Konkurrencerådsafgørelse den 24. august 2026

Ubers køb af Dantaxi

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen
Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
Tlf.: +45 41 71 50 00
E-mail: kfst@kfst.dk

Journal nr. 25/08261 /EBU/HCSJ/KBA/KSH/LKA/MGJE/MKR/MZK/PMO/SAM.
Afgørelsen er udarbejdet af
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Indholdsfortegnelse

1.	**RESUMÉ**	**12**
1.1	Anmeldelsen	12
1.2	Transaktionen	12
1.3	Parterne	12
1.4	De relevante markeder	13
1.5	Det kontrafaktiske scenarie	14
1.6	Fusionens virkninger	14
1.6.1	Horisontale ensidige virkninger	15
1.6.2	Ensidige virkninger som følge af risiko for market tipping	16
1.6.3	Vertikale ensidige virkninger	17
1.6.4	Koordinerede virkninger	18
1.6.5	Konklusion på skadesteorier	18
1.7	Effektivitetsgevinster	18
1.8	Tilsagn	19
1.9	Konklusion	20
2.	**AFGØRELSE**	**21**
2.1	Tilsagn	21
3.	**SAGSFREMSTILLING**	**41**
3.1	Indledning	41
3.2	Parterne og deres aktiviteter	41
3.3	Transaktionen	42
3.4	Jurisdiktion og anmeldelsespligt	42
4.	**MARKEDSBESKRIVELSE**	**43**
4.1	Analysegrundlag	43
4.1.1	Vognmandsundersøgelse	43
4.1.2	Markedsundersøgelse blandt kørselskontorer	43
4.1.3	Forbrugerundersøgelse	44
4.2	Taxikørsel i Danmark	44
4.2.1	Markedsstruktur	44
4.2.1.1	Kørselskontorer	46
4.2.1.1.1	Prissætning	48
4.2.1.2	Vognmænd	50
4.2.1.2.1	Vognmænds aftaler med kørselskontorer	51
4.2.1.2.1.1	Dantaxis tilslutningsaftale	52
4.2.1.3	Chauffører	52
4.2.1.4	Limousinekørsel	53
4.2.2	Formidlings-/salgskanaler	53
4.2.2.1	Mobilitetsplatforme	54

4.2.2.1.1 Ubers prissætning 56

4.2.2.1.2 Ubers aftale med Drivr 57

4.2.3 Udviklingen på taximarkedet efter mobilitetsplatformes indtræden 57
4.2.4 Lufthavnskørsel 59
4.2.5 Flextrafik 59
4.2.6 Kundetyper 60
4.2.6.1 Privatkunder 60

4.2.6.2 Erhvervskunder 60

4.2.6.3 Kunder i den offentlige sektor 61

4.3 Høringssvar 61
4.3.1 Bemærkning 1-4: Beviskrav og bevisbyrde 62
4.3.2 Bemærkning 5: Udkastet til afgørelse er i direkte modstrid med danske politiske målsætninger 67
4.3.3 Bemærkning 6: En ubetinget godkendelse er den eneste korrekte konklusion 68

5. VURDERING 70
5.1 Afgrænsning af de relevante markeder 70
5.1.1 Markedet for salg/formidling af taxikørsel 74
5.1.1.1 Det relevante produktmarked 74

5.1.1.1.1 Taxikørsel udgør et separat marked fra anden persontransport 75

5.1.1.1.2 Salg/formidling af taxikørsel udgør et separat marked 77

5.1.1.1.3 Salg/Formidling via app kan udgøre et separat segment 82

5.1.1.1.4 Salg/formidling af taxikørsel til privatkunder udgør et særskilt marked .86

5.1.1.1.5 Limousinekørsel udgør ikke en del af markedet 89

5.1.1.1.6 Delkonklusion 91

5.1.1.2 De relevante geografiske markeder 91

5.1.1.3 Konklusion 95

5.1.2 Markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørsels-kontorer 96
5.1.2.1 Det relevante produktmarked 96

5.1.2.2 Mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer udgør et selvstændigt produktmarked 98

5.1.2.2.1 Bredere kundebase og kendt brand også uden for Danmark 99

5.1.2.2.2 Datamæssige fordele 100

5.1.2.2.3 Bedre kapacitetsudnyttelse 102

5.1.2.2.4 Styrelsens samlede vurdering 103

5.1.2.3 Delkonklusion 107

5.1.2.4 De relevante geografiske markeder 107

5.1.2.5 Konklusion 108

5.1.3 Markedet for salg af kørselskontorydelser 108
5.1.3.1 Det relevante produktmarked 108

5.1.3.2 De relevante geografiske markeder 110

5.1.3.3 Konklusion 111

5.1.4 Parternes bemærkninger til markedsafgrænsningen 111
5.1.5 Konklusion – markedsafgrænsning 112
5.2 Vurderingen af fusionens konkurrencemæssige virkninger 112
5.2.1 Vurderingen af det kontrafaktiske scenarie 113
5.2.1.1 Ubers aktiviteter uden fusionen 114

5.2.1.1.1 Dantaxis aktiviteter i Danmark uden fusionen 115

5.2.1.1.2 Ubers aktiviteter i Danmark uden fusionen 116

5.2.1.2 Drivrs aktiviteter uden fusionen 118

5.2.1.3 Nye aktører på markedet uden fusionen 119

5.2.1.4 Markedsudviklingen siden Ubers indtræden på markedet i 2025 119

5.2.1.5 Konklusion på det kontrafaktiske scenarie 120

5.2.2 Berørte markeder 120
5.2.3 Styrelsens tilgang til vurdering af fusionens virkninger 122
5.2.3.1 Kontekst for styrelsens vurdering af fusionens virkninger 122

5.2.3.2 Skadesteorier 123

5.2.3.3 Udviklingen i Ubers priser efter fusionens gennemførelse 125

5.2.4 Horisontale ensidige virkninger 129
5.2.4.1 Horisontale ensidige virkninger på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder 129

5.2.4.1.1 Eksempler på fusionsspecifikke prisstigninger 130

5.2.4.1.2 Screening af områder, hvor parternes aktiviteter overlapper 132

5.2.4.1.3 Markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner 134

5.2.4.1.3.1 Markedsandele og HHI 134

5.2.4.1.3.2 Parternes stilling på markedet 137

5.2.4.1.3.3 Fusionens virkninger i områder afgrænset til kommunegrænser 164

5.2.4.1.4 Parterne anfører, at fusionen medfører påviselige fordele 166

5.2.4.2 Ensidige virkninger på markedet for salg af kørselskontorydelser 169

5.2.4.3 Modstående købermagt 170

5.2.4.4 Potentiel konkurrence 171

5.2.4.4.1 Nye kørselskontorer eller mobilitetsplatformes indtræden på det danske taximarked 172

5.2.4.4.1.1 Indtræden af nye mobilitetsplatforme 172

5.2.4.4.1.2 Indtræden af nye kørselskontorer 174

5.2.4.5 Konklusion – horisontale ensidige virkninger 180

5.2.5 Ensidige virkninger som følge af risiko for market tipping 181
5.2.5.1 Skadesteori 181

5.2.5.2 Praksis og vurderingskriterier 183

5.2.5.3 Markedskarakteristika af betydning for risikoen for market tipping 185

5.2.5.3.1 Netværkseffekter 186

5.2.5.3.2 Singlehoming vs. multihoming 191

5.2.5.3.3 Øvrige markedskarakteristika 195

5.2.5.3.4 Særlige forhold 202

5.2.5.3.5 Markedskarakteristika og særlige forhold understøtter risiko for market tipping 206

5.2.5.4 Fusionens betydning for risikoen for market tipping 208

5.2.5.5 Ensidige virkninger i tilfælde af market tipping 210

5.2.5.6 Konklusion – ensidige virkninger som følge af risiko for market tipping 212

5.2.6 Vertikale ensidige virkninger 213
5.2.6.1 Inputafskærmning 215

5.2.6.1.1 Ubers mulighed for inputafskærmning 217

5.2.6.1.2 Ubers incitament til inputafskærmning af Drivr 224

5.2.6.1.2.1 Hel afskærmning af Drivr 224

5.2.6.1.2.2 Delvis afskærmning af Drivr 230

5.2.6.1.3 Betydning for den effektive konkurrence af afskærmning af Drivr 234

5.2.6.1.4 Afskærmning af øvrige kørselskontorer 238

5.2.6.1.5 Konklusion – inputafskærmning på markedet for formidling af taxakørsel (via apps) ... 238

5.2.7 Koordinerede virkninger ... 239
5.2.7.1 Risiko for koordinerede virkninger på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner via Ubers app ... 242

5.2.7.1.1 Ad i) Etablering af koordineringsbetingelser ... 242

5.2.7.1.2 Ad ii) Kontrol af afvigelser ... 245

5.2.7.1.3 Ad iii) Mulighed for disciplinære foranstaltninger ... 246

5.2.7.1.4 Ad iv) Reaktioner fra udenforstående ... 248

5.2.7.1.5 Delkonklusion koordineringsbetingelser ... 250

5.2.7.2 Faktisk adfærd og prissætning på Ubers app ... 250

5.2.7.3 Konklusion – koordinerede virkninger ... 251

5.3 Effektivitetsgevinster ... 252
5.3.1 Ubers argumenter omkring effektivitetsgevinster ... 252
5.3.2 Styrelsens vurdering ... 254
5.3.3 Konklusion ... 266
5.4 Tilsagn ... 266
5.4.1 Ubers tilbudte tilsagn ... 267
5.4.1.1 Tilsagnet af den 6. juli 2026 ... 269

5.4.1.1.1 Ad i) afhændelse af Frasalgsvirksomheden ... 269

5.4.1.1.1.1 Særlige markedsføringstiltag ... 270

5.4.1.2 Ad ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr ... 270

5.4.1.3 Ad iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder- og frister og en særlig opsigelsesret ... 270

5.4.1.4 Øvrige bestemmelser i tilsagnet ... 271

5.4.2 Markedstest ... 271
5.4.3 Styrelsens vurdering af Ubers afgivne tilsagn af den 6. juli 2026 ... 272
5.4.3.1 Horisontale ensidige virkninger, herunder øget risiko for market tipping ... 273

5.4.3.1.1 Frasalgsvirksomheden udgør ikke en rentabel eller levedygtig virksomhed ... 273

5.4.3.1.1.1 Frasalgsvirksomheden er ikke klart defineret ... 275

5.4.3.1.1.2 Dantaxi-appen ... 277

5.4.3.1.1.3 Dantaxis forbrugertelefonnummer 4x48 ... 281

5.4.3.1.1.4 Dantaxi-varemærket ... 284

5.4.3.1.2 Salg af Frasalgsvirksomheden som en samlet enhed 285

5.4.3.1.3 Vognmænds særlige opsigelsesret ved skifte til køber af Frasalgsvirksomheden er utilstrækkelig 288

5.4.3.1.4 Delkonklusion 291

5.4.3.1.5 Ændrede kontraktvilkår for vognmænd er utilstrækkelige 292

5.4.3.1.6 Uber vil fortsat have en tæt forbindelse til Drivr 293

5.4.3.1.7 Tilsagnets implementering og effektivitet er utilstrækkelig 295

5.4.3.1.7.1 Ubers forpligtelser i forbindelse med bevarelse af Frasalgsvirksomheden i overgangsperioden er utilstrækkelige 295

5.4.3.1.7.2 Det er usikkert, om der kan findes en egnet køber 299

5.4.3.1.7.3 Frasalgsperioden og perioden for gennemførelse af salget er for lange 302

5.4.3.1.8 Delkonklusion – horisontale ensidige virkninger 304

5.4.3.2 Inputafskærmning 304

5.4.3.2.1 Hel afskærmning af Drivr 304

5.4.3.2.2 Delvis afskærmning af Drivr 305

5.4.3.2.3 Delkonklusion – vertikale virkninger 306

5.4.3.3 Koordinerede virkninger 306

5.4.3.3.1 Delkonklusion – koordinerede virkninger 307

5.4.4 Konklusion – vurdering af tilsagn af den 6. juli 2026 307
5.4.5 Ubers reviderede tilsagn af den 3. august 2026 308
5.4.5.1 Tilsagnets indhold 308

5.4.5.1.1 Ad i) afhændelse af Frasalgsvirksomheden 308

5.4.5.1.1.1 Transitional Services Agreement 309

5.4.5.1.1.2 Bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed 309

5.4.5.1.1.3 Hold separate forpligtelse 310

5.4.5.1.1.4 Overførsel og sletning af privatkundedata 310

5.4.5.1.2 Ad ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr 311

5.4.5.1.3 Ad iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder- og frister 311

5.4.5.1.4 Øvrige bestemmelser i tilsagnet 311

5.4.5.2 Styrelsens vurdering af tilsagnet 311
5.4.5.2.1 Frasalgsvirksomheden udgør ikke en rentabel og levedygtig virksomhed 312
5.4.5.2.1.1 Den inkluderede efterspørgsel 313
5.4.5.2.1.2 De inkluderede vognmænd 314
5.4.5.2.1.3 Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 315
5.4.5.2.1.4 [xxx] 316
5.4.5.2.1.5 Transitional Services Agreement 316
5.4.5.2.1.6 Driften af Frasalgsvirksomheden i frasalgsperioden 316
5.4.5.2.1.7 Ubers adgang til kundedata 317
5.4.5.2.2 Tilsagn i forhold til Drivr er utilstrækkeligt 317
5.4.5.3 Konklusion – tilsagn af den 3. august 2026 318
5.4.6 Ubers reviderede tilsagn af 14. august 2026 318
5.4.6.1 Tilsagnets indhold 318
5.4.6.1.1 Ad i) afhændelse af Frasalgsvirksomheden 319
5.4.6.1.1.1 Transitional Services Agreement 320
5.4.6.1.1.2 Bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed 321
5.4.6.1.1.3 Hold separate forpligtelse 322
5.4.6.1.1.4 Overførsel og sletning af privatkundedata 322
5.4.6.1.2 Ad ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr 323
5.4.6.1.3 Ad iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder- og frister 323
5.4.6.1.4 Øvrige bestemmelser i tilsagnet 323
5.4.6.2 Styrelsens vurdering af tilsagnet 324
5.4.6.2.1 Der er tale om en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed 324
5.4.6.2.1.1 Frasalgsvirksomheden indeholder de nødvendige aktiver [xxx] 326
5.4.6.2.1.2 Frasalgsvirksomheden indeholder tilstrækkelig omsætning 326
5.4.6.2.1.3 Frasalgsvirksomheden indeholder en tilstrækkelig mængde vognmænd 328
5.4.6.2.1.4 Driften er sikret i frasalgsperioden 329

5.4.6.2.1.5 Der vil blive ydet den nødvendige assistance til overdragelse af Frasalgsvirksomheden 331

5.4.6.2.1.6 Delkonklusion – rentabel og konkurrencedygtig virksomhed 331

5.4.6.2.2 Ændrede kontraktvilkår for vognmænd 331

5.4.6.2.3 Tilsagnet kan implementeres effektivt 331

5.4.6.2.4 Horisontale ensidige virkninger 333

5.4.6.2.4.1 Frasalget fjerner overlappet i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner 333

5.4.6.2.4.2 Risikoen for market tipping reduceres 336

5.4.6.2.4.3 [xxx] 336

5.4.6.2.4.4 Delkonklusion – ensidige horisontale virkninger 336

5.4.6.2.5 Inputafskærmning 336

5.4.6.2.6 Koordinerede virkninger 337

5.4.6.2.7 Konklusion – tilsagnet af 14. august 2026 337

6. KONKLUSION 339

7. BILAG 340

7.1 Vurderingskriterier 340

7.1.1 Det kontrafaktiske scenarie 341

7.1.2 Den tidsmæssige ramme for vurdering af fusionen 342

7.2 Horisontale forbindelser 343

7.2.1 Markedsandele og HHI 344

7.2.2 Ensidige virkninger 345

7.2.3 Koordinerede virkninger 346

7.2.3.1 Relevante markedskarakteristika 348

7.3 Vertikale forbindelser 351

7.3.1 Markedsandele og HHI 351

7.3.2 Ensidige virkninger 352

7.3.2.1 Inputafskærmning 352

7.3.2.2 Kundeafskærmning 354

7.3.2.3 Adgang til kommercielt følsomme oplysninger 355

7.3.3 Koordinerede virkninger 355

7.4 Effektivitetsgevinster 355

7.5 Screeningsmetode til udvælgelse af områder 356

7.6 Oversigt over kommuner, hvor parterne havde horisontalt overlappende aktiviteter på fusionstidspunktet 357

7.7 Markedsandele på et marked for salg/formidling af taxikørsel via apps i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner 358

7.8 Bilaget B2B Kundeforhold 359

1. Resumé

1.1 Anmeldelsen

1. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (herefter "styrelsen") krævede den 25. august 2025 Uber International Holding B.V.'s (herefter "Uber") erhvervelse af Greenfleet Holding A/S (herefter "Dantaxi") anmeldt i medfør af konkurrencelovens § 12, stk. 6. Fusionen var gennemført på dette tidspunkt.

2. Styrelsen modtog den 15. september 2025 en anmeldelse af fusionen mellem Uber og Dantaxi. Fusionsanmeldelsen var fuldstændig at regne fra den 12. januar 2026. Fusionen overgik til fase II den 16. februar 2026, idet der var behov for en særskilt undersøgelse af fusionen. Fristen for behandling af fusionen i fase II var den 29. juni 2026.

3. Den 23. juni 2026 fremsendte Uber underskrevne tilsagn. Det medførte en fristforlængelse på 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 3. Styrelsen anmodede Uber om yderligere fristforlængelse på 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 4, således at fristen for behandlingen af fusionen i fase II er den 24. august 2026. Ubers tilsagn er blevet justeret flere gange efter den 23. juni 2026, og den endelige version af tilsagnet er Ubers tilsagn af 14. august 2026.

4. I afgørelsen benævnes Uber og Dantaxi samlet som "parterne", uanset at transaktion er gennemført.

1.2 Transaktionen

5. Uber og Dale LuxCo S.à r.l., der er et private equity-selskab kontrolleret af Triton Partners og visse minoritetsaktionærer, indgik den 27. maj 2025 en aftale om overdragelse af Dale LuxCo S.à r.l's kapitalandele i Dantaxi til Uber. Transaktionen blev gennemført samme dag. Transaktionen indebærer, at Uber erhverver 100 pct. af aktierne i Dantaxi og derved opnår enekontrol over Dantaxi.

6. Den anmeldte fusion medfører således et kontrolskifte og udgør en fusion, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

1.3 Parterne

7. **Uber** er en global teknologivirksomhed, der er til stede i ca. 70 lande. Ubers mobilitetstilbud ("Uber-appen") forbinder forbrugere med en bred vifte af transportformer, såsom taxikørsel, samkørsel, mikromobilitet, udlejning og offentlig transport. Uber udvikler og driver egne teknologiapplikationer, der – udover mobilitet – også understøtter produkter og services under to andre hovedforretningsområder, levering og fragt.

8. Uber påbegyndte i Danmark i januar 2025 et samarbejde med Drivr Danmark A/S (herefter "Drivr") [xxx]. Drivr er et kørselskontor og sælger taxitjenester i Danmark. Samarbejdet indebærer, at Uber er medejer af Drivr og pt. har en ejerandel på [xxx] pct. [xxx]. Uber leverer i henhold til samarbejdsaftalen med Drivr ("Uber og Drivrs samarbejdsaftale") teknologitjenester til Drivr, der gør det muligt for Drivr at tilbyde sine taxitjenester via Uber-appen i tillæg til egne formidlingstjenester.

9. **Dantaxis** hovedaktivitet var både før og efter fusionen at drive autoriseret kørselskontor gennem de to selskaber Dantaxi 4x48 A/S, der primært har sine aktiviteter i Østdanmark, og Kør-

selskontoret Dantaxi A/S, der primært har sine aktiviteter i Vestdanmark. Dantaxi sælger sine taxitjenester til privatkunder, kunder i den offentlige sektor og erhvervskunder. Ud over traditionelle taxitjenester er Dantaxi aktiv gennem kontrakter med kommuner/regioner, som omfatter transport til hospitaler og skoler, og Flextrafik.

10. Inden fusionen solgte Dantaxi bl.a. sine taxitjenester via egen app ("Dantaxi-appen"). Efter fusionen sælger Dantaxi også sine taxitjenester via Uber-appen.

1.4 De relevante markeder

11. Styrelsen tager til brug for vurderingen i denne sag udgangspunkt i følgende relevante markeder:

» *Markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, afgrænset geografisk til lokale eller metropol-lokale områder*

12. Det er styrelsens vurdering, at der kan afgrænses et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder. Markedet omfatter kørselskontorers salg af taxikørsel gennem egne salgskanaler, herunder telefon, hjemmeside, egen app og prajning/taxiholdeplads, samt formidling via tredjeparts mobilitetsapps som Uber og Bolt.

13. Styrelsen vurderer, at privatkunder udgør et særskilt kundesegment inden for markedet for salg/formidling af taxikørsel. Det skyldes bl.a., at privatkunder typisk køber enkeltstående ture ad hoc, mens erhvervskunder og offentlige kunder ofte køber taxikørsel på grundlag af aftaler, kontrakter, rammeaftaler eller udbud og med andre krav til bl.a. pris, dokumentation, rapportering, afregning, service og kapacitet.

14. Styrelsen vurderer endvidere, at spørgsmålet om en yderligere segmentering efter bestillingskanal, herunder et muligt særskilt segment for salg/formidling via app, kan stå åbent. Styrelsen har i vurderingen overvejet og inddraget, at app-baseret bestilling har visse særskilte egenskaber, herunder prisforudsigelighed, oplysninger om forventet ventetid, tracking, chaufføroplysninger, integreret betaling og rabatter. Samtidig viser styrelsens markedsundersøgelser, at der er en vis substitution mellem app-baseret bestilling og øvrige bestillingskanaler.

15. Styrelsen vurderer, at markedet geografisk ikke kan afgrænses bredere end lokalt eller metropol-lokalt. Det skyldes, at konkurrencen om taxiture afhænger af lokal tilgængelig taxikapacitet, afhentningstid og vognmændenes geografiske rækkevidde. I Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner kan konkurrencen dog udspille sig på tværs af kommunegrænser, hvorfor området kan behandles som ét samlet metropol-lokalt område.

» *Markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, hvor den præcise geografiske afgrænsning kan stå åben*

16. Det er styrelsens vurdering, at mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer udgør et selvstændigt relevant produktmarked. Styrelsen har lagt vægt på, at mobilitetsplatformes ydelse ikke alene består i en teknisk bestillingskanal, men også kan give kørselskontorer adgang til et bredere kundegrundlag, et særskilt ordreflow, app-baseret formidling, betalingsinfrastruktur, data og mulighed for bedre kapacitetsudnyttelse.

17. Styrelsen lægger vægt på, at kørselskontorernes egne bestillingskanaler ikke uden videre kan erstatte mobilitetsplatformenes ydelse. Egne kanaler giver alene adgang til den efterspørgsel, som kørselskontoret selv kan generere. Mobilitetsplatforme kan derimod give adgang til et eksternt kundegrundlag og et supplerende ordreflow, som ikke i samme grad kan opnås gennem kørselskontorets egne bestillingskanaler alene.

18. Styrelsen vurderer, at markedet kan have en national dimension, idet platformydelsen og appen i vidt omfang kan anvendes på tværs af Danmark. Samtidig vurderer styrelsen, at der kan forekomme lokale variationer i platformenes kommercielle styrke, fordi værdien af platformens ydelse afhænger af lokal taxikapacitet og lokal efterspørgsel. Den præcise geografiske afgrænsning kan dog i denne sag stå åben.

» *Markedet for salg af kørselskontorydelser til vognmænd, hvor den præcise geografiske afgrænsning kan stå åben*

19. Det er styrelsens vurdering, at der kan afgrænses et relevant marked for salg af kørselskontorydelser til vognmænd. Kørselskontorydelserne omfatter bl.a. adgang til ordreflow, bestillingsmodtagelse, turfordeling, afregning, betalingshåndtering, kundeservice og understøttelse af regulatoriske krav. Vognmænd er efter dansk taxiregulering afhængige af tilknytning til et kørselskontor for at kunne udføre taxikørsel.

20. Styrelsen vurderer, at konkurrencen om salg af kørselskontorydelser i væsentligt omfang udspiller sig inden for lokale eller metropol-lokale områder. Det skyldes, at vognmænd typisk har størst incitament til at være tilknyttet et kørselskontor, som kan generere et tilstrækkeligt ordreflow i det område, hvor vognmanden opererer. Den præcise geografiske afgrænsning kan dog i denne sag stå åben.

1.5 Det kontrafaktiske scenarie

21. Styrelsen skal ved vurderingen af, om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, fastlægge og sammenligne situationen, hvor fusionen ikke gennemføres (det kontrafaktiske scenarie) med situationen, hvor fusionen gennemføres (fusionsscenariet).

22. Fusionen mellem Uber og Dantaxi skal vurderes på grundlag af de konkurrenceforhold, der ville have gjort sig gældende, hvis ikke fusionen var blevet gennemført. Styrelsen vurderer, *at* Dantaxi i det kontrafaktiske scenarie ville være fortsat som uafhængig konkurrent til Uber og Drivr, *at* Uber havde fortsat sit samarbejde med Drivr, *at* Uber ville vokse yderligere og formidle taxikørsel til flere privatkunder, *at* Drivr fortsat ville sælge taxiydelser via Ubers platform og dermed ville vokse yderligere og tiltrække flere vognmænd fra de andre kørselskontorer inklusive Dantaxi, samt *at* Bolts platform ville være blevet tilgængelig i Danmark.

23. Styrelsen vurderer, at markedet, som ellers havde været statisk i mange år, var i markant udvikling på tidspunktet for fusionen, hvor Uber hurtigt vandt væsentlige markedsandele og Drivr tiltrak mange nye vognmænd fra konkurrenterne, og hvor både Uber og Bolt trådte ind på markedet. Styrelsen forventer, at markedet fortsat vil være dynamisk, men styrelsen er ikke på nuværende tidspunkt bekendt med fremtidige ændringer i markedet, som kan lægges til grund som faktiske og retlige omstændigheder i det kontrafaktiske scenarie. Styrelsen vil dog, i det omfang det er nødvendigt, tage højde for markedets dynamiske karakter i analysen af fusionens virkninger nedenfor, så markedet på fusionstidspunktet ikke betragtes ud fra et rent statisk perspektiv.

1.6 Fusionens virkninger

24. Markedet før fusionen og på tidspunktet for fusionen var under kraftig udvikling efter en årrække med stabilitet i form af få ændringer i markedsandele og markedsaktører. Uber var først lige (gen)indtrådt i markedet i Danmark i januar 2025 via en samarbejdsaftale med Drivr og havde allerede på den korte tid indtil fusionen i slutningen af maj formået at få en markedsandel på [10-20] pct. for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner ved bl.a. at tilbyde [xxx] rabatter på "normalpriserne" på taxikørsel. Samtidig havde Ubers genindtræden og samarbejde med Drivr ført til en [xxx] af antal vognmænd tilknyttet Drivr.

25. Ubers genindtræden i forbindelse med samarbejdsaftalen med Drivr førte således *inden* fusionen til øget konkurrencepres på konkurrenterne (herunder Dantaxi) på de relevante markeder samt overvejende faldende priser og kortere ventetider for passagererne på Ubers app. Før fusionen var Dantaxi Danmarks største taxiselskab og havde været det i en længere årrække.

26. Fusionen mellem Uber og Dantaxi var således en fusion mellem den hurtigt voksende nye aktør på markedet og det største og veletablerede kørselskontor i Danmark og medførte på fusionstidspunktet en samlet markedsandel på [40-50] pct. (maj 2025) på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

27. Vurderingen af fusionen skal derfor ses i lyset af, at Uber *inden* fusionen netop havde fundet fodfæste på det danske marked og var i færd med at styrke sin markedsposition gennem organisk vækst. Styrelsens vurdering inddrager således den dynamiske kontekst, som fusionen fandt sted i. Denne afgørelse vedrører således alene virkningerne af fusionen mellem Uber og Dantaxi, og vedrører ikke Ubers tilstedeværelse i Danmark.

28. Styrelsen vurderer overordnet, at fusionen giver anledning til i) horisontale ensidige virkninger, ii) vertikale ensidige virkninger (i form af inputafskærmning) og iii) koordinerede virkninger. Skadesteorierne skal hver især ses som en selvstændig sandsynlig virkning af fusionen. Herudover vurderer styrelsen, at fusionen øger risikoen for, at de relevante markeder tipper til fordel for Uber, hvilket yderligere forstærker de horisontale ensidige virkninger af fusionen.

29. Det forhold, at skadesteorierne eventuelt ikke har materialiseret sig efter gennemførelsen af fusionen og i den periode, hvor styrelsen har behandlet sagen, er ikke i sig selv et udtryk for, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Det skyldes, at fusionsparters adfærd ved en gennemført transaktion, skal vurderes med en vis forsigtighed, da adfærden kan være påvirket af, at parterne er bevidste om, at fusionen er under behandling.

1.6.1 Horisontale ensidige virkninger

30. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til horisontale ensidige virkninger på et marked for formidling/salg af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, herunder at der er risiko for, at priserne for taxikørsel efter fusionen vil blive højere end i det tilfælde, hvor fusionen ikke blev gennemført. Højere priser kan således også omfatte, at priserne ikke falder lige så meget, som de ellers ville have gjort. Fusionen eliminerer konkurrencen mellem Uber og Dantaxi og giver dermed Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne overfor passagererne gennem øget brug af surge pricing, dvs. hvor prisen for en tur i et afgrænset område og tidsrum kan justeres på baggrund af den aktuelle balance mellem efterspørgsel og tilgængelig kapacitet, reducerede rabatter og gennem Ubers direkte kontrol over Dantaxis prissætning (både på ture formidlet gennem Ubers platform og mere generelt). Priserne på taxikørsel er underlagt et prisloft i medfør af taxilovgivningen, men priserne ligger både før og efter fusionen lavere end prisloftet. Eksempelvis har Uber i maj 2025 anvendt surge-pricing i et omfang, der svarer til en gennemsnitlig surge-multiplikator på [xxx], mens den højeste surge-multiplikator, som Uber kan anvende uden at overskride prisloftet [xxx].

31. Styrelsens vurdering bygger primært på, i) at fusionen eliminerer et væsentligt konkurrencepres, som Uber lagde på Dantaxi før fusionen, ii) at Uber med fusionen opnår en øget markedsmagt ([xxx] pct. på fusionstidspunktet), bl.a. som følge af internaliseringen af Dantaxis forretning, herunder at Uber med fusionen har opnået adgang til Dantaxis relativt store kundebaser af privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder, samt at Uber har overtaget aftalerne med Dantaxis godt [xxx] vognmænd i Østdanmark (og knap [xxx] vognmænd på landsplan).

32. Kombinationen af Ubers stærke brand og efterspurgte produkt blandt privatkunder samt Dantaxis relativt store baser af privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder og det samlede antal vognmænd tilknyttet Dantaxi forstærker Ubers markedsstyrke efter fusionen og forvær-

rer konkurrenternes muligheder for at ekspandere som konsekvens af øgede adgangs- og ekspansionsbarrierer, som følger af indirekte netværkseffekter.

33. Styrelsen finder således, at de relevante markeder er kendetegnet ved stærke indirekte netværkseffekter, blandt andet afspejlet ved, at adgangen til taxikunder har stor betydning for vognmændenes valg af kørselskontor. Det betyder, at fusionens forøgelse af Ubers markedsstyrke over for taxikunderne samtidig styrker Ubers stilling over for vognmændene, idet Uber efter fusionen giver adgang til en bredere kundebase. Uber kan udnytte denne stærkere markedsposition til at hæve pladslejen. Fusionen giver således anledning til horisontale ensidige virkninger på et marked for salg af kørselskontorydelser, idet Uber opnår en øget markedsstyrke på dette marked som følge af stærke indirekte netværkseffekter til markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, hvor Uber i særdeleshed har styrket sin markedsposition.

34. Det er derudover styrelsens vurdering, at fusionen også har effekter inden for salg af taxikørsel til erhvervskunder og offentlige kunder, idet fusionen – som følge af indirekte netværkseffekter – også øger parternes markedsstyrke inden for salg til disse kundesegmenter.

35. Videre er det styrelsens vurdering, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt i form af ensidige virkninger, i) uanset om produktmarkedet afgrænses snævrere til alene at bestå af formidling/salg af taxikørsel via app, og ii) uanset om det geografiske marked afgrænses snævrere efter kommunegrænser.

36. Endelig er det styrelsens vurdering, at der ikke er modsatrettede virkninger i form af modstående købermagt eller potentiel konkurrence, der kan hindre fusionens negative virkninger.

1.6.2 Ensidige virkninger som følge af risiko for market tipping

37. Det er styrelsens vurdering, at fusionen mellem Uber og Dantaxi øger risikoen for market tipping betydeligt, samt at en mulig market tipping vil forstærke de horisontale ensidige virkninger i form af højere priser på taxikørsel og højere pladsleje og/eller servicegebyr.

38. Market tipping er betegnelsen for en situation, hvor et marked overgår fra at være præget af effektiv konkurrence til at være domineret af én eller få store virksomheder. Market tipping er typisk forårsaget af et samspil mellem flere markedskarakteristika, hvoraf netværkseffekter er et centralt element, der til sammen indebærer, at størrelsen på virksomhedens kundebase får en selvforstærkende virkning. Når en virksomhed opnår en kritisk masse af brugere, indledes en sneboldeffekt, hvor en større kundebase gør virksomhedens produkter mere attraktive for nye kunder, hvilket øger kundebasen endnu mere, samtidigt med at eksisterende kunder fastholdes, idet deres incitament til at afprøve andre leverandører mindskes, jo flere kunder der er på platformen. I yderste konsekvens skabes et efterspørgselsdrevet monopol, der er vanskeligt for potentielle konkurrenter at udfordre på grund af netværkseffekterne.

39. Styrelsen lægger i sin vurdering vægt på, at formidling af taxikørsel via apps er karakteriseret af en række forhold, der alle bidrager til en øget risiko for market tipping, herunder a) stærke indirekte netværkseffekter på både forbrugersiden og vognmandssiden; b) udpræget grad af singlehoming blandt forbrugere såvel som vognmænd; c) finansielle og ikke-finansielle skifteomkostninger, særligt for vognmændene; d) skalafordele i form af betydelige investeringer i app- og matchingteknologi; e) Ubers internationale udbredelse og brandgenkendelse og begyndende udvikling af et økosystem på det danske marked; f) Ubers aggressive prissætning, der fortsætter efter opnåelse af en stærk markedsposition gennem opkøb af Dantaxi, samt g) begrænset produktdifferentiering, der er utilstrækkelig til at modvirke virkningen af de stærke netværkseffekter.

40. Videre er det styrelsens vurdering, at fusionen fjerner en vigtig konkurrent i Dantaxi, der i kraft af sin størrelse og markedsposition ville have været blandt de kørselskontorer, der var bedst

placeret til at udfordre og konkurrere mod Ubers eventuelle opbygning af kritisk masse af kunder, og at fusionen tilfører Uber en stor base af vognmænd og taxikunder og dermed i betydeligt omfang øger risikoen for at Uber opnår – eller med fusionen allerede har opnået - den kritiske masse af brugere på begge sider af markedet, der skal til, for at koncentrationstendensen bliver selvforstærkende og markedet tipper til fordel for Uber.

41. Endelig er det styrelsens vurdering, at market tipping øger Ubers markedsstyrke og afskærmer Uber mod potentiel konkurrence, hvilket giver Uber mulighed for og incitament til at udnytte sin markedsstyrke til at hæve priserne overfor forbrugerne og pladslejen og/eller servicegebyret over for kørselskontorerne/vognmændene.

1.6.3 Vertikale ensidige virkninger

42. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til vertikale ensidige virkninger, idet Uber med fusionen får mulighed for og incitament til helt eller delvist at afskærme Drivrs adgang til formidling via Ubers app (med henblik på at favorisere Dantaxi) og dermed begrænse konkurrencen på både markedet for salg af kørselskontorydelser og for salg/formidling af taxikørsel.

43. Fusionen udgør en vertikal integration mellem markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer og markedet for salg af kørselskontorydelser. Gennem inputafskærmning kan Uber helt afskære Drivrs vognmænds adgang til Ubers kunder ved at opsige samarbejdsaftalen med Drivr, eller delvist afskærme ved at gøre det relativt dyrere eller vanskeligere for Drivr og Drivrs vognmænd at få adgang til kunderne på Ubers platform. En delvis afskærmning vil bl.a. gøre det relativt dyrere eller vanskeligere for Drivr at udføre taxikørsel via Ubers app, hvilket kan svække Drivrs evne til at konkurrere, herunder mindske det konkurrencepres Drivr lægger på Uber/Dantaxi. Desuden kan en delvis afskærmning, tilskynde Drivrs vognmænd til at skifte til Dantaxi. Dette medfører, at Uber/Dantaxi øger sin markedsstyrke på markederne for salg af kørselskontorydelser og - som følge af de stærke indirekte netværkseffekter - for salg/formidling af taxikørsel.

