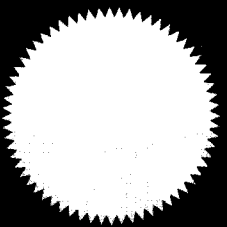
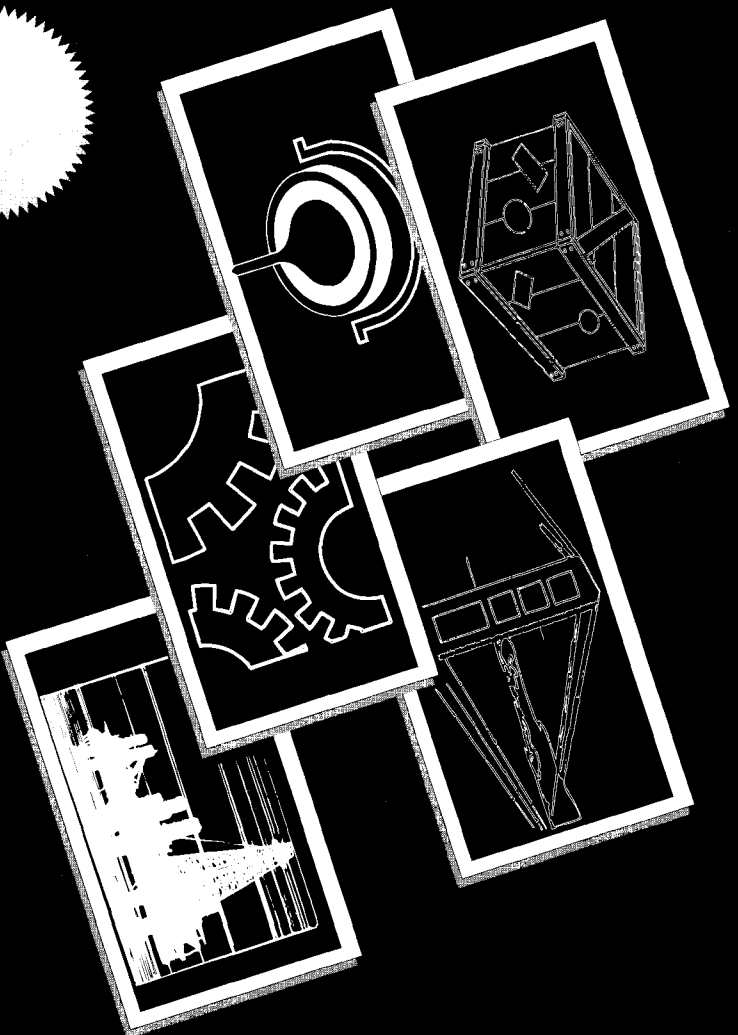


MOGENS KOKTVEDGARD

Lærebog i konkurrenceret



Jurist- og Økonomforbundets Forlag

Lærebog i konkurrenceret
5. udgave, 1. oplag
© Mogens Koktvedgaard 2003
Tryk: Narayana Press, Gylling
Indbinding: Damm's Forlagsbogbinderi, Randers
Printed in Denmark 2003

ISBN 87-574-0596-4

Forord

1.udgaven af denne fremstilling udkom i 1990, 2.udgaven i 1993, 3.udgaven i 1997 og 4.udgaven i 2000. I den nu foreliggende 5.udgave er teksten ført ajour indtil begyndelsen af november 2002. Fremstillingen inddrager således bl.a. den skærpelse af den danske Konkurrencelov, der blev vedtaget af Folketinget i juni 2002.

M.K.

Forlagets adresse:
Jurist- og Økonomforbundets Forlag
Lyngbyvej 17
Box 2702
2100 København Ø
Tlf: 39 13 55 00
Fax: 39 13 55 55
e-mail: fl@djoeff.dk
Homepage-adresse: www.djoeff-forlag.dk

Indholdsfortegnelse

Forkortelser	15
--------------------	----

Første hovedafsnit: Retsgrundlaget

Kapitel I

Retsområdets afgrænsning, udvikling og terminologi	19
A <i>Konkurrenceretten og dens hovedforgreninger</i>	19
1. Markedsøkonomien og konkurrencestrukturen	19
2. Konkurrenceretten som juridisk fagdisciplin	20
3. Konkurrencerettens hovedforgreninger: Konkurrence- reguleringsret og konkurrencebegrænsningsret	21
4. Konkurrencerettens formål	24
B <i>Konkurrencerettens udvikling, Europæisk konkurrenceret</i>	26
1. Retsudviklingen generelt	26
2. Europæisk konkurrenceret (EU)	27
C. <i>Terminologi og begrebsapparat</i>	28
1. Økonomiske og juridiske fagtermer	28
2. Konkurrencerettens særlige termer: Trusteer, monopoler, karteller, boycott etc.	32
D. <i>Retslitteraturen</i>	35

