

Konkurrencerådsafgørelse den 26. juni 2024

# OK a.m.b.a.'s erhver- velse af Coop Danmark A/S



---

**Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen**

Carl Jacobsens Vej 35  
2500 Valby  
Tlf.: +45 41 71 50 00  
E-mail: [kfst@kfst.dk](mailto:kfst@kfst.dk)

Journal nr. 24/02021 og 24/06772 / ESI, ANKU, ENO, BBA, JKR, MBB, LKA, MEA, MMW, ASJ

Afgørelsen er udarbejdet af  
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

---

# Indholdsfortegnelse

---

<b>1.</b>	<b>RESUMÉ.....</b>	<b>7</b>
1.1	Anmeldelsen.....	7
1.2	Transaktionen.....	7
1.3	Parterne.....	7
1.4	De relevante markeder.....	8
1.5	Det kontrafaktiske scenarie.....	9
1.6	Fusionens virkninger.....	9
1.7	Tilsagn.....	14
1.8	Konklusion.....	14
<b>2.</b>	<b>AFGØRELSE.....</b>	<b>16</b>
2.1	Tilsagn.....	16
<b>3.</b>	<b>SAGSFREMSTILLING.....</b>	<b>32</b>
3.1	Indledning.....	32
3.2	Parterne og deres aktiviteter.....	32
3.2.1	OK.....	32
3.2.2	Coop Danmark.....	33
3.3	Transaktionen.....	35
3.3.1	OK får med fusionen kontrol over Coop Danmark-ejede OK-stationer og dagligvarebutikker, men ikke Brugsforeningernes.....	35
3.4	Jurisdiktion og anmeldelsespligt.....	36
<b>4.</b>	<b>MARKEDSBESKRIVELSE.....</b>	<b>37</b>
4.1	Analysegrundlag/Markedsundersøgelse.....	37
4.2	Motorbrændstoffer.....	37
4.2.1	Raffinaderisalg af motorbrændstoffer.....	38
4.2.2	Engrossalg af motorbrændstoffer.....	39
4.2.3	Detailsalg af motorbrændstoffer.....	40
4.3	Convenience- og dagligvarehandel.....	41
4.3.1	Indkøb af convenience- og dagligvarer.....	42
4.3.2	Engrossalg af convenience- og dagligvarer.....	42
4.3.3	Detailsalg af convenience-varer.....	43
4.4	Høring.....	44
<b>5.</b>	<b>VURDERINGEN.....</b>	<b>45</b>
5.1	OK's tilsagn og betydning for vurderingen.....	45
5.2	Afgrænsningen af de relevante markeder.....	45
5.2.1	Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer.....	46
5.2.1.1	Det relevante produktmarked.....	46
5.2.1.2	Det relevante geografiske marked.....	48
5.2.1.3	Konklusion – markedet for detailsalg af motorbrændstoffer.....	49
5.2.2	Markedet for engrossalg af motorbrændstoffer.....	50
5.2.2.1	Det relevante produktmarked.....	50
5.2.2.2	Det relevante geografiske marked.....	51

---

5.2.2.3	Konklusion – markedet for engrossalg af motorbrændstoffer .....	52
5.2.3	Markedet for detailsalg af convenience-varer.....	52
5.2.3.1	Det relevante produktmarked .....	52
5.2.3.2	Det relevante geografiske marked.....	57
5.2.3.3	Konklusion – markedet for detailsalg af convenience-varer.....	59
5.2.4	Markedet for engrossalg af dagligvarer .....	60
5.2.4.1	Det relevante produktmarked .....	60
5.2.4.2	Det relevante geografiske marked.....	61
5.2.4.3	Konklusion – markedet for engrossalg af dagligvarer.....	62
5.3	Vurderingen af fusionens konkurrencemæssige virkninger .....	62
5.3.1	Vurderingen af det kontrafaktiske scenarie.....	62
5.3.1.1	Parternes anbringender vedrørende det kontrafaktiske scenarie og offentlige udmeldinger.....	63
5.3.1.2	Styrelsens vurdering af det kontrafaktiske scenarie .....	65
5.3.1	Indbyrdes konkurrence mellem henholdsvis OK og Coop Danmark og de aktører, der er aktive under de respektive koncepter .....	65
5.3.1.1	Forholdet mellem OK og de aktører, der driver OK-stationer på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer .....	68
5.3.1.2	Forholdet mellem Coop Danmark og Brugsforeningerne på markedet for detailsalg af dagligvarer.....	69
5.3.1.3	Forholdet mellem OK, forpagtere og selvstændige forhandlere af OK Plus-butikker på markedet for detailsalg af convenience-varer.....	70
5.3.2	Berørte markeder.....	72
5.3.2.1	Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer .....	73
5.3.2.2	Markedet for engrossalg af motorbrændstoffer.....	73
5.3.2.3	Markedet for detailsalg af convenience-varer.....	74
5.3.2.4	Markedet for engrossalg af dagligvarer .....	75
5.3.3	Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer .....	76
5.3.3.1	Et nationalt marked for detailsalg af motorbrændstoffer .....	76
5.3.3.1.1	Fusionen giver ikke anledning til ensidige virkninger på et nationalt marked.....	76
5.3.3.1.2	Fusionen giver ikke anledning til øget risiko for koordinerede virkninger på et nationalt marked .....	78
5.3.3.1.3	Konklusion på styrelsens vurdering af fusionens virkninger på et nationalt marked for detailsalg af motorbrændstoffer .....	81

---

5.3.3.2	Fusionens virkninger i lokale områder på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer .....	81
5.3.3.2.1	Screening af lokale områder på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer .....	81
5.3.3.2.2	Områder, hvor fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt efter en nærmere vurdering af de lokale konkurrenceforhold	83
5.3.3.2.2.1	Områder, hvor fusionen på baggrund af konkurrencepres samt konkurrenternes besvarelser ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.....	84
5.3.3.2.2.2	Esbjerg .....	84
5.3.3.2.2.3	Bønnerup .....	86
5.3.3.2.2.4	Vodskov .....	88
5.3.3.2.3	Områder, hvor fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt.....	89
5.3.3.2.3.1	Høng .....	89
5.3.3.2.3.2	Otterup.....	92
5.3.3.2.3.3	Gedser .....	95
5.3.3.3	Konklusion på fusionens virkninger på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer .....	96
5.3.4	Markedet for detailsalg af convenience-varer.....	97
5.3.4.1	Fusionens virkninger i lokale områder på markedet for detailsalg af convenience-varer.....	97
5.3.4.1.1	Screening af lokale områder på markedet for detailsalg af convenience-varer.....	97
5.3.4.1.2	Områder, hvor fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.....	99
5.3.4.1.3	Områder, hvor fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt.....	100
5.3.4.1.3.1	Sunds .....	100
5.3.4.1.3.2	Bording .....	102
5.3.4.1.3.3	Elling.....	104
5.3.4.2	Konklusion på fusionens virkninger i lokale områder på markedet for detailsalg af convenience-varer .....	106
5.3.5	Vurderingen af konglomeratvirkninger .....	106
5.3.6	Konklusion på vurdering af fusionens virkninger .....	108
5.4	Tilsagn .....	108

---

5.4.1	Indhold af tilsagn .....	108
5.4.1.1	Processen for frasalget og bortforpagtningen.....	110
5.4.2	Markedstest af tilsagn.....	111
5.4.3	Vurdering af tilsagnet om frasalg af servicestationer.....	111
5.4.4	Vurdering af tilsagnet om bortforpagtning af convenience-butikker .....	113
5.4.5	Konklusion på tilsagnsvurderingen .....	115
<b>6.</b>	<b>KONKLUSION .....</b>	<b>116</b>
<b>7.</b>	<b>BILAG .....</b>	<b>117</b>
7.1	Vurderingskriterier .....	117
7.1.1	Det kontrafaktiske scenarie .....	118
7.1.2	Den tidsmæssige ramme for vurdering af fusionen .....	119
7.2	Horisontale forbindelser.....	120
7.2.1	Markedsandele og HHI .....	121
7.2.2	Ensidige virkninger.....	122
7.2.3	Koordinerede virkninger .....	123
7.2.3.1	Relevante markedskaraktetika.....	125

# 1. Resumé

---

## 1.1 Anmeldelsen

1. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (herefter også "styrelsen") modtog den 10. juni 2024 en anmeldelse af en fusion mellem OK a.m.b.a. (herefter "OK") og Coop Danmark A/S (herefter "Coop Danmark"), jf. konkurrencelovens § 12 b. Anmeldelsen var fuldstændig at regne fra den 12. juni 2024.
2. OK afgav endelige tilsagn i underskrevet tilstand den 11. juni 2024.

## 1.2 Transaktionen

3. Den anmeldte transaktion indebærer, at OK erhverver [xxx] pct. af ejerandelene og 2/3 af stemmerettighederne i Coop Danmark, hvorved OK erhverver enekontrol over Coop Danmark, herunder bl.a. 598 dagligvarebutikker samt 160 Coop Danmark-ejede OK-stationer.
4. Den anmeldte fusion medfører et kontrolskifte i form af erhvervelse af enekontrol og udgør en fusion, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

## 1.3 Parterne

5. OK er aktiv inden for salg af brændstof og drift af servicestationer. Der findes i alt 679 OK-brandede servicestationer i Danmark, der enten er ejet og drevet af OK (OK-ejede OK-stationer), af Coop Danmark (Coop Danmark-ejede OK-stationer), af Brugsforeninger (Brugsforeningsejede OK-stationer) eller øvrige selvstændige (OK-stationer ejet af selvstændige). OK ejer og driver 190 OK-stationer.
6. OK er herudover aktiv med convenience-butikker under brandet OK Plus.<sup>1</sup> Alle OK Plus-butikker er tilknyttet OK-ejede OK-stationer. Der findes 65 OK Plus-butikker i Danmark, hvoraf OK ejer og driver [xxx] butikker, bortforpagter [xxx] butikker, mens [xxx] butikker er ejet og drevet af selvstændige forhandlere. OK Plus-butikkerne tilbyder kiosk- og dagligvarer, food to go, friskt brød, kaffe, pakkeshop og plejeprodukter til bilen.
7. OK er herudover bl.a. aktiv inden for salg af olie, smøremidler og naturgas; energiservice på varmepumper og gasfyr; udlån gennem Samfinans A/S; drift af vindmøller; modtagelse, oplagring og udlevering af olieprodukter og tankudlejning gennem Samtank A/S<sup>2</sup>; udførelse af total-løsninger for erhvervskunder med tung transport inden for opbygning af infrastruktur, grøn transport og udendørs belysningsanlæg og belægningsopgaver; varetagelse af forsikrings-skader til fyringsoliekunder og opsætning af elladestandere.
8. Coop Danmark er en del af Coop a.m.b.a.-koncernen. Coop Danmark er aktiv som dagligvare-koncern og driver kædekoncepterne Kvickly, SuperBrugsen, 365discount, Brugsen, Irma (under afvikling) og Coop. Coop Danmark ejer selv 595 butikker (Coop Danmark-ejede butikker) og har dertil franchiseaftaler med 275 selvstændige brugsforeninger i Danmark

---

<sup>1</sup> OK er i gang med at rebrande OK Plus-butikkerne, der fremadrettet skal hedde OK. Til brug for vurdering af fusionen henvises til OK Plus-butikker.

<sup>2</sup> Samtank A/S er ejet af OK og Uno-X Mobility Danmark A/S.

(Brugsforeningerne), som i alt ejer og driver 355 dagligvarebutikker (Brugsforeningsejede butikker) under Coop Danmarks kædekoncepter. Coop Danmarks driftsaktiviteter består hovedsageligt i drift af dagligvarebutikker og dertil knyttede aktiviteter, eksempelvis indkøb. Det er kun de Coop Danmark-ejede butikker og OK-stationer, dvs. ikke de Brugsforeningsejede, der indgår i transaktionen.

9. Coop Danmark er endvidere, som anført ovenfor, aktiv med salg af brændstof og drift af 160 Coop Danmark-ejede OK-stationer.
10. Coop Danmark er herudover aktiv inden for salg, udvikling, udlejning, bygge og drift af ejendomme m.v.; udvikling, salg, drift og support af softwareløsninger og øvrige IT-systemer; opkøb af arealer i Danmark med formål om at drive og udvikle disse til offentligt tilgængelige skov- og naturområder; Coop Byen II, der er en ny bydel på Coop Danmarks tidligere industrigrund i Albertslund med fokus på bæredygtighed, og Kursuscenteret Severin A/S, [xxx].

#### 1.4 De relevante markeder

11. Parterne er begge aktive inden for detailsalg af motorbrændstoffer fra OK-brandede servicestationer i Danmark. OK er derudover også aktiv inden for engrossalg af motorbrændstoffer til alle OK-brandede servicestationer, herunder også Coop Danmark-ejede OK-stationer.
12. OK er herudover aktiv inden for detailsalg af convenience-varer fra deres convenience-butikker OK Plus, og Coop Danmark er aktiv inden for detailsalg af dagligvarer fra deres forskellige kædekoncepter. Coop Danmark er derudover også aktiv inden for engrossalg af dagligvarer til Coop Danmark-brandede butikker.
13. Styrelsen har afgrænset de relevante berørte markeder til:

» *Marked for detailsalg af motorbrændstoffer*

Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at der til brug for denne sag kan afgrænses et overordnet marked for detailsalg af motorbrændstoffer, der eventuelt kan segmenteres i salg til henholdsvis B2B-kunder og B2C-kunder samt salg af henholdsvis benzin og diesel. Det er endvidere styrelsens vurdering, at markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, herunder de nævnte mulige segmenteringerne, både har en national og en lokal dimension, og at der i overensstemmelse med praksis fra bl.a. Kommissionen og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen kan tages udgangspunkt i lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på enten 2,5 km i byområder, 5 km i forstæder eller 20 km i landområder omkring hver af parternes servicestationer. Idet fusionen som følge af de afgivne tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, kan den endelige afgrænsning af det relevante marked dog stå åben i denne sag. Til brug for vurderingen af fusionen tager styrelsen udgangspunkt i både et nationalt marked samt lokale områder for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder.

» *Markedet for engrossalg af motorbrændstoffer*

Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at der til brug for denne sag kan afgrænses et nationalt marked for engrossalg af motorbrændstoffer, der udgøres af ikke-detailsalg af motorbrændstoffer, og som er eksklusive raffinaderisalg af motorbrændstoffer. Dette engrossalg af motorbrændstoffer kan segmenteres yderligere i et marked for benzin og et marked for diesel. Idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer, kan den endelige afgrænsning af det relevante marked dog stå åben i denne sag.

» *Markedet for detailsalg af convenience-varer*



---

Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at der til brug for denne sag kan afgrænses et marked for detailsalg af convenience-varer. I tråd med praksis fra CMA vurderer styrelsen umiddelbart, at convenience-butikkerne er underlagt et konkurrencepres fra dagligvarebutikker, mens det omvendte ikke er tilfældet. Det er endvidere styrelsens umiddelbare vurdering, at markedet for detailsalg af convenience-varer både har en lokal og en national dimension. Styrelsen vurderer i den forbindelse, at der på linje med praksis fra CMA kan afgrænses lokale markeder, fx med udgangspunkt i kørselstid i bil på fem minutter omkring hver OK Plus-butik. I vurderingen af de lokale markeder har styrelsen – bl.a. i lyset af Konkurrencerådets praksis vedrørende markedet for detailsalg af dagligvarer – taget hensyn til det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikker ud fra lokale områder på 10 minutters køretid i bil fra hver OK Plus-butik i relevante lokale områder. Idet fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, kan den endelige afgrænsning af det relevante marked dog stå åben i denne sag.

» *Markedet for engrossalg af dagligvarer*

Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at der til brug for denne sag i overensstemmelse med tidligere praksis kan afgrænses et nationalt marked for engrossalg af dagligvarer. Idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af dagligvarer, kan den endelige afgrænsning af det relevante marked dog stå åben i denne sag.

## 1.5 Det kontrafaktiske scenarie

14. Styrelsen skal ved vurderingen af, om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, foretage en undersøgelse, som består i dels en analyse af situationen, hvor fusionen ikke gennemføres (det kontrafaktiske scenarie), dels en analyse af situationen, hvor fusionen gennemføres (fusionsscenariet). Styrelsen sammenligner de to scenarier for derved at vurdere, om fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.
15. Coop Danmark har [xxx],<sup>3</sup> [xxx].
16. Det er styrelsens vurdering, at Coop Danmark i det kontrafaktiske scenarie [xxx]. Det er endvidere styrelsens vurdering, at [xxx] ikke i rimelig grad kan forudsiges som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie i denne sag, idet Coop Danmark ikke på nuværende tidspunkt [xxx].
17. Det er derfor styrelsens samlede vurdering, at fusionens virkninger på konkurrencen i denne sag skal sammenholdes med markedssituationen, som den gør sig gældende før fusionen, dvs. status quo.

## 1.6 Fusionens virkninger

### *Detailsalg af motorbrændstoffer*

18. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til ensidige virkninger, der vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på et nationalt marked for detailsalg af motorbrændstoffer, idet OK med fusionen ikke opnår en væsentlig markedsstyrke nationalt. Endvidere er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til øget risiko for koordinerede virkninger på et nationalt marked for detailsalg af motorbrændstoffer, idet markedet

---

<sup>3</sup> [xxx]

---

allerede før fusionen har en række karakteristika, der giver risiko for koordinering blandt aktørerne.

19. Styrelsen har til brug for vurderingen af fusionens lokale virkninger, og i forlængelse af Kommissionens og styrelsens tidligere praksis, foretaget en screening af 327 lokale områder afgrænset ud fra hver af parternes servicestationer, hvor der inden for en køretid på op til 20 km er overlap mellem parternes servicestationer.
20. Styrelsen har i overensstemmelse med praksis frasorteret lokale områder, hvor der efter fusionen foruden parterne vil være tre eller flere aktører<sup>4</sup> til stede, da det er usandsynligt, at der vil være konkurrencemæssige problemer i disse lokale områder. Derefter frasorteres lokale områder, som ikke kan defineres som byområder, og hvor der kun sker en reduktion i antallet af aktører, inklusive parterne, til tre eller færre inden for en køreafstand på 2,5 km fra parternes servicestationer.
21. På baggrund af styrelsens screening er der 18 separate områder i form af byer eller omegne, som den videre vurdering tager udgangspunkt i.
22. Efter en nærmere vurdering af fusionens virkninger i hvert af de 18 områder, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i 15 områder bl.a. som følge af konkurrencepresset fra andre aktører i området samt konkurrenternes besvarelse af styrelsens markedsundersøgelse, som understøtter, at den retvisende køreafstand til brug for vurderingen medfører, at der i områderne er et betydeligt antal aktører.
23. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i tre områder; Høng, Otterup og Gedser, jf. nedenfor.

#### Høng

24. Både Coop Danmark og OK har før fusionen aktiviteter med detailsalg af motorbrændstoffer fra deres respektive servicestationer i Høng. Foruden parterne er Uno-X den eneste aktør inden for en køreafstand på 5 km fra hver af parternes servicestationer. Konkurrenternes besvarelser i Høng har givet anledning til, at køreafstanden i området kan udvides til mere end 5 km, men denne udvidelse medfører fortsat, at der sker en betydelig reduktion i antallet af aktører som følge af fusionen.
25. På baggrund af de foreliggende oplysninger er det styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen vil føre til en høj koncentration i området, hvor parterne får en meget høj (og den højeste) markedsandel, og at fusionen fjerner et væsentligt konkurrencepres i området, da parterne hidtil har været hinandens geografisk tætteste konkurrenter, og der er væsentlig større køreafstande til øvrige konkurrenter. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Høng.
26. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens konkurrencemæssige betænkeligheder.

#### Otterup

27. Coop Danmark og OK har begge før fusionen aktiviteter med detailsalg af motorbrændstoffer fra deres respektive servicestationer i Otterup, hvor parternes servicestationer er placeret med en køreafstand på 600 meter fra hinanden. Foruden parterne er Circle K, med en Ingo-station i

---

<sup>4</sup> Aktører defineres på koncernniveau. Ud fra et forsigtighedsprincip anses alle de Brugsforeningsejede OK-stationer i styrelsens screening både før og efter fusionen som én aktør.

---

Otterup, den eneste konkurrerende aktør inden for en køreafstand på 5 km fra hver af parternes servicestationer. Styrelsens markedsundersøgelse understøtter ikke, at køreafstanden i området kan udvides således, at der ikke sker en betydelig reduktion i antallet af aktører som følge af fusionen.

28. På baggrund af de foreliggende oplysninger er det styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen vil føre til en høj koncentration i området, hvor parterne får en meget høj (og den højeste) markedsandel, og at fusionen fjerner et væsentlig konkurrencepres i området, da parterne er placeret geografisk tæt på hinanden med kun én anden aktør nær parterne, og at der er meget betydelige køreafstande til øvrige konkurrenter. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Otterup.
29. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder.

#### Gedser

30. Coop Danmark ejer og driver før fusionen en OK-station beliggende i Gedser, syd for Nykøbing Falster, mens den tættest placeret OK-ejede OK-station er beliggende i Marielyst 16,4 km derfra. Med udgangspunkt i en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser er der ingen øvrige aktører foruden parterne.
31. Med udgangspunkt i en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser opnår parterne et lokalt monopol inden for dette område som følge af fusionen. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Gedser.
32. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder.

#### *Engrossalg af motorbrændstoffer*

33. Før fusionen har OK engrossalg af motorbrændstoffer, og alle OK-brandede servicestationer, uanset om de er ejet af OK, Coop Danmark, Brugsforeningerne eller selvstændige, [xxx].
34. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til horisontale konkurrencemæssige betænkeligheder på et nationalt marked for engrossalg af motorbrændstoffer, da Coop Danmark ikke før fusionen har aktiviteter inden for engrossalg af motorbrændstoffer.
35. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til vertikale konkurrencemæssige betænkeligheder på et nationalt marked for engrossalg af motorbrændstoffer, da OK hverken har mulighed for eller incitament til at inputafskærme Brugsforeningerne og de selvstændige, der deltager i OK-konceptet, og fusionen vil derfor ikke hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer.

#### *Detailsalg af convenience-varer*

36. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på et nationalt marked for detailsalg af convenience-varer, idet Coop Danmark på et nationalt marked lægger et meget begrænset konkurrencepres på OK Plus-butikker inden fusionen. OK har før fusionen en markedsandel på ca. [5-10] pct. inden for detailsalg fra convenience-butikker i Danmark, og der findes ud over Coop Danmark en række andre væsentlige dagligvareaktører i Danmark, der lægger et begrænset asymmetrisk konkurrencepres på nationalt niveau.
-

37. Styrelsen har til brug for vurderingen af fusionens lokale virkninger, og i forlængelse af tidligere praksis, foretaget en screening af 52 lokale områder afgrænset ud fra hver OK Plus-butik, hvor der inden for en køretid på fem minutter er overlap mellem parternes butikker, samt 12 lokale områder, hvor parternes butikker kun overlapper inden for en køretid på 10 minutter.
38. Styrelsen har i overensstemmelse med praksis frasorteret lokale områder, hvor der efter fusionen foruden parterne vil være fire eller flere aktører<sup>5</sup> til stede, da det er usandsynligt, at der vil være konkurrencemæssige problemer i disse lokale områder.
39. På baggrund af styrelsens screening er der 24 tilbageværende lokale områder, hvor styrelsen vil undersøge, om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.
40. Efter en nærmere vurdering af fusionens virkninger i hvert af de 24 lokale områder er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i 21 områder. Det skyldes, at det er styrelsens vurdering, at Coop Danmark ikke forud for fusionen har lagt et væsentligt konkurrencepres på OK Plus-butikkerne i de pågældende lokale områder, bl.a. baseret på butikkernes geografiske placering, afstand mellem parterne og konkurrenterne samt øvrige lokale forhold, fx placering i forhold til motorveje, hovedveje og lignende.
41. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i tre områder; Sunds, Bording og Elling, jf. nedenfor.

#### Sunds

42. Før fusionen ejer OK en OK Plus-butik i Sunds, nord for Herning, som er drevet af en forpagter, og Coop Danmark ejer og driver en SuperBrugsen-butik ligeledes i Sunds inden for en køretid på to minutter fra OK Plus-butikken. Foruden parterne er der inden for en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikken en REMA 1000-butik og en camping kiosk.
43. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at OK Plus-butikken før fusionen primært har været udsat for et konkurrencepres fra de to nærtliggende dagligvarebutikker, da Sunds har et fåtal af convenience-aktører, og da der er en betydelig køreafstand til de øvrige dagligvarebutikker, der ligger i nærheden af Herning. Styrelsen er enig med parterne i, at REMA 1000-butikken som følge af sin placering, muligvis kan udøve et større konkurrencepres på OK Plus-butikken end Coop Danmark-butikken. Parterne har efter styrelsens vurdering ikke underbygget dette. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Sunds.
44. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder.

#### Bording

45. Før fusionen ejer OK en OK Plus-butik i Bording, øst for Herning, som er drevet af en forpagter, og Coop Danmark ejer og driver en Coop365-butik ligeledes i Bording inden for en køretid på to minutter fra OK Plus-butikken. Foruden parterne er der ingen øvrige aktører inden for en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikken. Parterne har anført, at REMA 1000 er ved at åbne en ny dagligvarebutik i Bording, der planlægges at åbne på den modsatte side af vejen overfor OK Plus-butikken.

---

<sup>5</sup> Aktører defineres på koncernniveau. Til brug for denne screening er Coop Danmark og Brugsforeningerne i første omgang blevet behandlet som én samlet aktør, hvilket efter styrelsens vurdering er en konservativ tilgang.

- 
46. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at det største konkurrencepres, som OK Plus-butikken er blevet udsat for før fusionen, har været fra den nærtliggende Coop Danmark-ejede butik i Bording, da parterne før fusionen er de eneste aktører, som er aktive inden for en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikken, og dette konkurrencepres forsvinder som følge af fusionen. Styrelsen er enig med parterne i, at den fremtidige REMA 1000-butik som følge af sin planlagte placering, muligvis kan udøve et større konkurrencepres på OK Plus-butikken end Coop Danmark-butikken. Parterne har efter styrelsens vurdering ikke underbygget dette. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Bording.
47. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder.

#### *Elling*

48. Før fusionen ejer og driver OK en OK Plus-butik i Elling, vest for Frederikshavn, og Coop Danmark ejer og driver en 365discount-butik ligeledes i Elling, hvor parternes butikker deler parkeringsplads, samt en yderligere Coop Danmark-ejet butik i udkanten af Frederikshavn. Foruden parterne er der en NærKØB-butik i Frederikshavn og en Brugsforeningsejet butik i Strandby inden for en køretid på fire minutter fra OK Plus-butikken.
49. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at OK Plus-butikken før fusionen primært har været udsat for et konkurrencepres fra den Coop Danmark-ejede butik, da denne for det første deler parkeringsplads med OK Plus-butikken, og for det andet er den nærmeste aktør udover parterne en Brugsforeningsejet butik i Strandby (nordøst fra parterne), på modsatte side af hovedvejen, der går mod nordvest fra Frederikshavn. Fusionen fjerner dermed konkurrencepresset fra den geografisk nærmeste dagligvarebutik, og OK Plus-butikken bliver derfor som følge af fusionen udsat for et betydeligt mindre konkurrencepres fra de tilbageværende uafhængige aktører. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Elling.
50. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder.

#### *Engrossalg af dagligvarer*

51. Før fusionen har Coop Danmark engrossalg af dagligvarer til Coop Danmark-ejede butikker og til Brugsforeningsejede butikker. Coop Danmark har tidligere haft engrossalg til OK Plus-butikkerne, men denne aftale ophørte i 2014, og i dag har Coop Danmark ikke engrossalg til andre aktører.
52. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til horisontale konkurrencemæssige betænkeligheder på et nationalt marked for engrossalg af dagligvarer, da OK ikke før fusionen har aktiviteter inden for engrossalg af dagligvarer.
53. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til vertikale konkurrencemæssige betænkeligheder på et nationalt marked for engrossalg af dagligvarer, da OK efter fusionen ikke har mulighed for at inputafskærme Brugsforeningerne for at begrænse konkurrencepresset på OK's OK Plus-butikker (samt Coop Danmarks dagligvarebutikker, som OK får kontrol over efter fusionen). Fusionen vil derfor ikke hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer.
-

## 1.7 Tilsagn

### *Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer*

54. OK har på baggrund af de identificerede konkurrenceproblemer på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer afgivet tilsagn om frasalg af Coop Danmarks servicestationer på Centervej 19 i Høng, Plantagevej 6 i Otterup og Ankergade 9 i Gedser. Der er dermed tale om et strukturelt tilsagn, hvor hele overlappet mellem parterne i to områder frasælges, mens en væsentlig del af overlappet i det tredje område frasælges.
55. Tilsagnet indebærer, at OK forpligter sig til at frasælge – eller foranledige frasalget af – servicestationerne til tredjemand. Frasalget sker efter Konkurrencerådets godkendelse af nærværende fusion og på baggrund af de krav, der er opstillet til køberen, inden for en nærmere fastsat frist.
56. Styrelsen har gennemført en markedstest af tilsagnet blandt seks virksomheder, der er aktive på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer. Besvarelsene viser, at tilsagnet omfatter aktiver, der er tilstrækkelige til at drive servicestationerne videre som leve- og konkurrencedygtige, samt at køberkriterierne er fyldestgørende i forhold til, hvad en køber bør besidde for at kunne drive en konkurrencedygtig servicestation.
57. Det er styrelsens vurdering, at tilsagnet effektivt fjerner de konkurrencemæssige betænkeligheder ved fusionen på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i de relevante lokale områder.

### *Markedet for detailsalg af convenience-varer*

58. OK har endvidere på baggrund af de identificerede konkurrenceproblemer på markedet for detailsalg af convenience-varer afgivet tilsagn om bortforpagtning af OK Plus-butikkerne på Ilskovvej 4 i Sunds, Søndergade 51 i Bording og Grundtvigsvej 78-92 i Elling. Der er tale om et adfærdsmæssigt tilsagn, som skal sikre, at OK hverken direkte eller indirekte kan opnå kontrol over eller indflydelse på driften af de pågældende OK Plus-butikker. For at bevare tilsagnets strukturelle effekt skal forpagtningsaftalerne være uopsigelige for OK i en periode på 10 år fra de træder i kraft.
59. Tilsagnet indebærer, at OK forpligter sig til at bortforpagte – eller foranledige bortforpagtning af – OK Plus-butikkerne i de tre områder på markedet for detailsalg af convenience-varer på særlige vilkår i forhold til øvrige forpagtningsaftaler, således, at det bl.a. sikres, at OK ikke kan hjemtage driften inden for en periode på 10 år. Forpagtningen på de særlige vilkår sker efter Konkurrencerådets godkendelse af nærværende fusion og på baggrund af de krav, der er opstillet til forpagteren, inden for en nærmere fastsat frist.
60. Styrelsen har gennemført en markedstest af tilsagnet blandt tre nuværende forpagtere af OK Plus-butikker. Besvarelsene viser, at det med tilsagnet er muligt at sikre uafhængighed over for OK, hvis forpagteren skal drive en OK Plus-butik under den foreslåede nye forpagtningsaftale, og at forpagtere under vilkårene og betingelserne i denne foreslåede nye forpagtningsaftale fortsat vil kunne have en leve- og konkurrencedygtig forretning inden for detailsalg af convenience-varer.
61. Det er styrelsens vurdering, at tilsagnet effektivt fjerner de konkurrencemæssige betænkeligheder ved fusionen på markedet for detailsalg af convenience-varer i de relevante lokale områder.

## 1.8 Konklusion

62. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at parterne har afgivet tilsagn, som imødekommer de umiddelbart identificerede skadelige virkninger af den anmeldte fusion. På den

---

baggrund er det styrelsens vurdering, at den anmeldte fusion skal godkendes ved, at de af parterne afgivne tilsagn samtidig gøres til vilkår for fusionens godkendelse.

---

## 2. Afgørelse

---

63. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:
64. Det meddeles fusionsparterne, at OK a.m.b.a.'s erhvervelse af enekontrol over Coop Danmark A/S godkendes med de af parterne afgivne tilsagn, der samtidig gøres til vilkår for fusionens godkendelse, jf. konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, jf. § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.

### 2.1 Tilsagn

65. OK a.m.b.a. har den 11. juni 2024 afgivet nedenstående tilsagn. Tilsagnene er underskrevet af Michael Løve, CEO i OK, og Flemming Rasmussen, bestyrelsesformand i OK den 11. juni 2024 og er i deres helhed gengivet nedenfor:
-



11. juni 2024

Sag 24/02021 og 24/06772 – OK a.m.b.a.'s erhvervelse af enekontrol  
over Coop Danmark A/S

TILSAGN TIL KONKURRENCERÅDET

I henhold til Konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, afgiver OK a.m.b.a. ("*Den Anmeldende Part*") hermed følgende tilsagn ("*Tilsagnene*") til Konkurrencerådet med henblik på at OK a.m.b.a.'s erhvervelse af enekontrol over Coop Danmark A/S ("*Fusionen*") erklæres forenelig med Konkurrenceloven.

Denne tekst skal fortolkes i lyset af Konkurrencerådets afgørelse i henhold til konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, om at erklære fusionen forenelig med konkurrenceloven ("*Afgørelsen*"), inden for rammerne af konkurrenceloven og den europæiske unions lovgivning, særligt i lyset af Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser ("*Fusionsforordningen*") og Kommissionens meddelelse om løsningsforslag, der kan accepteres i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 og Kommissionens forordning (EF) nr. 802/2004 ("*Meddelelse om Løsningsforslag*").

Afsnit 1 Definitioner

1. I Tilsagnene har følgende termer følgende betydning:

**Aktiver:** de aktiver, som bidrager til den nuværende aktuelle drift, eller som er nødvendige for at sikre levedygtigheden og konkurrencedygtigheden i Frasalgsvirksomhederne, som angivet i punkt 5 og beskrevet mere detaljeret i Bilag 1.

**Anden Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording):** perioden på 3 måneder fra afslutningen af den Første Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording).

**Anden Bortforpagtningsperiode (Elling):** perioden på 3 måneder fra afslutningen af den Første Bortforpagtningsperiode (Elling).

**Closing:** overdragelse af ejendomsretten til Frasalgsvirksomhederne til køberen.

**Closing-perioden:** perioden på 3 måneder fra KFST's godkendelse af Køberen og salgsbetingelserne samt eventuel fusionsgodkendelse af Køber.

**Coop Danmark:** Coop Danmark A/S med hjemsted på Roskildevej 65, 2620 Albertslund og registreret med følgende CVR-nr.: 26259495.

**Forhandler:** fysisk eller juridisk person, herunder en brugsforening, der driver eller ønsker at

drive tankstation(er) under OK's varemærke i henhold til Samarbejdsaftalen eller en Forhandleraftale.

**Forhandleraftale:** aftale indgået mellem OK og en Forhandler om drift af tankstationer under OK's varemærke indeholdende de vilkår, der fremgår af Standard Forhandleraftalen.

**Fortrolige oplysninger:** alle forretningshemmeligheder, knowhow, kommercielle oplysninger og øvrige oplysninger af fortrolig karakter, som ikke er offentligt tilgængelige.

**Frasalgstrustee/Trustee:** én eller flere fysisk(e) eller juridisk(e) person(er), som er godkendt af KFST og udnævnt af OK, og som fra OK har modtaget en eksklusiv Trusteefuldmagt til at sælge Frasalgsvirksomhederne til en eller flere købere, uden mindstepris, og/eller har modtaget en eksklusiv Trusteefuldmagt til at indgå aftale om at bortforpagte én eller flere OK Plus-butikker efter proceduren i Tilsagnenes pkt. 52-54.

**Frasalgsvirksomhederne:** virksomhederne som defineret i pkt. 5 og Bilag 1, som Den Anmeldende Part forpligter sig til at frasælge.

**Forpagter:** de(n) fysiske eller juridiske person(er), der indgår en bindende Forpagtningsaftale med OK.

**Forpagtningsaftale:** aftale om bortforpagtning af én eller flere OK Plus-butikker.

**Første Frasalgsperiode:** perioden på 5 måneder fra Ikrafttrædelsesdatoen.

**Første Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording):** perioden på 6 måneder fra Ikrafttrædelsesdatoen.

**Første Bortforpagtningsperiode (Elling):** perioden på 5 måneder fra Ikrafttrædelsesdatoen.

**Ikrafttrædelsesdato:** datoen for vedtagelse af Afgørelsen.

**Interessekonflikt:** enhver interessekonflikt, der påvirker Trustee's objektivitet og uafhængighed i udførelsen af sine opgaver i henhold til Tilsagnene.

**Køber:** den eller de enhed(er), der er godkendt af KFST som erhverver af en eller flere af Frasalgsvirksomhederne i overensstemmelse med kriterierne angivet i pkt. 11.

**Køberkriterier:** de kriterier, der er angivet i pkt. 11 i Tilsagnene, og som Køber skal opfylde for at blive godkendt af KFST.

**KFST:** Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og/eller Konkurrencerådet.

**OK:** OK a.m.b.a. med hjemsted på Åhave Parkvej 11, 8260 Viby J og registreret med følgende CVR-nummer: 39170418.

**OK Plus Bording:** OK Plus-butikken beliggende Søndergade 51, 7441 Bording.

**OK Plus Elling:** OK Plus-butikken beliggende Grundtvigsvej 78-92, 9900 Elling.

**OK Plus Sunds:** OK Plus-butikken beliggende Ilskovvej 4, 7451 Sunds.

**OK Plus-butikker(ne):** OK Plus Bording, OK Plus Elling og OK Plus Sunds.

**Parter:** Den Anmeldende Part og den virksomhed, der er genstand for fusionen (target).

**Samarbejdsaftalen:** Samarbejdsaftale mellem OK og Coop Danmark af 1. juli 2018 inklusive alle bilag og tillæg, der er i kraft på ikrafttrædelsesdatoen. Samarbejdsaftalen er vedlagt Tilsagnene som Bilag 2.

**Standard Forhandleraftale:** OK's standardaftale med Forhandlere, som ikke er omfattet af Samarbejdsaftalen, om drift af tankstationer under OK's varemærke, vedlagt som Bilag 3.

**Standard Forpagtningsaftale:** OK's standardaftale ved forpagtning af OK Plus-butikker, vedlagt som Bilag 4.

**Tilknyttede Virksomheder:** virksomheder, der er kontrolleret af Parterne og/eller af Parternes ultimative moderselskaber, hvorved kontrolbegrebet skal fortolkes i overensstemmelse med praksis og Fusionsforordningens artikel 3 og i lyset af Kommissionens konsoliderede meddelelse om jurisdiktion efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser ("*Jurisdiktionsmeddelelsen*").

**Trustee-perioden:** perioden på 3 måneder fra afslutningen af den Første Frasalgsperiode.

## Afsnit 2 Tilsagn om frasalg af Frasalgsvirksomhederne

### Afsnit 2.1 Forpligtelse til at frasælge Frasalgsvirksomhederne

2. Med henblik på at opretholde effektiv konkurrence forpligter OK sig til at frasælge – eller foranledige frasalg af – Frasalgsvirksomhederne som en going concern til en eller flere egnede køber(e) inden Trustee-periodens afslutning og på salgsbetingelser godkendt af KFST i overensstemmelse med den procedure, der er beskrevet i pkt. 13 i Tilsagnene. For at gennemføre frasalget forpligter OK sig til at finde en eller flere køber(e) og til at indgå en eller flere endelig(e) og bindende aftale(r) om salg af Frasalgsvirksomhederne inden for den Første Frasalgsperiode. Hvis OK ikke har indgået en sådan aftale/sådanne aftaler ved afslutningen af den Første Frasalgsperiode, skal OK give Frasalgstrustee eksklusiv fuldmagt til at sælge Frasalgsvirksomhederne i Trustee-perioden, i overensstemmelse med proceduren beskrevet i pkt. 22.
3. OK anses for at have efterkommet Tilsagnene, såfremt:
  - (a) OK eller Frasalgstrustee har indgået en eller flere endelig(e) og bindende aftale(r) (dog betinget af KFST's godkendelse) om salg af Frasalgsvirksomhederne inden Trustee-periodens afslutning, og KFST godkender de(n) foreslåede køber(e) og salgsbetingelserne som stemmende overens med Tilsagnene i overensstemmelse med proceduren beskrevet i pkt. 13, og den foreslåede køber opnår eventuel fusionsgodkendelse fra KFST; og



(b) Closing finder sted inden for Closing-perioden.

4. For at bevare Tilsagnenes strukturelle effekt må Den Anmeldende Part i en periode på 10 år efter Closing ikke – hverken direkte eller indirekte – erhverve eller opnå indflydelse (som defineret i Kommissionens meddelelse om Løsningsforslag<sup>1</sup>) over hele eller dele af Frasalgsvirksomhederne, medmindre KFST, efter at Den Anmeldende Part har indgivet en begrundet anmodning (der viser, at der er en saglig begrundelse), finder at markedsstrukturen har ændret sig i sådan en grad, at fraværet af indflydelse på Frasalgsvirksomhederne ikke længere er nødvendig for at gøre den omhandlede fusion forenelig med konkurrenceloven.

#### Struktur og definition på Frasalgsvirksomhederne

5. Frasalgsvirksomhederne består af tre ubemandede tankstationsanlæg beliggende hhv.: Ankergade 9, 4874 Gedser; Centervej 19, 4270 Høng; Plantagevej 6, 5450 Otterup. Den juridiske og funktionelle struktur for Frasalgsvirksomhederne, som de er blevet drevet til dato, er beskrevet i Bilag 1. Frasalgsvirksomhederne – beskrevet mere detaljeret i Bilag 1 – omfatter alle aktiver, som bidrager til den aktuelle drift, eller som er nødvendige for at sikre levedygtigheden og konkurrencedygtigheden i Frasalgsvirksomhederne, særligt:

- (a) alle materielle aktiver, driftsmidler og driftsinventar herunder såvel overjordisk som underjordiske dele af det fysiske tankanlæg og fysiske installationer på ejendommen;
- (b) alle licenser, tilladelser og autorisationer udstedt af offentlige myndigheder til brug for Frasalgsvirksomhederne i det omfang sådanne eksisterer; og
- (c) alle lejekontrakter, brugsrettigheder, rettigheder over fast ejendom, tilgodehavender og øvrige dokumenter, som tilhører Frasalgsvirksomhederne, eller er relevante for driften af Frasalgsvirksomhederne.

6. Hvis en eller flere Forhandler(e), som ønsker at drive Frasalgsvirksomhederne under OK's varemærke, godkendes som Køber, omfatter Frasalgsvirksomhederne endvidere – i mindst 10 år efter Closing – rettigheder til at drive Frasalgsvirksomhederne under OK's varemærke og på vilkår og betingelser svarende til dem, der er fastsat i Samarbejdsaftalen eller i Standard Forhandleraftalen.

#### **Afsnit 2.2 Relaterede tilsagn**

##### Opretholdelse af levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed

7. Fra Ikrafttrædelsesdatoen indtil Closing skal Den Anmeldende Part opretholde eller sikre opretholdelse af den økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed i Frasalgsvirksomhederne i overensstemmelse med god forretningsskik og så vidt muligt minimere enhver risiko for, at Frasalgsvirksomhederne mister konkurrenceevne. OK forpligter sig særligt til:

- (a) ikke at udføre nogen handling, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på

<sup>1</sup> Kommissionens meddelelse om løsningsforslag, der kan accepteres i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 og Kommissionens forordning (EF) nr. 802/2004 (2008/C 267/01), pkt. 43, fodnote 3.

værdien, ledelsen eller konkurrencedygtigheden i Frasalgsvirksomhederne, eller som måtte ændre arten og omfanget af aktiviteter eller den industrielle eller kommercielle strategi eller investeringspolitikken i Frasalgsvirksomhederne;

- (b) at stille tilstrækkelige ressourcer til rådighed – eller sikre at tilstrækkelige ressourcer stilles til rådighed – på basis af og til videreførelse af de eksisterende forretningsplaner.

#### Due diligence

8. For at gøre det muligt for potentielle købere at udføre en rimelig due diligence i Frasalgsvirksomhederne, skal OK med forbehold for sædvanlig behandling af Fortrolige Oplysninger og afhængig af stadiet i frasalgsprocessen forsyne potentielle købere med tilstrækkelige oplysninger om Frasalgsvirksomhederne.

#### Rapportering

9. OK skal aflægge skriftlige rapporter om potentielle købere af Frasalgsvirksomhederne og om udviklingen i forhandlingerne med sådanne potentielle købere til KFST senest 10 dage efter udgangen af hver måned efter Ikrafttrædelsesdatoen (eller på anden vis hvis KFST anmoder herom). OK skal til KFST indlevere en liste over alle potentielle købere, der har udtrykt interesse for at erhverve Frasalgsvirksomhederne på ethvert stadie i frasalgsprocessen, samt indlevere en kopi af alle tilbud som potentielle købere har givet, inden for fem dage efter deres modtagelse.
10. OK skal informere KFST om udarbejdelsen af datarumsdokumentation og due diligence-proceduren og skal indgive en kopi af ethvert informationsmemorandum til KFST, inden informationsmemorandummet sendes ud til potentielle købere.

#### **Afsnit 2.3 Køber**

11. For at blive godkendt af KFST skal køber(e) af Frasalgsvirksomhederne opfylde følgende kriterier:

(a) Køber skal være uafhængig af og uden forbindelse til Den Anmeldende Part og dens Tilknyttede Virksomheder (dette vurderes under hensyntagen til situationen efter frasalget) i mindst samme grad som Coop Danmark var forud for Ikrafttrædelsesdatoen. Det forhold at en Forhandler efter Closing vil eje og drive en eller flere Frasalgsvirksomhederne under OK's varemærke og i henhold til Samarbejdsaftalen eller på vilkårene fastsat i Standard Forhandleraftalen medfører ikke i sig selv, at Forhandleren ikke opfylder dette kriterie (a).

(b) Køber skal have finansielle ressourcer, tilstrækkelig ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle den eller de Frasalgsvirksomhed(er), som Køber ønsker at erhverve, som en rentabel og aktiv konkurrent i konkurrence med Parterne og øvrige konkurrenter. Det forhold at en Forhandler efter Closing vil eje og drive en eller flere af Frasalgsvirksomhederne under OK's varemærke og i henhold til Samarbejdsaftalen eller på vilkårene fastsat i Standard Forhandleraftalen medfører ikke i sig selv, at Forhandleren ikke opfylder dette kriterie (b).

(c) Købers erhvervelse af en eller flere af Frasalgsvirksomhederne må – i lyset af de oplysninger der er tilgængelige for KFST – hverken forventes at kunne skabe prima facie konkurrenceproblemer, eller give anledning til at gennemførelsen af Tilsagnene forsinkes.



Særligt skal Køber i rimelig grad forventes at opnå alle nødvendige godkendelser fra de relevante myndigheder til erhvervelse af en eller flere af Frasalgsvirksomhederne. Det forhold at en Forhandler efter Closing vil eje og drive en eller flere af Frasalgsvirksomhederne under OK's varemærke og i henhold til Samarbejdsaftalen eller på vilkårene fastsat i Standard Forhandleraftalen medfører ikke i sig selv, at Forhandleren ikke opfylder dette kriterie (c).

12. Hvis en Forhandler omfattet af Samarbejdsaftalen godkendes som Køber af en eller flere af Frasalgsvirksomhederne, må OK frem til Samarbejdsaftalens udløb ikke ændre på nogen betingelser eller vilkår på en sådan måde, at Køber bliver mindre uafhængig af OK. OK må heller ikke inden for en periode på 10 år fra Closing indgå en ny samarbejdsaftale med Køber, der medfører at Køber bliver mindre uafhængig af OK. Dog må OK gerne lade Køber overgå fra Samarbejdsaftalen til en Forhandleraftale efter forudgående aftale med Køberen, forudsat at dette ikke medfører, Køber bliver mindre uafhængig af OK. Det præciseres, at Tilsagnenes punkt 12 kun gælder i forhold til Frasalgsvirksomhederne, og ikke i forholdet mellem OK og Forhandlere i øvrigt.
13. Den endelige, bindende aftale (såvel som accessoriske aftaler) vedrørende frasalget af Frasalgsvirksomhederne er betinget af KFST's godkendelse. Når OK har indgået en aftale med en køber, skal denne indgive et fuldt dokumenteret og begrundet forslag, herunder en kopi af de(n) endelige aftale(r), til KFST inden for en uge. OK skal kunne godtgøre over for KFST, at køberen opfylder Køberkriterierne, og at Frasalgsvirksomhederne bliver solgt på en måde, der er i overensstemmelse med Konkurrencerådets Afgørelse og Tilsagnene. For at godkende skal KFST kontrollere, at køberen opfylder Køberkriterierne, og at Frasalgsvirksomhederne bliver solgt på en måde, der stemmer overens med Tilsagnene, herunder Tilsagnenes formål om skabe en varig strukturændring på markedet. KFST kan godkende salget af Frasalgsvirksomhederne uden et eller flere Aktiver, eller ved at udskifte et eller flere Aktiver med et eller flere andre aktiver, såfremt dette ikke påvirker levedygtigheden og konkurrencedygtigheden i Frasalgsvirksomhederne efter salget, under hensyntagen til de(n) foreslåede køber(e).

