

**UDSKRIFT
AF
SØ- & HANDELSRETTENS DOMBOG**

DOM

Afsagt den 22. november 2011

V-29-11

1) Fagligt Fælles Forbund
2) Forbundsformand Poul Erik Skov Christensen
(*begge advokat Peter Giersing*)

mod

1) Det Faglige Hus
2) Fagforeningen DK
3) Danske Lønmodtagers A-kasse
4) FK/TS
5) 2B Bedst & Billigst
6) Foreningen Danske Selvstændige
(*alle advokat Mikael Marstal*)

Indledning

Sagen vedrører spørgsmålet, om de sagsøgte (herefter: Det Faglige Hus) har overtrådt varemærkeloven og markedsføringsloven ved i forbindelse med en kampagne for hervedning af medlemmer at have indrykket annoncer i dagbladene 24 Timer og Urban, som indeholdt sagsøger 1, Fagligt Fælles Forbund (herefter: 3F)'s logo og navn. Sagen vedrører tillige spørgsmålet, om anvendelsen af et manipuleret billede af 3F's forbundsformand, Poul Erik Skov Christensen, i samme annoncer udgør en retsstridig krænkelse.

Påstande

3F har nedlagt påstand om, at de sagsøgte skal anerkende, at den brug af forretningskendetegn i form af logo, navn mv., som skete ved annoncering i dagbladet 24 Timer den 30. september 2010 og i dagbladet Urban den 10. november 2010, er retsstridig.

3F har endvidere nedlagt påstand om, at de sagsøgte in solidum skal betale 3F 100.000,00 kr., subsidiært et mindre beløb efter rettens skøn, med tillæg af procesrente fra sagens anlæg den 7. marts 2011.

Poul Erik Skov Christensen har nedlagt påstand om, at de sagsøgte skal anerkende, at den brug af Poul Erik Skov Christensens manipulerede billede i de sagsøgte's annonce i dagbladet 24 Timer den 30. september 2010 og i dagbladet Urban den 10. november 2010 er retsstridig.

Poul Erik Skov Christensen har endvidere nedlagt påstand om, at de sagsøgte in solidum skal betale Poul Erik Skov Christensen 100.000,00 kr., subsidiært et mindre beløb efter rettens skøn, med tillæg af procesrente fra sagens anlæg den 7. marts 2011.

Der er enighed om, at en dom over Det Faglige Hus vil være retskraftig i forhold til alle de sagsøgte.

Oplysningerne i sagen

Det Faglige Hus er ifølge deres hjemmeside et paraplybrand for 4 faglige organisationer, en a-kasse og forening af selvstændige.

Af Funktionærkartellet/TeknikerSammenslutningens (FK/TS) vedtægter fremgår, at forbundets formål er at varetage medlemmernes faglige, økonomiske og sociale interesser bl.a. ved, *at* repræsentere medlemmerne over for deres arbejdsgivere og arbejde for udbygning af forhandlingsret i forholdet mellem medlemmerne og arbejdsgivere, herunder yde juridisk og faglig bistand af enhver art, *at* repræsentere medlemmerne udadtil i ethvert forhold af fælles interesse, *at* styrke og fremme medlemmernes interesser gennem samarbejde med danske og udenlandske organisationer, der følger samme hovedlinjer som FK/TS, *at* udgive et medlemsblad eller anden medlemsinformation, og *at* sikre at medlemmerne får adgang til den bedst mulige uddannelse og efteruddannelse. Vedtægterne er efter det oplyste enslydende i de øvrige sagsøgte forbund.

Ingen af de faglige organisationer er medlem af LO.

Det Faglige Hus bragte den 30. september 2010 følgende helsidesannonce på omslaget af gratisavisen 24 Timer:

Hvem støtter din fagforening



Det Faglige Hus støtter kun medlemmerne

Ønsker du ikke at betale kontingent til en fagforening, som støtter valgkampen for Socialdemokratiet og SF. - Vil du være sikker på, at din fagforening ikke støtter valgkampe og politiske partier i det hele taget, så vælg Det Faglige Hus. Det eneste vi bruger kontingentkronerne på er at støtte medlemmerne.