44. Det er styrelsens vurdering, at Drivr spiller en vigtig rolle i konkurrencen, og at Drivr uden fusionen kunne spille en endnu større rolle fremover. Drivr har på kort tid oplevet en [xxx]vækst, hvor antallet af tilknyttede vogne steg fra [xxx] i januar 2025 til [xxx] i december 2025. Drivr er i kraft af samarbejdet med Uber gået fra at være en mindre aktør til at være en af de stærkeste konkurrenter til de største kørselskontorer, herunder Dantaxi. Ved at afskærme Drivr fra Uberappen er det efter styrelsens vurdering sandsynligt, at Drivr vil blive reduceret til en mindre aktør, der ikke kan lægge samme konkurrencepres på Uber/Dantaxi som Uber/Drivr før fusionen lagde på Dantaxi[xxx].

45. Derudover kan styrelsen ikke afvise, at fusionen også ville kunne medføre risiko for inputafskærmning af øvrige kørselskontorer. Det er dog styrelsens vurdering, at dette ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, idet andre kørselskontorer ikke på samme måde som Drivr er afhængige af adgang til Ubers platform for at kunne lægge et effektivt konkurrencepres i markedet.

46. De negative effekter af inputafskærmning på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder samt på markedet for salg af kørselskontorsydelser har en afsmittende effekt på konkurrencen om salg/formidling til offentlige kunder og erhvervskunder, da en svækkelse af Drivrs konkurrenceevne vil svække konkurrencen generelt på markedet og give Uber mulighed for at hæve priserne via Dantaxi (for både privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder) og på fx pladslejen til vognmænd.

1.6.4 Koordinerede virkninger

47. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til koordinerede virkninger. Det er således styrelsen vurdering, at det som følge af fusionen vil være muligt og rentabelt for Uber/Dantaxi og Drivr at koordinere priser på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i form af højere priser og særligt på Ubers app.

48. Fusionen medfører, at Uber formidler taxikørsel for både Dantaxi og Drivr, der samlet set dækker en væsentlig del af markedet for salg/formidling af taxikørsel, og at Uber via ejerskabet får fuld kontrol over Dantaxis prissætning, samtidig med at Uber har fuld indsigt i Drivrs prissætning på Uber-appen. Styrelsen finder, at fusionen dermed giver mulighed for og incitament til koordinering mellem kørselskontorerne på Ubers platform. Koordinering af priser på Ubers platform eliminerer konkurrencen mellem Dantaxi og Drivr på Ubers platform, hvilket medfører højere taxipriser på Ubers platform til gavn for kørselskontorerne og Uber.

1.6.5 Konklusion på skadesteorier

49. På baggrund af ovenstående er det samlet styrelsens vurdering, at fusionens virkninger konkret kan udmønte sig på flere forskellige måder, herunder gennem ensidige horisontale virkninger, ensidige vertikale virkninger (inputafskærmning) og koordinerede virkninger, der alle medfører højere priser for passagererne (fx i form af øget brug af surge pricing, færre og mindre rabatter eller højere taxipriser) og højere kommissionsbetalinger for vognmænd, med afledte effekter inde for kundesegmenterne erhvervskunder og offentlige kunder. Derudover er det styrelsens vurdering, at fusionen øger risikoen for, at de relevante markeder på længere sigt tipper – evt. delvist – til fordel for Uber, hvorved de ensidige virkninger bliver yderligere forstærket.

50. Udover at ovennævnte virkninger hver især kan ses som separate skadesteorier er det samtidigt styrelsens vurdering, at flere af skadesteorierne understøtter og forstærker hinanden. Styrelsen bemærker dog i den forbindelse, at *fuldkommen* inputafskærmning og koordinerede virkninger i sagens natur ikke kan materialisere sig samtidigt: Hvis Uber vælger - og lykkes med - at inputafskærme Drivr fuldstændigt, således at Drivr ikke længere har adgang til Ubers platform, er der i sagens natur ikke grundlag for koordinering mellem de to kørselskontorer.

51. Det er samlet set styrelsens vurdering, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2.

1.7 Effektivitetsgevinster

52. Uber har anført, at fusionen mellem Uber og Dantaxi medfører en række effektivitetsfordele, herunder lavere priser, kortere ventetider og bedre kapacitetsudnyttelse.

53. Det er styrelsens samlede vurdering, at fusionen ikke medfører effektivitetsgevinster i en sådan grad, at de opvejer fusionens skadelige virkninger på konkurrencen.

54. Det er styrelsens vurdering, at kortere ventetider og bedre kapacitetsudnyttelse potentielt kan afspejle effektivitetsgevinster. Selvom lavere priser ikke i sig selv kan betragtes som en effektivitetsgevinst, kan prisfald potentielt ses som en målbar effekt af bagvedliggende effektivitetsgevinster. Det er dog samtidigt styrelsens vurdering, at den af Uber fremlagte dokumentation ikke opfylder de kumulative kriterier om, at effektivitetsgevinster skal være påviselige, fusionsspecifikke og til gavn for forbrugerne.

55. Overordnet er det styrelsens vurdering, at Ubers adfærd – særligt Ubers prissætning – i perioden efter fusionens gennemførsel, og mens fusionen er under behandling hos konkurrencemyndighederne, skal vurderes med en vis forsigtighed, da adfærden kan være påvirket af, at Uber er bevidst om, at fusionen er under behandling.

56. For så vidt angår priser, har Uber fremlagt dokumentation i form af data, der viser et fald i gennemsnitsprisen på taxiture bestilt via Uber over tid, både før og efter fusionens gennemførsel. Uber har dog efter styrelsens vurdering ikke påvist fusionsspecifikke effektivitetsgevinster, der ifølge Uber skulle have forårsaget det observerede fald i priserne. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at der stilles store krav til pålideligheden af den fremlagte dokumentation til understøttelse af effektivitetsgevinster, særligt når fusionen, som i denne sag, medfører en ganske betydelig koncentration på markedet. Et tidsmæssigt sammenfald mellem faldende priser og gennemførslen af en fusion, er efter styrelsens vurdering ikke tilstrækkeligt til at påvise en troværdig årsagssammenhæng mellem fusionen og prisfaldet. Det er derimod styrelsens konkrete vurdering, at prisudviklingen på markedet efter fusionens gennemførsel er præget af andre faktorer, herunder Bolts etablering på markedet kort tid efter fusionens gennemførsel.

57. For så vidt angår kortere ventetider og mere stabilt udbud samt bedre kapacitetsudnyttelse, er det styrelsens vurdering, at disse gevinster ikke er fusionsspecifikke, da de efter styrelsens vurdering over tid kunne være opnået på en mindre konkurrencebegrænsende vis, fx ved at Uber i stedet havde indgået én eller flere samarbejdsaftaler i stil med samarbejdsaftalen med Drivr. Analyser fremlagt af Uber som dokumentation for, at Uber i det kontrafaktiske scenarie ville være [xxx], der ville have forsaget væsentlige kvalitetsforringelser, er efter styrelsens vurdering behæftet med så betydelige usikkerheder, at de ikke kan bruges til at drage Ubers konklusioner. Hertil kommer, at det er sandsynligt, at disse mulige effekter ikke i tilstrækkelig grad vil komme forbrugerne til gode. Uber vil således som følge af sin betydelige markedsmagt i kraft af fusionen have incitament til at opkræve højere priser fra forbrugerne og højere pladsleje for vognmændene som opvejer disse kvalitets-/effektivitetsforbedringer.

1.8 Tilsagn

58. Uber har den 14. august 2026 afgivet tilsagn om et frasalg af det ene af Dantaxis to kørselskontorer ("Frasalgsvirksomheden").

59. Det er styrelsens vurdering, at Frasalgsvirksomheden indeholder:

- De nødvendige aktiver (herunder licens til at drive kørselskontor og Dantaxi-varemærket) [xxx]
- Tilstrækkelig omsætning på passagersiden (herunder via Dantaxi-appen, Dantaxis forbrugertelefonnummer 4x48, Dantaxis hjemmeside og udvalgte erhvervskundekontrakter)
- Et tilstrækkeligt antal vognmænd (svarende til [xxx] taxier)
- De nødvendige garantier for driften i frasalgsperioden
- Den nødvendige assistance til overdragelse af virksomheden

60. Uber forpligter sig med tilsagnet til at sikre Frasalgsvirksomhedens levedygtighed og konkurrenceevne fra tidspunktet for nærværende afgørelse og frem til gennemførelse af frasalget. Derudover følger det af tilsagnet, at Uber skal udpege en tilsynsførende trustee og en hold separate manager til at føre tilsyn med adskillelsen.

61. Derudover har Uber afgivet tilsagn om i en periode på [xxx] at reducere opsigelses- og varslingsfrister for vognmænd tilknyttet Dantaxi. Afslutningsvis har Uber afgivet tilsagn, [xxx] [xxx].

62. Det er styrelsens vurdering, at Uber ved salget af Frasalgsvirksomheden fjerner det horisontale overlap, som fusionen gav anledning til, i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, både på markedet for salg/formidling af taxikørsel og på markedet for salg af kørselskontorydelser. Det er styrelsens vurdering, at salg af Frasalgsvirksomheden – koblet med de ændrede kontraktvilkår for vognmændene [xxx] – er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af horisontale ensidige virkninger, herunder market tipping, og koordinerede virkninger.

63. Endelig er det styrelsens vurdering, at de elementer i tilsagnet, som vedrører [xxx] Drivr i kombination med tilsagnet om Frasalgsvirksomheden, er tilstrækkelige til at fjerne de skadelige virkninger i form af vertikale virkninger.

64. Samlet er det styrelsens vurdering, at tilsagnet af 14. august 2026 fuldstændigt fjerner de konkurrenceproblemer, fusionen giver anledning til, og at tilsagnet er komplet og effektivt, samt at tilsagnet kan implementeres effektivt på kort tid.

65. Tilsagnet blev afgivet meget sent i processen efter en række justeringer af tidligere tilsagn. Styrelsen har vurderet, at der, i denne konkrete sag, har været nogle særlige omstændigheder, der har gjort, at styrelsen har accepteret ændringer i allerede afgivne tilsagn, der er kommet frem til styrelsen efter den normale frist for at afgive tilsagn. Dette skyldes bl.a., at der er tale om en fusion, der allerede er implementeret, og hvor Uber derfor har haft mulighed for at påvirke udviklingen af Dantaxi i over et år, at fusionen skete på et tidspunkt, hvor markedet var i udvikling med bl.a. tilgang af nye typer aktører (mobilitetsplatforme), samt at markedet er omfattet af en særlig regulering og præget af netværkseffekter.

1.9 Konklusion

66. Samlet set vurderer styrelsen, at Uber har afgivet tilsagn, som fjerner de skadelige virkninger af fusionen, og at fusionen derfor ikke hæmmer konkurrencen betydeligt. Det er således styrelsens vurdering, at fusionen kan godkendes med de af Uber 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. Afgørelse

67. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:

68. Det meddeles Uber International Holding B.V., at deres køb af Greenfleet Holding A/S godkendes med deres 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

69. Uber International Holding B.V. har den 14. august 2026 afgivet nedenstående tilsagn inkl. bilag 7.8. Tilsagnene er underskrevet af tegningsberettigede i Uber International Holding B.V., Managing Director Giorgiana Alexandru og Managing Director Lorenzo Bonino. Tilsagnene er i deres helhed gengivet nedenfor.

SAG 25/05780 – UBER INTERNATIONAL HOLDING B.V. / GREENFLEET HOLDING A/S

TILSAGN TIL KONKURRENCERÅDET

I henhold til § 12 e, stk. 1, i Konkurrenceloven afgiver Uber International Holding B.V. ("**Uber**") hermed følgende tilsagn ("**Tilsagnene**") til Konkurrencerådet i forbindelse med erhvervelsen af Greenfleet Holding A/S, herunder dets datterselskaber Kørselskontoret Dantaxi A/S og Dantaxi4x48 A/S (samlet "**Dantaxi**") ("**Fusionen**"), under forudsætning af Konkurrencerådets godkendelse af Fusionen.

1. Definitioner

I Tilsagnene har, ud over de ovenfor definerede termer, følgende termer følgende betydning:

Tilknyttede Virksomheder: Virksomheder, der kontrolleres af Uber og/eller af Ubers øverste moderselskaber, hvorved kontrolbegrebet skal fortolkes i overensstemmelse med fast praksis og artikel 3 i Fusionsforordningen og i lyset af Kommissionens konsoliderede meddelelse om kompetence.

B2B Kundeforhold: Forhold til B2B-kunder som angivet i Bilaget B2B Kundeforhold.

B2B-kunder: Virksomheder, der indkøber taxitjenester til erhvervsmæssige formål, herunder i henhold til rammeaftaler, kontobaserede ordninger eller andre kontraktvilkår (herunder centraliseret fakturering).

B2G-kunder: Offentlige enheder, der indkøber taxitjenester gennem udbud eller kontraktmæssige aftaler.

Callcenter 4x48: Dantaxis kundetelefonnummer +45 48 48 48 48, herunder overdragelsen af samt rettighederne til at anvende og drive dette nummer, de tilhørende kundedata og opkaldsregistre, og – efter Købers valg – callcenter-infrastrukturen (herunder backend-funktionalitet) samt eventuelle andre aktiver, der med rimelighed er nødvendige for at drive callcenter-aktiviteterne.

Konkurrencerådet: Konkurrencerådet og/eller Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Konkurrencerådets Afgørelse: Konkurrencerådets afgørelse om at godkende Fusionen i henhold til § 12 c, stk. 2, og § 12 e, stk. 1 og 2, i Konkurrenceloven.

Gennemførelse af Salget: Datoen for afslutningen af salget af Frasalgsvirksomheden.

Fortrolige Oplysninger: enhver forretningshemmelighed, knowhow, kommerciel oplysning, der ikke er offentligt tilgængelig, eller enhver anden oplysning af fortrolig karakter, der ikke er offentligt tilgængelig.

Interessekonflikt: Enhver interessekonflikt, der påvirker Trustee'ens/Trusteenes objektivitet og uafhængighed i udførelsen af dennes/deres opgaver i henhold til Tilsagnene.

Samarbejdsaftale: Samarbejdsaftalen, som ajourføres fra tid til anden, og som regulerer forholdet mellem Dantaxi og enhver Vognmand, der er tilknyttet Dantaxi som underleverandør inden for erhvervsmæssig personbefordring.

Dantaxi-applikationen: Dantaxi-mobilapplikationen (iOS- og Android-versioner), sammen med al kildekode og objektkode, der udgør Dantaxi-mobilapplikationen, ophavsret og forfatterrettigheder, der er indeholdt i Dantaxi-mobilapplikationen, og tilhørende dokumentation, der er specifik for Dantaxi-mobilapplikationen, samt de relevante udviklerkonti i Apple App Store og Google Play Store, dog eksklusive serverinfrastruktur, cloudtjenester eller tredjeparts-API-integrationer, der anvendes i driften af Dantaxi-mobilapplikationen.

Dantaxi-mærket: Alle rettigheder, ejendomsret og interesser i og til ordmærket DANTAXI, registreret under registreringsnummer VR 1998 00227, samt T-logoet, registreret under registreringsnummer VR 2017 02303.

Dantaxi-brugerbasen: Alle brugere, der har en e-mailadresse registreret i Dantaxi-applikationen, eksklusive B2B-kunder og B2G-kunder.

Dantaxi-websitet: Domænet dantaxi.dk og e-mailadresser under domænet @dantaxi.dk.

Frasalgsvirksomheden: betyder salget af alle aktier i Kørselskontoret Dantaxi A/S (CVR-nr. 39789671), registreret på Krogshøjvej 49, 2880 Bagsværd. Frasalgsvirksomheden skal omfatte følgende aktiver og aktiviteter:

(a) Licens nr. [redacted] (i henhold til hvilken Kørselskontoret Dantaxi A/S kan drive virksomhed som vognkontor i Danmark og levere vognkontortjenester i hele Danmark);

(b) Dantaxi-mærket;

(c) Dantaxi-websitet;

(d) Dantaxi-applikationen;

(e) Callcenter 4x48;

(f) Samarbejdsaftalerne med Vognmændene i Frasalgsvirksomheden;

(g) [redacted]

(h) B2B Kundeforhold;

(i) Køretøjsudstyr til Taxikørsel.

Frasalgsvirksomheden vil ikke omfatte B2G-kundekontrakter.

Frasalgsperiode: En periode på [redacted] fra Ikrafttrædelsesdatoen.

Frasalgstrustee: En eller flere fysiske eller juridiske personer, der er godkendt af Konkurrencerådet og udpeget af Uber, og som fra Uber har modtaget et eksklusivt mandat til at sælge Frasalgsvirksomheden til en køber uden en mindstepris.

Drivr: Kørselskontoret Drivr Danmark A/S.

Chauffører: Vognmænd og/eller deres ansatte chauffører (hvis relevant), der leverer transporttjenester på vegne af godkendte vognkontorer.

[redacted]

Vognmænd i Frasalgsvirksomheden: Vognmænd, der tegner sig for [redacted] køretøjer.

Ikrafttrædelsesdato: Datoen for Konkurrencerådets Afgørelse.

Vognmand: Enhed, der er i besiddelse af en tilladelse til erhvervsmæssig personbefordring i Danmark.

Hold Separate Manager: Den person, der er udpeget af Uber for Frasalgsvirksomheden til at varetage den daglige drift under tilsyn af den Tilsynsførende Trustee.

[redacted].

Køretøjsudstyr til Taxikørsel: Taxametre og tilhørende Dantaxi-ejet udstyr i køretøjerne tilhørende Vognmændene i Frasalgsvirksomheden, efter Købers valg.

[redacted]

Tilsynsførende Trustee: En eller flere fysiske eller juridiske personer, der er godkendt af Konkurrencerådet og udpeget af Uber, og som har pligt til at overvåge, at Uber overholder de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets Afgørelse.

Køber: Den eller de enheder, der er godkendt af Konkurrencerådet som erhverver af Frasalgsvirksomheden.

[redacted]

Strategic Relationship Agreement: Den aftale om strategisk samarbejde, der blev indgået [redacted] mellem Uber B.V., Drivr Danmark A/S og Drivr HQ ApS.

[redacted]

Transitional Services Agreement (TSA): En aftale, der skal indgås mellem Uber (eller dets Tilknyttede Virksomheder) og Køberen ved Gennemførelsen af Salget, i henhold til hvilken Uber skal levere tekniske overgangstjenester som angivet i Bilaget TSA.

Trustee(s): Den Tilsynsførende Trustee og/eller Frasalgstrustee, alt efter omstændighederne.

Trustee-perioden: Perioden på [redacted] fra afslutningen af Frasalgsperioden.

2. Præambel

Tilsagnene skal fortolkes i overensstemmelse med Konkurrencerådets Afgørelse i lyset af det ovenfor beskrevne formål og inden for rammerne af Konkurrenceloven og EU-retten, navnlig Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser samt Kommissionens meddelelse om løsningsforslag, der kan accepteres i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 og Kommissionens forordning (EF) nr. 802/2004.

Tilsagnene er fremsat under hensyntagen til Konkurrencerådets høringsudkast til afgørelse af 30. april 2026 og de opdaterede udkast til afsnit af 16. juni 2026, hvori Konkurrencerådet har givet udtryk for betænkeligheder ved at godkende Fusionen. Uber er ikke enig i, at Fusionen giver anledning til betænkeligheder, og fastholder, at Fusionen bør godkendes uden vilkår. Uber har dog ikke desto mindre afgivet Tilsagn som beskrevet i dette dokument med det formål at imødekomme de betænkeligheder, som Konkurrencerådet har rejst.

3. Forpligtelser vedrørende Frasalgsvirksomheden

3.1 Forpligtelse til at frasælge Frasalgsvirksomheden

(1) Uber forpligter sig til at frasælge – eller foranledige frasalg af – Frasalgsvirksomheden til Køberen på salgsbetingelser godkendt af Konkurrencerådet.

(2) Inden Gennemførelsen af Salget skal Uber sikre, at Frasalgsvirksomheden besidder alle aktiver og aktiviteter, der udgør en del af Frasalgsvirksomheden som defineret i disse Tilsagn.

(3) Frasalget skal gennemføres ved salg af alle aktier i Frasalgsvirksomheden. For at gennemføre frasalget forpligter Uber sig til at finde en Køber og til at indgå en endelig og bindende aktie- og købsaftale om salg af Frasalgsvirksomheden. Uber skal indgå en sådan aftale med en Køber inden udløbet af Frasalgsperioden.

(4) Den endelige, bindende købs- og salgsaftale (samt accessoriske aftaler) vedrørende frasalget af Frasalgsvirksomheden skal være betinget af Konkurrencerådets godkendelse. Når Uber har indgået en aftale med en Køber, skal Uber inden for en (1) uge forelægge et fuldt dokumenteret og begrundet forslag, herunder en kopi af den/de endelige aftale(r), for Konkurrencerådet og den Tilsynsførende Trustee. For at opnå godkendelse skal Uber kunne godtgøre – og Konkurrencerådet skal kontrollere – at Køberen opfylder Køberkriterierne i pkt. 6 i disse Tilsagn, og at Frasalgsvirksomheden sælges på en måde, der er i overensstemmelse med Konkurrencerådets Afgørelse og Tilsagnene, herunder deres formål om at skabe en varig strukturel ændring på markedet. Konkurrencerådet kan godkende salget af Frasalgsvirksomheden uden et eller flere aktiver [redacted] eller ved at udskifte et eller flere aktiver [redacted] med et eller flere andre aktiver [redacted], hvis dette ikke påvirker gennemførelsen af Tilsagnene og levedygtigheden og konkurrenceevnen i Frasalgsvirksomheden efter salget, under hensyntagen til Køberen.

(5) Enhver ændring af den endelige, bindende købs- og salgsaftale, der finder sted efter Konkurrencerådets godkendelse som omhandlet i det foregående punkt, skal godkendes af Konkurrencerådet efter høring af den Tilsynsførende Trustee.

(6) For at blive godkendt af Konkurrencerådet skal en potentiel Køber opfylde følgende kriterier:

(a) Køberen skal være uafhængig af og uden forbindelse til Uber og dets Tilknyttede Virksomheder, vurderet i lyset af situationen efter frasalget;

(b) Køberen skal have de finansielle ressourcer, dokumenteret ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle Frasalgsvirksomheden som en levedygtig og aktiv konkurrent i konkurrence med Uber og øvrige konkurrenter på det relevante marked; og

(c) Køberens erhvervelse af Frasalgsvirksomheden må ikke, i lyset af de oplysninger, der er tilgængelige for Konkurrencerådet, forventes at give anledning til prima facie konkurrenceproblemer eller en risiko for forsinkelse i gennemførelsen af Tilsagnene. Køberen skal navnlig med rimelighed kunne forventes at opnå alle nødvendige myndighedsgodkendelser.

(7) Frasalgsvirksomheden kan sælges til en eller flere uafhængige Købere.

(8) Uber anses for at have opfyldt dette tilsagn, hvis Gennemførelsen af Salget finder sted inden for [redacted] på grundlag af de transaktionsdokumenter, der er godkendt af Konkurrencerådet, uden nogen ændring, medmindre Konkurrencerådet udtrykkeligt har godkendt en ændring.

3.2 Forpligtelse til at tilbyde tjenesteydelser i henhold til en TSA

(9) Uber forpligter sig til at tilbyde Køberen muligheden for at indgå en Transitional Services Agreement ("TSA"), i henhold til hvilken Uber skal levere overgangstjenester til fordel for Køberen i en periode på op til [redacted] (efter Købers valg) efter Gennemførelsen af Salget (som defineret i Bilaget TSA) med virkning fra Gennemførelsen af Salget ("TSA-perioden").

(10) Efter Købers valg skal TSA'en, ud over de tjenester, der er angivet i Bilaget TSA, omfatte enhver anden tjeneste, der med rimelighed er nødvendig for at sikre den fortsatte drift af Frasalgsvirksomheden i overensstemmelse med (og ikke ud over) den nuværende drift, med forbehold for Ubers rimelige dækning af de omkostninger, der er forbundet med at levere sådanne yderligere tjenester.

(11) I tilfælde af uenighed mellem Uber og Køberen om, hvorvidt en tjeneste med rimelighed er nødvendig i henhold til ovenstående punkt, skal den Tilsynsførende Trustee træffe en bindende beslutning. Ved sin beslutning skal den Tilsynsførende Trustee tage behørigt hensyn til (i) den type og det niveau af tjeneste, som Dantaxi har leveret til Frasalgsvirksomheden i de foregående 12 måneder, og (ii) hvorvidt den ønskede tjeneste er teknisk, økonomisk eller driftsmæssigt gennemførlig.

3.3 Forpligtelse til at overføre [redacted]

(12) Uber forpligter sig til, at [redacted] efter Købers valg [redacted]

(13) [redacted]

(14) Efter Købers valg skal Uber lette overdragelsen til Køberen af aftalen med [redacted] der er den softwareudviklingsvirksomhed, som er ansvarlig for IT-support, vedligeholdelse og udvikling af Dantaxi-applikationen, og i henhold til hvilken der leveres ingeniørydelser svarende til [redacted] fuldtidsansatte.

3.4 Forpligtelse til at overdrage Vognmændene i Frasalgsvirksomheden

(15) Uber forpligter sig til, at Samarbejdsaftalerne med Vognmændene i Frasalgsvirksomheden vil blive overdraget sammen med Frasalgsvirksomheden til Køberen. Inden Gennemførelsen af Salget skal Uber sikre, at Kørselskontoret Dantaxi A/S er kontraktpart i de Samarbejdsaftaler, der er knyttet til Vognmændene i Frasalgsvirksomheden, herunder ved om nødvendigt at sikre overdragelse af kontrakter fra Dantaxi4x48 A/S.

(16) Udvælgelsen af Vognmændene i Frasalgsvirksomheden skal være underlagt gennemgang og bekræftelse fra den Tilsynsførende Trustee i overensstemmelse med følgende:

[redacted]

[redacted]

(17) Uber forpligter sig, med forbehold for sædvanlige begrænsninger, til ikke at kontakte, og til at sikre, at Tilknyttede Virksomheder ikke kontakter, Vognmændene i Frasalgsvirksomheden, der overføres sammen med Frasalgsvirksomheden, i en periode på [redacted] efter Gennemførelsen af Salget.

3.5 Forpligtelse til at overføre B2B Kundeforholdene

(18) Uber forpligter sig til at overføre samtlige B2B Kundeforhold, som angivet i Bilaget B2B Kundeforhold, til Køberen i overensstemmelse med følgende:

(a) Inden Gennemførelsen af Salget skal Uber overdrage alle B2B Kundeforhold, der er omfattet af skriftlige kontrakter, til Kørselskontoret Dantaxi A/S.

(b) Frasalgsvirksomheden skal endvidere omfatte de løbende B2B Kundeforhold, der ikke er reguleret af skriftlige kontrakter, men som udgør løbende kommercielle forhold, hvilket sætter Køberen i stand til fortsat at betjene sådanne kunder efter Gennemførelsen af Salget.

(c) Ved Gennemførelsen af Salget forpligter Uber sig til at stille en fil til rådighed for Køberen med kontaktoplysninger (navn, kontonummer, e-mail, telefonnummer) for alle B2B Kundeforhold omfattet af Bilaget B2B Kundeforhold, hvilket sætter Køberen i stand til direkte at kontakte alle sådanne kunder.

(d) I en periode på [redacted] efter Gennemførelsen af Salget må Uber ikke aktivt opsøge nogen kunde inden for B2B Kundeforholdene, som angivet i Bilaget B2B Kundeforhold, gennem målrettet markedsføring eller anden kommunikation, der specifikt er rettet mod sådanne kunder (herunder e-mails, telefonopkald, møder, besøg eller direkte beskeder). Uber må besvare uopfordrede henvendelser fra sådanne kunder.

3.6 Bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed

(19) Fra Ikrafttrædelsesdatoen indtil Gennemførelse af Salget skal Uber opretholde eller sikre opretholdelse af den økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed i Frasalgsvirksomheden i overensstemmelse med god forretningsskik og så vidt muligt minimere enhver risiko for, at Frasalgsvirksomheden mister konkurrenceevne. Uber forpligter sig særligt til ikke at udføre nogen handling, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien, ledelsen eller konkurrencedygtigheden i Frasalgsvirksomheden, eller som måtte ændre arten og omfanget af aktiviteter eller den industrielle eller kommercielle strategi eller investeringspolitikken i Frasalgsvirksomheden.

(20) Uden at det berører generaliteten af punkt 19 ovenfor, og for at opretholde Frasalgsvirksomhedens levedygtighed indtil Gennemførelsen af Salget, forpligter Uber sig til følgende foranstaltninger fra Ikrafttrædelsesdatoen indtil Gennemførelsen af Salget:

(a) Uber forpligter sig til at drive Frasalgsvirksomheden i overensstemmelse med sædvanlig forretningsgang. Dette omfatter specifikt:

i. Uber vil vedligeholde Dantaxi-applikationen i overensstemmelse med sædvanlig forretningsgang, herunder ved at fortsætte den eksisterende aftale med softwareudviklingsleverandøren [redacted], der er ansvarlig for vedligeholdelse og udvikling af applikationen, samt overvåge og sikre pålideligheden og ydeevnen af ture booket via Dantaxi-applikationen; og

ii. Uber vil (i) opretholde Callcenter 4x48 i fuld drift og fortsat levere det samme serviceniveau for kunderne, herunder svartider, kvaliteten af opkaldshåndteringen og tilgængeligheden, og (ii) opretholde et personaleniveau, der er tilstrækkeligt til at understøtte Callcenter 4x48, og (iii) instruere alt personale, der betjener Callcenter 4x48, om ikke proaktivt at mersælge, markedsføre eller opfordre opkaldere til at skifte til Uber.

(b) Uber skal indstille alle kampagner i appen, krydspromoveringsindhold og rabattilbud i Dantaxi-applikationen, på Dantaxi-websitet og øvrige digitale kanaler, der er udformet eller har til formål at tilskynde brugere til at anvende Uber-applikationen, herunder eventuelle kampagnekoder, bannere eller anden kommerciel kommunikation, der henviser til Uber.

(c) Uber skal indstille alle omdirigeringer, opfordringer eller brugergrænsefladeelementer i Dantaxi-applikationen, der leder eller tilskynder brugere til at downloade, åbne eller anvende Uber-applikationen, uanset om dette er forbundet med en rabat eller et andet incitament.

(d) Inden for en (1) uge efter Ikrafttrædelsesdatoen skal Uber anmode Vognmændene om at fjerne Uber-mærkede rabatklistermærker fra Dantaxi-køretøjerne.

(e) Uber skal øge de månedlige markedsføringsudgifter til Dantaxi-applikationen til [redacted]. Disse udgifter skal anvendes til foranstaltninger, der skal opretholde og forbedre synligheden og søgbarheden af Dantaxi-applikationen, herunder app store-optimering og betalt søgeannoncering.

(f) Uber skal stille yderligere finansiering på [redacted] til rådighed for Frasalgsvirksomheden med henblik på at finansiere salgsfremmende rabatter og kundeincitamenter, der er udformet med henblik på at tiltrække kunder til, og øge kundernes brug af, Frasalgsvirksomheden. Hold Separate Manageren og den Tilsynsførende Trustee er ansvarlige for at sikre, at den ydede finansiering anvendes af Frasalgsvirksomheden til det tilsigtede formål som angivet i dette tilsagn.

(g) Uber må ikke sende direkte markedsføring til Dantaxi-brugerbasen. Dette forhindrer ikke Uber i at sende kommunikation til kunder, der har en registreret konto i Uber-applikationen.

(h) Uber må ikke offentligt lancere, markedsføre eller kommercielt drive et nyt telefonnummer, der har til formål at erstatte forbruger Callcenter 4x48; og

(i) Uber skal instruere alt personale om ikke at sælge eller overføre nogen Dantaxi-kunde til Uber. Dette gælder ikke for B2B Kunder (bortset fra B2B Kundeforholdene) eller B2G-kunder.

3.7 Forpligtelse til adskillelse

(21) Uber forpligter sig fra Ikrafttrædelsesdatoen indtil Gennemførelsen af Salget til at holde, eller sørge for at holde, Frasalgsvirksomheden adskilt fra de forretninger, som Uber beholder.

(22) Indtil Gennemførelsen af Salget skal Uber bistå den Tilsynsførende Trustee med at sikre, at Frasalgsvirksomheden ledes som en særskilt og salgbar enhed, adskilt fra den/de forretning(er), som Uber beholder. Umiddelbart efter Ikrafttrædelsesdatoen skal Uber udpege en Hold Separate Manager. Hold Separate Manageren skal være den nuværende [redacted] i Frasalgsvirksomheden [redacted]

(23) Hold Separate Manageren skal lede Frasalgsvirksomheden som en uafhængig virksomhed og i virksomhedens bedste interesse med henblik på at sikre dens fortsatte økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne samt dens uafhængighed af de forretninger, som Uber beholder. Hold Separate Manageren skal arbejde tæt sammen med og rapportere til den Tilsynsførende Trustee og, hvis relevant, Frasalgstrustee. Uber skal sikre, at Hold Separate Manageren er til rådighed for et indledende møde med den Tilsynsførende Trustee og Konkurrencerådet samt til at drøfte ethvert væsentligt forhold efter anmodning fra den Tilsynsførende Trustee eller Konkurrencerådet i løbet af sit mandat. Den Tilsynsførende Trustee eller Konkurrencerådet kan drøfte ethvert forhold, der er relevant for gennemførelsen af Tilsagnene, med Hold Separate Manageren uden tilstedeværelse af eller udtrykkeligt samtykke fra repræsentanter for Uber. Hold Separate Manageren bør fremlægge alle oplysninger, som Konkurrencerådet anmoder om, herunder Fortrolige Oplysninger.

(24) Skulle Hold Separate Manageren forlade Frasalgsvirksomheden, skal Uber forelægge et begrundet forslag til udskiftning af Hold Separate Manageren for Konkurrencerådet og den Tilsynsførende Trustee. Uber skal kunne godtgøre over for Konkurrencerådet, at afløseren er velegnet til at udføre de funktioner, der udøves af Hold Separate Manageren. Udskiftningen skal finde sted under tilsyn af den Tilsynsførende Trustee, som skal rapportere til Konkurrencerådet. Konkurrencerådet kan, efter at have hørt Uber, kræve at Uber udskifter Hold Separate Manageren. Hold Separate Manageren må ikke ansættes af Uber eller dens Tilknyttede Virksomheder i en periode på [redacted] efter Gennemførelse af Salget, forudsat at denne begrænsning ikke finder anvendelse, hvis Køberen ikke ønsker at overtage Hold Separate Manageren [redacted].

3.8 Overførsel og sletning af Dantaxis B2C-kundedata

(25) Kontaktoplysninger (navn, e-mail, telefonnummer) for Dantaxis B2C-kunder findes i Dantaxi-applikationen og webservicen (som udgør en del af Frasalgsvirksomheden) samt i de backend-systemer, der leveres af Frogne. Dantaxis B2C-kundekontaktoplysninger i Dantaxi-applikationen og webservicen overføres sammen med Frasalgsvirksomheden, med forbehold for gældende databeskyttelses- og persondatalovgivning. Hvis Uber vurderer, at overførslen af Dantaxis B2C-kundedata til Køberen kræver samtykke fra de enkelte kunder, skal Uber indhente Konkurrencerådets godkendelse af indholdet af meddelelser til kunderne med henblik på at indhente et sådant samtykke, inden sådanne meddelelser sendes.

(26) For at sikre, at der ikke forbliver kopier af Dantaxis B2C-kundekontaktoplysninger hos Uber og dets Tilknyttede Virksomheder, forpligter Uber sig til:

(a) Inden for en (1) måned efter Ikrafttrædelsesdatoen skal Uber gennemføre en forensisk gennemgang af Ubers (eksklusive Dantaxis) IT-systemer for at identificere og slette (eller gøre ubrugelige) eventuelle kopier af Dantaxis B2C-kundekontaktoplysninger. Dette skal gennemføres på grundlag af umiddelbart identificerbare kopier af sådanne data, og alle tilsvarende data, der fremkommer af den forensiske gennemgang, skal slettes (eller gøres ubrugelige). Intet i disse Tilsagn pålægger Uber at slette kontaktoplysninger for kunder i Uber-applikationen i Danmark eller andre steder.

(b) Uber og dets Tilknyttede Virksomheder må ikke opbevare kopier af Dantaxis B2C-kundekontaktoplysninger fra Dantaxi-applikationen og webservicen eller Frogne-backendsystemet. Hvis Uber i henhold til lovgivningen er forpligtet til at opbevare data, skal Uber sikre, at disse opbevares af en tredjepart uden løbende adgang for Uber.

3.9 Forpligtelse til ikke-genanskaffelse

(27) For at bevare Tilsagnenes strukturelle virkning må Uber i en periode på [redacted] efter Gennemførelsen af Salget ikke, hverken direkte eller indirekte, erhverve muligheden for at udøve indflydelse (som defineret i punkt 43 i Meddelelsen om Løsningsforslag, fodnote 3) over hele eller en del af Frasalgsvirksomheden, medmindre Konkurrencerådet, efter at Uber har indgivet en begrundet anmodning, der godtgør en saglig begrundelse, ledsaget af en rapport fra den Tilsynsførende Trustee, finder, at markedsstrukturen har ændret sig i en sådan grad, at fraværet af indflydelse over hele eller en del af Frasalgsvirksomheden ikke længere er nødvendigt for at gøre Fusionen forenelig med konkurrenceloven.