#### Afsnit 2.4 Trustee

##### I. Udnævnelsesprocedure

14. Hvis OK ikke har indgået bindende aftale angående Frasalgsvirksomhederne en måned for afslutningen af den Første Frasalgsperiode, eller hvis KFST på det tidspunkt eller derefter har afvist køber(ne) foreslået af OK, skal OK udnævne en Frasalgstrustee. Udnævnelsen af Frasalgstrustee skal træde i kraft ved Trustee-periodens begyndelse.
15. Trustee skal:
  - (i) på tidspunktet for udnævnelsen være uafhængig af Den Anmeldende part og dens Tilknyttede Virksomheder;
  - (ii) besidde de nødvendige kvalifikationer til at udføre sin fuldmagt, for eksempel have tilstrækkelig relevant erfaring som investment banker, konsulent eller revisor; og
  - (iii) hverken have været eller blive impliceret i en Interessekonflikt.
16. Trustee skal aflønnes af Den Anmeldende Part på en måde, som ikke hæmmer Trustee's uafhængighed og effektive varetagelse af sin fuldmagt. Særligt hvor aflønningspakken for en Frasalgstrustee indeholder en succesbonus, der er knyttet op på den endelige salgsværdi af

Frasalgsvirksomhederne, må en sådan succesbonus kun opnås, såfremt frasalget finder sted inden for Trustee-perioden.

*Forslag fra OK*

17. Senest en måned for afslutningen af den Første Frasalgsperiode eller efter anmodning fra KFST, skal OK indsende en liste med én eller flere personer, som OK foreslår udnævnt til Frasalgstrustee, til KFST's godkendelse. Forslaget skal indeholde tilstrækkelige oplysninger til, at KFST kan kontrollere, om de(n) person(er) der er blevet foreslået som Trustee(s), opfylder de krav, der er angivet i pkt. 15, og skal omfatte:
  - (a) de komplette vilkår for den foreslåede fuldmagt, som skal indeholde alle de bestemmelser, der er nødvendige for at gøre det muligt for Trustee at opfylde sine forpligtelser i henhold til Tilsagnene;
  - (b) et udkast til en arbejdsplan, der beskriver, hvordan Trustee har til hensigt at udføre sine tildelte opgaver;

*KFST's godkendelse eller afvisning*

18. KFST har beføjelse til at godkende eller afvise de(n) foreslåede Trustee(s), og til at godkende den foreslåede fuldmagt med alle ændringer, som den skønner nødvendige, for at Trustee kan udføre sine forpligtelser. Hvis KFST kun godkender ét forslag til Trustee, skal OK udnævne den pågældende person – eller foranledige at den pågældende person bliver udnævnt – som Trustee, i overensstemmelse med den fuldmagt som KFST har godkendt. Hvis KFST godkender mere end ét forslag til Trustee, kan OK frit vælge den Trustee, der skal udnævnes blandt de godkendte forslag. Trustee skal udnævnes inden for én uge efter KFST's godkendelse, i overensstemmelse med Trusteefuldmagten godkendt af KFST.

*Nyt forslag fra OK*

19. Hvis alle de foreslåede Trustees afvises, skal OK – inden for en uge efter at denne er blevet informeret om afvisningen – indsende mindst to yderligere forslag til Trustee til KFST i overensstemmelse med pkt. 17 i Tilsagnene.

*Trustee indstillet af KFST*

20. Hvis alle yderligere foreslåede Trustees afvises af KFST, skal KFST vælge en Trustee, som OK skal udnævne – eller foranledige udnævnelse af – i overensstemmelse med en trusteefuldmagt godkendt af KFST.

II. Trustee's funktioner

21. Trustee skal påtage sig de nærmere angivne forpligtelser, med henblik på at sikre overholdelse af Tilsagnene. KFST må på eget initiativ, eller efter anmodning fra Trustee eller OK, give ordrer eller instruktioner til Trustee for at sikre overholdelse af betingelserne og forpligtelserne knyttet til Afgørelsen.

*Frasalgstrustee's forpligtelser*



22. Inden for Trustee-perioden skal Frasalgstrustee sælge Frasalgsvirksomhederne til en eller flere køber(e), forudsat at KFST har godkendt både køber(ne) og de(n) endelige og bindende aftale(r) om salg af Frasalgsvirksomhederne (og accessoriske aftaler) som værende i tråd med Konkurrencerådets afgørelse og Tilsagnene, i overensstemmelse med pkt. 11 og pkt. 13 i Tilsagnene. Frasalgstrustee kan sælge Frasalgsvirksomhederne uden krav om minimumspris.
23. Frasalgstrustee skal i aftalen/aftalerne (samt i accessoriske aftaler) indføre sådanne vilkår og betingelser, som Frasalgstrustee finder nødvendige for et hensigtsmæssigt salg i Trustee-perioden. Særligt må Frasalgstrustee indføre sædvanlige erklæringer, garantier og erstatningsbetingelser i aftalen, som med rimelighed kan kræves for at effektuere salget. Frasalgstrustee skal beskytte OK's legitime finansielle interesser, under hensyn til Den Anmeldende Parts ubetingede forpligtelse til at frasælge uden minimumspris inden for Trustee-perioden.
24. I Trustee-perioden (eller i øvrigt efter anmodning fra KFST) skal Frasalgstrustee til KFST levere en omfattende månedlig rapport om fremdriften i frasalgsprocessen. Sådanne rapporter skal indgives inden for 15 dage efter udgangen af hver måned, samtidig med at en ikke-fortrolig kopi leveres til Den Anmeldende Part.

### III. Parternes forpligtelser

25. OK skal yde – og foranledige at dennes rådgivere yder – Trustee en sådan grad af samarbejde, bistand og oplysninger, som Trustee med rimelighed kan forlange for at udføre sine opgaver. Trustee skal have fuld adgang til alle OK's og Frasalgsvirksomhedernes bøger, fortegnelser, dokumenter, ledelse eller andre medarbejdere, faciliteter, steder og tekniske oplysninger, som er nødvendige for udførelsen af Trustee's forpligtelser i henhold til Tilsagnene. OK skal give Trustee kopier af ethvert dokument, hvis Trustee anmoder herom. OK skal blandt deres lokaler stille et eller flere kontorer til rådighed for Trustee og skal være til rådighed for møder med henblik på at give Trustee alle de oplysninger, der er nødvendige for udførelsen af dennes opgaver.
26. OK skal give – eller foranledige at Tilknyttede Virksomheder giver – omfattende fuldmagter, behørigt udfærdiget til Frasalgstrustee (herunder dertil knyttede aftaler), for at effektuere salg, Closing og alle handlinger og erklæringer som Frasalgstrustee finder nødvendige eller passende for at opnå salg og Closing, herunder udpegelsen af rådgivere til at bistå i salgsprocessen. Efter anmodning fra Frasalgstrustee skal OK sørge for, at de dokumenter der er nødvendige for effektivering af salg og Closing, behørigt udfærdiges.
27. OK skal holde Trustee og dennes medarbejdere og agenter skadesløse ("*Skadesløsholdt Part*") og erklære sig enig i, at en Skadesløsholdt Part ikke skal holdes erstatningsansvarlig over for OK for ethvert erstatningsansvar, der opstår ved udførelsen af Trustee's pligter i henhold til Tilsagnene, bortset fra i det omfang at et sådant erstatningsansvar opstår som følge af forsætlig misligholdelse, skødesløshed, grov uagtsomhed eller ond tro fra Trustee, dennes medarbejdere, agenter eller rådgivere.
28. Trustee kan på OK's regning udpege rådgivere (især til corporate finance eller juridisk rådgivning), hvis OK godkender det (denne godkendelse må ikke uberettiget tilbageholdes eller forsinkes), såfremt Trustee finder udpegelsen af sådanne rådgivere nødvendig eller passende for udførelsen af sine forpligtelser i henhold til Fuldmagten, forudsat at eventuelle gebyrer og øvrige udgifter afholdt af Trustee hertil er rimelige. Såfremt OK nægter at godkende de rådgivere, som Trustee har



foreslået, kan KFST i stedet – efter høring af OK – godkende udpegelsen af sådanne rådgivere. Alene Trustee skal være berettiget til at give instrukser til rådgiverne. Pkt. 32 i Tilsagnene gælder *mutatis mutandis*. I Trustee-perioden må Frasalgsttrustee anvende rådgivere, som har arbejdet for OK i Første Frasalgsperiode, hvis Frasalgsttrustee finder dette fornuftigt for et hensigtsmæssigt salg.

29. OK indvilliger i, at KFST må dele fortroligt materiale, som tilhører OK, med Trustee. Trustee må ikke videregive sådanne oplysninger.<sup>2</sup>
30. KFST må i en periode på 10 år fra Closing anmode om alle oplysninger fra Parterne, som er nødvendige for at føre tilsyn med den effektive implementering af Tilsagnene.

#### IV. Udskiftning, afskedigelse og genudnævnelse af Trustee

31. Hvis Trustee ophører med at udføre sine funktioner i henhold til Tilsagnene, eller hvis der i øvrigt er en god grund, herunder hvis Trustee udsættes for en interessekonflikt:
  - (a) kan KFST, efter høring af Trustee og OK, kræve at OK udskifter Trustee; eller
  - (b) kan OK, med KFST's forudgående godkendelse, udskifte Trustee.
32. Såfremt Trustee fjernes i henhold til pkt. 30 i Tilsagnene, kan Trustee blive pålagt at fortsætte i sin funktion indtil en ny Trustee er på plads, til hvem Trustee har gennemført en fuld overdragelse af alle relevante oplysninger. Den nye Trustee skal udpeges i overensstemmelse med proceduren henvist til i pkt. 14-20 i Tilsagnene.
33. Medmindre Trustee fjernes i overensstemmelse med pkt. 30 i Tilsagnene, skal Trustee først ophøre med at agere som Trustee, efter KFST har fritaget denne fra sine pligter, efter at alle Tilsagnene som Trustee er blevet betroet, er blevet gennemført.

### Afsnit 3 **Tilsagn om bortforpagtning af OK Plus-butikker**

#### Afsnit 3.1 **Forpligtelse til at indgå Forpagtningsaftaler for OK Plus-butikkerne**

34. Med henblik på at opretholde effektiv konkurrence forpligter OK sig til at bortforpagte – eller foranledige bortforpagtning af – OK Plus-butikkerne som en going concern til én eller flere egnede forpagtere inden for perioderne angivet i punkt 35 og 36 i Tilsagnene og på betingelser godkendt af KFST i overensstemmelse med de vilkår, der er beskrevet i pkt. 40 i Tilsagnene.
35. OK Plus Sunds og OK Plus Bording er per Ikrafttrædelsesdatoen allerede bortforpagtet. OK forpligter sig til for så vidt angår disse to butikker at have indgået en Forpagtningsaftale, jf. pkt. 40, 45 og 46, inden for Første Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording). Hvis OK ikke har indgået en Forpagtningsaftale for OK Plus Sunds eller OK Plus Bording inden for Første Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording), skal OK give Frasalgsttrustee eksklusiv fuldmagt til at bortforpagte OK Plus Sunds og/eller OK Plus Bording i Anden Bortforpagtningsperiode (Sunds og Bording), i overensstemmelse med proceduren beskrevet i pkt. 51-54.

<sup>2</sup> Principperne i Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser ("EF-fusionsforordningen"), artikel 17 (1) og (2) finder anvendelse *mutatis mutandis*.

36. OK Plus Elling er per Ikrafttrædelsesdatoen ikke bortforpagtet, men derimod ejet og drevet af OK. OK forpligter sig til for så vidt angår OK Plus Elling at have indgået en Forpagtningsaftale inden for Første Bortforpagtningsperiode (Elling). Hvis OK ikke har indgået en Forpagtningsaftale for OK Plus Elling inden for Første Bortforpagtningsperiode (Elling), skal OK give Frasalgstrustee eksklusiv fuldmagt til at bortforpagte OK Plus Elling i Anden Bortforpagtningsperiode (Elling), i overensstemmelse med proceduren beskrevet i pkt. 51-54.
37. OK anses for at have efterkommet Tilsagnene, såfremt OK eller Frasalgstrustee har indgået endelige og bindende Forpagtningsaftaler (dog betinget af KFST's godkendelse) for OK Plus-butikkerne inden afslutningen af perioderne angivet i pkt. 35 og 36, og KFST godkender de(n) foreslåede Forpagter(e) og Forpagtningsaftalerne i overensstemmelse med proceduren beskrevet i pkt. 45-46.
38. For at bevare Tilsagnenes strukturelle effekt skal Forpagtningsaftalerne være uopsigelige for OK i en periode på 10 år fra Forpagtningsaftalerne træder i kraft, medmindre KFST, efter at Den Anmeldende Part har indgivet en begrundet anmodning (der viser, at der er en saglig begrundelse), finder at markedsstrukturen har ændret sig i sådan en grad, at fraværet af indflydelse på OK Plus-butikkerne ikke længere er nødvendig for at gøre den omhandlede fusion forenelig med konkurrenceloven.

#### Genstanden for Forpagtningsaftalerne

39. OK Plus-butikkerne består af convenience-butikker på adresserne; Ilskovvej 4, 7451 Sunds; Søndergade 51, 7441 Bording; Grundtvigsvej 78-92, 9900 Elling. Forpagtningsaftalerne skal give Forpagteren rådighed over de aktiver, som indgår i driften af OK Plus-butikkerne, og som er medvirkende til eller nødvendige for at drive OK Plus-butikkerne som levedygtige virksomheder i konkurrence med Parterne og øvrige aktører på markedet, særligt:
- (a) Rådighed, brugsret eller ejerskab over løsøre, driftsmidler og andre aktiver, som anvendes i forbindelse med driften af OK Plus-butikkerne, herunder indvendigt og udvendigt inventar, såsom kølebokse, møbler, betalingsanlæg, mv.;
  - (b) alle licenser, tilladelser og autorisationer udstedt af offentlige myndigheder til brug for OK Plus-butikkerne i det omfang sådanne eksisterer;
  - (c) alle lejekontrakter, brugsrettigheder, tilgodehavender og øvrige dokumenter, som tilhører OK Plus-butikkerne eller er relevante for driften af OK Plus-butikkerne; og
  - (d) Ret og pligt til at benytte OK Plus-kædens varemærker, logoer og øvrige kendetegn.

#### Forpagtningsaftalernes vilkår og betingelser

40. Forpagtningsaftalerne kan som udgangspunkt indgås på de vilkår og betingelser, der er fastsat i Standard Forpagtningsaftalen, vedlagt som Bilag 4. I hele Forpagtningsaftalens løbetid skal følgende vilkår og betingelser dog overholdes;
- (a) OK Plus-butikkerne skal drives på vilkår, der sikrer mindst lige så høj grad af

---

uafhængighed mellem OK og Forpagterne, som ved Standard Forpagtningsaftalen.

(b) F1

(c) F2

(d) F3

(e) F4

41. Forudsat at Forpagtningsaftalerne opfylder betingelserne i pkt. 40, kan OK og Forpagteren aftale sådanne bestemmelser, som er nødvendige for, at OK og Forpagteren kan indgå en tilfredsstillende aftale om bortforpagtning.

### Afsnit 3.2 Relaterede tilsagn

#### Opretholdelse af levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed

42. Fra Ikrafttrædelsesdatoen indtil der indgås bindende Forpagtningsaftale skal Den Anmeldende Part opretholde eller sikre opretholdelse af den økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed af OK Plus-butikkerne i overensstemmelse med god forretningsskik og så vidt muligt minimere enhver risiko for, at OK Plus-butikkerne mister konkurrenceevne. OK forpligter sig særligt til:

- (c) ikke at udføre nogen handling, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien, ledelsen eller konkurrencedygtigheden i OK Plus-butikkerne, eller som måtte ændre arten og omfanget af aktiviteter eller den industrielle eller kommercielle strategi eller investeringspolitikken i OK Plus-butikkerne;
- (d) at stille tilstrækkelige ressourcer til rådighed – eller sikre at tilstrækkelige ressourcer stilles til rådighed – på basis af og til videreførelse af de eksisterende forretningsplaner.

#### Due diligence



43. For at gøre det muligt for potentielle Forpagtere at udføre en rimelig due diligence i en eller flere OK Plus-butikker, skal OK med forbehold for sædvanlig behandling af Fortrolige Oplysninger og forsyne potentielle Forpagtere med tilstrækkelige oplysninger om den eller de relevante OK Plus-butikker;

#### Rapportering

44. OK skal aflægge skriftlige rapporter om potentielle Forpagtere og om udviklingen i forhandlingerne med sådanne potentielle Forpagtere til KFST senest 10 dage efter udgangen af hver måned efter Ikrafttrædelsesdatoen (eller på anden vis hvis KFST anmoder herom). OK skal til KFST indlevere en liste over alle potentielle Forpagtere, der har udtrykt interesse for at indgå Forpagtningsaftale om én eller flere OK Plus-butikker på ethvert stadie i frasalgsprocessen.

### **Afsnit 3.3 Forpagtere**

45. For at blive godkendt af KFST skal Forpagteren opfylde følgende kriterier:

(a) Forpagteren skal ud over Forpagtningsaftalen være uafhængig af og uden forbindelse til Den Anmeldende Part og dens Tilknyttede Virksomheder (dette vurderes under hensyntagen til situationen efter bortforpagtningen).

(b) Forpagteren skal have finansielle ressourcer, dokumenteret ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle OK Plus-butikken, som en rentabel og aktiv konkurrent i konkurrence med Parterne og øvrige konkurrenter.

(c) Forpagtningsaftalen må – i lyset af de oplysninger der er tilgængelige for KFST – hverken forventes at kunne skabe prima facie konkurrenceproblemer, eller give anledning til at gennemførelsen af Tilsagnene forsinkes. Særligt skal Forpagteren i rimelig grad forventes at opnå alle nødvendige godkendelser fra de relevante myndigheder til at kunne forpagte OK Plus-butikker.

46. De(n) endelige, bindende Forpagtningsaftale(r) (såvel som accessoriske aftaler) er betinget af KFST's godkendelse. Når OK har indgået en Forpagtningsaftale med en Forpagter, skal denne indgive et fuldt dokumenteret og begrundet forslag, herunder en kopi af de(n) endelige aftale(r), til KFST inden for en uge. OK skal kunne godtgøre over for KFST, at Forpagteren opfylder kriterierne i pkt. 45 i Tilsagnene, på vilkår, der er i overensstemmelse med pkt. 39 og 40 i Tilsagnene, og at OK Plus-butikkerne bliver bortforpagtet på en måde, der er i overensstemmelse med Konkurrencerådets Afgørelse og Tilsagnene. For at godkende skal KFST kontrollere, at Forpagteren opfylder kriterierne i pkt. 45, og at OK Plus-butikkerne bliver bortforpagtet på en måde, der stemmer overens med Tilsagnene, herunder Tilsagnenes formål om skabe en varig strukturændring på markedet.

### **Afsnit 3.3 Ophør og udskiftning af Forpagteren**

47. Hvis en Forpagtningsaftale bortfalder i Tilsagnenes løbetid, herunder som følge af Forpagterens konkurs, død, misligholdelse eller opsigelse af aftalen, skal OK <sup>F5</sup> indgå Forpagtningsaftale med en ny Forpagter for de(n) pågældende OK Plus-butik(ker). OK er berettiget til at lade en OK Plus-butik drive ved en ansat bestyrer i perioden frem til en ny Forpagtningsaftale

er indgået. OK Plus-butikken skal i perioden frem til indgåelse af ny Forpagtningsaftale i videst muligt omfang drives i overensstemmelse med Tilsagnene og vilkårene i Forpagtningsaftalen, jf. Tilsagnenes pkt. 40. Hvis OK ikke har indgået Forpagtningsaftale med en ny Forpagter inden for <sup>F6</sup> fra ophøret af en Forpagtningsaftale, gælder bestemmelserne i Tilsagnenes pkt. 48-58 tilsvarende.

#### Afsnit 3.4 Trustee

##### I. Udnævnelsesprocedure

48. Hvis OK ikke har indgået en bindende Forpagtningsaftale angående OK Plus Sunds eller OK Plus Bording en måned før afslutningen af den Første Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording), eller hvis KFST på det tidspunkt eller derefter har afvist en Forpagter foreslået af OK, skal OK udnævne en Frasalgstrustee. Udnævnelsen af Frasalgstrustee skal træde i kraft ved Anden Bortforpagtningsperiode (Sunds og Bording)s begyndelse.
49. Hvis OK ikke har indgået en bindende Forpagtningsaftale angående OK Plus Elling en måned før afslutningen af den Første Bortforpagtningsperiode (Elling), eller hvis KFST på det tidspunkt eller derefter har afvist en Forpagter foreslået af OK, skal OK udnævne en Frasalgstrustee. Udnævnelsen af Frasalgstrustee skal træde i kraft ved Anden Bortforpagtningsperiode (Elling)s begyndelse.
50. Tilsagnenes pkt. 15-20 finder tilsvarende anvendelse ved udvælgelse af Frasalgstrustee efter pkt. 48-49.

##### V. Trustee's funktioner

51. Trustee skal påtage sig de nærmere angivne forpligtelser, med henblik på at sikre overholdelse af Tilsagnene. KFST må på eget initiativ, eller efter anmodning fra Trustee eller OK, give ordrer eller instruktioner til Trustee for at sikre overholdelse af betingelserne og forpligtelserne knyttet til Afgørelsen.

##### *Frasalgstrustee's forpligtelser*

52. Inden for Anden Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording) henholdsvis Anden Bortforpagtningsperiode (Elling) skal Frasalgstrustee bortforpagte OK Plus-butikkerne til en eller flere Forpagtere, forudsat at KFST har godkendt både Forpagter og den endelige og bindende Forpagtningsaftale (og accessoriske aftaler) som værende i tråd med Konkurrencerådets afgørelse og Tilsagnene, i overensstemmelse med pkt. 39, 40 og 45 i Tilsagnene.
53. Frasalgstrustee skal i aftalen (samt i accessoriske aftaler) indføje sådanne vilkår og betingelser, som Frasalgstrustee finder nødvendige for hensigtsmæssigt at bortforpagte OK Plus-butikkerne i Anden Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording) henholdsvis Anden Bortforpagtningsperiode (Elling). Frasalgstrustee skal beskytte OK's legitime finansielle interesser, under hensyn til Den Anmeldende Parts ubetingede forpligtelse til at bortforpagte OK Plus-butikkerne.
54. I Anden Bortforpagtningsperiode (Sunds & Bording) henholdsvis Anden Bortforpagtningsperiode (Elling) (eller i øvrigt efter anmodning fra KFST) skal Frasalgstrustee til KFST levere en omfattende månedlig rapport om fremdriften i bortforpagtningsprocessen. Sådanne rapporter skal

indgives inden for 15 dage efter udgangen af hver måned, samtidig med at en ikke-fortrolig kopi leveres til Den Anmeldende Part.

VI. Parternes forpligtelser

55. Tilsagnenes pkt. 25-30 finder tilsvarende anvendelse for tilsagnet om bortforpagtning af OK Plus-butikker med de tilpasninger, der følger af forholdets natur.

VII. Udskiftning, afskedigelse og genudnævnelse af Trustee

56. Ved udskiftning, afskedigelse og genudnævnelse af Trustee finder Tilsagnenes pkt. 31-33 tilsvarende anvendelse.

Afsnit 4 **Revisionsklausul**

57. KFST kan forlænge de planlagte tidsperioder i Tilsagnene, efter begrundet anmodning fra OK eller – i passende tilfælde – på eget initiativ. OK's begrundede anmodning om en forlængelse af en tidsperiode skal indgives til KFST senest én måned før udløbet af denne periode. Kun under særlige omstændigheder kan KFST tillade en anmodning om en forlængelse inden for den sidste måned i en periode.
58. Endvidere må KFST som svar på en begrundet anmodning fra Den Anmeldende Part, under særlige omstændigheder, give afkald på, ændre eller erstatte én eller flere af forpligtelser i Tilsagnene. Anmodningen skal ikke have den virkning, at forpligtelsens anvendelse suspenderes, og særligt ikke at udløbet af en tidsperiode, inden for hvilken forpligtelsen skal efterkommes, suspenderes.

Afsnit 5 **Ikrafttrædelse**

6. Tilsagnene træder i kraft på datoen for vedtagelse af Afgørelsen.

DocuSigned by:  
  
A3E023D99003482

DocuSigned by:  
  
9236A88975754AD

behørigt underskrevet for og på vegne af OK



### BILAG 1

#### Frasalgsvirksomhederne

1. I overensstemmelse med pkt. 5 i Tilsagnene omfatter Frasalgsvirksomhederne:
  - (a) følgende primære materielle aktiver:
    - Tankstation på adressen Ankergade 9, 4874 Gedser
    - Tankstation på adressen Centervej 19, 4270 Høng
    - Tankstation på adressen Plantagevej 6, 5450 Otterup
  - (b) alle materielle aktiver, driftsmidler og driftsinventar, der knytter sig til tankstationerne og/eller anvendes i driften deraf, herunder såvel overjordisk som underjordiske dele af det fysiske tankanlæg og fysiske installationer på ejendommen. Overjordiske driftsmidler og driftsinventar består særligt i: Standere, skilte skærmtag, skraldespande, luftpumpe, elektriske installationer inkl. el-tavle og eventuelt overvågningsudstyr. Underjordiske driftsmidler og driftsinventar består særligt af: Tanke, rør, kloakering, olieudskillere, kabler, pejleudstyr og belægninger.
  - (c) alle licenser, tilladelser og autorisationer udstedt af offentlige myndigheder til brug for Frasalgsvirksomhederne i det omfang sådanne eksisterer, herunder ibrugtagningstilladelser og byggetilladelser til opførelse eller erstatning af dele af tankanlæg i det omfang sådanne er påkrævet.
  - (d) alle lejekontrakter, brugsrettigheder, rettigheder over fast ejendom, tilgodehavender og øvrige dokumenter, som tilhører Frasalgsvirksomhederne eller er relevante for driften af Frasalgsvirksomhederne.
2. Frasalgsvirksomhederne omfatter ikke:
  - (a) medarbejdere.
  - (b) PC-udstyr samt betalingsenheder, jf. dog Tilsagnene punkt 6.
  - (c) OK's varemærker, logoer eller øvrige immaterielle rettigheder knyttet til OK, herunder skiltning med OK's logo, jf. dog Tilsagnene punkt 6.
  - (d) 

F7

jf. dog Tilsagnene punkt 6.
3. Hvis der er aktiver eller personale, som ikke dækkes af pkt. 2 i dette Bilag, men som anvendes (eksklusivt eller ej) i Frasalgsvirksomhederne, og som er nødvendige for den fortsatte levedygtighed og konkurrencedygtighed i Frasalgsvirksomhederne, vil dette aktiv, eller en passende erstatning, tilbydes til potentielle købere.

## 3. Sagsfremstilling

### 3.1 Indledning

66. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (herefter også "styrelsen") modtog den 10. juni 2024 en anmeldelse, hvormed OK a.m.b.a. (herefter "OK") erhverver enekontrol over Coop Danmark A/S (herefter "Coop Danmark"), jf. konkurrencelovens § 12 b. Ifølge § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen ud over en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristerne begyndte at løbe den 12. juni 2024.

### 3.2 Parterne og deres aktiviteter

#### 3.2.1 OK

67. OK er et dansk andelsselskab med mere end 11.700 andelshavere, heriblandt andelsselskaber og andre foreninger og selskaber, herunder Coop Danmark og flere selvstændige brugsforeninger, der indgår i franchiseaftaler med Coop Danmark (herefter "Brugsforeninger"), offentlige og private institutioner, virksomheder samt enkeltpersoner.
68. OK er aktiv inden for salg af brændstof og drift af servicestationer. Der findes i alt 678 OK-brandede servicestationer i Danmark, der enten er ejet og drevet af OK (herefter "OK-ejede OK-stationer"), af Coop Danmark (herefter "Coop Danmark-ejede OK-stationer"), af Brugsforeninger (herefter "Brugsforeningsejede OK-stationer") eller af øvrige selvstændige (herefter "OK-stationer ejet af selvstændige"), jf. Tabel 3.1 nedenfor. OK er herudover også aktiv med 80 truckstationer.

Tabel 3.1 Fordeling af OK-stationer på forskelligt ejerskab

	Antal OK-stationer
OK-ejede OK-stationer	190
Coop Danmark-ejede OK-stationer	160
Brugsforeningsejede OK-stationer	[xxx]
OK-stationer ejet af selvstændige	[xxx]
<b>Total</b>	<b>678</b>

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 4



69. OK er herudover aktiv med convenience-butikker under brandet OK Plus.<sup>6</sup> Alle OK Plus-butikker er tilknyttet OK-ejede OK-stationer. Der findes 65 OK Plus-butikker i Danmark, hvoraf OK ejer og driver [xxx] butikker, bortforpagter [xxx] butikker, mens [xxx] butikker er ejet og drevet af selvstændige forhandlere. OK Plus-butikkerne tilbyder kiosk- og dagligvarer, food to go, friskt brød, kaffe, pakkeshop og plejeprodukter til bilen.
70. OK er herudover aktiv inden for følgende områder:
- » salg af olie, smøremidler og naturgas til private og virksomheder.
  - » energiservice på varmepumper og gasfyr samt servicerer varmepumper, oliefyr og naturgasfyr gennem OK Energiteknik A/S.
  - » udlån gennem Samfinans A/S til deres forhandlere til støtte for investeringer i servicestationer og butikker, hvor OK eller OK Plus er leverandør og samarbejdspartner.
  - » ejerskab og drift af vindmøller gennem Gilbjerg Vindmøllelav I/S.
  - » modtagelse, oplagring og udlevering af olieprodukter og tankudlejning gennem Samtank A/S.<sup>7</sup>
  - » udførelse af totalløsninger for erhvervskunder med tung transport inden for opbygning af infrastruktur, grøn transport og udendørs belysningsanlæg samt belægningsopgaver og andre anlægsopgaver gennem GodEnergi A/S.
  - » varetagelse af forsikringsskader til fyringsoliekunder gennem Tank Reinsurance S.A.
  - » udvikle, producere og sælge intelligente energi- og varmemålere, tilhørende aflæsningssystemer, dataanalyseværktøjer og services til forsyningsselskaber og andre brugere gennem Kamstrup A/S. Kamstrup-koncernen omfatter også Blue Control A/S, der er aktiv inden for komplette løsninger til styring af vandværker samt Thvilum A/S, der tilbyder digital ledningsregistrering til forsyningsværker.
  - » levering af energistyring og energirådgivning gennem EnergiData A/S, der ejer energistyringsværktøjet MinEnergi, der benyttes af detailkæder, kommuner, boligselskaber, ejendomsselskaber og erhvervsejendomme.
  - » opsætning af elladestandere.
  - » levering af el til privatkunder gennem OK a.m.b.a.<sup>8</sup>
  - » en digital betalingsplatform, der bl.a. bruges på og i forbindelse med servicestationerne.

### 3.2.2 Coop Danmark

71. Coop Danmark er en del af Coop a.m.b.a.-koncernen og er ejet af Coop a.m.b.a. via Coop Holding A/S. Coop a.m.b.a.-koncernen omfatter også Coop Bank A/S og Coop Invest A/S.
72. Coop a.m.b.a. blev grundlagt i 1866, hvor den første brugsforeningsejede butik åbnede. Senere blev FDB (Fællesforeningen for Danmarks Brugsforeninger) grundlagt, hvor 100 butikker samlede sig under én andelsforening. Coop a.m.b.a. består i dag af mere end 2 millioner andelshavere bestående af brugsforeninger og almindelige forbrugere.
73. Coop Danmark er aktiv som dagligvarekoncern og driver kædekoncepterne Kvickly, SuperBrugsen, 365discount, Brugsen, Irma (under afvikling) og Coop (herefter "Coop Danmark-brandede butikker"). Coop Danmarks driftsaktiviteter består hovedsageligt i drift af dagligvarebutikker og dertil knyttede aktiviteter, eksempelvis indkøb.

<sup>6</sup> OK er i gang med at rebrande OK Plus-butikkerne, der fremadrettet skal hedde OK. Til brug for vurdering af fusionen henvises til OK Plus-butikker.

<sup>7</sup> Samtank A/S er ejet af OK og Uno-X Mobility Danmark A/S.

<sup>8</sup> OK har tidligere leveret el til privatkunder gennem Elektron ApS, jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 10.

74. Coop Danmark ejer selv 595 butikker (herefter "Coop Danmark-ejede butikker") og har dertil franchiseaftaler med 275 selvstændige brugsforeninger i Danmark ("Brugsforeningerne"), som i alt ejer og driver 355 dagligvarebutikker (herefter "Brugsforeningsejede butikker") under Coop Danmarks kædekoncepter, jf. Tabel 3.2 nedenfor. Alle Coop Danmark-ejede butikker og Brugsforeningsejede butikker indkøber varer fra Coop Danmark.<sup>9</sup>

Tabel 3.2 **Fordeling af butikker i Danmark inden for Coop Danmarks kædekoncepter**

	Coop Danmark-ejede butikker	Brugsforeningsejede butikker
365discount	358	10
SuperBrugsen	98	136
Brugsen	78	195
Kvickly	51	14
Irma	8	-
Coop	2	-
Total	595	355

**Note:** Coop Danmark ejer herudover tre Fakta-butikker i Tyskland umiddelbart syd for den danske grænse.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 10

75. Herudover har Coop Danmark onlinesalg af udvalgsvarer gennem Coop.dk. Coop Danmark har også tidligere haft onlinesalg af dagligvarer gennem Coop.dk, men onlinesalget af dagligvarer blev lukket i februar 2023.
76. Coop Danmark er, som anført ovenfor, også aktiv inden for salg af brændstof og drift af 160 OK-brandede servicestationer i hele Danmark (Coop Danmark-ejede OK-stationer). Coop Danmark er andelshaver i OK gennem driften af de Coop Danmark-ejede OK-stationer. Herudover er flere af Brugsforeningerne aktive inden for salg af brændstof og drift af OK-stationer (Brugsforeningsejede OK-stationer).
77. Coop Danmark er herudover aktiv inden for følgende områder:
- » salg, udvikling, udlejning, bygge og drift af ejendomme m.v. gennem bl.a. Coop Ejendomsudvikling A/S, Ejendomsaktieselskabet Hestehaven 51, Odense, Ejendomsaktieselskabet af 22. juni 1966 og Fensmark Udvikling ApS.
  - » udvikling, salg, drift og support af softwareløsninger og øvrige IT-systemer gennem Lobyholco A/S, der ejer Lobyco A/S, der er aktiv inden for software til Coop Danmark og andre detailhandelskæder.
  - » opkøb af arealer i Danmark med formål om at drive og udvikle disse til offentligt tilgængelige skov- og naturområder med henblik på at skabe rammer for rekreative fællesskaber, øget biodiversitet, forbedret drikkevandskvalitet og CO<sub>2</sub>-binding til gavn for klimaet gennem Coop Folkeskove A/S.

<sup>9</sup> Coop Danmark ejer 25 pct. af Coop Trading A/S, der er et fællesejet indkøbsselskab mellem Coop Danmark, Coop Norge, Suomen Osuuskappojen Keskuskunta (det finske detailhandelskooperativ) og Coop Sverige, der hver ejer 25 pct.

- » Coop Byen II, der er en ny bydel på Coop Danmarks tidligere industrigrund i Albertslund med fokus på bæredygtighed.<sup>10</sup>
- » Kursuscenteret Severin A/S, [xxx].

### 3.3 Transaktionen

78. Den anmeldte transaktion indebærer, at OK erhverver [xxx] pct. af ejerandelene og 2/3 af stemmerettighederne i Coop Danmark, hvorved OK erhverver enekontrol over Coop Danmark, inkl. de aktiviteter, der er beskrevet i afsnit 3.2.2 ovenfor.
79. Den anmeldte fusion medfører et kontrolskifte og udgør en fusion jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

#### 3.3.1 OK får med fusionen kontrol over Coop Danmark-ejede OK-stationer og dagligvarebutikker, men ikke Brugsforeningernes

80. Som beskrevet ovenfor i afsnit 3.2.2, driver Coop Danmark før fusionen en række servicestationer under OK-brandet via en samarbejdsaftale med OK. Til brug for styrelsens vurdering af fusionens virkninger er det derfor relevant at vurdere, hvorvidt det er Coop Danmark eller OK, der har kontrol over de Coop Danmark-ejede OK-stationer før fusionen. Hvis OK allerede har kontrollen over disse før fusionen, sker der ikke et kontrolskifte, for så vidt angår disse servicestationer.
81. Som beskrevet ovenfor i afsnit 3.2.2, har Coop Danmark indgået franchiseaftaler med Brugsforeninger i forhold til drift af dagligvarebutikker under Coop Danmarks kædekoncepter, og en række Brugsforeninger driver også servicestationer under OK-brandet. Driften af servicestationerne er reguleret via den samarbejdsaftale, som Coop Danmark har indgået med OK om driften af deres OK-stationer. Det er derfor relevant at vurdere, hvorvidt Coop Danmark før fusionen har kontrol med driften af de Brugsforeningsejede OK-stationer og Brugsforeningsejede butikker. Hvis Coop Danmark reelt har kontrollen over de Brugsforeningsejede OK-stationer og/eller Brugsforeningsejede butikker, vil det i givet fald betyde, at OK også får kontrol over disse som følge af transaktionen.
82. Parterne har anført, at det er Coop Danmark, der før fusionen har kontrollen med driften af de Coop Danmark-ejede OK-stationer, samt at det er de enkelte Brugsforeninger, der har kontrollen over henholdsvis de Brugsforeningsejede OK-stationer og Brugsforeningsejede butikker.<sup>11</sup>
83. Styrelsen er enig med parterne i, at OK i forhold til OK-stationerne hverken har kontrol over de Coop Danmark-ejede eller de Brugsforeningsejede OK-stationer før fusionen. Det skyldes, at både Coop Danmark og Brugsforeningerne har ejerskab over servicestationerne, drift for egen regning og risiko og selv sætter priserne på servicestationerne, jf. nærmere i afsnit 5.3.1.1 nedenfor. Styrelsen er endvidere enig med parterne i, at Coop Danmark ikke har kontrol over de Brugsforeningsforenings-ejede OK-stationer, [xxx]. Det skyldes, at Brugsforeningerne ikke har nogen forpligtelser over for Coop Danmark i forbindelse med detailsalg af motorbrændstoffer fra OK-stationerne og [xxx]. Transaktionen medfører derfor, at OK får kontrol med de Coop Danmark-ejede OK-stationer, men ikke med de Brugsforeningsejede OK-stationer.
84. Styrelsen er endvidere enig med parterne i, at Coop Danmark ikke før fusionen har kontrol med de Brugsforeningsejede butikker, da Brugsforeningerne har ejerskab over deres

---

<sup>10</sup> Som en del af transaktionen har OK erhvervet Coop Byen II, gennem en separat aktiehandel, hvor Coop Byen II blev flyttet til et separat selskab, Føniksbyen II ApS. Erhvervelsen af Coop Byen II udgjorde ikke en selvstændig anmeldelsespligtig fusion, men indgår som en del af transaktionen som følge af konkurrencelovens § 12, stk. 3.

<sup>11</sup> Jf. Parternes besvarelse af 3. maj 2024 på styrelsens spørgsmål af 24. april 2024, punkt 23, samt Parternes fusionsanmeldelse punkt 25 og 151.

dagligvarebutikker, [xxx], jf. afsnit 5.3.1.2 nedenfor. Transaktionen medfører derfor ikke, at OK får kontrol over de Brugsforeningsejede butikker.

85. Transaktionen indebærer derfor, at OK vil få kontrol over de Coop Danmark-ejede OK-stationer og Coop Danmark-ejede butikker, men *ikke* over de Brugsforeningsejede OK-stationer og Brugsforeningsejede butikker.

### 3.4 Jurisdiktion og anmeldelsespligt

86. Ved vurderingen af om en fusion opfylder kravene til omsætningstærsklerne i konkurrenceloven, er det de deltagende virksomheders koncernomsætning, der er relevant. For sælgerens vedkommende tages kun hensyn til den del af omsætningen, der vedrører de overtagne aktiver, jf. konkurrencelovens § 12, stk. 2. Begrebet deltagende virksomheder i konkurrencelovens § 12 skal fortolkes i overensstemmelse med EU-Kommissionens praksis, som bl.a. er udtrykt i afsnit C.II i Kommissionens jurisdiktionsmeddelelse.<sup>12</sup>
87. De deltagende virksomheder er OK og Coop Danmark. Parterne underskrev en Investeringsaftale den 10. april 2024.
88. Ifølge det oplyste havde OK i 2022 en omsætning på [xxx] kr. i Danmark. Coop Danmark havde i 2022 en omsætning på 39,1 mia. kr. i Danmark, jf. Tabel 3.3 nedenfor.

Tabel 3.3 De deltagende virksomheders omsætning i regnskabsåret 2022 (DKK mio.)

	Danmark	EU	Verden
OK	[xxx]	[xxx]	19.513
Coop Danmark	39.102	39.460	39.860
Total	[xxx]	[xxx]	59.373

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, afsnit 5.1, tabel 1 og 2

89. 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.
90. De deltagende virksomheders omsætning overstiger derimod ikke tærsklerne i fusionskontrolforordningen.
91. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er derfor rette myndighed til at behandle den anmeldte fusion.

<sup>12</sup> Jf. Kommissionens konsoliderede meddelelse af 16. april 2008 om jurisdiktion efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2008/C 95/01) ("jurisdiktionsmeddelelsen")

## 4. Markedsbeskrivelse

### 4.1 Analysegrundlag/Markedsundersøgelse

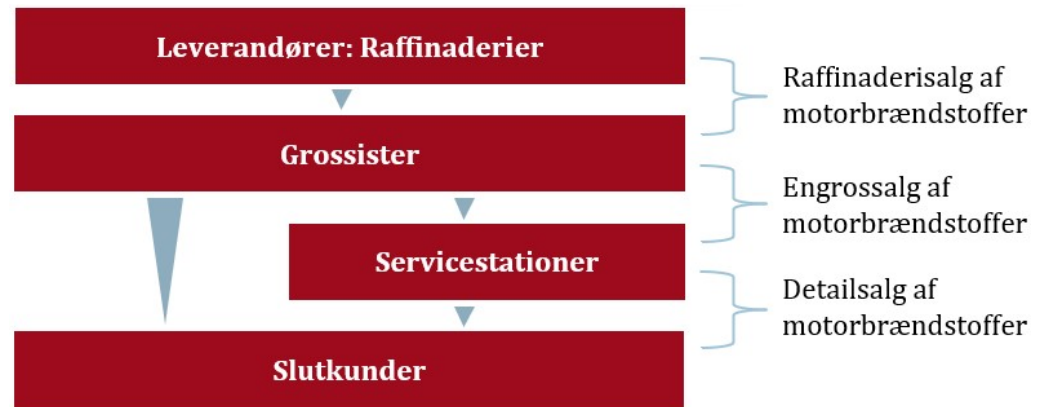
92. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen offentliggjorde den 12. april 2024 fusionen på styrelsens hjemmeside, [www.kfst.dk](http://www.kfst.dk). Styrelsen opfordrede ved den lejlighed alle interesserede til at komme med eventuelle bemærkninger senest den 23. april 2024, kl. 12. Styrelsen modtog i den forbindelse bemærkninger fra Salling Group A/S. Disse vedrørte ikke fusionens virkninger, og bemærkningerne er derfor ikke inddraget yderligere i vurderingen heraf.
93. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med vurderingen af fusionen taget udgangspunkt i fusionsanmeldelsen med dertilhørende bilag, supplerende bemærkninger fra parterne samt relevant praksis.
94. På markedet for detailsalg af convenience-varer har styrelsen foretaget en markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter, hvor styrelsen har indhentet omsætningstal på butiksniveau fra parternes konkurrenter i udvalgte områder og anmodet konkurrenterne om oplysninger på planlagte åbninger og lukninger af butikker.
95. På markedet for detailsalg af motorbrændstoffer har styrelsen foretaget en markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter, hvor styrelsen bl.a. har indhentet oplysninger angående fastsættelsen af priser og om solgt volumen af motorbrændstof både nationalt og for udvalgte servicestationer. Styrelsen har endvidere indhentet oplysninger fra parternes konkurrenter angående konkurrencepres for enkelte servicestationer.
96. I forbindelse med styrelsens markedsundersøgelse på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer modtog styrelsen bemærkninger til fusionen den 6. maj 2024 fra DCC Energi A/S (herefter "DCC") og afholdt efterfølgende et møde den 14. maj 2024 med DCC for at få uddybet DCC's bemærkninger. DCC's bemærkninger vedrørte risikoen for konglomerateffekter. Styrelsen vurderer konglomeratvirkninger som følge af fusionen i afsnit 5.3.5 nedenfor, hvor DCC's bemærkninger inddrages.

### 4.2 Motorbrændstoffer

97. Motorbrændstofmarkedet kan overordnet opdeles i tre niveauer. Det *første* niveau vedrører forarbejdning og førstegangssalg af olieprodukter, hvor selskaber som OK indkøber motorbrændstof fra olieraffinaderier i Danmark eller udlandet (markedet for raffinaderisalg); det *andet* er et engrosniveau, hvor det indkøbte motorbrændstof tilsættes additiver og videresælges til detailforhandlere eller større erhvervsdrivende slutkunder (markedet for engrossalg af motorbrændstoffer); og det *tredje* er et detailniveau, hvor detailforhandlerne videresælger motorbrændstof til slutkunder fra servicestationer (markedet for detailsalg af motorbrændstoffer).<sup>13</sup>
98. Værdikæden for salg af motorbrændstoffer er illustreret i Figur 4.1 nedenfor.

<sup>13</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 17.

Figur 4.1 Værdikæden for salg af motorbrændstoffer



**Note:** Leverandører på markedet for raffinaderisalg af motorbrændstoffer består af Crossbridge Energy A/S, Klesch Refining Denmark A/S samt udenlandske raffinaderier. Markedet for engrossalg af motorbrændstoffer består af DCC, Uno-X, Q8, Circle K og OK. Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer består af DCC, Uno-X, Q8, Circle K og OK samt mindre aktører på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, fx Go'on Gruppen A/S, OIL! tank & go og HK Benzin. Slutkunder omfatter B2B-kunder og B2C-kunder, som aftager motorbrændstoffer, herunder også større erhvervs-kunder, der modtager motorbrændstoffer direkte fra grossister.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens egen figur

#### 4.2.1 Raffinaderisalg af motorbrændstoffer

99. Motorbrændstofprodukter produceres på olieraffinaderier i Danmark eller i udlandet, hvor råolie omdannes til motorbrændstof. Der er ingen danske brændstofselskaber, som selv udvinder råolie fra undergrunden og foretager bearbejdelse af råolien. På et olieraffinaderi forarbejdes råolie og raffineres til de færdige og anvendelige produkter, såsom benzin, diesel, flybrændstof, asfalt, fyringsolie, petroleum og andet.
100. Der er i dag to raffinaderier i Danmark. Et i Fredericia, som ejes af Crossbridge Energy A/S, og et i Kalundborg, som ejes af Klesch Refining Denmark A/S. Hverken raffinaderierne eller deres moderselskaber er aktive på engros- eller detailmarkedet for motorbrændstof i Danmark. Den samlede produktion fra de danske raffinaderier svarer i dag stort set til forbruget i Danmark.<sup>14</sup>
101. På indkøbssiden af motorbrændstofmarkedet i Danmark er indkøberne DCC Energi (herefter "DCC"), Uno-X, Q8, Circle K og OK aktive. Alle disse aktører køber fra de to danske raffinaderier. Uno-X, Circle K og Q8 køber herudover fra andre raffinaderier i Norden. OK køber foruden brændstof fra de danske raffinaderier også fra [xxx].<sup>15</sup>
102. Fra raffinaderierne transporteres motorbrændstoffet ud til aktørernes importterminaler og lagerfaciliteter. Lagerfaciliteterne for motorbrændstof er placeret rundt omkring i Danmark og er

<sup>14</sup> Jf. Branchestatistik 2023 udarbejdet af Drivkraft Danmark, side 19. <https://www.drivkraftdanmark.dk/viden/branchestatistik-2023/>

<sup>15</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 126 samt Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 10.

generelt placeret tæt ved de største byer, i nærheden af havne (da motorbrændstof fra udenlandske raffinaderier typisk sejles ind) og/eller i forlængelse af, hvor olierørledninger ender.<sup>16</sup>

103. OK, DCC, Circle K, Q8 og Uno-X ejer alle egne importterminaler og/eller lagerfaciliteter, hvori det indkøbte motorbrændstof modtages og opbevares.<sup>17</sup>
104. Det brændstof, som OK køber, leveres til OK enten ved terminalerne ved de danske raffinaderier eller til Samtank A/S, som er et joint venture mellem OK og Uno-X. Samtank A/S ejer lagerfaciliteter i Fredericia, Aalborg, Aarhus og Prøvestenen, som udgør fælles tanke mellem OK og Uno-X.<sup>18</sup>
105. OK [xxx].<sup>19</sup> [xxx] Tabel 4.1 nedenfor.

