



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

KFST – uafhængig konkurrencemyndighed

VELFUNDERENDE MARKEDER

NR 30 | 019

PRISSIGNALERING OG PRISGENNEMSIGTIGHED

Offentlig udveksling af information om fremtidige priser kan begrænse konkurrencen og være i strid med konkurrencereglerne.

I denne artikel beskriver Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen de betænkeligheder, der kan være ved prissignalering i forhold til konkurrencelovens § 6.

I artiklen gennemgås to eksempler på øget prisgennemsigtighed bl.a. via egentlig prissignalering, som har haft skadelige virkninger for forbrugerne.

I begge tilfælde er der tale om, at virksomheder har fået øget kendskab til konkurrenters fremtidige priser.

Endelig beskrives en undersøgelse, som Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har foretaget af realkreditsektorens kommunikation om priser på realkreditlån gennem online medier.

Læs den fulde artikel →

Prissignalering og konkurrencebegrænsende aftaler

Konkurrencelovens § 6 omfatter et forbud mod konkurrencebegrænsende aftaler. Grundtanken i konkurrencelovens § 6 er, at enhver virksomhed selvstændigt skal tage stilling til den politik, som virksomheden vil føre på markedet, og de vilkår, som virksomheden vil tilbyde sin kundekreds.¹

En virksomhed skal eksempelvis selvstændigt fastsætte den pris, som virksomheden vil opkræve fra sine kunder på markedet. Det er således som udgangspunkt i strid med konkurrencelovens § 6, hvis konkurrerende virksomheder aftaler salgspriser eller udveksler information om sådanne priser.

Forbuddet i konkurrencelovens § 6 kan blandt andet omfatte prissignalering via nyhedsmedier. Ved prissignalering forstås en situation, hvor virksomheder giver signal i offentligheden om de priser, de har tænkt sig at opkræve i fremtiden.

Prissignalering kan således efter omstændighederne udgøre en offentlig informationsudveksling mellem konkurrenter, der kan anvendes som et redskab til at koordinere den fremtidige adfærd på markedet til skade for konkurrencen og forbrugerne.

Prissignaleringen kan lette en samordning (altså tilpasning) af virksomhedernes konkurrencemæssige adfærd og kan medføre, at priserne stiger og konkurrencen på markedet svækkes. Prissignalering kan derfor afhængig af de nærmere omstændigheder være omfattet af forbuddet i konkurrencelovens § 6.

Nærmere om konkurrencelovens § 6

Konkurrencelovens § 6, stk. 1, har følgende ordlyd: *"Det er forbudt for virksomheder m.v. at indgå aftaler, der direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen."*

En aftale er konkurrencebegrænsende, når den begrænser, hindrer eller fordrejer konkurrencen.

Udgangspunktet er, at konkurrerende virksomheder skal handle uafhængigt af hinanden. Virksomheder, der udveksler oplysninger om deres konkurrenceadfærd eller koordinerer deres konkurrenceadfærd, får en kunstig fordel på markedet. Denne fordel består i, at de med deres adfærd mindsker usikkerheden om konkurrenternes adfærd på markedet, eller at de helt eller delvist holder op med at konkurrere med hinanden.

I de følgende afsnit præsenteres to eksempler på øget genemsigtighed omkring konkurrenters priser, som har haft skadelige virkninger på markedet. Derefter beskrives en undersøgelse af realkreditsektorens udveksling af information via online medier.

¹ Jf. Informationsaktiviteter i brancheforeninger – Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vejledning 2014, side 11.

Eksempel 1 - EU-Kommissionens sag om Containerskibsfart²

EU-Kommissionen åbnede i 2013 en sag mod 14 containerrederier for med jævne mellemrum at have varslet deres planlagte forhøjelser af priser på containersøtransport på en række fragtruter.³

I slutningen af 2015 gav Kommissionen udtryk for, at varslingerne ikke var til gavn for forbrugerne, idet varslingerne kun indeholdt informationer om den planlagte prisforhøjelse og således ikke gav kunderne information om den fulde pris, som kunderne skulle betale i fremtiden.

Kommissionen var heller ikke enig i containerrederiernes argument om, at varslingerne blev brugt til at konkurrere om kunderne, idet varslingerne kun vedrørte prisforhøjelser og ikke prisreduktioner, som ud fra et konkurrencemæssigt synspunkt umiddelbart ville være det, som containerrederierne ville have interesse i at varsle.

