KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

AFGØRELSE

Dato: 12. november 2026
Sag: 26/07557
Sagsbehandler: /ESI/OMK/FAG

KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

KONKURRENCERÅDET

Dagrofas erhvervelse af ABC Lavpris er godkendt

1. Sagsfremstilling

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 21. oktober 2026 en anmeldelse af en fusion mellem Dagrofa ApS ("Dagrofa") og ABC Lavpris A/S ("ABC Lavpris"), jf. konkurrencelovens § 12 b. Ifølge § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen udover en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristerne begyndte at løbe den 22. oktober 2026.

1.1. Transaktionen

Transaktionen indebærer, at Dagrofa erhverver 100 pct. af aktierne i ABC Lavpris. Dagrofa opnår dermed enekontrol over ABC Lavpris, bestående af 16 butikker og 2 butiksprojekter ("Target").[1] Den anmeldte fusion medfører et kontrolskifte og udgør en fusion jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

1.2. Parterne og deres aktiviteter

Dagrofa er aktiv på dagligvaredetailmarkedet gennem kædekoncepterne MENY, SPAR, Min Købmand og Let-Køb, hvoraf størstedelen er drevet af selvstændige købmænd. Dagrofa ejer ligeledes Aarstiderne A/S, som bl.a. er leverandør af økologiske måltidskasser og fødevarer til private kunder i Danmark. Dagrofa er desuden aktiv på dagligvaregrossistmarkedet, hvor Dagrofa Logistik A/S leverer dagligvarer til detailhandelen og convenience-butikker/kiosker, herunder også til Dagrofas egne kæder. Derudover driver Dagrofa foodservicevirksomhed, hvor Dagrofa Foodservice A/S og specialistselskaberne PRIMA Frugt A/S, HKI Ost A/S og Grøn Fokus A/S sælger dagligvarer til hoteller, restauranter, erhvervskantiner m.v.

ABC Lavpris er aktiv på dagligvaredetailmarkedet gennem 16 butikker, hvoraf 15 af butikkerne er beliggende i Midt- og Sønderjylland, og en enkelt butik er beliggende på Fyn.

1.3. Jurisdiktion og anmeldelsespligt

De deltagende virksomheder er Dagrofa og ABC Lavpris.

---

[1] Billund, Brædstrup, Esbjerg, Fredericia, Randers, Rødding, Tørring, Ulfborg, Haderslev, Ringkøbing, Herning, Egtved, Glamsberg, Holsted, Tarm, Vamdrup, Videbæk og Gram.

Ifølge det oplyste havde Dagrofa i 2025 en omsætning på ca. [xxx] kr. i Danmark. ABC Lavpris havde i regnskabsåret 2024/2025 en omsætning på ca. [xxx] kr. i Danmark.

Eftersom de deltagende virksomheders omsætning overstiger omsætningstærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, er der tale om en fusion omfattet af konkurrencelovens regler om fusionskontrol, jf. konkurrencelovens kapitel 4.

1.4. Analysegrundlag

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med vurderingen af fusionen, ud over fusionsanmeldelsen, indhentet omsætning fra parternes konkurrenter på butiksniveau i Region Midtjylland og Syddanmark samt samlet nationalt for 2025.

1.5. Høringssvar

Styrelsen sendte udkast til afgørelse i høring hos parterne den 6. november 2026. Styrelsen modtog høringssvar fra parterne hhv. den 6. og 9. november 2026.

Parterne havde en enkelt bemærkning, der har givet anledning til en tekstnær justering. Ændringen, som parternes høringssvar har givet anledning til, er således indarbejdet i afgørelsen under det relevante afsnit.

2. Vurdering

2.1. Afgrænsning af de relevante markeder

For at vurdere om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, er det nødvendigt at afgrænse det eller de relevante markeder, som fusionen berører.