4. Tilsagn vedrørende Drivr

4.1 Tilsagn vedrørende Ubers aktiebesiddelse

(28) [redacted]

(29) [redacted]

(30) [redacted]

4.2 Tilsagn vedrørende Strategic Relationship Agreement

(31) Inden for [redacted] efter Ikrafttrædelsesdatoen vil Uber tilbyde Drivr at ændre Strategic Relationship Agreement som følger:

(a) [redacted]

(b) [redacted]

(c) [redacted]

(d) [redacted]

(e) Bortset fra det ovenfor anførte finder alle øvrige vilkår i Strategic Relationship Agreement fortsat anvendelse uændret.

(32) Drivr har [redacted] fra modtagelsen af tilbuddet til at acceptere det. Hvis Drivr accepterer ovenstående ændringer, vil Uber udfærdige et juridisk bindende tillæg til Strategic Relationship Agreement inden for [redacted] efter accept og anses for at have opfyldt dette tilsagn. Hvis Drivr afviser tilbuddet eller undlader at acceptere det inden for [redacted] efter modtagelsen, anses Uber for at have opfyldt dette tilsagn.

5. Forpligtelse til at reducere opsigelses- og varslingsperiode for Vognmænd

(33) Inden for en måned efter Gennemførelsen af Salget forpligter Uber sig til ensidigt at reducere den tidligst mulige opsigelsesperiode i Samarbejdsaftalen for Vognmænd tilknyttet Dantaxi fra [redacted] til højst seks (6) måneder og må ikke pålægge Vognmænd en opsigelsesperiode på over seks (6) måneder. Uber forpligter sig til ensidigt at reducere varslingsperioden i Samarbejdsaftalen for Vognmænd tilknyttet Dantaxi til højst tre (3) måneder og må ikke pålægge Vognmænd en varslingsperiode på over tre (3) måneder.

(34) Uber skal opretholde ovenstående maksimale opsigelses- og varslingsperioder i en periode på [redacted] fra Gennemførelsen af Salget.

6. Trustee

(35) Uber skal udpege en Tilsynsførende Trustee til at udføre de funktioner, der er angivet i Bilaget Udpegelse af Trustee for en Tilsynsførende Trustee.

(36) Hvis Uber ikke har indgået en bindende aftale vedrørende Frasalgsvirksomheden en (1) måned før udløbet af Frasalgsperioden, eller hvis Konkurrencerådet har afvist en Køber foreslået af Uber på det tidspunkt eller derefter, skal Uber udpege en Frasalgstrustee i overensstemmelse med Bilaget Udpegelse af Trustee. Udpegelsen af Frasalgstrustee træder i kraft ved begyndelsen af Trustee-perioden.

7. Ikrafttræden og varighed

(37) Tilsagnene er betinget af, at Konkurrencerådet godkender Ubers erhvervelse af Dantaxi.

(38) Tilsagnene træder i kraft på Ikrafttrædelsesdatoen. Tilsagnene gælder i den angivne varighed, hvorefter Tilsagnene automatisk udløber.

(39) Konkurrencerådet kan, som svar på en begrundet anmodning fra Uber, der godtgør en saglig begrundelse, give afkald på, ændre eller erstatte et eller flere af tilsagnene i disse Tilsagn. Ved vurderingen af en sådan anmodning vil Konkurrencerådet anvende de almindelige forvaltningsretlige regler, og Konkurrencerådet kan tage hensyn til, om de faktiske eller retlige omstændigheder har ændret sig i en sådan grad, at det berettiger at give afkald på, ændre eller erstatte Tilsagnene, herunder om de er blevet for byrdefulde for Uber sammenlignet med tidspunktet for Konkurrencerådets Afgørelse, og om de fortsat anses for nødvendige.

[Underskrifter findes på næste side]

Amsterdam, 14. august 2026

På vegne af Uber International Holding B.V.



Uber Management B.V., repræsenteret af Lorenzo Bonino
Titel: Managing Director

På vegne af Uber International Holding B.V.



Uber Management B.V., repræsenteret af Giorgiana Alexandru
Titel: Managing Director

Bilag – Udpegelse af Trustee

1. Udpegelsesprocedure

Trustee skal:

(a) på tidspunktet for udpegningen være uafhængig af Uber og dets Tilknyttede Virksomheder;

(b) besidde de nødvendige kvalifikationer til at udføre sit mandat, for eksempel have tilstrækkelig relevant erfaring som investment banker, konsulent eller revisor; og

(c) hverken have været eller blive impliceret i en Interessekonflikt.

Trustee skal aflønnes af Uber på en måde, der ikke kompromitterer Trustees uafhængighed eller den effektive udøvelse af sit mandat. Navnlig hvor aflønningspakken for en Frasalgstrustee omfatter en succesbonus knyttet til den endelige salgsværdi af Frasalgsvirksomheden, må en sådan succesbonus kun optjenes, hvis frasalget finder sted inden for Trustee-perioden.

1.1 Forslag fra Uber

Senest to (2) uger efter Ikrafttrædelsesdatoen skal Uber forelægge navnet eller navnene på en eller flere fysiske eller juridiske personer, der foreslås som Tilsynsførende Trustee, til Konkurrencerådets godkendelse.

Senest en (1) måned før udløbet af Frasalgsperioden, eller efter anmodning fra Konkurrencerådet, skal Uber forelægge en liste over en eller flere personer, der foreslås som Frasalgstrustee, til Konkurrencerådets godkendelse.

Forslaget skal indeholde tilstrækkelige oplysninger til, at Konkurrencerådet kan kontrollere, at den/de foreslåede Trustee(s) opfylder de krav, der er angivet ovenfor, og skal omfatte:

(a) de fulde vilkår for det foreslåede mandat, som skal indeholde alle de bestemmelser, der er nødvendige for, at Trustee kan opfylde sine forpligtelser i henhold til Tilsagnene;

(b) et udkast til en arbejdsplan, der beskriver, hvordan Trustee har til hensigt at udføre de opgaver, der er tildelt denne; og

(c) en angivelse af, hvorvidt den foreslåede Trustee skal fungere som både Tilsynsførende Trustee og Frasalgstrustee, eller om der foreslås forskellige Trustees til disse to roller.

1.2 Konkurrencerådets godkendelse eller afvisning

Konkurrencerådet har beføjelse til at godkende eller afvise den/de foreslåede Trustee(s) og til at godkende det foreslåede mandat med de ændringer, som Konkurrencerådet skønner nødvendige, for at Trustee kan opfylde sine forpligtelser. Hvis kun ét navn godkendes, skal Uber udpege den pågældende person som Trustee i overensstemmelse med det godkendte mandat. Hvis mere end ét navn godkendes, kan Uber frit vælge blandt de godkendte navne. Trustee skal udpeges inden for en (1) uge efter Konkurrencerådets godkendelse.

1.3 Nyt forslag fra Uber

Hvis alle de foreslåede Trustees afvises, skal Uber, inden for en uge efter at være blevet informeret om afvisningen, indsende navnene på mindst to yderligere fysiske eller juridiske personer i overensstemmelse med punkt 1.1 og 1.2 i dette Bilag.

1.4 Trustee indstillet af Konkurrencerådet

Hvis alle yderligere foreslåede Trustees afvises af Konkurrencerådet, skal Konkurrencerådet indstille en Trustee, som Uber skal udpege i overensstemmelse med et mandat godkendt af Konkurrencerådet.

2. Trustees forpligtelser

Trustee skal påtage sig de nedenfor angivne forpligtelser med henblik på at sikre overholdelse af Tilsagnene. Konkurrencerådet kan, på eget initiativ eller efter anmodning fra Trustee eller Uber, udstede påbud eller instrukser til Trustee for at sikre overholdelse af de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets Afgørelse.

2.1 Den Tilsynsførende Trustees forpligtelser

Den Tilsynsførende Trustee skal:

(i) i sin første rapport til Konkurrencerådet foreslå en detaljeret arbejdsplan, der beskriver, hvordan den Tilsynsførende Trustee har til hensigt at føre tilsyn med overholdelsen af de forpligtelser og betingelser, der er knyttet til Konkurrencerådets Afgørelse;

i tæt samarbejde med Hold Separate Manageren føre tilsyn med den løbende ledelse af Frasalgsvirksomheden med henblik på at sikre dens fortsatte økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne, samt føre tilsyn med Ubers overholdelse af de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets afgørelse. Med henblik herpå skal den Tilsynsførende Trustee:

føre tilsyn med, at den økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne i Frasalgsvirksomheden bevares, og at Frasalgsvirksomheden holdes adskilt fra den/de forretning(er), som Uber beholder, i overensstemmelse med afsnit 3.6 og 3.7 i Tilsagnene;

(ii) føre tilsyn med, at Frasalgsvirksomheden ledes som en særskilt og salgbar enhed i overensstemmelse med punkt 22 i Tilsagnene;

(iii) med hensyn til Fortrolige Oplysninger: (i) fastsætte alle nødvendige foranstaltninger for at sikre, at Uber efter Ikrafttrædelsesdatoen ikke tilegner sig nogen Fortrolige Oplysninger vedrørende Frasalgsvirksomheden; (ii) navnlig tilstræbe at afbryde Frasalgsvirksomhedens deltagelse i et centralt it-netværk i videst muligt omfang, uden at det går ud over Frasalgsvirksomhedens levedygtighed; (iii) sikre, at eventuelle Fortrolige Oplysninger vedrørende Frasalgsvirksomheden, som Uber har tilegnet sig inden Ikrafttrædelsesdatoen, tilintetgøres og ikke anvendes af Uber; og (iv) afgøre, hvorvidt sådanne oplysninger må videregives til eller opbevares af Uber, hvor videregivelsen med rimelighed er nødvendig for, at Uber kan gennemføre frasalget, eller hvor videregivelsen er lovpligtig;

(iv) føre tilsyn med fordelingen af aktiver [redacted] mellem Frasalgsvirksomheden og Uber eller Tilknyttede Virksomheder

(v) foreslå Uber sådanne foranstaltninger, som den Tilsynsførende Trustee skønner nødvendige for at sikre Ubers overholdelse af de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets Afgørelse, herunder navnlig opretholdelsen af den fulde økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne i Frasalgsvirksomheden, adskillelsen af Frasalgsvirksomheden samt sikring af, at konkurrencefølsomme oplysninger ikke videregives;

(vi) overvåge og vurdere potentielle Købere og fremdriften i frasalgsprocessen og, afhængigt af stadiet, kontrollere, at: (a) potentielle Købere modtager tilstrækkelige og korrekte oplysninger vedrørende Frasalgsvirksomheden [redacted], navnlig ved – hvor det er tilgængeligt – at gennemgå datarumsdokumentationen,

informationsmemorandummet og due diligence-processen; og (b) potentielle Købere gives rimelig adgang til [redacted]

(vii) give Konkurrencerådet en skriftlig rapport inden for femten (15) dage efter udgangen af hver måned – og samtidig sende en ikke-fortrolig kopi til Uber – vedrørende driften og administrationen af Frasalgsvirksomheden samt fordelingen af aktiver [redacted], således at Konkurrencerådet kan vurdere, om virksomheden drives på en måde, der er i overensstemmelse med Tilsagnene, og vurdere fremdriften i frasalgsprocessen samt potentielle Købere;

(viii) straks skriftligt rapportere til Konkurrencerådet – og samtidig sende en ikke-fortrolig kopi til Uber – hvis den Tilsynsførende Trustee på rimeligt grundlag konkluderer, at Uber ikke overholder Tilsagnene;

(ix) fungere som kontaktpunkt for alle henvendelser fra tredjeparter, navnlig potentielle Købere, vedrørende Tilsagnene;

(x) inden for en uge efter modtagelse af det dokumenterede forslag, der er omtalt i punkt 4 i Tilsagnene, forelægge Konkurrencerådet en begrundet udtalelse – og samtidig sende en ikke-fortrolig kopi til Uber – om egnetheden og uafhængigheden af den foreslåede Køber, om levedygtigheden i Frasalgsvirksomheden efter salget, og om hvorvidt Frasalgsvirksomheden sælges på en måde, der er i overensstemmelse med de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets Afgørelse, herunder navnlig, under hensyntagen til den foreslåede Køber, hvor relevant, hvorvidt salget af Frasalgsvirksomheden uden et eller flere aktiver [redacted] påvirker levedygtigheden i Frasalgsvirksomheden efter salget;

(xi) påtage sig de øvrige funktioner, der er tildelt den Tilsynsførende Trustee i henhold til de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets Afgørelse.

Hvis den Tilsynsførende Trustee og Frasalgstrustee ikke er den/de samme [juridiske eller fysiske] person(er), skal den Tilsynsførende Trustee og Frasalgstrustee arbejde tæt sammen under og i forbindelse med forberedelsen af Trustee-perioden med henblik på at lette hinandens opgaver.

2.2 Frasalgstrustees forpligtelser

I Trustee-perioden skal Frasalgstrustee, uden krav om mindstepris, sælge Frasalgsvirksomheden til en køber, forudsat at Konkurrencerådet har godkendt både Køberen og den endelige og bindende aftale om salg af Frasalgsvirksomheden (samt accessoriske aftaler) som værende i overensstemmelse med Konkurrencerådets Afgørelse og Tilsagnene i overensstemmelse med punkt 4 og 6 i disse Tilsagn. Frasalgstrustee skal i aftalen (og i accessoriske aftaler) indføje sådanne vilkår og betingelser, som Frasalgstrustee finder nødvendige for et hensigtsmæssigt salg inden for Trustee-perioden. I den forbindelse kan Frasalgstrustee indføje sædvanlige erklæringer, garantier og skadesløsholdelser, som med rimelighed kan kræves for at effektuere salget. Frasalgstrustee skal beskytte Ubers legitime finansielle interesser, med forbehold for Ubers ubetingede forpligtelse til at afhænde uden mindstepris inden for Trustee-perioden.

I Trustee-perioden (eller i øvrigt efter anmodning fra Konkurrencerådet) skal Frasalgstrustee forelægge Konkurrencerådet en omfattende månedlig rapport om fremdriften i frasalgsprocessen. Sådanne rapporter skal indgives inden for femten (15) dage efter udgangen af hver måned, med samtidig levering af en kopi til den Tilsynsførende Trustee og en ikke-fortrolig kopi til Uber.

3. Ubers forpligtelser

Uber skal yde – og skal sikre, at dets rådgivere yder – Trustee den grad af samarbejde, bistand og oplysninger, som Trustee med rimelighed kan forlange for at udføre sine opgaver. Trustee skal have fuld adgang til alle Ubers og Frasalgsvirksomhedens bøger, fortegnelser, dokumenter,

ledelse eller andre medarbejdere, faciliteter, lokaliteter og tekniske oplysninger, der er nødvendige for udførelsen af Trustees forpligtelser i henhold til Tilsagnene. Uber og Frasalgsvirksomheden skal give Trustee kopier af ethvert dokument, hvis Trustee anmoder herom. Uber og Frasalgsvirksomheden skal stille et eller flere kontorer til rådighed for Trustee på deres lokaler og skal være til rådighed for møder med henblik på at give Trustee alle de oplysninger, der er nødvendige for udførelsen af dennes opgaver.

Uber skal give den Tilsynsførende Trustee al den ledelsesmæssige og administrative støtte, som den Tilsynsførende Trustee med rimelighed kan forlange, på vegne af ledelsen af Frasalgsvirksomheden. Dette omfatter alle administrative supportfunktioner vedrørende Frasalgsvirksomheden, som aktuelt udføres af hovedkontoret. Uber skal på anmodning give – og skal sikre, at dets rådgivere giver – den Tilsynsførende Trustee oplysninger, der er givet til potentielle Købere, navnlig ved at give den Tilsynsførende Trustee adgang til datarumsdokumentationen og alle øvrige oplysninger, der er givet til potentielle Købere i forbindelse med due diligence-processen. Uber skal informere den Tilsynsførende Trustee om mulige Købere, give lister over potentielle Købere på ethvert stadie i udvælgelsesprocessen, herunder tilbud afgivet af potentielle Købere på disse stadier, og skal holde den Tilsynsførende Trustee informeret om alle udviklinger i frasalgsprocessen.

Uber skal give – eller sørge for, at Tilknyttede Virksomheder giver – omfattende fuldmagter, behørigt udfærdiget, til Frasalgstrustee (herunder accessoriske aftaler), for at effektuere salget, Gennemførelsen af Salget og alle handlinger og erklæringer, som Frasalgstrustee finder nødvendige eller hensigtsmæssige for at opnå salget og Gennemførelsen af Salget, herunder udpegningen af rådgivere til at bistå i salgsprocessen. Efter anmodning fra Frasalgstrustee skal Uber sikre, at de dokumenter, der er nødvendige for at effektuere salget og Gennemførelsen af Salget, behørigt udfærdiges.

Uber skal holde Trustee og dennes medarbejdere og agenter skadesløse ("Skadesløsholdt Part") og accepterer, at en Skadesløsholdt Part ikke skal være ansvarlig over for Uber for noget erstatningsansvar, der opstår som følge af udførelsen af Trustees forpligtelser i henhold til Tilsagnene, bortset fra i det omfang et sådant erstatningsansvar opstår som følge af forsætlig misligholdelse, hensynsløshed, grov uagtsomhed eller ond tro fra Trustees, dennes medarbejderes, agenters eller rådgiveres side.

Trustee kan, for Ubers regning, udpege rådgivere (navnlig til corporate finance eller juridisk rådgivning), hvis Uber godkender udpegningen (en sådan godkendelse må ikke uberettiget tilbageholdes eller forsinkes), hvor Trustee finder udpegningen af sådanne rådgivere nødvendig eller hensigtsmæssig for udførelsen af sine forpligtelser i henhold til mandatet, forudsat at eventuelle honorarer og øvrige udgifter, som Trustee afholder i den forbindelse, er rimelige. Skulle Uber nægte at godkende de rådgivere, som Trustee har foreslået, kan Konkurrencerådet i stedet – efter høring af Uber – godkende udpegningen af sådanne rådgivere. Alene Trustee skal være berettiget til at give instrukser til rådgiverne. Ovenstående punkt finder tilsvarende anvendelse. I Trustee-perioden må Frasalgstrustee anvende rådgivere, der har arbejdet for Uber i den Første Frasalgsperiode, hvis Frasalgstrustee finder dette hensigtsmæssigt for et passende salg.

Uber accepterer, at Konkurrencerådet må dele fortroligt materiale, der tilhører Uber, med Trustee. Trustee må ikke videregive sådanne oplysninger til tredjeparter.

Uber accepterer, at kontaktoplysningerne for den Tilsynsførende Trustee offentliggøres på Konkurrencerådets hjemmeside, og Uber skal informere interesserede tredjeparter, navnlig potentielle Købere, om den Tilsynsførende Trustees identitet og opgaver.

I en periode på ti (10) år fra Gennemførelsen af Salget kan Konkurrencerådet anmode Uber om alle oplysninger, der er nødvendige for at overvåge den effektive gennemførelse af Tilsagnene.

4. Udskiftning, afskedigelse og genudpegelse af Trustee

Hvis Trustee ophører med at udføre sine funktioner i henhold til Tilsagnene, eller af en anden gyldig grund, herunder hvor Trustee er udsat for en Interessekonflikt:

(a) kan Konkurrencerådet, efter høring af Trustee og Uber, kræve, at Uber udskifter Trustee; eller

(b) kan Uber, med Konkurrencerådets forudgående godkendelse, udskifte Trustee.

Skulle Trustee blive fjernet i overensstemmelse med det foregående punkt, kan Trustee blive pålagt at fortsætte i embedet, indtil en ny Trustee er på plads, og til hvem Trustee har gennemført en fuldstændig overdragelse af alle relevante oplysninger. Den nye Trustee skal udpeges i overensstemmelse med den udpegningsprocedure, der er fastsat i dette Bilag.

Medmindre Trustee fjernes i overensstemmelse med ovenstående, skal Trustee ikke ophøre med at fungere som Trustee, før Konkurrencerådet har fritaget Trustee for sine pligter efter opfyldelsen af alle de forpligtelser, der er betroet Trustee. Konkurrencerådet kan dog til enhver tid kræve genudpegelse af den Tilsynsførende Trustee, hvis det efterfølgende viser sig, at de relevante foranstaltninger ikke er blevet fuldt og korrekt gennemført.

Bilag – [redacted]

[redacted]

[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]
[redacted]	[redacted]

Bilag – TSA

Alle tjenester i henhold til TSA'en skal leveres efter Købers valg og kun i det omfang, Køberen anmoder herom.

[redacted]

3. Sagsfremstilling

3.1 Indledning

70. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (herefter "styrelsen") krævede den 25. august 2025 Uber International Holding B.V.'s (herefter "Uber") erhvervelse af Greenfleet Holding A/S (herefter "Dantaxi") anmeldt i medfør af konkurrencelovens § 12, stk. 6. Fusionen var gennemført på dette tidspunkt. Styrelsen modtog den 15. september 2025 en anmeldelse af fusionen mellem Uber og Dantaxi, jf. konkurrencelovens § 12 b, stk. 1, 2. pkt. Ifølge § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen udover en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristerne begyndte at løbe den 12. januar 2026.

71. I afgørelsen benævnes Uber og Dantaxi samlet som "parterne", uanset at transaktion er gennemført. Parterne blev den 16. februar 2026 orienteret om, at fusionen overgik til fase II, idet der var behov for en særskilt undersøgelse af fusionen. Styrelsen sendte den 20. februar 2026 en meddelelse om betænkeligheder til parterne. Fristen for behandling af fusionen i fase II var den 29. juni 2026.

72. Den 23. juni 2026 fremsendte Uber underskrevne tilsagn. Det medførte en fristforlængelse på 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 3. Styrelsen anmodede Uber om yderligere fristforlængelse på 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 4, således at fristen for behandlingen af fusionen i fase II er den 24. august 2026. Ubers tilsagn er blevet justeret flere gange efter den 23. juni 2026, og den endelige version af tilsagnet er Ubers tilsagn af 14. august 2026.

3.2 Parterne og deres aktiviteter

73. De deltagende virksomheder i fusionen er Uber og Dantaxi.

74. **Uber** er en global teknologivirksomhed, der er til stede i ca. 70 lande. Ubers mobilitetstilbud, Uber-appen, forbinder forbrugere med en bred vifte af transportformer, såsom taxikørsel, samkørsel, mikromobilitet, udlejning og offentlig transport. Uber udvikler og driver egne teknologiapplikationer, der – udover mobilitet – også understøtter produkter og services under to andre hovedforretningsområder – levering og fragt.

75. Uber påbegyndte i Danmark i januar 2025 et samarbejde med Drivr Danmark A/S (herefter "Drivr") [xxx]. Drivr er et kørselskontor og sælger taxitjenester i Danmark. Samarbejdet indebærer, at Uber er medejer af Drivr og har pt. en ejerandel på [xxx] pct. [xxx]. Uber leverer i henhold til samarbejdsaftalen mellem Uber og Drivr teknologitjenester til Drivr, der gør det muligt for Drivr at tilbyde sine taxitjenester via Uber-appen i tillæg til sine egne formidlingstjenester.

76. **Dantaxis** hovedaktivitet var både før og efter fusionen at drive autoriseret kørselskontor gennem de to selskaber Dantaxi 4x48 A/S, der primært har sine aktiviteter i Østdanmark, og Kørselskontoret Dantaxi A/S, der primært har sine aktiviteter i Vestdanmark. Dantaxi sælger sine taxitjenester til privatkunder, kunder i den offentlige sektor og erhvervskunder. Ud over traditionelle taxitjenester er Dantaxi aktiv gennem kontrakter med kommuner/regioner, som omfatter transport til hospitaler og skoler, og Flextrafik.

77. Inden fusionen solgte Dantaxi bl.a. sine taxitjenester via sin egen app "Dantaxi". Efter fusionen sælger Dantaxi også sine taxitjenester via Uber-appen.

3.3 Transaktionen

78. Uber og Dale LuxCo S.à r.l., der er et private equity-selskab kontrolleret af Triton Partners og visse minoritetsaktionærer, indgik den 27. maj 2025 en aftale om Dale LuxCo S.à r.l.'s overdragelse af kapitalandele i Dantaxi til Uber. Transaktionen blev gennemført samme dag. Transaktionen indebærer, at Uber erhverver 100 pct. af aktierne i Dantaxi og opnår enekontrol over Dantaxi.[1]

79. Den anmeldte fusion medfører således et kontrolskifte og udgør en fusion jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

3.4 Jurisdiktion og anmeldelsespligt

80. De deltagende virksomheder er Uber og Dantaxi.

81. Ifølge det oplyste havde Uber i 2024 en omsætning på [xxx] kr. i Danmark, [xxx] kr. i EU og [xxx] kr. på verdensplan. Dantaxi havde i 2024 en omsætning på [xxx] kr. i Danmark, [xxx] kr. i EU og [xxx] kr. på verdensplan.[2]

82. De deltagende virksomheders omsætning overstiger dermed ikke de almindelige omsætningstærskler i konkurrencelovens § 12, stk. 1, og fusionen var derfor ikke anmeldelsespligtig i medfør af de almindelige omsætningstærskler.

83. Styrelsen kan i medfør af konkurrencelovens § 12, stk. 6 kræve fusioner under de almindelige omsætningstærskler anmeldt, hvis de deltagende virksomheder tilsammen har en samlet årlig omsætning i Danmark på mindst 50 mio. kr. og styrelsen vurderer, at der er risiko for, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling, jf. konkurrencelovens § 12, stk. 6.

84. Styrelsen har den 25. august 2025 truffet afgørelse om, at fusionen skal anmeldes, idet styrelsen vurderede, at betingelserne i konkurrencelovens § 12, stk. 6, var opfyldt[3]. Fusionen skal anmeldes, selvom den allerede er gennemført, jf. konkurrencelovens § 12 b, stk. 1, 2. pkt. Fusionen er derfor betinget af godkendelse fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen[4], uanset at den allerede er gennemført.

85. De deltagende virksomheders omsætning overstiger ikke tærsklerne i EU's fusionskontrolforordning.[5] Styrelsen er derfor rette myndighed til at vurdere den anmeldte fusion mellem Uber og Dantaxi.

---

[1] Greenfleet Holding A/S' datterselskab, Kalø Taxi ApS, er ikke omfattet af transaktionen, jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 91.

[2] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 64.

[3] Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. august 2025 om Uber International Holding B.V.'s erhvervelse af Greenfleet Holding A/S – krav om anmeldelse.

[4] *Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen* omfatter såvel styrelsen som Konkurrencerådet. Konkurrencerådet har det overordnede ansvar for styrelsens administration af konkurrenceloven og regler udstedt i medfør heraf

[5] Jf. Rådets Forordning (EF) Nr. 139/2004 af 20. januar 2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser ("EU-fusionsforordningen").

4. Markedsbeskrivelse

4.1 Analysegrundlag

86. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen offentliggjorde den 26. august 2025 på styrelsens hjemmeside, www.kfst.dk, at styrelsen havde truffet afgørelse om, at fusionen mellem Uber og Dantaxi skulle anmeldes. Styrelsen modtog i den forbindelse en række henvendelser fra forskellige markedsaktører. Den 15. september 2025 modtog styrelsen en fusionsanmeldelse, og den 26. september offentliggjorde styrelsen fusionen på www.kfst.dk, og opfordrede ved den lejlighed alle interesserede til at komme med eventuelle bemærkninger til fusionen senest den 7. oktober 2025 kl. 12.00. Styrelsen modtog i den forbindelse ikke yderligere henvendelser fra markedsaktører.

87. Styrelsen har i forbindelse med vurderingen af fusionen taget udgangspunkt i fusionsanmeldelsen med dertilhørende bilag, øvrige oplysninger tilsendt fra parterne samt møder med parterne og deres konkurrenter[6], som styrelsen har afholdt med henblik på at belyse markedsforholdene yderligere.

88. Derudover har styrelsen gennemført tre markedsundersøgelser blandt henholdsvis i) taxivognmænd (herefter "vognmandsundersøgelse"), ii) visse af parternes konkurrenter ("herefter "markedsundersøgelse blandt kørselskontorer") og iii) parternes kunder (i form af forbrugere) (herefter "forbrugerundersøgelse"). Markedsundersøgelserne blev gennemført i februar og marts 2026.

89. Det bemærkes, at styrelsens tre markedsundersøgelser er gennemført i foråret 2026, dvs. mere end otte måneder efter fusionens gennemførelse den 27. maj 2025. I det omfang, det har betydning for fortolkningen af resultaterne, er dette bemærket i den relevante sammenhæng.

90. I de følgende afsnit beskrives de gennemførte markedsundersøgelser.

4.1.1 Vognmandsundersøgelse

91. Styrelsen har gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt udvalgte vognmænd, der hver især driver taxivirksomhed, der er tilknyttet forskellige kørselskontorer.

92. Styrelsen har i spørgeskemaundersøgelsen bl.a. indhentet oplysninger om vognmændenes relation til det kørselskontor, de er tilknyttet, adgangen til og vigtigheden af forskellige kundetyper og salgskanaler samt vognmændenes syn på fusionen mellem Uber og Dantaxi.

93. Undersøgelsen blev sendt ud til [xxx]vognmænd, hvoraf 1.085 har gennemført undersøgelsen.

4.1.2 Markedsundersøgelse blandt kørselskontorer

94. Styrelsens markedsundersøgelse blandt udvalgte kørselskontorer bestod af henholdsvis i) en spørgeskemaundersøgelse, ii) en dataanmodning og iii) supplerende spørgsmål til Bolt Rides DK ApS (herefter "Bolt") og Drivr.

[6] Drivr, Bolt Rides DK ApS, Taxi 4x27 ApS og Sammenslutningen Taxa 4x35.

95. Styrelsen har i markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer bl.a. indhentet oplysninger om kørselskontorernes dækningsområder, salgskanaler, priser, kundetyper samt de kontraktuelle vilkår mellem kørselskontorerne og deres tilknyttede vognmænd. Derudover har styrelsen i forbindelse med dataanmodningen bl.a. indhentet data om antal tilknyttede vogne og kørselskontorernes omsætning.

96. Markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer blev sendt ud til 18 kørselskontorer[7], hvoraf 15 har besvaret undersøgelsen.

4.1.3 Forbrugerundersøgelse

97. Styrelsen har endvidere gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt forbrugere om deres forhold til kørsel med taxi i Danmark. Besvarelserne fra forbrugerundersøgelsen er vægtet således, at resultaterne er repræsentative for den danske befolkning.

98. Styrelsen har i spørgeskemaundersøgelsen bl.a. afdækket forbrugernes brugsmønstre for taxikørsel og benyttede salgskanaler, herunder forbrugernes brug af forskellige apps til bestilling af taxikørsel. Forbrugerne er derudover blevet spurgt ind til, hvorvidt Ubers og Bolts indtræden i Danmark og Ubers opkøb af Dantaxi har haft betydning for, hvordan forbrugeren bestiller og kører med taxi i Danmark.

99. Styrelsen bemærker, at fusionen blev gennemført den 27. maj 2025, hvilket betyder, at den allerede var gennemført på tidspunktet for spørgeskemaundersøgelsen i februar 2026. Undersøgelsen kan derfor belyse forbrugernes aktuelle brugsmønstre, kanalvalg og oplevede forskelle mellem bestillingsformer. I det omfang undersøgelsen vedrører forholdene før fusionen eller fusionens betydning for forbrugernes adfærd, beror besvarelserne navnlig på respondenternes erindring og egen vurdering.

100. Styrelsen har modtaget 1.005 besvarelser fra forbrugere, der har kørt taxikørsel i Danmark inden for de seneste 6 måneder fra besvarelsen.

4.2 Taxikørsel i Danmark

101. I dette afsnit gives en overordnet beskrivelse af taxikørsel som ydelse samt af markedsstrukturerne. Herefter beskrives de centrale aktører og deres roller, reguleringen af taxikørsel samt de væsentligste kundetyper og salgskanaler.

102. Taxikørsel udgør erhvervsmæssig persontransport efter behov, hvor kunder tilbydes individuel og efterspørgselsstyret transport med kort eller intet varsel. Kørslen sker uden faste ruter eller køreplaner og indebærer, at kunden får direkte transport fra et udgangspunkt til en destination.

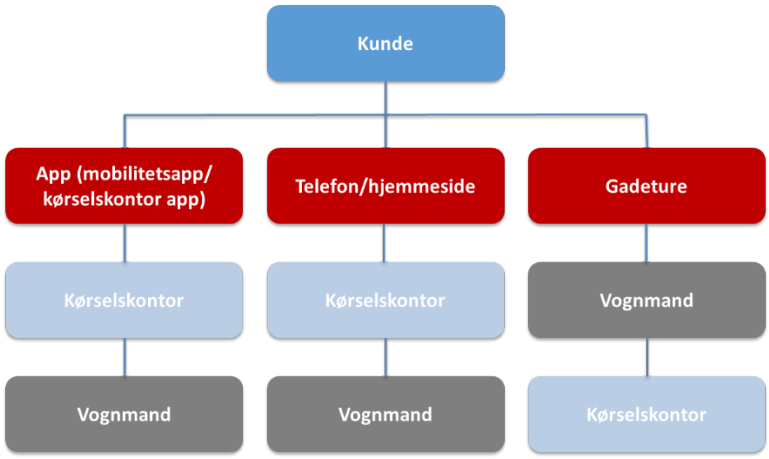
4.2.1 Markedsstruktur

103. Taxikørsel i Danmark foregår inden for en reguleret ramme, hvor forskellige aktører varetager hver deres rolle i forhold til formidling, salg og udførelse af taxikørsel. I praksis kan der sondres mellem fire centrale aktørtyper henholdsvis i) kørselskontorer, ii) mobilitetsplatforme, iii) taxivognmænd (herefter "vognmænd") og iv) chauffører. Samspillet mellem disse aktører beskrives nærmere i afsnit 4.2.1.1-4.2.1.3 nedenfor og kan illustreres ved henholdsvis bestillings- og betalingsveje, jf. Figur 4.1 og Figur 4.2.

[7] Taxi Online Kørselskontor ApS, Taxi365 ApS, 42taxi, Taxi 4x27 ApS, Bolt, CT Biler Taxa ApS, Drivr, Esbjerg Taxa Kørselskontor A/S, Aalborg Taxa 35102030 ApS, Næstved Taxa FMBA, SAFENCARE ApS, Taxa A/S, Taxa Syd, Taxas Kundecenter, TAXI MidtVest ApS, Taxivago ApS, Vejle Taxa Kørselskontor A/S og VINDERUP TAXI ApS.

104. Figur 4.1 viser, hvordan kundernes efterspørgsel efter taxikørsel opstår via forskellige bestillingskanaler og formidles til vognmænd via kørselskontorer. Ved app-bestilling og bestilling via telefon eller hjemmeside går efterspørgslen som udgangspunkt gennem en formidlingskanal, hvorefter turen videreformidles via et kørselskontor til en vognmand. Ved gadeture opstår efterspørgslen direkte hos den ledige taxi, men kørslen udføres fortsat af en vognmand, der er tilknyttet et kørselskontor.

Figur 4.1 **Bestillingsveje for taxikørsel**

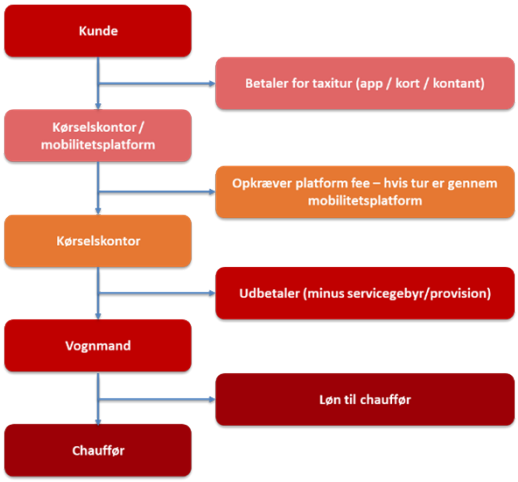


Note: Figuren illustrerer forenklet de væsentligste veje, hvorigennem efterspørgsel efter taxikørsel kan opstå, og hvordan en tur herefter når frem til den vognmand, der udfører kørslen. Figuren er illustrativ og viser alene de overordnede distributions- og formidlingsveje. Den er ikke i sig selv udtryk for en endelig vurdering af den relevante markedsafgrænsning.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens illustration.

105. Figur 4.2 viser betalingsstrømmene mellem kunde, mobilitetsplatform, kørselskontor og vognmand, herunder at mobilitetsplatforme kan opkræve et gebyr for formidlingen. Ved app-bestilling via en mobilitetsapp modtager mobilitetsplatformen betaling fra passageren og viderefører dette til kørselskontoret med fradrag af mobilitetsplatformens gebyr. Kørselskontoret betaler herefter vognmanden fratrukket eventuelle gebyrer og pladsleje, og hvis vognmanden ikke selv har kørt turen, men derimod en ansat chauffør, betaler vognmanden chaufførens løn.

Figur 4.2 **Betalingsveje for taxikørsel**



Note: Figuren viser betalingsstrømmene mellem kunde, mobilitetsplatform, kørselskontor og vognmand, herunder at mobilitetsplatforme kan opkræve et gebyr for formidlingen.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens illustration.

