸¹ Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

¹⁸² Jf. Bilag 7: Hübsch A/S' høringssvar af 6. februar 2024, side 11.

vurdering af, om adfærden *også* set i lyset af den markedsmæssige sammenhæng, som adfærden indgik i, objektivt bedømt rummer et sådant potentiale af konkurrenceskadelige virkninger, at det ikke er fornødent at påvise faktiske indtrådte skadevirkninger.

277. Ifølge EU-praksis skal der ved vurderingen heraf tages hensyn til hvilke produkter, der er tale om, og hvordan de(t) pågældende marked(er) er opbygget og reelt fungerer, jf. punkt 247 ovenfor.
278. Som allerede belyst, er adfærden mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed, der udgjorde én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis, overtrædelser, der er omfattet af konkurrencelovens § 6, stk. 1, og TEUF artikel 101, stk. 1, da adfærden vedrørte priskoordinering og udveksling af prisoplysninger mellem konkurrenter. I sådanne tilfælde skal der alene tages summarisk hensyn til den retlige og den økonomiske kontekst.¹⁸³
279. Engrosmarkedet for boligindretningsprodukter i Danmark var ikke omfattet af særlig regulering, der nødvendiggjorde horisontale aftaler m.v. om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser. Ligeledes kunne arten af produkterne eller strukturen på markedet ikke begrunde sådan en adfærd. For så vidt angår den økonomiske kontekst var konsekvensen af den omhandlede adfærd, at priskonkurrencen mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed blev fjernet eller reduceret.
280. Det er på den baggrund Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den retlige og økonomiske kontekst bekræfter og understøtter, at adfærden, bestående i én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser, udgjorde én eller flere overtrædelser, der havde til formål at begrænse konkurrencen.

4.3.3.4 Delkonklusion

281. Det er sammenfattende Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at adfærden, bestående i én eller flere aftaler og/eller samordnet praksis mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed havde til formål at begrænse konkurrencen i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1 og stk. 3, og TEUF artikel 101, stk. 1, litra a), idet:
- » Adfærden vedrørte koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser.
 - » Formålet med adfærden var at begrænse konkurrencen på det danske engrosmarked for boligindretningsartikler.
 - » Den retlige og økonomiske kontekst understøtter og bekræfter, at adfærden var egnet til at begrænse konkurrencen på det danske engrosmarked for boligindretningsartikler, og at adfærden således havde til formål at begrænse konkurrencen, hvorefter det ikke er nødvendigt at undersøge adfærdens faktiske følger.

¹⁸³ Jf. Domstolens dom af 20. januar 2016 i sag C-373/14 P, *Toshiba mod Kommissionen*, præmis 29, Domstolens dom af 19. december 2013 i de forenede sager, C-239/11 P, C-489/11 P og C-498/11 P, *Siemens m.fl. mod Kommissionen*, præmis 218, generaladvokatens forslag til afgørelse af 4. september 2008 i sag C-209/07, *Kommissionen mod Beef Industry m.fl.*, punkt 47 og fodnote 26, samt Retten i Første Instans' dom af 15. september 1998 i de forenede sager T-374/94 m.fl., *European Night Services m.fl. mod Kommissionen*, præmis 136.

4.3.4 Mærkbar konkurrencebegrænsning

282. Den fjerde betingelse for, at forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101 finder anvendelse, er som nævnt, at konkurrencebegrænsningen er mærkbar. Hvorvidt en konkurrencebegrænsning er mærkbar beror dels på en kvantitativ og dels på en kvalitativ vurdering.
283. For aftaler og samordnet praksis, der har til formål at begrænse konkurrencen, er det ikke nødvendigt at foretage en konkret vurdering af kvantitativ og kvalitativ mærkbarhed, da sådanne aftaler m.v. efter deres art opfylder mærkbarhedskravet, jf. Domstolens dom fra 2012 i *Expedia Inc.*:

"Det må således fastslås, at en aftale, der kan påvirke samhandelen mellem medlemsstater, og som har et konkurrencebegrænsende formål, efter sin art og uanset faktiske følger udgør en mærkbar begrænsning af konkurrencen."¹⁸⁴

284. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen, jf. afsnit 4.3.3, og at adfærden derfor, som følge af sin art og uanset faktiske følger, udgjorde én eller flere mærkbare begrænsninger af konkurrencen.