Det relevante marked består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked. Det primære formål med markedsafgrænsning er systematisk at identificere det effektive og umiddelbare konkurrencepres, som de deltagende virksomheder udsættes for, når de udbyder bestemte produkter i et bestemt område. Markedsafgrænsning fører til identifikation af de relevante konkurrenter til den eller de deltagende virksomheder, når de udbyder disse produkter, samt af de relevante kunder.[2]

Det relevante produktmarked omfatter alle de produkter, som kunderne anser for indbyrdes ombyttelige eller substituerbare med den eller de deltagende virksomheders produkt(er) baseret på produkternes egenskaber, pri-

[2] Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Unionens konkurrenceret (C/2024/1645), punkt 6.

ser og anvendelsesformål under hensyntagen til konkurrencevilkårene og udbuds- og efterspørgselsstrukturen på markedet.[3]

Det relevante geografiske marked omfatter det geografiske område, hvorpå de deltagende virksomheder udbyder eller efterspørger de pågældende produkter, hvor konkurrencevilkårene er tilstrækkeligt homogene til, at virkningen af den undersøgte fusion kan bedømmes, og som kan adskilles fra andre geografiske områder på grund af især væsentlige forskelle i konkurrencevilkårene.[4]

Udgangspunktet for markedsafgrænsningen er en analyse af efterspørgsels- og udbudssubstitution.[5] De relevante produktmarkeder og geografiske markeder vil blive undersøgt i det følgende.

Parterne har oplyst, at de relevante markeder er:

- » Et marked for salg af dagligvarer til forbrugere (herefter "dagligvaredetailmarkedet") i Danmark, herunder i lokale områder.
- » Et marked for salg af dagligvarer til detailhandlen (herefter "dagligvaregrossistmarkedet") i Danmark.

2.1.1. De relevante produktmarkeder

2.1.1.1. Dagligvaredetailmarkedet

Kommissionen har i sin tidligere praksis afgrænset et særskilt dagligvaredetailmarked. Det indebærer, at markedet ikke omfatter kiosker, servicestationer og specialforretninger.[6] Kommissionen har også overvejet at segmentere markedet yderligere efter butiksstørrelse[7] og butiksformater, her under discountbutikker, supermarkeder og hypermarkeder, dog uden at tage endelig stilling hertil.[8]

Konkurrencerådet og styrelsen har i lighed med Kommissionen i sin tidligere praksis afgrænset et særskilt dagligvaredetailmarked, dvs. ikke omfat-

---

[3] Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Unionens konkurrenceret (C/2024/1645), punkt 12, litra a.

[4] Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Unionens konkurrenceret (C/2024/1645), punkt 12, litra b.

[5] Jf. konkurrencelovens § 5 a, stk. 1 og Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Unionens konkurrenceret (C/2024/1645), punkt 23, litra a og b.

[6] Jf. eksempelvis Kommissionens afgørelse af 3. februar 1999 i sag M.1221, Rewe/Meinl, punkt 10 og 12, Kommissionens afgørelse af 6. april 2000 i sag M.1832, Ahold/ICA För bundet/Canica, punkt 11, Kommissionens afgørelse af 22. december 2015 i sag M.3905, Tesco/Carrefour, punkt 10-11, Kommissionens afgørelse af 25. april 2007 i sag M.4590, Rewe/Delvita, punkt 12-13, Kommissionens afgørelse af 28. juni 2010 i sag M.5790, Lidl/Plus Romania/Plus Bulgaria, punkt 13, Kommissionens afgørelse af 21. september 2020 i sag M.9495, Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator, punkt 90-91 og Kom missionens afgørelse af i sag M.10459, CVC/Stock Spirits Group, punkt 31.

[7] Jf. Kommissionens afgørelse af 4. april 2020 i sag M.9847, Aldi/Fplph Assets, punkt 15, og Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, ITM/Mestdagh, punkt 17.

[8] Jf. Kommissionens afgørelse af 22. december 2005 i sag M.3905, TESCO/CARRE FOUR, punkt 10, og Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, ITM/Mest dagh, punkt 15, Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, Netto/J Sainsbury m.fl., punkt 15.

tende kiosker, servicestationer og specialforretninger.[9] Styrelsen har også overvejet yderligere segmenteringer efter butiksformater, herunder om der eksisterer et muligt segment for onlinehandel med dagligvarer, men har ved flere lejligheder ladet afgrænsningen af det relevante produktmarked stå åben.[10]

Parterne har tilsvarende anført, at markedet kan afgrænses til detailsalg af dagligvarer fra dagligvarebutikker.[11]

Styrelsen vurderer, at der i overensstemmelse med tidligere praksis kan afgrænses et særskilt dagligvaredetailmarked. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om dagligvaredetailmarkedet afgrænses snævert til udelukkende at omfatte salg fra dagligvarebutikker, eller bredere til også at inkludere salg fra online dagligvarebutikker, kiosker, servicestationer og specialforretninger.

