

B&O's Sæsonsamhandelsaftale

Journal nr.3:1120-0301-195/Fødevarer og Finans/hbs

Rådsmødet den 24. april 2002

Resumé

1. Bang & Olufsen AudioVisual A/S¹ har anmeldt selskabets Sæsonsamhandelsaftale til styrelsen med henblik på en erklæring efter konkurrencelovens § 9, subsidiært en fritagelse efter konkurrencelovens § 8, stk. 1. Sæsonsamhandelsaftalen er en temporær aftale, der indgås mellem B&O og den enkelte forhandler en gang om året gældende for en periode svarende til B&O's regnskabsår.
2. Sæsonsamhandelsaftalen rummer fortrinsvis rent kommercielle bestemmelser vedrørende forudbestilling, rabatter og markedsføringstilskud samt krav til sortiment og indretning.
3. B&O anvender den samme aftale på alle forhandlere inden for de enkelte forhandlerkategorier.
4. Der er ikke nogen af bestemmelserne i Sæsonsamhandelsaftalen, der har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.
5. Aftalen kan derfor gives en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

Afgørelse

6. Det meddeles Bang & Olufsen AudioVisual A/S,
7. at Sæsonsamhandelsaftalen ikke, efter de oplysninger Konkurrencestyrelsen har kendskab til, indeholder nogle bestemmelser, der har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.
8. Sæsonsamhandelsaftalen kan derfor gives en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9.

Sagsfremstilling

Sagens baggrund

9. Bang & Olufsen AudioVisual A/S benytter ved distribution af deres produkter i Danmark og i resten af verden et selektivt distributionssystem, dvs. at salg af B&O produkterne udelukkende sker gennem autoriserede forhandlere. Disse forhandlere udvælges på baggrund af nærmere bestemte kriterier, der fremgår af B&O's EF-distributionsaftale. Som en art supplement til EF-

distributionsaftalen indgås der hvert år en sæsonsamhandelsaftale mellem B&O og den enkelte forhandler. Sæsonsamhandelsaftalen indeholder fortrinsvis rent kommercielle bestemmelser.

10. I dette notat behandles B&O's Sæsonsamhandelsaftale. B&O har ansøgt om en ikke-indgrebserklæring i henhold til konkurrencelovens § 9 og en fritagelse efter § 8, stk. 1, såfremt en erklæring om ikke-indgreb ikke blev givet.

B&O

11. B&O producerer audio/video-produkter, som sælges i hele verden. B&O's produkter er ifølge producenten kendetegnet af høj kvalitet og unikt design.²

12. B&O's detailpriser ligger for videoprodukternes vedkommende (DVD, VHS og fjernsyn) fra ca. 8.000 – 27.000 kr. Fjernsyn kombineret med enten video eller audiosystem ligger væsentligt højere mellem ca. 30.000 og 50.000 kr.

13. B&O's audiosystemer koster mellem ca. 10- og 23.000 kr., mens højttalerne sælges til priser fra omkring 2.000 kr. og op til omkring 22.000 kr.³

14. B&O koncernen havde en samlet omsætning i regnskabsåret 1. juni 2000 – 31. maj 2001 på 3,8 mia. kr. B&O's omsætning i Danmark udgjorde [xx] mio. kr.