Skift fra 3F og spar 4.800 kr. om året

Mange 3F-medlemmer ønsker ikke at støtte valgkampen. Derfor vælger de Det Faglige Hus. Her koster en samlet løsning på fagforening og a-kasse 500 kr. - For øvrigt den billigste samlede løsning på fagforening og a-kasse for alle.

- LIGE NU -
3 måneders GRATIS fagforening

Vi glæder os til at høre fra dig

www.detfagligehus.dk | tlf. 7020 2064 | sms FAGLIG TILBUD til 1231*



DET FAGLIGE HUS

Sagsøgerne, der var af den opfattelse, at annoncen udgjorde en retsstridig krænkelse af forretningskendetegn og logo samt retten til eget billede, rettede ved advokat Peter Giersing den 1. oktober 2010 henvendelse til Det Faglige Hus med anmodning om afgivelse af en erklæring om, at denne brug ikke ville forekomme i fremtiden. Advokaten fremsatte endvidere påkrav om betaling af 100.000 kr. til 3F og 100.000 kr. til Poul Erik Skov Christensen til dækning af godtgørelse for ikke-økonomisk skade og erstatning samt vederlag.

Kommunikationschef i Det Faglige Hus, Mette Jul, bad den 4. oktober 2010 Bianca Moreno fra Berlingske Media bekræfte, at alle de tidligere annoncer, herunder også omslag, som Berlingske Media tidligere havde modtaget med overskriften "Hvem støtter din fagforening" var slettet i Berlingskes system. Bianca Moreno bekræftede samme dag, at alt var slettet, også omslag. Mette Jul bekræftede herefter den 5. oktober 2010 over for advokat Peter Giersing, at "vi ikke længere anvender den omtalte annonce i sin nuværende form".

Den 7. oktober 2010 bragte Det Faglige Hus en ny annonce i gratisavisen metroXpress med tilsvarende tekst som annoncen fra 30. september 2010, men uden fotografi af Poul Erik Skov Christensen og uden logoet for 3F. Denne annonce er ikke omfattet af tvisten i sagen.

På trods af Det Faglige Hus' erklæring om ikke længere at benytte den omstridte annonce, blev der ved en fejl fra Berlingske Medias side på ny indrykket en annonce den 10. november 2010 i gratisavisen Urban. Annoncen var i tekst og billede enslydende med annoncen fra den 30. september 2010, bortset fra at ringen over Poul Erik Skov Christensens hoved var placeret længere til højre i annoncen fra den 10. november 2010. Bianco Moreno beklagede samme dag fejlen over for Mette Jul således:

"Hermed en skriftlig beklagelse pga. jeg har indrykket forkert materiale på jeres omslag i dag den 11. [rettelig den 10.] november 2010. Jeg beklager meget denne fejl."

Samme dag, den 10. november 2010, skrev Mette Jul følgende til advokat Peter Giersing:

"Jeg skriver til dig igen, idet den annonce, som er omtalt nedenfor, i dag er bragt i URBAN. Der er tale om en fejlintrykning, som skyldes, at URBAN ikke har erstattet annoncen med den nye, vi har sendt dem, hvilket de ellers skriftligt har bekræftet overfor os. Bekræftelsen er vedhæftet som pdf."

Der er under sagen fremlagt svar af 6. februar 2006 fra Ministeriet for Familie- og Forbrugeranliggender på spørgsmål nr. S 2280 om en fagforenings eventuelle overtrædelse af markedsføringslovens:

"Spørgsmål S 2280:

"Vil ministeren redegøre for, om det er en overtrædelse af markedsføringsloven, når Kristelig Fagforening (KIFA) ikke oplyser sine medlemmer om, at det reelt er en forudsætning for medlemskab at være "bekendende kristen", når foreningen eksplicit stiller dette krav til dens hovedbestyrelses medlemmer?