2.1.1.2. Dagligvaregrossistmarkedet

Kommissionen, Konkurrenceådet og styrelsen har i sin tidligere praksis afgrænset et særskilt marked for grossistsalg af dagligvarer.[12] Konkurrenceådet og styrelsen har tidligere overvejet, om markedet også omfatter koncerninternt engrossalg af dagligvarer. I tidligere praksis er det af Konkurrenceådet blevet vurderet, at dagligvaregrossistmarkedet omfattede grossistsalg til selvstændige købmænd, ekskl. brugsforeninger, men at den koncerninterne grossistomsætning i kapitalkæderne ikke var omfattet. Den endelige afgrænsning er dog blevet holdt åben.[13] Konkurrenceådet har endvidere overvejet at segmentere markedet efter varegrupper eller gros-

[9] Jf. Konkurrenceådets afgørelse af 26. marts 2025, Salling Group A/S' erhvervelse af Coop Danmark A/S, punkt 116-118, Konkurrenceådets afgørelse af 29. november 2023, Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, punkt 158, Konkurrenceådets afgørelse af 30. august 2023, REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, punkt 192, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 28. marts 2001, Netto A/S' overtagelse af SUMA Dagligvarer A/S, punkt 20.

[10] Jf. Konkurrenceådets afgørelse af 30. august 2023, REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, punkt 193-194 og punkt 165-166 samt den deri an givne praksis fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen; Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 28. marts 2001, Netto A/S' overtagelse af SUMA Dagligvarer A/S, punkt 20, 39 og 43-44, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 2. maj 2012, Dagrofa A/S' overtagelse af Nærum Stormarked A/S, afsnit 4, afsnit 4.1 og afsnit 4.1.1.

[11] Jf. fusionsanmeldelsen, punkt 96.

[12] Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, Ahold/Superdiplo, punkt 15 og 21-22, Kommissionens afgørelse af 26. juli 2001 i sag M.2425, COOP NOR DEN, punkt 18 og 21, Konkurrenceådets afgørelse af 30. august 2023, REMA 1000 Dan mark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, punkt 229, Konkurrenceådets afgørelse af 23. oktober 2013, Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS, punkt 233-234, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS, punkt 5.1.2.2.

[13] Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, NorgesGruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS, punkt 5.1.2.1. og Konkurrenceådets afgørelse af 23. oktober 2013, Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS, punkt 222.

sisttyper, dvs. hhv. fuldsortimentsgrossister og specialgrossister, dog uden at have taget endelig stilling hertil.[14]

Parterne har anført, at dagligvaregrossistmarkedet omfatter grossistsalg af dagligvarer. Parterne har anført, at markedet dermed skal anskues som ét samlet dagligvaregrossistmarked. Det betyder, at markedet ifølge parterne ikke skal segmenteres på baggrund af fx varegrupper eller grossisttyper.[15]

Dagrofa har endvidere anført, at dagligvaregrossistmarkedet bør afgrænses således, at koncerninternt salg til dagligvarebutikker samt grossisters salg til brugsforeninger medtages som en del af markedet. Dagrofa begrunder dette med, at dagligvaregrossisterne indirekte konkurrerer med hinanden, selv om de alene sælger varer til egne butikker eller brugsforeninger, da grossisternes indkøbspriser har en afsmittende virkning på priserne i dagligvarebutikkerne.[16] Dagrofa anfører også, at markedet bør inkludere grossistsalg af dagligvarer til convenience-segmentet (kiosker, tankstationer etc.).

Styrelsen vurderer, at der i overensstemmelse med tidligere praksis kan afgrænses et særskilt marked for fuldsortimentsgrossister, der bl.a. omfatter grossistsalg af dagligvarer til selvstændige købmænd. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om markedet segmenteres på baggrund af varegrupper eller grossisttyper, eller om markedet afgrænses snævert til at omfatte salg til selvstændige købmænd eller bredere til også at omfatte salg til selvstændige brugsforeninger og/eller koncerninternt salg.