106. Taxikørsel i Danmark er underlagt en særlig regulering, som har væsentlig betydning for markedsstrukturen. Taxiloven[8] regulerer, hvem der kan udbyde og udføre taxikørsel, hvilke krav der gælder for kørselskontorer, vognmænd og chaufførers, samt regler om prisfastsættelse og tekniske krav til de køretøjer, der anvendes til taxikørsel. Reguleringen udelukker dog ikke, at aktører kan være vertikalt integrerede, fx ved at et kørselskontor også driver vognmandsvirksomhed. Det kræver dog forskellige tilladelser, jf. nedenfor.

107. Efter taxiloven må taxikørsel alene sælges af et kørselskontor, og en virksomhed med tilladelse til erhvervsmæssig persontransport (en vognmand) skal derfor have indgået aftale med et kørselskontor for at kunne udføre taxikørsel.

4.2.1.1 Kørselskontorer

108. I henhold til taxiloven må salg af taxikørsel i Danmark alene ske gennem godkendte kørselskontorer[9]. Kørselskontorer udfører ikke selv taxikørsel, men har aftaleforholdet med kunden, fastsætter priser for taxikørslen og opkræver betalingen.

109. For at blive godkendt som kørselskontor skal virksomheden have en godkendt ansvarlig leder, som faktisk og vedvarende forestår driften, have fast forretningssted i Danmark, ikke være under rekonstruktionsbehandling eller konkurs, ikke have forfalden gæld til det offentlige på 50.000 kr. eller derover, have en egenkapital på mindst 500.000 kr. og kunne sandsynliggøre,

[8] LBK nr. 1051 af 17/09/2024, bekendtgørelse af taxiloven, (herefter "taxiloven")
[9] Jf. taxilovens § 4, stk. 2

at virksomheden kan udøves på forsvarlig måde og i overensstemmelse med god skik inden for branchen.[10]

110. Et godkendt kørselskontor kan som udgangspunkt sælge taxikørsel i hele Danmark. For kørselskontorer i landdistrikter gælder en særlig ordning. Her kan egenkapitalkravet efter en konkret vurdering nedsættes til 40.000 kr. Til gengæld må et sådant kørselskontor kun sælge taxikørsel inden for et nærmere afgrænset geografisk område og maksimalt med tre biler.[11]

111. Kørselskontoret har ansvaret for bl.a. prisfastsættelse inden for rammerne af den gældende regulering. Kørselskontorernes takster skal holde sig inden for et landsdækkende prisloft,[12] som fastsætter de maksimalt tilladte takster for taxikørsel. Prisloftet er opdelt efter forskellige tidspunkter (hverdage, aften og weekend samt særlige dage) og er baseret på en ensartet prisstruktur bestående af en starttakst, en tidstakst og en afstandstakst.[13]

112. Kørselskontoret skal fastsætte og offentliggøre en prisstruktur, som skal være i overensstemmelse med prisloftet. Dette indebærer, at priserne følger en ensartet struktur og er sammenlignelige på tværs af kørselskontorer. Da prisstrukturen fastsættes på kørselskontorniveau, anvender det enkelte kørselskontor ens priser i alle de områder kørselskontoret sælger taxikørsel.[14] I praksis kan et kørselskontor dog være organiseret i flere selskaber, hvilket kan muliggøre forskellige priser i forskellige geografiske områder. Eksempelvis er Taxa Syd / Taxa 4x27 og Dantaxi[15] organiseret i to kørselskontorer i hvert sit selskab.[16]

113. Derudover har kørselskontoret også ansvaret for opkrævning af betaling, drift af bestillings- og turfordelingssystemer (fx apps og telefoncentraler) samt indberetning af oplysninger til myndighederne.[17]

114. Før liberaliseringen af taxiloven i 2018 var taxikørsel underlagt kommunale bevillingslofter dvs. et administrativt fastsat maksimum for antallet af tilladelser (taxibevillinger) i den enkelte kommune, samt geografiske begrænsninger. I dag er der hverken antalsmæssige eller geografiske begrænsninger for etablering af kørselskontorer, og kørselskontorer kan i princippet tilbyde taxikørsel i hele landet, forudsat at de opfylder de regulatoriske krav, herunder krav om tilladelse, tilknytning af vognmænd og overholdelse af regler om prisfastsættelse. Liberaliseringen har dermed muliggjort konkurrence mellem kørselskontorer på tværs af kommunegrænser.[18]

115. Der findes en række kørselskontorer i Danmark med forskellig geografisk dækning – fra kørselskontorer, der primært opererer i enkelte lokale byer eller metropolområder, til kørselskontorer med aktivitet i flere dele af landet. Der er 81 kørselskontorer i Danmark.[19]

---

[10] Jf. taxilovens § 4, stk. 2, og § 5, stk. 1-8.

[11] Jf. taxilovens § 6, stk. 1-2. Se også Transport- og Boligministeriet, Evaluering af moderniseringen af taxiloven, 9. december 2020 (herefter "Evaluering af taxiloven")), afsnit 1.1.4 og boks 22.

[12] Jf. taxilovens § 20, stk. 8, jf. § 21. Efter § 20, stk. 8, er kørselskontoret ansvarligt for, at den kørsel, der sælges af kørselskontoret, ikke sælges til en højere pris end de landsdækkende prislofter efter § 21.

[13] Jf. taxilovens § 21, stk. 1-3.

[14] Jf. Evaluering af taxiloven, side 39.

[15] Dantaxi har forskellige priser i Øst- og hhv. Vestdanmark jf. https://dantaxi.dk/taxa-pris/ via deres to selskaber Kørselskontoret Dantaxi A/S og Dantaxi4x48 A/S, jf. https://www.proff.dk, senest tilgået 15. april 2026.

[16] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd og Taxa 4x27 den 30. september 2025.

[17] Kørselskontoret har ansvaret for bl.a. prisfastsættelse jf. taxilovens § 21, stk. 3, overholdelse af prisloftet, drift af bestillings- og turfordelingssystem jf. taxilovens § 20, samt indberetning af data til myndighederne jf. taxilovens § 20, stk. 3. De skal desuden også være tilsluttet et landsdækkende klagenævn.

[18] Jf. Evaluering af taxiloven, side 13-14 og 19-20.

[19] https://www.fstyr.dk/erhverv/taxi/koerselskontorer/find-koerselskontor - senest tilgået den 20. februar 2026.

4.2.1.1.1 Prissætning

116. Som følge af taxiloven er prissætningen af taxikørsel i Danmark reguleret. Taxikørsel er underlagt et landsdækkende prisloft, som beregnes ud fra en starttakst og en samtidig anvendelse af tidstakst og afstandstakst under hele turen. Der fastsættes særskilte prislofter for hverdagskørsel, for kørsel aften og nat samt i weekender og på helligdage og for kørsel på særlige dage. Det enkelte kørselskontor skal beregne sine priser efter samme struktur som prisloftet, og priserne må kun ændres kvartalsvis eller sjældnere.[20]

117. Kørselskontoret kan herudover opkræve betaling for tillægsydelser i tilknytning til taxikørsel, dog ikke for medbragte kørestole, førerhunde el.lign. Dette indebærer, at lovgivningen både fastlægger de ydre rammer for prisniveauet og standardiserer den grundlæggende opbygning af priserne på taxikørsel.[21]

118. Udvendigt på bilen skal desuden fremgå prisen for en 10-kilometerstur ved anvendelse af kørselskontorets priser. Kørselskontorer skal desuden offentliggøre deres takster, herunder prisen for en standardtur, både på deres hjemmeside og på bilerne.[22]

119. Taxiloven giver samtidig mulighed for, at et kørselskontor og en kunde forud for en konkret taxikørsel kan aftale en fast pris for kørslen. En sådan aftale skal kunne dokumenteres af kørselskontoret, og priserne for ture, hvor der er aftalt en fast pris, skal ud fra en samlet betragtning ligge under kørselskontorets annoncerede priser.[23]

120. Af forarbejderne til taxiloven fremgår, at bestemmelsen skal gøre det muligt for kunden og kørselskontoret på forhånd at aftale en fast pris for en konkret, på forhånd defineret tur, herunder ved bestilling via computer eller app.[24] Kørselskontoret skal kunne dokumentere den faste pris over for både kunden og kontrolmyndighederne, og at priserne for sådanne aftalte ture kan variere fra time til time eller fra dag til dag, fordi disse priser ikke er underlagt reglen om, at priserne for gadeture kun må ændres kvartalsvis eller sjældnere.[25]

121. Prissætningen afhænger således af bestillingsformen i praksis. Ved gadeture afregnes turen sædvanligvis efter taxameterets løbende pris, mens der ved forhåndsbookede ture – herunder via app, telefonbestilling eller faste aftaler – kan anvendes fast pris, forudsat at denne kan dokumenteres og ligger under kørselskontorets gældende takster.[26]

122. Det fremgår af Dantaxis og Drivrs prissider på deres hjemmesider, at begge selskaber annoncerer to forskellige takstsæt, ét for gadeture, jf. Tabel 4.1, og ét for bestilte ture, herunder appbestillinger, der er maksimalpriser[27] jf. Tabel 4.2. Dertil kommer, at Dantaxi har forskellige priser i hhv. Øst- og Vestdanmark[28] via deres to forskellige selskaber.[29]

---

[20] Jf. taxilovens §§ 21, 23, 25 og 26.
[21] Jf. taxilovens §§ 21, 23, 25 og 26.
[22] Jf. Evaluering af taxiloven, side 37.
[23] Jf. taxilovens § 22.
[24] Jf. lovforslag nr. L 24 af 4. oktober 2017, se bemærkninger til § 22, se side 82.
[25] Jf. lovforslag nr. L 24 af 4. oktober 2017, se bemærkninger til § 22, se side 82.
[26] Jf. taxiloven § 22.
[27] Jf. Dantaxi, "Taxa Pris"(https://dantaxi.dk/taxa-pris/) - senest tilgået den 21. april 2026 og Drivr, "Priser" (https://drivr.com/priser/) – senest tilgået den 21. april 2026.
[28] Jf. https://dantaxi.dk/taxa-pris/ (jf. Priser Østdanmark samt Priser Vestdanmark)
[29] Jf. Dantaxi, "Taxa Pris" (https://dantaxi.dk/taxa-pris/) - senest tilgået den 21. april 2026 og Drivr, "Priser" (https://drivr.com/priser/) - senest tilgået den 21. april 2026.

Tabel 4.1 **Priser på gadeture (alm. vogn) hos Dantaxi og Drivr den 21. april 2026**

Aktør	Område	Tidsrum	Start (kr.)	Km (kr.)	Minut (kr.)
Dantaxi	Østdanmark	Dag	39,00	11,30	6,67
Dantaxi	Østdanmark	Aften/nat/weekend/helligdage	49,00	14,74	7,50
Dantaxi	Vestdanmark	Dag	49,00	12,30	6,67
Dantaxi	Vestdanmark	Aften/nat/weekend/helligdage	59,00	13,74	7,50
Drivr	Nationalt annonceret	Dag	42,00	11,00	7,50
Drivr	Nationalt annonceret	Aften	52,00	15,00	8,50

Note: Skemaet viser de annoncerede takster for gadeture for alm. vogn hos Dantaxi og Drivr.

Anm.: For Dantaxi er gadeturstaksterne opdelt mellem Østdanmark og Vestdanmark. For Drivr fremgår ét annonceret takstsæt for gadeture og ét for gadeture i aftentidsrummet. Skemaet omfatter alene starttakst, kilometertakst og tidstakst for alm. vogn.

Kilde: Dantaxi, "Taxa Pris" (https://dantaxi.dk/taxa-pris/)," - senest tilgået den 21. april 2026, og Drivr, "Priser" (https://drivr.com/priser/) - senest tilgået den 21. april 2026.

Tabel 4.2 **Maksimalpriser for bestilte ture/app-bestillinger (alm. vogn) hos Dantaxi og Drivr den 21. april 2026**

Aktør	Takstsæt	Tidsrum	Start (kr.)	Km (kr.)	Minut (kr.)
Dantaxi	Maksimalpriser for bestilte ture, herunder app	Dag	93,19	13,98	7,77
Dantaxi	Maksimalpriser for bestilte ture, herunder app	Aften/nat/weekend/helligdage	104,84	19,81	8,74
Drivr	Maksimalpriser for kontraktkørsel og app-bestillinger	Dag	93,19	13,98	7,76
Drivr	Maksimalpriser for kontraktkørsel og app-bestillinger	Aften	104,84	19,81	8,73

Note: Skemaet viser de annoncerede maksimalpriser for alm. vogn hos Dantaxi og Drivr for bestilte ture, herunder app-bestillinger.

Anm.: Dantaxi angiver "Maksimalpriser" for bestilte ture, herunder ture bestilt via app, mens Drivr angiver "MAX PRISER" for "Kontrakt kørsel & app bestillinger". Skemaet omfatter alene starttakst, kilometertakst og tidstakst for alm. vogn. Den særskilt angivne standardpris max for 10 km/12 min. er ikke medtaget i skemaet.

Kilde: Dantaxi, "Taxa Pris" (https://dantaxi.dk/taxa-pris/) - senest tilgået den 21. april 2026, og Drivr, "Priser" (https://drivr.com/priser/) – senest tilgået den 21. april 2026.

123. Ovenstående takster udgør samlet den såkaldte "organiske pris" for en tur, som en aftalt pris ud fra en samlet betragtning, skal ligge under jf. taxilovens § 22.

124. Ubers platform beregner på tilsvarende måde en organisk pris på grundlag af en starttakst, en tidstakst og en afstandstakst, [xxx] jf. afsnit 4.2.2.1.1 nedenfor. Ubers beregning sker inden for rammerne af kørselskontorets offentliggjorte takster og overstiger ikke kørselskontorets gældende maksimalpriser, jf. Tabel 4.2

125. For erhvervs- og offentlige kunder kan prissætningen ske via rammeaftaler eller kontrakter, hvor vilkår og priser fastlægges for en længere periode.[30] Taxilovens regler om priser gælder også over for erhvervsdrivende, jf. afsnit. 4.2.6.2 om erhvervskunder.

126. For offentlige kunder skal der imidlertid sondres mellem almindelig taxikørsel og kørsel for en offentlig myndighed, som myndigheden udfører i medfør af lov. Sidstnævnte er efter taxiloven en særskilt kørselsform og falder derfor ikke under taxilovens definition af taxikørsel. Da prisloftet og reglerne om kørselskontorets prisfastsættelse efter deres ordlyd angår taxikørsel, finder disse regler ikke uden videre direkte anvendelse på sådan offentlig myndighedskørsel, jf. afsnit. 4.2.6.3. om kunder i den offentlige sektor.[31]

4.2.1.2 Vognmænd

127. Vognmænd leverer den underliggende transportydelse og ejer eller råder over bilerne, der udfører selve taxikørslen. Vognmænd kan selv udføre taxikørslen eller ansætte chauffører, jf. afsnit 4.2.1.3.

128. For at køre taxi som vognmand kræves en tilladelse til erhvervsmæssig persontransport (EP-tilladelse)[32], som bl.a. forudsætter opfyldelse af krav om økonomi og vandel. Vognmænd har ansvar for, at bilerne opfylder de tekniske og udstyrsmæssige krav i taxiloven, herunder krav om installeret taxameter og kontroludstyr,[33] der løbende viser prisen under kørslen, samt indvendig kameraovervågning. Derudover skal bilen være tydeligt mærket udvendigt med bl.a. prisoplysninger, tilladelsesnummer og kørselskontorets navn.[34]

129. En vognmand kan råde over en eller flere biler og skal være tilknyttet et kørselskontor, som sikrer adgang til kunder og turfordeling. Efter de regulatoriske krav kan den enkelte bil, der anvendes under en EP-tilladelse, alene være tilknyttet ét kørselskontor ad gangen. Selv om det ikke direkte er retligt udelukket, at en bil kan være tilknyttet flere kørselskontorer (multihoming[35]), indebærer kravene til taxameter, skiltning mv. og de konkrete aftaler mellem kørselskontorer og vognmænd, at dette i praksis er meget vanskeligt.[36]

130. Der er dog ikke lovgivningsmæssige hindringer for, at en vognmand kan være tilknyttet flere kørselskontorer med forskellige biler, ved at fordele biler på forskellige kørselskontorer. Det

---

[30] Jf. markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer vedrørende erhvervskunder spørgsmål 61 til 82 og offentlige kunder spørgsmål 85 til 97.

[31] Jf. taxilovens § 4, stk. 1, nr. 1 og 3, sammenholdt med § 21. Prisloftet er knyttet til taxikørsel, mens kørsel for en offentlig myndighed, som myndigheden udfører i medfør af lov, er en særskilt kørselsform.

[32] Jf. taxilovens § 3, samt biler, der anvendes til taxikørsel, skal være godkendt og registreret til erhvervsmæssig persontransport, jf. taxilovens § 24.

[33] Under kørsel skal taxameter og kontroludstyr altid være i funktion, jf. taxiloven § 25, stk. 1-2. Taxameteret skal løbende vise prisen, og ved fastprisaftaler skal den aftalte pris fremgå fra turens begyndelse, jf. taxiloven § 25, stk. 3. Alle taxier skal desuden være udstyret med indvendig kameraovervågning, jf. taxiloven § 25, stk. 4. Udvendigt skal taxien tydeligt vise: (i) prisen for en 10 km tur ved kontorets priser, (ii) bilens tilladelsesnummer og (iii) kørselskontorets navn, jf. taxilovens § 26.

[34] https://www.fstyr.dk/erhverv/taxi/taxivognmaend - senest tilgået 20. april 2026.

[35] Med multihoming menes, at markedsaktører er tilknyttet eller afsøger flere platforme (her kørselskontorer) på samme tid.

[36] Jf. referat af styrelsens møde med Transportministeriet og Færdselsstyrelsen den 23. september 2025.

forekommer dog sjældent, at vognmænd er tilknyttet flere kørselskontorer samtidigt.[37] [xxx].[38] Nogle aktører har nævnt, at chauffører har mulighed for at multihome, dvs. kan køre for flere forskellige vognmænd, mens vognmændene typisk vil være bundet til ét kørselskontor grundet en klausul i deres tilslutningsaftale.[39]

131. Der kan være praktiske og økonomiske omkostninger for vognmænd ved at skifte kørselskontor, herunder udskiftning og tilpasning af teknisk udstyr (fx taxameter og tilknyttede systemer), som er integreret med det enkelte kørselskontors platform, samt omfoliering af bilen med nye prisoplysninger, nyt tilladelsesnummer og nyt kørselskontors navn. Hertil kommer kontraktuelle forhold som bindingsperioder, opsigelsesvarsler og eventuelle udtrædelsesomkostninger, der kan gøre et skift mere byrdefuldt.[40]Aktører har til styrelsen oplyst, at nogle vognmænd i en periode har skullet betale pladsleje til to kørselskontorer grundet aftale om binding til det tidligere kørselskontor[41] eller har haft væsentlige omkostninger ved at skifte kørselskontor.[42] Nogle kørselskontorer har tilbudt at reducere pladslejen eller betale nogle af omkostningerne i en periode, så vognmanden kunne skifte over til deres kørselskontor.[43]

4.2.1.2.1 Vognmænds aftaler med kørselskontorer

132. En tilslutningsaftale er den aftale, som en vognmand indgår med et kørselskontor, og som fastlægger vilkårene for vognmandens tilknytning til kørselskontoret. Aftalen kan bl.a. indeholde vilkår om bindingsperiode og opsigelsesvarsel samt eksklusivitetsklausuler, der begrænser vognmandens mulighed for samtidig at være tilknyttet andre kørselskontorer.[44] Tilslutningsaftalen regulerer endvidere vognmandens betaling til kørselskontoret, typisk i form af en fast månedlig pladsleje (betaling for adgang til kørselskontorets system, kundebase og branding)[45] og/eller et procentuelt vederlag af den omsætning, som vognmanden genererer via kørselskontoret.[46]

133. Tilslutningsaftaler kan desuden indeholde bestemmelser om depositum eller sikkerhedsstillelse samt vilkår om teknisk udstyr i bilerne og branding (synlig profilering af kørselskontorets navn og visuelle identitet, fx logo og foliering på bilen).[47] Kørselskontorer stiller ofte udstyr til rådighed, fx taxameter, betalingsterminal og kommunikationsudstyr, men omkostningerne bæres typisk af vognmanden, enten direkte, via leasing eller som led i de løbende betalinger til kørselskontoret. I nogle tilfælde kan kørselskontoret helt eller delvist finansiere installation af udstyr eller branding af køretøjer.[48]

134. Herudover kan kørselskontorer tilbyde leasing af taxiudstyr i bilerne, bedre forhold for opladning eller brændstof samt introduktionsordninger, fx økonomisk støtte til installation af udstyr, administrative etableringsomkostninger eller midlertidige reduktioner i pladsleje.[49]

---

[37] Jf. referat af styrelsens møde med Transportministeriet og Færdselsstyrelsen den 23. september 2025.
[38] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 426 og [xxx]
[39] Jf. referat af styrelsens møde med [xxx]
[40] Jf. Evaluering af taxiloven, side 19-20.
[41] Jf. referat af styrelsens møde med [xxx]
[42] Jf. referat af styrelsens møde med [xxx].
[43] Jf. referat af styrelsens møde med [xxx]
[44] Jf. parternes fusionsanmeldelse afsnit 9.2 og Evaluering af taxiloven side 19-20.
[45] Jf. parternes fusionsanmeldelse afsnit 9.2. og referat af styrelsens møde med [xxx]referat af styrelsens møde med [xxx].
[46] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 417-418 og referat af styrelsens møde med [xxx].
[47] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 425, 430, 432.
[48] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 456.
[49] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 451, 455-456 [xxx] og referat af styrelsens møde med [xxx].

135. Kørselskontorer modtager betalingen for taxituren fra kunden, eventuelt via en mobilitetsplatform, som fungerer som betalingstjenesteudbyder. Kørselskontoret afregner herefter med den vognmand, der har udført turen, typisk efter fradrag af provision, servicegebyrer og eventuelle øvrige omkostninger, som følger af tilslutningsaftalen (fx pladsleje, forsikring eller leasing af udstyr).[50] Afregning mellem kørselskontor og vognmand sker som regel periodisk, fx ugentligt eller månedligt.[51] Såfremt en vognmand har en chauffør til at udføre taxikørslen, afregner vognmanden herefter med chaufføren i overensstemmelse med deres indbyrdes aftale og gældende regler om løn- og arbejdsvilkår.[52]

4.2.1.2.1.1 Dantaxis tilslutningsaftale

136. Dantaxi er som beskrevet ovenfor et kørselskontor, og deres standardaftale med vognmænd indeholder [xxx].[53][xxx] [xxx]

137. Fra april 2026, knap et år efter gennemførelsen af fusionen, [xxx].[54]

138. Tidligere indebar aftalen, at vognmanden betalte en [xxx] betaling ([xxx]) pr. tilladelse samt [xxx]) til Dantaxi.

139. Alle aftaler forudsætter [xxx] [xxx] [xxx].[55]

140. Dantaxi finansierer som oftest [xxx] samt, i visse tilfælde, en del af [xxx], [xxx] Derudover tilbyder Dantaxi at [xxx] for nye vognmænd.[56]

141. Sammenfattende foregår betalingsstrømmen for taxikørsel således, at [xxx]. Dantaxi [xxx].[57]

4.2.1.3 Chauffører

142. Chauffører udfører selve kørslen og er enten vognmænd selv eller ansatte hos vognmænd.[58] Chauffører skal have et gyldigt chaufførkort og opfylde nærmere fastsatte krav til bl.a. kørekort, vandel, uddannelse og helbred.[59] For ansatte chauffører gælder endvidere, at løn- og arbejdsvilkår ikke må være ringere end vilkårene i en landsdækkende kollektiv overenskomst.[60]

143. Chaufførernes tilknytning følger den bil, de kører i, og dermed det kørselskontor, som bilen er registreret hos. Chauffører er således knyttet til ét kørselskontor ad gangen i forbindelse med udførelsen af en konkret tur. I modsætning til vognmænd kan chauffører imidlertid i praksis

---

[50] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 63. samt referat af styrelsens møde med [xxx]
[51] Jf. [xxx] samt referat af styrelsens møde med [xxx]
[52] Det fremgår af taxilovens § 10, at indehaveren af en tilladelse til erhvervsmæssig persontransport skal følge de bestemmelser, der sikrer de ansatte løn, herunder særlige ydelser, samt arbejdstid og andre arbejdsvilkår, som ikke er mindre gunstige end dem, der gælder for arbejde af samme art i henhold til en kollektiv overenskomst indgået af de inden for det pågældende faglige område mest repræsentative arbejdsmarkedsparter i Danmark, og som gælder på hele det danske område.
[53] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 427.
[54] Jf. Dantaxis samarbejdsaftale om underleverance af transport, sendt til styrelsen den 27. februar 2026.
[55] Jf. parternes fusionsanmeldelse, [xxx]
[56] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 456 og 457.
[57] Jf. parternes fusionsanmeldelse, [xxx]
[58] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 96.
[59] Jf. taxilovens § 7.
[60] Jf. taxilovens § 10.

lettere multihome, idet de kan arbejde for forskellige vognmænd og dermed for forskellige kørselskontorer på tværs af vagter.[61]

4.2.1.4 Limousinekørsel

144. Limousinekørsel er efter taxiloven en særskilt form for erhvervsmæssig persontransport. Limousinekørsel omfatter repræsentationskørsel og lignende kørsel i specialbyggede limousiner eller i biler, hvis almindelige handelsværdi før skatter og afgifter overstiger 500.000 kr. By-Land- og Transportministeren kan desuden tillade anvendelse af andre biler, hvis bilen i kraft af sin indretning, udstyr eller historiske værdi har en særlig attraktionsværdi som limousine. I lovens forarbejder beskrives limousinekørsel som befordring af nærmere bestemte kategorier af personer efter særlig aftale, fx til repræsentative formål, bryllupskørsel og lignende.[62] Værdigrænsen har bl.a. til formål at sikre en differentiering mellem limousinekørsel og taxikørsel.[63]

145. Limousinekørsel adskiller sig samtidig fra taxikørsel ved, at taxikørsel alene må sælges af et kørselskontor, mens der ikke gælder et tilsvarende krav for limousinekørsel. Taxikørsel er derudover underlagt et særskilt reguleringsregime med bl.a. landsdækkende prisloft, krav om taxameter, indvendig kameraovervågning og udvendig angivelse af pris og kørselskontorets navn samt mulighed for forbrugeren at klage til klagenævnet for taxi. Limousinekørsel er ikke underlagt disse krav og reguleres dermed efter et andet regelsæt. Forskellene indebærer, at limousinekørsel – i modsætning til taxikørsel – ikke er afhængig af kørselskontorleddet for at kunne udbydes til kunder.[64]

146. Mobilitetsplatforme tilbyder limousinekørsel ved siden af normal taxikørsel. Det fremgår fx af Uber og Bolts apps, at en bestilt tur i visse tilfælde kan blive udført enten af en taxi eller en limousine, også hvor kunden har valgt platformens almindelige kategori.[65]

147. Uber beskriver på sin danske hjemmeside Uber Black som "premium-ture i luksusbiler" og fremhæver bl.a. eksklusive biler samt professionelle chauffører. Uber stiller endvidere særskilte krav til biler i denne kategori, herunder at bilen skal være sedan eller SUV, have lædersæder og være sort.[66] Bolt beskriver på sin hjemmeside for København en Premium-kategori bestående af "mellemstore premium-biler med eksklusivt udstyr".[67] Bolt omtaler desuden på sine officielle supportsider, at platformen i visse markeder opererer med "executive or chauffeur (limousine)" category vehicles med separate licens- og prisvilkår.[68]

4.2.2 Formidlings-/salgskanaler

148. Taxikørsel har traditionelt været formidlet gennem telefonbestilling, app og gadeture. Telefonbestilling har historisk været en central bestillingsform, mens gadeture fortsat forekommer, navnlig i byområder med høj befolkningstæthed og ved trafikknudepunkter og taxiholdepladser.[69]

---

[61] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxa 4x27 den 30. september 2025.
[62] Jf. taxilovens § 4, stk. 1, nr. 2, og stk. 3 samt lovforslag nr. L 24, Folketinget 2017-18, side 17-18.
[63] Taxievalueringen 1.1.5 s.12.
[64] Jf. taxilovens § 4, stk. 2, og §§ 21-26.
[65] Styrelsens skærmprint af 10.04.2026.
[66] Ubers hjemmeside, "Uber Black: Premium ture og professionelle chauffører | Uber", senest tilgået den 1. april 2026. Uber beskriver her Uber Black som en premiumkategori med eksklusive køretøjer og højt vurderede chauffører.
[67] Bolts hjemmeside, "Bolt i København | Bolt tjenester i København | Bolt", besøgt den 1. april 2026. Bolt beskriver her "Premium" som "mellemstore premium-biler med eksklusivt udstyr".
[68] Jf. Bolts hjemmeside, "Executive biler | Private Chauffør Service | Bolt Chauffør", senest tilgået den 1. april 2026.
[69] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 137, referat af styrelsens møde med kørselskontoret Taxa Syd / Taxa 4x27 den 30. september 2025, referat af styrelsens møde med kørselskontoret Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

149. I de senere år er app-baseret bestilling blevet en vigtigere salgskanal i taximarkedet.[70] App-baseret bestilling kan overordnet ske via to forskellige typer digitale løsninger:

(i) kørselskontorernes egne apps, og

(ii) mobilitetsplatformes apps.

150. Nogle kørselskontorer stiller egne apps til rådighed som digitale salgskanaler, hvor kunder kan bestille, betale og følge taxiture, som formidles inden for det pågældende kørselskontors eget netværk af tilknyttede vognmænd. For disse kørselskontorer udgør apps en integreret del af formidlingen af taxikørsel.[71] Andre kørselskontorer anvender imidlertid fortsat primært telefonbestilling eller andre salgskanaler, som fx bestilling via hjemmeside.

151. Kørselskontorernes apps giver typisk kunder mulighed for at bestille taxikørsel ved at indtaste afhentnings- og afleveringssted samt vælge mellem forskellige prisformer, herunder fast pris eller taxameter. Fast pris beregnes som udgangspunkt på baggrund af en estimeret rute fx via Google Maps og kan afhænge af bl.a. tidspunkt og forventede trafikforhold.[72]

152. Der er imidlertid forskelle mellem de enkelte apps. Nogle kørselskontorer tilbyder både fast pris og taxameterpris, mens andre alene tilbyder fast pris. Eksempelvis giver Dantaxis app kunder mulighed for at vælge mellem fast pris og taxameter.[73] Endvidere kan funktionaliteten variere, herunder muligheder for forudbestilling og betalingsløsninger.[74]

153. App-baseret bestilling udgør en væsentlig del af bestillingerne på taximarkedet, men anvendes fortsat parallelt med andre salgskanaler. For eksempel udgjorde app-bestillinger (både egen app og via Uber) ca. [xxx] pct. af Dantaxis omsætning i 2025.[75]

154. Mobilitetsplatformes apps fungerer som selvstændige og særskilte digitale platforme, der giver kunder adgang til taxikørsel via et eller flere tilknyttede kørselskontorer.[76] Adgang til sådanne mobilitetsplatforme forudsætter, at kørselskontoret har indgået aftale om at anvende mobilitetsplatformens app som salgskanal. Mobilitetsapps kan dermed fungere som en yderligere adgangsvej til kunder ud over kørselskontorernes egne salgskanaler.

155. Ud over app- og telefonbestilling kan taxikørsel også bestilles via internettet, typisk gennem kørselskontorernes hjemmesider.

4.2.2.1 Mobilitetsplatforme

156. Ud over kørselskontorernes egne salgskanaler er der opstået en ny salgskanal i form af digitale mobilitetsplatforme, der via apps giver kunder adgang til taxikørsel. Mobilitetsplatforme udfø-

[70] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 481, referat af styrelsens møde med [xxx] samt referat af styrelsens møde med [xxx]

[71] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 481, referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxa 4x27, den 30. september 2025 og med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

[72] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 388 og referat af styrelsens møde med henholdsvis, Taxa 4x35 den 7. oktober 2025 og Taxa Syd / Taxa 4x27 den 30. september 2025.

[73] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 388.

[74] Jf. referat af styrelsens møde med henholdsvis Drivr og Taxa 4x35 den 7. oktober 2025 og Taxa Syd / Taxa 4x27 den 30. september 2025. Oplysninger fra markedsaktører, herunder Drivr (vedr. funktionalitet og forudbestilling), Taxi 4x35 (vedr. fastpris som standard) og Taxa Syd / Taxi 4x27 (vedr. valg mellem fastpris og taxameter).

[75] jf. indhentet oplysninger om omsætningen fra salgskanaler hos Dantaxi i forbindelse med markedsundersøgelse blandt kørselskontorer.

[76] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 5, 12, 100 samt referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

rer ikke selv taxikørsel, men fungerer som formidlere, der forbinder kunder med tilknyttede kørselskontorer og deres tilknyttede vognmænd.[77]

157. Mobilitetsplatformenes indtræden på det danske taximarked har udbygget en salgs- og formidlingsstruktur, hvor taxikørsel kan bestilles både via kørselskontorernes egne apps, telefonbestilling, hjemmesidebestilling og gadeture samt via tredjepartsbaserede mobilitetsplatforme som Uber og Bolt.

158. Mobilitetsplatforme fungerer dermed både som en yderligere adgangsvej til kunder for kørselskontorerne og som konkurrenter til kørselskontorernes egne digitale app-løsninger.[78] Mobilitetsplatformes formidling er baseret på algoritmisk turfordeling, hvor sammensætningen mellem kunde og taxi sker automatisk ud fra bl.a. nærhed, ventetid, efterspørgsel og pris.[79]

159. Uber indtrådte første gang i Danmark i november 2014. Ubers daværende forretningsmodel bestod i app-baseret formidling af kørsel udført af chauffører i egne biler. Aktiviteten gav fra starten anledning til regulatoriske konflikter, og i november 2016 blev en Uber-chauffør dømt for at have kørt uden den nødvendige taxitilladelse og uden, at bilen var registreret og godkendt som taxi.[80]

160. Uber ophørte med denne aktivitet i Danmark i april 2017. Uber meddelte den 28. marts 2017, at selskabet ville lukke tjenesten fra den 18. april 2017 som følge af den nye taxilov. Selskabet henviste til, at loven indførte krav som obligatorisk taxameter og sædesensorer.[81] Det fremgår endvidere af lovforslaget, at de gældende krav om taxametre og sædefølere blev opretholdt, og af de specielle bemærkninger fremgår det desuden, at biler, der anvendes til taxikørsel, skulle være udstyret med indvendig kameraovervågning.[82]

161. I 2025 trådte to internationale mobilitetsplatforme, Uber og Bolt, som de første ind på taximarkedet i Danmark. Uber indgik først samarbejde med kørselskontoret Drivr og opkøbte siden Dantaxi (nærværende fusion), mens Bolt har opkøbt kørselskontoret Viggo og samarbejder med kørselskontorerne Taxi 4x27 og Taxa Syd.[83] Både Uber og Bolt har således indgået partnerskabsaftaler med selvstændige kørselskontorer, som anvender platformene som salgskanal. Derudover har begge aktører opnået ejerandele i kørselskontorer, hvilket indebærer en vis grad af vertikal integration mellem mobilitetsplatform og kørselskontor.

162. Aftaleforholdet mellem en mobilitetsplatform og et kørselskontor indebærer typisk, at mobilitetsplatformen leverer teknologiydelser, bookinginfrastruktur og adgang til kunder, mens kør-

---

[77] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt, 100, 108.

[78] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxi 4x27 den 30. september 2025,

[79] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 107-110, 231 og 486 og referat af styrelsens møde med Uber den 15. januar, referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxi 4x27 den 30. september 2025, hvor Taxa Syd / Taxi 4x27.

[80] Jf. Reuters' artikel af 18. november 2016, Danish high court convicts, fines Uber driver for lacking taxi permits senest tilgået 21. april 2026 https://www.reuters.com/article/technology/danish-high-court-convicts-fines-uber-driver-for-lacking-taxi-permits-idUSKBN13D1CP/, samt Reuters' artikel af 10. juli 2020, Uber agrees to pay $3.8 million Denmark fine over taxi law, police senest tilgået 21. april 2026 https://www.reuters.com/article/business/uber-agrees-to-pay-38-million-denmark-fine-over-taxi-law-police-idUSKBN24B1EM/.

[81] Jf. Reuters' artikel af 28. marts 2017, Uber to end services in Denmark after less than three years, senest tilgået den 21. April 2026, https://www.reuters.com/article/technology/uber-to-end-services-in-denmark-after-less-than-three-years-idUSKBN16Z10W/

[82] Jf. Forslag til taxilov, lovforslag nr. L 24 af 4. oktober 2017, almindelige bemærkninger, side 15, hvoraf det fremgår, at "de gældende krav om taxametre og sædefølere opretholdes med lovforslaget", samt de specielle bemærkninger til § 25 og § 28, side 83-85, hvoraf det fremgår, at biler, der anvendes til taxikørsel, skal være udstyret med taxameter, andet kontroludstyr og kameraovervågning.

[83] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

selskontoret forpligter sig til at stille et vist antal vogne og chauffører til rådighed og sikre, at disse lever op til relevante regulatoriske og kvalitative krav.[84] [xxx].