Tabel 4.1 OK's [xxx]

[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]
[xxx]	[xxx]

Note: [xxx].

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 3.

106. Coop Danmark er ikke aktiv med hverken raffinaderisalg eller indkøb af motorbrændstoffer.<sup>20</sup>

#### 4.2.2 Engrossalg af motorbrændstoffer

107. Når indkøberne har modtaget brændstoffet fra olieraffinaderierne, tilsætter indkøberne hver især deres egen blanding af additiver. Herefter fragtes motorbrændstoffet fra lagerfaciliteterne via tankvogne til de enkelte aktørers servicestationer.<sup>21</sup>
108. Flere af aktørerne på markederne for engros- og detailsalg af motorbrændstoffer i Danmark tilhører større internationale kapitalkæder. Circle K er ejet af Alimentation Couche-Tard, Q8 er ejet af Kuwait Petroleum International, Uno-X tilhører Reitan-koncernen (som også ejer REMA 1000), og OIL! tank & go ApS, som kun er aktiv på detailmarkedet, hører til den britiske koncern Prax Group.<sup>22</sup>

<sup>16</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 127.

<sup>17</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 128 samt Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 11.

<sup>18</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 129.

<sup>19</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 130.

<sup>20</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 132.

<sup>21</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 133 og Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 16.

<sup>22</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 376.

109. OK, Circle K, Uno-X, Q8 og DCC har alle vertikalt integrerede forretninger på engros- og detailmarkedet for motorbrændstoffer. Derfor er der ikke på engrosmarkedet for motorbrændstoffer konkurrence om størstedelen af det brændstof, der leveres til servicestationer.<sup>23</sup> Dog sælger DCC, Circle K, Q8 og Uno-X deres motorbrændstof med additiver engros til mindre aktører på detailmarkedet, fx Go'on Gruppen A/S (herefter "Go'on"), OIL! tank & go og Hornsyld Købmandsgaard A/S (herefter "HK Benzin"). Endelig leveres en mindre del også direkte til industrien.<sup>24</sup>
110. OK leverer alene OK's additiverede motorbrændstof til OK-brandede servicestationer. Det er derfor udelukkende OK-brandede servicestationer, herunder OK-ejede OK-stationer, Coop Danmark-ejede OK-stationer og Brugsforeningsejede OK-stationer, som sælger det af OK additiverede motorbrændstofprodukt.<sup>25</sup>
111. Coop Danmark er ikke aktiv på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer, men Coop Danmark aftager motorbrændstof fra OK til brug for salg fra Coop Danmark-ejede OK-stationer.<sup>26</sup>

### 4.2.3 Detailsalg af motorbrændstoffer

112. Detailsalget af motorbrændstoffer sker fra servicestationer. Der findes i alt omkring 2.100 servicestationer i Danmark. Servicestationerne henvender sig til både private og erhvervs kunder og kan antage forskellige former, fx kan servicestationerne være bemandede eller ubemandede, samt have forskellige accessoriske faciliteter og tjenester tilknyttet, fx convenience-butikker, vaskehaller og toiletfaciliteter.<sup>27</sup>
113. Der findes derudover dedikerede truckstationer til brug for lastbiler og andre tunge køretøjer. OK ejer 80 truckstationer, hvor det kun er lastbiler og andre tunge køretøjer, der kan tanke. Det er ikke muligt for lastbiler at tanke på OK's almindelige servicestationer. Andre aktører på markedet har kombinerede servicestationer, hvor både almindelige personbiler, lastbiler og andre tunge køretøjer kan tanke. Coop Danmark ejer ikke truckstationer, og det er ligeledes ikke muligt for lastbiler at tanke på de Coop Danmark-ejede OK-stationer.<sup>28</sup>
114. Der er fire større aktører på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Danmark, som hver især har flere end 200 servicestationer tilknyttet deres brand; OK, Circle K (herunder Ingo), Uno-X (herunder Bonus og YX) og Q8 (herunder F24 og IDS). Derudover har Shell (DCC) og Go'on hver lige under 200 servicestationer, mens der er en række aktører med færre end 100 servicestationer, herunder OIL! tank & go, HK Benzin samt få øvrige mindre aktører,<sup>29</sup> jf. Tabel 4.2 nedenfor.

Tabel 4.2 Antal servicestationer i Danmark fordelt på aktører, januar 2024

Aktører	Antal servicestationer	Andel af total, pct.
OK-stationer i alt	678	32
OK-ejede OK-stationer	190	9

<sup>23</sup> Parternes besvarelse afgivet den 15. april 2024 af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen spørgsmål til udkast til anmeldelse af 18. marts 2024, punkt 223 og punkt 377.

<sup>24</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 133.

<sup>25</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 134.

<sup>26</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 135.

<sup>27</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 136.

<sup>28</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 137.

<sup>29</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 138.



Coop Danmark-ejede OK-stationer	160	8
Brugsforeningsejede OK-stationer	[xxx]	[xxx]
OK-stationer ejet af selvstændige	[xxx]	[xxx]
Circle K/Ingo	431	20
Uno-X/YX/Bonus	280	13
Q8/F24//IDS	247	12
Shell (DCC)	191	9
Go'on	184	9
OIL! tank & go	69	3
HK Benzin	24	1
Olesolie A/S	8	0
Øboens Olieprodukter ApS	3	0
Kai Dige Bach A/S	1	0
Svankjær Olie ApS	1	0
<b>Total</b>	<b>2.113</b>	<b>100</b>

Note: Grundet afrundinger summerer de enkelte aktørers andele ikke til 100.

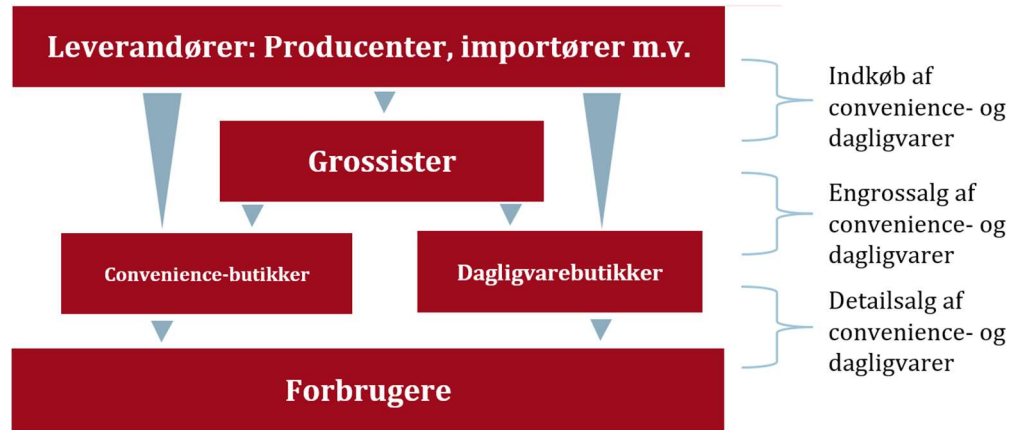
Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 4

### 4.3 Convenience- og dagligvarehandel

115. Convenience-varer omfatter et mindre antal varegrupper, der typisk er kendetegnet ved, at de købes i umiddelbar sammenhæng med, at de skal forbruges, og at de derfor skal være nemme at gå til for forbrugerne, som fx færdigmad, tobaksvarer, spil og drikkevarer m.v. Convenience-varer føres primært af deciderede convenience-butikker, men sælges også af fx dagligvarebutikker, som supplement til deres varesortiment. Dagligvarer omfatter et større udvalg af varegrupper, der anvendes af husholdninger i dagligdagen, som fx fødevarer (friske, forarbejdede, frosne m.v.), nærings- og nydelsesmidler, rengøringsartikler, vaskemidler, personlig pleje, toiletartikler osv.,<sup>30</sup> og føres primært af dagligvarebutikker.
116. Værdikæden for salg af convenience- og dagligvarer er illustreret i Figur 4.2 nedenfor.

<sup>30</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 68.

Figur 4.2 Værdikæden for salg af convenience- og dagligvarer



Note: Grossister omfatter specialgrossister og fuldsortimentsgrossister.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens egen figur

117. De nedenstående markedsbeskrivelser tager udgangspunkt i et marked for convenience-varer, da det er her, at OK har aktiviteter. Dagligvarer inddrages i nedenstående afsnit i det omfang det er relevant for det pågældende marked.

#### 4.3.1 Indkøb af convenience- og dagligvarer

118. Leverandørerne af convenience- og dagligvarer, som bliver solgt i de danske convenience- og dagligvarebutikker, er både danske virksomheder, herunder danske importører af udenlandske produkter og danske producenter af convenience- og dagligvarer, og udenlandske producenter af convenience- og dagligvarer.
119. Leverandørerne sælger deres varer til en række indkøbere af convenience- og dagligvarer. De vigtigste indkøbere er kapitalkæderne, dagligvaregrossisterne og en række specialgrossister. Dertil kommer bl.a. catering-grossister og andre foodservice-virksomheder.<sup>31</sup>

#### 4.3.2 Engrossalg af convenience- og dagligvarer

120. Inden for engrossalg af convenience- og dagligvarer kan der overordnet set sondres mellem fuldsortiments- og specialgrossister.
121. Fuldsortimentsgrossisterne er karakteriseret ved at kunne levere dagligvarer inden for hele detailbutikkens sortiment og kan således dække varebehovet hos de dagligvarebutikker, der har behov for at kunne købe et sammensat dagligvaresortiment.<sup>32</sup> Reitan A/S' grossistselskab REMA

<sup>31</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 72.

<sup>32</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 78.

Distribution Danmark og Dagrofas grossistselskab Dagrofa Logistik er de eneste fuldsortimentsgrossister, som selvstændige købmænd og frivillige kæder kan indkøbe varer fra i Danmark. Coop Danmark agerer ligeledes som en fuldsortimentsgrossist, men er i dag kun aktiv ved engrossalg af varer til de Brugsforeningsejede butikker, ligesom de leverer til alle Coop Danmark-ejede butikker. Tidligere har Coop Danmark også forsynet OK Plus-butikker med convenience-varer i perioden 2008-2014.<sup>33</sup>

122. REMA Distribution Danmark leverer bl.a. convenience-varer til convenience-butikker i Danmark herunder bl.a. 7-Eleven, Circle K, OK Plus og BFI-Indkøb (fx Shell og Uno-X/Extra).<sup>34</sup>
123. Dagrofa Logistik leverer bl.a. convenience-varer til convenience-butikker i Danmark herunder bl.a. Let-Køb, NærKØB og Q8.<sup>35</sup>
124. Specialgrossisterne adskiller sig fra fuldsortimentsgrossisterne ved, at de fører et snævrere sortiment, fx frugt og grønt eller kød, og sælger til de mindste butikker (specialfødevarerbutikker og kiosker) eller supplerende til større dagligvarebutikker.<sup>36</sup> Som eksempel på specialgrossister kan nævnes Inco og Sügro.

### 4.3.3 Detailsalg af convenience-varer

125. Detaileddet for salg af convenience-varer omfatter forskellige typer butikker af forskellig størrelse og med varierende sortimentsbredde. Convenience-varer kan forbrugere typisk købe hos bl.a. kiosker eller convenience-butikker (foruden dagligvarebutikker), som enten kan være tilknyttet en servicestation eller fremstå selvstændigt. Styrelsen vil i det følgende beskrive convenience-butikker, kiosker og mindre nærbutikker samlet som "convenience-butikker".
126. Der findes omkring 2.141 convenience-butikker i Danmark, hvoraf en række af disse er tilknyttet en servicestation, jf. Tabel 4.3 nedenfor.

Tabel 4.3 Oversigt over primære aktører inden for convenience-sektoren i Danmark

Navn på butikskæde	Tilhørende koncern	Antal butikker i 2023/2024
Uno X/Extra BFI	Reitan A/S	27
OK Plus	OK	65
Shell BFI	Shell (DCC)	95
Let-Køb	Let-Køb	106
Q8	Q8	107
7-Eleven	Reitan A/S	178
Circle K	Circle K	226
Øvrige kiosker		657
NærKØB	Frivillig kæde	Ca. 680
<b>Total</b>		<b>Ca. 2.141</b>

<sup>33</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 252.

<sup>34</sup> Jf. <https://remadistribution.dk/partnere> (besøgt den 8. maj 2024).

<sup>35</sup> Jf. <https://www.dagrofa-logistik.dk/vores-kunder/> (besøgt den 8. maj 2024).

<sup>36</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 78.

**Note:** NærKØB er en landsdækkende frivillig kæde, som bl.a. omfatter kiosker, nærbutikker og servicestationer. Kæden er ejet 50 pct. af kædens medlemmer/aktionærer og 50 pct. af grossisterne Dagrofa Logistik og Sügro, som de enkelte butikker skal benytte som primær leverandør.

*Kilde: Oplysninger modtaget fra parterne, Retail Institute Scandinavia, Supermarkeds- og Kioskhåndbogen, juni 2023, 7-Elevens hjemmeside: <https://www.7-eleven.dk/om-os> (besøgt den 18. april 2024), samt NærKØBs hjemmeside: <https://naerkob.dk/om-naerkob/> (besøgt den 18. april 2024).*

---

127. Convenience-butikker er kendetegnet ved have et mindre butiksareal og sortiment af convenience- og dagligvarer. Convenience-butikker som 7-Eleven samt convenience-butikker, der er tilknyttet en servicestation, sælger ofte varm mad og drikke, der tilberedes på stedet som fx hot-dogs, panini m.v., herunder "mad på farten" som fx "ready-to-eat"/færdigretter, fastfood, bagværk m.v.<sup>37</sup> Convenience-butikker tilknyttet en servicestation vil typisk også sælge produkter særligt henvendt til bilister, som fx sprinklervæske m.v.
128. Dagligvarebutikker er kendetegnet ved, at de tilbyder et bredt sortiment, således at forbrugerne kan dække størstedelen af husholdningens behov i én og samme butik,<sup>38</sup> dog varierer udvalget af produkter på tværs af dagligvarebutikker, hvorfor små dagligvarebutikker, som minimarkeder og nærbutikker, generelt fører et mere snævert sortiment. Dagligvarebutikker fører ofte også et udvalg af convenience-varer som fx afkølede drikkevarer.
129. Ud over butiksstørrelse og sortiment, adskiller convenience-butikker sig på en række andre punkter fra de traditionelle dagligvarebutikker. Fx har convenience-butikker ofte udvidet åbningstider i forhold til de fleste dagligvarebutikker, ligesom convenience-butikker typisk har et mindre antal medarbejdere til at varetage den daglige drift af butikken.

#### 4.4 Høring

130. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte udkast til afgørelse i høring hos OK og Coop Danmark den 12. juni 2024. Styrelsen modtog høringssvar fra parterne den 14. juni 2024.
131. Parterne havde enkelte bemærkninger, primært af faktuel karakter, der har givet anledning til mindre justeringer af udkastet til afgørelse. Høringsbemærkningerne er håndteret direkte under de relevante afsnit. De ændringer, som parternes høringssvar har givet anledning til, er således indarbejdet i afgørelsen.

---

<sup>37</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 305 og 317.

<sup>38</sup> Konkurrenceverks afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*, punkt 77.

---

## 5. Vurderingen

---

### 5.1 OK's tilsagn og betydning for vurderingen

132. På baggrund af [xxx], jf. nærmere afsnit 5.3.1.2 nedenfor, har parterne ønsket en hurtig proces i forhold til styrelsens vurdering af fusionen. OK har derfor tidligt i sagsbehandlingen i fase I foreslået tilsagn, og OK afgav endelige underskrevne tilsagn den 11. juni 2024, jf. afsnit 2.1 ovenfor.
133. Det forhold, at OK har foreslået tilsagn tidligt i fase I, som løser styrelsens umiddelbare betænkeligheder ved fusionen, jf. afsnit 2.1, betyder, at det ikke er nødvendigt for styrelsen at foretage en endelig vurdering af markedsafgrænsningen, jf. afsnit 5.2, og en endelig vurdering af fusionens konkurrencemæssige virkninger, jf. afsnit 5.3. Det skyldes, at fusionen som følge af OK's tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset hvilken markedsafgrænsning, der lægges til grund.

### 5.2 Afgrænsningen af de relevante markeder

134. For at vurdere om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, er det nødvendigt at afgrænse det eller de relevante markeder, som fusionen berører.
135. Det relevante marked består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked. Formålet med at afgrænse et marked både som produktmarked og som geografisk marked er at fastslå, hvilke egentlige konkurrenter der er i stand til at begrænse de involverede virksomheders adfærd og forhindre dem i at handle uafhængigt af et effektivt konkurrencemæssigt pres.<sup>39</sup>
136. Ved *det relevante produktmarked* forstås markedet for alle de produkter og/eller tjenesteydelser, som forbrugeren anser for indbyrdes substituerbare på grund af deres egenskaber, pris og anvendelsesformål.<sup>40</sup>
137. Ved *det relevante geografiske marked* forstås det område, hvor de deltagende virksomheder er involveret i udbud af og efterspørgsel efter produkter eller tjenesteydelser, og som har tilstrækkelig ensartede konkurrencevilkår og kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er meget anderledes.<sup>41</sup>
138. Udgangspunktet for markedsafgrænsningen er en analyse af efterspørgsels- og udbudssubstitution.<sup>42</sup> De relevante produktmarkeder og geografiske markeder vil blive undersøgt i det følgende.
139. Parterne har begge aktiviteter inden for detailsalg af motorbrændstoffer fra OK-brandede servicestationer samt detailsalg af convenience- og dagligvarer i Danmark, hvor OK har salg fra

---

<sup>39</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 6.

<sup>40</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 25.

<sup>41</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 38.

<sup>42</sup> Jf. Konkurrencelovens § 5 a, stk. 1 og Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 23.

---



deres convenience-butikker OK Plus, mens Coop Danmark har salg fra deres forskellige kædekoncepter: Kvikly, SuperBrugsen, 365discount, Brugsen, Coop og Irma. Derudover har OK aktiviteter inden for engrossalg af motorbrændstoffer, idet OK bl.a. sælger motorbrændstof til de Coop Danmark-ejede OK-stationer, de Brugsforeningsejede OK-stationer og OK-stationer ejet af selvstændige. Herudover er Coop Danmark aktiv inden for engrossalg af dagligvarer, hvor der er en potentiel vertikal forbindelse mellem parterne.

140. I det følgende vil styrelsen vurdere afgrænsningen af de relevante produktmarkeder og geografiske markeder, som er berørte af nærværende fusion:
- » Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer
  - » Markedet for engrossalg af motorbrændstoffer, hvor der er en vertikal forbindelse mellem OK's engrossalg og Coop Danmarks aktiviteter inden for detailsalg af motorbrændstoffer
  - » Markedet for detailsalg af convenience-varer
  - » Markedet for engrossalg af dagligvarer, hvor der er en potentiel vertikal forbindelse mellem Coop Danmarks engrossalg af dagligvarer og OK's detailsalg af convenience-varer fra OK Plus-butikkerne

## 5.2.1 Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer

### 5.2.1.1 Det relevante produktmarked

141. Kommissionen har i tidligere praksis overvejet følgende segmenteringer af markedet for detailsalg af motorbrændstoffer; i) typer af brændstof, ii) salg fra henholdsvis motorvejsstationer og ikke-motorvejsstationer, iii) salg fra henholdsvis dedikerede truckstationer og almindelige servicestationer, iv) salg fra henholdsvis bemandede servicestationer og ubemandede servicestationer, v) salg fra henholdsvis marinestationer og almindelige servicestationer og vi) salg til henholdsvis B2B-kunder og B2C-kunder.<sup>43</sup>
142. I *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels* foretog Kommissionen en konkret vurdering i forhold til det danske marked. Kommissionen vurderede, at det relevante produktmarked ikke burde segmenteres yderligere mellem i) typer af brændstof, ii) salg fra henholdsvis motorvejsstationer og ikke-motorvejsstationer, iii) salg fra henholdsvis dedikerede truckstationer og almindelige servicestationer og iv) salg fra henholdsvis bemandede servicestationer og ubemandede servicestationer. Kommissionen lagde i sin vurdering vægt på de særlige forhold på det danske marked, bl.a. at der ikke er betalingsanlæg på de danske motorveje, der er langt mellem motorvejsstationer, en stor del af salg af brændstof til lastbiler og busser ikke sker på truckstationer, og at de bemandede og ubemandede servicestationer konkurrerer med hinanden.<sup>44</sup>
143. I forhold til sondringen mellem salg via erhvervskort/-ordninger til erhvervskunder ("B2B-kunder") og salg til private kunder ("B2C-kunder") fandt Kommissionen, at der kunne sondres

<sup>43</sup> Jf. bl.a. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 27 ff., Kommissionens afgørelse af 7. april 2016 i sag M.7849, *MOL/ENI Hungaria/ENI Slovenija*, punkt 20 ff., Kommissionens afgørelse af 14. juli 2020 i sag M.9014, *PKN Orlen/Grupa Lotos*, punkt 602 ff., Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10649, *PKN Orlen/Norbenz/Selected Hungarian and Slovak Assets of MOL*, punkt 19-22, Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10652, *MOL/Lotos Paliwa*, punkt 20-23.

<sup>44</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 28-32.

---

mellem de to kundesegmenter og foretog vurderingen for hvert af de to segmenter, men lod dog den endelige markedsafgrænsning stå åben.<sup>45</sup>

144. Konkurrencerådet og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i tidligere praksis overvejet at segmentere markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i henholdsvis i) et marked for salg af benzin og ii) et marked for salg af diesel, men lod den endelige markedsafgrænsning stå åben, da det ikke var nødvendigt at tage endelig stilling hertil.<sup>46</sup>
145. I *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S* tog Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i sin vurdering, i overensstemmelse med Kommissionens tidligere praksis, udgangspunkt i markedet for detailsalg af motorbrændstoffer segmenteret efter henholdsvis i) salg til B2B-kunder og ii) salg til B2C-kunder, men lod den endelige markedsafgrænsning stå åben.<sup>47</sup>
146. Den norske konkurrencemyndighed, Konkurransetilsynet, har i sin tidligere praksis overvejet, om der eksisterer særskilte produktmarkeder for henholdsvis i) salg af forskellige typer af brændstof, ii) salg fra henholdsvis bemandede og ubemandede servicestationer, iii) salg fra henholdsvis truckstationer og servicestationer, og iv) salg til henholdsvis privatkunder og erhvervs-kunder. Konkurransetilsynet lagde i den pågældende sag til grund, at det relevante produktmarked omfattede salg af brændstof (både benzin og diesel) fra servicestationer (både bemandede og ubemandede), som ikke omfatter salg fra truckstationer. Konkurransetilsynet fandt det ikke nødvendigt at tage stilling til, hvorvidt erhvervs-kunder udgør sit eget produktmarked, eftersom det ikke ville have betydning for konklusionerne i sagen.<sup>48</sup>
147. Parterne anfører, at det ikke i nærværende sag er relevant at foretage en afgrænsning af markedet for detailsalg af motorbrændstoffer mellem salg til B2B-kunder og salg til B2C-kunder. Parterne har hertil anført, at Coop Danmark ikke er aktiv inden for salg til B2B-kunder, da Coop Danmark ikke indgår aftaler med B2B-kunder hverken centralt eller decentralt. Parterne har endvidere anført, at OK ikke indgår i en egentlig forhandling i forhold til B2B-aftaler på centralt plan, da enhver erhvervsdrivende med et cvr-nummer kan bestille et OK Erhvervskort online, og dermed har alle erhvervsdrivende samme vilkår.<sup>49</sup>
148. Parterne anfører videre, at lastbiler og andre tunge køretøjer ikke har mulighed for at anvende de almindelige OK-brandede servicestationer. Lastbiler og andre tunge køretøjer har derfor ikke mulighed for at bruge de Coop Danmark-ejede servicestationer, da Coop Danmark udelukkende ejer og driver almindelige OK-brandede servicestationer.<sup>50</sup>
149. Parterne oplyser, at Coop Danmark og OK udelukkende driver ubemandede servicestationer. Herudover har parterne oplyst, i) at Coop Danmark og OK ikke har motorvejsstationer, ii) at Coop Danmark ikke omfatter dedikerede truckstationer, samt iii) at Coop Danmark ikke har marinestationer, hvorfor de pågældende segmenteringer ikke er relevante i nærværende sag.<sup>51</sup>

---

<sup>45</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 40.

<sup>46</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. december 2023, *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S*. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. maj 2012, *Alimentation Couche-Tard Inc.'s overtagelse af Statoil Fuel & Retail i Danmark*. Konkurrencerådets afgørelse af 29. april 2009, *OK/DK's pristilkendegivelser*, punkt 117 ff.

<sup>47</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. december 2023, *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S*.

<sup>48</sup> Jf. Konkurransetilsynets afgørelse af 30. juli 2015 i sag 2015/0012, *St1 Nordic OY/Smart Fuel AS*, punkt 84 ff.

<sup>49</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 201.

<sup>50</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 201 samt Parternes besvarelse afgivet den 15. april 2024 af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen spørgsmål til udkast til anmeldelse af 18. marts 2024, punkt 31.

<sup>51</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 199.

150. Styrelsen vurderer umiddelbart på baggrund af praksis ovenfor, at der i denne sag overordnet kan afgrænses et marked for detailsalg af motorbrændstoffer. Det er endvidere styrelsens umiddelbare vurdering, at markedet for detailsalg af motorbrændstoffer kan segmenteres yderligere i henholdsvis i) salg til B2B-kunder og ii) salg til B2C-kunder samt eventuelt i salg af henholdsvis i) benzin og ii) diesel. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen som følge af de afgivne tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, uanset om markedet afgrænses bredt til et overordnet marked for detailsalg af motorbrændstoffer eller mere snævert segmenteret efter salg til henholdsvis B2B-kunder og B2C-kunder eller salg af henholdsvis benzin og diesel.
151. Til brug for vurderingen af denne fusion tager styrelsen udgangspunkt i et marked for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder. Dette skyldes, som det fremgår af afsnit 5.3.2.1 nedenfor, at det overordnede marked for detailsalg af motorbrændstoffer samt eventuelle segmenteringer af markedet i salg til B2B-kunder og salg af henholdsvis benzin og diesel ikke giver anledning til øvrige konkurrencemæssige betænkeligheder.

### 5.2.1.2 Det relevante geografiske marked

152. Kommissionen har i tidligere praksis vurderet, at markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, herunder også segmenteringerne af markedet i salg til henholdsvis B2B-kunder og B2C-kunder, kan afgrænses nationalt i Danmark med elementer af lokal konkurrence. Den lokale konkurrence var særligt væsentligt at vurdere i relation til B2C-kunder.<sup>52</sup>
153. For at vurdere elementer af lokal konkurrence på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer har Kommissionen tidligere benyttet en *monitoring-based approach* og/eller en *presence-based approach* som analysetilgang.<sup>53</sup>
154. Ved en *monitoring-based approach* defineres lokale områder omkring hver af parternes servicestationer ud fra hvilke af konkurrenternes servicestationer, parterne monitorerer. Ved en *presence-based approach* har Kommissionen taget udgangspunkt i isokroner/isodistancer for at definere lokale områder. Denne analyseform benyttes, da det antages, at lokal konkurrence mellem servicestationer indirekte kan observeres på distancen mellem dem.
155. Kommissionen har tidligere opdelt servicestationernes beliggenhed i tre områdegrupper; i) byområde, ii) forstad og iii) landområde, og dertil anvendt forskellige køreafstande pr. områdegruppe. Ved servicestationer i byområder anvendes en køreafstand på 2,5 km, i forstæder på 5 km og landområder på 20 km.<sup>54</sup>
156. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i tidligere praksis vurderet, at det geografiske marked for detailsalg af motorbrændstoffer kan afgrænses nationalt eller mere snævert enten regionalt eller lokalt, men har holdt den endelige markedsafgrænsning åben.<sup>55</sup>

---

<sup>52</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 55-56 samt 62.

<sup>53</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10649, *PKN Orlen/Norbenz/Selected Hungarian and Slovak Assets of MOL*, punkt 39. Kommissionens afgørelse af 14. juli 2020 i sag M.9014, *PKN Orlen/Grupa Lotos*, punkt 760 ff. Kommissionens afgørelse af 7. april 2016 i sag M.7849, *MOL/ENI Hungaria/ENI Slovenija*, punkt 81-82. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 138-141.

<sup>54</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10652 – *MOL/ Lotos Paliwa*, punkt 32-34. Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10649, *PKN Orlen/Norbenz/Selected Hungarian and Slovak Assets of MOL*, punkt 32-34. Kommissionens afgørelse af 7. april 2016 i sag M.7849, *MOL/ENI Hungaria/ENI Slovenija*, punkt 81-82.

<sup>55</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. maj 2012, *Alimentation Couche-Tard Inc.'s overtagelse af Statoil Fuel & Retail i Danmark*. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. december 2023, *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S*, side 7.

- 
157. I *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S* overvejede Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, om konkurrencen vedrørende B2B-kunder udspillede sig på nationalt plan, særligt henset til at prissætningen og aftalevilkårene for B2B-kundeaftaler indgås på nationale vilkår, men holdt den endelige afgrænsning åben.<sup>56</sup>
158. Parterne henviser til, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i sin seneste praksis har vurderet eventuelle lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på henholdsvis 2,5 km, 5 km og 20 km fra hver af parternes servicestationer. Parterne har i deres vurdering taget udgangspunkt i lokale områder, som beskrevet i punkt 155 ovenfor.<sup>57</sup>
159. Styrelsen vurderer i tråd med Kommissionens tidligere overvejelser, at konkurrencen vedrørende B2B-kunder overvejende udspiller sig nationalt, særligt henset til at prissætning og aftalevilkår for B2B-kundeaftaler indgås på nationale vilkår, men at der også kan være lokale effekter. Styrelsen vurderer endvidere i tråd med Kommissionens tidligere overvejelser, at konkurrencen vedrørende salg til B2C-kunder både udspiller sig nationalt og lokalt, da aktørerne melder listepreiser/vejledende udsalgspriser – på baggrund af bl.a. prisen på råolie – til de enkelte servicestationer, som selv sætter pumpeprisen. Det er således styrelsens vurdering, at markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, herunder segmenteringerne af markedet i salg til henholdsvis B2B-kunder og B2C-kunder samt salg af henholdsvis benzin og diesel, både har en national og en lokal dimension.
160. Den geografiske markedsafgrænsning for så vidt angår detailsalg af motorbrændstoffer, herunder også i relation til salg til B2B-kunder og salg til B2C-kunder samt salg af henholdsvis benzin og diesel, kan holdes åben i denne sag, idet fusionen som følge af de afgivne tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænset nationalt eller snævrere til lokale områder.

### 5.2.1.3 Konklusion – markedet for detailsalg af motorbrændstoffer

161. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at der kan afgrænses et overordnet marked for detailsalg af motorbrændstoffer, der eventuelt kan segmenteres i salg til henholdsvis B2B-kunder og B2C-kunder samt salg af henholdsvis benzin og diesel. Det er endvidere styrelsens umiddelbare vurdering, at markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, herunder de nævnte mulige segmenteringerne, både har en national og en lokal dimension, og at der i overensstemmelse med praksis fra bl.a. Kommissionen og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen kan tages udgangspunkt i lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på enten 2,5 km i byområder, 5 km i forstæder eller 20 km i landområder omkring hver af parternes servicestationer. Den endelige afgrænsning af det relevante marked kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen som følge af de afgivne tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.
162. Til brug for vurderingen af fusionen tager styrelsen udgangspunkt i både et nationalt marked samt lokale områder for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder. Dette skyldes, som det fremgår af afsnit 5.3.2.1 nedenfor, at det overordnede marked for detailsalg af motorbrændstoffer samt segmenteringerne af markedet i salg til B2B-kunder og salg af henholdsvis benzin og diesel ikke giver anledning til øvrige konkurrencemæssige betænkeligheder.

---

<sup>56</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. december 2023, *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S*, side 7.

<sup>57</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 206.

## 5.2.2 Markedet for engrossalg af motorbrændstoffer

### 5.2.2.1 Det relevante produktmarked

163. Kommissionen har i tidligere praksis vurderet, at markedet for engrossalg af motorbrændstoffer enten kan ses som i) ét overordnet engrosmarked, der både består af raffinaderisalg og ikke-detailsalg af motorbrændstoffer,<sup>58</sup> eller ii) separate produktmarkeder for henholdsvis raffinaderisalg af motorbrændstoffer og ikke-detailsalg af motorbrændstoffer.<sup>59</sup>
164. I sager, hvor Kommissionen fandt separate produktmarkeder, vurderede Kommissionen, at raffinaderisalg af motorbrændstoffer udgør et primært distributionsled, hvor store fragtmængder sælges af raffinaderier enten direkte fra raffinaderiet eller ved primær transport (fx ved jernbane, olieledning, skib eller pram) til kundernes terminaler eller lagerfaciliteter. Kunderne på dette marked er grossister, forhandlere eller raffinaderiernes interne grossistled, der som regel ejer eller lejer store lagerfaciliteter.<sup>60</sup>
165. Kommissionen har i tidligere sager vurderet, at markedet for ikke-detailsalg af motorbrændstoffer er karakteriseret ved salg af brændstof, der hovedsageligt transporteres med tankvogn, til virksomheder, som videresælger mindre mængder brændstof på detailmarkedet for salg af motorbrændstoffer.<sup>61</sup> Salget sker til virksomheder, der ikke er vertikalt integrerede med virksomheder, der er aktive på markedet for ikke-detailsalg af motorbrændstoffer, samt til større slutkunder (fx transportfirmaer).<sup>62</sup> Sammenlignet med raffinaderisalg af motorbrændstoffer, tilføjes produkter på markedet for ikke-detailsalg af motorbrændstoffer en række værdiskabende ydelser, så som levering af mindre mængder, levering til flere lokationer samt en eksisterende infrastruktur af lagre og terminaler.<sup>63</sup>
166. Kommissionen har i tidligere praksis vurderet, at markedet for engrossalg af motorbrændstoffer for hver type af brændstof udgør separate produktmarkeder. Det skyldes, at der ikke er efterspørgselssubstitution mellem forskellige typer af brændstof, da fx ejere af benziner ikke efterspørger diesel.<sup>64</sup>
167. Konkurrencerådet afgrænsede i *Dongs køb af aktiverne i Statoil* et marked for udbygning/produktion/førstegangssalg af olie, som er det marked, hvorpå raffinaderierne i Danmark befinder sig.<sup>65</sup>
168. Parterne anfører, at der efter deres opfattelse ikke kan afgrænses et særskilt marked for ikke-detailsalg af motorbrændstof i Danmark. Parterne har anført, at det skyldes, at OK på linje med øvrige aktører på det danske motorbrændstofmarked i høj grad er vertikalt integrerede. Generelt leverer aktører som Shell, Uno-X, Q8, Circle K og OK således alene motorbrændstof til de

<sup>58</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 9. februar 2000 i sag M.1628, *Totalfina/Elf*, punkt 26 og Kommissionens afgørelse af 7. november 2006 i sag M.4348, *PKN/Mazeikiu*, punkt 9.

<sup>59</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 24. september 2014 i sag M.7311, *MOL/ENI Ceska/ENI Romania/ENI Slovensko*, punkt 17 og 21.

<sup>60</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 24. september 2014 i sag M.7311, *MOL/ENI Ceska/ENI Romania/ENI Slovensko*, punkt 17.

<sup>61</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 24. september 2014 i sag M.7311, *MOL/ENI Ceska/ENI Romania/ENI Slovensko*, punkt 21.

<sup>62</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 9. februar 2000 i sag M.1628, *Totalfina/Elf*, punkt 26.

<sup>63</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 7. november 2006 i sag M.4348, *PKN/Mazeikiu*, punkt 11.

<sup>64</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 9. februar 2000 i sag M.1628, *Totalfina/Elf*, punkt 27 og Kommissionens afgørelse af 24. september 2014 i sag M.7311, *MOL/ENI Ceska/ENI Romania/ENI Slovensko*, punkt 18 og 22.

<sup>65</sup> Konkurrencerådets afgørelse af 29. maj 2002, *Dong E&P A/S køb af aktiverne i Statoil E&P A/S*, punkt 6.



servicestationer, der bærer aktørernes egne brands, bortset fra salg til andre ikke-vertikalt integrerede mindre aktører som Go'on, OIL! tank & go samt HK Benzin.<sup>66</sup>

169. Styrelsen vurderer umiddelbart, at det relevante produktmarked i overensstemmelse med praksis kan afgrænses til et marked for ikke-detailsalg af motorbrændstoffer, som er separat fra markedet for raffinaderisalg af motorbrændstoffer. Det er endvidere styrelsens umiddelbare vurdering, at markedet for ikke-detailsalg af motorbrændstoffer i overensstemmelse med praksis yderligere kan segmenteres i et marked for ikke-detailsalg af henholdsvis benzin og diesel.
170. Det er styrelsens vurdering, at den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan stå åben i denne sag, idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænses bredt til et overordnet marked for både raffinaderisalg af motorbrændstoffer og ikke-detailsalg af motorbrændstoffer eller mere snævert segmenteret efter henholdsvis raffinaderisalg af motorbrændstoffer og ikke-detailsalg af motorbrændstoffer eller yderligere segmenteret i henholdsvis salg af benzin og salg af diesel, jf. 5.3.2.2 nedenfor.
171. Til brug for vurderingen af denne fusion tager styrelsen udgangspunkt i et engrosmarked, der omfatter ikke-detailsalg af motorbrændstoffer segmenteret i salg af henholdsvis benzin og diesel og som er eksklusive raffinaderisalg af motorbrændstoffer.

#### 5.2.2.2 Det relevante geografiske marked

172. Kommissionen har i tidligere sager vurderet, at det relevante geografiske marked for raffinaderisalg af motorbrændstoffer kan afgrænses til hele EU eller Vesteuropa. Dette skyldes i) de relativt lave transportomkostninger, som har ringe påvirkning på den samlede pris, ii) at produktet er en vare, som købes og sælges internationalt, og iii) at priserne monitoreres og rapporteres på EU-niveau.<sup>67</sup>
173. I Kommissionens afgørelse i *Preem/Skandinaviska*, som omhandlede en fusion i Sverige, konkluderede Kommissionen, at det relevante geografiske marked for raffinaderisalg af motorbrændstoffer mindst omfattede Skandinavien (Finland, Norge, Sverige og Danmark), grundet den væsentlige import og eksport mellem de skandinaviske lande og den store samlede import i regionen.<sup>68</sup>
174. Angående det relevante geografiske marked for ikke-detailsalg af motorbrændstoffer, har Kommissionen generelt set betragtet markedet som nationalt<sup>69</sup> eller snævrere (lokalt eller regionalt inden for et land),<sup>70</sup> med undtagelse af Skandinavien, hvor Kommissionen i *Preem/Skandinaviska* har ladet det stå åbent, om den geografiske afgrænsning kunne omfatte Skandinavien som én region.<sup>71</sup>
175. Kommissionen forholdt sig i *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels* specifikt til de danske markedsforhold og vurderede, at det danske marked for ikke-detailsalg af motorbrændstoffer var nationalt. Kommissionen lagde i afgørelsen vægt på, at i) praktisk talt alle kunder på markedet (om det var grossister, detailforhandlere eller slutbrugere) blev forsynet af danske aktører fra lagre

<sup>66</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 223.

<sup>67</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 7. august 1996 i sag M.727, *BP/Mobil*, punkt 34 samt Kommissionens afgørelse af 19. november 2007 i sag M.7311, *MOL/ENI Ceska/ENI Romania/ENI Slovensko*, punkt 19.

<sup>68</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 1. december 2003 i sag M.3291, *Preem/Skandinaviska*, punkt 14.

<sup>69</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 20. april 2005 i sag M.3543, *Orlen/Unipetrol*, punkt 18 samt Kommissionens afgørelse af 13. september 2004 i sag M.3516, *Repsol YPF/Shell Portugal*, punkt 12.

<sup>70</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 29. september 1999 i sag M.1383, *Exxon/Mobil*, punkt 443.

<sup>71</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 1. december 2003 i sag M.3291, *Preem/Skandinaviska*, punkt 17.

og terminaler i Danmark, ii) det var usandsynligt, at leverandører uden for Danmark kunne lægge et væsentligt konkurrencemæssigt pres på danske aktører og iii) at der eksisterede væsentlige barrierer for grænseoverskridende handel mellem Danmark og Sverige, da lovgivningen for transport af farligt gods, herunder motorbrændstof, besværliggør transporten med enten færge eller over Øresundsbroen.<sup>72</sup>

176. Styrelsen finder til brug for vurderingen i denne sag ikke anledning til at afvige fra Kommissionens tidligere praksis for Danmark<sup>73</sup> og tager derfor udgangspunkt i et nationalt marked for ikke-detailsalg af henholdsvis benzin og diesel i Danmark.

### 5.2.2.3 Konklusion – markedet for engrossalg af motorbrændstoffer

177. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at der til brug for denne sag kan afgrænses et marked for engrossalg af motorbrændstoffer, der udgøres af ikke-detailsalg af motorbrændstoffer, og som er eksklusiv raffinaderisalg af motorbrændstoffer. Dette engrossalg af motorbrændstoffer kan segmenteres yderligere i et marked for benzin og et marked for diesel. Det er endvidere styrelsens umiddelbare vurdering, at markedet for engrossalg af motorbrændstoffer er nationalt.
178. Den endelige afgrænsning af det relevante marked kan dog stå åben i denne sag, da fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænses snævert til kun at omfatte ikke-detailsalg af motorbrændstoffer segmenteret i henholdsvis salg af benzin og salg af diesel eller bredere til også at omfatte raffinaderisalg af motorbrændstoffer, samt uanset om markedet afgrænses snævert til at omfatte Danmark eller bredere til Skandinavien.

### 5.2.3 Markedet for detailsalg af convenience-varer

179. OK er aktiv inden for detailsalg af convenience-varer i Danmark fra deres convenience-butikker OK Plus.<sup>74</sup>
180. Coop Danmark er aktiv inden for detailsalg af dagligvarer i Danmark gennem deres forskellige kædekoncepter: Kvickly, SuperBrugsen, 365discount, Brugsen, Coop og Irma (under afvikling).<sup>75</sup>

#### 5.2.3.1 Det relevante produktmarked

181. Der findes ikke dansk praksis, der relaterer sig direkte til detailsalg af convenience-varer. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har heller ikke kendskab til praksis fra Kommissionen, der relaterer sig direkte til detailsalg af convenience-varer. Der findes imidlertid omfattende praksis på dette marked fra den engelske konkurrencemyndighed, som vil blive gennemgået i det følgende.
182. Den engelske konkurrencemyndighed, Competition and Markets Authority, (herefter "CMA"), har i tidligere praksis fundet, at det var relevant at segmentere det overordnede marked for detailsalg af dagligvarer efter butiksstørrelse, herunder et segment for convenience-butikker.<sup>76</sup> CMA har således vurderet, at detailsalg af dagligvarer kan segmenteres i tre separate

<sup>72</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 44-52.

<sup>73</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. marts 2016 i sag M.7603, *Statoil Fuel and Retail/Dansk Fuels*, punkt 52.

<sup>74</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 7.

<sup>75</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 18.

<sup>76</sup> Jf. bl.a. Competition and Markets Authority's afgørelse af 8. september 2022 i sag ME/7002/22, *Morrisons/McColl's*, punkt 33-36 og 40, samt Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.7 og 7.37.

produktmarkeder i henhold til butikkernes størrelse, samt at der eksisterer et asymmetrisk konkurrencepres mellem disse, hvor en større butik vil lægge et konkurrencepres på en mindre butik, mens en mindre butik ikke vil lægge et konkurrencepres på en større butik.<sup>77</sup> De tre produktmarkeder er:

1. *One-stop-shop butikker*:<sup>78</sup> Butikker over 1.400 kvm, som kun er underlagt et konkurrencepres fra andre one-stop-shop butikker.
  2. *Mid-size butikker*: Butikker mellem 280 og 1.400 kvm, som er underlagt et konkurrencepres fra one-stop-shop butikker samt andre mid-size butikker.
  3. *Convenience-butikker*: Butikker under 280 kvm (herunder convenience-butikker med tilhørende tankanlæg), som er underlagt et konkurrencepres fra one-stop-shop butikker, mid-size butikker samt andre convenience-butikker.
183. CMA har således i tidligere praksis afgrænset et separat marked for convenience-varer, hvor konkurrencepresset fra store (one-stop-shop butikker) og mellemstore (mid-size) dagligvarebutikker er inddraget i vurderingen af fusionens virkninger,<sup>79</sup> mens convenience-butikker omvendt ikke anses for at være på samme relevante produktmarked som store og mellemstore dagligvarebutikker.<sup>80</sup> CMA har begrundet segmenteringen efter butiksstørrelse og det asymmetriske konkurrencepres med, at forbrugere kan anse mindre (convenience-)butikker for at være utilstrækkelige alternativer til større butikker (både one-stop-shop-butikker og mid-size-butikker) i og med, at de mindre butikker ofte ikke kan tilbyde et lignende fuldt varesortiment eller tilhørende faciliteter (fx parkeringspladser, toiletter, pengeautomater), og derfor kan de mindre butikker være ude af stand til at imødekomme de kunder, der efterspørger et bredere udvalg af produkter. Ifølge CMA er der således en stærk sammenhæng mellem butiksstørrelse og varesortiment.<sup>81</sup>
184. I en analyse af dagligvaremarkedet fra 2008 foretog den daværende engelske konkurrencemyndighed, Competition Commission (herefter "CC"), omfattende undersøgelser af efterspørgselssubstitutionen mellem dagligvarebutikker af forskellige størrelser og varierende størrelse varesortiment. CC fandt på baggrund af disse analyser, at forbrugere ved convenience-butikker var mere tilbøjelige til at skifte til en stor eller mellemstor dagligvarebutik, såfremt deres indkøbsbetingelser blev forværret, imens forbrugere ved store og mellemstore dagligvarebutikker fortsat ville skifte til henholdsvis en stor eller en stor/mellemstor butik.<sup>82</sup>
185. CMA har overvejet, hvorvidt der kunne segmenteres et særskilt marked for convenience-butikker, der var tilknyttet en servicestation, på baggrund af deres mindre størrelse og begrænsede

<sup>77</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 14. marts 2023 i sag ME/7018/22, *Asda/Arthur*, punkt 44, af 8. september 2022 i sag ME/7002/22, *Morrisons/McColl's*, punkt 35-36, af 24. marts 2022 i sag ME/6966/21, *CD&R/Morrisons*, punkt 51, af 20. april 2021 i sag ME/6911/20, *Bellis/Asda*, punkt 63, af 19. september 2018 i sag ME/6752/18, *J Sainsbury/Asda*, punkt 44, af 23. marts 2018 i sag ME/6716/17, *CGL/Nisa*, punkt 4 og 30-31, af 12. juli 2017 i sag ME/6677/17, *Tesco/Booker*, punkt 11 og 45, samt Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.67-7.69 og 7.84, hvor CMA bl.a. fandt, at graden af konkurrencepres varierer efter den konkurrerende butiks mærke, samt at mid-size-butikker ligeledes yder et konkurrencepres på one-stop-shop-butikker, men dog i mindre grad end det konkurrencepres, der ydes af andre one-stop-shop-butikker.

<sup>78</sup> I CMA's praksis omtales one-stop-shop-butikkerne som "OSS", og mid-size-butikkerne som "MSS".

<sup>79</sup> Jf. Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.92-7.93.

<sup>80</sup> Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.62-7.64 og 7.69.

<sup>81</sup> Jf. Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.8-7.10, og Competition Commission's Final Report af 30. april 2008, *The supply of groceries in the UK market investigation*, punkt 4.22 og 4.55.