2.1.2. De relevante geografiske markeder

2.1.2.1. Dagligvaredetailmarkedet

Kommissionen har i sin tidligere praksis overvejet at afgrænse det geografiske marked for salg af dagligvarer til forbrugere som værende lokalt ud fra køretiden i bil i oplandet fra hver butik (såkaldte "catchment-områder"). Kommissionen har i den forbindelse overvejet rejsetider mellem 10-30 min. afhængig af butiksstørrelse og lokale forhold.[17] Kommissionen har også overvejet, om markedet kunne afgrænses nationalt, da flere beslutninger i virksomhederne træffes på nationalt niveau, men har ladet afgrænsningen stå åben.[18]

---

[14] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS, punkt 207 ff. og Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2007, SuperGros' samhandelsbetingelser, punkt 95 ff.

[15] Jf. fusionsanmeldelsen, punkt 114-115.

[16] Jf. fusionsanmeldelsen, punkt 137.

[17] Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, ITM/Mestdagh, punkt 20, samt den i afgørelsens fodnote 12, anførte praksis.

[18] Jf. Kommissionens afgørelse af 15. november 2004 i sag M.3464, Kesko/ICA/JV, punkt 17.

Konkurrencerådet har i sin praksis tilsvarende vurderet, at det geografiske marked for dagligvaredetailmarkedet ikke er bredere end nationalt, bl.a. grundet nationale konkurrenceparametre. Konkurrencerådet har herudover vurderet, at der er elementer af lokal konkurrence, som skal vurderes ud fra catchment-områder afgrænset ved en køretid på fx 10 minutters køretid i bil, men at køretiden kan variere, alt efter om butikken ligger i et by- eller landområde.[19]

Parterne har anført, at det relevante geografiske marked for detailsalg af dagligvarer har en både national og lokal dimension. Parterne er således enige i, at visse konkurrenceparametre fastsættes på nationalt plan, herunder engrosindkøbspriser, kædemarkedsføring, grundsortiment og i nogen grad prissætning i form af maksimumpriser på koncepter eller kampagnevarer. Dagrofa anfører samtidig, at der i overensstemmelse med praksis kan være en række lokale områder med lokale konkurrenceeffekter, og at disse områder skal fastlægges på baggrund af catchment-områder. Størrelsen på eventuelle lokale markeder beror på en række omstændigheder, herunder om der er tale om et by- eller landområde, og at større butikker generelt vil have et større opland end mindre butikker. Dagrofa anfører i den forbindelse, at en køretid på 15 minutter vil være mest retvisende for, hvor konkurrencen finder sted, men har samtidig oplyst markedsandele med udgangspunkt i catchment-områder afgrænset ved en køretid på 5 og 10 minutter.[20]

Styrelsen vurderer i overensstemmelse med tidligere praksis, at denne fusion skal vurderes ud fra både nationale og lokale dimensioner, herunder med udgangspunkt i catchment-områder afgrænset ved en køretid på 10 minutter. Den endelige afgrænsning af det relevante geografiske marked kan dog stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om det geografiske marked afgrænses snævert ud fra en køretid på 5 eller 10 minutter eller bredere til hele Danmark.

2.1.2.2. Dagligvaregrossistmarkedet

Kommissionen har tidligere afgrænset dagligvaregrossistmarkedet som værende nationalt. Kommissionen har i den forbindelse lagt vægt på en række faktorer såsom type producenter, forbrugerpræferencer, forskellig artede distributionskanaler og forhandlinger om prisbetingelser. Kommis-

[19] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. marts 2025, Salling Group A/S' erhvervelse af Coop Danmark A/S, punkt 137, Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, punkt 177, og Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, punkt 215.

[20] Jf. fusionsanmeldelsen, punkt 100-103.

sionen har dog ladet det stå åbent, om markedet skulle afgrænses nationalt eller bredere.[21]

Konkurrencerådet og styrelsen har tidligere på tilsvarende vis afgrænset markedet som nationalt, men har holdt den endelige afgrænsning åben.[22] Parterne har anført, at dagligvaregrossistmarkedet skal afgrænses til mindst nationalt.[23]

Styrelsen vurderer på den baggrund, at dagligvaregrossistmarkedet i overensstemmelse med praksis kan afgrænses nationalt. Den endelige afgrænsning af det relevante geografiske marked kan imidlertid stå åben i denne sag, da den anmeldte fusion ikke vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, uanset om det geografiske marked afgrænses nationalt eller bredere.