Svar:

Da det er Forbrugerombudsmanden, som fører tilsyn med overholdelsen af markedsføringslovens regler, har jeg forelagt spørgsmålet for Forbrugerombudsmanden, som oplyser følgende:

"Det følger af markedsføringslovens § 1, stk. 1, 1. punktum, at "Loven gælder i privat erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, som kan sidestilles hermed..."

Heraf følger, at loven alene finder anvendelse på aktiviteter, der har en erhvervsmæssig karakter.

Udgangspunktet er derfor, at aktiviteter foretaget af politiske og faglige foreninger, samt velgørende foreninger som Kræftens Bekæmpelse og Dyrenes Beskyttelse, falder uden for lovens anvendelsesområde i det omfang, de pågældende foreninger ikke konkret udøver aktiviteter, der må sidestilles med sædvanlige erhvervsmæssige foranstaltninger.

Kristelig Fagforenings hvervningsaktiviteter og medlemsforhold i øvrigt vil derfor som udgangspunkt ikke være omfattet af markedsføringsloven."

Jeg kan henholde mig til Forbrugerombudsmandens udtalelse."

Der er herudover fremlagt annoncer fra kampagner, som 3F har ført, dels en annonce fra maj 2010, hvor Kristian Thulesen Dahl, Pia Kjærsgaard og Peter Skaarup fra Dansk Folkeparti er afbildet med røvermasker på under overskriften "Som tyve om natten", dels en annonce fra

september 2011, hvor Pia Kjærsgaard og Lars Løkke Rasmussen er afbildet som brudepar under overskriften "Løftebrud". Herudover er fremlagt 3F's annonce "SKÆVT" fra december 2009, der indeholder typografi og logo, der leder tankerne hen på SKAT.

Forklaringer:

Poul Erik Skov Christensen har forklaret, at anvendelsen af hans billede i dagbladet 24 Timer ikke er blevet drøftet med ham forud for indrykningen af annoncen. Han ved ikke, hvor billedet af ham stammer fra.

3F har ikke foræret Socialdemokratiet og SF 5 mio. kr. Det er kongressen, der har besluttet at bruge 5 mio. kr. for at skaffe en ny regering. De ville gerne have en anden politisk dagsorden. Der er ikke tale om direkte partistøtte, men de har støttet forskellige aktiviteter i valgkampen. De fandt fokusområder, de gerne ville støtte, og har holdt konferencer og en lang række aktiviteter.

Han ved ikke, om Det Faglige Hus er en fagforening i traditionel forstand. Det Faglige Hus er ikke medlem af en hovedorganisation. Han har kigget på Det Faglige Hus' hjemmeside, men fandt intet. I sine vejledninger til medlemmerne skriver Det Faglige Hus selv, at de ikke er forhandlingspart. Det Faglige Hus er heller ikke omfattet af LO/DA's hovedaftale. For at kalde sig en fagforening skal man have rettigheder og forpligtelser, blandt andet ved at kunne forhandle overenskomster.

Han møder ikke Det Faglige Hus nogen steder, hverken i Arbejdsretten eller ved trepartsforhandlinger mv., hvor de faglige organisationer optræder. Det er altid kun LO, han møder. Han har heller aldrig mødt Det Faglige Hus i overenskomst- eller uddannelsesudvalg osv.

I offentligheden er der mest opmærksomhed på fagforeninger ved konflikter, men størstedelen af en fagforenings tid går med udvikling på arbejdspladserne. Uddannelse er nøgleordet i så henseende, og 3F bruger mange ressourcer på at styrke og udvikle de faglige uddannelser og udvalg samt tillidsmænds uddannelse. Omkostningerne hertil betales over kontingentet.

De har lønkonsulenter, konsulenter i LEAN-projekter mv. og bruger mange penge på uddannelse og har ret til at forhandle på medlemmernes vegne. Annoncen i 24 Timer sammenligner således ikke engang det samme.