<sup>82</sup> Competition Commission's Final Report af 30. april 2008, *The supply of groceries in the UK market investigation*, punkt 4.43-4.52 og 4.55-4.62.

produktudvalg, men CMA har enten ladet spørgsmålet stå åbent eller konkluderet, at det ikke var hensigtsmæssigt at skelne mellem convenience-butikker med eller uden tilhørende servicestation.<sup>83</sup>

186. CMA har således undladt at afgrænse et særskilt marked for convenience-butikker, der var tilknyttet en servicestation, og behandlet disse på linje med øvrige convenience-butikker.<sup>84</sup> Eksempelvis afviste CMA i *Sainsbury/Asda* fra april 2019 at skelne mellem convenience-butikker med eller uden tilhørende servicestation, trods parternes argumenter om, at convenience-butikker med tilhørende servicestation havde et særligt lille butiksareal (under 100 kvm), færre antal varer (SKU) samt et forskelligt produktudvalg, der hovedsageligt bestod af kategorierne 'kiosk', 'food to go' og 'konfektur'.<sup>85</sup>
187. For så vidt angår de butikstyper (dagligvarebutikker), som ifølge ovennævnte praksis fra CMA lægger et konkurrencepres på convenience-butikker, herunder one-stop-shop butikker og mid-size butikker, har Kommissionen og Konkurrencerådet tidligere overvejet segmenteringer efter butikstype/butiksformat og/eller butiksstørrelse. Som nærmere redegjort nedenfor, er der dog taget udgangspunkt i et samlet marked for detailsalg af dagligvarer fra henholdsvis dagligvarebutikker og "moderne distributionskanaler" (ikke omfattende specialforretninger, kiosker, servicestationer og lignende convenience-butikker), idet den endelige afgrænsning er holdt åben.
188. Kommissionen har i sin praksis på detailområdet afgrænset et produktmarked for detailsalg af dagligvarer til forbrugere gennem såkaldte "moderne distributionskanaler", omfattende hypermarkeder, supermarkeder og discountbutikker<sup>86</sup>, som forhandler varer, der indgår i en husholdnings daglige fornødenheder, og som forbrugerne forventes at kunne købe på én gang (one-stop-shop).<sup>87</sup>
189. I *ITM/ MESTDAGH* bemærkede Kommissionen fx, at Kommissionen generelt har anset såkaldte specialforretninger, som fx bagere og slagtere, kiosker og servicestationer for ikke at være en del af det relevante dagligvaredetailmarked, med henvisning til at disse forretninger typisk udfylder en specialist- eller convenience-funktion og derfor supplerer, men ikke erstatter, indkøb via de "moderne distributionskanaler".<sup>88</sup>
190. Kommissionen har også overvejet at segmentere dagligvaredetailmarkedet yderligere efter størrelsen af butikker ud fra kvadratmeter, herunder i) hypermarkeder på over 2.500 kvm, ii) supermarkeder på mellem 400 og 2.500 kvm, iii) "convenience-butikker" på mindre end 400 kvm og iv) store maxi-discountbutikker.<sup>89</sup> Kommissionen har dog generelt ladet spørgsmålet om, hvorvidt der bør sondres yderligere efter butiksareal, stå åbent.

<sup>83</sup> Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.93 og den deri nævnte praksis fra CMA samt punkt 8.340 litra d).

<sup>84</sup> Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.86 og den deri nævnte praksis fra CMA.

<sup>85</sup> Competition Commission's Final Report af 30. april 2008, *The supply of groceries in the UK market investigation*, punkt 7.87-7.93.

<sup>86</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 15, Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury m.fl.*, punkt 15.

<sup>87</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 15, Kommissionens afgørelse af 20. november 1996 i sag IV/M.784 *Kesko/Tuko*, punkt 20, og Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury m.fl.*, punkt 15.

<sup>88</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 16, samt Kommissionens afgørelse af 4. juni 2020 i sag M.9847, *ALDI/Fplph Assets* (forefindes på fransk), punkt 14.

<sup>89</sup> 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.

- 
191. Konkurrencerådet har senest i *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* vurderet, at der kunne afgrænses et separat dagligvaredetailmarked omfattende detailsalg fra dagligvarebutikker (ikke omfattende kiosker, servicestationer og specialforretninger).<sup>90</sup> Konkurrencerådet overvejede, om dagligvaredetailmarkedet skulle segmenteres yderligere efter butikksformat, men fandt, at der i den konkrete sag ikke var grundlag for yderligere segmentering i et eventuelt discountsegment. Konkurrencerådet vurderede endvidere, at online-butikkers salg af dagligvarer ikke umiddelbart var en del af det relevante marked for detailsalg af dagligvarer, men tog ikke endelig stilling hertil. Konkurrencerådet lod den endelige afgrænsning af produktmarkedet stå åben, da fusionen som følge af parternes tilsagn ikke ville hæmme den effektive konkurrence på markedet for detailsalg af dagligvarer betydeligt, uanset om markedet blev afgrænset bredt til også at omfatte online-handel eller mere snævert efter butikksformat.<sup>91</sup>
192. Ovenstående praksis fra Kommissionen og Konkurrencerådet understøtter således i tråd med praksis fra CMA, at dagligvarebutikker og ”moderne distributionskanaler”, dvs. hypermarkeder, supermarkeder og discountbutikker, umiddelbart ikke er underlagt et konkurrencepres fra convenience-butikker.
193. Parterne har angivet, at dagligvarebutikker og convenience-butikker befinder sig på forskellige markeder, og det er parternes opfattelse, at fusionen ikke giver anledning til et horisontalt overlap inden for detailsalg af dagligvarer. Med henvisning til tidligere praksis, bl.a. Konkurrencerådets afgørelse i henholdsvis *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* og *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, har parterne gjort gældende, at salg fra bl.a. servicestationer og convenience-butikker ikke indgår på samme relevante marked som salg af dagligvarer fra dagligvarebutikker.<sup>92</sup> Parterne har endvidere gjort gældende, at convenience-butikker og dagligvarebutikker ikke er i indbyrdes konkurrence, og at fusionen dermed ikke medfører et horisontalt overlap inden for detailsalg af dagligvarer eller på et marked for detailsalg fra convenience-butikker, uanset hvordan disse to separate markeder i øvrigt afgrænses.<sup>93</sup>
194. Parterne har i den forbindelse anført, at salg af dagligvarer fra convenience-butikker, kiosker og specialforretninger ikke befinder sig på samme relevante marked som salg af dagligvarer fra fuldsortimentsbutikker, dvs. dagligvarebutikker.<sup>94</sup> Det er parternes opfattelse, at convenience-butikker, kiosker og specialforretninger først og fremmest adskiller sig fra dagligvarebutikker ved at have et væsentligt smallere sortiment af dagligvarer, samt at convenience-butikker, kiosker og specialforretninger, der hænger sammen med en servicestation, yderligere har mere fokus på varm mad, der tilberedes på stedet. Ifølge parterne har convenience-butikker således et smallere sortiment af dagligvarer og kan derfor ikke opfylde forbrugernes behov for at foretage et samlet indkøb af dagligvarer (one-stop-shop), da convenience-butikker generelt tilbyder et væsentligt mindre produktudvalg end dagligvarebutikker, med særligt fokus på

---

<sup>90</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 158. Jf. også Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 192.

<sup>91</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 158-160. Jf. også Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 191-193 og den i punkt 165-166 angive tidligere 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 punkt 4.1.1.

<sup>92</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 248.

<sup>93</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 312.

<sup>94</sup> Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 305.



- nydelsesprodukter. Dertil kommer, ifølge parterne, en række andre forhold såsom åbningstider, beliggenhed og muligheder for parkering, der bevirker, at der er tale om to separate markeder.<sup>95</sup>
195. For så vidt angår hver af parternes specifikke butikstyper er der ifølge parterne desuden også forskelle i produktudvalget inden for non-food produkter, hvor Coop Danmark primært sælger møbler, blomster samt husholdnings- og boligartikler, mens OK Plus-butikkerne primært sælger varer henvendt til bilister, fx sprinklervæske m.v.<sup>96</sup>
196. Parterne har yderligere anført, at salg fra convenience-butikker i tilknytning til servicestationer adskiller sig fra salg fra både kiosker og specialforretninger. Parterne vurderer i den forbindelse, at en betragtning om asymmetrisk konkurrencepres fra dagligvarebutikker ikke er relevant, for så vidt angår convenience-butikker i tilknytning til servicestationer, idet disse primært henvender sig til bilister, der køber ready-to-eat mad, kaffe, snacks m.v. på farten og i forbindelse med, at de tanker bilen. Kiosker, der har karakter af mindre købmandsforretninger, kan ifølge parterne tænkes at konkurrere marginalt med dagligvarebutikker, idet de tilbyder noget af det samme sortiment, dog markant smallere, hvorimod specialforretninger, såsom slagtere og bagere, har et snævert, begrænset sortiment, og yder en vis grad af komplementaritet til dagligvarebutikkernes produktsortiment.<sup>97</sup>
197. For så vidt angår det begrænsede dagligvaresortimentet hos OK Plus-butikkerne har parterne herudover anført, at prisniveauet for eksempelvis mælk, smør, pålæg m.v. er højere end i dagligvarebutikkerne.<sup>98</sup>
198. Styrelsen bemærker hertil, at tidligere praksis fra Kommissionen og Konkurrencerådet har taget udgangspunkt i et marked for detailsalg af dagligvarer fra dagligvarebutikker, hvor salg fra servicestationer (convenience-butikker) ikke blev inkluderet. OK er som nævnt aktiv på markedet for detailsalg af convenience-varer gennem convenience-butikkerne OK Plus, hvorimod Coop Danmark er aktiv på markedet for detailsalg af dagligvarer gennem sine kædekoncepter.
199. I overensstemmelse med Konkurrencerådets tidligere praksis senest i *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* er det styrelsens umiddelbare vurdering, at dagligvarebutikker ikke er underlagt et konkurrencepres fra convenience-butikker. Styrelsen er dog ikke enig i, at der ikke er nogen konkurrence mellem convenience-butikker og dagligvarebutikker. I overensstemmelse med praksis fra CMA finder styrelsen umiddelbart, at convenience-butikker og lignende aktører på markedet for detailsalg af convenience-varer, ud over at være i konkurrence med andre convenience-butikker, også er underlagt et konkurrencepres fra dagligvarebutikker på markedet for detailsalg af dagligvarer, hvor Coop Danmark er aktiv. På baggrund af praksis fra CMA er det endvidere styrelsens umiddelbare vurdering, at der ikke i denne sag er grundlag for at skelne mellem convenience-butikker tilknyttet en servicestation og convenience-butikker, der ikke er tilknyttet en servicestation.
200. Betydningen af et asymmetrisk konkurrencepres mellem convenience-butikker og dagligvarebutikker illustreres endvidere af Kommissionens markedsafgrænsningsmeddelelse,<sup>99</sup> hvor det bl.a. fremgår, at markeder kan afgrænses forskelligt, afhængig af hvilken eller hvilke virksomheder der er tale om, idet det er de deltagende virksomheders aktiviteter, der er afgørende for udgangspunktet for substitutionsanalysen. Ifølge Kommissionen kan dette fx opstå, når det konkurrencepres, som virksomhederne pålægger hinanden, er asymmetrisk, dvs. at en given

---

<sup>95</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 305.

<sup>96</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 493.

<sup>97</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 313.

<sup>98</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 498.

<sup>99</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645).

virksomhed kan lægge et konkurrencepres på en anden virksomhed, mens det omvendte ikke er tilfældet. Dette kan således føre til forskellige resultater med hensyn til markedsafgrænsningen, hvis man benytter forskellige virksomheders produkter som udgangspunkt for substitutionsanalysen.<sup>100</sup>

201. På den baggrund vil markedsafgrænsningen i nærværende sag således føre til, at et udgangspunkt i (i) et kandidatmarked for (store og/eller mellemstore) dagligvarebutikker indebærer, at convenience-butikker i henhold til tidligere praksis fra bl.a. Konkurrencerådet umiddelbart ikke vil være inkluderet, mens et udgangspunkt i (ii) et kandidatmarked for convenience-butikker indebærer, at konkurrencepreset fra store og mellemstore dagligvarebutikker i henhold til tidligere praksis fra CMA omvendt vil skulle inkluderes.
202. I henhold til parternes anbringender vedrørende deres produktudvalg bemærker styrelsen, at det ikke kan udelukkes, at convenience-butikkernes produktudvalg, til trods for de af parterne anførte forskelle, til en vis grad også vil kunne købes i dagligvarebutikker, da der er et vist overlap på en række produkter og produkttyper, som handles hos henholdsvis convenience-butikker og dagligvarebutikker. Det er således styrelsens vurdering, at de forbrugere, der normalt handler hos convenience-butikker, til en vis grad vil kunne anse en dagligvarebutik som et relevant alternativ til at få dækket sine købsbehov, mens det omvendte umiddelbart ikke er tilfældet. Sidstnævnte understøttes bl.a. af undersøgelser af efterspørgselssubstitutionen i både Konkurrencerådets og CMA's seneste praksis på markedet for detailsalg af dagligvarer, som viste, at der for de pågældende dagligvarebutikker var meget begrænsede diversion ratios til kiosker, specialforretninger og andre fysiske butikker.<sup>101</sup>
203. På baggrund af ovenstående er det styrelsens umiddelbare vurdering, at der til brug for vurderingen af denne fusion skal tages udgangspunkt i et marked for detailsalg af convenience-varer, der også inkluderer salg fra kiosker. I overensstemmelse med praksis fra CMA og det anførte fra Kommissionens markedsafgrænsningsmeddelelse finder styrelsen umiddelbart, at der eksisterer et asymmetrisk konkurrencepres, hvorved convenience-butikker er underlagt et konkurrencepres fra dagligvarebutikker, men ikke omvendt. Styrelsen vil derfor inddrage det asymmetriske konkurrencepres mellem convenience-butikker og dagligvarebutikker i den videre vurdering af fusionen.
204. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen som følge af de afgivne tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af convenience-varer, uanset om markedet afgrænses snævert til detailsalg af convenience-varer fra servicestationer eller bredere til også at inkludere salg fra kiosker og dagligvarebutikker.

### 5.2.3.2 Det relevante geografiske marked

205. Den engelske konkurrencemyndighed, CMA, har i tidligere praksis vedrørende convenience-butikker vurderet, at det geografiske marked for detailsalg af convenience-varer som udgangspunkt er lokalt, men at der også eksisterer en national dimension, i det omfang visse aspekter som fx prissætning, markedsføring og indkøb bestemmes fra centralt hold.<sup>102</sup>

<sup>100</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked (C/2024/1645), punkt 18, litra a).

<sup>101</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 146 og Tabel 5.1, Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 181 og Tabel 5.1, samt Competition and Markets Authority's Final Report af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.63.

<sup>102</sup> Jf. bl.a. Competition and Markets Authority's afgørelse af 8. september 2022 i sag ME/7002/22, *Morrisons/McColl's*, punkt 38 og den deri nævnte praksis fra CMA.

206. CMA har i den forbindelse vurderet, at det er relevant at tage udgangspunkt i et catchment område på fem minutters kørsel fra hver convenience-butik, der var tilknyttet en servicestation,<sup>103</sup> samt et område på fem minutter og/eller én mil fra hver convenience-butik, der ikke var tilknyttet en servicestation.<sup>104</sup> CMA har på baggrund af konkrete omstændigheder i flere sager ikke taget højde for de butikker, der lå uden for dette område,<sup>105</sup> men har i sin tidligere praksis anerkendt, at dagligvarebutikker (one-stop-shop-butikker på over 1.400 kvm og mid-size-butikker på mellem 280 og 1.400 kvm), der ligger uden for dette område, kan lægge et konkurrencepres på convenience-butikker.<sup>106</sup>
207. I *McCull's/CGL* fra december 2016 valgte CMA eksempelvis at anvende et konservativt udgangspunkt på fem minutters køretid og/eller én mil fra hver convenience-butik uanset beliggenhed, uden at tage hensyn til dagligvarebutikker uden for dette område, idet beviserne i sagen indikerede, at de pågældende convenience-butikker konkurrerede over et begrænset geografisk område. CMA tog dog ikke endelig stilling til de præcise grænser for de lokale områder og bemærkede, at den for så vidt angik de lokale områder, der ikke "bestod" screeningstesten, ville tage hensyn til dagligvarebutikker beliggende uden for området.<sup>107</sup>
208. I *CGL/Nisa* fra marts 2018 tog CMA udgangspunkt i et catchment område på én mil fra hver convenience-butik beliggende både i by- og landområder, men bemærkede, at convenience-butikker beliggende i landområder i højere grad er underlagt et asymmetrisk konkurrencepres fra dagligvarebutikker, der ligger længere væk, idet den typiske transportmåde i landområder er kørsel i bil.<sup>108</sup> I sin vurdering af fusionen tog CMA højde for de mid-size-butikker, der var beliggende inden for 10 minutters kørsel fra convenience-butikken i landområder, og for de one-stop-shop-butikker, der var beliggende inden for 15 minutters kørsel.<sup>109</sup>
209. For så vidt angår de butikstyper (dagligvarebutikker), som ifølge ovennævnte praksis fra CMA lægger et konkurrencepres på convenience-butikker, herunder one-stop-shop butikker og mid-size butikker, har både Kommissionen og Konkurrencerådet vurderet det geografiske marked for detailsalg af dagligvarer.
210. Kommissionen har i sin praksis afgrænset det geografiske marked for detailsalg af dagligvarer som værende lokalt og afgrænset nærmere baseret på en køretid på eksempelvis 10, 20 eller 30 minutter i bil fra en given butik, afhængig af størrelsen af butikken og særlige lokale forhold.<sup>110</sup>

<sup>103</sup> Jf. bl.a. Competition and Markets Authority's afgørelse af 8. september 2022 i sag ME/7002/22, *Morrisons/McColl's*, punkt 39, samt af 20. april 2021 i sag ME/6911/20, *Bellis/Asda*, punkt 83.

<sup>104</sup> Jf. Bl.a. Competition and Markets Authority's afgørelse af 14. mart 2023 i sag ME/7018/22, *Asda/Arthur*, punkt 53, af 24. marts 2022 i sag ME/6966/21, *CD&R/Morrisons*, punkt 61, samt af 20. april 2021 i sag ME/6911/20, *Bellis/Asda*, punkt 83.

<sup>105</sup> Jf. bl.a. Competition and Markets Authority's afgørelse af 14. marts 2023 i sag ME/7018/22, *Asda/Arthur*, punkt 49 og 53, af 31. august 2018 i sag ME/6750/18, *Motor Fuel Group/MRH*, punkt 39-43, samt af 12. juli 2017 i sag ME/6677/17, *Tesco/Booker*, punkt 46-48.

<sup>106</sup> Jf. bl.a. Competition and Markets Authority's afgørelse af 23. marts 2018 i sag ME/6716-17, *CGL/Nisa*, punkt 35, af 2. september 2015 i sag ME/6541-15, *Booker/Musgrave*, punkt 40, af 20. december 2016 i sag ME/6632/16, *McCull's/CGL*, punkt 29-33, af 6. juni 2016 i sag ME/6588/16, *CFL/Booker*, punkt 33-38, af 19. oktober 2016 i sag ME/6625/16, *CFL/My Local*, punkt 43, af 28. november 2014 i sag ME/6466/14, *Asda/CGL*, punkt 28, af 24. juli 2015 i sag ME/6529-15, *Netto/CGL*, punkt 21-23, af 20. oktober 2008 i sag ME/3777/08, *CGL/Somerfield*, punkt 20 og 25.

<sup>107</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 20. december 2016 i sag ME/6632/16, *McCull's/CGL*, punkt 29-33.

<sup>108</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 23. marts 2018 i sag ME/6716-17, *CGL/Nisa*, punkt 34-35 og 127.

<sup>109</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 23. marts 2018 i sag ME/6716-17, *CGL/Nisa*, punkt 127-128.

<sup>110</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 20, samt den i afgørelsens fodnote 12, anførte praksis.

Kommissionen har endvidere overvejet om markedet kunne afgrænses nationalt, dog uden at tage endelig stilling hertil.<sup>111</sup>

211. Konkurrencerådet har i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, og senest i *Sallings Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, umiddelbart vurderet, at det geografiske marked for detailsalg af dagligvarer ikke er bredere end nationalt, bl.a. grundet nationale konkurrenceparametre, og har elementer af lokal konkurrence. Konkurrencerådet vurderede, at der til brug for vurderingen af fusionerne, og i overensstemmelse med bl.a. Kommissionens praksis, kunne afgrænses lokale markeder fx med udgangspunkt i 10 minutters køretid i bil fra hver af parternes butikker afhængigt af, om butikken lå i et by- eller landområde.<sup>112</sup> Den endelige afgrænsning stod dog åben.
212. Parterne har anført, at det relevante geografiske marked for convenience-varer formentlig kan afgrænses lokalt, og at den endelige afgrænsning kan stå åben.<sup>113</sup> For så vidt angår dagligvarebutikkerne har parterne anført, at markedet for detailsalg af dagligvarer indeholder både en national og en regional, eventuel lokal, dimension, men at den endelige afgrænsning af markedet for detailsalg af dagligvarer kan stå åben, da fusionen ikke vil medføre konkurrencehæmmende effekter, uanset om markedet afgrænses nationalt eller snævrere.<sup>114</sup>
213. På baggrund af bl.a. ovennævnte praksis fra CMA er det styrelsens vurdering, at der til brug for vurderingen af nærværende fusion skal tages udgangspunkt i lokale markeder, men at markedet for detailsalg af convenience-varer også har en national dimension som følge af, at en række konkurrenceaspekter bestemmes fra centralt hold og anvendes bredt på national plan, jf. afsnit 5.3.1.3 nedenfor.
214. I tråd med praksis fra CMA vurderer styrelsen, at der i forbindelse med vurderingen af lokale markeder kan tages udgangspunkt i lokale områder på fem minutters kørsel i bil fra hver convenience-butik (OK Plus-butik). I lyset af Konkurrencerådets tidligere praksis vedrørende markedet for detailsalg af dagligvarer samt ovennævnte praksis fra CMA vedrørende convenience-varer vil styrelsen endvidere tage hensyn til konkurrencesituationen og det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikker ud fra lokale områder på 10 minutters køretid i bil fra convenience-butikkerne, hvor dette vurderes relevant.
215. Den endelige afgrænsning af det geografiske marked kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen som følge af de afgivne tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af convenience-varer, uanset om markedet afgrænses nationalt eller snævert til lokale områder afgrænset ud fra 5 eller 10 minutters køretid fra OK Plus-butikkerne.

### 5.2.3.3 Konklusion – markedet for detailsalg af convenience-varer

216. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at der kan afgrænses et marked for detailsalg af convenience-varer. I tråd med praksis fra CMA vurderer styrelsen umiddelbart, at convenience-butikkerne er underlagt et asymmetrisk konkurrencepres fra dagligvarebutikker, mens det omvendte ikke er tilfældet.
217. Det er endvidere styrelsens umiddelbare vurdering, at markedet for detailsalg af convenience-varer både har en lokal og en national dimension. Styrelsen vurderer i den forbindelse, at der på linje med praksis fra CMA kan afgrænses lokale markeder, fx med udgangspunkt i kørselstid

<sup>111</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. november 2004 i sag M.3464, *Kesko/ICA/JV*, punkt 17.

<sup>112</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 215, og Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Sallings Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 177.

<sup>113</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 311.

<sup>114</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 310.

i bil på fem minutter omkring hver OK Plus-butik. I vurderingen af de lokale markeder vil styrelsen – bl.a. i lyset af Konkurrencerådets praksis vedrørende markedet for detailsalg af dagligvarer – tage hensyn til det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikker ud fra lokale områder på 10 minutters køretid i bil fra hver OK Plus-butik, hvor dette vurderes relevant. Styrelsen vil dog vurdere fusionen i forhold til både risiko for nationale og lokale virkninger.

218. Den endelige afgrænsning af det relevante marked kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen som følge af de afgivne tilsagn ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af convenience-varer, uanset om markedet afgrænses snævert til detailsalg af convenience-varer fra servicestationer eller bredere til også at inkludere salg fra kiosker og dagligvarebutikker, og uagtet om markedet afgrænses nationalt eller snævert til lokale områder afgrænset ud fra 5 eller 10 minutters køretid fra OK Plus-butikkerne.

## 5.2.4 Markedet for engrossalg af dagligvarer

219. Coop Danmark er aktiv med engrossalg af dagligvarer og leverer udelukkende dagligvarer til Coop Danmark-brandede butikker.<sup>115</sup>

### 5.2.4.1 Det relevante produktmarked

220. Kommissionen har i tidligere praksis afgrænset et særskilt marked for engrossalg af dagligvarer.<sup>116</sup> I *Ahold/Superdiplo* fandt Kommissionen at markedet omfattede levering af produkter til tredjemand (andre forhandlere, hoteller, restauranter og andre store kunder), hovedsageligt fra producenter, grossister og "cash and carry"-butikker.<sup>117</sup>
221. I *Kesko/Tuko* fandt Kommissionen, at de produkter, der føres af grossister, der handler med dagligvarer, hovedsageligt er afhængige af hvilke produkter, der sælges i detailledet. Kommissionen lod dog den endelige afgrænsning af produktmarked stå åbent.<sup>118</sup>
222. Konkurrencerådet<sup>119</sup> og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen<sup>120</sup> har ligeledes tidligere afgrænset et marked for engrossalg af dagligvarer.
223. Konkurrencerådet har senest i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* vurderet, at der kan afgrænses et marked for engrossalg af dagligvarer, men lod den endelige afgrænsning stå åben.<sup>121</sup>
224. Konkurrencerådet og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har tidligere overvejet spørgsmålet om, hvorvidt markedet for engrossalg af dagligvarer også omfatter koncerninternt engrossalg af dagligvarer. Konkurrencerådet har i sin tidligere praksis taget udgangspunkt i et engrosmarked for salg af dagligvarer, der omfattede engrossalg til selvstændige købmænd, eksklusive

<sup>115</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 264.

<sup>116</sup> Jf. fx Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, *Ahold/Superdiplo*, og Kommissionens afgørelse af 26. juli 2001 i sag M.2425, *COOP NORDEN*.

<sup>117</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, *Ahold/Superdiplo*, punkt 15.

<sup>118</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 20. november 1996 i sag IV/M.784 *Kesko/Tuko*, punkt 24-25.

<sup>119</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, og Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*.

<sup>120</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 12. januar 2024, *Dagrofas overtagelse af syv detailbutikker fra REMA 1000*, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *NorgesGruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*.

<sup>121</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 224, og Konkurrencerådets afgørelse af 29. november 2023, *Sallings Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 130.



brugsforeninger, men at den interne grossistomsætning i kapitalkæderne ikke var omfattet. Konkurrencerådet lod dog den endelige afgrænsning af engrosmarkedet stå åben.<sup>122</sup>

225. Konkurrencerådet har endvidere overvejet at segmentere markedet efter varegrupper eller grossisttyper, dvs. henholdsvis fuldsortimentsgrossister og specialgrossister, dog uden af have taget endelig stilling hertil.<sup>123</sup>
226. Parterne har angivet, at det relevante engrosmarked kan afgrænses, så det ikke inkluderer den interne grossistomsætning i kapitalkæderne, herunder salg til Brugsforeninger, men at den endelige afgrænsning kan stå åben.<sup>124</sup>
227. Det er styrelsens vurdering, at det relevante produktmarked i overensstemmelse med praksis kan afgrænses til markedet for engrossalg af dagligvarer. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af dagligvarer, 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 de selvstændige brugsforeninger og/eller koncerninternt salg.

#### 5.2.4.2 Det relevante geografiske marked

228. Kommissionen har tidligere afgrænset markedet for engrossalg af dagligvarer som værende nationalt.<sup>125</sup> I *Ahold/Superdiplo* udtalte Kommissionen, at Kommissionen anser markedet for engrossalg af dagligvarer for værende nationalt grundet en række faktorer såsom type producenter (normalt små og mellemstore virksomheder), forbrugerpræferencer, forskellige og ikke-substituerbare distributionskanaler og forhandlinger om prisbetingelser.<sup>126</sup> Kommissionen har dog ladet det stå åbent, om markedet skulle afgrænses nationalt eller bredere.<sup>127</sup>
229. Konkurrencerådet har senest i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* vurderet, at markedet for engrossalg af dagligvarer umiddelbart kan afgrænses som værende nationalt, men holdt den endelige afgrænsning åben.<sup>128</sup> Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ligeledes tidligere afgrænset markedet for engrossalg af dagligvarer som nationalt, men har holdt den endelige afgrænsning åben.<sup>129</sup>

<sup>122</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 222. Jf. også Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, afsnit 5.1.2.1.

<sup>123</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 207-212, og Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2007, *SuperGros' samhandelsbetingelser*, punkt 95 ff.

<sup>124</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 271.

<sup>125</sup> 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 NORDEN*, punkt 21.

<sup>126</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, *Ahold/Superdiplo*, punkt 21.

<sup>127</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, *Ahold/Superdiplo*, punkt 22, og Kommissionens afgørelse af 26. juli 2001 i sag M.2425, *COOP NORDEN*, punkt 21.

<sup>128</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 228-230. Tilsvarende Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 233-234.

<sup>129</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 12. januar 2024, *Dagrofas overtagelse af syv detailbutikker fra Rema 1000*, afsnit 4.2.2. Tilsvarende Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, afsnit 5.1.2.2.

230. Parterne har angivet, at markedet for engrossalg af dagligvarer bør afgrænses nationalt, men at den endelige afgrænsning kan stå åben, da fusionen ikke vil medføre konkurrencehæmmende effekter, uanset om markedet afgrænses nationalt eller bredere.<sup>130</sup>
231. Det er styrelsens vurdering, at det relevante geografiske marked i overensstemmelse med praksis kan afgrænses til nationalt. Den endelige afgrænsning af det geografiske marked kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af dagligvarer, uanset om markedet afgrænses nationalt eller bredere.

#### 5.2.4.3 Konklusion – markedet for engrossalg af dagligvarer

232. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at der i overensstemmelse med tidligere praksis kan afgrænses et nationalt marked for engrossalg af dagligvarer. Styrelsens finder ikke anledning til at afvige fra praksis i nærværende sag.
233. Den endelige afgrænsning af det relevante marked kan dog stå åben i denne sag, idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af dagligvarer, 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 de selvstændige brugsforeninger og/eller koncerninternt salg, og uanset om markedet afgrænses nationalt eller bredere.

### 5.3 Vurderingen af fusionens konkurrencemæssige virkninger

234. 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.

#### 5.3.1 Vurderingen af det kontrafaktiske scenarie

235. Det følger af Kommissionens retningslinjer for vurderingen af horisontale og ikke-horisontale fusioner, at:

*”Når Kommissionen vurderer en fusions konkurrencemæssige virkninger, sammenligner den de konkurrenceforhold, som den anmeldte fusion ville medføre, med de forhold, der ville gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemføres.”<sup>131</sup> [styrelsens understregning].*

236. 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.
237. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner angiver at:

<sup>130</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 274.

<sup>131</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser, (2004 C 31/5), punkt 9 (“Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner”), og Kommissionens retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2008/C 265/07) (“Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner”), punkt 20.

*"(...) I de fleste tilfælde er det mest relevant at sammenligne med de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet, når man skal vurdere en fusions virkninger .(...)"<sup>132</sup> [styrelsens understregning].*

238. Dette er også fastslået i Kommissionens afgørelse i sagen *ArcelorMittal/Ilva*<sup>133</sup>:

*"(...) In principle, the competitive conditions existing at the time of notification constitute the relevant framework of comparison for evaluating the effects of a concentration. (...)"<sup>134</sup> [styrelsens understregning].*

239. Under visse omstændigheder kan der også tages hensyn til de forventede fremtidige ændringer på markedet, jf. punkt 9 i Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner:

*"Under visse omstændigheder kan Kommissionen dog tage hensyn til de forventede fremtidige ændringer på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges. Når den skal vurdere, hvad der er en relevant sammenligning, kan den især tage hensyn til den sandsynlige virksomhedstilgang eller -afgang, hvis fusionen ikke gennemføres."<sup>135</sup> [styrelsens understregning].*

240. Dette understøttes også af praksis.<sup>136</sup>

241. Det er videre fastslået af Retten i Første Instans, at Kommissionens bedømmelse af en fusions forenelighed med fællesmarkedet udelukkende skal foretages

*"på grundlag af de faktiske og retlige omstændigheder, der foreligger på tidspunktet for anmeldelsen af fusionen, og ikke på grundlag af hypotetiske forhold, hvis økonomiske rækkvidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor beslutningen træffes."<sup>137</sup> [styrelsens understregning].*

242. I det følgende vil styrelsen redegøre for parternes anbringender om det kontrafaktiske scenarie. Derefter vil styrelsen foretage en vurdering af, hvad der udgør det relevante kontrafaktiske scenarie i denne sag.

### **5.3.1.1 Parternes anbringender vedrørende det kontrafaktiske scenarie og offentlige udmeldinger**

243. Coop Danmark har i fusionsanmeldelsen beskrevet, at [xxx].<sup>138</sup> Coop Danmark vurderer endvidere, [xxx].<sup>139</sup>

<sup>132</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9, 2. punktum.

<sup>133</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*.

<sup>134</sup> Jf. fx Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 409 samt den i fodnote 284 nævnte praksis.

<sup>135</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9.

<sup>136</sup> Jf. fx Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 409.

<sup>137</sup> Jf. Retten i Første Instans' dom af 19. maj 1994 i sag T-2/93, *Air France*, punkt 70. Sagen omhandler dog jurisdiktionssspørgsmål, men formuleres i generelle vendinger, som Retten senere hen henviser til.

<sup>138</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 87.

<sup>139</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 85.

244. Coop Danmark har gjort gældende, at det kontrafaktiske scenarie for Coop Danmark vil være at [xxx].<sup>140</sup> Coop Danmark har oplyst, [xxx].<sup>141</sup> [xxx].<sup>142</sup>
245. [xxx]. [xxx],<sup>143</sup> [xxx],<sup>144</sup> [xxx]<sup>145</sup> [xxx].
246. Coop Danmark har desuden oplyst, at [xxx]. Tilsvarende er Coop Danmark [xxx].<sup>146</sup>
247. Coop Danmark har på et møde med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen den 28. februar 2024 angivet, at Coop Danmark i 2023 [xxx].<sup>147</sup> [xxx].<sup>148</sup>
248. Coop Danmark har i forbindelse med fusionen [xxx]:
- "[xxx]."<sup>149</sup>
249. Coop Danmark angav på mødet med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen den 28. februar 2024, at [xxx].<sup>150</sup>
250. Coop Danmark har desuden oplyst, at [xxx].<sup>151</sup> I den forbindelse bemærker styrelsen, at styrelsen [xxx].
251. Coop Danmark har oplyst, at: "[xxx]."<sup>152</sup>
252. Coop Danmark har endvidere bl.a. oplyst, at: "[xxx]."<sup>153</sup>
253. Coop Danmark har endvidere redegjort for, [xxx].<sup>154</sup>
254. For OK vil det kontrafaktiske scenarie være *ikke* at erhverve Coop Danmark, [xxx], ifølge OK, [xxx]. Efter OK's forståelse og forventning vil dette [xxx].<sup>155</sup>
255. OK har [xxx],<sup>156</sup> [xxx].<sup>157</sup>

---

<sup>140</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 85.

<sup>141</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 87.

<sup>142</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 91.

<sup>143</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 89.

<sup>144</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag D.2, jf. Bilag 18.

<sup>145</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag D.3, jf. Bilag 18.

<sup>146</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 93.

<sup>147</sup> Jf. Præsentation til møde mellem Coop Danmark og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen den 28. februar 2024, slide 12, j.nr. 24/02021-5.

<sup>148</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 17, side 17-18.

<sup>149</sup> Mail med [xxx], fremsendt den 25. marts 2024, j.nr. 24/02021-26.

<sup>150</sup> Jf. Referat fra møde mellem Coop Danmark og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen den 28. februar 2024, j.nr. 24/02021-3.

<sup>151</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 95.

<sup>152</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 85.

<sup>153</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 85.

<sup>154</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 86.

<sup>155</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 72.

<sup>156</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag C.1 og C.2, jf. Bilag 18.

<sup>157</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 77.

---

- 
256. OK angiver i fusionsanmeldelsen, [xxx].<sup>158</sup> [xxx].<sup>159</sup> [xxx].<sup>160</sup>
257. Henset til parternes anbringender om, at [xxx] [xxx], har styrelsen anmodet Coop Danmark om [xxx]. Coop Danmark [xxx].<sup>161</sup>

### 5.3.1.2 Styrelsens vurdering af det kontrafaktiske scenarie

258. Som beskrevet ovenfor beror fastlæggelsen af det kontrafaktiske scenarie på en konkret vurdering af de faktiske og retlige omstændigheder, som i rimelig grad kan forudsiges. Under visse omstændigheder kan der tages hensyn til forventede fremtidige ændringer, herunder sandsynlig virksomhedstilgang- eller afgang, som i rimelig grad kan forudsiges.
259. I afsnittet ovenfor er der redegjort for Coop Danmarks nuværende økonomiske situation.
260. Som anført ovenfor i punkt 257 har Coop Danmark [xxx],<sup>162</sup> [xxx].
261. For så vidt angår Coop Danmarks anbringende om [xxx], har Coop Danmark oplyst, at det er Coop Danmarks vurdering, at det er [xxx], jf. ovenfor i punkt 245. Coop Danmark har ikke i fusionsanmeldelsen eller de fremsendte bilag dokumenteret, begrundet eller i øvrigt redegjort nærmere for, [xxx]. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at [xxx] ikke i rimelig grad forudsiges som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie i denne sag.
262. For så vidt angår Coop Danmarks anbringende om, at Coop Danmark [xxx], bemærker styrelsen, at Coop Danmark [xxx], og at Coop Danmark har anført, at [xxx]. Desuden har Coop Danmark oplyst, at [xxx].
263. Dog vurderer styrelsen, at Coop Danmark i det kontrafaktiske scenarie [xxx]. Denne vurdering understøttes af, at Coop Danmark [xxx]<sup>163</sup> [xxx]. Det er styrelsens vurdering, at [xxx].
264. Henset til, at Coop Danmark ikke på nuværende tidspunkt [xxx], er det styrelsens vurdering, at [xxx] således er forhold, hvis rækkevidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor afgørelsen i denne sag træffes. [xxx] kan derfor ikke i rimelig grad forudsiges som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie i denne sag.
265. På baggrund af ovenstående er det derfor styrelsens samlede vurdering, at fusionens virkninger på konkurrencen i denne sag skal sammenholdes med markedssituationen, som den gør sig gældende før fusionen, dvs. status quo.

### 5.3.1 Indbyrdes konkurrence mellem henholdsvis OK og Coop Danmark og de aktører, der er aktive under de respektive koncepter

266. Til brug for styrelsens vurdering af fusionens virkninger er det relevant at undersøge, om de servicestationer og butikker, der drives under parternes respektive koncepter, jf. Tabel 5.1, udøver et disciplinerende konkurrencepres på hinanden inden for koncepterne. Det gøres ved at undersøge, om parterne har kontrol over de servicestationer og butikker, der drives under deres respektive koncepter, og om de enkelte ejere har et selvstændigt råderum til at

---

<sup>158</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 84.

<sup>159</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag C.2, side 10, jf. Bilag 18.

<sup>160</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag C.2, side 20, jf. Bilag 18.

<sup>161</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 97 samt bl.a. i parternes besvarelse af 10. maj 2024, punkt 58 og på møde med styrelsen den 26. april 2024.

<sup>162</sup> [xxx]

<sup>163</sup> Jf. Coop Danmarks årsrapport 2021, side 9, Coop Danmarks årsrapport 2022, side 11 og Coop Danmarks årsrapport 2023, side 9.

---



konkurrere med hinanden, samt i hvilket omfang. Styrelsens vurdering af indbyrdes konkurrence er dermed til dels sammenfaldende med vurderingen af kontrol, da vurderingen baseres på principperne for kontrol i Kommissionens jurisdiktionsmeddelelse, men inddrager også andre elementer som fx økonomiske incitamenter.

Tabel 5.1 **Oversigt over aktører under parternes kædekoncepter**

 <u>OK-konceptet</u>	 <u>Coop Danmarks kædekonceptet</u>	 <u>OK Plus-konceptet</u>
OK-ejede OK-stationer	Coop Danmark-ejede butikker	OK-ejede OK Plus-butikker
Coop Danmark-ejede OK-stationer	Brugsforeningsejede butikker	OK Plus-butikker drevet af forpagtere
Brugsforeningsejet OK-stationer		OK Plus-butikker ejet af selvstændige forhandlere
OK-stationer ejet af selvstændige		

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 4, punkt 258 samt 231.

267. Det fremgår af jurisdiktionsmeddelelsen, at for at en aftale skal kunne resultere i kontrol, må den føre til en kontrol med den anden virksomheds ledelse og ressourcer, der svarer til den kontrol, der opnås gennem erhvervelse af aktier eller aktiver. For at en aftale skal kunne resultere i kontrol, skal den, ud over at give kontrol med ledelsen og ressourcerne, være meget langvarig (normalt uden mulighed for førtidig opsigelse for den part, der overdrager de aftalebaserede rettigheder).<sup>164</sup>
268. Det fremgår endvidere af jurisdiktionsmeddelelsen, at franchiseforhold normalt ikke i sig selv anses for at give franchisegiver kontrol med franchisetager. Franchisetageren udnytter normalt virksomhedens ressourcer for egen regning, selvom vigtige aktiver kan tilhøre franchisegiver.<sup>165</sup> Kommissionen har i tidligere sager inddraget spørgsmålet om, hvorvidt franchisegiver opnår kontrol over franchisetager som følge af at have indflydelse på forskellige dele af franchisetagers forretning, til at vurdere, om franchisetagers markedsandele skulle medregnes i franchisegivers.<sup>166</sup>
269. Kommissionen fandt i *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide*, at Marriott og Starwood i deres egenskab af franchisegivere ikke havde en afgørende rolle for driften af deres franchisehoteller, herunder udviklingen og implementeringen af franchisehotellernes forretningsstrategi.<sup>167</sup> Som følge heraf vurderede Kommissionen, at parterne som hotelfranchisegivere ikke kontrollerede franchisehotellerne. Kommissionen vurderede derimod, at hotellerne blev drevet af deres respektive hotelejer og/eller leder uafhængigt af franchisegiver, og at

<sup>164</sup> Jf. Jurisdiktionsmeddelelsens (2008/C 95/01), punkt 18.

<sup>165</sup> Jf. Jurisdiktionsmeddelelsens (2008/C 95/01), punkt 19.

<sup>166</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 27. juni 2016 i sag M.7902, *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide* og Kommissionens afgørelse af 31. oktober 2018 i sag M.9099, *JIN JIANG/RADISSON*.

<sup>167</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 27. juni 2016 i sag M.7902, *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide*, punkt 199.

hotellerne dermed var i konkurrence med andre hoteller i samme kæde, hvorfor franchisetagers markedsandele ikke blev medregnet i fusionerende parterers markedsandele.<sup>168</sup>

270. Kommissionens vurdering var baseret på, at franchisetagerne var ansvarlige for i) den daglige drift af hotellet, ii) væsentlige strategiske beslutninger, herunder prisfastsættelse, budget og forretningsplan, iii) personalet og iv) vedligeholdelse af og investeringer i hotellet,<sup>169</sup> uagtet at franchisegiverne også havde rettigheder såsom retten til at godkende hoteldirektøren, retten til at godkende væsentlige hotelrenoveringer og ejerskifte af franchisehotellerne, som havde det formål at sikre, at kædens brandstandarder og omdømme blev respekteret.<sup>170</sup>
271. I *Jin Jiang/Radisson* fandt Kommissionen, at hoteller franchiseret af Jin Jiang og Radisson var drevet af deres hotelchefer uafhængigt og ikke centralt af hotelkæden selv.<sup>171</sup> Franchisehotellerne var, som i *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide*, ikke ejet af hotelkæden (Jin Jiang og Radisson).<sup>172</sup> I tråd med *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide* bemærkede Kommissionen, at både Jin Jiang og Radissons standardiserede franchiseaftaler indeholdt bestemmelser, der gjorde franchisetageren ansvarlig for den daglige drift af hotellet, som omfattede prisfastsættelse, budget og forretningsplan, beskæftigelse og personale spørgsmål, vedligeholdelse og investering af hotellet,<sup>173</sup> og fandt ligeledes som i *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide*, at parterne som hotel-franchisegivere højst sandsynligt ikke kontrollerede franchisehotellerne, hvorfor franchisetagers markedsandele ikke blev medregnet de fusionerende parterers markedsandele.<sup>174</sup>
272. Ovenstående afsnit i jurisdiktionsmeddelelsen om kontrol samt Kommissionens praksis kan anvendes som fortolkningsbidrag til vurderingen af indbyrdes konkurrence. Konkurrencerådet har også i tidligere praksis inddraget ovenstående i vurderingen af indbyrdes konkurrence.
273. Konkurrencerådet anvendte i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, ovenstående praksis som udgangspunkt til at vurdere, om, og i hvilken grad, de enkelte REMA 1000-købmænd var i indbyrdes konkurrerede og i hvilket omfang, det enten var REMA 1000 fra centralt hold eller de enkelte REMA 1000-købmænd, der havde kontrol over driften af butikkerne.<sup>175</sup>
274. Konkurrencerådet vurderede, at den enkelte REMA 1000-købmand til en vis grad havde mulighed for at styre eller delvist styre en række konkurrenceparametre lokalt, fx i forhold til pris-sætning, vareudvalg og personalesammensætning, på trods af at REMA 1000 ejede butikkerne, og at en række konkurrenceparametre blev bestemt af REMA 1000 fra centralt hold. Konkurrencerådet vurderede samtidigt, at konkurrencepresset mellem de enkelte REMA 1000-købmænd ikke kunne anses som værende lige så disciplinerende som konkurrencepresset fra øvrige dagligvarebutikker, der ikke var i koncern med REMA 1000, hvorfor Konkurrencerådet i

<sup>168</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 27. juni 2016 i sag M.7902, *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide*, punkt 199.

<sup>169</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 27. juni 2016 i sag M.7902, *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide*, punkt 194.

<sup>170</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 27. juni 2016 i sag M.7902, *Marriott International/Starwood Hotels & Resorts Worldwide*, punkt 195.

<sup>171</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 31. oktober 2018 i sag M.9099, *JIN JIANG/RADISSON*, punkt 69.

<sup>172</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 31. oktober 2018 i sag M.9099, *JIN JIANG/RADISSON*, punkt 13.

<sup>173</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 31. oktober 2018 i sag M.9099, *JIN JIANG/RADISSON*, punkt 69.

<sup>174</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 31. oktober 2018 i sag M.9099, *JIN JIANG/RADISSON*, punkt 71.

<sup>175</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

vurderingen tog udgangspunkt i, at de enkelte REMA 1000-butikker ikke kunne betragtes som helt uafhængige konkurrenter.<sup>176</sup>

275. Med udgangspunkt i praksis beskrevet ovenfor vil der idet følgende først vurderes den indbyrdes konkurrence mellem OK, Coop Danmark, Brugsforeningerne og de selvstændige i afsnit 5.3.1.1 nedenfor, dernæst det indbyrdes konkurrenceforhold mellem de Coop Danmark-ejede og Brugsforeningsejede dagligvarebutikker, der drives under Coop Danmarks kædekoncepter, jf. afsnit 5.3.1.2 nedenfor, og til sidst det indbyrdes konkurrenceforhold mellem OK, de selvstændige forhandlere og forpagterne, der driver convenience-butikker under OK Plus-brandet, jf. afsnit 5.3.1.3 nedenfor.