4.3.5 Konklusion vedrørende Konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101

285. På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at:
- » Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed opfyldte virksomhedsbegrebet,
 - » der forelå én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser,
 - » adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen på det danske engrosmarked for boligindretningsartikler, og
 - » Adfærden udgjorde én eller flere mærkbare konkurrencebegrænsninger i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1 og stk. 3, og TEUF artikel 101, stk. 1, litra a).

4.4 Fritagelse

286. En konkurrencebegrænsende aftale og/eller samordnet praksis kan være fritaget fra forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101, stk. 1.
287. Det kan enten skyldes, at aftalen m.v. er omfattet af en gruppefritagelse og dermed fritaget fra forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101, eller også kan det skyldes, at den er individuelt fritaget fra forbuddet i konkurrencelovens § 6 og TEUF artikel 101, stk. 1, i medfør af konkurrencelovens § 8 og TEUF artikel 101, stk. 3.
288. Det skal derfor vurderes, om Hübsch' adfærd var omfattet af en gruppefritagelse, og – hvis dette ikke er tilfældet – om adfærden eventuelt kan fritaget i medfør af konkurrencelovens § 8, stk. 1. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ikke kompetence til at fritage en aftale m.v. fra

¹⁸⁴ Jf. Domstolens dom af 3. december 2012 i sag C-226/11, *Expedia Inc.*, præmis 37.

TEUF artikel 101.¹⁸⁵ Styrelsen vurderer imidlertid, om betingelserne er opfyldt. Hvis dette er tilfældet, kan styrelsen beslutte, at der ikke er grund til at gribe ind efter artikel 101.

4.4.1 Adfærden er ikke omfattet af en gruppefritagelse

289. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den omhandlende adfærd ikke var omfattet af en gruppefritagelse.
290. Det er derfor relevant at vurdere, om adfærden kan fritages fra forbuddet i konkurrencelovens § 6 i medfør af den individuelle fritagelsesmulighed i konkurrencelovens § 8, stk. 1, og hvis det er tilfældet, om det tillige kan besluttes, at der ikke er nogen grund til at gribe ind efter TEUF artikel 101, stk. 1, jf. stk. 3.

4.4.2 Adfærden opfylder ikke betingelserne for en individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8 og TEUF artikel 101, stk. 3

291. Det følger af konkurrencelovens § 8, stk. 1,¹⁸⁶ at forbuddet i konkurrencelovens § 6, stk. 1, ikke finder anvendelse, hvis en aftale mellem virksomheder, en vedtagelse inden for en sammenlutning af virksomheder eller en samordnet praksis mellem virksomheder opfylder fire betingelser.¹⁸⁷
292. De fire – kumulative – betingelser er, at aftalen m.v.:
1. bidrager til at styrke effektiviteten i produktionen eller distributionen af varer eller tjenesteydelser eller fremmer den tekniske eller økonomiske udvikling,
 2. sikrer forbrugerne en rimelig andel af fordelene herved,
 3. ikke pålægger virksomhederne begrænsninger, som er unødvendige for at nå disse mål, og
 4. ikke giver virksomhederne mulighed for at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de pågældende varer eller tjenesteydelser.
293. I princippet kan alle konkurrencebegrænsende aftaler m.v. opnå fritagelse, men det må kræve en særlig underbygget begrundelse, hvis aftaler m.v., som indeholder alvorlige konkurrencebegrænsninger, skal kunne opfylde betingelserne i konkurrencelovens § 8. Det er således ikke sandsynligt, at alvorlige konkurrencebegrænsninger opfylder betingelserne for fritagelse i konkurrencelovens § 8, stk. 1.¹⁸⁸
294. Det er virksomhederne, der har bevisbyrden for, at alle betingelserne for individuel fritagelse i konkurrencelovens § 8, stk. 1, er opfyldt.¹⁸⁹
295. Hübsch har ikke påberåbt sig effektivitetsgevinster. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har alligevel foretaget en vurdering ud fra de foreliggende oplysninger af, om betingelserne for en individuel fritagelse er til stede.