Desuden havde varslingerne kun begrænset bindende virkning, hvorfor kunderne kun i mindre omfang havde vished om den fremtidige pris for transportydelsen. Kommissionen udtrykte betænkeligheder ved denne adfærd, fordi den pågældende varslingspraksis kunne sætte parterne i stand til at samordne deres adfærd, eftersom containerrederierne kunne bruge varslingerne til at "teste", om de havde fordel ved at gennemføre en given fragtrateforhøjelse. Dermed kunne varslingerne bruges til at mindske den strategiske usikkerhed på det pågældende marked om konkurrenternes fragtratepriser.

Containerrederierne tilbød herefter tilsagn for at imødegå de konkurrencemæssige betænkeligheder, som Kommissionen havde udtrykt.⁴ Tilsagnene indebar, at containerrederierne *"ikke vil være forpligtede til at offentliggøre eller varsle deres priser, men hvis de vælger at gøre det, skal varslingerne sætte kunderne i stand til at forstå dem og fæste lid til dem"*.⁵

Informationen skulle være tilstrækkelig til, at kunderne havde fuld information om den fremtidige pris, og varslingerne må først udsendes 31 dage før ikrafttrædelsestidspunktet.

Det fremgår af endvidere af tilsagnet at *"i den periode, ratevarslingerne gælder, vil parterne være bundet af de varslede priser som maksimumpriser, men vil frit kunne sænke dem"*.⁶

² Kilde: Resumé af Kommissionens afgørelse af 7. juli 2016 om en procedure efter artikel 101 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde og artikel 53 i EØS-aftalen. Sag AT.39850- Containerskibsfart.

³ EU-Kommissionens beslutning af 7. juli 2016: "Relating to a proceeding under Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 53 of the EEA Agreement", Case AT.39850 Container Shipping.

⁴ Det bemærkes at sagens afgørelse er en tilsagnsavgørelse og at Kommissionen ikke har fastslået, at der har været en overtrædelse.

⁵ Jf. afsnit 12 i Resumé af Kommissionens afgørelse af 7. juli 2016 om en procedure efter artikel 101 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde og artikel 53 i EØS-aftalen. Sag AT.39850- Containerskibsfart.

⁶ Jf. afsnit nr. 13 i Resumé af Kommissionens afgørelse af 7. juli 2016 om en procedure efter artikel 101 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde og artikel 53 i EØS-aftalen. Sag AT.39850- Containerskibsfart.

Eksempel 2 - Konkurrencerådets beslutning om at offentliggøre priserne på færdigblandet beton⁷

Helt tilbage i 1993 besluttede Konkurrencerådet, at indsamle og offentliggøre priserne på to typer af færdigblandet beton på tre lokale danske markeder.

Konkurrencerådet ønskede med offentliggørelsen at styrke informationsniveauet på købersiden – og forventede at konkurrencen derigennem ville blive styrket.

Efter prisoffentliggørelsen steg de gennemsnitlige priser på de to typer af færdigblandet beton imidlertid med 15-20 procent inden for et år.⁸

Stigningen af priserne kunne, efter Albæk et. al. (1997), hverken begrundes i en stigning i markedets efterspørgsel af færdigblandet beton, en ændring i de konkurrerende virksomheders kapacitetsbegrænsninger eller i en stigning i de relevante omkostninger.

Prisstigningen syntes tværtimod at være forårsaget af selve offentliggørelsen af priserne. Ændringen af markedsinformationsstrukturen, i form af pålidelig prisrapportering, tillod således de konkurrerende betonvirksomheder at reducere intensiteten af priskonkurrencen, hvilket førte til prisstigninger.

Det skal ses i sammenhæng med, at virksomhederne før Konkurrencerådets indgriben – udover at offentliggøre deres listepreiser – sandsynligvis også i udbredt grad gav hemmelige, individuelle og betydelige rabatter til kunderne.

Resultatet af Konkurrencerådets intervention var således i modstrid med formålet i den daværende konkurrencelov fra 1993, som havde til formål at fremme konkurrencen ved bl.a. størst mulig *gennemsigtighed*.⁹ Konkurrencelovens formål blev efterfølgende ændret, først i 1997 og senere i 2004.¹⁰ Konkurrencelovens formål er i dag at fremme en effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse gennem *virksom konkurrence* til gavn for virksomheder og forbrugere.