### 5.3.1.1 Forholdet mellem OK og de aktører, der driver OK-stationer på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer

276. På markedet for detailsalg af motorbrændstoffer har OK indgået samarbejdsaftale på franchiselignende forhold med både Coop Danmark, Brugsforeninger og selvstændige om detailsalg af motorbrændstoffer gennem OK-brandede servicestationer i Danmark.<sup>177</sup> Coop Danmark ejer og driver 153 servicestationer og lejer syv servicestationer af OK, mens Brugsforeningerne ejer og driver [xxx] servicestationer, og de selvstændige forhandlere ejer og driver [xxx] servicestationer, jf. Tabel 3.1 ovenfor.<sup>178</sup>
277. OK og Coop Danmark har indgået Samarbejdsaftalen (herefter "Samarbejdsaftalen") vedrørende Coop Danmarks drift af OK-stationer. [xxx].<sup>179</sup> Coop Danmark har ingen indflydelse på eller kontrol over Brugsforeningernes ageren i forhold til detailsalg af motorbrændstoffer.<sup>180</sup> [xxx].<sup>181</sup> Parterne har desuden anført, at [xxx].<sup>182</sup>
278. De selvstændige forhandlere har ingen relation til hverken Coop Danmark eller Brugsforeningerne.<sup>183</sup> OK har anført, at OK har en skabelon for disse samarbejdsaftaler, der i al væsentlighed [xxx].<sup>184</sup>
279. Parterne har anført, at konkurrencen mellem de OK-ejede OK-stationer og de øvrige aktører, der driver OK-brandede servicestationer i Danmark er [xxx], som følge af, at både Coop Danmark, Brugsforeninger og de selvstændige [xxx], samt at der er et fælles koncept for OK-stationerne, herunder i forhold til produktsortiment, tekniske standarder, fælles national markedsføring og fælles visuelt udtryk.<sup>185 186</sup>

*Vurdering af indbyrdes konkurrence mellem OK og henholdsvis Coop Danmark, Brugsforeningerne og de selvstændige før fusionen*

<sup>176</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 357

<sup>177</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 139.

<sup>178</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 172-173.

<sup>179</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 6.a, punkt 1.2-1.3.

<sup>180</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 151.

<sup>181</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 6.a, punkt 2.2.3 og 2.3.3.

<sup>182</sup> Jf. Parternes besvarelse af 3. maj 2024 på styrelsens spørgsmål af 24. april, punkt 43.

<sup>183</sup> Enkelte af de selvstændige er tidligere Brugsforeninger, der har afsluttet samarbejdet med Coop Danmark, der efterfølgende er fortsat som OK-forhandler under en selvstændig aftale med OK, jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 174.

<sup>184</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 176, samt Bilag 7.

<sup>185</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 380 og 385.

<sup>186</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 6, punkt 10, samt Bilag 7, punkt 2.1.

280. Det er styrelsens vurdering, at det forhold, at Coop Danmark, Brugsforeningerne og de selvstændige ejer deres servicestationer, og både før og efter fusionen har mulighed for at opsigte aftaleforholdet med OK, indgå aftaler med andre aktører og drive deres forretning videre, i sig selv understøtter, at aftalen med OK om at drive servicestationerne efter OK-konceptet ikke medfører, at OK har kontrol med ledelse og ressourcer i Coop Danmark, Brugsforeningerne og de selvstændige, men at de hver især skal anses som uafhængige aktører på detailmarkedet for motorbrændstoffer.
281. Dette understøttes også af, at OK har oplyst, at det henholdsvis er Coop Danmark, Brugsforeningerne og de selvstændige, der driver servicestationerne for egen regning og risiko, samt at [xxx].<sup>187</sup>
282. Det er dog samtidig styrelsens vurdering, at selvom henholdsvis Coop Danmark, Brugsforeningerne og de selvstændige skal anses som uafhængige aktører, kan de ikke anses for at lægge et lige så stort konkurrencepres på hinanden og på OK som aktører, der sælger motorbrændstoffer under andre brands. Det skyldes bl.a., at det kan være vanskeligt for forbrugerne at gennemskue, at der er tale om forskellige aktører inden for det fælles OK-koncept, samt at OK har afgørende indflydelse på flere væsentlige strategiske beslutninger, herunder fx fælles national markedsføring. Dertil kommer, at Coop Danmark, Brugsforeningerne og de selvstændige hver især er andelshavere i OK via deres drift af OK-stationer, og at de derfor får del i det samlede overskud i OK. Det giver umiddelbart større incitament til at konkurrere med servicestationer inden for andre brands end øvrige OK-stationer.

### 5.3.1.2 Forholdet mellem Coop Danmark og Brugsforeningerne på markedet for detailsalg af dagligvarer

283. På markedet for detailsalg af dagligvarer har Coop Danmark indgået en franchiseaftale med Brugsforeninger om detailsalg af dagligvarer gennem Coop Danmarks kædekoncepter. Coop Danmark ejer og driver 595 dagligvarebutikker og har dertil aftaler med 275 Brugsforeninger, som i alt ejer og driver 355 dagligvarebutikker under Coop Danmarks kædekoncept i Danmark.
284. For de 275 Brugsforeninger i Danmark gælder Franchiseaftalen.<sup>188</sup> Coop Danmark har anført, at samarbejdsforholdet med Brugsforeningerne er struktureret på franchiselignende vilkår, således at Brugsforeningerne selvstændigt ejer og driver Brugsforeningsejede butikker i overensstemmelse med Coop Danmarks kædekoncepter under Franchiseaftalen.<sup>189</sup>
285. Coop Danmark har anført, at Coop Danmark i henhold til Franchiseaftalen fastsætter de overordnede rammer for kæden/franchiset og derigennem kontrollerer den fælles fremtoning og udtryk, men at Brugsforeningerne herudover selv beslutter deres priser, sortiment, kampagner (udover de nationale) og åbningstider.<sup>190</sup> Coop Danmark har endvidere anført, at Coop Danmark leverer dagligvarer til Brugsforeningerne [xxx].<sup>191</sup>

#### *Vurdering af indbyrdes konkurrence mellem Coop Danmark og Brugsforeningerne før fusionen*

286. Det er styrelsens vurdering, at da Brugsforeningerne i størstedelen af tilfældene ejer både grund og bygninger for de enkelte dagligvarebutikker, har Brugsforeningerne mulighed for at opsigte aftaleforholdet med Coop Danmark og fortsætte i en anden form med enten salg af

<sup>187</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 166.

<sup>188</sup> Coop Danmark har oplyst, at der gælder [xxx], jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 31.

<sup>189</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 24, samt Bilag 4, punkt 25.1, [xxx].

<sup>190</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 25.

<sup>191</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 26.

dagligvarer gennem en anden kæde eller øvrigt salg fra lokalerne.<sup>192</sup> En opsigelse fra Coop Danmarks side vil derfor ikke medføre, at Coop Danmark vil få kontrol over grund og butikslokale, selv i de tilfælde hvor Brugsforeningerne lejer butikslokalet, da det er tredjeparter, der ejer lejemålene, og da det er Brugsforeningerne, der har indgået lejekontrakt på lejemålet. Parterne har desuden anført, at der er flere tilfælde, hvor en Brugsforening har opsagt Franchiseaftalen med Coop Danmark og herefter fortsat med salg af dagligvarer fra Dagrofa.<sup>193</sup>

287. Det er styrelsens vurdering, at det forhold, at Brugsforeningerne ejer deres butikker eller lejer af tredjemand, og både før og efter fusionen har mulighed for at opsige aftaleforholdet med Coop Danmark, i sig selv understøtter, at Franchiseaftalen med Coop Danmark ikke medfører, at Coop Danmark har kontrol over driften i Brugsforeningerne.
288. Dette understøttes også af, at Brugsforeningerne [xxx].<sup>194</sup> Herudover har Brugsforeningerne indflydelse på [xxx].<sup>195</sup>
289. Det er dog samtidig styrelsens vurdering, at selvom Brugsforeningerne skal anses som uafhængige aktører fra Coop Danmark, kan de ikke anses som at lægge et lige så stort konkurrencepres på Coop Danmarks butikker på dagligvaremarkedet som øvrige dagligvarebutikker, der ikke opererer under Coop Danmarks kædekoncepter. Det skyldes bl.a., at det kan være vanskeligt for forbrugerne at gennemskue, at der er tale om forskellige aktører inden for et givent Coop Danmark-koncept, og da Coop Danmark har afgørende indflydelse på en række væsentlige strategiske beslutninger som fx fælles national markedsføring. Det giver umiddelbart større incitament til at konkurrere med butikker inden for andre brands end Coop Danmarks.
290. I styrelsens vurdering af lokale virkninger på markedet for detailsalg af convenience-varer vil Brugsforeningerne som udgangspunkt blive anset som uafhængige aktører fra hinanden og Coop Danmark, jf. afsnit 5.3.4.1.1 nedenfor. Betydningen af det indbyrdes konkurrenceforhold mellem Coop Danmark og Brugsforeningerne og Brugsforeningerne i mellem, som følge af de fælles kædekoncepter under Coop Danmarks brands, samt det forhold at OK efter fusionen bliver franchisegiver til Brugsforeningerne via Coop Danmark vil blive inddraget i vurderingen af de lokale områder i afsnit 5.3.4.1 nedenfor.

### 5.3.1.3 Forholdet mellem OK, forpagtere og selvstændige forhandlere af OK Plus-butikker på markedet for detailsalg af convenience-varer

291. Som anført i afsnit 3.2.1 ovenfor er OK aktiv med 65 OK Plus-butikker i Danmark. OK Plus-butikkerne er enten drevet af OK, selvstændige forhandlere eller forpagtere.<sup>196</sup>
292. Der er i alt [xxx] butikker, der er ejet og drevet af OK med en ansat bestyrer.<sup>197</sup> For disse OK Plus-butikker [xxx].<sup>198</sup>

<sup>192</sup> Brugsforeningerne har [xxx].

<sup>193</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, fodnote 32.

<sup>194</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 32, samt Bilag 4, punkt 22.1 og 22.2.

<sup>195</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 28-29, samt Bilag 4, punkt 1.1, 2.2 og 12.1-12.2.

<sup>196</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 10.

<sup>197</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 231.

<sup>198</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 233.



293. Der er i alt [xxx] butikker, der er ejet og drevet af selvstændige forhandlere.<sup>199</sup> OK har forklaret, at [xxx].<sup>200</sup> Samarbejdsforholdet mellem OK og de selvstændige forhandlere [xxx].<sup>201</sup>
294. Der er i alt [xxx] butikker, der er drevet af forpagtere. I modsætning til de selvstændige forhandlere, der selv ejer deres respektive butikker, er de bortforpagtede butikker ejet af OK. OK har indgået en forpagtningsaftale med de enkelte forpagtere. Forpagtningsaftalen [xxx].<sup>202</sup> Forpagterne er ligeledes omfattet af OK's aftale med Reitan A/S om vareleverancer fra REMA Distribution A/S, som er beskrevet nærmere nedenfor. Dette samarbejdsforhold [xxx].<sup>203</sup> Det fremgår af Forpagtningsaftalen mellem OK og forpagterne, [xxx].<sup>204</sup> OK har herudover anført, at forpagterne [xxx].<sup>205</sup>

*Rammeaftale mellem OK og Reitan A/S*

295. OK og Reitan A/S har indgået en rammeaftale om engrosindkøb, hvorefter alle OK Plus-butikkerne får leveret varer fra Reitan A/S gennem datterselskabet REMA Distribution Danmark A/S ("REMA Distribution"). Rammeaftalen gælder ifølge OK for alle OK Plus-butikkerne, uanset deres ejerskab og driftsform.<sup>206</sup>
296. OK har indgået aftale med de enkelte OK Plus-butikker, dvs. med forpagteren, bestyreren, forhandleren eller lign. (samlet omtalt af parterne som "stationslederen"), [xxx] i henhold til rammeaftalen mellem OK og Reitan A/S (herefter "Vareleveranceaftalen").<sup>207</sup> [xxx]:

"[xxx]"

297. OK har anført, at både forpagterne og de selvstændige forhandlere nyder en høj grad af autonomi i driften af og kontrollen med OK Plus-butikkerne, og at forpagterne og de selvstændige forhandlere [xxx].<sup>208</sup>

*Vurdering af indbyrdes konkurrence mellem OK-drevne butikker og henholdsvis forpagtere og selvstændige forhandlere før fusionen*

298. Hvad angår de bortforpagtede OK Plus-butikker, medfører det forhold, at OK ejer lokalerne, at OK har mulighed for at fortsætte driften af de bortforpagtede OK Plus-butikker, hvis forpagteren opsiges eller aftaleforholdet mellem OK og forpagteren på anden måde ophører.
299. Idet OK ejer de bortforpagtede OK Plus-butikker [xxx], er det styrelsens umiddelbare vurdering, at forpagtningsaftalen ikke medfører, at kontrollen over driften af butikken kan siges at være skiftet fra OK til forpagterne, men at det fortsat er OK, der har kontrollen over butikkerne. Det skyldes navnlig, at kriteriet i jurisdiktionsmeddelelsen punkt 18 om, at en aftale, ud over at give kontrol med ledelsen og ressourcerne, skal være meget langvarig og uden mulighed for førtidig opsigelse, før det kan anses for, at der er overdraget kontrol.<sup>209</sup> Denne umiddelbare vurdering

<sup>199</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 231. Butikkerne er placeret i Rebæk Søpark, Bredballe, Fårvang, Sønderborg, Sønder Omme, Lyne, Vanløse, Børup og Haslev.

<sup>200</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 234.

<sup>201</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 242, samt Bilag B.3, punkt 15.1-15.2, jf. Bilag 18.

<sup>202</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 232 og 242, samt Bilag B.1, punkt 2.2 og 2.3, jf. Bilag 18.

<sup>203</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag B.3, punkt 15.1-15.2, jf. Bilag 18.

<sup>204</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 232, samt Bilag B.1, afsnit 5, jf. Bilag 18.

<sup>205</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 244.

<sup>206</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 239.

<sup>207</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 237, samt Bilag B.3, jf. Bilag 18.

<sup>208</sup> Jf. Parternes besvarelse af 10. maj 2024 på styrelsens spørgsmål af 24. april, punkt 29, og Parternes fusionsanmeldelse punkt 232 sammenholdt med 234.

<sup>209</sup> Jf. Jurisdiktionsmeddelelsens (2008/C 95/01), punkt 18.

ændres ikke af, at OK har oplyst, at forpagterne driver OK Plus-butikkerne [xxx], da OK [xxx] har mulighed for at opsig forpagterne og selv fortsætte driften. Dermed er det styrelsens umiddelbare vurdering, at forpagterne ikke skal anses som uafhængige aktører af OK.

300. Det er imidlertid ikke nødvendigt at tage endelig stilling hertil, da parterne har afgivet tilsagn, der løser eventuelle betænkeligheder.
301. I styrelsens vurdering vil de bortforpagtede OK Plus-butikkers markedsandele blive medregnet i fusionsparternes samlede markedsandele, og i vurderingen af lokale virkninger på markedet for detailsalg af convenience-varer i afsnit 5.3.4.1 nedenfor vil styrelsen som udgangspunkt ikke sondre mellem, om OK Plus-butikken er ejet eller drevet af henholdsvis OK eller af en forpagter.
302. Hvad angår de selvstændige forhandlere, er det styrelsens vurdering, at da de ejer både grund og butikslokaler for de enkelte OK Plus-butikker, har de selvstændige forhandlere mulighed for at opsig aftaleforholdet med OK og fortsætte i en anden form enten gennem salg af convenience-varer eller gennem øvrig aktivitet på grunden. En opsigelse fra OK's side vil derfor ikke medføre, at OK vil få kontrol over grund og butikslokale.
303. Det er styrelsens vurdering, at det forhold, at de selvstændige forhandlere både før og efter fusionen har mulighed for at opsig aftaleforholdet med OK, indgå aftaler med andre aktører og drive deres forretning videre, i sig selv i høj grad understøtter, at aftalen med OK, om at drive OK Plus-butikkerne, ikke medfører, at OK ikke har kontrol med ledelse og ressourcer, men at de selvstændige forhandlere skal anses som uafhængige aktører i forhold til detailsalg af convenience-varer.
304. Dette understøttes af, at OK har oplyst, at de selvstændige forhandlere driver OK Plus-butikkerne [xxx], samt at [xxx].<sup>210</sup> Herudover er det de selvstændige forhandlere, der har ret til indtægterne fra butikken, som OK ikke får en del af.<sup>211</sup>
305. Det er dog også styrelsens vurdering, at de selvstændige forhandlere ikke lægger et lige så stort konkurrencepres på OK og de øvrige OK Plus-butikker, som aktører tilknyttet andre koncerner på markedet for convenience-varer, pga. det fælles OK Plus-koncept. Det skyldes bl.a., at det kan være vanskeligt for forbrugerne at gennemskue, at der er tale om forskellige aktører inden for det fælles OK Plus-koncept, samt at OK har [xxx].<sup>212</sup>
306. I styrelsens vurdering af lokale virkninger på markedet for detailsalg af convenience-varer vil de selvstændige forhandlere som udgangspunkt blive anset som uafhængige aktører fra OK, jf. afsnit 5.3.4.1.1.

### 5.3.2 Berørte markeder

307. Et relevant marked betragtes som et berørt marked, når i) to eller flere af fusionsparterne er aktive på det samme relevante produktmarked, og fusionen medfører, 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-/kunde-forhold mellem dem eller ej (vertikale forbindelser).<sup>213</sup>

<sup>210</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 241 og 244.

<sup>211</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 244.

<sup>212</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag B.2, afsnit 2.1 og tilhørende bilag 5, side 1, jf. Bilag 18.

<sup>213</sup> Jf. Bekendtgørelse om anmeldelse af fusioner, BEK nr. 690 af 25. maj 2020, Bilag 1, afsnit 7.

- 
308. I vurderingen af fusionens virkninger tager styrelsen, for så vidt angår marked for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder, udgangspunkt i et nationalt marked og lokale områder afgrænset til en køreafstand på op til 20 km fra hver af parternes servicestationer, jf. afsnit 5.2.1.2 ovenfor. For så vidt angår markedet for detailsalg af convenience-varer, tager styrelsen i sin vurdering af nærværende fusion udgangspunkt i lokale områder, men at markedet også har en national dimension. De lokale områder afgrænses ud fra en køretid på fem minutter i bil fra hver OK Plus-butik. I lyset af Konkurrencerådets tidligere praksis vedrørende markedet for detailsalg af dagligvarer samt praksis fra CMA vedrørende convenience-varer vil styrelsen endvidere tage hensyn til konkurrencesituationen og det asymmetrisk konkurrencepres fra dagligvarebutikker inden for en køretid på 10 minutter fra OK Plus-butikkerne, hvor det vurderes relevant, jf. afsnit 5.2.3.2 ovenfor.

### 5.3.2.1 Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer

309. Fusionen indebærer, at den fusionerede enhed opnår markedsandele på 15 pct. eller derover på det nationale marked for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder og på den eventuelle segmentering af markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i salg af benzin samt på en række lokale markeder, hvorfor disse markeder er horisontalt berørte.<sup>214</sup> For så vidt angår det overordnede marked for detailsalg af motorbrændstoffer samt de eventuelle segmenteringer af dette i henholdsvis i) salg af diesel og ii) salg til B2B-kunder, overstiger parternes samlede nationale markedsandele ikke 15 pct., hvorfor disse nationale markeder ikke er horisontalt berørte,<sup>215</sup> og disse behandles derfor ikke yderligere i afgørelsen.
310. Til brug for vurdering af fusionens virkninger tager styrelsen udgangspunkt i et marked for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder. Det skyldes, at de eventuelle segmenteringer af markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i salg til B2B-kunder, og salg af henholdsvis benzin og diesel ikke giver anledning til øvrige konkurrencemæssige betænkeligheder.
311. Som beskrevet i afsnit 5.3.3.2 nedenfor, giver fusionen anledning til i alt 327 lokale områder inden for en køreafstand på op til 20 km med udgangspunkt i hver af parternes servicestationer, hvor parterne har overlappende aktiviteter. Endvidere medfører fusionen, at der i 35 af de lokale områder inden for en køreafstand på enten 2,5 km, 5 km eller 20 km sker en reduktion i antallet af aktører inklusive parterne til tre eller færre, og hvor parternes kombinerede markedsandele efter fusionen vil være over 15 pct. Fusionens effekter i de lokale områder behandles nærmere i afsnit 5.3.3.2 nedenfor.

### 5.3.2.2 Markedet for engrossalg af motorbrændstoffer

312. OK har før fusionen aktiviteter inden for engrossalg af motorbrændstoffer til alle OK-brandede servicestationer, herunder både til i) OK-ejede OK-stationer, ii) Coop Danmark-ejede OK-stationer, iii) Brugsforeningsejede OK-stationer og iv) OK-stationer ejet af selvstændige samt direkte salg til industrien.<sup>216</sup> Coop Danmark har før fusionen ikke aktiviteter inden for engrossalg af motorbrændstoffer, hvorfor markedet for engrossalg af motorbrændstoffer ikke er horisontalt berørt.<sup>217</sup>
313. OK har før fusionen en markedsandel på over 25 pct. på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer i Danmark samt på segmenterne for engrossalg af henholdsvis benzin og diesel.<sup>218</sup> Markedet er således vertikalt berørt som følge af OK's aktiviteter på markedet for engrossalg af

---

<sup>214</sup> Jf. Styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter.

<sup>215</sup> Jf. Styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter.

<sup>216</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 210, samt styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter.

<sup>217</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 217.

<sup>218</sup> Jf. Styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter.

motorbrændstoffer og Coop Danmarks aktiviteter på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer.

314. Der er derfor potentielt risiko for, at der kan opstå konkurrencemæssige betænkeligheder i form af, at OK efter fusionen vil inputafskærme aktører på detailmarkedet, herunder særligt Brugsforeningsejede OK-stationer og OK-stationer ejet af selvstændige, for at begrænse konkurrencepresset på OK-ejede OK-stationer samt de herunder tilkomne Coop Danmark-ejede OK-stationer.
315. Det er dog styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til sådanne betænkeligheder, da OK hverken har mulighed for eller incitament til at inputafskærme Brugsforeningerne og de selvstændige, der deltager i OK-konceptet.
316. Det skyldes for det første, at Coop Danmark også før fusionen foretager al sit indkøb af motorbrændstoffer gennem OK, [xxx],<sup>219</sup> og dette ændrer sig derfor ikke med fusionen, da Coop Danmarks indkøb af motorbrændstoffer blot integreres til at være koncerninternt. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen ikke øger OK's markedsstyrke på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer, hvorfor fusionen ikke ændrer OK's mulighed for potentielt at inputafskærme Brugsforeningerne og de selvstændige, der deltager i OK-konceptet.
317. For det andet er det styrelsens vurdering, at OK ikke før fusionen har mulighed for at inputafskærme Brugsforeningsejede OK-stationer og OK-stationer ejet af selvstændige, og at fusionen ikke ændrer denne mulighed. Det er styrelsens vurdering, at OK's engrossalg af motorbrændstoffer ikke kan anses for at være et kritisk input,<sup>220</sup> da aktører på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer kan købe af andre aktører på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer. Brugsforeningerne og de selvstændige kan derfor opsige samarbejdsaftalen med OK og indgå indkøbsaftaler med øvrige aktører på markedet for engrossalg af motorbrændstoffer, eksempelvis DCC. Såfremt OK forsøgte at inputafskærme Brugsforeningerne eller de selvstændige ved at stoppe salget eller på anden vis forringe vilkårene, ville det dermed formentlig føre til, at de OK-ejede OK-stationer ville blive udsat for et større konkurrencepres, end de var udsat for fra OK-brandede servicestationer, jf. afsnit 5.3.1.1 ovenfor, og endvidere at OK ville tabe sin indtjening ved sit engrossalg til disse servicestationer.
318. Derudover har OK oplyst styrelsen, [xxx].<sup>221</sup>
319. Styrelsen vil på baggrund af ovenstående ikke behandle markedet for engrossalg af motorbrændstoffer yderligere, da styrelsen vurderer, at OK ikke har mulighed for at inputafskærme Brugsforeningerne og de selvstændige, der deltager i OK-konceptet, og fusionen vil derfor ikke hæmme den effektive konkurrence betydeligt, uagtet hvorledes markedet segmenteres.

### 5.3.2.3 Markedet for detailsalg af convenience-varer

320. På et nationalt marked for detailsalg af convenience-varer er det styrelsens vurdering, at Coop Danmark lægger et meget begrænset konkurrencepres på OK Plus-butikker inden fusionen. Det skyldes særligt, at Coop Danmark ikke har butikskoncepter, der kan betragtes som convenience-butikker, jf. afsnit 3.2.2 ovenfor. Der er dermed ikke et direkte konkurrencepres mellem parterne på dette marked.

---

<sup>219</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 162.

<sup>220</sup> Motorbrændstoffer er generelt kendetegnet ved at være homogene produkter, jf. afsnit 4.2 ovenfor.

<sup>221</sup> Jf. Præsentation til møde mellem Coop Danmark og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen den 28. februar 2024, slide 13, j.nr. 24/02021-5.

- 
321. OK har før fusionen en markedsandel på ca. [5-10] pct.<sup>222</sup> inden for detailsalg fra convenience-butikker i Danmark,<sup>223</sup> og der findes ud over Coop Danmark en række andre væsentlige dagligvareaktører i Danmark, der lægger et asymmetrisk konkurrencepres. Derudover er det styrelsens vurdering, at det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikkerne på markedet for detailsalg af convenience-varer primært udspiller sig lokalt og kun i begrænset omfang nationalt, jf. afsnit 5.2.3 ovenfor. På baggrund heraf er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på et nationalt marked for convenience-varer. Dette marked behandles derfor ikke yderligere i afgørelsen.
322. Fusionen vil indebære, at den fusionerende enhed vil blive den eneste aktør, eller en af få aktører, der er aktiv ved detailsalg af convenience-varer i en række lokale områder, hvorfor disse lokale områder er horisontalt berørte af fusionen.
323. Som beskrevet i afsnit 5.3.4.1 nedenfor, giver fusionen anledning til i alt 52 lokale områder inden for en køretid på fem minutter i bil med udgangspunkt i hver af OK Plus-butikkerne, hvor parterne har overlappende aktiviteter, samt 13 lokale områder, hvor parternes aktiviteter kun overlapper inden for en køretid på 10 minutter. Fusionens effekter i de lokale områder behandles nærmere i afsnit 5.3.4.1 nedenfor.

#### 5.3.2.4 Markedet for engrossalg af dagligvarer

324. Coop Danmark har før fusionen udelukkende aktiviteter inden for engrossalg af dagligvarer til Coop Danmark-brandede butikker, herunder både til Coop Danmark-ejede butikker og Brugsforeningsejede butikker.<sup>224</sup> Coop Danmark har tidligere været aktiv med engrossalg til convenience-butikkerne inden for OK Plus-konceptet.<sup>225</sup> OK er før fusionen ikke aktiv inden for engrossalg af dagligvarer, men er aktiv på markedet for detailsalg af convenience-varer gennem OK Plus-butikkerne.<sup>226</sup> Markedet for engrossalg af dagligvarer er dermed ikke et horisontalt berørt marked.
325. Fusionen giver anledning til en potentiel vertikal forbindelse som følge af Coop Danmarks aktiviteter på markedet for engrossalg af dagligvarer samt tidligere aktiviteter med engrossalg til convenience-butikker og OK's aktiviteter på markedet for detailsalg af convenience-varer. Tages der udgangspunkt i en segmentering af markedet for engrossalg af dagligvarer i Danmark, hvor engrossalg til convenience-butikker ikke inkluderes, har Coop Danmark inden fusionen en markedsandel over 25 pct. Såfremt der derimod tages udgangspunkt i en potentiel segmentering af markedet for engrossalg af dagligvarer i Danmark, hvor engrossalg til convenience-butikker, kiosker og specialforretninger inkluderes, men hvor koncerninternt engrossalg ekskluderes, har Coop Danmark før fusionen også en markedsandel på over 25 pct.,<sup>227</sup> hvorfor et sådant marked vil være direkte vertikalt berørt. Uagtet hvorledes markedet for engrossalg af dagligvarer afgrænses, jf. afsnit 5.2.4 ovenfor, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for engrossalg af dagligvarer, jf. nærmere herom nedenfor.
326. Coop Danmark er i dag aktiv med engrossalg til Brugsforeninger, udover det interne engrossalg til Coop Danmarks egne butikker, og det kan derfor overvejes, om der kan opstå konkurrence-mæssige betænkeligheder i form af, at OK efter fusionen vil inputafskærme Brugsforeningerne

---

<sup>222</sup> I OK's markedsandel er medregnet omsætningen fra de selvstændige OK Plus-butikker.

<sup>223</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 8.a, samt Dagligvare og kioskhåndbogen, side 19.

<sup>224</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 259.

<sup>225</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 252.

<sup>226</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 265.

<sup>227</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 279.

---



for at begrænse konkurrencepresset på OK's OK Plus-butikker (samt Coop Danmarks dagligvarebutikker, som OK får kontrol over efter fusionen).

327. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til sådanne betænkeligheder. Det skyldes for det første, at fusionen ikke ændrer muligheden for at inputafskærme Brugsforeningerne, da den fusionerede enhed som nævnt ikke øger sine aktiviteter på markedet for engrossalg af dagligvarer som følge af fusionen.
328. For det andet er det styrelsens vurdering, at OK efter fusionen ikke får mulighed for at afskærme Brugsforeningerne fra at indkøbe dagligvarer. Det skyldes, at Brugsforeningerne allerede før fusionen har mulighed for at flytte sit dagligvareindkøb til fx Dagrofa, hvorfor Coop Danmarks engrossalg af dagligvarer ikke er kritisk, hvilket flere Brugsforeninger historisk også har gjort, eksempelvis har to Brugsforeninger for nyligt skiftet fra et samarbejde med Coop Danmark til Dagrofa.<sup>228</sup> Såfremt OK forsøgte at inputafskærme Brugsforeninger fra indkøb af dagligvarer fra Coop Danmark, ville det dermed formentligt føre til, at Coop Danmark-ejede butikker (som efter fusionen ejes af OK samt muligvis også OK Plus-butikkerne) ville blive udsat for et større eller tilsvarende konkurrencepres, end de var udsat for fra Coop Danmark-brandede butikker, jf. afsnit 5.3.1.2 ovenfor, og endvidere vil parterne miste dele af deres stordriftsfordele ved parternes indkøb af dagligvarer, da de vil forsyne et mindre antal dagligvarebutikker med dagligvarer.
329. Styrelsen vil på baggrund af ovenstående ikke behandle markedet for engrossalg af dagligvarer yderligere, da styrelsen vurderer, at fusionen ikke giver anledning til hverken horisontale eller vertikale betænkeligheder på markedet for engrossalg af dagligvarer.

### 5.3.3 Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer

330. I vurderingen af fusionens virkninger tager styrelsen udgangspunkt i et nationalt marked for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder samt afgrænset til lokale områder målt ud fra køreafstande i bil på enten 2,5 km, 5 km eller 20 km omkring hver af parternes servicestationer, jf. afsnit 5.2.1.3 ovenfor. Styrelsen vil i det følgende vurdere fusionen i forhold til både risiko for nationale virkninger i afsnit 5.3.3.1 og lokale virkninger i afsnit 5.3.3.2.

#### 5.3.3.1 Et nationalt marked for detailsalg af motorbrændstoffer

331. I det følgende behandles styrelsens vurdering af ensidige virkninger på et nationalt marked i afsnit 5.3.3.1.1 og af koordinerede virkninger på et nationalt marked i afsnit 5.3.3.1.2.

##### 5.3.3.1.1 Fusionen giver ikke anledning til ensidige virkninger på et nationalt marked

332. OK og Coop Danmark havde i 2022 markedsandele på henholdsvis [10-20] pct. og [0-10] pct. på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Danmark, jf. Tabel 5.2 nedenfor. Parterne opnår derved en samlet markedsandel på [10-30] pct. efter fusionen.

Tabel 5.2 Markedsandele og HHI – Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Danmark (2022)

Aktører/Koncern	Markedsandele (pct.)
OK-ejede OK-stationer	[10-20]

<sup>228</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, fodnote 32.

Coop Danmark-ejede OK-stationer	[0-10]
<b>Parterne samlet</b>	<b>[10-30]</b>
Brugsforeningsejede OK-stationer	[10-20]
OK-stationer ejet af selvstændige	[0-5]
<b>OK-stationer i alt</b>	<b>[30-40]</b>
Circle K/Ingo	[20-30]
Uno-X/YX/Bonus	[10-20]
Q8/F24/IDS	[10-20]
Shell (DCC)	[10-20]
Øvrige <sup>(1)</sup>	[5-10]
<b>Total</b>	<b>100</b>
<b>HHI<sup>(2)</sup></b>	<b>[1.500-2.000]</b>
<b>Ændring i HHI</b>	<b>[&lt;250]</b>

**Note 1:** Kategorien "Øvrige" består af Go'on, OIL! tank & go samt HK Benzin, men HHI beregningerne er beregnet på disse aktørers særskilte markedsandele.

**Note 2:** HHI er beregnet under en konservativ betragtning af, at Brugsforeningerne udgør en samlet aktør.

**Anm.:** Markedsandele på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder er beregnet på baggrund af oplysninger indhentet i styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter, hvor den samlede solgte volumen af motorbrændstoffer i 2022 er fratrukket volumen solgt ved brug af erhvervskort/fordelsprogrammer (herunder også truckkort) samt erhvervskundeordninger/medlemsaftaler (herunder både i forhold til truckkunder og øvrige erhvervskunder).

Kilde: Styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter samt parternes fusionsanmeldelse, Tabel 14.

333. På markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder stiger HHI efter fusionen til [1.500-2.000] med en ændring på [<250] jf. Tabel 5.2 ovenfor. Niveaueet for HHI sammen med ændringen heri ligger således under de af Kommissionen fastsatte grænser for hvornår, det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>229</sup>
334. Parterne opnår ikke markedsandele, som overstiger 25 pct. på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Danmark, hvilket er et indicium for, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet.<sup>230</sup>

<sup>229</sup>Af retningslinjernes punkt 19 fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder

<sup>230</sup>Det følger af Kommissionens retningslinjer, punkt 18, at der især foreligger et indicium for, at fusioner, hvor de delta-gende virksomheders samlede markedsandele ikke overstiger 25 pct. ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence.

335. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil give anledning til ensidige virkninger, der vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Danmark.

#### 5.3.3.1.2 Fusionen giver ikke anledning til øget risiko for koordinerede virkninger på et nationalt marked

336. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal til brug for vurderingen af, om en fusion vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, også foretage en vurdering af, om fusionen vil øge risikoen for, at markedets aktører efter fusionen stiltiende vil kunne koordinere deres adfærd på ét eller flere af de relevante markeder. Koordinering kan ske på flere måder, fx ved fastlæggelse af salgspriser eller mængder eller opdeling af markeder.
337. Kommissionen har i sine retningslinjer for horisontale fusioner opstillet fire kumulative kriterier, som alle skal være opfyldt, for at der kan være tale om koordinerede virkninger.<sup>231</sup> Disse fire kriterier tager udgangspunkt i *Airtours*-betingelserne.<sup>232</sup>
338. De fire kriterier er følgende: i) det skal være muligt for konkurrenterne at etablere koordineringsbetingelser, ii) afvigelser fra koordineringen skal kunne kontrolleres af de koordinerende virksomheder, iii) de koordinerende virksomheder skal kunne opstille (troværdige) disciplinære foranstaltninger ved afvigelser, og iv) virksomheder, der står uden for koordineringen, eller kunder må ikke kunne bringe de forventede resultater af koordineringen i fare.
339. Det er ikke nødvendigt, at en fusion skaber disse betingelser, for at koordinerede virkninger kan være relevante at betragte, da en styrkelse af disse betingelser også vil kunne give anledning til koordinerede virkninger.<sup>233</sup> Ved vurderingen af hvorvidt de fire kumulative betingelser er opfyldt, og dermed hvorvidt risikoen for koordinering øges som følge af fusionen, lægges der bl.a. vægt på en række markeds karakteristika, jf. afsnit 7.2.3 nedenfor i bilag 7. Vurderingen indebærer således en afvejning af de karakteristika, der taler for, og de karakteristika, der taler imod koordinering.
340. Ét af de markeds karakteristika, der kan have afgørende betydning for risikoen for koordinerede virkninger, er antallet af aktører på markedet. Det er således lettere at foretage en koordinering mellem få aktører end mellem mange.<sup>234</sup>
341. Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Danmark består af en række aktører, hvoraf Circle K er den største med en markedsandel på ca. [20-30] pct. inden for salg til B2C-kunder, jf. afsnit 5.3.3.1.1. Herudover er der før fusionen en gruppe på fem aktører med markedsandele mellem [10-20] pct. og fem aktører med en markedsandel under 10 pct. Efter fusionen vil OK opnå en markedsandel på ca. [10-30] pct. Niveauet for HHI samt ændringen heri ligger som nævnt under de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, herunder koordinerede virkninger, jf. afsnit 5.3.3.1.1. Det fremgår dog af Kommissionens retningslinjer, at der kan foreligge særlige omstændigheder, hvor en fusion på trods heraf kan give anledning til konkurrencemæssige problemer. Dette kan bl.a. være tilfældet, hvis der er tegn på tidligere eller eksisterende koordinering eller praksis, der letter koordinering på markedet.<sup>235</sup>

<sup>231</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 41.

<sup>232</sup> Kommissionens kriterier tager udgangspunkt i de tre kumulative kriterier fremlagt i sagen *Airtours plc mod Kommissionen for De Europæiske Fællesskaber* T-342/99, præmis 62.

<sup>233</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 39.

<sup>234</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 45.

<sup>235</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 20, litra e).

- 
342. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen foretog i 2022 en omfattende undersøgelse af markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, bl.a. på baggrund af uanmeldte kontrolundersøgelser blandt brændstofselskaber. Styrelsen fandt, at der ikke var tegn på overtrædelser af konkurrenceloven, men at priserne på benzin og diesel havde været usædvanligt ens på tværs af servicestationer og lokalområder.<sup>236</sup>
343. En række markeds karakteristika understøtter, at der allerede inden fusionen er betydelig risiko for stiltiende koordinering.
344. I forhold til mulighederne for at etablere koordinering, er markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Danmark generelt kendetegnet ved en høj grad af gennemsigtighed. Servicestationerne er forpligtede til at skilte med deres pumpepriser ved vejen, og det er dermed let for aktørerne at observere hinandens priser. Styrelsens undersøgelse i 2022 viste også, at de ensartede priser bl.a. kunne skyldes, at selskaberne uafhængigt af hinanden holder øje med og følger hinandens priser.<sup>237</sup> [xxx] i styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter, [xxx].<sup>238</sup> Der er også tale om et marked med relativt få og homogene produkter, hvilket gør det nemmere at etablere koordinering på prisen end på et marked bestående af mange og differentierede produkter.<sup>239</sup> Markedet er desuden præget af at være et marked uden større innovation og uden større virksomhedstilgang, hvilket også gør det nemmere at etablere koordineringsbetingelser.<sup>240</sup>
345. Den betydelige gennemsigtighed gør det også muligt for aktørerne at følge hinandens priser og hurtigt opdage eventuelle afvigelser fra koordineringen.
346. Gennemsigtigheden og de hyppige handler på markedet gør desuden, at det vil være muligt hurtigt at iværksætte disciplinære foranstaltninger ved afvigelser fra koordineringen.<sup>241</sup>
347. Der er derudover efter styrelsens vurdering tale om et marked, hvor reaktioner fra udenforstående, fx i form af købermagt eller tilgang til markedet, ikke vil kunne destabilisere en mulig koordinering.<sup>242</sup> Markedet består således af mange små kunder, og det er et faldende marked med betydelige etableringsbarrierer.
348. Det er på baggrund af disse forhold styrelsens vurdering, at en række markeds karakteristika gør, at der allerede inden fusionen er risiko for koordinering på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Danmark. Det er dog stadig relevant at vurdere, hvorvidt fusionen vil kunne øge stabiliteten af en mulig eksisterende koordinering på markedet. Dette skyldes, at en fusion også kan lette, stabilisere eller effektivisere koordineringen mellem virksomheder, der allerede koordinerede deres adfærd inden fusionen, enten ved at styrke denne koordinering eller give virksomhederne mulighed for at koordinere på et højere niveau.<sup>243</sup>

---

<sup>236</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens pressemeddelelse af 3. marts 2022, *Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har undersøgt brændstofselskaber for overtrædelser af konkurrenceloven*.

<sup>237</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens pressemeddelelse af 3. marts 2022, *Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har undersøgt brændstofselskaber for overtrædelser af konkurrenceloven*.

<sup>238</sup> Jf. Svar på Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse blandt brændstofselskaber, spørgsmål 6a.

<sup>239</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 45.

<sup>240</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 45.

<sup>241</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 53.

<sup>242</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 57.

<sup>243</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 39.

---

*Fusionen letter, stabiliserer eller effektiviserer ikke en mulig eksisterende koordinering*

349. OK vil i kraft af fusionen øge sin markedsandel fra ca. [10-20] pct. til ca. [10-30] pct., men som nævnt er niveauet for HHI og ændringen heri stadig forholdsvis lavt. OK vil efter fusionen blive den næststørste aktør, mens i alt seks aktører vil have en markedsandel på mere end 10 pct.
350. OK vil efter fusionen være en anden type aktør, fordi OK i kraft af Coop Danmarks dagligvareaktiviteter tilføjer et nyt forretningsområde med en vis relation til de eksisterende aktiviteter. På den måde bliver OK mindre symmetrisk med de større aktører, hvilket kan mindske incitamentet til at koordinere.<sup>244</sup> Ved overtagelsen af dagligvareaktiviteterne kan gevinsten ved at afvige fra en koordinering stige for OK, da en lavere pris på motorbrændstof kan tiltrække kunder, der potentielt også vil handle i de dagligvarebutikker, der er tilknyttet de overtagne tidligere Coop Danmark-ejede OK-stationer, samt i de Coop Danmark-butikker, der ligger i nærheden af OK's eksisterende OK-stationer.
351. Fusionen vil dog som nævntføre til, at der er en aktør mindre på markedet, hvilket omvendt kan øge stabiliteten af en mulig koordinering ved at gøre det nemmere at etablere og fastholde koordinering. Dette kan særligt være problematisk, hvis fusionen omfatter en virksomhed, der har tradition for at forhindre eller afbryde koordinering, fx ved ikke at følge konkurrenternes prisforhøjelser, eller som har karakteristika, der giver den incitament til at foretrække andre strategiske valg, end dens koordinerende konkurrenter ville foretrække (en såkaldt "maverick").<sup>245</sup>
352. Det er styrelsens vurdering, at de Coop Danmark-ejede OK-stationer ikke har ageret som en maverick på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Danmark.
353. De Coop Danmark-ejede OK-stationer er ikke vertikalt integrerede som en række af de større aktører på markedet og har, ifølge parterne, primært ageret som en pristager.<sup>246</sup> Dette blev også bekræftet i styrelsens undersøgelser af markedet i 2022, og de Coop Danmark-ejede OK-stationer har dermed generelt fulgt samme prissætning som de øvrige aktører på markedet. Desuden er det styrelsens vurdering, at selvom de Coop Danmark-ejede OK-stationer betragtes som selvstændige aktører, har de ikke lagt et fuldt konkurrencemæssigt pres på OK, da OK allerede inden fusionen har afgørende indflydelse på en række væsentlige strategiske beslutninger, jf. afsnit 5.3.1.1, og da Coop Danmark har fælles brand med OK. Parterne har desuden anført, at Coop Danmark – givet virksomhedens generelle økonomiske forhold – næppe heller vil være i stand til at initiere en priskrig.<sup>247</sup>
354. I forhold til de øvrige kriterier omkring ii) kontrol af afvigelser, iii) disciplinære foranstaltninger samt iv) reaktioner fra udenforstående, er det styrelsens vurdering, at disse kriterier allerede er opfyldt inden fusionen, og at den ændrede koncentration på markedet ikke stabiliserer disse forhold betydeligt. I forhold til kontrol af afvigelser vil fusionen efter styrelsens vurdering således ikke påvirke den allerede eksisterende prisgennemsigtighed betydeligt. Det er desuden styrelsens vurdering, at fusionen ikke ændrer mulighederne for at iværksætte disciplinære foranstaltninger betydeligt, da det også før fusionen har været muligt hurtigt og effektivt at reagere på eventuelle afvigelser. Med hensyn til reaktioner fra udenforstående vurderer styrelsen ligeledes, at fusionen ikke fører til betydelige ændringer. Coop Danmark har således ikke hidtil været en destabiliserende aktør på markedet, og fusionen ændrer heller ikke ved kundernes (fravær af) købermagt eller sandsynligheden for virksomhedstilgang (da antallet af servicestationer vil være uændret efter fusionen).

---

<sup>244</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 48.

<sup>245</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 42.

<sup>246</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 397-405.

<sup>247</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 399.



---

355. Det er samlet styrelsens vurdering, at markedet for detailsalg af motorbrændstoffer allerede i dag har en række karakteristika, der giver risiko for koordinering blandt aktørerne. Det er dog styrelsens vurdering, at koncentrationsgraden – og ændringen i denne som følge af fusionen – ikke er udslagsgivende for hverken risikoen for koordinering eller for stabilisering af en eventuel koordinering. Andre forhold – der ikke ændrer sig i kraft af fusionen – såsom den betydelige gennemsigtighed, produkternes homogenitet, fraværet af betydelig innovation, begrænset markedstilgang samt fravær af købermagt er efter styrelsens vurdering mere afgørende. Dertil kommer, at Coop Danmark ikke vurderes at have udgjort en maverick, der tidligere skulle have gjort en eventuel koordinering ustabil.

356. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil øge risikoen for koordinerede virkninger betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Danmark.

#### **5.3.3.1.3 Konklusion på styrelsens vurdering af fusionens virkninger på et nationalt marked for detailsalg af motorbrændstoffer**

357. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Danmark.

#### **5.3.3.2 Fusionens virkninger i lokale områder på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer**

358. OK ejer og driver før fusionen 190 OK-stationer, og Coop Danmark ejer og driver før fusionen 160 OK-stationer, jf. Tabel 4.2 ovenfor. Når der tages udgangspunkt i hver af parternes servicestationer, giver det derfor potentielt anledning til at undersøge fusionens virkninger i 350 lokale områder i Danmark. Der er 327 lokale områder med udgangspunkt i parternes servicestationer, hvor der er overlap mellem parternes servicestationer inden for en køreafstand på op til 20 km.

359. For at identificere, om der er risiko for, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt i de lokale områder, har styrelsen foretaget en screening af de 327 lokale områder, hvor der er overlap, jf. afsnit 5.3.3.2.1 nedenfor, og efterfølgende har styrelsen foretaget en konkret vurdering af de enkelte tilbageværende lokale områder, jf. afsnit 5.3.3.2.2 og afsnit 5.3.3.2.3 nedenfor.

#### **5.3.3.2.1 Screening af lokale områder på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer**

360. Formålet med screeningen er at identificere de lokale områder, hvor det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, så disse lokale områder kan frasorteres uden nærmere undersøgelser. Derefter undersøges fusionens påvirkning på den effektive konkurrence i de resterende lokale områder.

361. Kommissionen har i tidligere praksis, jf. også afsnit 5.2.1.2, anvendt en screeningsmetode i forbindelse med vurderingen af lokale virkninger på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer.<sup>248</sup> Kommissionen har i disse tilfælde benyttet en *presence-based approach*. Der tages i en sådan tilgang udgangspunkt i catchment områder dannet ud fra en køreafstand på 2,5 km i

---

<sup>248</sup> Jf. bl.a. Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10649, *PKN Orlen/Normbenz/Selected Hungarian and Slovak Assets of MOL*, Kommissionens afgørelse af 14. juli 2020 i sag M.9014, *PKN Orlen/Grupa Lotos* og Kommissionens afgørelse af 7. april 2016 i sag M.7849, *MOL/ENI Hungaria/ENI Slovenija*.