163. Mobilitetsplatformes vederlag består typisk af et kommissions- eller servicegebyr, der opgøres som en procentdel af omsætningen pr. formidlet tur[85], og platformen kan herudover finansiere rabatter eller andre markedsføringsincitamenter for at understøtte vækst på platformen.[86] Betaling og afregning over for kunden håndteres typisk af platformen på kørselskontorets vegne.[87]

164. For så vidt angår prissætning af ture bestilt via mobilitetsplatforme, kan sådanne platforme anvende "surge pricing", hvor prisen for en tur i et afgrænset område og tidsrum kan justeres på baggrund af den aktuelle balance mellem efterspørgsel og tilgængelig kapacitet.[88]

165. I perioder med høj efterspørgsel og relativt begrænset kapacitet kan prisen således midlertidigt forhøjes, typisk ved anvendelse af en prismultiplikator. Mobilitetsplatformens prissætning er ikke direkte reguleret, men er indirekte begrænset af den danske regulering, der gælder for kørselskontoret. Da kørselskontoret skal fastsætte og overholde en prisstruktur inden for det landsdækkende prisloft, må priser fastsat via mobilitetsplatformen tilsvarende holdes inden for disse rammer.

166. Herudover gælder at en fastpristur ikke må overstige den pris, som ville følge af kørsel på taxameter for den samme tur. Kørselskontorets fastpriste skal derudover ud fra en samlet betragtning ligge under kørselskontorets annoncerede priser, hvilket også omfatter priser tilbudt via mobilitetsplatforme.[89]

4.2.2.1.1 Ubers prissætning

167. Uber beregner prisen for ture bestilt via Ubers app på forhånd og viser prisen til passageren, før turen accepteres. Prisen tager udgangspunkt i en såkaldt organisk pris, som består af en grundpris, en afstandstakst og en tidstakst. Takstkomponenterne fastsættes inden for rammerne af den danske taxiregulering og de offentliggjorte priser hos det relevante kørselskontor jf. 4.2.1.1.1 ovenfor. Der gælder desuden en minimumspris for ture bestilt via Ubers app, som skal sikre, at også korte ture er økonomisk attraktive for chauffører, der skal køre hen til afhentningsstedet.[90]

168. [xxx].

169. Uber anvender derudover dynamisk prissætning i form af surge-pricing. Surge-pricing indebærer, at der i perioder med midlertidig og lokal ubalance mellem efterspørgslen fra passagerer og udbuddet af tilgængelige chauffører kan lægges en multiplikator på den organiske pris. Multiplikatoren anvendes ikke som en fast forhøjelse i forudbestemte travle perioder, men udløses af Ubers realtidsprisalgoritme, når efterspørgslen væsentligt overstiger udbuddet. Formålet er

[84] Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 5 og 15, og Referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025

[85] Jf. Referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxi 4x27 den 30. september 2025, Drivrs besvarelser den 11. august 2025 af styrelsens anmodning om oplysninger af 11. juli 2025, [xxx] samt Referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

[86] Jf. Referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025

[87] Jf. Referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025,

[88] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 255ff., samt referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

[89] Jf. bemærkningerne til § 22, stk. 2 i 2017/1 LSF 24 (forslag til taxilov), side 27, fremgår, at kørselskontoret skal kunne dokumentere, at fastpriser fastsættes således, at de i almindelighed vil være lig med eller lavere end taxameterprisen for den pågældende tur, fx ved at sammenligne fastpriste med tilsvarende ture beregnet på taxameter.

[90] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 242-248.

dels at dæmpe efterspørgslen, dels at tilskynde flere chauffører til at være tilgængelige i det pågældende område.[91]

170. I Danmark er anvendelsen af surge-pricing underlagt et loft. Surge-multiplikatoren anvendes på den samlede organiske pris for den konkrete tur og ikke på en fast standardpris eller særskilt på hver enkelt takstkomponent. Uber fastsætter den maksimale multiplikator med udgangspunkt i forholdet mellem Ubers takstkomponenter og kørselskontorets offentliggjorte maksimale priser.[92]

171. Den højere pris ved surge-pricing opkræves fra passageren og udbetales til kørselskontoret, som herefter afregner med vognmanden efter de gældende aftaler. Den ekstra omsætning tilfalder ikke fuldt ud vognmanden, idet Ubers servicegebyr fortsat beregnes af den forhøjede pris.[93]

4.2.2.1.2 Ubers aftale med Drivr

172. Dialogen mellem Drivr og Uber blev indledt i [xxx]. Dette førte til, at parterne indgik en samarbejdsaftale henover sommeren 2024, hvilket også indebar, at Uber erhvervede [xxx] pct. af aktierne i Drivr og dets datterselskaber. I august 2024 offentliggjorde Drivr og Uber, at Uber-appen ville blive lanceret i Danmark i 2025. [xxx]

173. I forbindelse med erhvervelsen af [xxx] pct. af aktierne i Drivr og dets datterselskaber har Uber indbetalt et up-front beløb på i alt [xxx].[94]

174. Uber har derudover en samarbejdsaftale med Drivr [xxx]. I henhold til Uber og Drivrs samarbejdsaftale leverer Uber teknologiydelser til Drivr, som muliggør, at Drivr kan sælge taxikørsel til forbrugere via Uber-appen (ud over andre salgskanaler som f.eks. Drivrs egen app). Uber og Drivrs samarbejdsaftale[xxx]. [95]

175. Det fremgår af Uber og Drivrs samarbejdsaftale, at [xxx]jf. afsnit 4.2.1.1.1 ovenfor, [xxx] [xxx][96]

4.2.3 Udviklingen på taximarkedet efter mobilitetsplatformes indtræden

176. Det danske taximarked har før 2025 været forholdsvist statisk forstået således, at antallet af tilknyttede biler til de forskellige kørselskontorer mv. ikke har ændret sig væsentligt fra år til år, jf. markedsbeskrivelsen ovenfor.

177. Med mobilitetsplatformes indtræden på markedet er der imidlertid sket ændringer i markedets struktur. I forbindelse med Ubers indtræden steg antallet af biler tilknyttet Drivr betydeligt, jf. Tabel 4.3 nedenfor.

---

[91] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 251-256
[92] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 259-266
[93] Jf. parternes fusionsanmeldelse punkt 239-240.
[94] Jf. Drivrs besvarelser den 11. august 2025 af styrelsens anmodning om oplysninger af 11. juli 2025, Uber og Drivrs samarbejdsaftale, [xxx].
[95] Jf. Drivrs besvarelser den 11. august 2025 af styrelsens anmodning om oplysninger af 11. juli 2025, Uber og Drivrs samarbejdsaftale, [xxx].
[96] Jf. Drivrs besvarelser den 11. august 2025 af styrelsens anmodning om oplysninger af 11. juli 2025, Uber og Drivrs samarbejdsaftale, [xxx].

Tabel 4.3 **Oversigt over antal biler tilknyttet Drivr og stigningen heri fra start 2025 til oktober 2025**

Periode	Antal biler tilknyttet Drivers kørselskontor	Stigning i pct. fra start 2025
Primo 2025	[xxx]	-
April 2025	[xxx]	[xxx] pct.
Juli 2025	[xxx] (heraf [xxx] i Jylland)	[xxx] pct.
Oktober 2025	[xxx] (heraf [xxx] i Jylland)	[xxx] pct.

Kilde: Drivrs skriftlige svar på styrelsens spørgsmål af 22. oktober 2025.

178. Målt på antal tilknyttede køretøjer har Drivr på meget kort tid vokset sig til det [xxx]største taxiselskab målt på antal tilknyttede biler til kørselskontoret i Danmark og i Storkøbenhavn, jf. Figur 4.3 nedenfor.

Figur 4.3 **Udvikling i antal biler for udvalgte kørselskontorer**[1]

[xxx]

Note 1: Kørselskontorerne afspejler ud over de to Dantaxi-selskaber, parternes konkurrenter, Viggo/Bolt, Taxa 4x27, Drivr og Taxa 4x35, i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

Note: Den lodrette stiplede linje angiver fusionstidspunktet.

Anm.: For Taxi 4x27 og Viggo/Bolt er der databrud.

Kilde: Oplysninger modtaget fra Færdselsstyrelsen, hhv. den 7. november 2025, den 12. november 2025 og den 21. april 2026.

179. Herudover indikerer konkurrenter og parterne, at mobilitetsplatforme i et vist omfang har tiltrukket efterspørgsel, bl.a. gennem anvendelse af lavere prissætning og kampagner.[97]

180. Markedsundersøgelsen viser, at godt halvdelen af passagerer, der vælger mobilitetsplatforme som Uber, Bolt eller TaxiToGo frem for kørselskontorernes egne apps, navnlig angiver lavere pris som en central årsag til deres valg.[98]

[97] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 225 og 397.
[98] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 16.

4.2.4 Lufthavnskørsel

181. Taxikørsel til og fra Københavns Lufthavn, adskiller sig fra øvrig taxikørsel ved at være underlagt særlige adgangs- og driftsforhold. I Københavns Lufthavn sker taxikørsel via et særskilt Taxi Management System (TMS), som regulerer adgangen til taxiholdepladser og fordeler ture mellem tilmeldte taxier. Adgang til lufthavnskørsel forudsætter deltagelse i TMS og overholdelse af fastsatte vilkår, herunder krav til kørselskontorer, vognmænd og chauffører.[99] Disse særlige adgangsbetingelser kan begrænse, hvilke aktører der reelt kan tilbyde taxikørsel fra lufthavnen.[100]

182. Taxi Management System (kaldet "TMS"), håndterer adgangen til taxiholdepladser og den løbende fordeling af ture mellem tilmeldte taxier. Systemet anvendes som et operationelt og administrativt værktøj til at styre afviklingen af taxikørsel i lufthavnsområdet.[101]

183. TMS fastlægger bl.a. procedurer for køplacering, turfordeling og afvikling af kørsel fra lufthavnen og udgør dermed den ramme, inden for hvilken taxikørsel fra lufthavnen kan udbydes via taxiholdepladserne.

184. Det er muligt at bestille en taxi til lufthavnen via fx en mobilitetsapp. Denne taxi vil dog afhente passageren på en anden lokalitet ved siden af taxiholdepladserne tilknyttet TMS.

4.2.5 Flextrafik

185. Flextrafik[102] er en samlebetegnelse for en række kørselstilbud, som kommuner og regioner tilbyder, og som varetages af de regionale trafikselskaber. Flextrafikken udbydes af trafikselskaberne til private vognmænd og udføres i mindre biler, dvs. personbiler og minibusser. Overordnet består flextrafik af åbne kollektive transporttilbud og lovbestemte kørselsordninger.

186. De åbne tilbud er flextur, plustur og flexrute. Flextur er kørsel fra adresse til adresse. Plustur er kørsel til eller fra et knudepunkt som led i en rejse, når bus eller tog ikke kører hele vejen. Flexrute er kørsel fra stoppested til stoppested. Det er den enkelte kommune, der beslutter, om trafikselskabet skal tilbyde åben flextrafik i kommunen. De åbne ordninger finansieres ved offentligt tilskud og brugerbetaling.

187. Flextrafik er behovsstyret, dvs. efterspørgselsdrevet, og kører ikke efter fast køreplan. For flextur, plustur og flexrute gælder, at passagererne så vidt muligt samles i én vogn. Det indebærer, at passagererne ofte rejser sammen med andre og ikke nødvendigvis køres ad den direkte rute. Turen skal også bestilles i god tid.

188. Aktørerne er dermed navnlig kommuner og regioner som bestillere og finansierende myndigheder, de regionale trafikselskaber som planlægger og varetager ordningerne, private vognmænd som udfører kørslen, samt passagererne. Hertil kommer borgere med særlige behov i de visiterede ordninger, fx patientbefordring, kommunalt visiteret kørsel og individuel handicap-

---

[99] Københavns Lufthavn A/S "Taxi Management – Terms of Use", august 2024 Version 3.0. https://www.cph.dk/4a4c65/globalassets/9.-cph-business/8.-taxi-management-system/terms%20of%20use%20for%20tms%203.0%20-%20danske%20og%20svenske%20selskaber.pdf? , senest tilgået den 29. april 2026.

[100] Københavns Lufthavne A/S, "Taxi Management – Terms of Use", august 2024, side 3-4 og bilag 1 og 4. https://www.cph.dk/4a4eaf/globalassets/9.-cph-business/8.-taxi-management-system/terms%20of%20use%20for%20tms%203.0%20-%20danish%20and%20swedish%20companies.pdf? , senest tilgået den 29. april 2026.

[101] Københavns Lufthavne A/S, "Taxi Management System", CPH Business, samt "What is the Taxi Management System? – senest tilgået 10. april 2026.

[102] Transportministeriet, *Ekspertudvalg om kollektiv mobilitet i hele Danmark – Afrapportering af fase 1* (maj 2024), særligt kap. 3.1, 3.2.2 og 5.5.

kørsel, som efter det relevante lovgrundlag kan udføres af trafikselskabet og som i udgangspunktet finansieres offentligt.

4.2.6 Kundetyper

189. Kundetyperne på markedet for salg af taxikørsel kan overordnet opdeles i tre grupper: private forbrugere, erhvervskunder og kunder i denne offentlige sektor.[103]

4.2.6.1 Privatkunder

190. Privatkunder/forbrugere benytter typisk taxier til transport i byområder, rejser og fritid, hvor alternativer som kollektiv trafik eller privat bil ikke er mulige eller tilstrækkelige. Bestillinger sker via app, telefon, hjemmeside eller som gadeture fra gaden eller taxiholdepladser. Private forbrugere kan i praksis anvende flere forskellige bestillingskanaler og udbydere, og skifte mellem disse uden væsentlige monetære omkostninger, selv om der kan forekomme visse ikke-monetære omkostninger, fx i form af tid eller brugerpræferencer.[104]

191. I denne afgørelse forstås ved privatkunder privatpersoner, der bestiller og betaler taxikørsel til privat brug, fx via app, telefon eller ved prajning på gaden eller ved en holdeplads. Kategorien omfatter desuden erhvervskunder samt offentlige kunder (fx offentligt ansatte), der køber taxikørsel uden at anvende en fast aftale eller kontrakt med kørselskontoret.

4.2.6.2 Erhvervskunder

192. Erhvervskunder forstås i denne sammenhæng som virksomheder og institutioner, der har indgået rammeaftaler med kørselskontorer om taxikørsel til virksomhedens medarbejdere.[105] Rammeaftalerne regulerer bl.a. fakturering, serviceniveau og eventuelle rabatter og har til formål at sikre ensartede vilkår for organisationens brug af taxitjenester. Erhvervskunder efterspørger typisk stabil levering, høj punktlighed og dokumentation af kørslen, og aftalerne kan indebære krav til flådestørrelse, responstid og integration med kundens bestillings- eller IT-systemer.[106] I modsætning til privatkunder lægger erhvervskunder ofte vægt på de samlede omkostninger og besparelser forbundet ved kontrakten frem for prisen på den enkelte tur.[107]

193. Erhvervskunder kan efter omstændighederne have en vis forhandlingsposition over for kørselskontorer, navnlig hvor der er tale om større kunder eller rammeaftaler med en ikke-ubetydelig kørselsvolumen.[108] Eksempelvis kan større erhvervskunder stå for en betydelig del af kørselskontorernes omsætning; [xxx].[109]

194. Dantaxis aftaler med erhvervskunder har typisk en fast løbetid, ofte på omkring [xxx], med mulighed for automatisk forlængelse og med opsigelsesvarsler på typisk [xxx] [xxx][110]

195. I denne afgørelse forstås ved erhvervskunder således virksomheder og organisationer, der har købt taxikørsel på baggrund af en fast aftale eller kontrakt med et kørselskontor. Det kan fx

---

[103] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 24, 146 og 492.
[104] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 493, og referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxa 4x27 den 30. september 2025, Bolt den 1. oktober 2025 samt Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.
[105] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 494.
[106] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025, Drivr den 7. oktober 2025, Taxa 4x35 den 7. oktober, Taxa Syd / Taxa 4x27 den 30. september 2025 og Uber den 15. januar 2026 og parternes fusionsanmeldelse, punkt 494.
[107] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 494.
[108] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 272, og referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[109] Jf. parternes fusionsanmeldelse, Tabel 13 samt styrelsens egen beregninger.
[110] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 488-489.

være firmaaftaler, kontoordninger, faktureringsaftaler eller andre aftaler med faste vilkår for medarbejderes eller organisationens brug af taxi.

4.2.6.3 Kunder i den offentlige sektor

196. Kunder i den offentlige sektor (offentlige kunder) omfatter statslige, regionale og kommunale myndigheder, som indgår længerevarende rammeaftaler med kørselskontorer om taxikørsel.[111]

197. Ved kørsel for en offentlig myndighed, som myndigheden udfører i medfør af lov, forstås navnlig kørselsopgaver, hvor en kommune, region eller et trafikselskab har en lovbestemt opgave med at stille befordring til rådighed. Det kan eksempelvis være skolekørsel efter folkeskoleloven, individuel handicapkørsel efter lov om trafikselskaber, patientbefordring efter sundhedsloven, kørsel til læge, speciallæge eller genoptræning efter sundhedsloven samt kommunal visiteret kørsel efter servicelovgivningen.[112]

198. Kontrakterne tildeles normalt gennem offentligt udbud, hvor pris er et centralt konkurrenceparameter, efterfulgt af serviceniveau og kvalitet.[113] Varigheden af offentlige kontrakter fastsættes af den udbydende myndighed og varierer fra udbud til udbud, men har ofte en indledende løbetid på tre til fire år med mulighed for forlængelse, således at kontrakter i praksis kan løbe i op til fem-seks år. Ved kontraktens udløb gennemføres typisk en ny udbudsproces.[114]

199. I denne afgørelse forstås ved offentlige kunder statslige, regionale og kommunale myndigheder samt offentlige institutioner, der har købt taxikørsel, typisk i henhold til et offentligt udbud eller en rammeaftale. Det omfatter bl.a. patientkørsel, skolekørsel og anden kommunal eller regional kørsel.

4.3 Høringssvar

200. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte den 30. april 2026 et udkast til afgørelse i høring hos Uber. Uber sendte sit høringssvar hertil den 19. maj 2026. Den 13. maj 2026 sendte styrelsen et udkast til vurdering af effektivitetsgevinster og udkast til påbud om frasalg af Greenfleet Holding A/S i høring hos Uber. Uber sendte høringssvar hertil henholdsvis den 28. og 29. maj 2026. Den 16. juni 2026 sendte styrelsen fire afsnit i høring hos Uber; et nyt afsnit *"4.3.1 Beviskrav og bevisbyrde"*, og reviderede afsnit *"5.2.2.1 Kontekst for styrelsens vurdering af fusionens virkninger*", *"5.2.3.1 Risiko for horisontale ensidige virkninger på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder*", samt *"5.2.6.1.2 Ubers incitament til inputafskærmning"*. Uber sendte sit høringssvar hertil den 19. juni 2026. Den 22. juni 2026 sendte styrelsen et revideret udkast til påbud om frasalg af Greenfleet Holding A/S i høring hos Uber. Uber sendte sit høringssvar hertil den 24. juni 2026. Styrelsen sendte den 28. juli 2026 en vurdering af Ubers tilsagn af den 6. juli 2026 i høring hos Uber. Uber sendte sit høringssvar hertil den 3. august 2026. Den 6. august 2026 sendte styrelsen sin vurdering af Ubers tilsagn af 3. august 2026 i høring hos Uber. Uber sendte sit høringssvar hertil den 10. august 2026. Den 14. august 2026 sendte styrelsen sin vurdering af Ubers tilsagn af 14. august 2026 i høring hos Uber. Uber sendte sit høringssvar hertil den 17. august 2026.

---

[111] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 495.

[112] Jf. taxiloven, § 4, stk. 1, nr. 1 og 3, hvorefter en EP-tilladelse kan anvendes til kørsel for en offentlig myndighed, som myndigheden udfører i medfør af lov, og hvorefter taxikørsel er kørsel, der ikke er omfattet heraf eller af limousinekørsel. Se endvidere folkeskolelovens § 26, lov om trafikselskaber § 11 og sundhedslovens §§ 170-172. Taxiloven § 4 sondrer udtrykkeligt mellem offentlig myndighedskørsel, limousinekørsel og taxikørsel.

[113] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 174 og 490.

[114] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 278 og 497.

201. Uber har anført følgende bemærkninger i sit høringssvar af henholdsvis den 19., 28. og 29. maj 2026:

1. Udkastet til afgørelse hviler på en fejlagtig anvendelse af beviskravet for en SIEC.
2. Udkastet til afgørelse mangler tilstrækkeligt bevisgrundlag og opfylder ikke styrelsens bevisbyrde.
3. Udkastet til afgørelse krænker Ubers ret til forsvar.
4. Udkastet til afgørelse opfylder ikke den relevante retlige standard.
5. Udkastet til afgørelse er i direkte modstrid med danske politiske målsætninger.
6. Udkastet til afgørelse bekræfter fraværet af konkurrencemæssige betænkeligheder og en ubetinget godkendelse er den eneste korrekte konklusion.
7. Markedsafgrænsningen er fejlbehæftet.
8. Der er ingen betænkeligheder vedrørende horisontale ensidige virkninger.
9. Der er ingen betænkeligheder vedrørende markedstipping.
10. Der er ingen betænkeligheder vedrørende koordinerede virkninger.
11. Der er ingen betænkeligheder vedrørende inputafskærmning.
12. Ingen af de fire skadesteorier kan tåle juridisk og bevismæssig prøvelse.
13. Påbuddet om frasalg er uproportionalt.
14. Transaktionen indebærer fusionsspecifikke effektivitetsgevinster, der er påviselige og kommer forbrugerne til gode.

202. Høringsbemærkning 1-6 er adresseret nedenfor.

203. De øvrige høringsbemærkninger 7-14 er uddybet og adresseret direkte under de relevante afsnit i afgørelsen.

204. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 er adresseret under de relevante afsnit, herunder afsnit 4.3.1 nedenfor samt direkte under de relevante afsnit i afgørelsen.

205. Uber høringssvar vedrørende tilsagn er adresseret under afsnit 5.4.1.1, afsnit 5.4.5 og afsnit 5.4.6.

206. Ubers høringssvar af 28. maj og 24. juni 2026 vedrørende udkast til påbud og revideret udkast til påbud er ikke adresseret i afgørelsen, da fusionen godkendes med de af Uber afgivne tilsagn.

207. De ændringer, som Ubers høringssvar har givet anledning til, er således indarbejdet i afgørelsen.

4.3.1 Bemærkning 1-4: Beviskrav og bevisbyrde

Høringssvar af 19. maj 2026

208. Af Ubers høringssvar af 19. maj 2026 fremgår en række bemærkninger under forskellige overskrifter, der alle relaterer sig til beviskrav og bevisbyrde i styrelsens udkast til afgørelse af 30. april 2026. Ubers bemærkninger gengives i det følgende med samme opdeling som i Ubers høringssvar, men behandles efterfølgende samlet af styrelsen.

209. *For det første* anfører Uber, at styrelsen kun kan forbyde en fusion, hvis det på grundlag af afgørende og samstemmende oplysninger kan påvises, at det er mere sandsynligt end usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt (en "SIEC"). Uber anfører i den forbindelse, at styrelsens udkast til afgørelse ikke identificerer, hvad der er mere sandsynligt end usandsynligt, men at udkastet blot konkluderer, at de forskellige skadesteorier er supplerende/parallelle eller indbyrdes udelukkende, og at det er uden betydning for vurderingen af fusionen, hvilken skadesteori der måtte være mest sandsynlig. Uber anfører, at dette er retligt forkert. Uber anfører endvidere, at når styrelsen behandler indbyrdes udelukkende skadesteo-

rier som lige sandsynlige, er det logisk umuligt for styrelsen at påvise, at nogen enkelt teori er mere sandsynlig end usandsynlig.

210. *For det andet* anfører Uber, at bevisbyrden for at påvise, at en fusion mere sandsynligt end usandsynligt vil medføre en SIEC, påhviler styrelsen, samt at styrelsens udkast til afgørelse ikke opfylder denne bevisbyrde. Uber anfører i den forbindelse, at det tilgængelige bevismateriale ikke understøtter nogen konstatering af en SIEC eller forbrugerskade, og at det præsenterede bevismateriale er selektivt og ignorerer relevant markedsfeedback, der undergraver styrelsens analyse.

211. Ifølge Uber er de anførte mangler i styrelsens udkast til afgørelse særligt alvorlige, fordi fusionen blev gennemført for næsten et år siden. Uber anfører herom, at *"KFST's analyse er ikke længere fremadrettet – den er efterfølgende. Beviskravet må afspejle denne realitet."*[115] Ifølge Uber skal styrelsen påvise faktisk eller i det mindste stærkt underbygget sandsynlig skade, hvilket styrelsen, ifølge Uber, ikke har gjort.

212. Uber anfører endvidere, at:

> *"Den påstand om, at det er tilstrækkeligt at vise, at Uber "har mulighed for at vælge" en SIEC, uden at det er nødvendigt for KFST at påvise, hvilken der er "sandsynlig", opfylder klart ikke KFST's bevisbyrde. I fravær af en ubestridt manglende sandsynlighedsvurdering påviser Udkastet til afgørelse alene, at Uber også "har mulighed for" ikke at vælge en SIEC."*[116]

213. Ifølge Uber modsiger bevismaterialet, som vedrører perioden efter gennemførslen af fusionen, styrelsens forbudsteori, idet bevismaterialet viser lavere priser på Uber-appen, kortere ventetider, fortsat konkurrencepres fra Bolt og traditionelle kørselskontorer, og ingen tegn på, at markedet tipper, koordinering eller afskærmning. Uber anfører i den forbindelse, at, hvis fusionen var skadelig, ville man kunne forvente, at tidlige tegn på denne skade ville vise sig nu.

214. *For det tredje* anfører Uber, at Uber ikke har haft en klar og fuldstændig skadesteori at forholde sig til i udkastet til afgørelse, og at dette har haft direkte negative konsekvenser over for Uber, idet "*Uber [har] været nødsaget til at reagere på et bevægeligt mål snarere end en defineret sag*". Ifølge Uber undergraver udkastets mangler Ubers ret til forsvar.

215. Uber henviser i den forbindelse til Rettens dom af 22. oktober 2002 og den efterfølgende dom fra Domstolen af 16. juli 2009 i sagen *Schneider Electric mod Kommissionen.* Uber henviser i øvrigt til, at der i dansk forvaltningsret gælder et krav om, at myndigheder skal fremsætte deres begrundelse med tilstrækkelig klarhed og give parter en rimelig mulighed for at blive hørt, inden der træffes bebyrdende afgørelser.

216. *For det fjerde* anfører Uber, at styrelsen skal identificere, hvad styrelsen anser for det mest sandsynlige scenarie, og stringent afstemme sin vurdering hermed. Til støtte herfor henviser Uber til, at det fremgår af Domstolens dom af 13. juli 2023 i *Kommissionen mod CK Telecoms*, at en fusionskontrolafgørelse skal være understøttet af tilstrækkeligt overbevisende og konsistent bevismateriale.

217. Uber henviser også til, at Domstolen i *Kommissionen mod CK Telecoms* udtalte:

> *"Den nødvendige fremtidsanalyse på området for fusionskontrol, som består i at vurdere, på hvilken måde en sådan fusion kan ændre konkurrenceparametrene på de be-*

---

[115] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 9.
[116] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 11.

> *rørte markeder, med henblik på at efterprøve, om fusionen vil medføre en betydelig hindring for den effektive konkurrence,* ***forudsætter, at der opstilles forskellige alternative årsags- og virkningskæder med henblik på, at de kæder, der er mest sandsynlige, lægges til grund****."*[117] *(Ubers fremhævelse og understregning)*

218. Uber anfører desuden, at et forbud vil begrænse etableringsfriheden (artikel 49 TEUF) og kapitalens frie bevægelighed (artikel 63 TEUF). Uber anfører i den forbindelse, at *"[e]nhver begrænsning skal forfølge et tvingende alment hensyn og være egnet og proportional, og undtagelser skal fortolkes strengt og kan ikke defineres ensidigt af medlemsstaten"*[118]. Ifølge Uber indebærer disse krav, "*at et forbud kun kan opretholdes på grundlag af et grundigt undersøgt sagsgrundlag, understøttet af overbevisende og konsistent bevismateriale i henhold til standarden om "mere sandsynligt end usandsynligt", og proportionalt i forhold til et legitimt formål"*[119].

219. Styrelsen er enig i, at en fusion alene kan forbydes, hvis det på grundlag af afgørende og samstemmende oplysninger kan påvises, at det er mere sandsynligt end usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Styrelsen er også enig i, at bevisbyrden for at påvise, at en fusion mere sandsynligt end usandsynligt vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, påhviler styrelsen.

220. Styrelsen er derimod ikke enig i, at styrelsen ikke har løftet denne bevisbyrde.

221. Styrelsen er således ikke enig i, at styrelsen skal påvise, hvilken (én) af de beskrevne skadesteorier, der mest sandsynligt vil materialisere sig. Det afgørende er, om det er mere sandsynligt end usandsynligt, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.[120] De beskrevne skadesteorier er udtryk for forskellige måder, fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på.[121] For en nærmere beskrivelse af sammenhængen mellem de forskellige skadesteorier, herunder skadesteorier, der ikke kan materialisere sig på samme tid, henvises til afgørelsens afsnit 5.2.3.2.

222. Styrelsens tilgang er ikke i strid med Domstolens praksis, som gengivet ovenfor, hvorefter styrelsen skal opstille *"forskellige alternative årsags- og virkningskæder med henblik på, at de kæder, der er mest sandsynlige, lægges til grund"*[122]. Det følger ikke heraf, at styrelsen skal fastlægge, hvilken (én) af flere plausible skadesteorier, der mest sandsynligt vil materialisere sig – heller ikke hvor nogle af disse ikke kan materialisere sig på samme tid. Styrelsen har netop foretaget en vurdering af flere forskellige årsags- og virkningskæder og fundet, at de mest sandsynlige skadesteorier er horisontale ensidige virkninger, som forstærkes af en øget risiko for market tippig, inputafskærmning samt koordinerede virkninger.

223. Styrelsen har udbygget beskrivelsen i afsnit 5.2.3.2 og tilrettet ordlyden i delkonklusioner til skadesteorierne, så det er tydeliggjort, at det er fusionen, der (mere sandsynligt end usandsynligt) hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, imens de enkelte skadesteorier er udtryk for forskellige måder, fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på.

---

[117] Jf. C-376/20 P, *Commission v CK Telecoms UK Investments*, præmis 84.
[118] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 35.
[119] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 35.
[120] Jf. C-376/20 P, *Commission v CK Telecoms UK,* præmis 87.
[121] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 22 og Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 22.
[122] Jf. C-376/20 P, *Commission v CK Telecoms UK Investments*, præmis 84.

224. Det er uden betydning for styrelsens vurdering, om Uber – som anført i Ubers høringssvar af 19. maj 2026 - *kan vælge* ikke at hæmme den effektive konkurrence. Det afgørende er, at fusionen øger Ubers mulighed for og incitament til at hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

225. Styrelsen er heller ikke enig med Uber i, at styrelsens udkast til afgørelse ikke opfylder bevisbyrden, ligesom styrelsen ikke er enig i, at bevismaterialet i sagen (før og efter fusionens gennemførelse) ikke understøtter, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, eller at det præsenterede bevismateriale er selektivt eller ignorerer relevant markedsfeedback.

226. Styrelsen henviser til afsnit 5.2.4, 5.2.5, 5.2.6 og 5.2.7, hvor styrelsen har foretaget en udførlig analyse og vurdering af, at fusionen giver anledning til både horisontale og vertikale ensidige virkninger samt koordinerede virkninger, og at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Styrelsens undersøgelser beror på omfattende dataindsamlinger, herunder fra parterne selv, samt fra grundige markedsundersøgelser.

227. Styrelsen er i øvrigt ikke enig i, at styrelsens analyse i denne sag – som følge af, at fusionen er gennemført – ikke er en fremtidsanalyse, ligesom styrelsen ikke er enig i, at beviskravet påvirkes af, at fusionen er gennemført.

228. Det forhold, at skadesteorierne eventuelt ikke har materialiseret sig efter gennemførelsen af fusionen, er ikke i sig selv et udtryk for, at styrelsen ikke har løftet bevisbyrden for, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at fusionsparters adfærd, efter en gennemført fusion er krævet anmeldt, skal vurderes med en vis forsigtighed, da adfærden kan være påvirket af, at parterne er bevidste om, at fusionen er under behandling. Den britiske konkurrencemyndighed har herom anført, at *"The CMA will maintain an open mind regarding the assessment of evidence, including internal documents, in each case, and its interpretation of that evidence will be affected by the context in which it was generated. For example:*

» (a) ….
» (*b) In the context of completed mergers, the CMA may not attach weight to evidence that the merged entity has not changed its behaviour postcompletion, as merger firms may have an incentive to delay any change in behaviour until the CMA has completed its investigation or is no longer able to investigate the transaction. ….*"[123]

229. For så vidt angår de lavere priser på Uber-appen og kortere ventetider, som fusionen ifølge Uber har medført, henvises til afsnit 5.2.3.3 samt styrelsens vurdering af effektivitetsgevinster under afsnit 5.3. Styrelsen bemærker i øvrigt, at Uber har styrket sin markedsposition efter fusionen, jf. eksempelvis afsnit 5.2.4.1.3.2.3.2.

230. Styrelsen er endvidere uenig med Uber i, at styrelsens skadesteorier ikke er fremsat med den påkrævede klarhed og præcision, at Uber har været nødsaget til at reagere på et bevægeligt mål snarere end en defineret sag, og at udkastet til afgørelse undergraver Ubers ret til forsvar. Skadesteorierne i styrelsens udkast til afgørelse er velunderbyggede og meget klart definerede, jf. afsnit 5.2.4, 5.2.5, 5.2.6 og 5.2.7.

231. Styrelsen er også uenig med Uber i, at et forbud i denne sag kan begrænse etableringsfriheden (artikel 49 i TEUF) og den frie bevægelighed for kapital (artikel 63 i TEUF). Styrelsen er grundlæggende enig med Uber i, *"at et forbud kun kan opretholdes på grundlag af et grundigt undersøgt sagsgrundlag, understøttet af overbevisende og konsistent bevismateriale i henhold til standarden om "mere sandsynligt end usandsynligt", og proportionalt i forhold til et legitimt formål*[124]*"*. Som

---

[123] Jf. CMA, Merger Assessment Guidelines 2021, side 14.
[124] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 35.

beskrevet ovenfor, er det på baggrund af en grundig analyse af et omfattende datagrundlag, at styrelsen har vurderet, at fusionen mere sandsynligt end usandsynligt hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. I og med, at styrelsen har vurderet, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, er det desuden proportionalt, at fusionen forbydes, hvis Uber ikke afgiver et tilsagn, som fuldstændigt fjerner konkurrenceproblemerne.

232. Ubers bemærkninger af 19. maj 2026 giver således ikke anledning til at ændre styrelsens vurdering. Styrelsen har, som beskrevet ovenfor, præciseret enkelte steder i afgørelsen.

Høringssvar af 19. juni 2026

233. I høringssvar af 19. juni 2026 fastholder Uber, at styrelsen er forpligtet til at påvise, hvilken af skadesteorierne i udkastet til afgørelse, der er mest sandsynlig.

234. Styrelsen henviser i den forbindelse til punkt 221-222 ovenfor. Styrelsen bemærker i øvrigt, at den praksis, Uber henviser til i sit høringssvar, angiver, at styrelsen skal foretage en vurdering af, hvilke skadesteorier (i flertal), der er mest sandsynlige. Det er netop det, styrelsen har gjort. Det afgørende ved vurderingerne af de enkelte skadesteorier i denne sag er, om fusionen giver *mulighed for og incitament til* de beskrevne skadesteorier. Idet styrelsen vurderer, at fusionen giver mulighed for og incitament til horisontale ensidige virkninger, koordinerede virkninger og vertikale ensidige virkninger, er det samlet set mere sandsynligt end usandsynligt, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Se herom de respektive vurderingsafsnit nedenfor, nærmere bestemt afsnit 5.2.4 for horisontale ensidige virkninger, afsnit 5.2.6 for vertikale ensidige virkninger samt afsnit 5.2.7 for koordinerede virkninger.

235. Uber anfører desuden på ny i høringssvar af 19. juni 2026, at styrelsen ikke har inddraget "ex-post-beviser" i sin vurdering af, om fusionen mere sandsynligt end usandsynligt vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

236. Uber præciserer først og fremmest, at det ikke er Ubers holdning, at styrelsens analyse udelukkende er retrospektiv, fordi fusionen er gennemført. Det, Uber gør gældende, er, at styrelsens samlede vurdering skal tage højde for alle relevante og tilgængelige beviser på det tidspunkt, hvor vurderingen foretages.

237. Uber anfører dernæst, at det er i strid med logikken bag fusionskontrol, når styrelsen vurderer, at Ubers adfærd i løbet af styrelsens behandling af fusionen skal vurderes med en vis forsigtighed. Uber henviser i den forbindelse til, at effektivitetsgevinster skal være "rettidige", og at det fremgår af et "policy paper" fra OECD Roundtables, at det betyder, at effektivitetsgevinster, der forventes at materialisere sig i en mere fjern fremtid, ofte bliver tillagt mindre vægt af myndigheder[125]. Som følge heraf bør "ex-post" beviserne, ifølge Uber, tillægges en stærkere, ikke svagere beviskraft[126].