3F har ikke fået henvendelser fra politikere eller SKAT i forbindelse med forbundets egne annoncekampagner.

Parternes argumenter

3F har gjort gældende, at det ubestridt er 3F's logo, som Det Faglige Hus har anvendt i annoncen uden tilladelse.

Det Faglige Hus må anses for erhvervsdrivende, når de som sket på den foreliggende måde forsøger at hverve medlemmer. Den konkrete aktivitet gør det vanskeligt at komme til andet resultat.

Sondringen, om man er erhvervsdrivende eller ej, har som udgangspunkt betydning for, at varemærkeloven og markedsføringsloven kan finde anvendelse, og det er også dét, Familie- og Forbrugerministeren svarer på vedrørende spørgsmål nr. S 2280.

Svaret må ses i relation til det stillede spørgsmål, og udgangspunktet om, at aktiviteter foretaget af politiske og faglige organisationer falder uden for markedsføringslovens anvendelsesområde, fraviges, når der er tale om konkrete omstændigheder. Det gøres gældende, at der foreligger sådanne konkrete omstændigheder i denne sag.

I relation til hvervning af medlemmer bevæger Det Faglige Hus sig ind på markedsføringslovens område. Det er ikke afgørende, at Det Faglige Hus er moms fritaget, for i så fald skulle også banker, læger og forsikringsselskaber være undtaget fra markedsføringsloven.

Det Faglige Hus annoncerer med, at de ikke agerer politisk, og derfor har annoncerne kun et sigte, nemlig at hverve medlemmer. Der bruges sammenlignende reklame, men det sker ikke på et rimeligt grundlag, idet man ikke kan sammenligne de to foreninger. Det er ikke et spørgsmål om pris, men om hvad man får for pengene. De sagsøgte har på denne måde bevæget sig ind på varemærkelovens og markedsføringslovens område.

De sagsøgte har brugt 3F's almindelige forretningskendetegn, logoet, sammen med et manipuleret billede af formanden. Sagsøgte er ikke en politisk forening, og det kan derfor

lægges til grund, at annonceringen alene tog sigte på at hverve medlemmer fra 3F, hvilket i sig selv er tilstrækkeligt til at udgøre en krænkelse.

Det må i den forbindelse tillægges betydning, at de sagsøgte ikke har godtgjort, at de driver fagforening i gængs forstand. De tilbudte ydelser til medlemmerne har karakter af en forsikringsordning og udspringer ikke af kollektivitet. De sagsøgte beskæftiger sig ikke med det, der i traditionel forstand kendetegner en fagforening.

Annoncen får det til at fremstå, som om 3F er i gavehumør, hvilket ikke er i overensstemmelse med de faktiske forhold, og dette skal indgå i den samlede bedømmelse.

Ifølge bemærkningerne til forslag til lov om markedsføring, jf. Folketingstidende, Tillæg A, 1973-1974, sp. 2256, omfatter udtrykket "markedsføring" enhver handling foretaget i erhvervsøjemed. Der er således vid adgang for domstolene til at henhøre et forhold til markedsføringsloven. Dette synspunkt gentages i Palle Bo Madsen: Markedsret, del 2, 2002, side 226.

Begrebet markedsføring skal således forstås meget bredt. Brancheorganisationer mv., der alene varetager medlemmernes faglige og ideelle interesser, falder uden for markedsføringsloven, men konkrete aktiviteter, sådanne organisationer foretager, der indebærer erhvervsmæssig virksomhed, griber af markedsføringsloven, jf. herved Erling Borchert og Frank Bøggild: Markedsføringsloven, 2006, side 181. Fra retspraksis kan nævnes UfR 1977.831/2 H og UfR 1985.770 H, hvor henholdsvis en handelsstandsforening og en erhvervsgartnerforenings aktiviteter ansås for omfattet af markedsføringsloven.