- byområder, 5 km i forstæder eller 20 km i landområder med udgangspunkt i hver af parternes servicestationer, hvorefter antallet af aktører inden for disse lokale områder bliver opgjort.<sup>249</sup>
362. Kommissionen har tidligere ved vurderingen af lokale virkninger på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer betragtet catchment områder som uproblematiske, hvis der sker en reduktion i antallet af aktører foruden parterne til tre eller flere som følge af fusionen, hvorfor Kommissionen i sin screening har frasortet sådanne catchment områder.<sup>250</sup>
363. Styrelsen har til brug for vurderingen af fusionens lokale virkninger, og i forlængelse af Kommissions og styrelsens tidligere praksis,<sup>251</sup> foretaget en screening med udgangspunkt i lokale områder afgrænset til en køreafstand på henholdsvis 2,5 km, 5 km og 20 km med udgangspunkt i hver af parternes servicestationer, hvor der er overlap mellem parternes servicestationer.
364. Styrelsen har i overensstemmelse med praksis som første led i screeningen frasortet lokale områder, hvor der efter fusionen foruden parterne vil være tre eller flere aktører til stede.<sup>252</sup> Disse lokale områder betragtes, som beskrevet ovenfor, som uproblematiske, da parterne efter fusionen forsat vil være udsat for et konkurrencepres fra et betydeligt antal af aktører i disse lokale områder. På baggrund af første led i screeningen frasorteres i alt 292 lokale områder.
365. Dermed er der 35 lokale områder, hvor der, som følge af fusionen, sker en reduktion i antallet af aktører, inklusive parterne, til tre eller færre inden for en køreafstand på enten 2,5 km, 5 km eller 20 km fra parternes servicestationer.
366. I 8 af disse 35 lokale områder sker der kun en reduktion i antallet af aktører, inklusive parterne, til tre eller færre inden for en køreafstand på 2,5 km fra parternes servicestationer, mens antallet af aktører er større, når der ses på en køreafstand på 5 km og 20 km. En køreafstand på 2,5 km benyttes som udgangspunkt kun, når der er tale om byområder, fx København, Aarhus, Aalborg, Odense og Esbjerg. For syv af disse otte lokale områder er 2,5 km efter styrelsens vurdering ikke retvisende, da de lokale områder ikke kan defineres som byområder, hvorfor disse syv lokale områder frasorteres som andet led i styrelsens screening.<sup>253</sup> Dermed reduceres antallet af lokale områder fra 35 til 28.
367. I den videre vurdering vil styrelsen undersøge, om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i de tilbageværende 28 lokale områder bestående af 13 lokale områder afgrænset omkring OK-ejede OK-stationer<sup>254</sup> og 15 lokale områder afgrænset omkring Coop Danmark-ejede OK-stationer<sup>255</sup>, jf. Tabel 5.3 nedenfor. De lokale områder er som nævnt afgrænset ud fra hver af parternes OK-stationer, og der er i flere tilfælde tale om nærtliggende og geografisk

<sup>249</sup> Jf. eksempelvis Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10652 – *MOL/ Lotos Paliwa*, punkt 34, Kommissionens afgørelse af 15. juli 2022 i sag M.10649, *PKN Orlen/Normbenz/Selected Hungarian and Slovak Assets of MOL*, punkt 34 og Kommissionens afgørelse af 7. april 2016 i sag M.7849, *MOL/ENI Hungaria/ENI Slovenija*, punkt 82.

<sup>250</sup> Jf. eksempelvis Kommissionens afgørelse af 14. juli 2020 i sag M.9014, *PKN Orlen/Grupa Lotus*, punkt 795, Kommissionens afgørelse af 7. april 2016 i sag M.7849, *MOL/ENI Hungaria/ENI Slovenija*, punkt 83 og Kommissionens afgørelse af 21. oktober 2008 i sag M.4919, *STATOILHYDRO/CONOCOPIHILPS*, punkt 238.

<sup>251</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. december 2023, *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S*

<sup>252</sup> Aktører defineres på koncernniveau. Ud fra et forsigtighedsprincip anses alle de Brugsforeningsejede OK-stationer i styrelsens screening både før og efter fusionen som én aktør.

<sup>253</sup> Det drejer sig om OK-ejede OK-stationer i byerne: Brande (OK på Brandlundvej 27) og Humlebæk samt Coop Danmark-ejede OK-stationer i byerne: Brande (OK på Storegade 60), Humlebæk, Kastrup, Bredballe og Viby J. Det tilbageværende område, som ikke frasorteres i denne del af styrelsens screening, er Esbjerg.

<sup>254</sup> De 13 lokale områder er Klarup, Marielyst, Christiansfeld, Høng, Sunds, Brande (OK på Sjællandsvej 2), Haslev, Havdrup, Lisbjerg, Otterup, Esbjerg, Hadsten og Hårup.

<sup>255</sup> De 15 lokale områder er Storvolde, Væggerløse, Christiansfeld, Høng, Sunds, Haslev, Trige, Otterup, Hadsten, Sejs, Bønnerup, Skårup, Vodskov, Korup og Gedser.

overlappende lokale områder. De 28 lokale områder dækker således reelt over 18 separate områder i form af byer eller omegne, som den videre vurdering tager udgangspunkt i.

Tabel 5.3 Antal områder tilbage efter hvert trin i styrelsens screening

Trin	Antal områder
Lokale områder med overlap mellem parternes servicestationer på op til 20 km	327
Lokale områder, hvor der som følge af fusionen sker en reduktion i antallet af aktører til tre eller færre inden for en køreafstand på enten 2,5 km, 5 km eller 20 km	35
Lokale områder, hvor der som følge af fusionen sker en reduktion i antallet af aktører til tre eller færre inden for en køreafstand på 5 km eller 20 km samt 2,5 km såfremt der er tale om et byområde.	28
Separate geografiske områder, som vurderes nærmere	18

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 16 og Bilag 10, samt styrelsens screening.

368. I det følgende gennemgås først i afsnit 5.3.3.2.2 de 15 områder, hvor fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt efter styrelsens nærmere vurdering af de lokale konkurrenceforhold, og i afsnit 5.3.3.2.3 gennemgås de tre områder, hvor fusionen efter styrelsens umiddelbare vurdering kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

#### 5.3.3.2.2 Områder, hvor fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt efter en nærmere vurdering af de lokale konkurrenceforhold

369. På baggrund af en nærmere vurdering af fusionens virkninger er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt i 15 områder på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, jf. de følgende afsnit.
370. Styrelsen vurderer i det følgende først, at fusionen i 12 områder ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt bl.a. som følge af konkurrenternes besvarelse af styrelsens markedsundersøgelse samt konkurrencepresset fra andre aktører i området. Det bemærkes overordnet, at konkurrenterne i styrelsens markedsundersøgelse generelt har angivet kortere køreafstande for servicestationer beliggende i mellemstore til større byer, fx Slagelse, Esbjerg og Odense m.v., og længere køreafstande for servicestationer beliggende i mindre byer eller uden for mellemstore til større byer. Konkurrenternes besvarelser i denne sag stemmer dermed overens med en antagelse om, at kunderne er villige til at køre længere, når de køber brændstof uden for større byer.
371. Dernæst vurderer styrelsen særskilt for hvert af de tre områder Esbjerg, Bønnerup og Vodskov, at fusionen – efter en nærmere vurdering af de konkrete forhold i disse tre områder – ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

#### 5.3.3.2.2.1 Områder, hvor fusionen på baggrund af konkurrencepres samt konkurrenternes besvarelser ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt

372. Parterne har anført for alle 12 områder<sup>256</sup>, at disse skal karakteriseres som landområder, eller som satellitbyer, og at den retvisende køreafstand for alle disse derfor vil være 20 km.<sup>257</sup> Styrelsen er umiddelbart enig i, at ingen af de 12 områder skal anses for byområder, og at en køreafstand på 2,5 km dermed ikke er retvisende. Ydermere er det styrelsens umiddelbare vurdering, at 2 af de 12 områder<sup>258</sup> muligvis kan anses som forstadsområder til henholdsvis Aarhus og Odense, da de ligger i umiddelbar nærhed hertil, dvs. at der i henhold til praksis kan tages udgangspunkt i en køreafstand på 5 km.
373. Styrelsen har i markedsundersøgelsen blandt parternes konkurrenter for specifikke af konkurrenternes servicestationer adspurg, hvilke konkurrerende servicestationer konkurrenterne anser som værende i konkurrence med deres specifikke servicestationer. I de 10 områder,<sup>259</sup> hvor styrelsen har besvarelser, har parternes konkurrenter angivet konkurrerende servicestationer i en sådan køreafstand fra deres servicestationer, der understøtter, at den retvisende køreafstand til brug for vurderingen af konkurrencen for alle 10 områder, herunder de to potentielle forstadsområder, er af en sådan køreafstand, at der i alle 10 områder er så mange konkurrerende aktører, at fusionen ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i disse områder.
374. For de resterende to områder<sup>260</sup> gælder, at parterne ikke er hinandens nærmeste placerede konkurrent målt ved køreafstand, og at parterne er beliggende over 3 km fra hinanden målt ved køreafstand. Det er derfor styrelsens vurdering, at parterne derfor både før og efter fusionen i disse områder vil være udsat for et betydeligt konkurrencepres fra andre aktører, der er beliggende tættere på parterne.
375. På baggrund af ovenstående er det derfor styrelsens samlede vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i form af lokale virkninger i disse 12 områder.

#### 5.3.3.2.2.2 Esbjerg

376. OK ejer og driver før fusionen en OK-station beliggende i Esbjerg, og den tættest placerede Coop Danmark-ejede OK-station er ligeledes beliggende i Esbjerg 2,2 km derfra.
377. Parterne har anført, at den retvisende køreafstand for området vil være 5 km, da den OK-ejede OK-station ligger i en del af Esbjerg, der ifølge parterne, bør anses som værende et havne-/industriområde, og at der dermed er tale om en 6-til-5 reduktion i antallet af aktører.<sup>261</sup>
378. Det er dog styrelsens umiddelbare vurdering, at dette lokale område i Esbjerg muligvis kan anses for at være et byområde, da Esbjerg er en af de største byer i Danmark, og styrelsen tager derfor udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km.
379. Styrelsens vurdering tager udelukkende udgangspunkt i det lokale område ud fra en køreafstand på 2,5 km fra den OK-ejede OK-station, da det lokale område med udgangspunkt i den

<sup>256</sup> De 12 områder er Brande, Klarup/Storvolde, Christiansfeld, Sunds, Havdrup, Haslev, Hadsten, Hårup/Sejs, Skårup, Marielyst/Væggerløse, Lisbjerg/Trige og Korup

<sup>257</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10.

<sup>258</sup> De to områder er Lisbjerg/Trige og Korup.

<sup>259</sup> De 10 områder er Klarup/Storvolde, Christiansfeld, Sunds, Haslev, Hadsten, Hårup/Sejs, Skårup, Lisbjerg/Trige, Korup og Marielyst/Væggerløse.

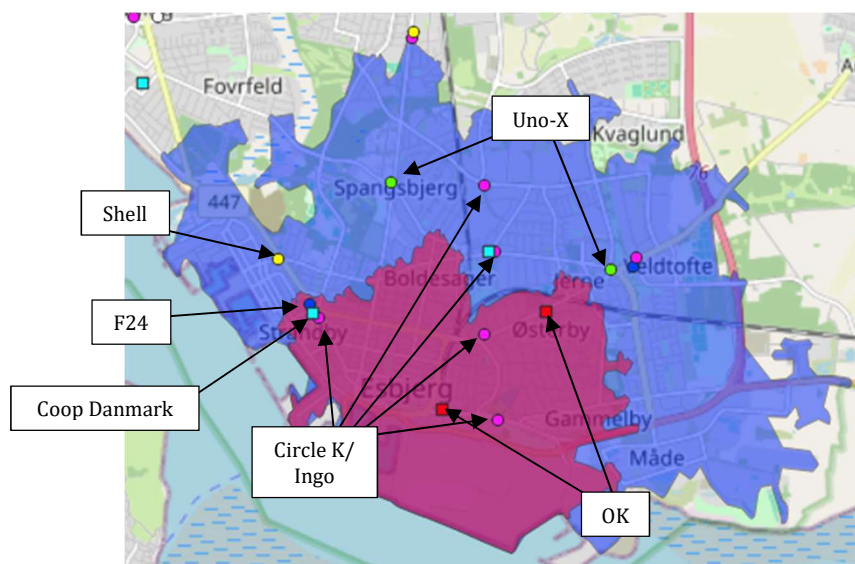
<sup>260</sup> De to områder er Brande og Havdrup.

<sup>261</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, punkt 91-95.

Coop Danmark-ejede OK-station frasorteres i styrelsens screening beskrevet i afsnit 5.3.3.2.1 ovenfor, da der efter fusionen foruden parterne vil være tre eller flere aktører inden for en køreafstand på 2,5 km. Med udgangspunkt i den OK-ejede OK-station i Esbjerg medfører fusionen en reduktion på 4-til-3 aktører, når der tages udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km.

380. Inden for en køreafstand på 2,5 km fra den OK-ejede OK-station i Esbjerg ejer og driver OK yderligere én OK-station i Esbjerg. Herudover ligger der yderligere én Coop Danmark-ejet OK-station, to Circle K-stationer og to Ingo-stationer, der begge er en del af Circle K-koncernen samt en F24-station, jf. Figur 5.1 nedenfor. Da parternes servicestationer er beliggende 2,2 km fra hinanden, er de fire Circle K/Ingo-stationer alle beliggende tættere på den OK-ejede OK-station sammenlignet med de Coop Danmark-ejede OK-stationer. Den OK-ejede OK-station vil derfor forsat efter fusionen være udsat for et betydeligt konkurrencepres fra disse fire Circle K/Ingo-stationer i området.
381. Derudover ligger der lige udenfor området afgrænset til en køreafstand på 2,5 km fra den OK-ejede OK-station også en række andre aktører, heriblandt Shell og Uno-X, jf. Figur 5.1 nedenfor.

Figur 5.1 Lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km og 5 km fra den OK-ejede OK-station i Esbjerg.



**Note:** Den OK-ejede OK-station er beliggende på Exnersvej 10 i Esbjerg (markeret med en rød firkant). Den tættest placerede Coop Danmark-ejede OK-station er beliggende på Helgolandsgade 18 i Esbjerg (markeret med en turkis firkant). Den røde markering viser det lokale område på 2,5 km. Den blå markering viser det lokale område på 5 km. Den Coop Danmark-ejede OK-station og Ingo-stationen nord-øst for parterne er beliggende inden for en køreafstand på 2,5 km.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Bilag M.1, side 4, jf. Bilag 18.

382. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i området. Parterne er allerede før fusionen ikke hinandens nærmeste konkurrenter, målt ved køreafstand. Styrelsen vurderer derfor, at de nærtliggende Circle K/Ingo-stationer i Esbjerg forsat efter fusionen vil udøve et betydeligt konkurrencepres på den OK-ejede OK-station i Esbjerg. Det er endvidere styrelsens vurdering, at konkurrencepreset fra Circle K/Ingo-stationerne er mere væsentligt end det konkurrencepres, den Coop Danmark-ejede OK-station lægger på den OK-ejede OK-station før fusionen, grundet placeringen af servicestationerne i området, samt at konkurrencen



mellem servicestationer inden for OK-brandet ikke vurderes at være lige så stort, som konkurrencepresset fra andre brands/koncerner, jf. afsnit 5.3.1.1. Endvidere vil flere nærtliggende øvrige aktører ligeledes udøve et konkurrencepres på den OK-ejede OK-station efter fusionen.

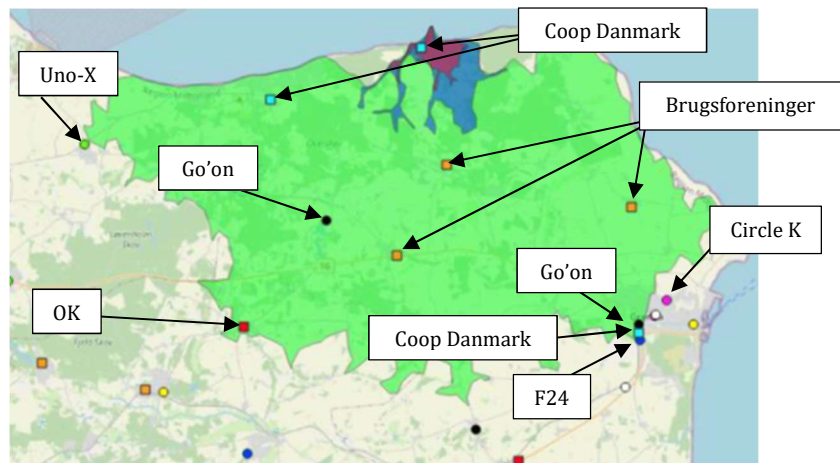
### 5.3.3.2.2.3 Bønnerup

383. Coop Danmark ejer og driver før fusionen en OK-station beliggende i Bønnerup, nordvest for Grenå, mens den tættest placerede OK-ejede OK-station er beliggende i Nimtofte, vest for Grenå, 18,9 km derfra. Der er således kun overlap mellem parterne, hvis der er tale om et område afgrænset med en køreafstand på mindst 18,9 km.
384. Parterne har anført, at konkurrencen ikke begrænses i området som følge af fusionen, da parterne geografisk set er placeret meget langt fra hinanden og dermed ikke er tætte konkurrenter i området, samt at der inden for 20 km og lige uden for 20 km ligger en række aktører, som vil lægge det større konkurrencepres på den Coop Danmark-ejede OK-station.<sup>262</sup>
385. Styrelsens vurdering tager udelukkende udgangspunkt i det lokale område ud fra en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Bønnerup, da det lokale område med udgangspunkt i den OK-ejede OK-station frasorteres i styrelsens screening beskrevet i afsnit 5.3.3.2.1 ovenfor. Med udgangspunkt i den Coop Danmark-ejede OK-station i Bønnerup medfører fusionen en 4-til-3 reduktion i antallet af aktører.
386. Inden for en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Bønnerup ejer og driver Coop Danmark yderligere én OK-station i Fjellerup, som er beliggende tættere på den OK-ejede OK-station i Nimtofte. Tages der udgangspunkt i denne tættere placerede Coop Danmark-ejede OK-station i Fjellerup, giver fusionen ikke anledning til en betydelig reduktion i antallet af aktører. Foruden parterne ligger der tre Brugsforeningsejede OK-stationer og én Go'on-station, der alle er placeret geografisk tættere på den Coop Danmark-ejede OK-station end den OK-ejede OK-station i Nimtofte, jf. Figur 5.2 nedenfor. Det gælder derfor både før og efter fusionen, at den OK-ejede OK-station lægger et meget beskedent konkurrencepres på den Coop Danmark-ejede OK-station, da flere konkurrerende servicestationer ligger væsentligt tættere på.

---

<sup>262</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, punkt 121-123.

Figur 5.2 Lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km, 5 km og 20 km fra Coop Danmark-ejede OK-station i Bønnerup (nordvest for Grenå)



**Note:** Den Coop Danmark-ejede OK-station er beliggende på Bønnerupvej 12 i Bønnerup (markeret med en turkis firkant). Den tættest placerede OK-ejede OK-station er beliggende på Torvet 8 i Nimtofte (markeret med en rød firkant). Det bemærkes at konkurrenterne, der kan ses i den østlige del af kortet i Grenå, ikke er omfattet inden for en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Bønnerup. Den røde markering viser det lokale område på 2,5 km. Den blå markering viser det lokale område på 5 km. Den grønne markering viser det lokale område på 20 km.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse Bilag 10, Figur 32.

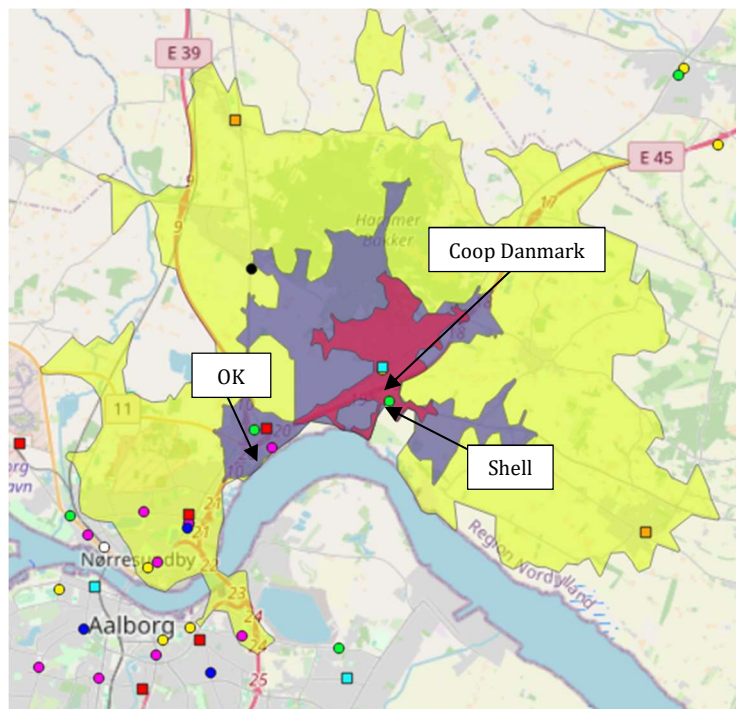
387. Specifikt for området i Bønnerup gælder det, at netop dette område i høj grad påvirkes af den konkrete køreafstand, da parternes servicestationer er placeret 18,9 km fra hinanden. En reduktion i køreafstanden på mere end 1,1 km betyder derfor, at overlappet mellem parternes servicestationer forsvinder. Samtidig ses det, at der lige uden for en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station ligger en F24-station, en Uno-X-station, endnu en Go'on-station samt en Circle K-station.<sup>263</sup> Udvides køreafstanden på 20 km med blot 0,3 km medfører fusionen dermed, at der sker en 5-til-4 reduktion i antallet af aktører, og udvides køreafstanden med 0,8 km medfører fusionen, at der sker en 7-til-6 reduktion i antallet af aktører.
388. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i området, da den pågældende Coop Danmark-ejede OK-station og den OK-ejede OK-station før fusionen ligger med betydelig køreafstand til hinanden med flere konkurrenter i mellem parternes servicestationer, hvorfor styrelsen vurderer, at konkurrencepresset mellem parterne allerede før fusionen vil være begrænset. Det er således styrelsens vurdering, at fusionen ikke fjerner et betydeligt konkurrencepres på den Coop Danmark-ejede OK-station i Bønnerup.

<sup>263</sup> F24-stationen ligger inden for en køreafstand på 20,3 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station. Uno-X-stationen ligger inden for en køreafstand på 20,4 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station. Go'on ligger inden for en køreafstand på 20,5 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station. Circle K-stationen ligger inden for en køreafstand på 20,8 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station.

#### 5.3.3.2.2.4 Vodskov

389. Coop Danmark ejer og driver før fusionen en OK-station beliggende i Vodskov, nordøst for Aalborg, mens den nærmeste OK-ejede OK-station er beliggende 3,9 km derfra. Der er derfor ikke overlap mellem parternes servicestationer, såfremt der tages udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km. Med udgangspunkt i den Coop Danmark-ejede OK-station i Vodskov medfører fusionen en 4-til-3 reduktion i antallet af aktører ved en køreafstand på 5 km.
390. Parterne har anført, at Vodskov skal betragtes som en satellitby til Aalborg, og at den retvisende køreafstand vil være 20 km, hvor der er tale om en 9-til-8 reduktion i antallet af aktører.<sup>264</sup>
391. Styrelsens vurdering tager udelukkende udgangspunkt i det lokale område med udgangspunkt i den Coop Danmark-ejede OK-station i Vodskov, da der ikke sker en reduktion i antallet af aktører til tre eller færre inklusive parterne som følge af fusionen i det lokale område med udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km, 5 km eller 20 km fra den OK-ejede OK-station.

Figur 5.3 Lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km, 5 km og 10 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Vodskov (nordøst for Aalborg)



**Note:** Den Coop Danmark-ejede OK-station er beliggende på Vodskovvej 15 i Vodskov (markeret med en turkis firkant). Den tættest placerede OK-ejede OK-station er beliggende på Loftbrovej 19 i Nørresundby (markeret med en rød firkant). Den røde markering viser det lokale område på 2,5 km. Den blå markering viser det lokale område på 5 km. Den gule markering viser det lokale område på 10 km.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse Bilag M.1, side 5, jf. Bilag 18.

<sup>264</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, punkt 142.

- 
392. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen foretog i *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S*<sup>265</sup> fra 2023 en markedsundersøgelse blandt aktørerne på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, der bl.a. omfattede Vodskov. Styrelsen vurderede i 2023, at det, på baggrund af de lokale forhold i Vodskov samt resultaterne fra styrelsens markedsundersøgelse af konkurrenceforholdene, var retvisende at tage udgangspunkt i en køreafstand på mellem 10 km og 20 km. I styrelsens vurdering i 2023 blev der taget udgangspunkt i en servicestation, der ligger 120 m fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Vodskov. Det er derfor styrelsens vurdering, at det er retvisende at anvende samme køreafstand i vurderingen af nærværende sag, da der ikke er sket ændringer i området omkring Vodskov siden ultimo 2023.
393. Såfremt der tages udgangspunkt i en køreafstand på 10 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station ses det, at fusionen medfører en reduktion på 9-til-8 aktører i det lokale område. Der er således både før og efter fusionen et væsentligt antal aktører til stede.
394. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Vodskov, da den Coop Danmark-ejede OK-station efter fusionen fortsat vil være udsat for et betydeligt konkurrencepres fra øvrige aktører.

#### **5.3.3.2.3 Områder, hvor fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt**

395. Nedenfor gennemgås de tre områder; Høng, Otterup og Gedser på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, hvor styrelsen på baggrund af de foreliggende oplysninger vurderer, at fusionen kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

##### **5.3.3.2.3.1 Høng**

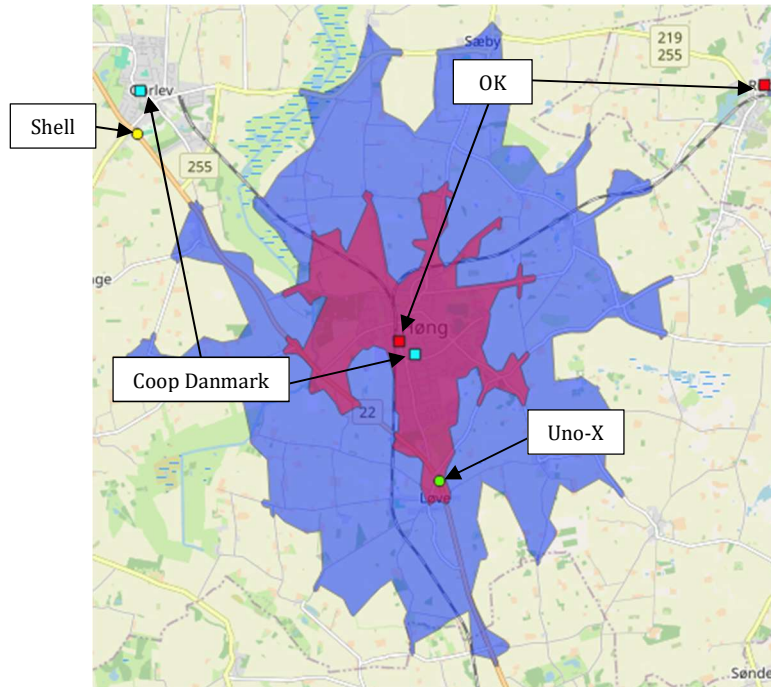
396. I Høng, nord for Slagelse, har både Coop Danmark og OK før fusionen aktiviteter med detailsalg af motorbrændstoffer fra deres respektive servicestationer. Foruden parterne er Uno-X den eneste aktør inden for en køreafstand på 5 km fra hver af parternes servicestationer, jf. Figur 5.4 nedenfor.
397. Der sker en 3-til-2 reduktion i antallet af aktører som følge af fusionen, såfremt der tages udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km og 5 km fra parternes servicestationer i Høng.

---

<sup>265</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 21. december 2023, *Godkendelse af Reitan Convenience Denmark A/S' overtagelse af 57 servicestationer fra DCC Energi Mobility A/S*.

---

Figur 5.4 Lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km og 5 km fra henholdsvis OK's servicestation og Coop Danmarks servicestation i Høng (nord for Slagelse)



Note: Den Coop Danmark-ejede OK-station er beliggende på Centervej 19 i Høng (markeret med en turkis firkant). Den tættest placerede OK-ejede OK-station er beliggende på Slagelsevej 6 i Høng (markeret med en rød firkant). Den røde markering viser det lokale område på 2,5 km. Den blå markering viser det lokale område på 5 km.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse Bilag M.1, side 6, jf. Bilag 18.

398. Parterne har anført, at Høng bør anses for at være et landområde, eller en satellitby, og at den retvisende køreafstand derfor bør være 20 km.<sup>266</sup> Ved denne køreafstand er der tale om en 8-til-7 reduktion i antallet af aktører. Parterne har yderligere anført, at den Coop Danmark-ejede OK-station er placeret tæt ved et shoppingcenter og dermed primært appellerer til kunder, som tanker i forbindelse med indkøb, mens den OK-ejede OK-station i Høng derimod er placeret ved den store trafikåre, Slagelsevej, med betydelig gennemkørende trafik, herunder pendling. Det medfører, ifølge parterne, at parternes servicestationer henvender sig til forskellige kundegrupper, og at den OK-ejede OK-station i højere grad er i konkurrence med Uno-X-stationen syd for Høng.<sup>267</sup> Parterne har ikke fremlagt nærmere dokumentation herfor end indbyggertallet i Høng og området omkring.
399. Styrelsen har i sin markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter adspurgt, hvilke konkurrerende servicestationer konkurrenterne anser som værende i konkurrence med deres specifikke servicestationer. Konkurrenternes besvarelser i Høng understøtter, at det kan være relevant at udvide køreafstanden til brug for styrelsens vurdering af konkurrencen i området til [xxx] km, da konkurrenterne i området har angivet at være i konkurrence med servicestationer

<sup>266</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, punkt 34.

<sup>267</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, punkt 36.

inden for en køreafstand af [xxx] km. [xxx]. Konkurrenternes besvarelser i Høng giver dermed ikke anledning til, at køreafstanden i området kan udvides således, at der ikke sker en betydelig reduktion i antallet af aktører som følge af fusionen. [xxx].<sup>268</sup>

400. På markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder med udgangspunkt i en køreafstand på [xxx] km fra parternes servicestationer i Høng havde Coop Danmark i 2022 en markedsandel på [30-40] pct., mens OK havde en markedsandel på [20-30] pct. Parterne vil efter fusionen opnå en samlet markedsandel på [50-60] pct., jf. Tabel 5.4 nedenfor.

**Tabel 5.4 Markedsandele og HHI – Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder med udgangspunkt i en køreafstand på [xxx] km fra parternes servicestationer i Høng (2022)**

Aktører/Koncern	Markedsandele (pct.)
OK-ejede OK-stationer	[20-30]
Coop Danmark-ejede OK-stationer	[30-40]
<b>Parterne samlet</b>	<b>[50-60]</b>
Øvrige aktører:[xxx]	[40-50]
<b>Total</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	<b>[3.000-4.000]</b>
<b>Ændring i HHI</b>	<b>[≥150]</b>

**Anm.:** Markedsandele på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder er beregnet på baggrund af oplysninger indhentet i styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter, hvor den samlede solgte volumen af motorbrændstoffer i 2022 er fratrukket volumen solgt ved brug af erhvervskundekort/fordelsprogrammer (herunder også truckkort) samt erhvervskundeordninger/medlemsaftaler (herunder både i forhold til truckkunder og øvrige erhvervskunder).

*Kilde: Styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter, samt parternes fusionsanmeldelse, Bilag A, jf. Bilag 18.*

401. Med udgangspunkt i en køreafstand på [xxx] km fra parternes servicestationer i Høng vil HHI efter fusionen være [3.000-4.000], mens ændringen i HHI er [≥150]. HHI og ændringen i HHI ligger dermed over de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>269</sup>
402. Endvidere er det styrelsens umiddelbare vurdering, at et væsentligst konkurrencepres for den OK-ejede OK-station i Høng før fusionen kommer fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Høng, og omvendt, da disse servicestationer er tættest beliggende på hinanden med en køreafstand på 450 meter. Desuden er Uno-X, som er nærmest parterne, beliggende over 2 km fra begge parternes servicestationer og ligger i Løve, syd for Høng. Styrelsen er enig med parterne i, at placeringen af servicestationer fx på samme indfaldsvej, kan have større betydning for konkurrencepreset end den geografiske nærhed, men parterne har som nævnt ikke underbygget

<sup>268</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag H, jf. Bilag 18.

<sup>269</sup> Af retningslinjernes punkt 19 fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder.



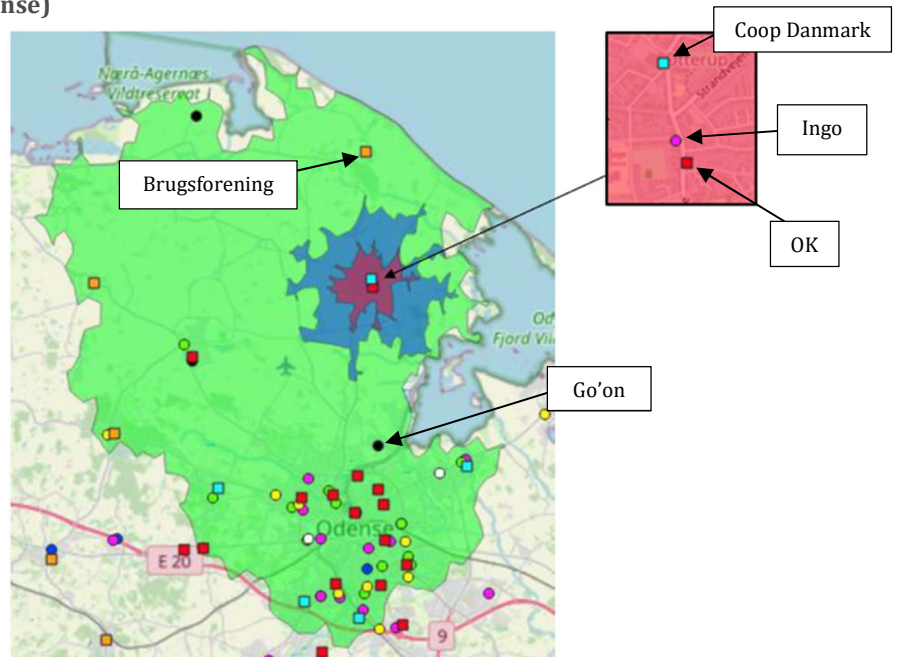
dette, og styrelsen har ikke undersøgt dette nærmere, da parterne meget tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder, jf. afsnit 5.4 nedenfor

403. På baggrund af ovenstående er det styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan fjerne et væsentligt konkurrencepres i området omkring den OK-ejede OK-station og den Coop Danmark-ejede OK-station i Høng. Det skyldes særligt, at parterne hidtil har været hinandens geografisk tætteste konkurrenter, at dette konkurrencepres mellem parterne forsvinder som følge af fusionen, at der er væsentlig større køreafstand til øvrige konkurrenter, samt at der selv inden for den ifølge konkurrenterne relevante køreafstand på [xxx] km kun vil være i alt [xxx] uafhængige aktører på markedet efter fusionen.
404. På det foreliggende grundlag er det derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Høng i form af horisontale ensidige virkninger.
405. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Høng.

#### 5.3.3.2.3.2 Otterup

406. I Otterup, der er beliggende nord for Odense, har både Coop Danmark og OK før fusionen aktiviteter med detailsalg af motorbrændstoffer fra deres respektive servicestationer, hvor parternes servicestationer er placeret med en køreafstand på 600 meter fra hinanden. Foruden parterne er Circle K, med en Ingo-station i Otterup, den eneste konkurrerende aktør inden for en køreafstand på 5 km fra hver af parternes servicestationer, jf. Figur 5.5 nedenfor. De tætteste konkurrenter til parterne foruden Ingo-stationen i Otterup er den Brugsforeningsejede OK-station beliggende omkring 7,5 km nord for parterne og Go'on-stationen beliggende omkring 11 km syd for parterne.
407. Der sker en 3-til-2 reduktion i antallet af aktører som følge af fusionen, såfremt der tages udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km og 5 km fra parternes servicestationer i Otterup.

Figur 5.5 Lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km, 5 km og 20 km fra henholdsvis OK's servicestation og Coop Danmarks servicestation i Otterup (nord-øst for Odense)



**Note:** Den Coop Danmark-ejede OK-station er beliggende på Centervej 19 i Høng (markeret med en turkis firkant). Den tættest placerede OK-ejede OK-station er beliggende på Slagelsevej 6 i Høng (markeret med en rød firkant). Den røde markering viser det lokale område på 2,5 km. Den blå markering viser det lokale område på 5 km. Den grønne markering viser det lokale område på 20 km.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse Bilag 10, afsnit 2.10, samt Bilag M.1, side 7, jf. Bilag 18.

408. Parterne har anført, at Otterup bør anses for at være et landområde eller en satellitby, og at den retvisende køreafstand derfor bør være 20 km. Ved denne køreafstand er der tale om en 9-til-8 reduktion i antallet af aktører.<sup>270</sup> Parterne har ikke fremlagt nærmere dokumentation herfor end indbyggertallet i Otterup og området omkring.
409. Styrelsens markedsundersøgelse understøtter imidlertid ikke, at køreafstanden i området kan udvides således, at der ikke sker en betydelig reduktion i antallet af aktører som følge af fusionen. Derudover har [xxx]. Styrelsen vil derfor i sin videre vurdering af fusionens virkninger i Otterup tage udgangspunkt i en køreafstand på 5 km.
410. På markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder med udgangspunkt i en køreafstand på 5 km fra parternes servicestationer i Otterup havde Coop Danmark i 2022 en markedsandel på [30-40] pct., mens OK havde en markedsandel på [30-40] pct. Parterne vil efter fusionen opnå en samlet markedsandel på [60-70] pct., jf. Tabel 5.5 nedenfor, med udgangspunkt i en køreafstand på 5 km.

<sup>270</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, punkt 79-81.

**Tabel 5.5 Markedsandele og HHI – Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder med udgangspunkt i en kørefastand på 5 km fra parternes servicestationer i Otterup (2022)**

Aktører/Koncern	Markedsandele (pct.) 5km
OK-ejede OK-stationer	[30-40]
Coop Danmark-ejede OK-stationer	[30-40]
<b>Parterne samlet</b>	<b>[60-70]</b>
Ingo	[30-40]
<b>Total</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	<b>[5.000-6.000]</b>
<b>Ændring i HHI</b>	<b>[≥150]</b>

**Anm.:** Markedsandele på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder er beregnet på baggrund af oplysninger indhentet i styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter, hvor den samlede solgte volumen af motorbrændstoffer i 2022 er fratrukket volumen solgt ved brug af erhvervskundekort/fordelsprogrammer (herunder også truckkort) samt erhvervskundeordninger/medlemsaftaler (herunder både i forhold til truckkunder og øvrige erhvervskunder).

*Kilde: Styrelsens markedsundersøgelse blandt parternes konkurrenter samt parternes fusionsanmeldelse.*

411. Det ses af Tabel 5.5 ovenfor, at parterne efter fusionen vil opnå markedsandele på over 50 pct. HHI vil efter fusionen være [5.000-6.000], mens ændringen i HHI vil være på [≥150]. HHI og ændringen i HHI ligger dermed over de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>271</sup>
412. På baggrund af ovenstående er det styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag kan fjerne et væsentlig konkurrencepres i området omkring den OK-ejede OK-station og den Coop Danmark-ejede OK-station i Otterup. Det skyldes særligt, at parterne er placeret geografisk tæt på hinanden med kun én anden aktør nær parterne, at dette konkurrencepres mellem parterne forsvinder som følge af fusionen, samt at der herudover er meget betydelig kørefastand til øvrige konkurrenter.
413. På det foreliggende grundlag er det derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Otterup i form af horisontale ensidige virkninger.
414. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens

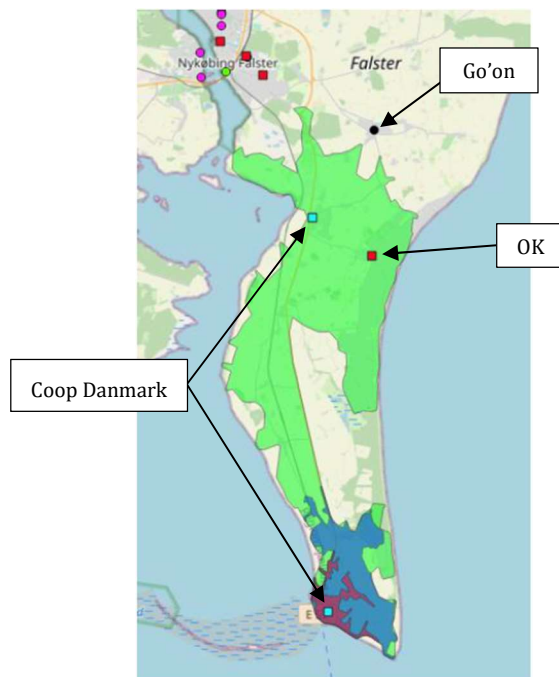
<sup>271</sup> Af retningslinjernes punkt 19 fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder.

vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Otterup.

### 5.3.3.2.3.3 Gedser

415. Coop Danmark ejer og driver før fusionen en OK-station beliggende i Gedser, syd for Nykøbing Falster, mens den tættest placeret OK-ejede OK-station er beliggende i Marielyst 16,4 km derfra. Fusionen medfører en reduktion på 2-til-1 aktører, når der tages udgangspunkt i en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser, da der ikke er øvrige aktører ud over parterne inden for en køreafstand på 20 km fra servicestationen.
416. Styrelsens vurdering tager udelukkende udgangspunkt i det lokale område ud fra en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station, da det lokale område med udgangspunkt i den OK-ejede OK-station i Marielyst ikke medfører konkurrencemæssige betænkeligheder.
417. Inden for en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser ejer og driver Coop Danmark yderligere én OK-station i Væggerløse. Den nærmeste øvrige konkurrent er en Go'on-station placeret i Idestrup med en køreafstand på 21 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser, jf. Figur 5.6 nedenfor.

Figur 5.6 Lokale områder med udgangspunkt i en køreafstand på 2,5 km, 5 km og 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser (syd for Nykøbing Falster)



**Note:** Den Coop Danmark-ejede OK-station er beliggende på Ankergade 9 i Gedser (markeret med en turkis firkant). Den tættest placerede OK-ejede OK-station er beliggende på Marielyst Strandpark 9 i Marielyst (markeret med en rød firkant). Den røde markering viser det lokale område på 2,5 km. Den blå markering viser det lokale område på 5 km. Den grønne markering viser det lokale område på 20 km.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, Figur 38.

418. Parterne har anført, at den Coop Danmark-ejede OK-stationen i Gedser også er udsat for konkurrence fra servicestationerne i Nykøbing Falster, da placeringen af servicestationen medfører, at kunderne typisk tanker i forbindelse med indkøb i Nykøbing Falster, pendling eller på vej til/fra sommerhus.<sup>272</sup> Parterne har ikke fremlagt nærmere dokumentation herfor end indbyggertallet i Gedser og området omkring samt en oversigt over dagspriser for parternes servicestationer i Gedser, Marielyst, Væggerløse og Nykøbing Falster, der viser, at priserne på benzin og diesel [xxx].<sup>273</sup>
419. Såfremt køreafstanden reduceres med 3,6 km vil der ikke være overlap mellem parternes servicestationer. Den OK-ejede OK-station er dog før fusionen den nærmeste konkurrent til den Coop Danmark-ejede OK-station og den eneste uafhængige konkurrent inden for en køreafstand på 20 km. Med udgangspunkt i en køreafstand på 20 km fra den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser havde Coop Danmark i 2022 en markedsandel på [40-50] pct., mens OK havde en markedsandel på [50-60] pct. på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder. Parterne vil efter fusionen opnå en samlet markedsandel på 100 pct. og opnår derved monopol inden for dette lokale område.
420. På baggrund af ovenstående er det på det foreliggende grundlag derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i Gedser i form af horisontale ensidige virkninger, da den fusionerede enhed opnår monopol med udgangspunkt i den Coop Danmark-ejede OK-station i Gedser.
421. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til B2C-kunder i Gedser.

### **5.3.3.3 Konklusion på fusionens virkninger på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer**

422. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil øge risikoen for ensidige virkninger eller koordinerede virkninger betydeligt på det nationale marked for detailsalg af motorbrændstoffer. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på det nationale marked for detailsalg af motorbrændstoffer.
423. Endvidere er det på baggrund af det foreliggende grundlag styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i områderne Høng, Otterup og Gedser i form af horisontale ensidige virkninger.
424. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i områderne Høng, Otterup og Gedser samt øvrige lokale områder.

---

<sup>272</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, punkt 160.

<sup>273</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag I, jf. Bilag 18.

### 5.3.4 Markedet for detailsalg af convenience-varer

425. I vurderingen af fusionens lokale virkninger tager styrelsen udgangspunkt i et marked for detailsalg af convenience-varer afgrænset til lokale områder målt ud fra en køretid på fem minutter i bil med udgangspunkt i hver OK Plus-butik. Derudover inddrages også konkurrencepresset fra dagligvarebutikker beliggende op til 10 minutters kørsel i bil fra OK Plus-butikkerne, jf. afsnit 5.2.3.2 ovenfor.

#### 5.3.4.1 Fusionens virkninger i lokale områder på markedet for detailsalg af convenience-varer

426. Der findes i alt 65 OK Plus-butikker i Danmark. OK ejer [xxx] OK Plus-butikker, hvoraf OK driver [xxx], mens [xxx] drives af forpagtere. De resterende [xxx] butikker er ejet og drevet af selvstændige forhandlere, jf. punkt 69. Herudover er der én OK Plus-butik, som er planlagt til at åbne ved rastepladsen Storkereden ved Helsingørmotorvejen i Kongens Lyngby. Dette giver som udgangspunkt anledning til at undersøge fusionens virkninger i potentielt 66 lokale områder afgrænset ud fra en køretid på fem minutter i bil fra hver OK Plus-butik. For at tage højde for det asymmetriske konkurrencepres, som dagligvarebutikker lægger på convenience-butikker, jf. afsnit 5.2.3.1, har styrelsen ligeledes undersøgt fusionens virkninger med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter.
427. I 52 af de 66 lokale områder overlapper parternes butikker inden for en køretid på fem minutter. Derudover er der 12 lokale områder, hvor parternes butikker kun overlapper inden for en køretid på 10 minutter i bil.
428. Dette giver anledning til at undersøge fusionens virkninger i 64 lokale områder afgrænset ud fra en køretid på enten 5 eller 10 minutter i bil fra hver OK Plus-butik. For at identificere om det er usandsynligt, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt i de lokale områder, har styrelsen foretaget en screening af de 64 lokale områder, jf. afsnit 5.3.4.1.1 nedenfor, og efterfølgende foretaget en konkret vurdering i de enkelte lokale områder afgrænset ud fra OK Plus-butikkerne.

##### 5.3.4.1.1 Screening af lokale områder på markedet for detailsalg af convenience-varer

429. Formålet med screeningen er at identificere de lokale områder, hvor det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, så disse lokale områder kan frasorteres uden nærmere undersøgelser. Derefter undersøges fusionens påvirkning på den effektive konkurrence i de resterende lokale områder.
430. Andre konkurrencemyndigheder har anvendt lignende tilgange i forbindelse med vurderinger af fusioner på dagligvaremarkedet.<sup>274</sup> I den engelske afgørelse *GCL/Somerfield*, bemærkede den daværende engelske konkurrencemyndighed, *OFT*, at det er vigtigt at have en konservativ

<sup>274</sup> Se fx Kommissionens afgørelse af 22. december 2005 i M.3905, *Tesco/Carrefour*, punkt 25, Kommissionens afgørelse af 3. juli 2004 i M.5112, *Rewe Plus/Discount*, punkt 24 og frem, Kommissionens afgørelse af 25. januar 2010 i M.5677, *Schuitema/Super de Boer Assets*, punkt 25 og frem, Kommissionens afgørelse af 6. maj 2014 i M.7224, *Koninklijke Ahold/Spar CZ*, punkt 11, Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, Office of Fair Trading's afgørelse af 20. oktober 2008 i ME/3777/08, *Anticipated acquisition by Co-operative Group Limited of Somerfield Limited*, punkt 47, Office of Fair Trading's afgørelse af 23. september 2010 i ME.4551.10, *Asda/Netto*, punkt 36, Office of Fair Trading's afgørelse af 18. september 2013 i ME.6131.13, *Tesco/Alfred Jones*, punkt 17, Competition and Markets Authority's rapport af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, Konkurransetilsynets afgørelse af 4. marts 2015 i Vedtak V2015-24 - *Coop Norge Handel AS - ICA Norge AS*, afsnit 7.3.6 og Konkurrensverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr. 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*.



tilgang til screeningsfiltre, hvor en vurdering af de konkrete konkurrenceforhold kan foretages på de lokale områder, som ikke frasorteres:

*“In the context of this local analysis work, it is important to understand the role of the initial filtering exercise undertaken, which is to reduce the number of local areas for investigation to a manageable number. The stage one filtering rules are therefore deliberately conservative, making it likely that the actual number of local areas ultimately posing competition concerns is lower than the number of local areas that fail the initial filtering tests, once the usual aspects of competition (such as ease of entry, ease of customer switching, countervailing buyer power and – most importantly – closeness of competition between the merging parties as measured by diversion ratios) have been examined”<sup>275</sup>*

431. Den engelske konkurrencemyndighed, CMA, har tidligere vurderet, at der ikke ville være betydeligt tab af konkurrencen på markedet for detailsalg af convenience-varer i catchment områder, hvor der efter fusionen foruden parterne er fire eller flere aktører både inden for convenience- og dagligvarer til stede inden for en køretid på fem minutter og har derfor undladt at foretage en nærmere vurdering af disse.<sup>276</sup>
432. I de lokale områder, hvor der efter fusionen foruden parterne var tre eller færre aktører til stede, har CMA i sin vurdering af fusionens virkninger, også inddraget det konkurrencepres øvrige dagligvareaktører, inden for en køretid på 10 minutter, kunne lægge på den enkelte convenience-butik, og på baggrund heraf afvist konkurrencemæssige betænkeligheder.<sup>277</sup>
433. Styrelsen har til brug for vurderingen af fusionens lokale virkninger, og i forlængelse af tidligere praksis, foretaget en screening med udgangspunkt i lokale områder afgrænset til en køretid på fem minutter med udgangspunkt i hver OK Plus-butik. For at tage højde for det asymmetriske konkurrencepres mellem convenience-butikker og dagligvarebutikker, har styrelsen derudover også foretaget en screening af de 12 lokale områder, hvor parternes butikker kun overlapper inden for en køretid på 10 minutter. Styrelsens screening er derfor foretaget for de 52 lokale områder, hvor parternes butikker overlapper inden for en køretid på fem minutter, samt de 12 lokale områder, hvor parternes butikker kun overlapper inden for en køretid på 10 minutter.
434. Styrelsen har i overensstemmelse med praksis frasorteret lokale områder, hvor der efter fusionen foruden parterne vil være fire eller flere aktører<sup>278</sup> til stede, da det er styrelsens vurdering, at der i disse lokale områder ikke vil være et betydeligt tab af konkurrencen på markedet for detailsalg af convenience-varer. Til brug for denne screening er Coop Danmark og Brugsforeningerne i første omgang blevet behandlet som én samlet aktør, hvilket efter styrelsens vurdering er en konservativ tilgang, jf. afsnit 5.3.1.2 ovenfor. Betydningen af den indbyrdes konkurrence mellem Coop Danmark og Brugsforeningerne inddrages derefter i vurderingen af de relevante områder. På baggrund af screeningen frasorteres i alt 40 lokale områder, jf. Tabel 5.6 nedenfor.
435. De resterende 24 lokale områder er fordelt på 21 lokale områder afgrænset til en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikkerne og tre lokale områder afgrænset til en køretid på 10

<sup>275</sup> Jf. Office of Fair Trading's afgørelse af 20. oktober 2008 i ME/3777/08, *Anticipated acquisition by Co-operative Group Limited of Somerfield Limited*, punkt 48.

