

Beskæftigelsesministerens besvarelse af spørgsmål nr. 8 af 29. november 2004 fra Folketingets Arbejdsmarkedsudvalg (L 40– bilag - ).

Spørgsmål nr. 8:  
December 2004

Vores sag  
6230-0003

Ville man efter ministerens opfattelse kunne undvære kunde- og konkurrenceklausuler og i stedet lade virksomhedens behov for beskyttelse dække af Markedsføringsloven?

Svar:

En arbejdsgiver vil i mange tilfælde have behov for at værne sig mod konkurrence fra en tidligere ansat, herunder at beskytte investeringer, good-will og kontakter, der igennem en årrække er opbygget. Jeg ser derfor ikke grund til at anfægte det anerkendelsesværdige hensyn, som er grundlaget for, at vi accepterer kunde- og konkurrenceklausuler, herunder også virksomheders mulighed for at høste frugterne af udviklingstiltag og investering i personalemæssige ressourcer.

Markedsføringsloven har et andet mere generelt sigte mod illoyal konkurrence og god markedsføring. Loven indeholder herunder i § 10 et forbud mod, at en tidligere ansat afslører erhvervshemmeligheder eller betroede tekniske tegninger, men som i forhold til de konkurrencebegrænsende klausuler har et meget snævert indhold. Dette skal da også ses i sammenhæng med, at overtrædelse af forbudet straffes med bøde eller fængsel. Der er dermed tale om væsensforskellig regulering i forhold til de aftalte konkurrencebegrænsninger, se også mit svar på spørgsmål 644 af 5. november 2004.

Fordelen ved reguleringen via kunde- og konkurrenceklausuler er, at arbejdsgiveren og medarbejderen har indgået en egentlig aftale herom, og at klausulen dermed på forhånd kan tage højde for de konkrete forhold. Der er tale om gensidige aftaler, hvor fx funktionærloven stiller krav om en kompensation fra arbejdsgiveren. Kompensationsreglerne skal netop understøtte, at klausulerne overvejes nøje.

Strafbelagte forbud i markedsføringsloven kan efter min opfattelse kun i ringe omfang udfylde de behov, som tilgodeses med konkurrence- og kundeklausuler.