2.2. Vurdering af fusionens konkurrencemæssige virkninger

Det afgørende for, om en fusion kan godkendes eller ej, er, om den hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på et eller flere af de berørte markeder, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2.

2.2.1. Vurdering af det kontrafaktiske scenarie

Ved styrelsens vurdering af, om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, skal det vurderes, hvordan konkurrencesituationen forventes at være på markedet uden fusionen (det kontrafaktiske scenarie) sammenlignet med, hvordan konkurrencesituationen forventes at være med fusionens gennemførelse (fusionsscenariet). Styrelsen sammenligner de to scenarier for derved at vurdere, om fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.

Parterne anfører, at status quo er det mest sandsynlige kontrafaktiske scenarie.[24]

Til brug for vurderingen af den pågældende fusion tager styrelsen derfor udgangspunkt i status quo.

---

[21] Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, Ahold/Superdiplo, punkt 21-22, og Kommissionens afgørelse af 26. juli 2001 i sag M.2425, COOP NOR DEN, punkt 21.

[22] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS, punkt 233-234, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS, punkt 5.1.2.2.

[23] Jf. fusionsanmeldelsen, punkt 127.

[24] Jf. fusionsanmeldelsen, punkt 66.

2.2.2. Indbyrdes konkurrence mellem Dagrofa-ejede butikker og selvstændige Dagrofa-købmænd

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i tidligere sager undersøgt den indbyrdes konkurrence mellem aktører, der driver butikker under samme kædekoncepter.[25] Formålet med undersøgelsen er at vurdere, hvorvidt eksempelvis franchisetager, selvstændige købmænd eller lign. kan betragtes som uafhængige konkurrenter, selvom de er aktive inden for samme kædekoncepter.

I denne sag har det været relevant at undersøge, hvorvidt de selvstændige Dagrofa-købmænd kan anses som uafhængige af Dagrofa, herunder om de selvstændige Dagrofa-købmænd kan anses for at lægge et konkurrencepres på hinanden samt på de Dagrofa-ejede butikker.

Styrelsen har i overensstemmelse med tilgangen i tidligere sager vurderet, at de selvstændige Dagrofa-købmænd generelt kan anses som uafhængige af Dagrofa. I styrelsens vurdering er der særligt lagt vægt på, om det er Dagrofa eller den selvstændige købmand, der ejer butikslokalet, samt lokal prissætning. Det er samtidig styrelsens vurdering, at selvom de selvstændige Dagrofa-købmænd kan anses som uafhængige af Dagrofa, kan de ikke anses som at lægge et lige så stort konkurrencepres på Dagrofa-ejede butikker som øvrige dagligvarebutikker, der ikke opererer under Dagrofas kædekoncepter. Det er derfor inddraget i vurderingen af de lokale virkninger på markedet for detailsalg af dagligvarer.

2.2.3. Berørte markeder

Et relevant marked betragtes som et berørt marked, når (i) to eller flere af fusionsparterne er aktive på det samme relevante produktmarked, og fusionen vil medføre, at de tilsammen vil få en markedsandel på mindst 15 pct. (horisontale forbindelser) og/eller (ii) en eller flere af fusionsparterne er aktive på et produktmarked i tidligere eller senere omsætningsled i forhold til det produktmarked, som en eller flere andre af fusionsparterne er aktive på, og de her hver især eller tilsammen har en markedsandel på mindst 25 pct., uanset om der består et leverandør-/kundeforhold mellem dem eller ej (vertikale forbindelser).

Parterne har oplyst, at Dagrofa forinden fusionen har en markedsandel på et nationalt dagligvaredetailmarked på [10-20] pct., mens Target har en markedsandel på [0-5] pct. Den fusionerede enhed vil dermed opnå en samlet markedsandel på under 15 pct., og dagligvaredetailmarkedet i Danmark er derfor ikke horisontalt berørt.