¹⁸⁵ Jf. Rådets forordning nr. 1/2003 af 16. december 2002 om gennemførelse af konkurrencereglerne i traktatens artikel 81 og 82 (nu artikel 101 og 102), artikel 5, som udtømmende oplister, hvad medlemsstaternes konkurrencemyndigheder er beføjede til i relation til TEUF artikel 101 og 102, samt særligt artikel 5, sidste afsnit.

¹⁸⁶ Bestemmelsen svarer indholdsmæssigt til TEUF artikel 101, stk. 3.

¹⁸⁷ Det fremgår af bemærkningerne til bestemmelsen, at styrelsen ved udøvelsen af skønnet over, hvorvidt betingelsen i § 8, stk. 1, er opfyldt, skal tage hensyn til Kommissionens og Domstolens praksis efter artikel 101, stk. 3, jf. forarbejderne til lov nr. 384 af 10. juni 1997, FT 1996-97, tillæg A, side 3662, h.sp.

¹⁸⁸ Jf. Kommissionens meddelelse af den 27. april 2004 om retningslinjer for anvendelsen af traktatens artikel 81, stk. 3 [nu artikel 101, stk. 3], (2004/C 101/08), punkt 46.

¹⁸⁹ Jf. FT 2004/05, 1. samling, tillæg A, side 1638 v.sp.

296. Det er styrelsens vurdering, at adfærden ikke opfylder betingelserne for en individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1. Det skyldes, at det er vanskeligt at se, at den pågældende adfærd, der indebar begrænsninger i en væsentlig konkurrenceparameter som priser, kan styrke effektiviteten på engrosmarkedet for boligindretningsartikler eller fremme den tekniske eller økonomiske udvikling, jf. konkurrencelovens § 8, stk. 1, nr. 1. Dette skal også ses i lyset af, at adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen, jf. afsnit 4.3.3.
297. Da det er styrelsens vurdering, at adfærden mindskede priskonkurrencen mellem de involverede virksomheder, som var konkurrenter, hvilket erfaringsmæssigt fører til højere priser, jf. punkterne 252-253, og da der samtidig ikke er identificeret effektivitetsgevinster, er det styrelsens vurdering, at forbrugerne blev dårligere stillet med den pågældende adfærd, jf. konkurrencelovens § 8, stk. 1, nr. 2.
298. Selv hvis Hübsch skulle kunne dokumentere effektivitetsgevinster, er det vanskeligt at se, at det skulle være nødvendigt for to konkurrerende virksomheder at indgå i én eller flere konkurrencebegrænsende aftaler og/eller samordnet praksis om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser, jf. konkurrencelovens § 8, stk. 1, nr. 3, idet dette mindsker usikkerheden om væsentlige konkurrenceparametre blandt konkurrerende virksomheder.
299. Hübsch har under sagens behandling over for styrelsen gjort gældende, at Hübsch' markedsandel på såvel det danske marked som på EU-markedet er af ganske beskeden størrelse, og helt uden konkurrencemæssig betydning.¹⁹⁰ Henset til blandt andet Hübsch' omsætning for 2021, som er den relevante periode i nærværende sag, jf. punkt 29, finder styrelsen, at det ikke kan udelukkes, at Hübsch ville kunne bevise, at adfærden ikke var egnet til at udelukke konkurrencen for en væsentlig del af de omhandlede produkter. De fire betingelser i konkurrencelovens § 8, stk. 1 er dog kumulative, hvorfor alle fire betingelser skal opfyldes. Da adfærden ikke opfylder de øvrige betingelser, er det styrelsens vurdering, at adfærden ikke kan fritages efter konkurrencelovens § 8, stk. 1.
300. På baggrund af de oplysninger, som er tilgængelige, kan adfærden ikke individuelt fritages fra forbuddet i konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. § 8, stk. 1, jf. det ovenfor anførte. På baggrund af disse oplysninger er det styrelsens vurdering, at adfærden heller ikke opfylder betingelserne i TEUF artikel 101, stk. 3.