⁷ Dette afsnit er baseret på Svend Albaek, Peter Møllgaard og Per B. Overgaard (1997). "Government-assisted oligopoly coordination? A concrete case". The Journal Of Industrial Economics. Volume XLV. December 1997. No. 4.

⁸ Jf. side 1 i Albaek et. al. (1997).

⁹ Jf. Albaek et. al. (1997), som henviser til §1 i Bekendtgørelse af konkurrencelov nr. 114 af 10. marts 1993. §1, 1. stk. havde følgende ordlyd: "Loven har til formål at fremme konkurrencen og dermed styrke effektiviteten i produktion og omsætning af varer og tjenesteydelser m.v. ved størst mulig *gennemsigtighed* vedrørende konkurrenceforhold og ved foranstaltninger imod begrænsninger i erhvervsfriheden og andre skadelige virkninger af konkurrencebegrænsninger." [vores understregning].

¹⁰ Konkurrencelovens formål fra 1993 blev ændret væsentlig ved et principskifte i dansk konkurrencelovgivning i 1997. Ændringen medførte bl.a. afskaffelsen af gennemsigtighedsprincippet og udeladelsen af ordet *gennemsigtighed* af ordlyden af § 1, jf. Forslag til konkurrencelov, lovforslag nr. L172, fremsat den 20. februar 1997 af erhvervsministeren (Jan Trøjborg). Ordlyden af § 1 i konkurrenceloven blev igen ændret jf. lov om ændring af konkurrenceloven nr. 1461 af 22. december 2004. Ordlyden af § 1 er siden 2004 den, vi kender i dag: "Loven har til formål at fremme en effektiv samfundsmæssig ressourceanvendelse gennem *virksom konkurrence* til gavn for virksomheder og forbrugere" [vores understregning].

Lige nu er der en debat i USA om offentliggørelse af medicinalpriser, hvor erfaringer fra den danske sag om betonmarkedet bliver inddraget.¹¹ Konkret argumenteres for at øget transparens, sådan som det er planlagt fra myndighedernes side, risikerer at øge priserne på medicin frem for at mindske dem.

Undersøgelse af prissignalering i realkreditsektoren

Realkreditmarkedet i Danmark har stor betydning for dansk økonomi. Danske husholdninger har samlet set realkreditlån med pant i deres bolig eller fritidshus for næsten 1.600 milliarder kroner. Det er omtrent det dobbelte af husholdningernes årlige disponible indkomst.

Markedet for realkredit til husholdninger er forholdsvist koncentreret. Der er således relativt få udbydere af realkredit på det danske marked, og markedet er kendetegnet ved væsentlige adgangsbarrierer.

Konkurrencerådet offentliggjorde i august 2017 en analyse af konkurrencen på realkreditmarkedet. Analysen konkluderede blandt andet, at konkurrencen på markedet har svære vilkår. Analysen konkluderede også, at bidragssatser og satser for kursskæring er steget markant siden 2009, og at stigningen i bidragssatserne og gebyrer ikke alene kan tilskrives stigende omkostninger.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har – blandt andet i forbindelse med analysen af realkreditmarkedet – erfaret, at der i branchen har været en aktiv debat og tilkendegivelse af synspunkter om realkreditinstitutternes priser – i form af bidragssatser og gebyrer – gennem medierne.

Styrelsen indledte derfor i 2018 en undersøgelse af realkreditsektorens offentlige udveksling af information om de priser, som realkreditsektoren havde tænkt sig at opkræve i fremtiden. Det blev blandt andet analyseret, om aktørerne i realkreditsektoren havde givet signal i offentligheden om de priser, de havde tænkt sig at kræve i fremtiden, jf. boks 1.

Resultaterne fra undersøgelsen peger på, at en stor del af den information, som realkreditsektoren deler i online medier, handler om allerede gennemførte prisændringer. En række af de undersøgte nyhedsartikler handler desuden om bidragsstigninger varslet i medfør af lov om finansiel virksomhed.