238. Styrelsen er ikke enig med Uber heri. Styrelsen bemærker først og fremmest, at vurderingen af, om fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, og vurderingen af effektivitetsgevinster, er to forskellige vurderinger. Det afgørende for styrelsens vurdering, om fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, afhænger, som nævnt ovenfor, af, om fusionen giver *mulighed for* og *incitament til* en eller flere af de beskrevne skadesteorier. Hvad Uber har valgt at gøre i perioden umiddelbart efter fusionen, imens styrelsen i øvrigt har fusionen under be-

[125] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 13, som henviser til *Effektivitetsgevinster i fusionskontrol,* OECD Roundtables on Competition Policy Papers, nr. 321, s. 15.

[126] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 14.

handling, ændrer ikke på styrelsens vurderinger af det incitament og de muligheder, fusionen medfører.

239. Styrelsen fastholder således, at Ubers adfærd, så længe fusionen behandles af styrelsen, skal vurderes med forsigtighed. Det ville eksempelvis være rationelt for Uber at udskyde implementeringen af prisstigninger til efter fusionen er godkendt for derved at undgå, at observerede prisstigninger kommer til at indgå som dokumentation for styrelsens skadesteori. Det ville omvendt være særdeles overraskende, hvis Uber eksempelvis hævede priserne eller afskærmede Drivr imens styrelsen har fusionen under behandling.

240. Dertil kommer, at vurderingen af fusionens virkning skal sammenholdes med det kontrafaktiske scenarie. Hvis et eventuelt prisfald, der kan statueres under behandlingen af en gennemført fusion, også vurderes at ville være til stede i det kontrafaktiske scenarie, er prisfaldet ikke fusionsspecifikt og dermed ikke tilstrækkeligt til at imødegå betænkeligheder ved fusionen. Jf. nærmere herom afsnit 5.2.3.3.

241. Desuagtet er styrelsen enig i, at det kan være relevant at inddrage forhold, der er indtrådt siden fusionens gennemførelse, i styrelsens vurdering. Det er styrelsens forståelse, at Uber med "ex-post-beviser" særligt henviser til de lavere priser på Uber-appen, som fusionen ifølge Uber har medført. Som beskrevet ovenfor, har styrelsen netop inddraget og vurderet Ubers argumenter om lavere priser på Uber-appen og kortere ventetider i styrelsens vurdering, jf. afsnit 5.2.3.3 og afsnit 5.3. Det faktum, at styrelsen er uenig i, at de fremførte "ex-post-beviser" fjerner styrelsens betænkeligheder ved fusionen, er ikke ensbetydende med, at styrelsen ikke har inddraget beviserne i sin vurdering.

242. Uber anfører i øvrigt, at *"[s]elv hvis man for argumentets skyld antager, at Parternes adfærd kunne være påvirket af "at parterne er bevidste om, at fusionen er under behandling" ville dette punkt kun være delvist relevant i den foreliggende sag."*[127] Uber henviser i den forbindelse til, at priserne, ifølge Uber, begyndte at falde umiddelbart efter, at fusionen blev gennemført den 27. maj 2025, imens styrelsen først den 25. august 2025 krævede fusionen anmeldt. Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen efter konkurrencelovens § 12, stk. 6, 4. pkt., kan kræve en fusion anmeldt i tre måneder efter indgåelsen af fusionsaftalen[128], hvorfor der, i perioden fra 27. maj 2025 og frem til 25. august 2025, hvor styrelsen krævede fusionen anmeldt, har været en risiko for, at styrelsen ville få fusionen under behandling. Dertil kommer, at styrelsen rettede henvendelse til Uber med spørgsmål til fusionen i juni 2025, og at det derfor senest på dette tidspunkt blev klart for Uber, at styrelsen var opmærksom på fusionen.

243. Ubers bemærkninger af 19. juni 2026 giver således ikke anledning til at ændre styrelsens vurdering.

4.3.2 Bemærkning 5: Udkastet til afgørelse er i direkte modstrid med danske politiske målsætninger

244. Uber anfører i sit høringssvar af 19. maj 2026, at styrelsens skadesteorier er i modstrid med de politiske målsætninger bag moderniseringen af taxiloven fra 2018. Efter Ubers opfattelse var formålet med reformen at liberalisere og modernisere taximarkedet, herunder ved at sænke adgangsbarrierer og muliggøre nye forretningsmodeller. Uber gør gældende, at Ubers indtræ-

---

[127] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 15.

[128] Hvis der foreligger særlige omstændigheder, kan styrelsen kræve fusionen anmeldt i seks måneder efter indgåelsen af fusionsaftalen, jf. konkurrencelovens § 12, stk. 6, 6. pkt.

den i Danmark som en innovativ, app-baseret tjeneste netop realiserer disse målsætninger, selv om der fortsat består regulatoriske barrierer.[129]

245. Uber anfører på den baggrund, at der ikke foreligger en betydelig hæmning af den effektive konkurrence, blot fordi fusionen forstyrrer etablerede markedsstrukturer eller medfører nye konkurrencedynamikker. Efter Ubers opfattelse er sådanne virkninger tværtimod udtryk for den konkurrence og modernisering, som taxireformen havde til formål at fremme.[130]

246. Styrelsen er enig i, at taxireformen havde til formål at modernisere og liberalisere taximarkedet, herunder ved at ophæve tidligere antalsmæssige og geografiske begrænsninger. Styrelsen er imidlertid ikke enig i, at udkastet til afgørelse er i modstrid med disse politiske målsætninger. De politiske målsætninger bag taxireformen ændrer ikke ved den konkurrenceretlige vurdering, som styrelsen skal foretage efter konkurrencelovens regler om fusionskontrol.

247. Styrelsens betænkeligheder vedrører ikke Ubers indtræden som sådan eller det forhold, at nye app-baserede forretningsmodeller kan skabe øget konkurrence og innovation. Vurderingen vedrører derimod de konkrete virkninger af Ubers køb af Dantaxi, herunder om transaktionen kan svække det fremtidige konkurrencepres, øge adgangs- og ekspansionsbarrierer eller ændre markedsstrukturen på en måde, der kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Det er således ikke forstyrrelsen af etablerede markedsstrukturer, der udgør en betydelig hæmning af den effektive konkurrence, men de konkurrencemæssige virkninger af den konkrete fusion.

248. Ubers bemærkning af 19. maj 2026 giver ikke anledning til at ændre styrelsens vurdering.

4.3.3 Bemærkning 6: En ubetinget godkendelse er den eneste korrekte konklusion

249. Uber anfører i deres høringssvar af 19. maj 2026, at styrelsens udkast til afgørelse bekræfter fraværet af konkurrencemæssige betænkeligheder, og at en ubetinget godkendelse er den eneste korrekte konklusion. Uber skriver videre i høringssvaret, at:

> *"KFST forholder sig ikke til den centrale kommercielle logik bag Transaktionen. Uber erhvervede Dantaxi for at afhjælpe udbudsbegrænsninger og forbedre servicekvaliteten, ikke for at begrænse udbuddet eller forringe markedsadgangen. Bevismaterialet efter Transaktionen bekræfter netop dette rationale: lavere priser, kortere ventetider og fortsat konkurrencepres på tværs af markedet. Dette er ikke blot effektivitetsargumenter – det er direkte evidens for, at Transaktionen har skabt konkurrencefremmende virkninger, og at der ikke er opstået nogen SIEC."*[131]

250. Styrelsen er ikke enig med Uber i, at udkast til afgørelse bekræfter fraværet af konkurrencemæssige betænkeligheder. Styrelsen henviser til afsnit 5.2.4, 5.2.5, 5.2.6 og 5.2.7, hvor styrelsen har foretaget en udførlig analyse og vurdering af, at fusionen giver anledning til både horisontale og vertikale virkninger, og at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.

251. Styrelsen har derudover foretaget en vurdering af de af Uber påståede effektivitetsgevinster i afsnit 5.3. Styrelsen er ikke enig med Uber i, at de af Uber anførte effektivitetsgevinster opfylder de kumulative kriterier om at være til gavn for forbrugerne, fusionsspecifikke og påviselige. Styrelsen sendte udkast til vurdering af effektivitetsgevinster i høring hos Uber den 13. maj 2026.

---

[129] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 22.
[130] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 22.
[131] Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 24.

Ubers bemærkninger i høringssvaret af 29. maj 2026 har ikke givet styrelsen anledning til at ændre konklusionen, jf. afsnit 5.3.

252. Ubers bemærkning giver ikke styrelsen anledning til at ændre konklusionen. Samlet er det således styrelsens vurdering, at Ubers køb af Dantaxi hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, og at fusionen derfor skal forbydes, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 2. pkt., medmindre parterne afgiver tilsagn, der fjerner de skadelige virkninger af fusionen. Styrelsen henviser i øvrigt til afsnit 4.3.1 ovenfor om beviskrav og bevisbyrde.

5. Vurdering

5.1 Afgrænsning af de relevante markeder

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

254. Det relevante marked består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked. Det primære formål med markedsafgrænsning er systematisk at identificere det effektive og umiddelbare konkurrencepres, som de deltagende virksomheder udsættes for, når de udbyder bestemte produkter i et bestemt område. Markedsafgrænsning fører til identifikation af de relevante konkurrenter til den eller de deltagende virksomheder, når de udbyder disse produkter, samt af de relevante kunder.[132]

255. *Det relevante produktmarked* omfatter alle de produkter, som kunderne anser for indbyrdes ombyttelige eller substituerbare med den eller de deltagende virksomheders produkt(er) baseret på produkternes egenskaber, priser og anvendelsesformål under hensyntagen til konkurrencevilkårene og udbuds- og efterspørgselsstrukturen på markedet.[133]

256. *Det relevante geografiske marked* omfatter det geografiske område, hvorpå de deltagende virksomheder udbyder eller efterspørger de pågældende produkter, hvor konkurrencevilkårene er tilstrækkeligt homogene til, at virkningen af den undersøgte fusion kan bedømmes, og som kan adskilles fra andre geografiske områder på grund af især væsentlige forskelle i konkurrencevilkårene.[134]

257. Udgangspunktet for markedsafgrænsningen er en analyse af efterspørgsels- og udbudssubstitution.[135] De relevante produktmarkeder og geografiske markeder vil blive undersøgt i det følgende.

258. Parterne er aktive inden for taxikørsel og tilknyttede ydelser i Danmark.

259. **Uber** tilbyder app-baserede bestillinger af taxikørsel. Siden januar 2025 har Uber formidlet taxikørsel i Danmark via en samarbejdsaftale med det autoriserede kørselskontor Drivr, hvor Ubers teknologi/app sammensætter forbrugere med Drivrs tilknyttede vognmænd/chauffører. Uber er ikke et godkendt kørselskontor, men en mobilitetsplatform. Efter fusionen sammensætter Uber nu også taxikørsel i Danmark for forbrugere og Dantaxis tilknyttede vognmænd/chauffører.

260. **Dantaxi** er et autoriseret, landsdækkende kørselskontor, der sælger taxikørsel og indgår aftaler med selvstændige vognmænd, som, eventuelt via ansatte chauffører, udfører den faktiske transport. Dantaxi betjener både private, erhvervs- og offentlige kunder gennem flere salgskanaler (app, hjemmeside, telefon og gadeture).

---

[132] Jf. Kommissionens meddelelse af 22. februar 2024 om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Unionens konkurrenceret (C/2024/1645) (herefter "markedsafgrænsningsmeddelelsen"), punkt 6.
[133] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 12, litra a.
[134] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 12, litra b.
[135] Jf. konkurrencelovens § 5 a, stk. 1 og markedsafgrænsningsmeddelelsen punkt 23, litra a og b.

261. Taxikørsel omfatter levering af punkt-til-punkt persontransport i taxi og består i praksis af flere funktioner i værdikæden, som ofte varetages af forskellige aktører. På efterspørgselssiden består kunderne bl.a. af privatkunder, erhvervskunder samt kunder i den offentlige sektor.

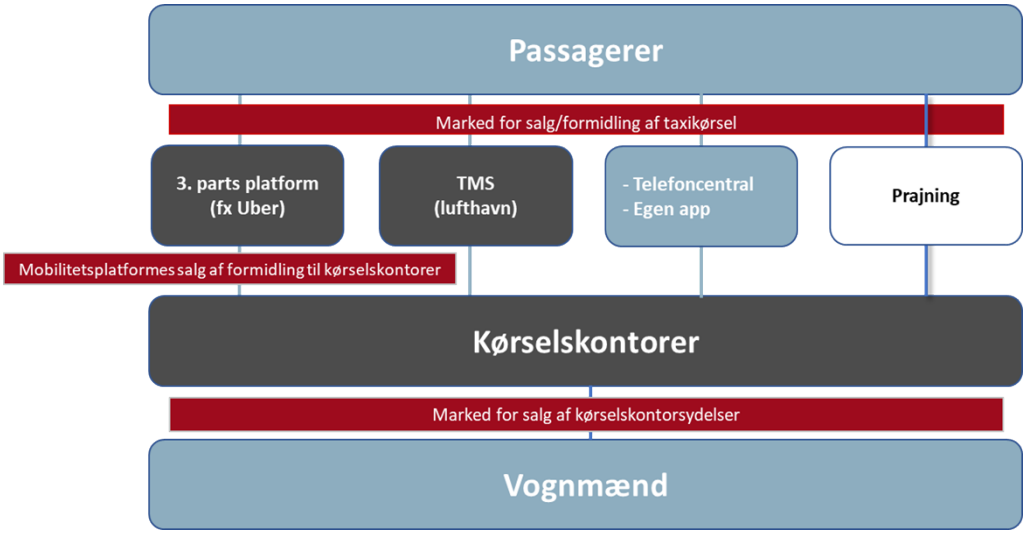
262. På udbudssiden udføres taxikørsel af vognmænd og tilknyttede chauffører. Vognmænd skal være tilknyttet et kørselskontor, som modtager bestillinger og fordeler turene mellem de tilknyttede taxier, samt varetager bl.a. kundeservice, afregning og øvrige driftsopgaver. Kørselskontoret fungerer dermed som bindeled mellem passagerernes bestillinger og den tilgængelige taxikapacitet.

263. Bestilling af en taxi kan ske gennem flere kanaler, herunder telefonbestilling, hjemmeside, appløsninger og fysisk opsamling (fx ved taxiholdeplads).

264. Som nævnt er taxikørsel i Danmark underlagt en særlig regulering, jf. afsnit 4.2.1, som har væsentlig betydning for markedsstrukturen. Efter taxiloven må taxikørsel alene sælges af et kørselskontor, og en virksomhed med tilladelse til erhvervsmæssig persontransport (en vognmand) skal derfor have indgået aftale med et kørselskontor for at kunne udføre taxikørsel. Kørselskontoret modtager bestillinger, fordeler ture og er ansvarligt for en række centrale funktioner og regulatoriske forpligtelser, herunder prisfastsættelse inden for rammerne af det landsdækkende prisloft, dataindsamling og klagehåndtering. Reguleringen indebærer dermed, at mobilitetsplatforme, der vil formidle taxikørsel til passagerer i Danmark, ikke kan foretage det selvstændige salg af taxikørsel, men må samarbejde med et kørselskontor, som står for selve salget af ydelsen.

265. Værdikæden for taxikørsel i Danmark omfatter således flere led, jf. Figur 5.1. *For det første* udbydes taxikørsel til passagerer. Passagererne kan enten efterspørge taxikørslen fra kørselskontorer eller fra en tredjeparts mobilitetsplatform, der formidler taxikørsel for kørselskontorer. Kørselskontorer kan således supplere deres eget salg af taxikørsel med formidling via en tredjeparts mobilitetsplatform. *For det andet* består værdikæden af en række serviceydelser, som kørselskontorer leverer til vognmænd. Vognmænd er tilsluttet et kørselskontor for at kunne levere taxikørsel, og de kører selv eller beskæftiger chauffører, som kører taxien.

Figur 5.1 **Værdikæden for taximarkedet i Danmark**



Note: Figuren viser, at passagerer (forbrugere) bestiller taxiture enten via kørselskontorets egne salgskanaler eller via en tredjeparts mobilitetsplatform. Taxikørslen udføres af vognmænd/chauffører, som er tilknyttet et kørselskontor. Kørselskontoret modtager bestillinger, fordeler turene (dispatch) og afregner overfor vognmanden. Mobilitetsplatforme kan levere ordreflow og bookinginfrastruktur til kørselskontorer, mens kørselskontorer leverer tilknytning og adgang til ordreflow til vognmænd.

Salg/formidling af taxikørsel til passagerer: Passagerer bestiller og køber taxiture. Konkurrencen om passagerernes bestillinger foregår mellem kørselskontorernes egne kanaler (fx telefon og egen app) og tredjeparts mobilitetsapps (fx Uber og Bolt), når kørselskontorer er tilknyttet disse.

Tredjeparts mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer: Kørselskontorer kan købe adgang til ordreflow og bookinginfrastruktur hos mobilitetsapps. I dette led konkurrerer mobilitetsplatforme (fx Uber og Bolt) om at tiltrække kørselskontorer.

Kørselskontorydelser: Vognmænd tilsluttes et kørselskontor og får adgang til turfordeling og ordreflow via kørselskontorets kanaler (og eventuelt via mobilitetsapps). I dette led konkurrerer kørselskontorerne om at tiltrække vognmænd.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens illustration.

266. Kørselskontorer og mobilitetsplatforme kan konkurrenceøkonomisk anses for aktører med "tosidede" aktiviteter, da de er karakteriseret ved, at de henvender sig til to adskilte grupper af aktører med hver deres efterspørgsel, og hvor der kan være indirekte netværkseffekter mellem de to grupper af aktører.[136] For kørselskontorer består den ene gruppe af passagerer, der efterspørger taxikørsel, mens den anden gruppe består af vognmænd, der efterspørger kørselskontorsydelser. For mobilitetsplatforme består den ene gruppe også af passagerer, der efterspørger taxikørsel, mens den anden gruppe består af kørselskontorer, der efterspørger formidling i tillæg til deres egne salgskanaler. For både kørselskontorer henholdsvis mobilitetsplatforme gør sig gældende, at flere passagerer vil gøre det nemmere at tiltrække vognmænd henholdsvis kørselskontorer på grund af et større kundegrundlag, og at flere vognmænd også kan tiltrække flere passagerer på grund af kortere ventetider. Dette kan skabe indirekte netværkseffekter mellem antallet af henholdsvis passagerer og vognmænd.

[136] For definition af flersidede platforme se bl.a. Evans, David 2003 "*The Antitrust Economics of Multi-sided Platform Markets*" Yale Journal on Regulation, side 325 og Katz, Michael og Jonathan Sallet (2018) "*Multisided Platforms and Antitrust Enforcement*" Yale Law Journal, side 2150.

267. Eftersom kørselskontorer og mobilitetsplatforme kan anses for platforme, der faciliterer transaktioner mellem de to sider af platformen, kan de karakteriseres som transaktionsplatforme.

268. For denne type af platforme har der i praksis og i den økonomiske litteratur i nogle tilfælde, og afhængig af de konkrete omstændigheder, været anvendt en tilgang til markedsafgrænsning, hvor der afgrænses et enkelt, samlet marked for begge sider af platformen.[137] Nyere økonomisk litteratur og praksis peger imidlertid i retning af, at det både for transaktionsplatforme og ikke-transaktionsplatforme kan være retvisende at afgrænse separate, men sammenhængende, markeder for de to sider af platformen.[138] Argumenterne er bl.a., at substitutionsmuligheder, konkurrencesituation samt priser og vilkår kan være meget forskellige for de to sider af en platform. Dette er også i tråd med Kommissionens meddelelse for afgrænsning af det relevante marked (markedsafgrænsningsmeddelelsen), hvoraf det fremgår, at det afhængigt af sagens omstændigheder kan være mere hensigtsmæssigt at afgrænse særskilte markeder, hvis der er betydelige forskelle i substitutionsmulighederne på de forskellige sider af platformen, herunder om de virksomheder, der tilbyder substituerbare produkter for hver brugergruppe, er forskellige.[139]

269. På den side af mobilitetsplatformene, der omfatter markedet for salg/formidling af taxikørsel, er kunderne de samme for mobilitetsplatforme som for kørselskontorer (begge typer aktører konkurrerer om at tiltrække passagerer). Her er det relevant at foretage en samlet vurdering af, hvor substituerbare de to salgs-/formidlingskanaler er for kunderne. På den anden side af mobilitetsplatformene, der omfatter salg af formidlingsydelser til kørselskontorer, konkurrerer mobilitetsplatformene indbyrdes om at tiltrække kunder i form af kørselskontorer. Kørselskontorerne konkurrerer derimod om en anden kundegruppe; vognmændene. På den baggrund er det relevant at foretage forskellige vurderinger af substitutionsmulighederne for henholdsvis kørselskontorer og vognmænd.

270. Passagerer efterspørger således adgang til taxikørsel, kørselskontorer efterspørger adgang til platformens ordreflow og digitale formidlingsinfrastruktur, mens vognmænd efterspørger kørselskontorydelser og adgang til taxiture. Substitutionsmulighederne skal derfor vurderes særskilt for hver kundegruppe.

271. Styrelsen vurderer derfor, at mobilitetsplatformens ydelse i Danmark må vurderes særskilt på de forskellige sider af platformen. Over for passagererne kan platformens app efter omstændighederne fungere som en bestillingskanal for taxikørsel, der kan sammenlignes med kørselskontorernes egne apps og øvrige bestillingskanaler. Over for kørselskontorerne leverer mobilitetsplatformen derimod ikke selve taxikørslen, men et input til kørselskontorets salg af taxikørsel. Dette input består bl.a. i adgang til platformens passagerefterspørgsel, app-baseret booking, turfordeling/matching og betalingsinfrastruktur.

272. Styrelsen har derfor foretaget afgrænsninger af separate markeder for henholdsvis salg/formidling af taxikørsel til passagerer på den ene side og henholdsvis salg af kørselskontorsydelser til vognmænd og salg af formidlingsydelser til kørselskontorer på den anden side.

---

[137] Jf. Filistrucchi, Lapo, et. al. (2014) "*Market definition in two-sided markets: Theory and practice*" Journal of Competition Law and Economics, og jf. Competition and Markets Authority (CMA) afgørelse "*Just Eat and Hungryhouse – a report on the anticipated acquisition by JUST EAT plc of Hungryhouse Holdings Limited*" punkt 4.11, og jf. Konkurransetilsynets afgørelse "*Vedtak V2022-1 – offentlig versjon Foodora Norway AS – konkurranseloven § 12 tredje led, jf. § 11 og EØS-avtalen artikkel 54"* punkt 77.

[138] Katz, Michael og Jonathan Sallet (2018) "*Multisided Platforms and Antitrust Enforcement*" Yale Law Journal og jf. Niels, Gunnar (2019) "*Transaction versus non-transaction platforms: A false dichotomy in two-sided market definition*" Journal of Competition Law and Economics, og Kommissionens afgørelse af 4. marts 2024, *Case AT.40437 – Apple – App Store Practices (music streaming)*, punkt 261-273.

[139] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 95.

273. På flersidede markeder, hvor efterspørgslen på den ene side af platformen kan afhænge af efterspørgslen på den anden side af platformen, gør det sig gældende, at SSNIP-testen (eksempelvis udtrykt ved en Critical Loss-Analyse) ikke nødvendigvis er velegnet til at vurdere efterspørgselssubstitution. Således fremgår det af markedsafgrænsningsmeddelelsen, at; "*I praksis kan tilstedeværelsen af indirekte netværkseffekter vanskeliggøre vurderingen af efterspørgselssubstitution og navnlig anvendelsen af SSNIP-testen sammenlignet med situationer, hvor der ikke er en sådan indbyrdes afhængighed mellem brugergrupper*".[140]

274. I tråd med Kommissionens praksis har styrelsen derfor valgt ikke at udføre en traditionel SSNIP-test i nærværende sag. Det er også afspejlet i markedsafgrænsningsmeddelelsen samt praksis, at det ikke er et krav at gennemføre en SSNIP-test empirisk, og at andre former for dokumentation er lige så gyldige som grundlag for markedsafgrænsningen.[141]

275. Ubers mobilitetsforretning omfatter også Autocab – en britisk leverandør af booking- og dispatchsystemer[142] til taxa- og private hire transport, hvilket giver anledning til en vertikal forbindelse som følge af fusionen. Da [xxx][143], vil styrelsen ikke foretage en nærmere vurdering af fusionens virkninger inden for booking- og turfordelingssystemer og vil dermed heller ikke foretage en nærmere afgrænsning af markedet.

276. I det følgende foretager styrelsen en afgrænsning af:

(i) markedet for salg/formidling af taxikørsel, muligvis segmenteret efter kundetyper og/eller bestillingskanaler, samt et muligt særskilt segment for limousinekørsel.

(ii) markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer.

(iii) markedet for salg af kørselskontorydelser.

5.1.1 Markedet for salg/formidling af taxikørsel

5.1.1.1 Det relevante produktmarked

277. I det følgende afsnit afgrænser styrelsen det relevante produktmarked for salg/formidling af taxikørsel. Styrelsen vurderer først, om taxikørsel udgør et selvstændigt relevant produktmarked adskilt fra andre former for persontransport. Herefter vurderer styrelsen, om salg/formidlingen af taxikørsel til passagerer kan afgrænses som et selvstændigt relevant marked inden for taxikørsel. Endelig undersøger styrelsen, om markedet kan segmenteres yderligere, navnlig (i) efter bestillingskanal, herunder om app-baseret bestilling kan udgøre et særskilt segment (ii) efter kundetype (privatkunder over for kontraktbaserede kunder, herunder erhvervs- og offentlige kunder), og (iii) om limousinekørsel udgør en del af markedet.

---

[140] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen punkt 96. Se også Evans, David og Michael Noel (2008) "*The Analysis of Mergers that Involve Multi-sided Platform Businesses*" Journal of Competition Law and Economics for en beskrivelse af hvordan en standard Critical Loss Analyse kan føre både til et for bredt og for snævert afgrænset marked, når analysen foretages på flersidede markeder.

[141] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 30 og 31, Kommissionens beslutning af 11. januar 2017 I sag T-699/14, *Topps Europe mod Kommissionen*, punkt 82, Rettens dom i sag AT.39523, *Slovak Telekom*, præmis 158 og Kommissionens beslutning af 19. december 2007, COMP/34.579 *Mastercard.*

[142] System til matching mellem passagerens bestilling og den konkrete taxi.

[143] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 12.

5.1.1.1.1 Taxikørsel udgør et separat marked fra anden persontransport

278. Flere nationale konkurrencemyndigheder har i tidligere praksis afgrænset markedet for taxikørsel – ud fra forskellige tilgange, regulatorisk udgangspunkt og vinkler afhængigt af de konkrete sager og parter – som et separat marked fra anden persontransport.

279. Den norske konkurrencemyndighed, Konkurransetilsynet, identificerede i Trøndertaxi/Sør-Trøndelag Taxi[144] to segmenter inden for taxikørsel: enkeltrejser og kontraktkørsel. Enkeltrejser omfatter ture, der bestilles gennem en central, direkte hos chaufføren eller ved prajning på gaden, mens kontraktsegmentet omfatter kørsler for det offentlige og erhvervslivet, som udføres efter udbud eller kontraktforhandlinger. Konkurransetilsynet lagde imidlertid vægt på, at vognmænd[145], som udgangspunkt ønsker at betjene begge segmenter, og at de uden væsentlige omstillingsomkostninger kan markedsføre deres tjenester i begge. På den baggrund fandt tilsynet ikke grundlag for at opdele segmenterne i separate produktmarkeder og afgrænsede det relevante produktmarked til taxikørsel.

280. Den engelske konkurrencemyndighed, Competition and Markets Authority ("CMA"), har i en fusionssag[146] vedrørende såkaldt Private Hire Vehicle ("PHV"), hvilket omfatter punkt-til-punkt persontransport i form af forudbestilte ture, undersøgt, om PHV var i konkurrence med "Hackney-kørsel", som er sammenligneligt med taxikørsel i Danmark, og som i modsætning til PHV også kan prajes på gaden. CMA vurderede, at både PHV og Hackney-kørsel havde samme formål, dvs. passagertransport til en specifik destination. Forskellene var, hvorledes turen blev initieret; forudbestilling eller prajning/opsøgt ved taxiholdeplads. Herudover var prissætningen forskellig – både i størrelsen og regulering. Ultimativt fandt CMA, at Hackney-kørsel – også ved prajning – lagde et tilstrækkelig konkurrencepres på PHV i et sådant omfang, at de kunne siges at være konkurrenter. Denne markedsafgrænsning er blevet bekræftet i senere praksis fra CMA.[147]

281. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i ældre praksis afgrænset et produktmarked for taxikørsel[148] og har i en senere sag bekræftet denne afgrænsning[149] uden at definere dette marked nærmere.

282. Parterne anfører i fusionsanmeldelsen, at det relevante marked er et marked for transportydelser, der inkluderer alle former for persontransport. Hvis det relevante marked skal afgrænses snævrere, vil det relevante marked ifølge parterne være et marked for taxitjenester.[150]

283. Styrelsen finder i overensstemmelse med praksis, at taxikørsel for passagerer typisk efterspørges som et dør-til-dør-produkt, der kan bestilles med kort varsel, og som kan tilpasses den konkrete rejses behov med hensyn til komfort, destination og tidspunkt, og som derfor typisk også har en væsentligt højere pris end anden persontransport.

---

[144] Jf. Vedtak V2007-1- *Trøndertaxi AS – Sør-Trøndelag Taxi AS* – konkurranseloven § 16 – inngrep mot foretakssammenslutning, 5. februar 2007, side 5 ff. (ref. 2006/1410-104).

[145] Efter norsk ret er en 'løyvehaver' indehaveren af et drosjeløyve, dvs. en tilladelse til at drive taxikørsel. Begrebet svarer funktionelt nærmest til en vognmand med taxitilladelse. 'Drosjetransport' svarer til taxikørsel.

[146] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited* (ME/6548-15).

[147] Jf. CMA's, afgørelse af 29. marts 2021, *Anticipated acquisition by Uber International B.V., a wholly owned subsidiary of Uber Technologies, Inc., of GPC Computer Software Limited* (ME/6903/20).

[148] Konkurrencerådets afgørelse af 26. april 2000, *Klage over bindende priser for taxikørsel i Sønderjyllands Amt*, side 5 ff. (Journal nr. 2:801-455).

[149] Konkurrencerådets afgørelse af 26. april 2000, *Klage over afslag på clearingsaftale med Dantaxi*, side 6ff. (Journal nr, 2:801-319), Konkurrencerådets afgørelse af 31. maj 2006, *Clearing af taxiboner og kontokort i Storkøbenhavn*, side 9 ff. (Journal nr. 4/0120-0100-0086/ISA/LKF).

[150] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 125.

284. For så vidt angår **efterspørgselssubstitution**, er det relevant at undersøge, i hvilken grad passagererne vil skifte mellem taxikørsel og andre transportformer.

285. Styrelsen vurderer, at kombination af fleksibilitet og umiddelbar tilgængelighed samt service- og kvalitetsniveau indebærer, at andre transportformer i mange brugssituationer kun i begrænset omfang fremstår som nære substitutter til taxikørsel, særligt hvor rejsen er tidskritisk, hvor der medbringes bagage eller medrejsende, eller hvor rejsen ikke dækkes effektivt af den kollektive trafik.

286. Andre transportformer, herunder offentlig transport, delebiler og mikromobilitet (fx el-løbehjul m.v.), kan muligvis i visse situationer udøve et konkurrencepres på taxikørsel, særligt hvor rejseformålet er fleksibelt, hvor ruten er velbetjent af kollektiv trafik, eller hvor prisfølsomheden er høj. I situationer, hvor en forbruger vælger taxikørsel på trods af tilgængelige og væsentligt billigere alternativer, kan dette indikere, at pris ikke er det primære beslutningsparameter i den konkrete brugssituation, og at efterspørgselssubstitutionen til billigere transportformer derfor er begrænset.

287. Den begrænsede efterspørgselssubstitution fra taxikørsel mod andre transportformer understøttes af styrelsens forbrugerundersøgelse. Adspurgt om, hvad respondenterne ville have gjort, hvis det kørselskontor, de senest benyttede, ikke havde været til stede i Danmark, svarer kun 5 pct., at de ville have benyttet en anden transportform, mens 2 pct. svarer, at de ville have undladt at tage turen. De øvrige respondenter ville i overvejende grad fortsat have forsøgt at gennemføre turen som taxi, enten ved at ringe til et kørselskontor (53 pct.), bruge en app (17 pct.), praje en taxi (7 pct.) eller bestille en taxi via et andet kørselskontor (7 pct.)[151] (9 pct.) har svaret "Ved ikke".

288. For så vidt angår **udbudssubstitution** bemærker styrelsen, at et bredere marked alene kan være relevant, hvis de fleste, om ikke alle, leverandører af relaterede ydelser anvender de samme aktiver og processer til at tilbyde relaterede produkter, og hvor dette fører til ensartede konkurrencevilkår for sådanne relaterede produkter eller nemt kan omstille sig hertil. Omstillingen skal kunne ske på kort sigt, og uden at leverandøren pådrager mere end ubetydelige irreversible omkostninger eller risici. Hvor disse betingelser ikke er opfyldt, indgår et eventuelt konkurrencepres fra sådanne aktører ikke i selve markedsafgrænsningen, men kan alene tillægges vægt i den efterfølgende konkurrenceretlige vurdering.[152]

289. Styrelsen lægger ved vurderingen af udbudssubstitution vægt på, at udbydere af andre persontransportformer ikke uden væsentlig tilpasning kan omstille deres aktivitet til taxikørsel. Der er tale om ydelser, som typisk ikke leveres med de samme aktiver, den samme operationelle infrastruktur eller de samme processer. En omstilling til taxikørsel vil tværtimod forudsætte etablering eller adgang til den organisatoriske og kommercielle struktur, som taxikørsel udøves inden for.

290. Desuden er taxikørsel i Danmark organiseret og reguleret særskilt. En virksomhed med tilladelse til erhvervsmæssig persontransport skal være tilknyttet et kørselskontor for at kunne udføre taxikørsel, og kørselskontoret skal bl.a. modtage bestillinger, fordele ture og indsamle kørselsdata. Hertil kommer bl.a. et egenkapitalkrav for kørselskontorer.[153]

291. Et kørselskontor er underlagt både adgangskrav og løbende driftsforpligtelser. For at opnå tilladelse skal virksomheden bl.a. have en godkendt ansvarlig leder, fast forretningssted i Danmark, tilstrækkelig egenkapital, ingen væsentlig forfalden gæld til det offentlige og kunne sand-

---

[151] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 23.

[152] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 6, 32, 33 og 36.

[153] Jf. taxilovens § 4, stk. 2, §§ 21-23 og §§ 25-26, krav til tilladelser og driftsvilkår, jf. taxilovens §§ 3, 5 og 7-13 samt Evaluering af taxiloven, side 6 og 19-20.

synliggøre, at virksomheden kan drives på forsvarlig måde og i overensstemmelse med god skik inden for branchen. Når tilladelsen er udstedt, påhviler det bl.a. kørselskontoret at indsamle og opbevare tur- og vagtdata digitalt, lade de administrative systemer undergive årlig systemrevision, etablere klageordning og tilslutte sig landsdækkende klagenævn, overholde prisreglerne, offentliggøre priser på hjemmesiden og sikre, at biler knyttet til kørselskontoret har erhvervsansvarsforsikring.

292. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at der ikke er tilstrækkelig mulighed for udbudssubstitution til, at andre persontransportformer skal indgå som en del af det relevante marked for taxikørsel, jf. afsnit 4.2.

293. På baggrund af ovenstående og i overensstemmelse med tidligere praksis vurderer styrelsen, at taxikørsel udgør et separat relevant produktmarked fra anden persontransport.

5.1.1.1.2 Salg/formidling af taxikørsel udgør et separat marked

294. For passagererne kan bestilling og køb af en taxitur ske via flere kanaler. Passageren kan bestille via kørselskontorets egne kanaler (fx telefon og egen app) eller via en tredjeparts mobilitetsapp (fx Uber eller Bolt), når kørselskontoret er tilknyttet den pågældende mobilitetsplatform. Uanset bestillingskanal er ydelsen for passageren den samme, nemlig at få adgang til taxikørsel (transport fra punkt til punkt), og passagerens valg står i praksis mellem alternative bestillings- og købsveje til den samme underliggende ydelse.

