

## **A1999-14 12.10.99**

### **Konkurranseloven § 3-10 - Leveringsnektelse - Lefdal Elektromarked og Bang & Olufsen**

#### **Sammendrag:**

Konkurransetilsynet har ikke funnet grunnlag for å gripe inn mot en leveringsnektelse fra Bang & Olufsen overfor Lefdal Elektromarked AS. Begrunnelsen for avgjørelsen er at Lefdal Elektromarked har alternative leverandører.

Konkurransetilsynet viser til Deres brev av 29. mai 1998. De ber der om at tilsynet tar Bang & Olufsens selektive distribusjonssystem opp til vurdering etter konkurranseloven § 3-10, på bakgrunn av en leveringsnektelse fra Bang & Olufsen rettet mot Lefdal Elektromarked AS (Lefdal). Tilsynet beklager den lange saksbehandlingstiden.

#### **Partene**

Bang & Olufsen produserer TV-apparater, videospillere, musikkanlegg, høytalere, integrerte radio-TV- og musikk-systemer, hjemmekinoanlegg og telefoner. Varene utmerker seg med et eksklusivt design og høye priser. Kvaliteten er relativt høy. Selskapet er dansk, og har et datterselskap i Norge.

Lefdal er en lavpriskjede eiet av Elkjøp, og omfatter 5 butikker lokalisert i Sandvika, Lørenskog, Alna, Trondheim og Sandefjord. Forretningene har et bredt vareutvalg innen hvitevarer, elektroniske apparater, brunevarer, datautstyr og telekommunikasjonsutstyr. Tidligere solgte Lefdal Bang & Olufsen-produkter gjennom et såkalt Shop-in-Shop-konsept.

#### **Partenes anførsler**

De har i brev av 29. mai 1998 på vegne av Lefdal argumentert for at Bang & Olufsens produkter utgjør et eget produktmarked. Grunnlaget for dette mener De er Bang & Olufsens sterke merkenavn, egne tekniske løsninger og deres livsstilsorienterte markedsføring. Ifølge Dem gir dette Bang & Olufsen mulighet til å utøve markedsrett.

I brev av 3. september 1999 gjør Bang & Olufsens advokat rede for Bang & Olufsens syn på saken. Det nevnes der en rekke merker i audio/videomarkedet som Bang & Olufsen mener er deres reelle konkurrenter.

### **Konkurranseloven § 3-10**

En leverandør står i utgangspunktet fritt til å levere til den han måtte ønske. Etter konkurranseloven § 3-10 kan imidlertid Konkurransetilsynet gripe inn mot vilkår, avtaler eller handlinger dersom tilsynet finner at disse har til formål, virkning eller er egnet til å begrense konkurransen i strid med lovens formål om effektiv bruk av samfunnets ressurser. I § 3-10 annet ledd litra b er forretningsnektelse nevnt som eksempel på handling som tilsynet kan gripe inn mot. Tilsynet har ikke adgang til å gripe inn mot vilkår, avtaler eller handlinger bare på det grunnlag at de virker urimelige. Det er avgjørende om

vilkårene, avtalene eller handlingene det vurderes å gripe inn mot har konkurransebegrensende virkning i strid med formålet i loven.

Muligheten for å begrense konkurransen i strid med lovens formål avhenger av sluttbrukernes valgmuligheter. Det vil derfor være avgjørende for Konkurransetilsynets innledende vurderinger å avgjøre om det eksisterer alternative leverandører innenfor det relevante marked.

## **Det relevante marked**

### *Produktmarkedet*

Det relevante produktmarkedet er den minste gruppe av produkter der et hypotetisk kartell bestående av tilbyderne av disse produktene kan utøve markedsrett.

Bang & Olufsen produkter er av høy kvalitet, har relativt høye priser og særpreget design. Konkurransetilsynet vil på bakgrunn av dette avgrense markedet ut fra hvilke andre produkter som er sammenliknbare hva angår pris, kvalitet og design. Blant andre satser Grundig, Phillips, Sony, Pioneer, Loewe og JVC betydelig på design. Prisene og kvaliteten på deler av produktsortimentet hos disse er også sammenliknbare. Det er derfor Konkurransetilsynets vurdering at det finnes andre leverandører som i utgangspunktet kan konkurrere med Bang & Olufsen. Med skiftende trender og preferanser hos kundene vil Bang & Olufsen ikke stå i noen særstilling i forhold til andre merker når det gjelder design.

Selv om Bang & Olufsen har et sterkt merkenavn, finnes også andre aktører som har sterke merkenavn. Konkurransetilsynet er av den oppfatning at det er virksom konkurranse mellom merkene i brunevaremarkedet. Oppfatningen av og statusen til et merke blant kundene vil dessuten avhenge av utviklingen i merkets pris, design og kvalitet, det vil si konkurranseparametrene. Konkurransetilsynet mener derfor at det ikke er grunnlag for å avgrense markedet så snevert at det bare omfatter Bang & Olufsen produkter.

### *Det geografiske markedet*

Det geografiske markedet avgrenses med utgangspunkt i de stedene der Lefdal har utsalg. Konkurransetilsynet mener at utsalgene på Lørenskog, Alna og Sandvika tilhører det samme geografiske markedet. De geografiske markedene er derfor Oslo-området, Trondheimsområdet og Sandefjordsområdet.

## **Konklusjon**

Konkurransetilsynet er av den oppfatning at merkenavnet Bang & Olufsen alene ikke er nok til å avgrense merket til et eget marked. På den annen side er det ikke åpenbart at Bang & Olufsen konkurrerer med hele spekteret av brunevarer. Markedssegmentet Bang & Olufsen konkurrerer innenfor, består av et snevrere utvalg merker som alle satser spesielt på å nå en viss kundegruppe. Denne kundegruppen karakteriseres ved at den setter kvalitet, design og status høyt, slik at det ikke bare er prisen på produktet som får betydning for kundens tilpasning. Innenfor dette segmentet av brunevaremarkedet finnes imidlertid en rekke andre leverandører. Konkurransetilsynet konkluderer derfor med at Lefdal har alternative leverandører av brunevarer innenfor dette segmentet, og at forretningsnektelsen ikke fører til begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. Konkurransetilsynet betrakter med dette saken som avsluttet.

[til toppen](#)