[25] Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* og *Konkurrencerådsafgørelse den 26. juni 2024, OK a.m.b.a.'s erhvervelse af Coop Danmark A/S.*

Fusionen medfører, at dagligvaredetailmarkedet i 4 ud af 18 lokalområder er berørt[26], hvor Dagrofa og Target forinden transaktionen er aktive inden for en køretid i bil på 10 minutter af hinanden, samt opnår samlede markedsandele på over 15 pct. som følge af fusionen.[27] Lokalområderne i Herning, Esbjerg, Fredericia og Randers på dagligvaredetailmarkedet er derfor horisontalt berørte. Lokalområderne som ikke er berørte, vil ikke blive behandlet yderligere i afgørelsen.

Endvidere er Dagrofa aktiv på dagligvaregrossistmarkedet, der er vertikalt forbundet med dagligvaredetailmarkedet, og som ifølge parternes oplysninger er vertikalt berørt. I det følgende foretager styrelsen vurderingen af henholdsvis horisontalt og vertikalt berørte markeder.

2.2.3.1 Horisontale virkninger på markedet for detailsalg af dagligvarer

Det nationale marked for detailsalg af dagligvarer er som nævnt ovenfor ikke berørt. Selvom konkurrencen udspiller sig nationalt på visse konkurrenceparametre, ses der også elementer af lokal fastsættelse af fx priser og tilbudskampagner, jf. afgrænsningen af det relevante geografiske marked ovenfor. Der er derfor relevant at vurdere, om fusionen giver anledning til lokale virkninger.

Mekanisk screening af områder

Som anført ovenfor er der tale om berørte markeder for 4 ud af de i alt 18 lokale områder. Styrelsen har til brug for vurderingen af fusionens lokale virkninger foretaget en mekanisk screening af disse 4 områder, hvor der er taget udgangspunkt i catchment-områder afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring hver af parternes butikker med overlap. Hovedformålet med at udføre screeningen er at identificere lokale områder, hvor det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Styrelsen har i tidligere sager anvendt samme screeningsmetode.[28]

Med henblik på at identificere lokale markeder, hvor det er usandsynligt, at fusionen vil føre til en væsentlig konkurrencebegrænsning, kan styrelsen

[26] Det bemærkes, at to af ABC Lavpris' butikker er butiksprojekter. Disse to områder behandles som om butikkerne var operationelle, og til brug for vurderingen har styrelsen taget udgangspunkt i ABC Lavpris' egne estimater af de forventede omsætninger, som også er kontrolleret op mod de øvrige eksisterende ABC Lavpris-butikker.

[27] Metoden til screening af lokale markeder baseres på hver enkelt butik. Ud fra rejsetid i bil fra butikken defineres et catchment-område. Styrelsen har undersøgt samtlige lokalmarkeder ud fra både ABC Lavpris-butikkerne og den tættest beliggende Dagrofa-butik, og til vurderingen taget udgangspunkt i det område med størst overlap og højeste markedsandele.

[28] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, i Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS, samt i Konkurrencerådets afgørelse af 26. marts 2025, Salling Group A/S' erhvervelse af dele af Coop Danmark A/S.

anvende op til *tre*[29] filtre i de lokalområder, hvor både Dagrofa og ABC Lavpris er til stede.

Filter 1 består i at identificere områder, hvor parternes aktiviteter overlapper, men hvor parternes samlede markedsandele, ikke overstiger 25 pct. I disse områder er det styrelsens vurdering, at det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.[30] En anvendelse af Filter 1 viser, at parternes samlede markedsandele ikke overstiger 25 pct. i nogen af de fire lokale områder inden for en køreafstand på 10 minutters køretid i bil fra parternes butikker, jf. tabel 1. Filter 1 reducerer dermed antallet af potentielt problematiske områder fra fire til nul.

Tabel 1 Parternes markedsandele på de lokale markeder for detailsalg af dagligvarer, 2025, i pct.

Lokalmarked	ABC Lavpris	Dagrofa	Samlet
Herning	[10-20]	[10-20]	[20-30]
Esbjerg	[5-10]	[0-5]	[5-10]
Fredericia	[5-10]	[5-10]	[10-20]
Randers	[10-20]	[0-5]	[10-20]

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2025. Styrelsens egne beregninger.

