

Indholdsfortegnelse

Kapitel 1 – Introduktion til Konkurrenceretten	3
1.1. Indledning	3
1.2. Anvendelsesområde	4
1.3. Markedsbegreb- og afgrænsning	6
Kapitel 2 – Konkurrencebegrænsende aftaler	7
2.1. Indledning	7
2.2. Aftaler	9
2.3. Konkurrencebegrænsning	10
2.5. Undtagelser til forbuddet	13
Kapitel 3 – Misbrug af dominerende stilling	16
3.1. Indledning	16
3.2. Dominans	17
3.3. Misbrug	18
3.4. Retsvirkninger	20
Kapitel 4 – Fusionskontrol	20
4.1. Indledning	20
4.2. Fusionsbegrebet	21
4.3. Den materielle bedømmelse	23
4.4. Retsvirkning og sanktioner	24
Kapitel 6 – Håndhævelse	24
Kapitel 7 – Introduktion til Markedsføringsretten	28
7.1. Offentligretlig regulering	29
7.2. Retskilder	29
7.3. EU og markedsføringsregulering	30
7.4. Territorialt virkningsområde	31
7.5. Værneting og tvangsfuldbyrdelse	32
Kapitel 8 – Introduktion: Dansk markedsføringslovgivning	32
8.1. Forbrugerbegrebet i MFL	32
8.2. Medier og skjult reklame	33
8.3. Særlig regulering	34
Kapitel 9.1 – Generalklausulen	36

- **U:** Konkurrencebegrænsninger, som er en direkte eller nødvendig følge af offentlig regulering er undtaget, jf. § 2, stk. 2.
 - Alle motiver, dvs. også velgørende organisationer (ikke krav om økonomisk profit for øje)

Løn og arbejdsforhold

- Ikke omfattet jf. KRL § 3.

Koncernforhold

- Bestemmelserne i kapitel 2 (konkurrencebegrænsende) finder ikke anvendelse på aftaler mv., inden for samme virksomhed eller koncern, jf. KRL § 5, stk. 1.

Direkte eller nødvendig følge af offentlig regulering – KRL § 2, stk. 2

- Reglerne i kapitel 2-3 (konkurrencebegrænsende aftaler og misbrug) finder ikke anvendelse, hvis konkurrencebegrænsningen er en direkte eller nødvendig følge af offentlig regulering.
 - Lov om buskørsel, postområdet, taxiloven el.lign.
- Fsva. konkurrencebegrænsningerne fastsat af en kommunalbestyrelse, er det kun en *direkte og nødvendig følge af offentlig regulering* hvis konkurrencebegrænsningen er nødvendig for at kommunalbestyrelsen kan opfylde sine opgaver i henhold til lov, jf. 2. pkt, tilsvarende for kommunale fællesskaber jf. stk. 3.
 - Direkte og nødvendig pga. offentlig regulering + nødvendig for at opfylde lovpligtig opgave
- Ressortministerens rolle – KRL § 2, stk. 4
 - Afgørelse af hvorvidt en konkurrencebegrænsning er omfattet af stk. 2, træffes af den minister, under hvis ressortområde den pågældende regulering henhører.
- Begrundet udtalelse fra KFST – KRL § 2, stk. 5

Forbudsprincippet

- **HR:** Alt er forbudt – straffes uden varsel
 - **U:** Der er givet tilladelse
 - **U:** Fusionskontrol er fortsat reguleret ved et kontrolprincip

Konkurrencebegrænsende aftaler – KRL § 6

- **HR:** Forbudt jf. KRL § 6, stk. 1-3
 - **U:** Konkret undtaget eller fritaget jf. KRL § 6, stk. 5.

- Mellem horisontale eller "forskellige" led i omsætningskæden.
- Eksempelvis hvis en handelsvirksomhed som sælger sko, laver en aftale med en produktionsvirksomhed som producerer sko. Dette er en aftale horisontalt i omsætningskæden.

Vertikale aftaler

- Mellem vertikale eller "samme" led i omsætningskæden.
- Eksempelvis hvis en handelsvirksomhed som sælger sko, laver en aftale med en anden handelsvirksomhed som sælger sko. Dette er en vertikal aftale i omsætningskæden.

2.3. Konkurrencebegrænsning

Konkurrencebegrænsningen

- Hvordan ville konkurrencesituationen have været, uden den pågældende aftale?
 - Hvis aftalen har negativ effekt på konkurrencesituationen → konkurrencebegrænsning
- Positiv liste jf. § 6, stk. 2:
 - Fastsættelse af købs- eller salgspriser eller andre forretningsbetingelser
 - Begrænsninger af kontrol med produktion, afsætning, teknisk udvikling
 - Opdeling af markeder eller forsyningskilder
 - Anvendelse af ulige vilkår for ens ydelser over for andre erhvervsdrivene (usaglig diskrimination), så disse stilles ringere i konkurrencen
 - Krav om bindende videresalgpriser
- Negativ liste:
 - Visse selektive distributionsaftaler, accessoriske aftalebegrænsninger, begrænsninger i videregivelse af know-how, konkurrenceklausuler, eksklusivaftaler (?)