Kapitel II

Markedsføringslovgivningen	37
A. <i>Retsudviklingen</i>	37
B. <i>Markedsføringslovens tilblivelse</i>	39
C. <i>De konkurrenceretlige grundregler</i>	41
D. <i>Generalklausulen</i>	42
E. <i>Markedsføringslovens virkefelt</i>	47

F. <i>Retshåndhævende myndigheder</i>	51
1. Domstolene	51
2. De administrative organer m.v.	52
a. Forbrugerombudsmanden	52
b. Radio- og TV-reklame m.v.	56
c. Organiseret selvjustits	57
G. <i>Sanktioner</i>	57
1. Forbud og påbud	57
2. Strafferetlige sanktioner	60
3. Erstatning	62

Kapitel III

EU's konkurrenceregler	67
A. <i>Retsudviklingen</i>	67
1. Den globale udvikling	67
2. De enkelte medlemslande	69
3. Unionsretten	71
B. <i>Grundstrukturen</i>	72
1. Forbudsprincippet	72
2. De principielle problemer og de praktiske vanskeligheder ..	74
3. Reglernes saglige og territoriale udstrækning	78
a. Offentlig og privat erhvervsudøvelse	78
b. Samhandelskriteriet	80
c. Territoriet	81
C. <i>Kartelreglerne i art.81</i>	82
1. Aftaler m.v. mellem virksomheder	83
2. Konkurrencebegrænsningslæren og mærkbarheds- kriteriet	86
3. Dispensationsreglen i art.81(3)	91
4. Grøppefritagelsesforordningerne	92
D. <i>Art.82: Misbrug af dominerende stilling</i>	94
1. Dominanslæren	94
2. Misbrug	97
3. De ophavsretlige organisationer	97
E. <i>Særligt om fusioner</i>	99
1. Fusionsforordningens almindelige regler	99
2. Joint ventures	107
F. <i>Forholdet til national ret</i>	108
1. De basale principper	108
2. Samarbejdsmeddelelsen	109
3. Særligt om betydningen i Danmark	113

G. <i>Retshåndhævelsen</i>	116
1. EU-kommissionen	116
a. Den administrative struktur	116
b. Sagsbehandlingen	116
2. Den judicielle kontrol	120
3. Sanktioner	121
a. Bødesystemet	121
b. Erstatning	123
c. Ugyldighed	124

Kapitel IV

Dansk konkurrencelovgivning	127
A. <i>Retsudviklingen</i>	127
1. Fra kontrol- til forbudslovgivning	127
2. Konkurrencelovgivningens formål	129
B. <i>Grundstrukturen</i>	134
1. Forbudsprincippet	134
2. EU-konformiteten	136
3. Konkurrencelovens saglige og territoriale udstrækning ..	138
a. Offentlig og privat erhvervsudøvelse	138
b. Løn- og arbejdsforhold	143
c. Territoriet	144
C. <i>Kartelreglen i § 6</i>	145
1. Aftaler m.v. mellem virksomheder	145
2. Konkurrencebegrænsningslæren og bagatelgrænserne ..	147
3. Dispensationsreglen i § 8	149
4. Negativattester i henhold til § 9	151
5. Grøppefritagelser i henhold til § 10	152
D. <i>Misbrug af dominerende stilling</i>	153
1. Dominanslæren	153
2. Misbrugslæren	155
E. <i>Særligt om fusioner</i>	156
F. <i>Retshåndhævelsen</i>	159
1. Konkurrencerådet og Konkurrencestyrelsen	159
a. Myndighedsstrukturen og kompetencen	159
b. Offentlighedsprincippet	162
c. Konkurrencerådets sammensætning m.v.	165
2. Konkurrenceankenævnet og domstolskontrollen	167
a. Konkurrenceankenævnet	167
b. Domstolskontrollen	169
3. Sanktionerne	170
a. Påbud	170

b. Tvangsbøder og bødestraf	172
c. Erstatning	177
d. Ugyldighed	181

Andet hovedafsnit:

Konkurrencerettens hovedproblemer

Kapitel V

Adgangen til markedet	185
A. <i>Adgangsbarrierernes beskaffenhed</i>	185
1. Offentligretlige og privatretlige barrierer	185
2. De forskellige typer konkurrencebegrænsninger	188
B. <i>Exklusivforhold, markedsopdeling m.v.</i>	189
1. Exclusivaftaler, brancheforeningsvedtagelser m.v.	189
2. Markedsdeling og kvotering	193
3. Etableringskontrol	195
C. <i>Generel samhandelspligt?</i>	196
1. De almindelige betingelser for samhandelspligt	196
2. Retsgrundlaget	199
3. De nærmere betingelser for samhandelspligten	203
a. Leverancespørgsmålet skal være væsentligt	204
b. Leverandørens markedsposition	205
c. De bærekraftige begrundelser	208
(1) Leverandørens omkostningsforløb	208
(2) Aftagernes faglige kvalifikationer	211
(3) Varernes kommercielle niveau	211
(4) Konkurrenceforholdet mellem parterne	208
(5) Aftagerens markedsadfærd	216
D. <i>Vertikale aftaler: Eneforhandling og franchising m.v.</i>	218
1. Generelt	218
2. Selektive salgssystemer	221
2. Eneforhandling	222
3. Franchising	225
E. <i>De industrielle enerettigheder m.v.</i>	228
1. Konflikten mellem immaterial- og konkurrenceretten ..	228
2. Tvangslicensspørgsmålet	229
3. Konsumptionsprincippet	231
4. Licensaftaler	233
5. Kollektiv immaterialret	235

Kapitel VI

Kontakten med markedet: Reklamen	237
A. <i>Kommunikationsadgangen, dens betydning og begrænsninger</i>	237
1. Reklamens udvikling og betydning	237
2. Branchevedtagelser vedrørende begrænsninger i reklameadgangen	242
3. Lovbestemte begrænsninger i reklameadgangen	243
a. Begrænsninger vedrørende erhverv	243
b. Begrænsninger vedrørende produkter	244
4. Medieadgangen og dens begrænsninger	249
a. Radio- og TV-reklamer	249
b. Friluftsklamer	254
c. Tryksagsreklame m.v.	255
B. <i>Vildledende reklame</i>	258
1. Grundprincippet	258
2. Begrebsfastlæggelsen	259
3. Vildledelsens indtræden	262
4. Kasuistik	264
a. Prisforhold	264
b. Kvalitetsangivelser	265
c. Oprindelsesangivelser m.v.	266
d. Andre angivelser	269
C. <i>Retsstridig reklame i øvrigt</i>	269
1. Misrekommandering m.v.	269
2. Sammenlignende reklame	272
3. Snyltende reklame	276
4. Upassende og retsstridig reklame i øvrigt	277

Kapitel VII

Prisforhold	281
A. <i>Prisdannelsens åbenhed og klarhed</i>	283
1. Prisskiltning, faktureringsregler etc.	283
2. Sløret prisdannelse	285
a. Rabat og bonus	285
b. Tilgift og præmiekonkurrencer m.v.	286
3. Vildledende prisangivelser	291

B. <i>Prisaftaler m.v.</i>	294
1. Horisontale prisaftaler m.v.	294
2. Vertikale prisaftaler	299
a. Forbudet mod bindende mindstepriser	299
b. Dispensationsadgangen	302
c. Lokkevarekonkurrence m.v.	305
C. <i>Prisdiskrimination</i>	306
D. <i>Drabende priskonkurrence</i>	309
E. <i>Pris- og avancekontrol</i>	312
1. De almindelige regler (enkeltvarekalkulationen)	312
2. Særreglen om de forskningstunge virksomheder	319
3. Produkter med immaterialretlig beskyttelse	321

Kapitel VIII

Retsstridig Markedsfortrængning	325
A. <i>Oversigt over typetilfældene</i>	325
B. <i>Retsbeskyttelse af forretningskendetegn</i>	328
1. Forretningskendetegnenes funktion og betydning	328
2. Regelværket	331
3. Retsbeskyttelsen i h.t. MFL § 5	337
a. Adkomstproblemet	337
(1) Personnavne	337
(2) Henvissningsbrug	339
b. Forvexlingsprincippet	339
(1) Særprægskravet	339
(2) Konkurrencebetingelsen	340
(3) Kendetegnets art og nationalitet	340
C. <i>Produktefterligning m.v.</i>	341
1. Forholdet til immaterialretslovgivningen	342
2. Efterligning og god markedsføringsskik	345
3. Retsudviklingen og EU-retten	347
4. Retspraxis	349
a. Brugskunstlignende forhold m.v.	350
b. Beklædningsgenstande, modevarer m.v.	351
c. Industridesign m.v.	352
d. Andre produkttyper	353
e. Udbygning, reservedelsproduktion m.v.	354
5. Subjektive betingelser, varighed og sanktioner	357
6. Kontraksrelationens loyalitetsforpligtelser	358

D. <i>Retsbeskyttelse af erhvervshemmeligheder</i>	360
1. Retsområdets udvikling og grundstruktur	360
2. Industrispionage	361
3. De konkurrenceretlige regler i MFL § 10	362
a. Lovbestemmelsens opbygning	362
b. Begrebet erhvervshemmelighed	363
c. Modtagerens forhold	366
<i>Udlandsregister</i>	369