15. Distribution af produkterne sker efter det oplyste hovedsageligt gennem datterselskaber i de forskellige lande.

16. B&O har for nærværende 292 forhandlere i Danmark.

Markedsbeskrivelse

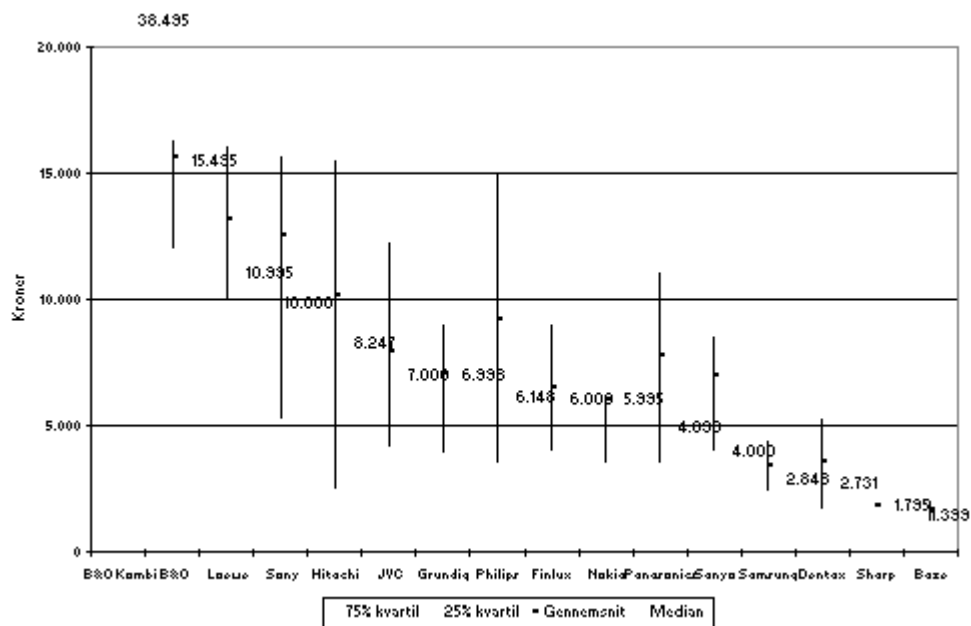
17. Det marked, der indgår i sagen, er det danske marked for forbruger-audio/video-produkter. Markedet er præget af et bredt udvalg af forskellige mærker med en bred prisspredning.

18. De enkelte producenter adskiller sig fra hinanden ved at fokusere deres modeludbud mod forskellige prissegmenter af markedet.⁴

19. B&O og Loewe fokuserer snævert på højprissegmentet.

20. I den anden ende af prisskalaen findes mærker som Baze, Dantax, Sharp, Arena og til dels Finlux og Samsung, der fokuserer snævert på et lavprissegment. Hovedparten af disse produkter ligger prismæssigt under 5.000 kr.⁵ Sony, Hitachi og Philips fokuserer derimod meget bredt dog overvejende mod højpris og mellem pris segmentet.⁶

Prisfordeling på mærker, 2000



Note: Bemærk, at fokusområdet for Bang & Olufsens kombinerede fjernsyn (B&O Kombi) ligger ude af figurens lodrette skala. Medianprisen for de kombinerede fjernsyn udgør således 38.495 kroner.

Kilde: <http://www.consumerdesk.dk/>, Bang & Olufsens detailprisliste 2000 og egne beregninger

21. Audio/video-produkterne distribueres via specialforhandlere og gennem varehuse. Specialforhandlerne eksisterer oftest som landsdækkende kæder, og salget foregår via fokusering på og reklamering af mærkevarer. I forhold til varehuse adskiller specialforretningerne (inklusive kæderne) sig ved at fokusere mere på før- og eftersalgsservice, ligesom de oftest har et bredere produktudvalg.

22. De danske forhandlere køber primært deres varer hos danske grossister eller producenter, der har etableret en afdeling i Danmark.

Sæsonsamhandelsaftalen

23. B&O's sæsonsamhandelsaftale regulerer B&O og den enkelte forhandlers forhold for den pågældende sæson. Aftalen fastlægger niveauet for forhandlerens årlige bindende forudbestilling, ligesom den fastlægger niveauet for rabatter og markedsføringstilskud. Derudover stilles der visse krav til indretning og sortiment. Disse krav fremgår af to manualer "Minimumskrav til kvalitet i Bang & Olufsens butikker" og "Minimumssortiment".

24. Rabatterne og indretningskravene varierer alt efter hvilken forhandlerkategori, der er tale om. Der eksisterer 4 kategorier. Kategori 1 er forhandlere, der udelukkende fører B&O's produkter. I de øvrige kategorier fører forhandleren også produkter fra andre producenter. De krav der stilles til sortiment, personale og indretning aftager gradvist fra kategori 1 – 4.

Vurdering

Konkurrencelovens § 2

25. Konkurrenceloven finder anvendelse i denne sag, idet der er tale om udøvelse af erhvervsvirksomhed omfattet af konkurrencelovens § 2.

Det relevante marked

26. Både EF-distributionsaftalen og Sæsonsamhandelsaftalen regulerer B&O's samhandel med de forhandlere, der optræder i B&O's selektive distributionssystem. Det relevante marked i EF-distributionsaftalen og i Sæsonsamhandelsaftalen er således det samme.

