

ERHVERVSJURA

FORBUD FORBUDT

TILBUDSPRISER: En producent bør undlade at forbyde sine forhandlere at sætte en bestemt pris på sine varer. Ellers kommer producenten i konflikt med konkurrencelovgivningen. Det viser en nyligt offentliggjort sag om en møbelproducent.



LARS BO LANGSTED
professor,
Juridisk Institut,
Aalborg Universitet

erhverv@jpu.dk

Vi støder på dem hver dag: »vejledende udsalgspris kr. 750,-«, står der på prismærket – og det er den pris, man kan købe varen til i forretningen og i forretningen ved siden af og i en tilsvarende forretning i den anden ende af landet.

Sådan kan de frie markeds kræfter fungere, og det er der sådan set ikke noget galt i. Producenten og/eller importøren får sin pris, forhandleren får sin pris og forbrugeren slipper for at gå på jagt efter den samme vare i 117 forskellige forretninger for at finde en, der er billigere. Forbrugeren slipper også for at se sine "dyre kvalitetsvarer" på udsalg til spotpris.

På den anden side har forbrugerne også en væsentlig interesse i, at varen kan fås så billigt som muligt – at man med andre ord ikke "betaler for meget" – hvor meget "for meget" så end er.

Man kunne anlægge den betragtning, at man betaler for meget, hvis man betaler mere end den pris, man skulle give under vilkår af fri konkurrence og prisdannelse. Det er dette sidste synspunkt, der ligger bag konkurrenceloven, som imidlertid forsøger at forene de to synspunkter: Der er ikke noget galt i vejledende udsalgspriser, så længe de er netop vejledende.

I en dom, der for nylig blev offentliggjort, havde Østre Landsret lejlighed til at tage stilling til netop dette spørgsmål: Var en møbelproducentens mails og breve til sine forhandlere udtryk for konkurrencebegrænsende aftaler, eller var der alene tale om venlige henstillinger og forslag?

Sagen var kommet frem, efter at Konkurrencestyrelsen i 2008 havde været på kontrolbesøg hos fabrikanten, og der bl.a. var fundet e-mails m.v. Fabrikanten havde således tilbage i september 2004 udsendt et brev til sine forhandlere og samarbejdspartnere, hvor fabrikanten bl.a. opfordrede til: »... udelukkende at prismærke, skilte og evt. annoncere med vore vejledende udsalgspriser.«

Om baggrunden for opfordringen anførtes det i brevet bl.a., at »Vore stole-ikoner, Y og X, har været hårdt plaget under det forgangne udsalg, og det vil vi forsøge at sætte en stopper for fremover.«



Illustration: Søren Sielemann

til forhandlerne meddelte fabrikanten, at selskabet havde besluttet »at nedlægge forbud mod udsalgsannoncering med X-stol og Y.« Om baggrunden herfor henvises der i brevet bl.a. til »vore bestræbelser på at minimere rabatgivning«.

Brevet var senere blevet fulgt op med mails til forhandlere, der havde annonceret bl.a. med billeder af stolene i udsalgsannoncer. I disse mails havde fabrikanten påtalt overtrædelser af "forbuddet" i brevet af 14. juni.

Direktøren hos fabrikanten forklarede i retten, at brevet af 14. juni skam ikke var ment som et forbud, men som en henstilling, der havde til formål at »sikre stolens status«.

Salgschefen forklarede supplerende om brevet fra september, at dette »primært handlede om nye modeller og en jubilæumsbog. Det indledende afsnit om opfordringen til udelukken-

de at annoncere med virksomhedens vejledende udsalgspriser skal forstås som en reaktion på, at de to designikoner var blevet anvendt som lokkemad i forbindelse med udsalget og dermed kom til at fremstå som møbler med en lavere status og en lavere markedsværdi for forbrugerne. Dette slider på møblernes eftertragthed,« som han forklarede.

»Der var derfor tale om en venlig opfordring til at skåne møblerne markedsføringsmæssigt og følge kuty-men. Der var ikke tale om nogen form for forbud.«

Om juni-brevet fra 2005 medgav han, at man »set i bakspejlet burde have valgt en anden formulering end »forbud mod udsalgsannoncering. Meningen var blot, at forhandlerne skulle skåne

ikonerne«.

Hverken byret eller landsret lod sig imidlertid formilde af disse forklaringer, og landsretten nøjedes med at »finde det godt gjort, at fabrikanten ved de nævnte breve og aftaler etablerede en samordnet praksis henholdsvis indgik aftaler vedrørende forhandlernes kommunikation af videresalgspriser, som havde til formål at begrænse konkurrencen i relation til forhandlernes videresalgspriser« – alt i strid med konkurrenceloven.

Bøden til fabrikken blev fastsat til 400.000 kr., idet retten lagde »vægt på overtrædelsens grovhed og varighed samt virksomhedens omsætning«.

Nok så interessant er det, at retten samtidig fandt både direktøren og salgschefen personligt ansvarlige og

på 20.000 kr. Retten fandt således, at direktøren havde handlet groft uagtsomt og salgschefen forsætligt.

Vedrørende salgschefens forhold havde byretten begrundet dette med, at han var direkte ansvarlig for fabrikkens markedsføring, og at han enten havde »formuleret prisaftalerne og breve eller godkendt disse«.

Landsretten tiltrådte denne begrundelse, ligesom landsretten var enig med byretten i, at direktøren »som administrerende direktør (har) det overordnede daglige ansvar«, og at han som »daglig leder må have været bekendt med de forhold«, der var beskrevet i anklageskriftet.

Som strafferetsnørd kan man undre sig lidt over, at landsretten med den begrundelse alene fandt, at den administrerende direktør havde handlet groft uagtsomt. Formuleringen »må have været bekendt med« dækker således nor-

malt over, at der foreligger forsæt – det vil sige viden om, hvad der er sket – og ikke blot at han »burde have vidst«, hvad der var sket, som er den normale formulering ved statuering af uagtsomhed. Det ville imidlertid næppe have gjort andet end en marginal forskel i bødeudmålingen.

Den lære, man bl.a. kan drage af den foreliggende dom, er, at man skal passe på med, hvad man skriver. Hvis man mener, at der er tale om en venlig henstilling, skal man ikke tale om »forbud« – dommere har en tilbøjelighed til at tage den slags meget bogstaveligt.

Man skal dog også huske, at det vil være en overtrædelse af konkurrenceloven, selvom man ikke skriver disse ting, men blot siger dem. F.eks. at man som forhandler ikke kan få leveret varer, eller at man på anden måde bliver udsat for "repressalier", hvis man sælger til eller reklamerer med andet end den vejledende udsalgspris.

Det kan være, at det er sværere at bevise mundtlige »forbud« – men bevisførelsen er som bekendt fri, og vidneudsagn er ikke nødvendigvis ringere end dokumentbeviser.