<sup>276</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 14. marts 2023 i sag ME/7018/22, *Asda/Arthur*, punkt 114

<sup>277</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 23. marts 2018 i sag ME/6716-17, *CGL/Nisa*, punkt 127-129.

<sup>278</sup> Aktører defineres på koncernniveau.

minutter fra OK Plus-butikkerne, hvor der er tre eller færre aktører foruden parterne efter fusionen.<sup>279</sup>

Tabel 5.6 Antal lokale områder tilbage efter styrelsens screening

Trin	Antal lokale områder
Lokale områder med overlap mellem parternes butikker med udgangspunkt i OK Plus-butikkerne inden for en køretid på 5 minutter samt 10 minutter, såfremt der kun er overlap inden for 10 minutter.	64
Lokale områder, hvor der som følge af fusionen sker en reduktion i antallet af aktører foruden parterne til tre eller færre.	24

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 16 og Bilag 10, samt styrelsens screening

436. I det følgende gennemgås først i afsnit 5.3.4.1.2 de 21 områder, hvor fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, og i afsnit 5.3.4.1.3 gennemgås de 3 områder, hvor fusionen efter styrelsens umiddelbare vurdering kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

#### 5.3.4.1.2 Områder, hvor fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt

437. På baggrund af en nærmere undersøgelse af fusionens virkninger er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt i 21 lokale områder på markedet for detailsalg af convenience-varer, jf. de følgende afsnit.
438. Styrelsen har for hvert af de lokale områder foretaget en manuel gennemgang af de lokale områder og foretaget en vurdering af konkurrencepresset fra Coop Danmark på OK Plus-butikkerne ud fra bl.a. butikkernes geografiske placering, afstand mellem parterne og konkurrenterne samt øvrige lokale forhold, fx placering i forhold til motorveje, hovedveje og lignende.
439. For 14 af de lokale områder er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke medfører, at konkurrencen hæmmes betydeligt, da Coop Danmark i disse 14 lokale områder ikke har lagt et betydeligt konkurrencepres på OK Plus-butikkerne før fusionen.<sup>280</sup> I styrelsens vurdering af disse 14 lokale områder er der bl.a. lagt vægt på den geografiske placering af parternes convenience- og dagligvarebutikker, hvor OK Plus-butikkerne i højere grad er placeret ved motorveje, hovedveje og indfaldsveje, mens de Coop Danmark-ejede butikker oftere er placeret inde i byerne. Parterne er i disse 14 lokale områder herudover ofte placeret længere fra hinanden, enten i forskellige byer eller i forskellige dele af samme by. Derudover er der i disse lokale områder ofte flere andre aktører end Coop Danmark, som er beliggende tættere på OK Plus-butikkerne, hvorfor der efter styrelsens vurdering ikke forsvinder et betydeligt konkurrencepres på OK Plus-butikkerne som følge af fusionen.

<sup>279</sup> Inden for en køreafstand på fem minutter medregnes alle convenience-butikker og alle dagligvarebutikker. Inden for en køreafstand på mellem 5 til 10 minutter medregnes kun dagligvarebutikker. Dette følger af relevante køreafstande fremlagt i tidligere praksis, jf. afsnit 5.2.3.2.

<sup>280</sup> De 14 lokale områder er Holsted, Mårum, Vester Lyby, Kibæk, Farsø, Christiansfeld, Ejby, Gilleleje, Bredballe, Otterup, Blommenslyst, Sæby, Lyne og Rødding.

440. For yderligere fem lokale områder gælder, at der kun er overlap med en Brugsforeningsejet butik (dvs. ikke en Coop Danmark-ejet butik), eller at OK Plus-butikken er ejet og drevet af en selvstændig forhandler.<sup>281</sup> Det er, jf. afsnit 5.3.1.2 og 5.3.1.3, derfor styrelsens vurdering, at OK Plus-butikkerne i disse lokale områder fortsat vil være udsat for et uafhængigt konkurrencepres fra de Brugsforeningsejede butikker samt fra de øvrige aktører i disse lokale områder. Det er på baggrund heraf styrelsen vurdering, at konkurrencen ikke hæmmes betydeligt som følge af fusionen i de fem ovennævnte lokale områder.
441. For yderligere to lokale områder<sup>282</sup> gælder det, at der tæt på OK Plus-butikkerne ligger minimum to dagligvarebutikker tilhørende enten Salling, REMA 1000 eller Dagrofa samt minimum én anden convenience-butik. Det er derfor styrelsens vurdering, at der ikke som følge af fusionen forsvinder et betydeligt konkurrencepres på OK Plus-butikkerne i de to lokale områder, da der forsat efter fusionen vil være flere uafhængige aktører beliggende tæt på OK Plus-butikkerne, som kan lægge et konkurrencepres på OK Plus-butikkerne.
442. På baggrund af ovenstående er det derfor styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i disse 21 lokale områder, som styrelsen har undersøgt og vurderet nærmere, da OK Plus-butikkerne i disse lokale områder forsat efter fusionen vil være udsat for et betydeligt konkurrencepres fra øvrige aktører.

#### **5.3.4.1.3 Områder, hvor fusionen på det foreliggende grundlag kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt**

443. Nedenfor gennemgås de resterende tre lokale områder; Sunds, Bording og Elling på markedet for detailsalg af convenience-varer, hvor styrelsen på baggrund af de foreliggende oplysninger vurderer, at fusionen kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

##### **5.3.4.1.3.1 Sunds**

444. Før fusionen ejer OK en OK Plus-butik i Sunds, nord for Herning, som er drevet af en forpagter, og Coop Danmark ejer og driver en SuperBrugsen-butik ligeledes i Sunds inden for en køretid på to minutter fra OK Plus-butikken. Foruden parterne er der inden for en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikken en REMA 1000-butik og en camping kiosk. Betragtes det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikkerne inden for en køretid på 10 minutter, ligger der endvidere en Lidl-butik, en REMA 1000-butik, en Bilka-butik og en Netto-butik, alle placeret i den nordlige del af Herning, og endvidere en REMA 1000-butik i Gjellerup Kirkeby, jf. Figur 5.7 nedenfor.

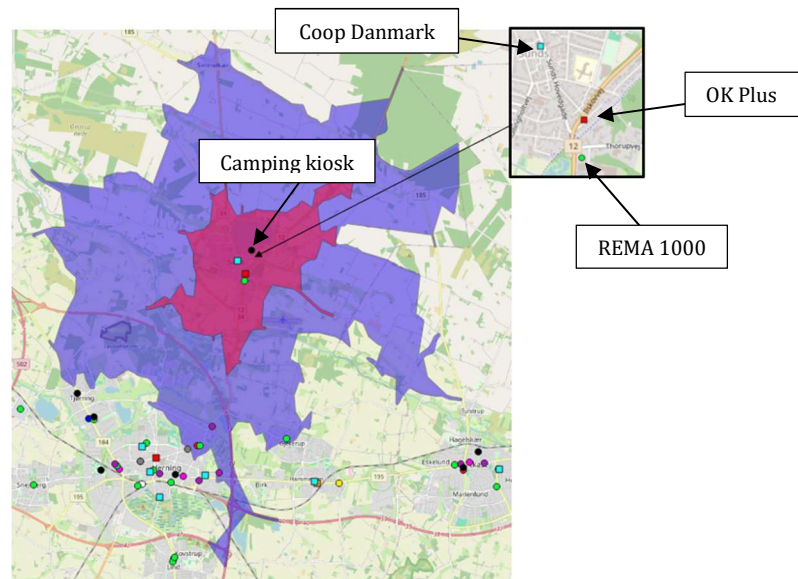
---

<sup>281</sup> De fem lokale områder er Karup, Fårvang, Sønder Omme, Havdrup og Trustrup. For Karup, Fårvang, Sønder Omme og Havdrup gælder det inden for en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikken, mens det for Trustrup gælder inden for en køretid på 10 minutter, da der ikke er overlap mellem parternes butikker inden for en køretid på fem minutter.

<sup>282</sup> De to lokale områder er Brovst og Rudkøbing.

---

Figur 5.7 Lokale områder med udgangspunkt i en køretid på 5 og 10 minutter fra OK Plus-butikken i Sunds (nord for Herning).



**Note:** OK Plus-butikken er beliggende på Ilskovvej 4 i Sunds (markeret med en rød firkant). Den tættest placerede Coop Danmark-ejede butik er beliggende på Sunds Hovedgade 77 i Sunds (markeret med en turkis firkant). Den røde markering viser det lokale område inden for en køretid på fem minutter. Den lilla markering viser det lokale område inden for en køretid på 10 minutter.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Bilag M.1, side 10, jf. Bilag 18.

445. Parterne har anført, at fusionen ikke giver anledning til, at hverken OK eller forpagteren af OK Plus-butikken får incitament til at hæve priserne eller forringe kvaliteten, bl.a. da konkurrencepresset fra den nærliggende REMA 1000-butik må være markant større end konkurrencepresset fra den Coop Danmark-ejede butik.<sup>283</sup> Parterne begrundes dette med, at REMA 1000-butikken har tilknyttet en Uno-X-station, vaskehal og grillbar samt er placeret tættere på OK Plus-butikken sammenlignet med den Coop Danmark-ejede butik.<sup>284</sup> Parterne har dog ikke fremlagt nærmere dokumentation for konkurrencepresset mellem OK Plus-butikken og henholdsvis REMA 1000-butikken og den Coop Danmark-ejede butik.
446. Endvidere har parterne også anført, at OK Plus-butikken i Sunds i dag er bortforpagtet, og at forpagteren ikke vil have et incitament til at ændre sin adfærd som følge af fusionen. Det skyldes især, at [xxx].<sup>285</sup>
447. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at OK Plus-butikken før fusionen primært har været udsat for et konkurrencepres fra de to nærliggende dagligvarebutikker, da Sunds har et fåtal af convenience-aktører, og da der er en betydelig køreafstand til de øvrige dagligvarebutikker, der ligger i nærheden af Herning. Styrelsen er enig med parterne i, at REMA 1000-butikken som følge af sin placering, muligvis kan udøve et større konkurrencepres på OK Plus-butikken end Coop Danmark-butikken, men parterne har som nævnt ikke underbygget dette. Styrelsen kan

<sup>283</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 3 og 8.

<sup>284</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 4.

<sup>285</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 6-7.

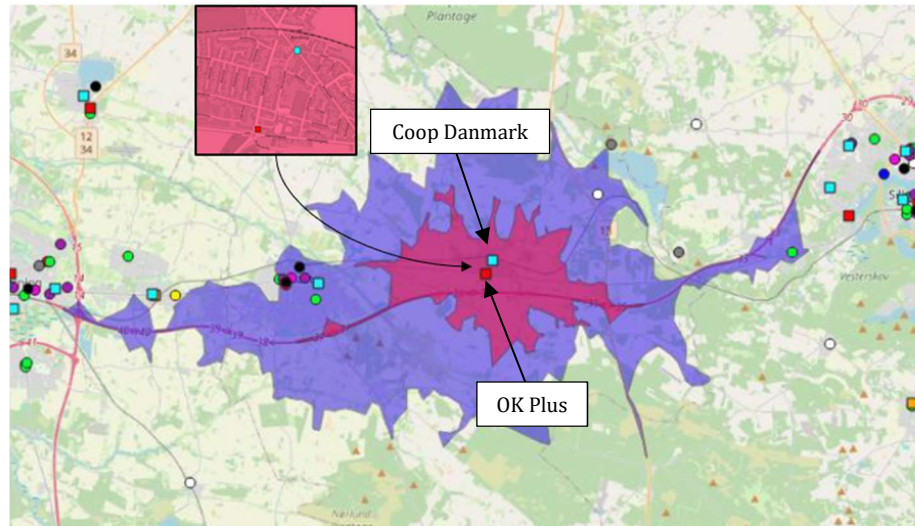
ikke på det foreliggende grundlag vurdere, om konkurrencepresset fra REMA 1000-butikken i sig selv er tilstrækkeligt til, at fusionen ikke medfører et væsentligt lavere konkurrencepres på OK Plus-butikken, og styrelsen har ikke undersøgt dette nærmere, da parterne meget tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens konkurrencemæssige betænkeligheder.

448. I forhold til hvorvidt forpagteren ikke har et incitament til at ændre adfærd som følge af fusionen, er det umiddelbart styrelsens vurdering, at forpagterne ikke skal anses som uafhængige aktører fra OK, da OK både før og efter fusionen har muligheden for [xxx] at opsige aftalen med forpagteren og overtage driften af OK Plus-butikken, jf. afsnit 5.3.1.3 ovenfor. Forpagterens incitamenter skal derfor anses som sammenfaldende med OK's i vurderingen af fusionens potentielle virkninger.
449. På baggrund af ovenstående er det på det foreliggende grundlag styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen medfører et betydeligt tab af konkurrencepres på OK Plus-butikken, da fusionen fjerner en af få nærtliggende uafhængige konkurrenter til OK Plus-butikken. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af convenience-varer i Sunds i form af horisontale ensidige virkninger.
450. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af convenience-varer i Sunds.

#### **5.3.4.1.3.2 Bording**

451. Før fusionen ejer OK en OK Plus-butik i Bording, øst for Herning, som er drevet af en forpagter, og Coop Danmark ejer og driver en Coop365-butik ligeledes i Bording inden for en køretid på to minutter fra OK Plus-butikken. Foruden parterne er der ingen øvrige aktører inden for en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikken. Betragtes det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikkerne inden for en køretid på 10 minutter, ligger der endvidere en Min Købmand-butik i Engesvang, samt en Lidl-butik, en REMA 1000-butik, en Netto-butik, en Føtex-butik og en Løvbjerg-butik alle placeret i Ikast, og yderligere en REMA 1000-butik i Funder, jf. Figur 5.8 nedenfor.

Figur 5.8 Lokale områder med udgangspunkt i en køretid på 5 og 10 minutter fra OK Plus-butikken på Søndergade 51 i Bording (øst for Herning).



**Note:** OK Plus-butikken er beliggende på Søndergade 51 i Bording (markeret med en rød firkant). Den tættest placerede Coop Danmark-ejede butik er beliggende på Bredgade 15 i Bording (markeret med en turkis firkant). Den røde markering viser det lokale område inden for en køretid på fem minutter. Den lilla markering viser det lokale område inden for en køretid på 10 minutter.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.b, Figur 4, samt Bilag, 9.d Figur 4.

452. Parterne har anført, at REMA 1000 er ved at åbne en ny dagligvarebutik i Bording, der planlægges at åbne på den modsatte side af vejen overfor OK Plus-butikken,<sup>286</sup> hvorfor denne nye REMA 1000-butik vil ligge væsentligt tættere på OK Plus-butikken end den Coop Danmark-ejede butik. Ifølge parterne vil den nye butik dermed potentielt komme til at lægge et stort konkurrencepres på OK Plus-butikken.<sup>287</sup> Parterne har dog ikke fremlagt nærmere dokumentation for det fremtidige konkurrencepres mellem OK Plus-butikken og henholdsvis REMA 1000-butikken og den Coop Danmark-ejede butik.
453. Endvidere har parterne anført, at OK Plus-butikken i Bording i dag er bortforpagtet, og at forpagteren ikke vil have et incitament til at ændre sin adfærd som følge af fusionen. Det skyldes især, at [xxx].<sup>288</sup>
454. Det er styrelsens vurdering, at det største konkurrencepres, som OK Plus-butikken er blevet udsat for før fusionen, har været fra den nærtliggende Coop Danmark-ejede butik i Bording, da parterne før fusionen er de eneste aktører, som er aktive inden for en køretid på fem minutter fra OK Plus-butikken, og dette konkurrencepres forsvinder som følge af fusionen. Betragtes det asymmetriske konkurrencepres fra de øvrige dagligvareaktører inden for en køreafstand på 10 minutter fra OK Plus-butikken, er det på baggrund af de nuværende oplysninger styrelsens vurdering, at disse dagligvareaktører ikke lægger et tilstrækkeligt konkurrencepres på OK Plus-butikken efter fusionen, da der er en køretid til alle øvrige aktører på otte minutter eller mere.

<sup>286</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 10-12, [xxx].

<sup>287</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 13.

<sup>288</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 6-7 og 14.



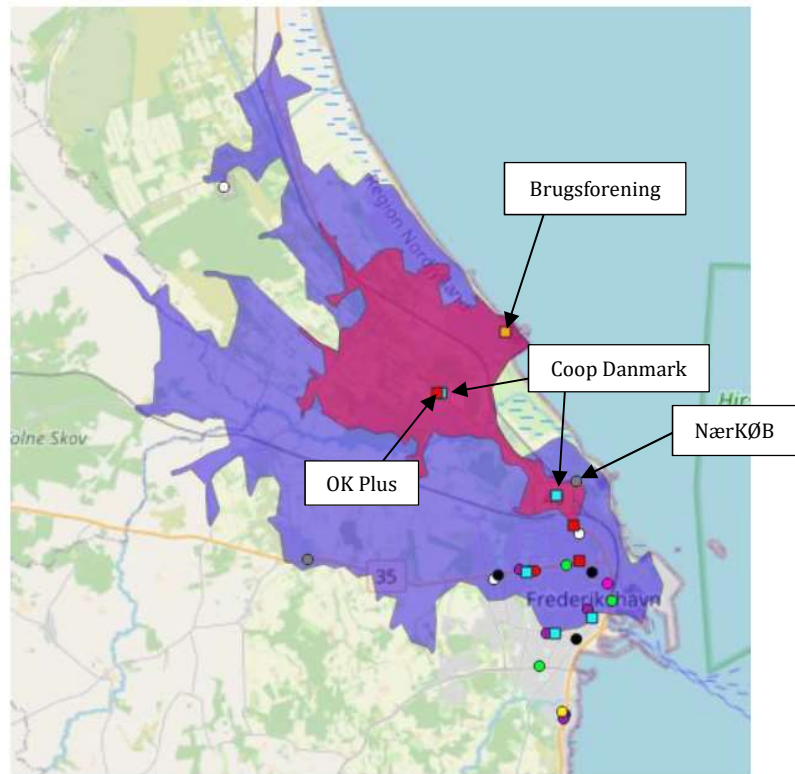
Styrelsen er enig med parterne i, at den fremtidige REMA 1000-butik som følge af sin planlagte placering, muligvis kan udøve et større konkurrencepres på OK Plus-butikken end Coop Danmark-butikken, men parterne har som nævnt ikke underbygget dette. Styrelsen kan ikke på det foreliggende grundlag vurdere, om konkurrencepresset fra den fremtidige REMA 1000-butikken i sig selv er tilstrækkeligt til, at fusionen ikke medfører til et væsentligt lavere konkurrencepres på OK Plus-butikken, og styrelsen har ikke undersøgt dette nærmere, da parterne meget tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens konkurrencemæssige betænkeligheder.

455. I forhold til hvorvidt forpagteren ikke har et incitament til at ændre adfærd som følge af fusionen, er det umiddelbart styrelsens vurdering, at forpagterne ikke skal anses som uafhængige aktører fra OK, da OK både før og efter fusionen har muligheden for [xxx] at opsiges aftalen med forpagteren og overtage driften af OK Plus-butikken, jf. afsnit 5.3.1.3 ovenfor. Forpagterens incitamenter skal derfor anses som sammenfaldende med OK's i vurderingen af fusionens potentielle virkninger.
456. På baggrund af ovenstående er det på det foreliggende grundlag styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen medfører et betydeligt tab af konkurrencepres på OK Plus-butikken, da fusionen fjerner den eneste nuværende nærtliggende uafhængige konkurrent til OK Plus-butikken. Det er derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af convenience-varer i Bording i form af horisontale ensidige virkninger.
457. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af convenience-varer i Bording.

#### 5.3.4.1.3.3 Elling

458. Før fusionen ejer og driver OK en OK Plus-butik i Elling, vest for Frederikshavn, og Coop Danmark ejer og driver en 365discount-butik ligeledes i Elling, hvor parternes butikker deler parkeringsplads, samt en yderligere Coop Danmark-ejet butik i udkanten af Frederikshavn. Foruden parterne er der en NærKØB-butik i Frederikshavn og en Brugsforeningsejet butik i Strandby inden for en køretid på fire minutter fra OK Plus-butikken. Betragtes det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikkerne inden for en køretid på 10 minutter fra OK Plus-butikken, ligger der endvidere yderligere én Coop Danmark-ejet butik, to Meny-butikker, en Lidl-butik, en Løvbjerg-butik, en Netto-butik, en Føtex-butik og to REMA 1000-butikker alle placeret i Frederikshavn, jf. Figur 5.9 nedenfor.

Figur 5.9 Lokale områder med udgangspunkt i en køretid på 5 og 10 minutter fra OK Plus-butikken på Grundtvigsvej 82 i Elling (vest for Frederikshavn)



**Note:** OK Plus-butikken er beliggende på Grundtvigsvej 86 i Elling (markeret med en rød firkant). Den tættest placerede Coop Danmark-ejede butik er beliggende på Grundtvigsvej 82 i Elling (markeret med en turkis firkant). Den røde markering viser det lokale område inden for en køretid på fem minutter. Den lilla markering viser det lokale område inden for en køretid på 10 minutter.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.b, Figur 6.

459. Parterne har anført, at omsætningen i OK Plus-butikken er [xxx] mio. kr., og at ca. [xxx] pct. heraf er salg af varer, der ikke sælges i den Coop Danmark-ejede butik, "fx salg fra pølsegrillen, tips spil, trailerudlejning, frimærker og kaffe to go osv."<sup>289</sup> Parterne har hertil anført, at der er tale om et begrænset overlap mellem parternes aktiviteter i Elling.<sup>290</sup>
460. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at OK Plus-butikken før fusionen primært har været udsat for et konkurrencepres fra den Coop Danmark-ejede butik, da denne for det første deler parkeringsplads med OK Plus-butikken, og for det andet er den nærmeste aktør udover parterne en Brugsforeningsejet butik i Strandby (nordøst fra parterne), på modsatte side af hovedvejen, der går mod nordvest fra Frederikshavn. Fusionen fjerner dermed konkurrencepreset fra den geografisk nærmeste dagligvarebutik, og OK Plus-butikken bliver derfor som følge af fusionen udsat for et betydeligt mindre konkurrencepres fra de tilbageværende uafhængige

<sup>289</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 16 ff.

<sup>290</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 16 ff.

aktører. I forhold til parternes udsagn om butikkernes overlappende aktiviteter, er det styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen vil fjerne et væsentligt konkurrencepres fra OK Plus-butikken i Elling, da parterne ud fra deres egne opgørelser har et ikke ubetydeligt overlap mellem deres sortiment og aktiviteter.<sup>291</sup> Parterne har ikke fremlagt nærmere dokumentation for, at den Coop Danmark-ejede butik ikke skulle lægge et konkurrencepres på OK Plus-butikken.

461. På det foreliggende grundlag er det derfor styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af convenience-varer i Elling i form af horisontale ensidige virkninger.
462. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af convenience-varer i Elling.

#### **5.3.4.2 Konklusion på fusionens virkninger i lokale områder på markedet for detailsalg af convenience-varer**

463. På det foreliggende grundlag er det styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, på markedet for detailsalg af convenience-varer i de lokale områder Sunds, Bording og Elling i form af horisontale ensidige virkninger.
464. Styrelsen har imidlertid ikke foretaget en endelig vurdering heraf, herunder heller ikke foretaget yderligere undersøgelser, da parterne tidligt i processen har afgivet tilsagn, der fjerner styrelsens umiddelbare konkurrencemæssige betænkeligheder. Det er derfor styrelsens vurdering, at fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for detailsalg af convenience-varer i de lokale områder Sunds, Bording og Elling samt øvrige lokale områder.

#### **5.3.5 Vurderingen af konglomeratvirkninger**

465. Coop Danmark er særligt aktiv inden for detailsalg af både motorbrændstoffer og dagligvarer fra dagligvarebutikker, imens OK særligt er aktiv inden for detailsalg af henholdsvis motorbrændstoffer og convenience-varer fra convenience-butikker, jf. afsnit 3.2 ovenfor. Dette kan umiddelbart give anledning til overvejelser om konglomeratvirkninger i form af kombinationsalg.
466. En af parternes konkurrenter, DCC, har i forbindelse med styrelsens markedsundersøgelse udtrykt bekymring for OK's øgede mulighed for at bundle de produkter og ydelser, som OK vil få kontrol over som følge af fusionen. Ifølge DCC vil OK efter fusionen fx kunne nedsætte prisen på motorbrændstoffer på baggrund af en kundes indkøb af dagligvarer og derigennem fx afskærme konkurrenter på brændstofmarkedet, som ikke har aktiviteter på begge markeder, og dermed ikke har samme mulighed for at bundle på tværs af markeder.<sup>292</sup>
467. DCC har desuden oplyst, at fusionen giver OK adgang til Coop Danmarks kundedatabase, der dækker over 2 mio. medlemmer af Coop Danmark, og at OK dermed får indblik i kundernes købsadfærd, herunder [xxx] i Coop Danmarks dagligvarebutikker. DCC har derfor udtrykt bekymring for, at OK efter fusionen vil få mulighed for at bruge disse oplysninger til at [xxx], der

<sup>291</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 9.d, punkt 16 ff.

<sup>292</sup> Jf. Referat af styrelsens møde med DCC d. 14. maj 2024.

vil give en skævvridning af konkurrencen på bl.a. markedet for detailsalg af motorbrændstoffer.<sup>293</sup>

468. Det forhold, at en fusionerede virksomhed vil få et bredt produktsortiment, herunder muligheden for at foretage kombinationssalg, skaber ikke i sig selv konkurrencemæssige problemer.<sup>294</sup> Kombinationssalg kan dog udgøre et konkurrencemæssigt problem, hvis det kan anvendes af den fusionerede virksomhed til at mindske konkurrencepresset på den fusionerede virksomhed.<sup>295</sup> For at vurdere hvorvidt denne adfærd er sandsynlig, skal det undersøges, hvorvidt fusionen medfører en ændring i muligheden og incitamentet for den fusionerede virksomhed til at udøve afskærmende kombinationssalg og endvidere om kombinationssalget har en konkurrenceskadelig effekt på forbrugere og konkurrenter.<sup>296</sup>
469. Det er ifølge Kommissionens retningslinjer en forudsætning, at den fusionerede virksomhed skal besidde en høj grad af markedsmagt på mindst ét af de relevante markeder for at kunne afskærme konkurrenter via kombinationssalg.<sup>297,298</sup> Som tidligere beskrevet er denne forudsætning ikke opfyldt for de nationale markeder for hverken motorbrændstoffer, convenience eller dagligvarer og heller ikke for størstedelen af de lokale områder jf. afsnit 5.3.2.3 og 5.3.3.1.1 ovenfor.
470. Fusionen ændrer ikke den fusionerede enheds mulighed for at anvende kombinationssalg af motorbrændstoffer og dagligvarer eller muligheden for at anvende Coop Danmarks kundedata. Coop Danmark havde allerede før fusionen både muligheden for at anvende sit kundedata til [xxx], og ligeledes muligheden for at udføre et kombinationssalg af dagligvarer og motorbrændstoffer som følge af sine aktiviteter på både dagligvare- og motorbrændstofmarkedet, men Coop Danmark har ikke før fusionen benyttet mulighederne hverken lokalt eller nationalt.<sup>299</sup> Yderligere har Coop Danmark og OK også før fusionen haft en række samarbejder om rabatter på tværs af deres aktiviteter.<sup>300</sup> Det er på baggrund af dette styrelsens vurdering, at fusionen ikke i betydeligt omfang ændrer muligheden eller incitamenterne for at anvende kombinationssalg eller for at anvende Coop Danmarks kundedata.
471. Endeligt er langt størstedelen af de øvrige aktører på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer til stede nationalt og er en del af større internationale koncerner, jf. afsnit 4.2.3 ovenfor, hvorfor det er styrelsens vurdering, at det er usandsynligt, at parterne efter fusionen vil kunne tvinge konkurrenter ud af lokale områder gennem et afskærmende kombinationssalg, da det må formodes, at disse koncerner ligeledes vil have mulighed for i en periode at køre med underskud i et givent område for at imødekomme en sådan strategi fra OK. Særligt bemærkes, at Reitan-koncernen i dag har et lignende set-up med både aktiviteter på markedet for motorbrændstoffer (Uno-X og Bonus), convenience (7-Eleven) og dagligvarer (REMA 1000), men at Reitan ikke i dag følger en strategi med kombinationssalg.

<sup>293</sup> Jf. Referat af styrelsens møde med DCC d. 14. maj 2024.

<sup>294</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 18. oktober 2008 om retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner (2008/C 265/07), punkt 104.

<sup>295</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 18. oktober 2008 om retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner (2008/C 265/07), punkt 93.

<sup>296</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 18. oktober 2008 om retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner (2008/C 265/07), punkt 94.

<sup>297</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 18. oktober 2008 om retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner (2008/C 265/07), punkt 99.

<sup>298</sup> Kommissionen anser det for usandsynligt, at der kan påvises problemer som følge af bundling/kombinationssalg, når den fusionerede virksomheds markedsandel på hvert af de berørte markeder er under 30 pct., og HHI efter fusionen er under 2000, jf. Kommissionens meddelelse af 18. oktober 2008 om retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner (2008/C 265/07), punkt 25.

<sup>299</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 358.

<sup>300</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 10, samt Bilag J, jf. Bilag 18.

472. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af et afskærmende kombinationssalg, da OK efter fusionen ikke vil opnå en sådan markedsmagt, at de vil kunne tvinge konkurrenter ud på et nationalt eller eventuelle lokale markeder.

### 5.3.6 Konklusion på vurdering af fusionens virkninger

473. På det foreliggende grundlag er det styrelsens umiddelbare vurdering, at den anmeldte fusion kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, i Høng, Otterup og Gedser på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, og ligeledes i Sunds, Bording og Elling på markedet for detailsalg af convenience-varer, i form af horisontale ensidige virkninger.
474. Det er på den baggrund styrelsens umiddelbare vurdering, at fusionen ikke på det foreliggende grundlag kan godkendes, medmindre de konkurrenceskadelige virkninger af fusionen fjernes med tilsagn, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, og § 12 e, stk. 1.

## 5.4 Tilsagn

475. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har, som beskrevet ovenfor, umiddelbart identificeret konkurrencemæssige betænkeligheder ved den anmeldte fusion som følge af risiko for ensidige virkninger på lokale markeder for henholdsvis detailsalg af motorbrændstoffer, jf. afsnit 5.3.3.2.3, og detailsalg af convenience-varer, jf. afsnit 5.3.4.1.3.
476. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at fusionen ikke på det foreliggende grundlag kan godkendes, medmindre de konkurrenceskadelige virkninger af fusionen kan fjernes med tilsagn, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, og § 12 e, stk. 1.
477. OK har meget tidligt i fusionsprocessen meddelt styrelsen, at OK ønsker at afgive tilsagn for at imødekomme de umiddelbare identificerede konkurrencemæssige betænkeligheder, og OK har derfor afgivet de tilsagn, som fremgår ovenfor i afsnit 2.1, hvorfor styrelsen ikke er gået videre i sine undersøgelser. Tilsagnenes indhold gennemgås nedenfor.
478. Såfremt OK ikke efterkommer de afgivne tilsagn, kan styrelsen tilbagekalde Konkurrencerådets afgørelse, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 2. Derudover kan OK pålægges tvangsbøder, hvis OK ikke efterkommer de afgivne tilsagn, jf. konkurrencelovens § 22, stk. 1, nr. 2.
479. Konkurrencerådet kan kun acceptere tilsagn, der forhindrer, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Afgivne tilsagn skal fuldstændigt fjerne konkurrenceproblemerne, og de skal i enhver henseende være komplette og effektive. Desuden skal tilsagnene implementeres effektivt på kort tid, eftersom konkurrencen på markedet ikke vil blive bevaret, før tilsagnene er opfyldt.<sup>301</sup> Tilsagnene må derudover ikke give anledning til nye konkurrenceproblemer.

### 5.4.1 Indhold af tilsagn

480. Som det fremgår af afsnit 5.3.3.2.3 og afsnit 5.3.4.1.3 ovenfor, er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens umiddelbare vurdering, at den planlagte fusion, som følge af ensidige virkninger, kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt i samlet set seks områder inden for henholdsvis detailsalg af motorbrændstoffer og detailsalg af convenience-varer, jf. konkurrencelovens §

---

<sup>301</sup> Jf. Kommissionens meddelelse om løsningsforslag, der kan accepteres i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 og Kommissionens forordning (EF) nr. 802/2004 (2008/C 267/01), punkt 9.

12 c, stk. 2. De tre områder inden for detailsalg af motorbrændstoffer er Gedser, Høng og Otterup. De tre områder inden for detailsalg af convenience-varer er Sunds, Bording og Elling.

481. På markedet for detailsalg af motorbrændstoffer har OK inden fusionen markedsandele på henholdsvis [20-30] pct., [30-40] pct. og [50-60] pct. i områderne Høng, Otterup og Gedser, mens Coop Danmark har markedsandele på henholdsvis [30-40] pct., [30-40] pct. og [40-50] pct., jf. Tabel 5.4, og Tabel 5.5. Fusionen giver således anledning til et horisontalt overlap mellem parternes aktiviteter på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, og OK opnår markedsandele på henholdsvis [50-60] pct., [60-70] pct. og 100 pct. i de tre områder, jf. afsnit 5.3.3.2.3. Fusionen giver således anledning til betænkeligheder i form af horisontale ensidige virkninger som følge af et reduceret konkurrencepres i de tre områder.
482. På markedet for detailsalg af convenience-varer kan der eksistere et asymmetrisk konkurrencepres, hvorved convenience-butikker kan være underlagt et konkurrencepres fra dagligvarebutikker, jf. afsnit 5.2.3 og afsnit 5.3.4. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at OK Plus-butikkerne i områderne Sunds, Bording og Elling som følge af fusionen udsættes for et betydeligt mindre konkurrencepres efter OK's overtagelse af Coop Danmarks dagligvarebutikker i de pågældende områder, jf. afsnit 5.3.4.1.3. Fusionen giver således anledning til betænkeligheder i form af horisontale ensidige virkninger som følge af et reduceret konkurrencepres i de tre områder.

#### *Tilsagn om frasalg af servicestationer*

483. Med de afgivne tilsagn forpligter OK sig for det første til at frasælge – eller foranledige frasalg af – Coop Danmarks servicestationer i de tre områder på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer (herefter benævnes servicestationerne, der skal frasælges, også som "frasalgs-virksomhederne") til tredjemand. OK forpligter sig endvidere til i en periode på 10 år hverken direkte eller indirekte at erhverve eller opnå indflydelse over hele eller dele af frasalgsvirksomheden for at bevare den strukturelle effekt. Der er dermed tale om et strukturelt tilsagn, hvor hele overlappet mellem parterne i to områder frasælges, mens en væsentlig del af overlappet i det tredje område frasælges.
484. Frasalgsvirksomhederne af de tre ubemandede servicestationer beliggende:
- » Ankergade 9, 4874 Gedser
  - » Centervej 19, 4270 Høng
  - » Plantagevej 6, 5450 Otterup
485. Frasalgsvirksomhederne består hver især af følgende:
- » alle materielle aktiver, driftsmidler og driftsinventar herunder såvel overjordisk som underjordiske dele af det fysiske tankanlæg og fysiske installationer på ejendommen, alle licenser, tilladelser og autorisationer udstedt af offentlige myndigheder til brug for hver af frasalgsvirksomhederne, og
  - » alle lejekontrakter, brugsrettigheder, rettigheder over fast ejendom, tilgodehavender og øvrige dokumenter, som tilhører hver af frasalgsvirksomhederne eller er relevante for driften af frasalgsvirksomhederne.
486. En foreslået køber til en eller flere af frasalgsvirksomhederne (herefter samlet betegnet som "køber" eller "køberen") skal opnå godkendelse fra Konkurrencerådet. Køberen skal opfylde de i tilsagnets punkt 11 oplistede køberkrav, som indebærer, at i) køber skal være uafhængig af og uden nogen forbindelse til OK i mindst samme grad som Coop Danmark var forud for Ikrafttrædelsesdatoen, ii) køber skal have finansielle ressourcer, tilstrækkelig ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle frasalgsvirksomheden, som en rentabel og aktiv konkurrent, og iii) køber må hverken forventes at kunne skabe konkurrenceproblemer, eller give anledning til at gennemførelsen af tilsagnene forsinkes.



*Tilsagn om bortforpagtning af convenience-butikker*

487. For det andet forpligter OK sig til at bortforpagte – eller foranledige bortforpagtning af – OK Plus-butikkerne i de tre områder på markedet for detailsalg af convenience-varer (herefter benævnes OK Plus-butikkerne, der skal bortforpagtes, også som "forpagtningsvirksomhederne") til tredjemand. Der er tale om et adfærdsmæssigt tilsagn, som skal sikre, at OK hverken direkte eller indirekte kan opnå kontrol over eller indflydelse på driften af de pågældende OK Plus-butikker. For at bevare tilsagnets strukturelle effekt skal forpagtningsaftalerne være uopsigelige for OK i en periode på 10 år fra de træder i kraft.
488. Forpagtningsvirksomhederne udgøres af de tre OK Plus-butikker på adresserne:
- » Ilskovvej 4, 7451 Sunds
  - » Søndergade 51, 7441 Bording
  - » Grundtvigsvej 78-92, 9900 Elling
489. Forpagtningsvirksomhederne består hver især af følgende:
- » rådighed, brugsret eller ejerskab over løsøre, driftsmidler og andre aktiver, som anvendes i forbindelse med driften af forpagtningsvirksomhederne, herunder indvendigt og udvendigt inventar, såsom kølebokse, møbler, betalingsanlæg, m.v.
  - » alle licenser, tilladelser og autorisationer udstedt af offentlige myndigheder til brug for forpagtningsvirksomhederne i det omfang sådanne eksisterer,
  - » alle lejekontrakter, brugsrettigheder, tilgodehavender og øvrige dokumenter, som tilhører forpagtningsvirksomhederne eller er relevante for driften af forpagtningsvirksomhederne, og
  - » ret og pligt til at benytte OK Plus-kædens varemærker, logoer og øvrige kendetegn.
490. En foreslået forpagter for en eller flere af forpagtningsvirksomhederne (herefter betegnet samlet som "forpagter" eller "forpagteren") skal opnå godkendelse fra styrelsen. Forpagteren skal opfylde de i tilsagnets punkt 45 oplyste kriterier, som indebærer, at i) forpagteren skal være uafhængig af og uden forbindelse til OK, ii) forpagteren skal have finansielle ressourcer, dokumenteret ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle OK Plus-butikken, som en rentabel og aktiv konkurrent, og iii) forpagteren må hverken forventes at kunne skabe konkurrenceproblemer eller give anledning til, at gennemførelsen af tilsagnene forsinkes.

**5.4.1.1 Processen for frasalget og bortforpagtningen**

491. Frasalget af frasalgsvirksomhederne og bortforpagtningen af forpagtningsvirksomhederne sker inden for en nærmere fastsat frist efter Konkurrencerådets godkendelse af fusionen og på baggrund af de krav, der er opstillet til henholdsvis køberen og forpagteren.
492. OK har med tilsagnet forpligtet sig til at finde en eller flere købere og forpagtere og indgå en bindende og endelig aftale med disse.
493. Tilsagnet indebærer, at OK i første omgang selv får mulighed for at sælge frasalgsvirksomhederne og bortforpagte forpagtningsvirksomhederne. Hvis dette ikke lykkes inden for en periode på 5 måneder for de tre frasalgsvirksomheder og for forpagtningsvirksomheden Elling henholdsvis 6 måneder for forpagtningsvirksomhederne Sunds og Bording, skal OK give en eller flere af styrelsen godkendte frasalgst trustee(s) eksklusiv fuldmagt til at sælge frasalgsvirksomhederne og bortforpagte forpagtningsvirksomhederne uden mindstepris. Frasalgst trustees frasalg og bortforpagtning skal herefter ske inden for en periode på 3 måneder.
494. Fra Konkurrencerådets godkendelse af nærværende fusion og indtil closing af frasalgsvirksomheden og forpagtningsvirksomheden forpligter OK sig til at opretholde den økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed i frasalgsvirksomheden og

---

forpagtningsvirksomheden i overensstemmelse med god forretningsskik og så vidt muligt minimere enhver risiko for, at frasalgsvirksomheden og forpagtningsvirksomheden mister konkurrenceevne, jf. tilsagnets punkt 7 og punkt 42. Herunder forpligter OK sig særligt til bl.a. at stille tilstrækkelige ressourcer til rådighed til at videreføre eksisterende forretningsplaner, og ikke at udføre nogen handling, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien, ledelsen eller konkurrencedygtigheden i frasalgsvirksomheden og forpagtningsvirksomheden.

#### 5.4.2 Markedstest af tilsagn

##### *Markedet for detailsalg af motorbrændstoffer*

495. Styrelsen har til brug for vurderingen af det afgivne tilsagn vedrørende frasalg af de tre servicestationer gennemført en markedstest blandt seks virksomheder, der er aktive på det danske marked for detailsalg af motorbrændstoffer. De seks virksomheder er Circle K, Uno-X, DCC, Q8, Go'on og OIL! tank & go. Styrelsen har modtaget svar fra samtlige respondenter.
496. Respondenterne er blevet bedt om at forholde sig til, om de aktiver, der vil blive overdraget i forbindelse med et eventuelt frasalg, er tilstrækkelige til at drive servicestationerne videre som leve- og konkurrencedygtige på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer. Derudover er respondenterne blevet spurgt om, hvorvidt kriterierne for at vurdere en køber som egnet er fyldestgørende i forhold til at kunne drive en konkurrencedygtig servicestation. Respondenterne er desuden blevet bedt om at vurdere, hvorvidt de tre servicestationer hver især generelt er attraktive i forhold til at kunne have en leve- og konkurrencedygtig virksomhed på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer, samt om de selv kunne være interesserede i at overtage én eller flere af servicestationerne. Afslutningsvist er respondenterne blevet bedt om at redegøre for de omkostninger, de umiddelbart ville have ved overtagelse af de pågældende servicestationer.

##### *Markedet for detailsalg af convenience-varer*

497. Styrelsen har til brug for vurderingen af det afgivne tilsagn om bortforpagtning af OK Plus-butikker gennemført en markedstest blandt tre nuværende forpagtere af OK Plus-butikker. Det drejer sig om forpagterne af butikkerne i henholdsvis [xxx]. Styrelsen har modtaget svar fra forpagterne i [xxx].
498. Forpagterne er blevet bedt om at forholde sig til, hvorvidt de selv ville være interesserede i at fortsætte som forpagtere under vilkårene og betingelserne i den foreslåede nye forpagtningsaftale, hvis de blev præsenteret for samme vilkår og betingelser, og om de fortsat kunne have en leve- og konkurrencedygtig forretning inden for detailsalg af convenience-varer under de pågældende vilkår. Derudover er forpagterne blevet bedt om at vurdere, hvorvidt det er muligt at sikre uafhængighed over for OK, hvis man skal drive OK Plus-butik som forpagter under Forpagtningsaftalen. Afslutningsvist er forpagterne blevet bedt om at forholde sig til, om de inkluderede aktiver er tilstrækkelige til at kunne forpagte en OK Plus-butik som en leve- og konkurrencedygtig forretning inden for detailsalg af convenience-varer, samt om de selv ville være interesserede i at indgå i en forpagtningsaftale med de pågældende aktiver til rådighed.

#### 5.4.3 Vurdering af tilsagnet om frasalg af servicestationer

499. Med tilsagnet forpligter OK sig til at frasælge – eller foranledige frasalg af – hele det horisontale overlap mellem fusionsparternes aktiviteter på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i områderne Høng og Otterup, mens OK forpligter sig til at frasælge en væsentlig del af aktiviteterne i det lokale område Gedser med henblik på at imødegå styrelsens betænkeligheder for horisontale ensidige virkninger.
500. Det foreslåede tilsagn indebærer, at det horisontale overlap mellem fusionsparternes aktiviteter på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer i de respektive lokale områder Høng og
-

Otterup fjernes, mens konkurrencesituationen i det lokale område Gedser som minimum fortsat vil bestå af to uafhængige aktører. Konkurrencesituationen forud for fusionen vil derfor forventeligt forblive fastholdt, da et af kravene til en køber er, at en egnet køber ikke må give anledning til nye konkurrenceproblemer, jf. nærmere herom nedenfor. Styrelsen vurderer dermed, at tilsagnet fjerner de identificerede konkurrenceproblemer ved fusionen i de tre specifikke områder på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer.

501. I styrelsens markedstest af tilsagnene har fem ud af seks respondenter svaret "Ja" til, at de aktiviteter, som overdrages i forbindelse med frasalget af servicestationerne, jf. tilsagnets punkt 5, er tilstrækkelige til, at de tre servicestationer kan drives som leve- og konkurrencedygtige, mens én har svaret "Ved ikke".
502. Respondenterne har uddybet deres besvarelser med, at følgende forhold ikke er afspejlet i tilsagnet, men som kan have betydning for en købers interesse i servicestationerne:
- » Om servicestationerne lever op til stationsbekendtgørelsen
  - » Tilstanden på servicestationerne, herunder om der er lavet tilstandsrapport, tankattester og forureningsrapport, og særligt i forhold til eventuel forurening på lokationerne.
  - » Hvem der bærer ansvaret for eventuel forurening, der er opstået i OK's ejertid
  - » Om der skal laves miljøopgraderinger på servicestationerne
503. OK har bemærket følgende hertil:
- » De tre servicestationer lever op til stationsbekendtgørelsen.
  - » De tre servicestationer er inspiceret efter de krav, der følger af lovgivningen, hvilket indebærer, at der foreligger tankattester for alle tre servicestationer. OK har hertil anført, at der ikke er noget lovpligtigt krav om at få udført tilstands- og forureningsrapporter løbende, men at disse sædvanligt udarbejdes i forbindelse med et salg.
  - » Det er forurenere, der har ansvaret for forureningen. OK har forklaret, at hvis der i forbindelse med en forureningsrapport bliver konstateret forurening, indrapporteres det til kommunen, hvorefter kommunen forpligter forurenere til at oprense.
  - » Der er ingen planlagte miljøopgradering, bortset fra udskiftning af belægning, jf. Bekendtgørelse nr. 1254 af 23. november 2019 § 13.
504. Der er på baggrund af OK's bemærkninger ikke behov for ændringer i tilsagnet.
505. I henhold til tilsagnets punkt 11 vedrørende hvorvidt at tilsagnenes kriterier er fyldestgørende for, hvad en køber bør besidde, for at kunne drive en konkurrencedygtig servicestation inden for detailsalg af motorbrændstoffer, har fire af de seks respondenter svaret "Ja". En respondent har ikke besvaret spørgsmålet og den sidste respondent har svaret "Nej", og har uddybet sit svar med, at de selvstændige brugsforeninger og andre, der har en økonomisk interesse i Coop Danmarks finansielle performance også bør fremgå i tilsagnet, således at disse aktører ikke kan købe Frasalgvirksomhederne.<sup>302</sup>
506. Styrelsen bemærker hertil, at der ved indstilling af en konkret køber vil skulle foretages en vurdering af, hvorvidt den konkrete køber lever op til betingelserne i punkt 11 i tilsagnet, og endvidere fremgår det allerede af tilsagnets punkt 11 a), at en køber skal være uafhængig i mindst samme omfang som Coop Danmark var inden fusionen, hvilket styrelsen vurderer er tilstrækkeligt til at imødekommest styrelsens betænkeligheder. [xxx] bemærkning giver derfor ikke anledning til ændring af køberkriterierne til tilsagnet.