27. F.s.v.a. vurderingen af det relevante marked henvises der til notatet vedrørende B&O's EF-distributionsaftale. Det relevante marked udgør altså markedet for henholdsvis VHS- produkter, DVD-produkter, fjernsyn, audiosystemer og højtalere i Danmark.

B&O's sæsonsamhandelsaftale

Minimumskøb

28. Af Sæsonsamhandelsaftalen fremgår det, at der stilles krav om, at forhandleren som minimum køber B&O produkter for 500.000 kr. om året. Det lægges til grund for afgørelsen, at forhandleren frit kan vælge om købet foretages fra B&O eller fra andre autoriserede forhandlere.

29. Et enslydende krav fremgår af EF-distributionsaftalen. Dette krav må på grund af dets relativt beskedne størrelse anses som et krav, der ikke er omfattet af konkurrencelovens § 6. Der henvises til vurderingen i notatet vedrørende EF-distributionsaftalen.

Indretningskrav

30. Af manualen "Minimumskrav til Kvalitet i Bang & Olufsen Butikker" fremgår de mere specifikke krav som B&O stiller til forretningslokalet. Den kvalitetsrabat som B&O forhandleren modtager, udmåles blandt andet på baggrund af denne manual.

31. I manualen stilles der krav til facaden og til vinduerne. Facadebelysningen skal fungere, ligesom skilte, gulve, vinduer mv. skal være rene og fri for støv. Den nyeste version af B&O produkter skal være præsenteret, ligesom alle TV skal være tilsluttet antennesignal så de er klar til demonstration.

32. Ingen af de i manualen nævnte krav har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.

33. Konkurrencelovens § 6 finder således ikke anvendelse på disse krav.

Minimumssortiment

34. Af manualen minimumssortiment fremgår B&O's krav til sortiment og indretning for de forskellige forhandlerkategorier. Endvidere gælder der en særlig Shop Design Manual.

35. Styrelsen finder ikke, at kravene til minimumssortiment og indretning, der fremgår af manualerne udgør noget konkurrencemæssigt problem. Ganske vist kan efterlevelsen af kravene indirekte indebære visse arealkrav. Det er dog Konkurrencestyrelsens vurdering, at dette indirekte arealkrav, der så vidt styrelsen kan vurdere ud fra oplysninger fra B&O ligger på omkring højst 50 kvadratmeter, ikke er unødvendigt krævende for en specialforretning. Det må således tages i

betragtning, at det kræver plads omkring det enkelte produkt, hvis dette skal udstilles på en måde, der fremmer produktets eksklusivitet, ligesom forhandleren skal føre et repræsentativt udvalg. Endvidere har arealkravet efter Konkurrencestyrelsens oplysninger ikke udgjort et problem for hverken konkurrenter eller forhandlere.

36. Denne bestemmelse er således ikke omfattet af konkurrencelovens § 6.

Retningslinier for markedsføring

37. Til Sæsonsamhandelsaftalen er der knyttet retningslinier og vejledning for markedsføring af B&O produkter. Disse retningslinier skal ses i forlængelse af EF-distributionsaftalens pkt. 7, der vedrører markedsføringsforpligtelser.

38. Retningslinierne er udarbejdet med det formål at tjene som arbejdsgrundlag for den enkelte forhandlers markedsføring. De skal endvidere medvirke til at målrette aktiviteter, der udnytter B&O's nationale markedsføring maximalt.

39. Forhandlerne opfordres til at anvende B&O's markedsføringsplan som master for planlægningen af deres egne lokale aktiviteter for derigennem at matche nationale aktiviteter. Dette kan medvirke til, at forhandleren sikres maksimalt udbytte af sin kampagne.

40. Retningslinierne giver gode råd vedrørende markedsføringen, dens tilrettelæggelse og hvilke virkemidler, der kan anvendes, ligesom den gør opmærksom på de annonceprodukter, B&O kan tilbyde.

41. Markedsføringstilskud fra B&O krediteres alene ved indsendelse af dokumentation i form af nettoregninger på faktisk afholdte markedsføringsudgifter.