4.5 Begrundelse for påbud

301. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at det er nødvendigt at udstede påbud til Hübsch med henblik på at bringe adfærden til ophør, for så vidt dette ikke allerede er sket, samt for at sikre en effektiv virkning af afgørelsen.
302. Det er styrelsens vurdering, at påbuddet ikke går videre, end hvad der er nødvendigt henset til overtrædelsens karakter.

4.6 Samlet konklusion

303. På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at:

¹⁹⁰ Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023, side 6 og lignende bemærkninger i Bilag 2: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder af 26. september 2022 til Hübsch A/S, Hübsch A/S' skriftlige bemærkninger af 10. oktober 2022 til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder, og styrelsens svar af 3. november 2022, side 6.

-
- » det relevante marked til brug for denne sag kan afgrænses til engrosmarkedet for boligindretningsartikler i Danmark. Styrelsen har dog ikke foretaget en endelig afgrænsning af det relevante marked.
 - » adfærden kunne påvirke samhandelen mellem medlemsstater mærkbart,
 - » det konkurrenceretlige virksomhedsbegreb var opfyldt,
 - » der forelå én eller flere horisontale aftaler og/eller samordnet praksis mellem Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed om koordinering af priser og udveksling af prisoplysninger til brug for fastsættelse af priser,
 - » adfærden havde til formål at begrænse konkurrencen på det danske engrosmarked for boligindretningsartikler,
 - » adfærden udgjorde én eller flere mærkbare konkurrencebegrænsninger i strid med konkurrencelovens § 6, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 1 og stk. 3, og TEUF artikel 101, stk. 1, litra a),
 - » adfærden ikke faldt ind under en gruppefritagelse og ikke opfylder betingelserne for en individuel fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1 og TEUF artikel 101, stk. 3, og
 - » det er nødvendigt at udstede påbud til Hübsch for at bringe overtrædelsen til ophør, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 4, 1. pkt., jf. § 16, stk. 1 og TEUF artikel 101, stk. 1, jf. § 16, stk. 1, jf. § 2, stk. 6.
-

5. BILAG

Bilag 1: Relevant materiale fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens kontrolundersøgelse den 11. november 2021 [Bemærk, at alene relevante vedhæftninger fra materiale, der er medtaget elektronisk, fremgår af bilaget],

Bilag 2: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder af 26. september 2022 til Hübsch A/S, Hübsch A/S' skriftlige bemærkninger af 10. oktober 2022 til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder, og styrelsens svar af 3. november 2022,

Bilag 3: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 7. november 2022 og den Konkurrerende Virksomheds svar af 14. november 2022 [Bemærk, at alene relevante vedhæftninger fra den Konkurrerende Virksomheds svar fremgår af bilaget],

Bilag 4: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål af 13. februar 2023 og Hübsch A/S' svar af 23. februar 2023,

Bilag 5: Referat af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens møde med Hübsch A/S den 24. maj 2023,

Bilag 6: Eksempler på sammenlignelige produkter fra Hübsch og den Konkurrerende Virksomhed.

Bilag 7: Hübsch A/S' hørings svar af 6. februar 2024.