Sagsøgte annoncer er udtryk for markedsføring i egentlig forstand, hvorfor begge annoncer falder inden for markedsføringslovens område, og der foreligger en krænkelse af loven.

Sagsøgte har ikke indhentet samtykke på forhånd og har forsømt at sikre, at annoncen ikke blev bragt igen, hvilket er en skærpende omstændighed, der skal tillægges vægt ved fastsættelsen af erstatning og vederlag.

Det er ikke muligt for 3F at dokumentere et økonomisk tab, men dette er heller ikke nødvendigt, da erstatning og vederlag efter praksis beror på et skøn.

For så vidt angår Poul Erik Skov Christensen gøres det gældende, at der er tale om en krænkelse af retten til eget billede, der er værnet af almindelige erstatningsregler, uanset om hensigten måtte være satirisk eller humoristisk.

De sagsøgte har uberettiget anvendt et billede af Poul Erik Skov Christensen, der endog er manipuleret. Anvendelse af billedet kræver som hovedregel samtykke, og undtagelserne til denne regel er ikke påberåbt.

Der er ikke tale om, at Poul Erik Skov Christensen må tåle anvendelsen af billedet som led i den almindelige pressefrihed. Ingen skal finde sig i at stå model til forhold, der udgør kommercielle skridt eller hvervningskampagner for en konkurrerende aktivitet, når det sker uden ytringer af samfundsmæssig værdi.

Domstolene har taget stilling til uberettiget brug af en andens billede i en lang række afgørelser, f.eks. U 2003.686 S om en fodboldspillers ret til eget billede. Herudover kan nævnes U 1989.146 S og U 1986.405 Ø. Sidstnævnte dom fastslog, at beskyttelsen ikke er indskrænket, selv om der er tale om afbildning af en offentlig kendt person. Retten sonderer mellem den ideelle og den økonomiske interesse i beskyttelsen, jf. også herved U 1983.630 Ø om misbrug af en sangers billede m.m. i reklameøjemed og U 1965.126 H om misbrug af en skuespillers billede i reklameøjemed.

Det gøres gældende, at brugen af billedet af Poul Erik Skov Christensen i 24 Timer den 30. oktober 2010 og den 10. november 2010 var retsstridig. Det er en skærpende omstændighed, at billedet er manipuleret, og det bør tillægges betydning, at annoncen blev bragt igen.

Poul Erik Skov Christensen har ikke valgt at lade sig afbilde, og han skal derfor tilkendes et beløb under hensyn til den økonomiske værdi, der er knyttet til anvendelsen af hans billede samt for den ideelle krænkelse, der er sket.

Størrelsen af beløbet beror på et skøn. Poul Erik Skov Christensens billede er blevet anvendt som blikfang for at skabe medlemsfremgang, og det skal tillægges vægt, at annoncen er trykt i landsdækkende, gratis aviser med et betydeligt oplag. Manipulationen af billedet er ærekrænkende, og fremtoningen har ikke hold i virkeligheden. Annoncen er heller ikke tekstmæssig korrekt. Krænkelsen kan ikke "fejles af" med begrundelsen, at annoncen er satirisk eller drillende. Der er tale om en kommerciel udnyttelse af Poul Erik Skov Christensens billede.

Godtgørelsen i medfør af erstatningsansvarslovens § 26 bør derfor skønsmæssigt fastsættes til et beløb i størrelsesordenen 100.000 kr.

Det Faglige Hus har gjort gældende, at annoncen skal ses i sammenhæng med den hårde kamp om medlemmerne, der er mellem LO og de gule fagforeninger. Annoncen er bragt som et led i den kamp, og det er et satirisk indslag, som man bør trække på skuldrene af.

Da 3F i første omgang henvendte sig til Det Faglige Hus, bekræftede Det Faglige Hus, at man ikke ville bringe annoncen mere, og det er dokumenteret, at det var en klar fejl, at den blev indrykket igen, hvilket den uopfordrede henvendelse til 3F's advokat også vidner om.