På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i de fire områder omkring parternes butikker i Herning, Esbjerg, Fredericia og Randers.

Fusionens betydning for indirekte horisontale forbindelser
Styrelsen har desuden undersøgt og taget højde for de mulige indirekte horisontale effekter[31] af fusionen. Disse opstår som følge af relationerne mellem Dagrofa, ABC Lavpris og andre butikker på dagligvaremarkedet, herunder Dagrofas grossistsalg af dagligvarer til dagligvarebutikker i nærheden af ABC Lavpris. Det er styrelsens vurdering, at fusionen heller ikke via disse indirekte effekter vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

[29] I denne fusion bruges kun filter 1. **Filter 2** består i at identificere områder, hvor a) parternes samlede markedsandele ikke over stiger 40 pct. og b) fusionen ikke fører til en ændring i den fusionerede enheds markedsandel på mere end 5 procentpoint. **Filter 3** består i at identificere områder, hvor i) parternes samlede markedsandele er mellem 25–40 pct., ii) fusionen fører til en ændring i den fusionerede enheds markedsandel på mere end 5 procentpoint, iii) der findes mindst to ud af tre konceptuelt nære konkurrenter og iv) der findes mindst tre dagligvarekoncerner.

[30] Det følger af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 18, at der foreligger et indicium for, at en fusion ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence, hvis fusionsparternes samlede markedsandel ikke overstiger 25 pct.

[31] Effekten er beskrevet i Konkurrencerådets afgørelse af 27. august 2025, af Norlys' erhvervelse af EWII Fibernet, s. 126-129.

2.2.3.2 Vertikale virkninger på markedet for detailsalg af dagligvarer

Fusionen giver anledning til en vertikal forbindelse mellem parternes aktiviteter på markedet for grossistsalg af dagligvarer i Danmark og markedet for detailsalg af dagligvarer i Danmark.

Styrelsen har undersøgt, om fusionen giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder på de vertikalt berørte markeder. En fusion kan bl.a. give anledning til vertikale virkninger, hvis konkurrenter, som følge af fusionen, hindres adgang til et tilstrækkeligt kundegrundlag (kundeafskærmning) eller til vigtige input (inputafskærmning).

Vurdering af risiko for kunde- og inputafskærmning

Parterne har oplyst, at inden fusionen har Dagrofa en markedsandel på over 25 pct. på upstreammarkedet for dagligvaregrossistsalg i Danmark, og at ABC Lavpris ikke er aktiv på grossistmarkedet.[32] På downstreammarkedet for salg af dagligvarer i Danmark har Dagrofa inden fusionen en markedsandel på [10-20] pct. og ABC Lavpris en markedsandel på [0-5] pct.[33]

For så vidt angår inputafskærmning gælder det, at Dagrofa allerede inden fusionen er aktiv både på upstreammarkedet for grossistsalg af dagligvarer og downstreammarkedet for detailsalg af dagligvarer. Fusionen indebærer derfor alene, at Dagrofa opnår kontrol over ABC Lavpris' 16 butikker og 2 butiksprojekter, hvilket medfører en meget begrænset ændring af Dagrofas tilstedeværelse på detailmarkedet. Styrelsen vurderer på den baggrund, at fusionen ikke øger risikoen for inputafskærmning.

For så vidt angår kundeafskærmning er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil ændre adgangen til kunder, idet ABC Lavpris har en meget begrænset position på downstreammarkedet og allerede inden fusionen var kunde hos Dagrofa. Styrelsen vurderer derfor, at fusionen ikke øger risikoen for kundeafskærmning.

Styrelsen vurderer på baggrund af de foreliggende oplysninger, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, for så vidt angår den vertikale forbindelse på markedet for grossistsalg af dagligvarer i Danmark og markedet for detailsalg af dagligvarer i Danmark.

3. Konklusion

På baggrund af de foreliggende oplysninger er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den anmeldte fusion ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Fusionen skal derfor godkendes, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, 1. pkt. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har på den baggrund godkendt fusionen mellem Dagrofa ApS og ABC

[32] Jf. fusionsanmeldelsen, Bilag 7B, tabel 2.4.
[33] Jf. fusionsanmeldelsen, Bilag 7A, tabel 1.

Lavpris A/S, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.