KRL § 6, stk. 2, nr. 1. – Fastsættelse af købs-, salgs- eller forretningsbetingelser

- Kerneområdet for § 6 er forbud mod prisafgifter.
 - Alle prisafgifter er som udgangspunkt i strid med bestemmelsen, uanset horisontal eller vertikale prisafgifter.
- Mindstepriser
 - **HR:** Mindstepriser altid konkurrencebegrænsende
- Vejledende eller maksimumpriser
 - **HR:** Kan være konkurrencebegrænsende
 - *Vejledende priser eller bindende maksimumpriser, tillades/fritages i visse tilfælde.*

Usædvanlige tillægsydelse

- Tillægsydelse som efter deres natur eller handelssædvane ikke har forbindelse med aftalens genstand
- T-83/91 – Tetra Pak
 - Påfyldningsmaskiner måtte ikke købes uden køb af kartoner → misbrug

3.4. Retsvirkninger

Forbudsprincippet

- I det omfang adfærd kan betragtes som misbrug af dominerende stilling, vil det være forbudt
- Kan sanktioneres umiddelbart med bødestraf, jf. § 23, stk. 1, nr. 4

Kapitel 4 – Fusionskontrol

Struktur

- 4.1. Indledning
- 4.2. Fusionsbegrebet
 - Herunder tærskelsværdier for danske fusioner
- 4.3. Den materielle bedømmelse
 - Herunder anmeldelse og procedurer
- 4.4. Konkurrencerådets afgørelse

4.1. Indledning

Fordele/ulemper

- Fordele
 - Stordriftsfordele
 - Øger innovation og investering, idet virksomheden bliver stærkere
 - Styrker konkurrencen over for udlandet
- Ulemper
 - Eliminerer konkurrencen mellem konkurrerende virksomheder – færre aktører, mindre konkurrence

- Kaldes den horisontale regulering

Special markedsføringsret

- Særlove
- Regulerer specielle medier eller sektorer
- Eksempel: Tobaksloven, totalt reklameforbud mod tobak
 - Alment samfundshensyn

Branchetiske normsæt

- ICC – International Chambers of Commerce
 - Målsætning at fremme en “høj etisk standard inden for markedsføringen gennem selvdisciplin med det formål at supplere den gældende nationale og internationale lovgivning med kodeks”
- International Kodeks for Reklame Praksis – ICC-kodeks 2011
 - *Anvendelse*: al reklame med formål om markedsføring
 - *Formål*: reklame skal være lovlig, hæderlig og sandfærdig, og udarbejdes med behørig social ansvarsfølelse, og være i overensstemmelse med accepterede principper for loyal konkurrence.
- Stor betydning
 - Forarbejder til 1974-loven og den nuværende henviser til ICC’s kodeks flere gange.
 - Forbrugerombudsmanden henviser til ICC-kodeks flere gange

7.3. EU og markedsføringsregulering

Generelle direktiver

- Direktiv 2010/13 om AVMS – senderlandsprincip
 - *AVMS-direktivet*
 - Regulerer bl.a. TV-reklamer
 - Det er lovgivningen i senderlandet som er afgørende
- Direktiv 2006/114 om vildledende og sammenlignende reklame
 - *Vildledningsdirektivet*
 - Beskytter B2B jf. direktivets art. 1
- Direktiv 2005/29 om urimelig handelspraksis
 - *Handelspraksisdirektivet*

- Detailhandlerens egen anvendelse af provisionsordninger og tillægsydelse er ikke forhandlerpræmiering, og er således som udgangspunkt helt ok med MFL.
 - **U**: ved en udformning, hvor salg af helt konkrete genstande udløser en præmie, kan være i strid med god skik
- Bemærk:
 - Hovedhensynet i forhandlerpræmiering er hvorvidt forbrugeren er i risiko for forkert vejledning, som følge af et internt præmie- eller provisionssystem, som forbrugeren ikke har kendskab til.
 - Dvs., at såfremt forbrugeren kender til præmieringen, vil det som udgangspunkt altid være lovligt (se s. 302)

Boykot

- Boykot → undladelse/nægtelse i at indtræde i en forretningsmæssig forbindelse.
 - **HR**: Valgfrihed med hvem, man vil indgå forretning med
 - **U**: Usaglige nægtelser kan undertiden være omfattet af generalklausulen. F.eks. hvis en erhvervsdrivende nægter at sælge et vare til en forbruger uden saglig grund.
 - Erhvervsdrivende eller forbrugere som usagligt udsættes for en boykot, kan derfor være omfattet af generalklausulen.

Produktefterligninger

Beskyttes som udgangspunkt efter immaterielretten

- Falder en efterligning uden for beskyttelse efter immaterielretten, er efterligningen som udgangspunkt lovlig, men her kan generalklausulen bruges som opsamling.
 - Føres en del sager om produktefterligning, og MFL er meget anvendt.
- Formålet med en efterligningsbeskyttelse efter generalklausulen er at undgå utilbørlige tilegninger af andres indsats.
- Krav:
 - Konkurrencerelation mellem partens tvister
 - Produktefterligningen er illoyal og derfor ulovlig efter MFL, på grund af en utilbørlig udnyttelse af andres indsats eller goodwill, i ond tro.
 - Illoyalitet alene kan medføre en overtrædelse af MFL, uden betingelsen om særpræg og forvekslelighed (s. 311). Særligt slaviske efterligninger uden saglig grund.