Det Faglige Hus har endvidere tidligere tilbudt som led i et forlig at betale et mindre beløb til Røde Kors, men det har 3F ikke villet acceptere.

De sagsøgte har i forhold til 3F gjort gældende, at sagsøgte i relation til annoncen ikke udøver erhvervsvirksomhed, hvilket er en forudsætning for anvendelsen af varemærkeloven og markedsføringsloven.

Hvervningsmæssige aktiviteter er ikke omfattet af markedsføringsloven, jf. Familie- og Forbrugerministerens svar af 6. februar 2006 på spørgsmål nr. S 2280. Der er i denne sag klart tale om medlemshvervning, i hvilken forbindelse der gøres opmærksom på politiske og holdningsmæssige forskelle. Det Faglige Hus er en upolitisk fagforening.

3F har gjort gældende, at Det Faglige Hus ikke er en fagforening, men der er ikke en fast juridisk eller sproglig definition af en fagforening. Kernen må være, at foreningen er til for at hjælpe medlemmerne på deres arbejdspladser og ved problemer i ansættelsesforholdet, hvilket er kernen i Det Faglige Hus' aktiviteter. Det Faglige Hus har ca. 100 hovedforhandlinger i det civilretlige system, hvor de håndhæver overenskomster mv., og de bruger tid på at støtte medlemmerne. Det Faglige Hus er uden tvivl en "rigtig" fagforening, hvilket også underbygges af, at SKAT anerkender fradragsret for kontingentet. Betingelsen herfor er, at man er en forening, der varetager medlemmers interesser, og SKAT har dermed foretaget en blåstempling af, at Det Faglige Hus er en fagforening.

Hvis retten når frem til, at der er tale om aktivitet omfattet af varemærkeloven og/eller markedsføringsloven, bestrides det, at disse love er overtrådt i forbindelse med annoncen. Det Faglige Hus har ikke krænket eller snyltet på 3F's logo, men blot anvendt det satirisk i en hvervningskampagne. Hverken varemærkeloven eller markedsføringsloven har til hensigt at

regulere denne form for drillerier eller småchikanerier, og der foreligger dermed ikke en overtrædelse af de to love.

De sagsøgte har i forhold til Poul Erik Skov Christensen gjort gældende, at han ikke har været udsat for en retsstridig krænkelse, der kan berettige et krav på godtgørelse. Man kan ikke kræve sig beskyttet bedre end det, man selv udsætter andre for. Den retorik, der bruges i annoncen, ligner den, som 3F selv benytter sig af i annoncer. Det gør ingen forskel, om man alene formidler politiske budskaber eller er ude i hvervningsøjemed. 3F har f.eks. i en annonce afbildet Pia Kjærsgaard med røvermaske på, og 3F bruger således i praksis samme eller måske endda et værre billedsprog og retorik end Det Faglige Hus.

Poul Erik Skov Christensen er ikke krænkelse personligt ud over det, han må tåle. Den form for retorik og drillerier, han er udsat for, er ikke omfattet af reglerne om tortgodtgørelse i erstatningsansvarsloven. Det ligger i begrebet retsstridig, at der skal foreligge en culpøs krænkelse af en vis grovhed, jf. Jens Møller og Michael S. Wiisbye: Erstatningsansvarsloven med kommentarer, 2002, side 548, og smådrillerier falder uden for loven.

Der foreligger heller ikke en retsstridig krænkelse efter varemærkeloven eller markedsføringsloven, og Poul Erik Skov Christensen må tåle det, han selv er med til at udsætte andre for.

I forhold til begge sagsøgerne gøres det gældende, at et eventuelt vederlag og en eventuel godtgørelse bør fastsættes til et absolut minimum eller helt bortfalde. Det må indgå i vurderingen, at Det Faglige Hus straks har beklaget annoncen og erklæret, at den ikke ville blive indrykket igen, samt at det beror på en fejl, at den faktisk blev indrykket igen. Det bør endvidere tillægges vægt på, at der er tilbudt en forligsmæssig løsning, som sagsøgerne har afvist.