<sup>302</sup> Jf. [xxx] besvarelse af markedstesten.

- 
507. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at tilsagnet om frasalg af frasalgsvirksomhederne kan anses for at være komplet og effektivt.
508. En foreslået køber kan kun opnå styrelsens godkendelse, hvis køberens overtagelse af frasalgsvirksomhederne hverken kan skabe nye konkurrenceproblemer eller føre til en risiko for, at tilsagnets opfyldelse vil blive forsinket. Køber skal endvidere være en uafhængig aktør fra OK i mindst samme grad som Coop Danmark var forud for fusionen, med tilstrækkelige ressourcer, ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle frasalgsvirksomhederne som en rentabel og aktiv konkurrent i det pågældende område. Det tilkommer Konkurrencerådet at godkende en foreslået køber til frasalgsvirksomhederne.
509. Det fremgår af tilsagnet, at OK har 5 måneder fra afgørelsen af nærværende fusion til at finde en køber og indgå en endelig og bindende aftale om salg af frasalgsvirksomhederne. Hvis OK ikke har indgået en sådan aftale ved afslutningen af perioden, iværksættes proceduren med at udpege en frasalgsttrustee.
510. OK skal give den af styrelsen godkendte frasalgsttrustee eksklusiv fuldmagt til at frasælge frasalgsvirksomhederne uden mindstepris inden for en periode på 3 måneder.
511. Styrelsen vurderer, at de angivne tidsfrister for tilsagnets implementering er tilstrækkeligt korte til, at hverken frasalgsvirksomhederne eller konkurrencen på markedet vil blive påvirket negativt i tiden, indtil frasalgsvirksomhederne er overdraget til en køber.
512. Da frasalgsvirksomhederne i denne sag består af ubemandede servicestationer, har parterne angivet, at det ikke, bortset fra fysisk ødelæggelse af tankanlægget, er muligt at forringe frasalgsvirksomhedernes konkurrenceevne, og at det derfor ikke er nødvendigt at udpege en Hold Separate Manager eller en Tilsynsførende Trustee. Det er styrelsens vurdering, at det i denne sag kan accepteres, at der ikke udpeges en af disse i forbindelse med frasalget af servicestationerne.
513. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at tilsagnet om frasalgsvirksomhederne er komplet og effektivt samt at det kan implementeres inden for en tilstrækkelig kort tidshorisont.

#### **5.4.4 Vurdering af tilsagnet om bortforpagtning af convenience-butikker**

514. Med tilsagnet forpligter OK sig til at foranledige, at OK Plus-butikkerne i de tre områder Sunds, Bording og Elling på markedet for detailsalg af convenience-varer vil blive drevet af aktører, der er uafhængige af OK, og hvor OK ikke har mulighed for opsigelse i en periode på 10 år.
515. Der er tale om et adfærdsmæssigt tilsagn, som har strukturelle virkninger. Henset til det asymmetriske konkurrencepres på markedet for convenience-varer, idet fusionsparterne ikke har samme forretningskoncepter og ikke udgør fuldstændige substitutter, anses tilsagnet i den konkrete sammenhæng for tilstrækkeligt til at afhjælpe styrelsens umiddelbare betænkeligheder for horisontale ensidige virkninger som følge af reduceret konkurrencepres.
516. Det foreslåede tilsagn indebærer således, at det asymmetriske konkurrencepres fra dagligvarebutikkerne på OK Plus-butikkerne fortsat vil eksistere, idet OK Plus-butikkerne i de pågældende områder fremover vil være drevet af uafhængige aktører, forpagtere, uden at OK har mulighed for direkte eller indirekte at påvirke driften af de uafhængige butikker for convenience-varer, og uden at forpagterne i de tre områder har økonomisk eller anden interesse i Coop Danmarks butikker. Tilsagnet sikrer uafhængighed fra OK, bl.a. da [xxx], jf. tilsagnets punkt 40, b-e, [xxx].
517. En forpagter har svaret, at forpagteren fortsat vil have interesse i at forpagte sin OK Plus-butik, såfremt vilkårene i forpagterens aftale ændres som udlagt i tilsagnets punkt 39 og 40, og at forretningen stadig vil være leve- og konkurrencedygtig inden for detailsalg af convenience-varer
-

og uafhængig af OK. Forpagteren har uddybet sin besvarelse med, at vilkårene i tilsagnene generelt ikke adskiller sig meget fra vedkommendes nuværende forpagtningsaftale.<sup>303</sup>

518. En forpagter har svaret, at de ville være villige til at indgå ny kontrakt på vilkårene fremlagt i tilsagnets punkt 40, men samtidig også, at det ikke vil være muligt at drive en leve- og konkurrencedygtig forretning inden for detailsalg af convenience-varer med den uafhængighed en forpagter vil opnå som følge af punkt 40 i tilsagnet. Forpagteren har ikke uddybet besvarelsen.<sup>304</sup> Besvarelsen ændrer ikke på styrelsens vurdering af tilsagnet.
519. Med tilsagnet forpligter OK sig endvidere til at gøre forpagtningsaftalerne uopsigelige i en periode på 10 år. Tilsagnet har således en permanent strukturel virkning i markedet i minimum 10 år.
520. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at tilsagnet om bortforpagtning af forpagtningsvirksomhederne kan anses for at være komplet og effektivt.
521. En foreslået forpagter kan kun opnå styrelsens godkendelse, hvis forpagterens overtagelse af forpagtningsvirksomhederne hverken kan skabe nye konkurrenceproblemer eller føre til en risiko for, at tilsagnets opfyldelse vil blive forsinket. Forpagteren skal endvidere være en uafhængig aktør med dokumenterede ressourcer, ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle forpagtningsvirksomhederne som en rentabel og aktiv konkurrent i det pågældende område. Det tilkommer Konkurrencerådet at godkende en foreslået forpagter til forpagtningsvirksomhederne.
522. Det fremgår af tilsagnet, at OK har henholdsvis 5 måneder for Elling og 6 måneder for Sunds og Bording fra afgørelsen af nærværende fusion til at finde en forpagter og indgå en endelig og bindende aftale om bortforpagtning. Hvis OK ikke har indgået en sådan aftale ved afslutningen af perioden, iværksættes proceduren med at udpege en frasalgsturustee.
523. OK skal give den af styrelsen godkendte frasalgsturustee eksklusiv fuldmagt til at bortforpagte forpagtningsvirksomheden uden mindstepris inden for en periode på 3 måneder.
524. Styrelsen vurderer, at de angivne tidsfrister for tilsagnets implementering er tilstrækkeligt korte til, at hverken forpagtningsvirksomhederne eller konkurrencen på markedet vil blive påvirket negativt i tiden, indtil forpagtningsvirksomhederne er bortforpagtet til en forpagter.
525. Frasalgsturusteernes i denne sag består af tre convenience-butikker, og parterne har angivet, at OK Plus-butikkerne hovedsageligt fører et begrænset sortiment bestående af kiosk- og dagligvarer, food to go, friskt brød, kaffe og pakkeshop, og at det derfor ikke, bortset fra fysisk ødelæggelse af OK Plus-butikkerne og det tilhørende inventar, eller væsentlige indgribende og usædvanlige begrænsninger af fx åbningstid og sortiment, er muligt at forringe OK Plus-butikkernes konkurrenceevne. Parterne mener, at tilsagnenes punkt 42 er tilstrækkeligt til at sikre OK Plus-butikkernes levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed, og at det derfor ikke er nødvendigt at udpege en Hold Separate Manager eller en Tilsynsførende Trustee. Det er styrelsens vurdering, at det i denne sag kan accepteres, at der ikke udpeges en af disse i forbindelse med bortforpagtningen af convenience-butikkerne.
526. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at tilsagnet om forpagtningsvirksomheden er komplet og effektivt samt at det kan implementeres inden for en tilstrækkelig kort tidshorisont.

---

<sup>303</sup> Jf. Forpagteren i [xxx] besvarelse af styrelsens markedstest.

<sup>304</sup> Jf. Forpagteren i [xxx] besvarelse af styrelsens markedstest.

---

---

#### 5.4.5 Konklusion på tilsagnsvurderingen

527. På baggrund af ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at de afgivne tilsagn effektivt fjerner de konkurrencemæssige betænkeligheder ved fusionen, som styrelsen på det foreliggende grundlag har identificeret på markedet for detailsalg af motorbrændstoffer samt detailsalg af convenience-varer.
-



## 6. Konklusion

528. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at parterne har afgivet tilsagn, som imødekommer de umiddelbart identificerede skadelige virkninger af den anmeldte fusion. På den baggrund er det styrelsens vurdering, at den anmeldte fusion skal godkendes ved, at de af parterne afgivne tilsagn samtidig gøres til vilkår for fusionens godkendelse, jf. konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, jf. § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.
529. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:
530. Det meddeles fusionsparterne, at OK a.m.b.a.'s erhvervelse af enekontrol over Coop Danmark A/S godkendes med de af parterne afgivne tilsagn, der samtidig gøres til vilkår for fusionens godkendelse, jf. konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, jf. § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.
-

## 7. Bilag

### 7.1 Vurderingskriterier

531. De danske regler om fusionskontrol fremgår af konkurrencelovens kapitel 4. Det følger heraf, at alle fusioner, der opfylder omsætningsgrænserne i § 12, stk. 1, eller henvises fra Europa-Kommissionen eller Erhvervsstyrelsen til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, skal anmeldes til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og godkendes af Konkurrencerådet forinden de må gennemføres, jf. § 12 c, stk. 5.
532. Fusionskontrollen består i en undersøgelse af, om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. SIEC-testen<sup>305</sup>, som blev indført med ændringen af konkurrenceloven i 2004 med virkning fra 1. februar 2005. Vurderingskriteriet fremgår af konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, der har følgende ordlyd:
- "En fusion, der ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling, skal godkendes. En fusion, der hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling, skal forbydes."*
533. Det betyder, at vurderingskriteriet, dvs. om fusionen hæmmer eller ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, er ens for sager, hvor fusionen henholdsvis godkendes eller forbydes.
534. Konkurrencerådet har tidligere slået fast, at konkurrencemyndigheden skal fremlægge de fornødne data m.v., der kan begrunde, at myndigheden træffer den pågældende afgørelse. En fusion kan således ikke godkendes blot ud fra en betragtning om, at man ikke har data, der kan begrunde et forbud. En godkendelse forudsætter, at der er fremlagt fornødne faktuelle data m.v., der kan underbygge afgørelsen.<sup>306</sup>
535. Retten i Første Instans og EF-Domstolen har ved flere lejligheder udtalt sig om beviskrav i fusionssager. Generaladvokaten har bl.a. i Bertelsmann/Sony udtalt, at kravene til det bevis, der skal føres i fusionssager, hvor der nedlægges forbud, ikke kan antages at være højere end kravene til det bevis, der skal føres i en sag, hvor fusionen godkendes: *"The requirement for 'convincing' evidence must not be misunderstood as placing the bar higher in relation to prohibition decisions than in relation to clearance decisions. As the Court made clear in Tetra Laval, the requirement for 'convincing' evidence 'by no means added a condition relating to the requisite standard of proof but merely drew attention to the essential function of evidence, which is to establish convincingly the merits of an argument or ... of a decision'."*<sup>307 308</sup>
536. Retten i Første Instans har endvidere udtalt, at konkurrencemyndigheden ved sin vurdering af fusionens virkninger ikke kan tage udgangspunkt i en generel formodning for, at en fusion ikke

<sup>305</sup> SIEC er en forkortelse for Significant Impediment of Effective Competition.

<sup>306</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 14. maj 2008, Lemvig-Müllers overtagelse af Brdr. A & O Johansen, punkt 769.

<sup>307</sup> Jf. Opinion of advocate general Kokott af 13. december 2007 i sag C-413/06 P, *Bertelsmann/Sony*, præmis 216.

<sup>308</sup> Til trods for, at EF-Domstolen ophævede Rettens dom, var det ikke bestridt af parterne, at beviskravene er de samme i en sag om godkendelse af en fusion som ved et forbud, jf. EF-Domstolens dom af 10. juli 2008 i sag C-413/06 P, *Bertelsmann AG og Sony Corporation of America mod Independent Music Publishers and Labels Association (Impala)*, præmis 45, 48 og 51.

hæmmer den effektive konkurrence og derfor skal godkendes: *"Endvidere kan der af forordning nr. 4064/89 ikke udledes nogen formodning for en anmeldt fusions forenelighed eller uforenelighed med fællesmarkedet. Det fremgår ikke, at Kommissionen skal hælde i retning af en godkendelse af en fusion, der henhører under dens kompetenceområde, såfremt der er tvivl, men derimod, at Kommissionen altid skal træffe en utvetydig afgørelse i den ene eller den anden retning."*<sup>309</sup>

537. Vurderingen af fusionens effekt foretages ud fra de vurderingskriterier, som fremgår af de danske regler om fusionskontrol, samt Kommissionens meddelelser og fællesskabspraksis, der er vejledende ved styrelsens vurderinger.<sup>310</sup>
538. Det følger af Kommissionens retningslinjer for vurderingen af horisontale og ikke-horisontale fusioner, at: *"Når Kommissionen vurderer en fusions konkurrencemæssige virkninger, sammenligner den de konkurrenceforhold, som den anmeldte fusion ville medføre, med de forhold, der ville gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemføres."*<sup>311</sup> I overensstemmelse hermed skal Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ved vurderingen af, om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, foretage en undersøgelse, som består i dels en analyse af det kontrafaktiske scenarie, dels en analyse af hvorledes konkurrencen fremtidigt må forventes at ville se ud efter gennemførelsen af fusionen.
539. Retten i Første Instans har udtalt, at vurderingen af en fusions virkninger indebærer, at der skal foretages en *"en analyse af den forventede situation på det pågældende marked"*, der *"forudsætter [...] en omhyggelig undersøgelse, bl.a. af omstændigheder, som i den konkrete situation findes relevante med henblik på vurderingen af fusionens virkninger på konkurrencevilkårene på referencemarkedet"*.<sup>312</sup>
540. Udover skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling kan en fusion også føre til ensidige virkninger, uden at der foreligger dominans, eller en situation, hvor fusionsparterne sammen med andre aktører kan hæmme konkurrencen på markedet via koordineret adfærd.

### 7.1.1 Det kontrafaktiske scenarie

541. I den kontrafaktiske analyse skal det vurderes, hvordan konkurrencesituationen forventes at være på markedet uden fusionen sammenlignet med, hvordan konkurrencesituationen forventes at være med fusionens gennemførelse. Hvis det vurderes, at konkurrencesituationen på markedet med fusionens gennemførelse ikke hæmmes betydeligt sammenlignet med en situation uden fusionen, skal fusionen godkendes.
542. Når en kontrafaktisk analyse foretages, er det i de fleste tilfælde mest relevant at sammenligne med de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet ved vurderingen af fusionens virkninger. Under visse omstændigheder kan der dog tages hensyn til de forventede fremtidige ændringer på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges. Når det skal vurderes, hvad der er en relevant sammenligning, kan der især tages hensyn til den sandsynlige virksomhedstilgang eller -afgang, hvis fusionen ikke gennemføres.<sup>313</sup>
543. Kommissionen har bl.a. i afgørelsen vedrørende *EDF/Segebel* anført, at:

<sup>309</sup> Jf. Retten i Første Instans' dom af 14. december 2005 i sag T-210/01, *General Electric*, præmis 61.

<sup>310</sup> Jf. FT 2004-05, Tillæg A, s. 1647, v.sp.

<sup>311</sup> Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9 og for ikke-horisontale fusioner, punkt 20.

<sup>312</sup> Jf. Retten i Første Instans' dom af 3. april 2003 i sag T-342/00, *Petrolesence SA*, præmis 102.

<sup>313</sup> Kommissionens retningslinjer af 5. februar 2004 for vurderingen af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/03), punkt 9 ("Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner").

*"The assessment of the potential horizontal unilateral effects of the proposed transaction requires a comparison with a counterfactual which describes the most likely market outcome(s) in the absence of the proposed transaction."<sup>314</sup>*

544. Som det fremgår ovenfor, skal vurderingen af det kontrafaktiske scenarie fastlægges ud fra den forventede konkurrencesituation, hvis parterne ikke havde indgået aftale om at fusionere. "At fusionere" skal i den sammenhæng forstås som den transaktion, der gennemfører den sammenlægning af aktiviteter, parterne har aftalt. Dette scenarie holdes herefter op mod den forventede konkurrencesituation på markedet med fusionen.
545. Når det er relevant at vurdere en fusions virkninger i forhold til et andet kontrafaktisk scenarie end status quo, vil styrelsen tage udgangspunkt i det mest sandsynlige, relevante kontrafaktiske scenarie. Hvis der kan opstilles mere end ét sandsynligt, relevant scenarie for, hvordan konkurrencesituationen ville være uden fusionen, skal det mest sandsynlige scenarie lægges til grund.<sup>315</sup>

### 7.1.2 Den tidsmæssige ramme for vurdering af fusionen

546. Det følger af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, at når Kommissionen skal vurdere en fusions konkurrencemæssige virkninger, sammenligner den som udgangspunkt de konkurrenceforhold som den anmeldte fusion ville medføre, med de forhold, der ville gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemførtes. *"I de fleste tilfælde er det mest relevant at sammenligne med de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet, når man skal vurdere en fusions virkninger."*<sup>316</sup> [styrelsens fremhævning]
547. Under visse omstændigheder kan Kommissionen eller myndigheden dog tage hensyn til forventede fremtidige ændringer på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges. Dette følger af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, hvor det fremgår: *"Under visse omstændigheder kan Kommissionen dog tage hensyn til de forventede fremtidige ændringer på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges."*<sup>317</sup> [styrelsens fremhævning]
548. Retten har fastslået, at Kommissionens bedømmelse af en fusions forenelighed med fællesmarkedet udelukkende skal foretages *"på grundlag af de faktiske og retlige omstændigheder, der foreligger på tidspunktet for anmeldelsen af fusionen, og ikke på grundlag af hypotetiske forhold, hvis økonomiske rækkevidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor beslutningen træffes"*.<sup>318</sup> [styrelsens fremhævning]
549. I Kommissionens sag *Procter & Gamble*, undersøgte Kommissionen, om udviklingsperspektiverne for det geografiske marked for hygiejnebind indebar, at markedet skulle afgrænses til Vesteuropa (frem for et nationalt marked). I sin begrundelse for, at et fællesmarked heller ikke var noget, der vil blive en realitet inden for en overskuelig fremtid (i sagen tre år), lagde Kommissionen bl.a. vægt på, at der var tale om et følsomt marked præget af stor mærke-loyalitet, og

<sup>314</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 12. november 2009 i sag COMP/M.5549, *EDF/Segebel*, punkt 66.

<sup>315</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 30. marts 2012 i Sag COMP/M.6447, *IAG/bmi*, punkt 133, hvor Kommissionen indledningsvist vurderede, at den eksisterende markedssituation ikke ville kunne opretholdes, og derefter vurderede, hvad det mest sandsynligt scenarie ville være uden fusionen.

<sup>316</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9, samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 20.

<sup>317</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9 samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 20.

<sup>318</sup> Jf. Retten i Første Instans' kendelse i sag T-2/93, *Air France*, pr. 70. Sagen omhandler dog jurisdiktionsspørgsmål, men formuleres i generelle vendinger og som Retten senere hen henviser til.

at udbyderne derfor ikke straks kunne gå over til at sælge europæiske mærker uden at tabe markedsandele.<sup>319</sup>

550. Kommissionen konkluderer derefter:

*"The timescale for a possible Europeanization of the market exceeds the relevant perspective to be established by the Commission under the Merger Regulation and the assumption that markets will indeed become European at the end of this period must be regarded in the light of the evidence as by no means certain. The fact that, in the longer term, the sanitary towel market may, in fact, become European cannot therefore be taken into account at present."*<sup>320</sup> [styrelsens fremhævning]

551. Udgangspunktet er, at Kommissionen – og derved også Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen – vurderer virkningerne ud fra de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet. Konkurrencemyndigheden har alene pligt til at tage hensyn til forventede fremtidige ændringer, såfremt ændringerne i rimelig grad kan forudsiges. Det gælder eksempelvis også fremtidige ændringer, som vil kunne føre til en anden – fx en bredere – afgrænsning af det relevante marked. Under alle omstændigheder gælder der umiddelbart et vidt skøn for konkurrencemyndigheden i forhold til at lægge sig fast på den tidsmæssige ramme, som en fusion skal vurderes i lyset af.

552. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen kan altså alene tage hensyn til fremtidige ændringer, hvis disse med rimelig grad kan forudsiges. Det følger således af *Air France*-dommen, som citeret i punkt 548 ovenfor, at Kommissionens bedømmelse af fusioner skal foretages på grundlag af faktiske og retlige omstændigheder, og ikke på grundlag af hypotetiske forhold, hvis rækkevidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor beslutningen træffes. Det vil sige, at der ikke må være tale om usikre eller hypotetiske forhold, herunder en tendens til, at udviklingen går i en vis retning. Endvidere skal der være en vis sikkerhed for, hvorledes udviklingen vil ske, samt at der er tale om faktiske og retlige omstændigheder, hvor den økonomiske rækkevidde kan vurderes.

## 7.2 Horisontale forbindelser

553. Der er hovedsageligt to måder, hvorpå fusioner mellem konkurrenter – det vil sige fusioner med horisontale overlap – kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling:<sup>321</sup>

- (i) fusionen kan fjerne et betydeligt konkurrencemæssigt pres på en eller flere virksomheder, som dermed får større markedsmagt uden at anvende en koordineret adfærd (ensidige virkninger)
- (ii) fusionen kan ændre konkurrencens art, så det bliver betydeligt mere sandsynligt, at virksomheder, der ikke koordinerede deres adfærd tidligere, nu vil foretage en sådan koordinering og forhøje priserne eller på anden måde skade den effektive konkurrence. En fusion kan også lette, stabilisere eller effektivisere koordineringen mellem virksomheder, der allerede koordinerede deres adfærd inden fusionen (koordinerede virkninger).

554. Ved vurderingen af fusionens ensidige og koordinerede virkninger tages der bl.a. udgangspunkt i markedsandele, niveauet for Herfindahl-Hirschman-Indekset (HHI) efter fusionen og ændringen ("delta") af HHI på alle relevante markeder som følge af fusionen. Ændringen i HHI er særlig

<sup>319</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 21. juni 1994 i sag IV/M.430, *Procter & Gamble*, punkt 104.

<sup>320</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 21. juni 1994 i sag IV/M.430, *Procter & Gamble*, punkt 104.

<sup>321</sup> Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 22.

---

velegnet til vurderingen af en fusions virkninger, hvis produkterne på markedet er forholdsvis homogene. På markeder, hvor produkterne i mindre grad er homogene, kan fx diversion ratios mellem de fusionerende virksomheder give et bedre billede af det konkurrencepres, der forsvinder som følge af fusionen.

### 7.2.1 Markedsandele og HHI

555. Som nævnt er en strukturel indikator for konkurrencepreset parternes markedsandele samt koncentrationsgraden beregnet ved HHI. De relative markedsandele og koncentrationsgraden på de relevante markeder kan give en indledende indikation af det konkurrencepres, som virksomhederne udøver på hinanden.
556. Markedsandelene bruges bl.a. til at vurdere, om den fusionerede virksomhed opnår en dominerende stilling på et eller flere markeder. Kommissionen har i sine retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner anført, at<sup>322</sup>:
- i) Markedsandele på 50 pct. eller mere kan i sig selv være et tegn på en dominerende markedsstilling. Mindre konkurrenter kan dog udøve en tilstrækkelig begrænsende indflydelse, hvis de fx har mulighed for og incitament til at øge deres leverancer
  - ii) Markedsandele på mellem 25 og 40 pct. kan også give anledning til konkurrenceproblemer på grund af andre faktorer, fx antallet af konkurrenter og deres styrke, kapacitetsbegrænsninger eller det forhold, at fusionsparterne eller deres produkter er nære substitutionsprodukter og
  - iii) Markedsandele, der er mindre end 25 pct., kan især være et indicium på, at fusionen ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence
557. Koncentrationsgraden kan også give nyttige oplysninger om konkurrencesituationen. Medmindre der foreligger særlige omstændigheder, er det ifølge Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer på et marked, hvor HHI efter fusionen er:
- i) Under 1.000,
  - ii) Mellem 1.000 og 2.000 med et delta under 250, eller
  - iii) Over 2.000 med et delta under 150.<sup>323</sup>
558. Det skal dog fremhæves, at ovennævnte HHI-niveauer og delta-værdier alene kan anvendes som et indledende tegn på, at der ikke er konkurrencemæssige problemer. Der er derfor ikke tale om, at der bliver skabt en formodning for, at der foreligger sådanne problemer, hvis de relevante niveauer og værdier overskrides.<sup>324</sup>
559. Markedsandele og HHI efter fusionen skal sammenholdes med situationen i det kontrafaktiske scenarie. Som nævnt i afsnit 7.1 ovenfor er det efter styrelsens vurdering mest relevant at sammenholde markedsandele og HHI efter fusionen med status quo.

---

<sup>322</sup> Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 17-18.

<sup>323</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 19-20.

<sup>324</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 21.

---



## 7.2.2 Ensidige virkninger

560. Når der er tale om ensidige virkninger, agerer den fusionerede enhed uafhængigt af andre aktører på markedet. Det vil fx være muligt for den fusionerede enhed på profitabel vis at hæve priserne, reducere udbuddet, kvaliteten eller produktudviklingen, uden at denne handling forudsætter, at konkurrenterne samarbejder. Generelt vil en fusion, der medfører ensidige virkninger, hindre den effektive konkurrence betydeligt gennem en enkelt virksomheds etablering eller styrkelse af en dominerende stilling.<sup>325</sup>
561. På oligopolistiske markeder kan fusioner, der medfører en eliminering af et vigtigt konkurrencepres, som bestod mellem fusionsparterne tidligere, samt svækkelse af det konkurrencepres, der hvilede på de resterende konkurrenter, også hæmme konkurrencen betydeligt. Det gælder selvom koordineringen mellem oligopolvirksomhederne ikke er særlig sandsynlig.<sup>326</sup>
562. Hvorvidt det er sandsynligt, at en fusion vil give anledning til ensidige virkninger, afhænger af en række forskellige faktorer, som kan variere afhængigt af de forskellige markedsforhold, som fusionen vedrører. Ligeledes vil det afhænge af de konkrete omstændigheder, hvilke analyser der i den forbindelse skal foretages.
563. Følgende faktorer indgår bl.a. i vurderingen af, om horisontale fusioner sandsynligvis vil give anledning til ensidige virkninger. Hvis én eller flere af faktorerne er til stede, vil det kunne indikere en risiko for ensidige virkninger som følge af fusionen:
- Fusionsparterne har store markedsandele; jo større markedsandele og jo mere disse øges ved fusionen, desto mere sandsynligt, at markedsmagten øges.<sup>327</sup>
  - Fusionsparterne er nære – men ikke nødvendigvis nærmeste – konkurrenter; jo større substitutionsgrad mellem fusionsdeltagernes produkter, desto større sandsynlighed for, at prisen øges.<sup>328</sup>
  - Kundernes muligheder for at skifte leverandør er begrænsede, især hvis et skifte er forbundet med store omkostninger, eller der kun er få alternative leverandører.<sup>329</sup>
  - Konkurrenterne vil sandsynligvis ikke forøge udbuddet, hvis priserne stiger, eksempelvis fordi konkurrenterne møder adgangsbarrierer, herunder kapacitetsbegrænsninger.<sup>330</sup>
  - Fusionsparterne er i stand til at forhindre konkurrenterne i at ekspandere, eksempelvis fordi den fusionerede enhed kontrollerer et vigtigt input, distributionskanaler, er indehaver af intellektuelle ejendomsrettigheder eller har finansiell styrke.<sup>331</sup>
  - Fusionen eliminerer en betydelig konkurrencemæssig faktor, eksempelvis har nogle virksomheder større indflydelse på konkurrenceprocessen end deres markedsandele eller lignende måtte tyde på. En fusion, der involverer en sådan virksomhed, kan ændre

<sup>325</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 25, 1. punktum.

<sup>326</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 25, 2. punktum og fusionsforordningens betragtning 25.

<sup>327</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 27.

<sup>328</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 28-30. Se også Kommissionens beslutning af 24. januar 2006 i sag COMP/M.3942, *Adidas/Reebok*, punkt 37.

<sup>329</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 31.

<sup>330</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 32-34.

<sup>331</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 36. Se også Kommissionens beslutning af 25. august 2005 i sag COMP/M. 3686, *Johnson&Johnson/Guidant*, punkt 350.

dynamiske konkurrenceforhold på en betydelig måde, især når markedet i forvejen er koncentreret.<sup>332</sup>

564. Ovenstående faktorer behøver ikke alle være til stede, for at ensidige virkninger er sandsynlige, og det skal ikke betragtes som en udtømmende liste.<sup>333</sup>
565. Ved vurderingen af, om en fusion giver anledning til ensidige virkninger, skal der sammenlignes med det kontrafaktiske scenarie, det vil sige de forhold, der vil gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemføres.

### 7.2.3 Koordinerede virkninger

566. Ved koordinerede virkninger er der – i modsætning til ensidige virkninger – tale om, at profitabiliteten ved den fusionerede enheds handlinger afhænger af en stiltiende koordinering med andre virksomheder på markedet. Fx vil profitabiliteten af en prisstigning fra den fusionerede enheds side kunne afhænge af, hvorvidt andre store aktører vælger at følge en sådan prisstigning. Den fusionerede enhed vil derfor skulle tage øvrige aktørers forventede adfærd med i de strategiske overvejelser. For at der kan være tale om koordinerede virkninger, skal fusionen gøre det mere sandsynligt, at virksomheder, der ikke koordinerede deres adfærd før fusionen, nu vil foretage en sådan koordinering, uden at de indgår en egentlig aftale herom, eller at en allerede eksisterende koordinering, som følge af fusionen, bliver mere stabil, mere effektiv eller lettere at gennemføre.
567. Et led i vurderingen af, om en given fusion skal godkendes, er derfor at afgøre, i) om der er risiko for, at markedets aktører fremover stiltiende vil koordinere deres adfærd, og ii) om risikoen for koordinering øges ved fusionen. Koordineringen kan ske på flere måder, fx ved fastlæggelse af salgspriser eller -mængder eller ved opdeling af markeder.
568. Af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner fremgår om koordinerende virkninger, at:

*”b) fusionen kan ændre konkurrencens art, så det bliver betydeligt mere sandsynligt, at virksomheder, der ikke koordinerede deres adfærd tidligere, nu vil foretage en sådan koordinering og forhøje priserne eller på anden måde skade den effektive konkurrence. En fusion kan også lette, stabilisere eller effektivisere koordineringen mellem virksomheder, der allerede koordinerede deres adfærd inden fusionen (koordinerede virkninger).”<sup>334</sup>*

569. Hvis en fusion fører til, at der er risiko for, at den fusionerede virksomhed samt øvrige virksomheder på markedet vil udøve en stiltiende, koordineret adfærd, vil der være tale om koordinerede virkninger. Det kan fx udmønte sig i, at de koordinerende virksomheder hæver priserne – uden eksplicit at aftale dette.
570. I *Airtours* opstillede Retten tre kumulative betingelser for, hvornår der er tale om koordinerede virkninger<sup>335</sup>. Kommissionen har i sine retningslinjer for horisontale fusioner præciseret de tre *Airtours*-betingelser, således at retningslinjerne opstiller fire kriterier, der dækker alle tre

<sup>332</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 37.

<sup>333</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 26.

<sup>334</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 22.

<sup>335</sup> Retten i Første Instans' dom af 6. juni 2002 i sag T-342/99, *Airtours mod Kommissionen*, præmis 62. Betingelserne er stort set blevet bekræftet af EF-Domstolen i dom af 10. juli 2008 i sag C-413/06 P, *Impala II*.

betingelser fra *Airtours*. Disse fire kriterier skal således alle være opfyldt, for at der er tale om koordinerede virkninger<sup>336</sup>. De fire kriterier fra Kommissionens horisontale retningslinjer er:

- (i) Det skal være muligt for parterne at etablere koordineringsbetingelser,
- (ii) Afvigelser fra koordineringen skal kunne kontrolleres af de øvrige parter,
- (iii) De øvrige parter skal kunne opstille ( troværdige ) disciplinære foranstaltninger ved afvigelser og
- (iv) Parter, der står uden for koordineringen, må ikke kunne bringe de forventede resultater af koordineringen i fare.

571. Hvis – og kun hvis – de fire betingelser alle er opfyldt og fusionen bidrager til opfyldelsen, kan det konkluderes, at fusionen øger risikoen for koordinerende virkninger. Nedenfor foretages en nærmere gennemgang af betingelserne, som er beskrevet i Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>337</sup>

*(i) Etablering af koordineringsbetingelser*

572. Det er ikke tilstrækkeligt, at virksomheder, der ønsker at koordinere, har stor gennemsigthed med hensyn til hinandens forhold. Betingelsen kan kun være opfyldt, hvis de underliggende strukturer på markedet er indrettet sådan, at der findes en fælles reference, som virksomhederne kan gøre til genstand for koordineringen. Det kan fx være priser eller kundedeling på baggrund af geografiske områder. Jo enklere og mere stabile de økonomiske forhold er, desto lettere er det generelt for virksomhederne at etablere koordineringsbetingelser.<sup>338</sup> Derfor er opfyldelsen af denne betingelse nødvendig for, at koordinering overhovedet kan opstå.

*(ii) Kontrol af afvigelser*

573. Betingelsen kan kun være opfyldt, hvis gennemsigtheden omkring referencepunktet for koordineringen, fx priser, er tilstrækkelig stor til, at eventuelle afvigelser fra koordineringen hurtigt vil blive opdaget.<sup>339</sup> Muligheden for hurtigt at opdage eventuelle afvigelser er essentiel for stabiliteten af koordinering. Dette skyldes, at virksomheder, der indgår i koordinering, konstant vil være fristede af at afvige fra koordineringen, fx ved at sænke priserne. Det er således nødvendigt at redegøre for, hvordan de koordinerende virksomheder kan overvåge hinanden.

*(iii) Disciplinære foranstaltninger*

574. Det skal være muligt at straffe en virksomhed, der afviger fra koordineringsbetingelserne. Denne betingelse er sammen med betingelsen om kontrol af afvigelser nødvendig for at sikre, at de koordinerende virksomheder ikke fristes til at afvige fra koordineringen. For det første skal sanktionen ved afvigelse fremstå klart for de koordinerende virksomheder, for det andet skal sanktionen være troværdig, og for det tredje skal sanktionen kunne igangsættes tilpas hurtigt<sup>340</sup>. En sanktion kan eksempelvis være at lægge et fuldt konkurrencemæssigt pres på en koordinerende virksomhed, som afviger fra koordineringsbetingelserne, herunder fx ved at målrette bestemte kundegrupper.

*(iv) Reaktioner fra udenforstående virksomheder*

575. Denne betingelse er nødvendig for at sikre, at koordineringen, der fx kan resultere i et højt prisniveau, ikke får nye virksomheder til at træde ind på markedet. Betingelsen kan kun være

<sup>336</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 41.

<sup>337</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 44-57.

<sup>338</sup> Jf. fx Kommissionens beslutning af 31. januar 2001 i sag COMP/M.2097, *SCA/Metsä Tissue*, punkt 148.

<sup>339</sup> Jf. fx Kommissionens beslutning af 20. december 2002 i sag COMP/M.2389, *Shell/DEA*, punkt 112-115.

<sup>340</sup> Jf. fx Kommissionens beslutning af 16. april 2008 i sag COMP/M.4980, *ABF/GBI Business* punkt 244-246.

opfyldt, hvis der kan redegøres for, at fx udenlandske virksomheder ikke vil have mulighed for at etablere sig på markedet, selvom fx prisniveauet umiddelbart ville gøre en sådan etablering attraktiv. Således er opfyldelsen af betingelsen om reaktioner fra udenforstående virksomheder nødvendig for, at koordineringen ikke bryder sammen på grund af pres udefra.

### 7.2.3.1 Relevante markedskarakteristika

576. Ved afgørelsen af, hvorvidt de fire kumulative betingelser er opfyldt, og dermed hvorvidt risikoen for koordinering øges ved fusionen, lægges vægt på en række markedskarakteristika. Det er imidlertid usandsynligt, at alle markedskarakteristika peger i samme retning, det vil sige enten peger i retning af eller væk fra en risiko for koordinering. Det vil derimod normalt være nødvendigt at foretage en afvejning af de karakteristika, der taler for, og de karakteristika, der taler imod en risiko for koordinering<sup>341</sup>. I Boks 7.1 nedenfor gennemgås en række markedskarakteristika, som skal inddrages i en sådan vurdering.

#### Boks 7.1 Markeds- karakteristika

##### 1) Koncentrationsniveau

Jo færre virksomheder, der findes på et marked, desto lettere vil det alt andet lige være at koordinere. Dette skyldes, at der bliver færre virksomheder at holde øje med for så vidt angår koordinationsniveauet, fx prisniveauet, og eventuelle afvigelser fra koordineringen. Desuden falder sandsynligheden for, at der findes en eller flere virksomheder, som ikke ønsker at koordinere.

##### 2) Adgangsbarrierer

Jo højere adgangsbarrierer, der findes på et givent marked, desto sværere bliver det for potentielle konkurrenter at træde ind på markedet og bryde koordineringen. Derfor betyder høje adgangsbarrierer, at koordineringen bliver mere stabil, idet kun virksomheder, som allerede findes på markedet, kan true koordineringen.

##### 3) Gennemsigtighed

Jo større gennemsigtighed, der findes på et marked, desto lettere bliver det for virksomheder, som indgår i koordinering, at (1) observere og tilpasse sig det aktuelle koordinationsniveau, fx prisniveau, og at (2) identificere virksomheder, som afviger fra koordinationsniveauet. Gennemsigtighed kan have mange forskellige dimensioner og er en af de helt grundlæggende forudsætninger for koordinering. Det vigtige er, at der er gennemsigtighed om præcis det eller de forhold, som koordineringen sigter efter. Hvis koordineringen drejer sig om priser, skal de koordinerende virksomheder have kendskab til hinandens priser. Det kan fx ske ved (1) faste, offentligt tilgængelige prislister, (2) hyppige udbud, der kan afprøve prisniveauet, (3) kunder, som indhenter tilbud fra flere leverandører og bruger dem til at forhandle om priserne, (4) prisindeks, fx på udenlandske råvarebørser, som danner grundlag for prisen på forarbejdede varer, (5) prisportaler på Internettet udviklet af kunde- /forbrugerorganisationer eller (6) branchestatistik om priser eller omsætning. Gennemsigtigheden på et marked påvirkes af en lang række forskellige faktorer. I de følgende tre punkter gives nogle eksempler:

##### 3a) Udvikling i efterspørgslen

Jo mere stabilt efterspørgslen udvikler sig, desto lettere bliver det at identificere afvigelser fra koordineringen. Dette skyldes, at afvigelser ikke vil blive forvekslet med fald i efterspørgslen. Eksempelvis vil en virksomhed, der indgår i koordinering og pludselig mister en væsentlig del af sin omsætning, straks tro, at en konkurrent må have afvejet fra koordineringen, hvis efterspørgslen normalt udvikler sig stabilt. Således bidrager en stabil udvikling i efterspørgslen til gennemsigtigheden. Omvendt vil store udsving i efterspørgslen gøre det vanskeligt for en virksomhed at vurdere, om den fx har mistet markedsandele til en konkurrent, der har afvejet fra koordineringen, eller om den generelle efterspørgsel er faldet.

##### 3b) Størrelse og hyppighed af transaktioner

<sup>341</sup> Jf. Domstolens afgørelse af 10. juli 2008 i dommen Bertelmann and Sony v. Impala, Case C-413/06 P, punkt 125-126.

Jo mindre og jo hyppigere transaktionerne på et marked er, desto bedre vil koordinerende virksomheder kunne observere koordinationsniveauet, fx prisniveauet, og tilpasse sig hertil, og desto hurtigere vil koordinerende virksomheder opdage eventuelle afvigelser fra koordineringen. Således bidrager små og hyppige transaktioner til at øge gennemsigtigheden. Hertil kommer, at det gør det mindre attraktivt at afvige fra koordineringen, idet der ikke vil være en stor gevinst forbundet med at afvige, fx fordi virksomheden ved at afvige opnår en stor og langvarig kontrakt. På denne måde gør små og hyppige transaktioner koordineringen mere stabil.

### *3c) Produkthomogenitet*

Jo større produkthomogenitet, desto lettere kan koordinerende virksomheder sammenligne deres produkter og rette sig ind efter et fælles niveau for koordineringen. Eksempelvis kan det være vanskeligt for to producenter af henholdsvis low- og high-end produkter, på samme marked, at koordinere priserne. Det skyldes, at det vil være vanskeligt at finde én pris at koordinere om. Således vil en høj grad af produkthomogenitet øge gennemsigtigheden og dermed mulighederne for koordinering.

### *4) Symmetri af markedsandele*

Jo mere symmetriske markedsandelene blandt de koordinerende virksomheder er, desto mere ensartede incitamenter har de til at fortsætte koordineringen. Virksomheder med små markedsandele har, alt andet lige, et større incitament til at afvige fra koordineringen end virksomheder med store markedsandele. Det skyldes, (1) at virksomheder med små markedsandele får en mindre del af gevinsten ved at koordinere end virksomheder med store markedsandele, og (2) at virksomheder med små markedsandele potentielt kan kapre flere nye kunder og dermed større gevinster ved at afvige fra koordineringen, end virksomheder med store markedsandele. Alt i alt indebærer symmetri af markedsandele, at gevinster og tab ved henholdsvis koordinering og afvigelse vil være nogenlunde lige store for de koordinerende virksomheder. Dermed virker symmetri af markedsandele, og særligt fravær af virksomheder med små markedsandele, befordrende for koordinering.

### *5) Symmetri af omkostninger*

Jo mere symmetriske omkostninger, desto lettere vil koordinerende virksomheder have ved at finde et fælles niveau for koordineringen, fx et prisniveau. Et sådant niveau for koordineringen kunne opstå ved brug af en fast fælles mark-up i forbindelse med prissætningen. Hertil kommer, at symmetriske omkostninger, ligesom det var tilfældet med symmetriske markedsandele, har den effekt, at gevinster og tab ved henholdsvis koordinering og afvigelse vil være nogenlunde lige store for de koordinerende virksomheder. Alt i alt virker symmetriske omkostninger befordrende for koordinering.

### *6) Faste kundeforhold*

Jo flere faste kundeforhold, desto lettere vil koordinerende virksomheder have ved at koordinere i form af markedsdeling. Hvis der findes kunder, som typisk foretager deres indkøb hos en bestemt virksomhed, vil det være lettere at identificere de enkelte kunders leverandører. Koordinering i form af markedsdeling vil dermed eksempelvis kunne ske ved, at eksisterende kunder forbliver hos deres faste leverandør.

### *7) Stærke kunder*

Jo færre stærke kunder, desto mindre pres på de koordinerende virksomheder for at bryde koordineringen. Stærke kunder kan have forhandlingsmagt over for de koordinerende virksomheder, og stærke kunder vil kunne lægge pres på en koordinerende virksomhed for at bryde niveauet for koordineringen, fx ved at sænke priserne. Dermed vil fravær af stærke kunder virke befordrende for koordineringen.

### *8) Konkurrenter med "maverick" egenskaber*

Såfremt virksomheder med "maverick egenskaber", det vil sige virksomheder med en særligt aggressiv konkurrenceadfærd, opererer på markedet, kan det være vanskeligt for de koordinerende virksomheder at opretholde den koordinerende adfærd.

### *9) Gengældelsesmuligheder*

Jo bedre muligheder for gengældelse mod virksomheder, der afviger fra koordineringen, desto mindre risiko for afvigelser i det hele taget, og desto bedre mulighed for at

opretholde koordineringen. Troværdige gengældelsesmuligheder er kendetegnet ved, at de skader afvigende virksomheder i et sådant omfang, at det på lang sigt er mere økonomisk rationelt at deltage i koordineringen, end at afvige<sup>342</sup>. Gengældelse kan fx bestå i en lokal priskrig i et geografisk afgrænset område, hvor den afvigende virksomhed hører hjemme, eller en priskrig rettet specifikt mod den afvigende virksomheds kunder.

#### *10) Strukturelle forbindelser*

Jo flere strukturelle forbindelser mellem de koordinerende virksomheder, desto mindre incitament til at afvige fra koordineringen og desto bedre mulighed for at opretholde koordineringen. Strukturelle forbindelser mellem virksomheder indebærer, at gevinster og tab i nogen grad udlignes virksomhederne imellem. Derfor vil en virksomhed, der overvejer at afvige fra koordineringen og dermed påføre sine konkurrenter et tab, skulle medregne en del af dette tab som sit eget, ligesom en del af gevinsten ved afvigelsen skal tilskrives konkurrenterne. Alt i alt bliver tilbøjeligheden til at afvige fra koordineringen mindre.

#### *11) Vertikal integration*

Jo mere vertikal integration mellem de koordinerende virksomheder og henholdsvis deres kunder og leverandører, desto bedre kendskab til de øvrige koordinerende virksomheders omkostnings- og afsætningsforhold og desto større gennemsigtighed. Således kan vertikal integration gøre det lettere at enes om et punkt for koordineringen og desuden gøre det lettere hurtigt at identificere virksomheder, der afviger fra koordineringen. Således er vertikal integration med til at stabilisere koordinering.

#### *12) Innovation*

Jo større innovationschok, desto større incitament til at afvige fra koordineringen. Dette skyldes, at en virksomhed, der på grund af innovation bliver væsentligt mere effektiv eller kan tilbyde et væsentligt bedre produkt, vil kunne vinde betydelige markedsandele ved at afvige fra koordineringen. Således vil store og pludselige innovationschok kunne føre til afvigelser og dermed destabilisere koordineringen. Derimod vil gradvis eller kontinuerlig innovation, det vil sige uden større chok i en enkelt virksomhed, ikke virke underminerende for koordineringen.

#### *13) Kontakt på flere markeder*

Hvis de koordinerende virksomheder har aktiviteter på flere markeder, vil der (også) være mulighed for at gennemføre disciplinære foranstaltninger på et eller flere af disse. Det øger mulighederne for at straffe en virksomhed, der afviger fra koordineringen, og dermed vil de disciplinære foranstaltninger være mere troværdige.

#### *14) Kapacitetsbegrænsninger*

Jo højere grad af kapacitetsudnyttelse, desto ringere mulighed har de koordinerende virksomheder for at afvige fra koordineringen. Dermed vil fuld kapacitetsudnyttelse blandt alle koordinerende virksomheder betyde, at koordineringen bliver mere stabil, mens ledig kapacitet gør den enkelte virksomhed, som indgår i koordinering, mere tilbøjelig til at afvige. Incitamentet til at afvige fra en koordinering styrkes også, hvis virksomhederne har en asymmetrisk fordeling af overskudskapacitet.

På den anden side vil ledig kapacitet også gøre virksomhederne, som indgår i koordineringen, bedre i stand til at gengælde eventuelle afvigelser. Såfremt fordelingen af overskudskapacitet er asymmetrisk, svækkes dette argument dog, da virksomhederne i så fald ikke råder over de samme gengældelsesmekanismer.

<sup>342</sup> Jf. Rettens afgørelse i *Impala v. Commission*, Case T-464/04, dom af 13. juli 2006, præmis 466.