295. Flere konkurrencemyndigheder har i tidligere praksis behandlet spørgsmål, der er relevante for afgrænsningen af markedet for taxikørsel og for formidling/bestilling af taxikørsel til passagerer.[154] Praksis er ikke fuldstændig ensartet, hvilket navnlig afspejler forskelle i national regulering og i, om sagerne vedrører den passagerrettede ydelse eller en særskilt formidlings- eller teknologiydelse.[155] Praksis viser, at vurderingen må bero på en konkret analyse af substitutionsmulighederne, herunder om passagererne opfatter de forskellige bestillingskanaler som funktionelt udskiftelige, og om kanalerne i praksis udøver et tilstrækkeligt konkurrencepres på hinanden.[156]

296. Praksis viser også en mere generel sondring mellem (i) selve taxikørslen og (ii) bestillings-/formidlingsydelser, hvor bestilling kan ske via en bestillingscentral eller via en app-udbyder. Den finske konkurrencemyndighed, Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV), beskriver således, at taximarkeder kan opdeles i et marked for taxitransport og et marked for taxiers bestillingsformid-

---

[154] Jf. den spanske konkurrencemyndigheds (CNMC) afgørelse af 30. november 2016 i sag C/0802/16, *Daimler/Hailo/mytaxi/Negocio Hailo*, punkt 36-41 og 53-59, hvor myndigheden behandler markedet for intermediering ved taxibestilling og bl.a. sondrer mellem bestilling via gaden og bestilling via intermediering samt vurderer forholdet mellem radiotaxi og app-baseret bestilling; Den italienske myndigheds (AGCM) afgørelse af 27. april 2021 i sag A521, *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino*, punkt 145-149, hvor radiotaxi og app-baseret intermediering vurderes inden for samme marked; samt CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, punkt 42-49 og 54, hvor adgangsform og kundesegmentering indgår i markedsafgrænsningen.

[155] Jf. CMA's afgørelse af 29. marts 2021, *Uber International B.V./GPC Computer Software Limited (Autocab)*, punkt 91-93, hvor CMA sondrer mellem referral networks og BDT, og punkt 94-98 samt 114, hvor CMA særskilt behandler markedet for taxitjenester til passagerer og samtidig fremhæver, at Autocabs BDT/netværk ikke kan anvendes direkte af individuelle passagerer eller chauffører. Det understøtter, at praksis ikke kun vedrører én og samme type ydelse, men også sager om særskilte teknologiske eller formidlingsmæssige input til taxiselskaber/kørselskontorer.

[156] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, punkt 38-39, 44 og 48-49, hvor CMA tager udgangspunkt i efterspørgsels- og udbudssubstitution og konkret vurderer betydningen af bl.a. adgangsform, pris og bekvemmelighed; jf. også punkt 50-54 om forskelle i konkurrencevilkår mellem kundesegmenter. Jf. endvidere CNMC's afgørelse af 30. november 2016 i sag C/0802/16, *Daimler/Hailo/mytaxi/Negocio Hailo*, punkt 53-59, hvor radiotaxi ikke anses for substituerbar med app-baseret intermediering, og AGCM's afgørelse af 27. april 2021 i sag A521, *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino*, punkt 145-149, hvor der derimod lægges vægt på faktisk substituerbarhed mellem radiotaxi og app-baserede kanaler.

ling, hvor vognmænd kan købe formidling fra et bestillingskontor (tilsvarende et kørselskontor i Danmark) eller en virksomhed, der tilbyder en mobilitetsapp, men de fastslår ikke endeligt, at der foreligger to særskilte relevante markeder.[157] Tilsvarende beskriver den irske afgørelse, *mytaxi/Hailo*, mytaxi som en "turfordeling-app", der gør det muligt for kunder at bestille, betale for og bedømme taxiydelser via internet/app. Fusionsparterne i sagen anførte i anmeldelsen, at transaktionen skulle styrke den fusionerede virksomhed i konkurrencen både mod andre app-baserede aktører og mod traditionel, ikke-app-baseret taxiformidling, men CCPC fandt det ikke nødvendigt at foretage en præcis afgrænsning af det relevante produktmarked.[158]

297. Den spanske konkurrencemyndighed, Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, (CNMC) gik et skridt videre og analyserede de relevante ydelser som bestillings-/formidlingstjenester for taxiture [159] på et tosidet marked, hvor efterspørgslen kom fra henholdsvis taxichauffører/VTC-chauffører [160] på den ene side og slutbrugere på den anden side.[161] CNMC afgrænsede i sagen markedet for formidling af taxi- og VTC-ture via app. Samtidig lod de det dog stå åbent, om taxi-apps og VTC-apps eventuelt burde opdeles i hver sit særskilte marked. CNMC fandt, at traditionel taxiformidling via radiocentral/telefoncentral ikke var substituerbar med app-baseret formidling, bl.a. som følge af appens ekstra funktionaliteter, forskelle i brugerprofil, asymmetrisk substitution og begrænset udbudssubstitution, og myndigheden konkluderede derfor, at de to former for formidling højst var komplementære, men at sammenhængen ikke var stærk nok til, at de kunne anses for at udgøre en del af det samme relevante produktmarked.[162]

298. CNMC fandt endvidere, at bestilling af taxi gennem en mellemmand (radiocentral eller app-baseret formidler) ikke indgik i samme marked som direkte kontrahering på gaden, bl.a. fordi der ved gadeture ikke findes nogen formidler, fordi chaufføren i sådanne tilfælde ikke betaler for kundekapring via en formidler, og fordi formidling giver passageren en merværdi i form af sparet planlægning og ventetid.[163]

299. CMA lagde i *Sheffield City Taxis* vægt på, at Hackney-kørsel (som er sammenligneligt med taxikørsel i Danmark, der i modsætning til private hire også kan prajes på gaden) og private hire havde samme grundlæggende formål, nemlig at transportere passagerer til en bestemt destination. Den væsentligste forskel angik, hvordan ydelsen blev tilgået, dvs. prajning eller taxiholdeplads over for forudbestilling. På trods heraf fandt CMA, at Hackney-kørsel udøvede et tilstrækkeligt konkurrencepres til at indgå i samme markedsafgrænsning som private hire for kontant- og kontokunder[164].[165]

300. I den senere *Uber/Autocab*-sag lagde CMA tilsvarende vægt på, at udviklingen i app-bestilling havde mindsket forskellen mellem Hackney-kørsel og private hire. CMA vurderede derfor fu-

---

[157] Jf. den finske konkurrencemyndighed (KKV), 16. december 2021, *Dnro* KKV/175/14.00.00/2020, punkt 26 (om opdeling i taxitransport og taxiers bestillingsformidling, herunder bestillingsapp-udbydere).

[158] Jf. den irske konkurrencemyndiged (CCPC), Merger Notification No. M/16/037 – *mytaxi/Hailo* (2. september 2016), punkt 4 (om mytaxi som dispatch-app til bestilling/betaling/rating) samt punkt 14 (om konkurrence med både app-baserede konkurrenter og traditionelle non-app-modeller).

[159] I sagen bruger CNMC udtrykket "Servicios de intermediación", om den ydelse, hvor en mellemmand forbinder chauffør og passager, enten via en traditionel radiocentral/telefoncentral eller via en app.

[160] VTC står for Vehículos con Conductor", altså bogstaveligt "køretøjer med chauffør". I den spanske regulering er det en anden kategori end taxi. CNMC beskriver, at VTC også kræver licens, men at reglerne adskiller sig fra taxi, navnlig fordi priserne ikke er regulerede, og fordi VTC-ture skal forudbestilles og ikke må søge kunder på gaden.

[161] Jf. CNMC's afgørelse i sag C/0802/16, *Daimler/Hailo/Mytaxi/Negocio Hailo*, punkt 86.

[162] Jf. CNMC's afgørelse i sag C/0802/16, *Daimler/Hailo/Mytaxi/Negocio Hailo*, punkt 42-59, navnlig punkt 53-59.

[163] Jf. CNMC's afgørelse i sag C/0802/16, *Daimler/Hailo/Mytaxi/Negocio Hailo*, punkt 38-41.

[164] Kontant-kunder er de kunder, der betaler ved turens afslutning. Konto-kunder er kunder, der betaler på faktura/invoice basis, fx virksomheder eller hoteller med en konto- eller aftaleordning hos operatøren.

[165] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, punkt 44, 49 og 59.

sionen på et downstream marked for levering af taxitjenester, som omfattede både Hackney-kørsel, private hire og app-baserede operatører som Uber.[166]

301. Den italienske konkurrencemyndighed, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ("AGCM"), afgrænsede i *Taxi Torino/Mytaxi* det relevante produktmarked som markedet for levering af ydelser til indsamling og fordeling af efterspørgslen efter taxikørsel. Markedet omfattede efter afgørelsen alle relevante bestillingskanaler, herunder både traditionelle direkte kanaler samt formidlingsplatforme som radiotaxi og app-baserede løsninger. Ved radiotaxi forstås i denne sammenhæng et traditionelt kørselskontor, som indsamler og fordeler bestillinger, historisk via radio og telefon, men som også kan anvende en app. AGCM lagde vægt på, at traditionel taxiformidling gennem et radiotaxi-kørselskontor og app-baseret taxiformidling i betydeligt omfang blev opfattet som ækvivalente og indbyrdes substituerbare. I sagen drev Taxi Torino således formidling både via radio/telefon og via appen Wetaxi[167], mens Mytaxi[168] var en selvstændig app-baseret formidler. AGCM henviste bl.a. til, at radiotaxi og apps blev anset som ækvivalente af over 70 pct. af de adspurgte passagerer, og at der kunne konstateres et langsomt, men konstant skifte fra telefonkanalen til app-kanalen. Afgørelsen understøtter dermed, at traditionel kørselskontorbaseret formidling og selvstændig app-baseret formidling efter omstændighederne kan indgå i samme marked for formidling af taxiture.[169]

302. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i sin tidligere praksis ikke undersøgt om formidlingstjenester er på samme marked som kørselskontorer.

303. Parterne har i anmeldelsen oplyst, at Uber før transaktionen var aktiv i Danmark ved at formidle taxitjenester via Uber-appen for kørselskontoret Drivr, mens Uber ikke selv var kørselskontor. Dantaxi er et autoriseret kørselskontor, som både før og efter fusionen sælger taxitjenester og indgår kommercielle aftaler med selvstændige vognmænd, der via ansatte chauffører udfører den faktiske transport. På den baggrund kan parternes aktiviteter ifølge parterne anses for at være horisontalt overlappende på et downstream marked for taxitjenester.[170]

304. Parterne beskriver endvidere et muligt marked for taxitjenester som tosidet med en udbudsside bestående af licenserede vognmænd/chauffører og en efterspørgselsside bestående af forbrugere, der ønsker transport fra A til B. Ifølge parterne forbinder kørselskontorerne de to sider ved at sælge taxitjenester og fordele ture mellem chauffører. Forbrugere retter som udgangspunkt henvendelse til et kørselskontor for at blive transporteret, undtagen i tilfælde af gadeture eller booking via mobilitetsapps (fx Uber eller Bolt), hvor efterspørgslen kanaliseres gennem appen, mens kørselskontorets priser og vilkår fortsat finder anvendelse.[171]

305. I den foreliggende udenlandske praksis beskrives formidling i visse sager som en særskilt ydelse, der leveres til vognmænd, og hvor udbyderne kan være enten kørselskontor/bestillingskontor eller app-baserede platforme herunder mobilitetsplatforme. I dansk kontekst må vurderingen imidlertid foretages i lyset af den gældende regulering, hvorefter salg af taxikørsel er forankret hos kørselskontorerne, som organiserer de tilsluttede vognmænd. Tredjemands mo-

---

[166] Jf. CMA's afgørelse af 29. marts 2021, *Uber International B.V./GPC Computer Software Limited (Autocab)*, punkt 96-98.

[167] Taxi Torino var det etablerede radiotaxi-kørselskontor i Torino, og Wetaxi blev drevet af en tredjepart, Move Plus, på grundlag af en eksklusivaftale med Taxi Torino. Wetaxi var dermed ikke en uafhængig platform i forhold til Taxi Torino, men en del af Taxi Torinos samlede formidlingssystem.

[168] Mytaxi var en selvstændig platform. AGCM beskriver Mytaxi som en app, der direkte forbinder chauffører og brugere. På chaufførsiden var modellen åben: Chauffører kunne bruge Mytaxi sideløbende med andre efterspørgselskanaler, de behøvede ikke radiotaxi-hardware, de havde ingen faste tilslutningsomkostninger, kunne udtræde straks, og de betalte alene en provision pr. gennemført tur, i Torino.

[169] Jf. AGCM's afgørelse af 27. april 2021 i sag A521, *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino*, punkt 82-86 og 141-147.

[170] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 5-6, 23, 95-97, 108, 120 og 125.

[171] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 121, 126, 128-134.

bilitetsplatforme kan således fungere som et supplement til kørselskontorernes egne bestillingskanaler, men kan ikke selvstændigt sælge taxikørsel.

306. Passagerer kan dog både efterspørge taxikørsel ved at kontakte et kørselskontor via dets egne kanaler (fx telefon, hjemmeside eller egen app) eller ved at bestille via en tredjeparts mobilitetsapp (fx Uber eller Bolt), når ét eller flere kørselskontorer stiller kapacitet til rådighed via platformen, som også illustreret i Figur 5.1. Både kørselskontorer og mobilitetsplatformes apps (herefter "mobilitetsapps") er således begge aktive inden for salg/formidling af taxikørsel rettet mod kunderne.

307. Det er styrelsens vurdering, at formidling via mobilitetsapps udøver et konkurrencepres på kørselskontorernes salg, når det angår passagerernes bestillinger. Konkurrencepresset retter sig mod kørselskontorets samlede salg af taxikørsel til passagerer via egne kanaler, idet passageren i praksis kan vælge at bestille en taxi via en mobilitetsapp frem for at kontakte et kørselskontor direkte.

308. For så vidt angår **efterspørgselssubstitution**, er det relevant at undersøge, i hvilken grad passagererne vil skifte mellem mobilitetsapps og kørselskontorets egne kanaler (herunder egen app), når de skal skaffe sig en taxi.

309. Styrelsens forbrugerundersøgelse viser, at størstedelen af forbrugerne ikke skelner skarpt mellem mobilitetsapps og kørselskontorens egne apps, men at der samtidig findes en ikke ubetydelig gruppe, som oplever en klar forskel, eller som ikke kan tage stilling. Således angiver [10-20] pct. af forbrugerne, at løsningerne er "fuldstændigt det samme", mens [10-20] pct. angiver, at der er "visse forskelle", men at de har mindre betydning. Yderligere [20-30] pct. angiver, at Uber/Bolt "stort set kan det samme" som kørselskontorernes apps, men at der alligevel er en betydelig forskel. Omvendt angiver [10-20] pct., at Uber/Bolt er "noget helt andet", og [20-30] pct. svarer "ved ikke".[172]

310. Andre resultater fra styrelsens markedsundersøgelse peger mere klart på substitution mellem mobilitetsapps og kørselskontorernes apps.

311. Styrelsens forbrugerundersøgelse viser, at der er efterspørgselssubstitution fra kørselskontorer til mobilitetsapps. Blandt passagerer, der på seneste taxitur bestilte via et kørselskontors egen app, og som oplyste, at de ville vælge en anden app, hvis den benyttede app ikke var tilgængelig i Danmark, ville [30-40] pct. således vælge en mobilitetsapp, mens [40-50] pct. ville vælge en app fra et andet kørselskontor, jf. Tabel 5.1.[173]

Tabel 5.1 **Nærmeste alternative app til kørselskontors app**

Mobilitetsapp	[30-40] pct.
Kørselskontors app	[40-50] pct.
Ved ikke	[20-30] pct.

[172] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 31.
[173] Jf. Styrelsens beregninger på baggrund af forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 14 og 26.

Note: Resultatet bygger på spørgsmål 14, der identificerer respondenter, som på seneste taxitur benyttede et kørselskontors egen app, spørgsmål 20, der identificerer respondenter, som ville have valgt en anden app, hvis den benyttede app ikke var tilgængelig, samt spørgsmål 21A, der identificerer, hvilken alternativ app respondenten i givet fald ville have valgt. Fordelingen mellem mobilitetsapps og apps fra andre kørselskontorer beror således på en filtrering af spørgsmål 21A blandt respondenter med spørgsmål 14 = kørsels-kontorapp og spørgsmål 20 = anden app.

Kilde: Styrelsens beregning på baggrund af besvarelser af forbrugerundersøgelsen spørgsmål 14 og 26.

312. Blandt passagerer, der på seneste taxitur bestilte via en mobilitetsapp, og som oplyste, at de ville vælge en anden app, hvis den benyttede app ikke var tilgængelig i Danmark, ville [40-50] pct. vælge en app fra et kørselskontor, mens [30-40] pct. ville vælge en anden mobilitetsapp. [20-30] pct. svarede "ved ikke", jf. Tabel 5.2. Der er således flere passagerer hos mobilitetsapps, der har bestilling hos et kørselskontor som nærmeste alternativ, end der er passagerer, der ville vælge en anden mobilitetsapp. Ser man bort fra svarpersoner, der svarede "ved ikke", er fordelingen [50-60] pct. til apps fra kørselskontor og [40-50] pct. til andre mobilitetsapps.

Tabel 5.2 **Nærmeste alternative app til mobilitetsapp**

Kørselskontors app	[40-50] pct.
Mobilitetsapp	[30-40] pct.
Ved ikke	[20-30] pct.

Note: Resultatet bygger på spørgsmål 14, der identificerer respondenter, som på seneste taxitur benyttede en mobilitetsapp, spørgsmål 20, der identificerer respondenter, som ville have valgt en anden app, hvis den benyttede app ikke var tilgængelig, samt spørgsmål 21A, der identificerer, hvilken alternativ app respondenten i givet fald ville have valgt. Fordelingen mellem kørselskontorernes apps, andre mobilitetsapps og 'ved ikke' beror således på en filtrering af spørgsmål 21A blandt respondenter med spørgsmål 14 = mobilitetsapp og spørgsmål 20 = anden app.

Kilde: Styrelsens beregning på baggrund af besvarelser af forbrugerundersøgelsen spørgsmål 14 og 26.

313. Styrelsen bemærker, at tilstedeværelsen af mobilitetsapps var et relativt nyt forhold i Danmark på undersøgelsestidspunktet. Dette kan forklare en del af substitutionen fra mobilitetsapps til kørselskontorer, da der reelt kun var to – forholdsvis nye – mobilitetsapps at vælge imellem.

314. Endelig peger undersøgelsen på, at der også er et vist konkurrencepres mellem mobilitetsplatformes apps og kørselskontorenes kanaler på pris. Selvom mobilitetsplatforme som Uber og Bolt ikke i henhold til regulering må prissætte og sælge taxikørsel, så kan mobilitetsplatforme konkurrere med kørselskontorernes bestillingskanaler på pris gennem bl.a. introduktionstilbud og rabatter, som mobilitetsplatformen finansierer i forhold til kørselskontorets pris. Forbrugerundersøgelsen viser i den forbindelse, at blandt de respondenter, der vælger Uber eller Bolt[174] frem for et kørselskontors app, angiver et klart flertal, at dette skyldes mulighed for lavere pris (52 pct).[175] Hertil kommer, at forbrugerundersøgelsen viser, at blandt respondenter, der har brugt flere taxi-apps, angiver 43 pct., at dette skyldes oplevede prisforskelle på tværs af

[174] I forbrugerundersøgelsen har det også været muligt at vælge TaxitoGo som mobilitetsplatform. [0-5] pct. af de adspurgte har anvendt TaxiToGo.
[175] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 16.

apps, og 29 pct. at introduktionstilbud og rabatter varierer på tværs af apps.[176] Der synes derfor at være betydelig priskonkurrence mellem mobilitetsapps og kørselskontorer over for passagererne.[177]

315. Endvidere fremhæver flere vognmænd i styrelsens undersøgelse, at Uber (og Bolt) anvender rabatter og lave priser til at tiltrække kunder, og at "*kunder vil bestille ture på Uber-app, for at opnå større rabbater*", ligesom en vognmand oplyser, at "[...] *Uber tilbyder store rabatter ved bestilling via Uber app, som vi ikke på nogen måde kan matche*". Disse udsagn peger på, at mobilitetsapps kan udøve konkurrencepres på kørselskontorernes egne kanaler via priskonkurrence.[178]

316. På baggrund af ovenstående vurderer styrelsen samlet, at en betydelig del af forbrugerne ikke skelner skarpt mellem mobilitetsapps og kørselskontorernes bestillingskanaler, herunder at forbrugerne i praksis opfatter mobilitetsappsne Uber og Bolt som et nærtliggende alternativ til kørselskontorernes egne apps og omvendt.

317. Givet den betydelige grad af efterspørgselssubstitution mellem mobilitetsapps og kørselskontorernes bestillingskanaler er det ikke relevant at foretage en nærmere analyse af mulighederne for udbudssubstitution mellem de to kanaler.

318. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at der kan afgrænses et relevant produktmarked, som ikke er bredere end markedet for salg/formidling af taxikørsel, der omfatter kørselskontorernes egne salgskanaler, herunder telefon, hjemmeside, egen app samt prajning/taxiholdeplads, og formidling via mobilitetsapps.

5.1.1.1.3 Salg/Formidling via app kan udgøre et separat segment

319. Konkurrencemyndigheder har i tidligere sager om taxi og app-baserede mobilitetsplatforme overvejet, om relevante produktmarkeder bør segmenteres efter bestillings-/adgangskanal, herunder navnlig om forudbestilling via app udgør et særskilt segment i forhold til prajning eller opsøgning ved taxiholdeplads, og/eller i forhold til mere traditionelle bestillingsformer som telefonbaseret radiotaxi/kørselskontor. Praksis peger i forskellige retninger og viser, at salgskanalspørgsmålet typisk vurderes konkret ud fra, om passagerer (i) i tilstrækkeligt omfang skifter mellem kanaler, og (ii) oplever kanalerne som funktionelt udskiftelige.

320. I *Uber/Autocab* beskrev CMA, at udbydere af taxikørsel kan modtage bestillinger gennem flere kanaler, herunder prajning, via telefon, internet og typisk via app, mens app-baserede aktører navnlig fokuserer på app-bestillinger. Respondenterne i CMA's markedsundersøgelse oplyste, at sondringen mellem Hackney-kørsel og private hire i praksis var blevet mindre skarp efter udbredelsen af app-bestilling, hvilket var foreneligt med parternes synspunkt. Afgørelsen vedrørte imidlertid primært booking- og turfordelings-teknologi og referral-netværk[179], og afgørel-

[176] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 5.

[177] Af øvrige årsager angives bl.a. "*Jeg valgte at bruge den app, jeg altid bruger*" (22 pct.), "*Der var kortere ventetid*", (16 pct.) og "*Jeg syntes at denne app var nemmere at bruge end andre apps*" (15 pct.).

[178] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 86.

[179] I den konkrete sag betød booking- og turfordelings-teknologi det system, som et kørselskontor bruger til at modtage taxibestillinger og sende dem videre til den rigtige chauffør. Referral-netværk betød et viderehenvisningsnetværk for ture. Det bruges, når den aktør, der modtager en bestilling, ikke selv kan udføre turen. I CMA-sagen beskrives iGo-netværket som et netværk, der koblede efterspørgsel efter taxiture med udbud, fx når en tur lå uden for et selskabs område, eller når selskabet ikke havde ledige biler. Det bruges også af andre aktører, som har kunder med transportbehov, men ikke selv har biler.

sen kan derfor navnlig bruges som støtte for, at flere bestillingskanaler kan eksistere side om side, men er mindre egnet som selvstændigt grundlag for en snæver segmentering.[180]

321. Den italienske konkurrencemyndighed, AGCM, har i *Taxi Torino/Mytaxi* anlagt en mere direkte vurdering af forholdet mellem app og radiotaxi/kørselskontor. AGCM lagde vægt på, at mange radiotaxi-udbydere – ved siden af telefonisk bestilling – også anvendte dedikerede apps, og at app-tjenesten (mobilitetsplatforme) fra slutbrugerens side fungerede på en måde, der var væsentligt sammenlignelig med de apps, som blev anvendt af radiotaxi. AGCM anførte endvidere, at alle formidlingsplatforme – uanset om de anvendte telefonlinjer, app eller anden teknologi – konkurrerede med hinanden både på bruger- og chaufførsiden. Myndigheden henviste desuden til data, som viste et gradvist skifte fra telefon til app og dermed en reel og konkret substituerbarhed mellem de to kanaler.[181]

322. Omvendt findes der praksis, hvor myndigheder har afgrænset et snævrere marked for app-baseret, platformmatchet transport og holdt "street-hail", dvs. prajning, uden for markedet. I *Grab/Uber* fandt Competition and Consumer Commission of Singapore ("CCCS"), at street-hail alene var en ufuldkommen substitut til platformydelser. Myndigheden støttede bl.a. dette på empiriske data, som viste, at der efter Ubers ophør ikke skete noget nævneværdigt skifte fra Uber til street-hail, mens efterspørgslen i stedet i betydeligt omfang flyttede til Grab, som er en mobilitetsapp[182]. CCCS konkluderede derfor, at street-hail faldt uden for det relevante marked. Street-hail udøvede muligvis et vist konkurrencepres på platformtjenester, men ikke et tilstrækkeligt tæt, effektivt og umiddelbart konkurrencepres til at blive anset som del af samme relevante marked. CCCS tog dog også graden af konkurrencepres fra street-hail i betragtning, selv om street-hail blev holdt uden for markedet.[183]

323. Der findes samtidig praksis, hvor app-kanalen er afgrænset som et særskilt segment i forhold til traditionelle radiotaxi-kanaler. I den spanske fusionssag *Daimler/Hailo/mytaxi* (HAILO) vurderede CNMC's Dirección de Competencia, at substituerbarheden mellem app og radiotaxi ikke var symmetrisk. Myndigheden fremhævede, at en slutkunde, som havde vænnet sig til at bruge en app, ville have vanskeligt ved at se radiotaxi som en reel substitut, bl.a. fordi appen også var gratis for passageren og tilbyder ekstra funktionalitet (fx betaling i app). På den baggrund fandt myndigheden, at traditionel radiotaxi-formidling ikke udgjorde en substitut til parternes app-baserede intermediering, og at de to bestillingskanaler derfor ikke var del af samme relevante produktmarked.[184]

324. Styrelsen finder, at app-baseret formidling i praksis kan foregå på væsentligt andre vilkår end øvrige bestillingskanaler. Styrelsen lægger i den forbindelse vægt på, at app-baserede bestillinger typisk giver passageren adgang til flere og mere standardiserede oplysninger før og under turen end ved bestilling via fx telefon eller taxiholdeplads. App-baserede løsninger kan bl.a. give prisoplysning forud for bestilling og et hurtigt overblik over en fastpris på turen, mulighed for at sammenligne pris og ventetid på tværs af alternativer, visning af forventet afhentningstidspunkt (ETA), bilens placering, den foreslåede rute samt oplysninger om chauffør og bil. Hertil kommer, at passageren i appen typisk kan kommunikere med chaufføren (fx via chat), og at app-baserede løsninger i højere grad kan understøtte kampagner, rabatter og andre salgsfrem-

---

[180] Jf. CMA's afgørelse af 29. marts 2021, *Anticipated acquisition by Uber International B.V. of GPC Computer Software Limited*, note 4, punkt 94-98 og punkt 101-103.

[181] Jf. AGCM's afgørelse af 27. april 2021 i sag A521 – *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino*, punkt 66-70, punkt 80-84 og 145.

[182] Grab omfattede flere former for forudbestilt kørsel, herunder private hire-biler, og ikke kun taxi.

[183] Jf. Competition and Consumer Commission of Singapores (CCCS) afgørelse af 24. september 2018, *Sale of Uber's Southeast Asian business to Grab*, punkt 141-144.

[184] Jf. CNMC's afgørelse i sag C/0802/16, *Daimler/Hailo/Mytaxi/Negocio Hailo*, punkt 53-59, om manglende efterspørgselssubstitution fra app til radiotaxi og konklusion om, at radiotaxi som udgangspunkt ikke indgår i samme relevante produktmarked som app-baseret intermediering.

mende tiltag rettet mod passagerer grundet data og app-kanalens format. Disse funktioner og vilkår er almindeligvis ikke tilgængelige i samme omfang ved bestilling via andre kanaler.

325. Konkurrencen kan variere mellem salgskanaler afhængigt af lokale forhold og forbrugsmønstre, idet det kan variere fra sted til sted og fra situation til situation, hvor meget de enkelte salgskanaler faktisk konkurrerer mod hinanden. I nogle kommuner eller tidsrum kan mange passagerer bruge apps, så app-kanalen lægger et stort konkurrencepres på telefon/taxiholdeplads. I andre områder kan telefon eller taxiholdeplads fylde mere, fordi færre bruger apps, eller fordi der er færre biler og længere ventetid.

326. Flere kørselskontorer har oplyst til styrelsen, at anvendelsen af app bliver mere og mere udbredt. Fx har en aktør udtalt, at "*Gadeture er blevet mindre almindelige, da kunderne i stigende grad booker kørsel via apps*"[185], og en anden aktør oplever [xxx], at deres kunder bestiller taxikørsel via kørselskontorets egen app[186]. En tredje aktør forventer, at de øvrige konkurrenter følger med over på apps, men at det nok kræver en del investeringer for konkurrenterne og vurderer, at det i dag er nødvendigt for et kørselskontor at have en app for at kunne konkurrere om kunderne, da kunderne generelt i høj grad har taget app-bestillinger til sig.[187]

327. Styrelsens forbrugerundersøgelse viser, at passagerer i praksis anvender flere alternative bestillingskanaler ved anskaffelse af taxikørsel. I forbindelse med respondenternes seneste taxitur angiver ca. 43 pct. at have bestilt via app, ca. 29 pct. at have bestilt ved at ringe til et kørselskontor, og ca. 18 pct. at have prajet en taxi (fx på gaden eller ved en taxiholdeplads), mens ca. 2 pct. bestilte via kørselskontorets hjemmeside.[188] Tallene indikerer samlet, at app-bestilling er udbredt, men at andre kanaler fortsat anvendes.

328. Styrelsen finder, at Ubers og Bolts indtræden på det danske marked har medvirket til at øge passagerernes brug af app-bestilling, og at denne udvikling fortsat synes at være i gang. Selv om styrelsens undersøgelse er gennemført efter fusionen, og fusionen derfor kan have forstærket denne udvikling, vurderer styrelsen ikke, at dette har haft væsentlig betydning for ovenstående resultater eller for vurderingen af markedsafgrænsningen i denne sag.

329. For så vidt angår **efterspørgselssubstitution**, har styrelsen undersøgt, i hvilket omfang passagerer, der bestiller taxi via app, vil skifte til andre bestillingskanaler, hvis den valgte app ikke er tilgængelig i Danmark. Forbrugerundersøgelsen peger på, at substitutionen ikke alene sker mellem apps. Blandt de passagerer, der senest bestilte via app, angav 37 pct., at de i stedet ville have ringet til et kørselskontor, 9 pct., at de ville have forsøgt at praje en taxi på gaden eller ved en taxiholdeplads, og 6 pct., at de ville have bestilt via et kørselskontors hjemmeside. 34 pct. angav, at de ville have valgt en anden app.[189] Der er således en ikke uvæsentlig substitution fra app-baseret bestilling til øvrige bestillingskanaler, hvilket taler imod, at app-baseret bestilling udgør et særskilt segment. Det skal dog bemærkes, at hvis man ser på besvarelsen af styrelsens spørgsmål i forbrugerundersøgelsen "*Hvordan skaffede du taxien i forbindelse med din seneste taxitur?*", er andelen, der bestilte seneste taxitur via app, 56 pct. i Hovedstaden. Det tilsvarende niveau i Jylland er lavere. Ser man på de tre jyske regioner hver for sig, er andelen 21 pct. i Sydjylland 36 pct. i Midtjylland og 43 pct. i Nordjylland. Et vægtet gennemsnit for Jylland ligger dermed på ca. 32 pct.[190]

[185] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxi 4x27 den 30. september 2025.
[186] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.
[187] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[188] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 10.
[189] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 20.
[190] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 10.

330. Det samme billede går igen, hvis man kigger på andelen af respondenter, der har installeret en app. Andelen, der har mindst én taxi-app installeret, er 81 pct. i Hovedstaden mod ca. 49 pct. i Jylland samlet. Og andelen, der har brugt en taxi-app inden for de seneste seks måneder, er 72 pct. i Hovedstaden mod ca. 44 pct. i Jylland samlet.[191]

331. Forbrugerundersøgelsen peger således på, at app-bestilling af taxi er væsentligt mere udbredt i Hovedstaden end i flere andre landsdele.

332. Oplysninger fra kørselskontorer peger også på, at kanalvalget bl.a. varierer efter kundetype og geografi. En aktør har således oplyst, at yngre og mere prisfølsomme kunder primært bestiller taxikørsel via app, mens ældre kunder i højere grad foretrækker personlig betjening og telefonbestilling.[192] Andre kørselskontorer har tilsvarende oplyst, at gadeture er blevet mindre almindelige, fordi kunder i stigende grad booker kørsel via apps, men at kunder i landområder i højere grad anvender telefonopkald end kunder i byområder.[193]

333. For så vidt angår **udbudssubstitution**, bemærker styrelsen, at nogle kørselskontorer allerede udbyder bestilling gennem flere salgskanaler, herunder telefon, hjemmeside og egen app. Dette viser, at visse kørselskontorer kan være aktive på tværs af flere bestillingskanaler. Dette er imidlertid ikke i sig selv tilstrækkeligt til at godtgøre, at de fleste, om ikke alle, udbydere inden for øvrige bestillingskanaler på kort sigt og uden væsentlige yderligere irreversible omkostninger eller risici kan omlægge deres udbud til konkurrencedygtig app-formidling.

334. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at det for kørselskontorer, som ikke allerede har en app[194], samt for nyopstartede kørselskontorer vil indebære væsentlige investeringer at kunne tilbyde app som salgskanal.[195]

335. Styrelsen lægger i den forbindelse vægt på, at et kørselskontor, som ikke allerede har en app-baseret bestillingsløsning, typisk må foretage investeringer i udvikling, integration, drift, vedligeholdelse og markedsføring for at kunne udbyde app-bestilling. Alternativt vil kørselskontoret skulle indgå aftale med en mobilitetsplatform for at få adgang til en sådan kanal,[196] hvilket kræver, at mobilitetsplatformen ønsker et samarbejde. Dette taler for, at udbudssubstitutionen mod app-formidling kan være begrænset.

336. Styrelsen bemærker, at afgrænsningen af produktmarkedet primært beror på vurderingen af efterspørgselssubstitution. Selv om der kan være begrænset grundlag for at antage, at udbydere af øvrige bestillingskanaler på kort sigt og uden væsentlige omkostninger kan omlægge deres udbud til fuldt ud konkurrencedygtig app-formidling, udelukker dette ikke i sig selv, at app-bestilling kan indgå i et bredere marked, hvis passagererne i praksis anser de forskellige bestillingskanaler som lettilgængelige substitutter.

337. På baggrund af ovenstående vurderer styrelsen, at der er en vis grad af efterspørgselssubstitution mellem app og øvrige bestillingsmetoder. Styrelsen lægger dog vægt på, at app-bestilling har visse funktionelle egenskaber, som ikke i samme omfang gør sig gældende for telefonbestilling, hjemmesidebestilling eller gadeture. Det gælder bl.a. prisforudsigelighed, rabatter, oplysninger om forventet ventetid, tracking, chaufføroplysninger og integreret betaling. Samtidig synes app-bestilling at have fået stigende betydning ved formidling af taxikørsel til passagerer.

---

[191] Styrelsens egen beregning på baggrund af forbrugerundersøgelsens spørgsmål 10.

[192] Referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

[193] Referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxi 4x27 den 30. september 2025.

[194] Disse kørselskontorer er primært mindre lokale kørselskontorer.

[195] I styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 42, svarede [xxx] hertil, at de vurderer, [xxx].

[196] Af styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 112, fremgår, at [xxx]pct. af kørselskontorerne har svaret "Vi er blevet afvist af de mobilitetsapps, vi har spurgt" og at [xxx] pct. har svaret "Ingen mobilitetsapp har tilbudt os tilknytning", som primære hindringer for tilslutning til en mobilitetsapp.

Det konkurrencepres, som øvrige bestillingsmetoder udøver på app-bestilling, kan efter omstændighederne afhænge af udbredelsen af bestilling via app i et givent område. Dette taler for, at der ikke er fuld efterspørgselssubstitution.

338. Det er imidlertid styrelsens vurdering, at den endelige afgrænsning af det relevante produktmarked i denne sag kan stå åben, idet fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt uanset, om markedet afgrænses bredt til at omfatte alle bestillingskanaler, eller afgrænses snævert til et særskilt segment for salg/formidling af taxikørsel via app, jf. punkt 886.

5.1.1.1.4 Salg/formidling af taxikørsel til privatkunder udgør et særskilt marked

339. I det følgende vurderer styrelsen, om salg/formidling af taxikørsel til privatkunder udgør et særskilt marked for salg/formidling af taxikørsel. Vurderingen tager navnlig sigte på, om private passagerers efterspørgsel adskiller sig fra andre kundetypers efterspørgsel, herunder erhvervs- og offentlige kunders, således at konkurrencevilkårene er forskellige mellem segmenterne. Styrelsen undersøger i den forbindelse bl.a., om privatkunder køber taxikørsel på andre vilkår, gennem andre indkøbskanaler og med andre konkurrenceparametre end øvrige kundetyper.

340. Flere nationale konkurrencemyndigheder har i tidligere praksis vurderet markedet for taxikørsel og i den forbindelse overvejet, om markedet bør segmenteres efter kundetype.