Sø- og Handelsrettens afgørelse

Det Faglige Hus har som formål at bistå medlemmerne i arbejdsretlige spørgsmål og repræsentere dem over for deres arbejdsgivere, herunder indgå overenskomster på medlemmers vegne. Uagtet at Det Faglige Hus ikke er medlem af en hovedorganisation og derfor ikke er en del af det sædvanlige arbejdsretlige system og ikke tilbyder helt samme serviceydelser til

deres medlemmer som 3F, finder retten, at Det Faglige Hus må anses for at være en fagforening.

Det er ubestridt, at annoncerne, der blev bragt i dagbladet 24 Timer den 30. oktober 2010 og i dagbladet Urban den 10. november 2010, havde til formål at hverve medlemmer til Det Faglige Hus, herunder medlemmer fra 3F, hvorfor 3F's logo blev anvendt som led i kampagnen.

Uanset det konkurrencemæssige element i kampagnen kan sådanne hvervningsaktiviteter foretaget af en fagforening ikke karakteriseres som erhvervsmæssig virksomhed, hvorfor hverken markedsføringsloven eller varemærkeloven finder anvendelse på forholdet.

Som følge heraf frifindes Det Faglige Hus for de af 3F nedlagte påstande.

Den kommercielle udnyttelse af Poul Erik Skov Christensens billede, der er anvendt uden hans tilladelse, og som tillige er blevet manipuleret, så han fremstår med glorie over hovedet og en ring i øret, og som har været unødvendig i forhold til kampagnens hvervningsformål, indeholder en retsstridig krænkelse af en sådan karakter, at Poul Erik Skov Christensen skal tilkendes en godtgørelse, jf. erstatningsansvarslovens § 26.

Retten lægger til grund, at Det Faglige Hus forsøgte at standse den anden indrykning af annoncen i Urban den 10. november 2010, men at Det Faglige Hus som Urban's samarbejdspartner er nærmest til at bære risikoen for, at dette alligevel skete ved en fejl, således at annoncen blev bragt to gange i alt.

På denne baggrund findes godtgørelsen skønsmæssigt at burde fastsættes til 30.000 kr.

Efter sagens udfald og omfang skal 3 F betale sagsomkostninger til Det Faglige Hus med 10.000 kr. inkl. moms til dækning af advokatomkostninger og Det Faglige Hus betale sagsomkostninger til Poul Erik Skov Christensen med 10.000 kr. inkl. moms til dækning af advokatsalær og 1.000 kr. til dækning af retsafgift.

Thi kendes for ret:

Det Faglige Hus, Fagforeningen DK, Danske Lønmodtagers A-kasse, FK/TS, 2B Bedst & Billigst og Foreningen Danske Selvstændige frifindes for de af Fagligt Fælles Forbund nedlagte påstande.

Det Faglige Hus, Fagforeningen DK, Danske Lønmodtagers A-kasse, FK/TS, 2B Bedst & Billigst og Foreningen Danske Selvstændige betaler in solidum inden 14 dage til Poul Erik Skov Christensen 30.000 kr. med tillæg af procesrente fra den 7. marts 2011.

I sagsomkostninger betaler Fagligt Fælles Forbund 10.000 kr. til Det Faglige Hus, Fagforeningen DK, Danske Lønmodtagers A-kasse, FK/TS, 2B Bedst & Billigst og Foreningen Danske Selvstændige.

Det Faglige Hus, Fagforeningen DK, Danske Lønmodtagers A-kasse, FK/TS, 2B Bedst & Billigst og Foreningen Danske Selvstændige betaler in solidum i sagsomkostninger 11.000 kr. Poul Erik Skov Christensen.

Torben Svanberg

Mette Christensen

Ove Andersen

(Sign.)

— — —

Udskriftens rigtighed bekræftes

P.j.v. Sø- og Handelsretten, den 22. november 2011