Endvidere viser undersøgelsen, at aktører i realkreditsektoren forholder sig til planlagte og foreslåede regelændringer med henblik på at påvirke de regulatoriske rammebetingelser for sektoren og redegøre for effekterne heraf og på den måde evt. forklare tidligere eller fremtidige prisstigninger. Der er fx eksempler på kommunikation om, at højere planlagte kapitalkrav kan medføre højere omkostninger for sektoren. Der er enkelte artikler, hvor den information, som realkreditsektoren deler offentligt ikke umiddelbart er en direkte konsekvens af den finansielle lovgivning, og som handler om realkreditsektorens fremtidige priser.

¹¹ Jf. Margot Sanger-Kats (2019). "Why Transparency on Medical Prices Could Actually Make Them Go Higher". The New York Times, june 24.

Det blev ikke undersøgt, om realkreditinstitutternes udmeldinger i sig selv har ført til højere priser.

Boks 1 Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelse af prissignalering i realkreditsektoren

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen indledte i 2018 en undersøgelse af realkreditsektorens kommunikation gennem finansielle online nyhedsmedier. Styrelsen har i undersøgelsen analyseret 944 nyhedsartikler med fokus på realkreditsektorens kommunikation om fremtidige bidragssatser og satser for kursskæring for realkreditlån til private.

Fakta om undersøgelsen

- Undersøgelsen har haft fokus på realkreditsektorens kommunikation om fremtidige bidragssatser og satser for kursskæring for realkreditlån til private.
- Undersøgelsen bygger på en gennemgang af 944 nyhedsartikler om realkreditlån.
- Nyhedsartiklerne mv. er fremskaffet ved at høste data fra internettet (*netscraping*). Høsten er blandt andet foretaget med udgangspunkt i en definition af søgeord, søgekilder og relevant tidsperiode. Høsten resulterede i første omgang i et stort antal artikler. Styrelsen har efterfølgende kategoriseret og frasorteret nogle artikler, hvilket resulterede i en systematisk gennemgang af 944 nyhedsartikler.
- Nyhedsartiklerne mv. er trykt i fire store finansielle online nyhedsmedier og på Finans Danmarks hjemmeside i perioden 1. januar 2015 – november 2018.
- De bidragsstigninger, der skal varsles i medfør af lov om finansiel virksomhed §53 b, var ikke genstand for denne undersøgelse.

Konklusioner

En virksomhed skal selvstændigt fastsætte pris og kvalitet for sine produkter. På markeder med en oligopolistisk struktur er den strategiske usikkerhed om konkurrenternes prisfastsættelse afgørende ift. at sikre effektiv konkurrence til gavn for forbrugerne.

Gennemsigtighed om konkurrenters fremtidige priser reducerer denne usikkerhed og kan føre til mindre intensiv konkurrence og højere priser. Derfor er prissignalering under visse forudsætninger også i strid med konkurrencereglerne.

Prisgennemsigtighed kan også skyldes offentlig regulering, der kan have samme negative virkninger på konkurrencen.

Artiklen viser to eksempler, hvor øget gennemsigtighed omkring konkurrenters fremadrettede prissætning har skadet konkurrencen og ført til højere priser. KFST følger løbende med i om der foregår prissignalering og vejleder virksomheder og myndigheder om at være opmærksomme på de konkurrenceskadelige virkninger af øget gennemsigtighed.

Hvis du vil vide mere om konkurrenceloven

- Se Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens redegørelse ”Realkredit- og prioritetslån. Priser og markedsudvikling” fra februar 2019 [her](#)
- Se Konkurrencerådets analyse af realkreditmarkedet fra august 2017 [her](#)
- Se Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vejledning om konkurrenceloven [her](#)
- Se Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vejledning om compliance – hvad kan din virksomhed gøre for at overholde konkurrencereglerne [her](#)
- Se Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vejledning om informationsaktiviteter i brancheforeninger [her](#)

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen - uafhængig konkurrencemyndighed

Som uafhængig konkurrencemyndighed står Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen for at håndhæve konkurrenceloven og gennemføre analyser i medfør af loven. Konkurrencerådet er en del af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og har det overordnede ansvar for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens administration af konkurrenceloven og regler udstedt i medfør heraf.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens opsøgende arbejde spiller en central rolle. Sigtet med styrelsens opsøgende arbejde er todelt. For det første at finde overtrædelser af konkurrencereglerne. For det andet at udbrede kendskabet til og vejlede om konkurrenceloven og de fordele, som en effektiv konkurrence kan have for virksomheder og forbrugere. Det opsøgende arbejde kan således have en præventiv effekt i markederne.