42. Retningslinierne har hverken til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.

43. Konkurrencelovens § 6 finder således ikke anvendelse.

Rabatter

44. Af Sæsonsamhandelsaftalen fremgår det, at der ydes forskellige former for rabatter såsom forudbestillingsrabat, kvalitetsrabat og markedsføringstilskud.

45. Der ydes en "forudbestillingsrabat I" i forbindelse med hvert enkelt køb. Denne rabat ydes på baggrund af prisen i B&O's til enhver tid gældende engrosprislister. Denne rabat går fra 1,6% for forhandlere, der har en årlig omsætning på mellem 500.000 kr. og 1,5 mio. og til maksimum 5,5 %, for de forhandlere der har en omsætning på mere end 3 mio. kr. om året. Derudover ydes der en "forudbestillingsrabat II", der udbetales i slutningen af året, og som baseres på årets nettokøb. Forudbestillingsrabat II udgør 2 % for alle forhandlerkategorier uafhængigt af, hvor meget der købes.

46. Derudover ydes der kvalitetsrabat. Denne rabat fastsættes ud fra en vurdering af forretningens stand, personalets træning samt forhandlerens anvendelse af B&O's elektroniske ordresystem ROS.⁷ Dette fører samlet til en rabat på henholdsvis 2, 4, 6 og 8 % alt efter hvilken forhandlerkategori, der er tale om. Endelig ydes markedsføringstilskud. Markedsføringstilskuddet strækker sig fra 0% til 4 % alt afhængig af forhandlerkategori.

Vurdering

47. Det er tvivlsomt, om rabatterne kan betragtes som en aftale i konkurrencelovens § 6' forstand, eller om de må betragtes som ensidigt fastsatte af B&O.

48. Selvom rabatterne kan opfattes som en aftale indgået mellem B&O og den enkelte forhandler, er rabatterne ikke omfattet af konkurrencelovens § 6. Det er således Konkurrencestyrelsens opfattelse, at rabatterne ikke indebærer, at adgangen til markedet hindres, jf. konkurrencelovens § 6, stk. 2 nr. 2.

49. Denne konklusion støttes på, at rabatterne ikke har en loyalitetsskabende effekt. Progressionen i skalaen er begrænset. Forudbestillingens størrelse fastsættes af forhandleren selv. Forudbestillingsrabatterne fastsættes herefter i overensstemmelse med rabatoversigten til et niveau, der modsvarer forudbestillingens størrelse. Rabatniveauet ændres således ikke i løbet af året. Dvs. at hvis en forhandler har lavet en forudbestilling på 3 mio. kr., så får han den højeste forudbestillingsrabat fra den første krone han køber for. Derudover "straffes" forhandleren ikke, såfremt hans samlede køb ikke når op på den aftalte forudbestilling. Der sker således ingen efterregulering.

50. Rabatbestemmelserne i Sæsonsamhandelsaftalen kan på denne baggrund ikke anses for at være omfattet af konkurrencelovens § 6.

51. B&O har ved anmeldelsen af sæsonsamhandelsaftalen udelukkende anmodet om en ikke indgrebserklæring i.h.t. konkurrencelovens § 9 eller såfremt dette ikke kan gives en fritagelsen i henhold til § 8. Der er derfor ikke anledning til at undersøge rabatterne i henhold til § 11.

B & O har den 22. maj 2002 indbragt afgørelsen for Konkurrenceankenævnet.

Konkurrenceankenævnets kendelse af 28. maj 2003

1 Herefter B&O.

2 B&O's anmeldelse af EF-distributionsaftalen pkt. 6.

3 Jf. undersøgelse foretaget af Copenhagen Economics, s. 12 og B&O's vejledende prisliste pr. 15. november 2000.

4 Jf. undersøgelse foretaget af Copenhagen Economics, s. 19.

5 Konkurrencestyrelsens leverandørsurvey, bilagstabel 4 og Copenhagen Economics rapport, s. 12.

6 Jf. undersøgelse foretaget af Copenhagen Economics, s. 19.

7 ROS er et elektronisk ordresystem, der fungerer via en internetopkobling til en pc, hvorigennem alle produkter, med undtagelse af nylancerede produkter, kan bestilles. Derudover kan der bestilles manualer samt foretages garantiregistreringer online. Afgivelsen af ordrer via ROS minimerer ifølge B&O administrationsomkostningerne.