341. I Trøndertaxi/Sør-Trøndelag Taxi[197] identificerede Konkurransetilsynet to segmenter inden for taxikørsel: enkeltrejser og kontraktkørsel. Enkeltrejser omfatter ture, der bestilles gennem en central, direkte hos chaufføren eller ved prajning på gaden, mens kontraktsegmentet omfatter kørsler for det offentlige og erhvervskunder, som udføres efter udbud eller kontraktforhandlinger. Konkurransetilsynet lagde imidlertid vægt på, at vognmænd[198] som udgangspunkt ønsker at betjene begge segmenter, og at de uden væsentlige omstillingsomkostninger kan markedsføre deres tjenester i begge. På den baggrund fandt tilsynet ikke grundlag for at opdele segmenterne i separate produktmarkeder og afgrænsede det relevante produktmarked til taxikørsel.

342. CMA sondrede i *Sheffield City Taxis/Mercury Taxis* mellem udbudskunder og henholdsvis kontant- og kontokunder og lagde vægt på, at segmentering kan være relevant, når leverandører kan tilbyde forskellige vilkår til forskellige kundegrupper, således at konkurrencevilkårene varierer mellem grupperne.[199] CMA fandt konkret, at priserne til udbudskunder afveg fra de almindelige priser, hvilket tydede på prisdifferentiering mellem kundegrupperne, og at udbudskunder havde særlige krav, herunder hurtigt tilgængelige køretøjer, stor flådekapacitet og i nogle tilfælde særligt uddannede chauffører og køretøjer med kørestolsadgang. Tredjeparter oplyste endvidere, at ikke alle private hire-udbydere kunne eller ville betjene denne type kunder.[200] På den baggrund fandt CMA, at de konkurrencemæssige dynamikker varierede væsentligt, og at udbuddet af private hire- og Hackney-kørsel til kontant- og kontokunder skulle vurderes særskilt fra udbuddet til udbudskunder.[201] Denne segmentering slog også igennem i den materielle vurdering. For kontant- og kontokunder fandt CMA ikke grundlag for at antage, at fusionen ville medføre en væsentlig begrænsning af konkurrencen, navnlig fordi der fortsat var

---

[197] Jf. Vedtak V2007-1- Trøndertaxi AS – Sør-Trøndelag Taxi AS – konkurranseloven § 16 – inngrep mot foretakssammenslutning, 5. februar 2007, side 5 ff. (ref. 2006/1410-104).

[198] Efter norsk ret er en 'løyvehaver' indehaveren af et drosjeløyve, dvs. en tilladelse til at drive taxikørsel. Begrebet svarer funktionelt nærmest til en vognmand med taxitilladelse. 'Drosjetransport' svarer til taxikørsel.

[199] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, punkt 50-51.

[200] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, punkt 52-53.

[201] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, punkt 54 og 59.

konkurrencepres fra mellemstore private hire-udbydere, Hackney-vogne samt nye app-baserede aktører som Uber og Gett.[202] For udbudskunder nåede CMA derimod til det modsatte resultat og fandt, at fusionen gav anledning til betydelige konkurrencemæssige betænkeligheder, idet andre udbydere kun i begrænset omfang udøvede et effektivt konkurrencepres, og idet CMA ikke tillagde Uber eller Gett vægt som konkurrencepres i dette segment.[203]

343. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens praksis indeholder overvejelser om, at kunder til taxikørsel kan inddeles i privatkunder og erhvervskunder, ligesom der i afgørelserne sondres mellem erhvervsmæssig brug af taxi og kørsler relateret til sygetransport, handicapkørsel m.v. Der er imidlertid ikke tidligere foretaget en snævrere segmentering af det overordnede marked for taxikørsel.[204]

344. Styrelsen vurderer på baggrund af praksis og de foreliggende oplysninger i sagen, at der kan være grundlag for at segmentere markedet for salg/formidling af taxikørsel efter kundetype, navnlig mellem (i) privatkunder[205] på den ene side og (ii) erhvervskunder (kontraktbaserede kunder) (iii) og offentlige kunder på den anden side. Styrelsen lægger i den forbindelse vægt på, at de forskellige kundetyper i praksis efterspørger taxikørsel via forskellige indkøbskanaler og på forskellige vilkår, og at konkurrencen derfor kan udspille sig forskelligt.

345. For så vidt angår **efterspørgselssubstitution**, skal der foretages en vurdering af, om privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder efterspørger taxikørsel under tilstrækkeligt ensartede konkurrencevilkår, eller om forskelle i indkøbsform, prisstruktur, servicekrav, dokumentationskrav og skifteomkostninger indebærer, at kørselskontorerne kan målrette og forskelsbehandle disse kundegrupper særskilt. Vurderingen skal navnlig belyse, om en forringelse af vilkårene over for én kundetype vil få kunderne til at skifte til andre udbydere eller andre indkøbsformer, som er realistiske alternativer for den pågældende kundetype.

346. Privatkunder køber typisk taxikørsel som enkeltstående ture, hvor efterspørgslen initieres ad hoc via de tilgængelige bestillingskanaler hos kørselskontor eller via mobilitetsapps, og hvor centrale konkurrenceparametre bl.a. er tilgængelighed, ventetid, priser, bekvemmelighed og brugeroplevelse.

347. For erhvervskunder og offentlige kunder sker købet derimod ofte på aftalte vilkår og som led i et mere formaliseret kundeforhold. For erhvervskunder sker dette fx via firmakonto, fakturering, rabataftaler eller lignende, mens offentlige kunder (regioner og kommuner) oftere køber via udbud eller rammeaftaler. For disse kundetyper stilles der endvidere krav til bl.a. dokumentation, afregning, rapportering, serviceniveau og i relevante tilfælde særlige krav til køretøj eller tilgængelighed.

348. [xxx] fremhæver, at for erhvervskunder efterspørges centraliseret fakturering, rapportering på turniveau og ofte også SLA'er[206] (fx garanterede ventetider).[207]

---

[202] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, summary, punkt 4 samt punkt 95.

[203] Jf. CMA's afgørelse af 13. oktober 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, summary, punkt 5 samt punkt 100-104, navnlig punkt 103-104.

[204] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 26. april 2000, *Klage over bindende priser for taxikørsel i Sønderjyllands Amt*, side 5, punkt 28-30.

[205] Privatkunder dækker også de små erhvervskunder, der har en adfærd der tilsvarer privates, fx en lille butik der anvender samme vilkår som private.

[206] Service Level Agreement: En SLA er en formel kontrakt eller aftale mellem en tjenesteudbyder og en kunde, hvor man definerer målbare krav og forventninger til leveringen af en bestemt service. Det kan fx omfatte specifikke krav til responstider, tilgængelighed (fx hvor hurtigt der skal reageres på en booking eller bestilling), leveringssikkerhed, fejlretning, support, dokumentation mv.

[207] Bolts svar i markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 64.

349. Dantaxi oplyser, at i modsætning til privatkunder vil erhvervskunder typisk være mere fokuserede på de samlede omkostninger og besparelser forbundet med kontrakten, end på prisen for den enkelte tur.[208]

350. Markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer understøtter, at der kan være grundlag for at sondre mellem private passagerer, erhvervskunder og offentlige kunder.[209]

351. Dette understøttes også af de foreliggende markedsandelsoplysninger. Disse viser, at de enkelte aktørers position varierer betydeligt mellem kundegrupperne. En aktør, der havde en andel på ca. [xxx] pct. af omsætningen på privatkunder i 2025, havde således ingen omsætning over for erhvervskunder eller offentlige kunder, mens en anden aktør havde en andel på ca. [xxx] pct. for erhvervskunder, men alene ca. [xxx]. for privatkunder. For offentlige kunder er andelene endvidere markant mere koncentreret end for privatkunder og erhvervskunder, idet én aktør gennem hele perioden havde ca. [xxx] pct. af offentlige kunders omsætning. De store forskelle i aktørernes relative styrke peger på, at kundegrupperne ikke efterspørger fuldt ud samme ydelse på samme vilkår, og at konkurrencevilkårene derfor kan variere mellem privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder.[210]

352. Markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer viser endvidere, at aftaler med erhvervskunder typisk omfatter rabat- eller prisaftaler, fakturering eller kontoordning, kreditaftaler, specifikke servicekrav, rapportering samt i visse tilfælde krav om bestemte køretøjer.[211] Det fremgår i den forbindelse, at 100 pct. af de kørselskontorer, der har erhvervskunder, angiver, at deres aftaler indeholder rabat eller prisaftale i forhold til standard taxametertakster.[212] Aftalerne er typisk individuelt forhandlede, idet 70 pct. angiver, at vilkårene overvejende forhandles individuelt med erhvervskunden, mens 30 pct. overvejende anvender standardaftaler.[213]

353. Rabatterne ligger oftest i intervallet [xxx] pct.[214], og prisen [xxx].[215]

354. Nye erhvervskundeaftaler opstår ofte ved, at virksomheden selv kontakter kørselskontoret uopfordret, selv om opsøgende salg også forekommer[216], mens de kørselskontorer, der ikke har erhvervskunder, bl.a. peger på kørselskontorets manglende kapacitet, kundernes binding til andre leverandører eller manglende mulighed for at tilbyde de vilkår, som virksomheder efterspørger, fx pris, dækningsgrad eller responstid.[217]

355. I markedsundersøgelsen blandt kørselskontorerne angiver 67 pct. af de adspurgte, at de har erhvervskunder, som køber taxikørsel på baggrund af en aftale eller kontrakt, fx via firmakonto, fakturering, rabataftale eller lignende.[218] Samtidig vurderer 47 pct. af kørselskontorerne, at taxikørsel for erhvervskunder i meget høj grad kræver andre vilkår end taxikørsel for privatkunder, mens yderligere 47 pct. vurderer, at dette i nogen grad er tilfældet (de resterende 7 pct. af kørselskontorerne har svaret "ved ikke").[219]

---

[208] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 494.
[209] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 61, 64, 67, 70, 73, 76, 79 og 82.
[210] Styrelsens beregninger på baggrund af oplysninger indhentet fra kørselskontorerne.
[211] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 73.
[212] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 73.
[213] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 76.
[214] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 82.
[215] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 79.
[216] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 70.
[217] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 67.
[218] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 61.
[219] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 64.

356. For så vidt angår offentlige kunder, peger undersøgelsen på, at disse i endnu højere grad stiller særlige krav. Det fremgår således, at 100 pct. af kørselskontorerne angiver, at offentlige kunder typisk stiller krav om særlige chaufføruddannelser eller kurser, 92 pct. angiver krav om særlige køretøjer, fx handicapbiler, og 92 pct. angiver deltagelse i udbud eller rammeaftaler.[220] Herudover nævner 75 pct. særlige rapporterings- eller dokumentationskrav, 67 pct. særlig erfaring og 58 pct. særlige IT- eller bookingsystemer.[221] Disse forhold understøtter, at offentlige kunder i videre omfang end øvrige kundetyper efterspørger en ydelse med særlige krav til dokumentation, afregning, rapportering, serviceniveau, tilgængelighed og i relevante tilfælde særligt køretøj eller særlige chaufførkompetencer.

357. Endvidere bemærker styrelsen, at en privat passager ikke uden videre kan gøre brug af en offentlig kontrakt eller en erhvervsaftale, medmindre den pågældende passager er omfattet af aftalen.

358. Samlet viser styrelsens undersøgelser, at erhvervskunder og offentlige kunder efterspørger taxikørsel på andre vilkår end private passagerer, herunder rabatter i forhold til normalprisen samt øvrige aftalebaserede vilkår. Det indebærer, at ad hoc-taxikørsel på privatkundevilkår ikke uden videre udgør et nært alternativ for erhvervskunder og offentlige kunder, og at normalprisen for "almindelige" taxiture derfor ikke nødvendigvis udøver et væsentligt konkurrencepres på prissætningen i erhvervs- og offentlige aftaler.

359. For så vidt angår **udbudssubstitution** bemærker styrelsen, at vognmænd og kørselskontorer i et vist omfang kan levere taxikørsel til flere kundetyper, herunder private passagerer, erhvervskunder og offentlige kunder. Styrelsen lægger dog vægt på, at betjening af erhvervskunder og navnlig offentlige kunder i praksis forudsætter særlige investeringer og organisatoriske forudsætninger, herunder evne til at opfylde aftalte serviceniveauer, håndtere krav til dokumentation og rapportering, etablere konto- og afregningsløsninger samt i relevante tilfælde stille særlige køretøjer til rådighed eller opfylde særlige kompetencekrav.[222] Disse forhold indebærer, at udbydere, som kun tilbyder taxikørsel til privatkunder, ikke nødvendigvis på kort sigt og uden væsentlige omkostninger eller risici kan omlægge deres aktivitet til også effektivt at betjene erhvervs- og offentlige kunder.[223] Dette understøtter, at udbudssubstitutionen mellem kundetyper er begrænset**.**

360. Styrelsen finder på den baggrund, at salg/formidling af taxikørsel til privatkunder udgør et særskilt produktmarked, adskilt fra erhvervs- og offentlige kunder.

361. Styrelsen finder det derimod ikke nødvendigt at tage endeligt stilling til, om erhvervskunder og offentlige kunder hver for sig udgør særskilte kundesegmenter i denne sag, idet denne afgrænsning kan stå åben, da fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænses til særskilte kundesegmenter for henholdsvis erhvervs- og offentlige kunder, jf. punkt 583 ff.

5.1.1.1.5 Limousinekørsel udgør ikke en del af markedet

362. Styrelsen vurderer i det følgende, om limousinekørsel udgør et tilstrækkeligt nært alternativ til taxikørsel til, at limousinekørsel skal indgå i det relevante marked for salg/formidling af taxikørsel til passagerer. I den forbindelse ser styrelsen navnlig på, om passagerer vil anse limousinekørsel som et reelt alternativ til almindelig taxikørsel, og om udbydere af limousinekørsel i

---

[220] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 97.
[221] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 97.
[222] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 64, 73 og 97.
[223] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 33 og 61.

tilstrækkeligt omfang kan udøve et effektivt konkurrencepres på formidlingen af taxikørsel til passagerer.

363. Limousinekørsel i taxilovens forstand kan i visse henseender udgøre et nært beslægtet dør-til-dør-produkt, idet limousinekørsel ligeledes tilbyder direkte persontransport med høj komfort. Limousinekørsel er imidlertid reguleringsmæssigt og funktionelt positioneret som en særskilt ydelse. Efter taxiloven omfatter limousinekørsel repræsentationskørsel og lignende kørsel i enten specialbyggede limousiner eller i biler, hvis almindelige handelsværdi før skatter og afgifter overstiger 500.000 kr., ligesom det i særlige tilfælde kan tillades, at andre biler anvendes, hvis de har en særlig attraktionsværdi som limousine.[224]

364. Det fremgår endvidere af lovforarbejderne, at limousinekørsel omfatter befordring "efter særlig aftale"[225]. Dette understøtter, at limousinekørsel som udgangspunkt er en særlig planlagt ydelse og ikke indrettet til uopfordret opsamling af kunder i samme forstand som taxikørsel.[226] Endvidere er limousinekørsel ikke omfattet af taxilovens prisloft eller de øvrige forbrugerbeskyttelsesregler, som alene gælder for taxikørsel. I tråd hermed følger det af de særlige krav til biler til erhvervsmæssig persontransport, at limousiner ikke må være udstyret og afmærket som taxier, herunder med taxameter m.v.[227]

365. Styrelsen bemærker, at limousinekørsel historisk har været en ydelse, der bestilles efter særlig aftale, og som derfor ikke på samme måde som almindelig taxikørsel har været tilgængelig gennem de umiddelbare bestillingskanaler for passagerer. Med fremkomsten af mobilitetsapps er denne forskel i et vist omfang blevet mindre udtalt, idet passagerer på visse platforme, som Uber og Bolt, kan få adgang til både almindelig taxi og premium- eller limousinekategorier. Det ændrer dog ikke i sig selv ved, at limousinekørsel fortsat adskiller sig fra almindelig taxikørsel med hensyn til regulering, biltype, pris og typisk anvendelse.

366. For så vidt angår **efterspørgselssubstitution** bemærker styrelsen, at limousinekørsel fremstår som en mere eksklusiv ydelse med et højere prisniveau og et andet anvendelsesformål end taxikørsel. Det taler for, at kunder, der efterspørger almindelig taxikørsel, kun i begrænset omfang vil anse limousinekørsel for et reelt alternativ, og at efterspørgselssubstitutionen fra taxikørsel til limousinekørsel derfor er begrænset.

367. Styrelsens prisobservationer på mobilitetsplatforme understøtter, at limousinekørsel/premium-kategorier prissættes væsentligt højere end almindelig taxi. På Ubers app kostede en almindelig taxi 187 kr., mens den tilsvarende limousinekategori (Uber Black) kostede 387 kr., svarende til en merpris på ca. 107 pct. På Bolts app kostede den billigste almindelige kategori 100 kr., mens henholdsvis *Chauffeur Business Class* kostede 400 kr. og *Chauffeur First Class* 495 kr., svarende til merpriser på henholdsvis 300 pct. og 395 pct. Prisobservationerne understøtter dermed, at limousinekørsel/premium-kategorier også prismæssigt er positioneret som særskilte og væ-

[224] Jf. taxiloven, § 4.

[225] Jf. forslag til taxilov (LSF 24, Folketinget 2017/1, fremsat 4. oktober 2017), almindelige bemærkninger, punkt 2.2.1, hvor det bl.a. anføres, at "Limousinekørsel … omfatter befordring af nærmere bestemte kategorier af personer efter særlig aftale".

[226] Jf. forslag til taxilov (LSF 24, Folketinget 2017/1), almindelige bemærkninger, punkt 2.2.1 (limousinekørsel "efter særlig aftale"), sammenholdt med bekendtgørelse nr. 1628 af 19. december 2017 om særlige krav til biler til erhvervsmæssig persontransport § 5, stk. 4 (taglygte tændt "når der søges hyre") og § 11 (limousiner må ikke være indrettet/udstyret som efter §§ 4-6).

[227] Jf. bekendtgørelse nr. 1628 af 19. december 2017 om særlige krav til biler til erhvervsmæssig persontransport § 11, jf. § 4-6 (limousiner må ikke være indrettet/udstyret/forsynet med påskrifter som taxier, herunder bl.a. taxameter mv., taglygte "Taxi" og udvendige påskrifter).

sentligt dyrere ydelser end almindelig taxikørsel. Dette taler imod, at limousinekørsel udgør et nært alternativ til den taxikørsel, som kørselskontorer sælger og formidler til passagerer.[228]

368. Limousinekørsel kan dog i visse situationer udøve et konkurrencepres på taxikørsel, navnlig hvor transportbehovet er planlagt på forhånd, og hvor efterspørgslen er mindre prisfølsom, herunder i perioder med kapacitetsknaphed. Styrelsen vurderer imidlertid, at dette konkurrencepres samlet set er begrænset.

369. For så vidt angår **udbudssubstitution** bemærker styrelsen, at udbydere af limousinekørsel ikke uden videre vil kunne omlægge deres aktivitet til almindelig taxikørsel. Styrelsen lægger vægt på, at limousinekørsel er defineret og afgrænset som repræsentationskørsel, jf. afsnit 4.2.1.4 ovenfor, og ikke må udføre sædvanlig taxikørsel, samt at taxikørsel er underlagt en strammere regulering. Endvidere udføres limousinekørsel typisk i dyrere køretøjer og til et højere prisniveau end almindelig taxikørsel, og det vil derfor som udgangspunkt ikke være rentabelt i videre omfang at benytte limousiner til almindelig taxikørsel. Dette understøttes af, at det kun er et meget begrænset antal limousiner, der er tilknyttet et kørselskontor.

370. Styrelsen vurderer på det foreliggende grundlag, at limousinekørsel kun i begrænset omfang udgør et alternativ til almindelig taxikørsel. Styrelsen lægger herved vægt på, at limousinekørsel er særskilt reguleret og funktionelt adskiller sig fra almindelig taxikørsel, herunder med hensyn til anvendelsesformål, prisniveau, biltype og tilgængelighed. Det forhold, at limousinekørsel i visse situationer kan udøve et vist konkurrencepres på taxikørsel, kan ikke føre til en anden vurdering.

371. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at limousinekørsel i denne sag ikke indgår på det relevante marked for salg/formidling af taxikørsel til passagerer.

5.1.1.1.6 Delkonklusion

372. På baggrund af det ovenstående er det styrelsens vurdering, at taxikørsel udgør et separat relevant produktmarked fra anden persontransport, og at der kan afgrænses et relevant marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder. Om markedet for salg/formidling af taxikørsel til hhv. erhvervskunder og offentlige kunder udgør særskilte kundesegmenter, kan i denne sag stå åbent, idet fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt uanset, om markedet segmenteres yderligere til særskilte segmenter for erhvervskunder og offentlige kunder jf. punkt 756 ff.

373. Spørgsmålet om, hvorvidt markedet for salg/formidling af taxikørsel til passagerer kan segmenteres yderligere efter salg/formidling via app, kan stå åbent i denne sag, idet fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænses snævert segmenteret efter salg/formidling til passagerer via app eller bredt til at omfatte samtlige bestillingskanaler. jf. punkt 886.

374. Endelig er det styrelsens vurdering, at limousinekørsel i denne sag ikke indgår på det relevante marked for salg/formidling af taxikørsel til passagerer.

5.1.1.2 De relevante geografiske markeder

375. Den finske konkurrencemyndighed, KKV, har i en afgørelse[229] beskrevet taximarkedets funktion, herunder dispatch-centralers rolle (svarende til kørselskontorer og digitale mobilitets-

---

[228] Jf. styrelsens skærmprint samt styrelsens egne prisobservationer foretaget i Uber- og Bolt-app den 5. marts 2026 kl. 12.50.

[229] Jf. KKV, afgørelse af 16. december 2021, *Kymenlaakson Taksi Oy:n toiminta taksien tilausvälityksessä Kymenlaakson alueella* (Dnro KKV/175/14.00.00/2020), afsnit 6.4.1, punkt 26-28.

platforme i dansk kontekst) i at matche kunder og chauffører. KKV overvejede, om det relevante geografiske marked skulle afgrænses lokalt eller bredere, men foretog ikke en endelig afgrænsning og lod spørgsmålet stå åbent, idet de ikke fandt det nødvendigt at tage endelig stilling hertil.

376. Konkurrencerådet afgrænsede i sagen *Clearing af taxiboner og kontokort i Storkøbenhavn*[230] det relevante geografiske marked for salg af taxikørsel til Storkøbenhavn. Rådet lagde i den forbindelse vægt på, at taxilovgivningen på daværende tidspunkt indebar geografisk afgrænsede bevillinger og krav om tilknytning til bestillingskontorer, hvilket medførte, at konkurrencen om taxikørsel i praksis var knyttet til det område, hvor bevillingen var udstedt.[231]

377. Den britiske konkurrencemyndighed, CMA, vurderede i sagen *Sheffield City Taxis/Mercury Taxis*[232] afgrænsningen af det relevante geografiske marked på baggrund af bl.a. bookingdata og tredjepartsoplysninger. Data viste, at langt størstedelen af parternes ture havde start i Sheffield-området, og der var kun begrænset evidens for konkurrence fra operatører uden for området. CMA fandt derfor, at parternes overlappende aktiviteter i Sheffield udgjorde det relevante geografiske marked, idet konkurrencen om taxikørsel i praksis var knyttet til det område, hvor kunderne efterspurgte ture, og hvor chaufførerne opererede. Parterne i sagen oplyste endvidere, at det ikke var økonomisk rentabelt at acceptere bestillinger uden for Sheffield, navnlig hvis afhentningsstedet lå langt væk.[233]

378. Parterne har anført, at det geografiske marked for taxikørsel er lokalt, idet efterspørgslen efter taxiture i praksis er begrænset til de taxier, der kan afhente kunden inden for rimelig tid fra et givent område. Parterne har videre anført, at selv om kørselskontorer kan operere landsdækkende, er konkurrencen om den enkelte taxitur afhængig af lokal tilgængelig kapacitet.[234]

379. Konkurrencen om passagerer på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder udspiller sig mellem kørselskontorer og mobilitetsplatforme. Det konkurrencepres, som disse aktører udøver på hinanden, afhænger imidlertid af deres lokale adgang til vognmænd, idet taxiture kun kan leveres, hvis der er tilgængelige biler i området. Da kørselskontorer og platforme ikke alle er aktive i hele landet, og vognmænd typisk opererer inden for en begrænset geografisk radius, udspiller konkurrencen om passagerer sig forskelligt på tværs af geografiske områder.

Begrænset geografisk rækkevidde og afhentningstid for vognmænd

380. Styrelsens vognmandsundersøgelse viser, at størstedelen af vognmænd kun accepterer begrænset tomkørsel efter afsluttet tur. Omkring 67 pct. af de adspurgte vognmænd angiver, at de typisk vil køre højst 10 km uden passager for at opnå næste tur. Yderligere ca. 14 pct. angiver, at de vil køre mellem 10 og 20 km. Samlet set vil ca. 81 pct. af vognmændene dermed ikke køre mere end 20 km uden passager.[235]

381. Vognmandsundersøgelsen viser endvidere, at kun en mindre andel af vognmændene accepterer længere køretid til afhentning. Omtrent 16 pct. af vognmændene har således angivet, at de i dagtimerne accepterer en afhentning, der ligger mere end 15 minutters kørsel væk, imens det i

---

[230] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. maj 2006, *Clearing af taxiboner og kontokort i Storkøbenhavn* (Journal nr. 4/0120-0100-0086/ISA/LKF).

[231] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 31. maj 2006, *Clearing af taxiboner og kontokort i Storkøbenhavn*, (Journal nr. 4/0120-0100-0086/ISA/LKF), punkt 107 og 114.

[232] CMA's afgørelse af 30. september 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*.

[233] CMA's afgørelse af 30. september 2015, *Completed acquisition by Sheffield City Taxis Limited of certain assets and business of Mercury Taxis (Sheffield) Limited*, punkt 55-58.

[234] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 162-163.

[235] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 51.

perioder med lavere efterspørgsel, dvs. perioder med færre ture, er er en større andel af vognmændene – ca. 27 pct. – der vil køre mere end 15 minutter, jf. Tabel 5.3 nedenfor.

Tabel 5.3 **Fordeling af besvarelser fra vognmandsundersøgelsen på spørgsmål 53, *"Inden for hvilken køretid fra din aktuelle position accepterer du normalt en afhentning*?"**

	Ved ikke	0-5 min	5-10 min	10-15 min	15-30 min	Over 30 min
Hverdage (dagstimer)	4 pct.	17 pct.	43 pct.	19 pct.	8 pct.	8 pct.
Fredag/lørdag aften	4 pct.	17 pct.	43 pct.	19. pct.	8 pct.	8 pct.
Sen aften/nat	8 pct.	16 pct.	31 pct.	16 pct.	7 pct.	4 pct.
Perioder med lav efterspørgsel	11 pct.	12 pct.	30 pct.	22 pct.	10 pct.	7 pct.

Kilde: Vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 53.

382. Vognmandsundersøgelsen viser også, at størstedelen af vognmændene typisk accepterer relativt korte afhentningstider. På hverdage (i dagtimerne) angiver ca. 60 pct., at de typisk kører højst 10 minutter til afhentning, og omkring 79 pct. angiver, at de typisk kører højst 15 minutter til afhentning. Der ses samme overordnede tendens fredag/lørdag og i aften/nattetimerne.[236]

Taxikørsel er kendetegnet ved korte ture

383. Styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer viser, at taxiture for privatkunder typisk er relativt korte. 40 pct. af de adspurgte kørselskontorer angiver, at den gennemsnitlige længde af en taxitur er mellem 0 og 15 minutter, mens 60 pct. angiver, at den gennemsnitlige tur varer mellem 16 og 30 minutter. Ingen af de adspurgte angiver længere gennemsnitlige turvarigheder end 30 min.[237] Resultaterne understøtter, at taxikørsel i praksis typisk foregår inden for et relativt begrænset geografisk område og dermed er knyttet til lokal efterspørgsel.

Kørselskontorer er lokalt forankrede, og konkurrencen udspiller sig lokalt

384. Markedsdeltagernes geografiske tilstedeværelse varierer betydeligt. Mange kørselskontorer opererer alene lokalt eller regionalt, mens kun få aktører, herunder Dantaxi og Taxa Syd (med Taxi 4x27), opererer landsdækkende. Dette understøttes også af, at en række kørselskontorer i praksis har en tydelig lokal forankring, fx i større byer som Aarhus (Aarhus Taxa) eller i byer som Esbjerg, Vejle, Horsens mv. (Esbjerg Taxa, Vejle Taxa, Horsens Taxa mv.), hvor aktiviteter, vognmandsgrundlag og kundebase i høj grad er knyttet til det lokale område. I disse områder

[236] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 53.
[237] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 52.

er det typisk de lokalt forankrede aktører, der er de største aktører.[238] Den lokale karakter af konkurrencen i taximarkedet understøttes også af oplysninger fra Taxa 4x35, som har oplyst følgende:

> *"Ekspansion uden for København beskrives af Taxa 4x35 som vanskelig, fordi lokale kunder ofte foretrækker lokale taxi-selskaber. Desuden skal vognparken matche den lokale efterspørgsel, således at vognmændene kan opnå en omsætning i lokalområderne."*
>
> *"Taxa 4x35 dækker primært hovedstadsområdet, især indre København. Adgang til nye geografiske områder kræver lokal tilstedeværelse med henblik på at sikre tilfredsstillende ventetider og service for kunderne."*[239]

Taxipriser varierer mellem geografiske områder

385. Taxipriser kan variere mellem områder, bl.a. fordi efterspørgsel og kapacitet adskiller sig mellem større byer og landdistrikter. Eksempelvis opererer Dantaxi med forskellig prissætning på tværs af landsdele jf. Tabel 4.1 og Tabel 4.2. Dantaxi har etableret to separate selskaber, som muliggør differentieret prissætning i henholdsvis Østdanmark og Vestdanmark. Det fremgår i den forbindelse, at både dagstakster samt aften- og nattakster er lavere i Østdanmark end i Vestdanmark. Forskellene vedrører bl.a. starttakster og kilometertakster, som fastsættes under hensyntagen til lokale markedsforhold.

386. En sammenligning af takster viser, at både starttakster, kilometertakster og minuttakster varierer mellem kørselskontorer, der opererer i forskellige byer. Eksempelvis opererer Taxa 4x35, Aarhus Taxa og Esbjerg Taxa med forskellige takstniveauer for sammenlignelige tidsrum, herunder både dag- og aftenkørsel. Dette indikerer, at priserne i praksis tilpasses lokale markedsforhold.[240]

Lokal taxidækning varierer mellem områder

387. Opgørelser fra Danmark Statistik viser, at der i større bykommuner gennemsnitligt er omkring 100 taxier pr. 100.000 indbyggere, mens der i kommuner længere fra større byer er ca. 53 taxier pr. 100.000 indbyggere. Kommuner tættere på større byer ligger imellem med ca. 69 taxier pr. 100.000 indbyggere.[241, 242] Forskelle i taxitæthed indebærer, at tilgængeligheden af taxier og ventetider varierer mellem områder, hvilket påvirker kundernes reelle valgmuligheder. Selv om taxikørsel er reguleret nationalt, og formidling kan anvendes på tværs af landet, afhænger den faktiske konkurrence inden for levering af taxiture derfor af den lokale tilgængelighed af taxier.

388. Samlet set viser ovenstående, at taxikapaciteten – og dermed tilgængelighed, priser og ventetider – varierer betydeligt mellem områder. Taxikørsel udføres i praksis lokalt, idet sammensætning mellem efterspørgsel og tilgængelige taxier afhænger af lokal taxidækning, geografisk nærhed og responstid. Selv om mobilitetsapps og kørselskontorers øvrige formidling kan anvendes

---

[238] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer.

[239] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

[240] Oplysninger om takster fra kørselskontorernes hjemmesider. Fx: Taxa 4x35 (København): starttakst 39 kr. (dag) / 49 kr. (aften), km-takst ca. 11 kr. (dag) / 14,7 kr. (aften) Aarhus Taxa: starttakst 39 kr. (dag) / 49 kr. (nat), km-takst 11,40 kr. (dag) / 13,50 kr. (nat) Esbjerg Taxa: starttakst 38 kr. (dag) / 51 kr. (aften), km-takst 12,50 kr. (dag) / 13,00 kr. (aften). Oplysninger indhentet fredag d. 27. marts.

[241] Jf. Ekspertudvalg om kollektiv mobilitet i hele Danmarks rapport, afrapportering af fase 1, maj 2024, side 78.

[242] Tallene er baseret på antallet af taxier, der er registreret i tilladelsesindehaverens kommune. Derfor skal tallene læses med dette forbehold, da en tilladelsesindehaver godt kan bo i et landdistriktsområde og operere i en større by.

på tværs af landet, kan et kørselskontor uden tilknyttede biler i området i praksis ikke levere taxiture til kunder dér.

Mobilitetsplatformes afhængighed af lokal kapacitet

389. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at mobilitetsplatforme som Uber og Bolt i udgangspunktet tilbyder deres ydelser på tværs af landet gennem en ensartet digital platform. Platformenes mulighed for at konkurrere om passagerer afhænger imidlertid af den lokale tilgængelighed af vognmænd via de kørselskontorer, som platformene samarbejder med. I områder med begrænset lokal kapacitet vil platformenes konkurrenceevne derfor tilsvarende være begrænset, jf. nærmere i punkt 474.

390. Konkurrencevilkårene er derfor ikke ensartede på landsplan, men bestemmes i væsentligt omfang af lokale forhold.[243] I lyset af praksis fastlægges de geografiske markeder i taxisager – navnlig hvor tilladelser ikke er knyttet til et bestemt område – ud fra, hvor efterspørgsel og udbud faktisk mødes, herunder bl.a. på baggrund af lokale kørselsmønstre, tilgængelig kapacitet og chaufførers geografiske rækkevidde. Som bl.a. set i CMA's praksis baseres afgrænsningen på konkrete data om, hvor turene efterspørges og udføres, og hvorvidt der er reel konkurrence fra operatører uden for området.

391. Styrelsen vurderer på den baggrund, at markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder geografisk skal afgrænses lokalt. I større sammenhængende byområder kan markedet efter omstændighederne omfatte et bredere metropolområde. Der er derimod ikke grundlag for at afgrænse markedet bredere end lokale områder eller sådanne metropolområder[244].

392. I denne sag er de lokale markeder valgt med udgangspunkt i kommunegrænser, idet disse udgør et praktisk grundlag for at opgøre markedsandele og kapacitet og samtidig i vidt omfang afspejler, hvor efterspørgsel og udbud faktisk mødes.[245] I hovedstadsområdet har styrelsen taget udgangspunkt i et samlet metropolområde, hvor konkurrencen i praksis udspiller sig på tværs af kommunegrænser.

5.1.1.3 Konklusion

393. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at taxikørsel udgør et separat relevant produktmarked fra anden persontransport, og at der kan afgrænses et relevant produktmarked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder.

394. Om markedet for salg/formidling af taxikørsel til passagerer kan segmenteres yderligere efter erhvervskunder og offentlige kunder, kan i denne sag stå åbent, idet fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt uanset, om markedet segmenteres yderligere til særskilte segmenter for erhvervskunder og offentlige kunder jf. punkt 886.

395. Spørgsmålene om, hvorvidt markedet for salg/formidling af taxikørsel til passagerer kan segmenteres yderligere efter salg/formidling via app, kan stå åbent i denne sag, idet fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, uanset om markedet afgrænses snævert segmenteret efter salg/formidling til passagerer via app eller bredt til at omfatte samtlige bestillingskanaler. jf. punkt 886.

---

[243] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 38.

[244] Ved metropol-lokale områder forstås i denne sammenhæng større sammenhængende byområder, hvor efterspørgsel og udbud i praksis er integreret på tværs af kommunegrænser, fx i hovedstadsområdet.

[245] Anvendelsen af kommunegrænser understøttes af, at taxikørsel før liberaliseringen i 2018 bl.a. var underlagt geografisk afgrænsede tilladelser, og at administrationen var forankret i kommunerne, jf. Evaluering af taxiloven, 9. december 2020, kapitel 1 og kapitel 3.

396. Det er endvidere styrelsens vurdering, at limousinekørsel i denne sag ikke indgår på det relevante marked for salg/formidling af taxikørsel til passagerer.

397. Styrelsen vurderer, at markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder geografisk som udgangspunkt skal afgrænses lokalt. I større sammenhængende byområder kan markedet efter omstændighederne omfatte et bredere metropolområde. Der er derimod ikke grundlag for at afgrænse markedet bredere end lokale områder eller sådanne metropolområder. [246]

398. I denne sag er de lokale markeder valgt med udgangspunkt i kommunegrænser, idet disse udgør et praktisk grundlag for at opgøre markedsandele og kapacitet og samtidig i vidt omfang afspejler, hvor efterspørgsel og udbud faktisk mødes.[247] I hovedstadsområdet har styrelsen taget udgangspunkt i et samlet metropolområde, hvor konkurrencen i praksis udspiller sig på tværs af kommunegrænser.

399. Styrelsen tager på denne baggrund i den videre vurdering udgangspunkt i et særskilt marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, afgrænset geografisk til lokale eller metropol-lokale områder.

5.1.2 Markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer

400. I det følgende foretager styrelsen en vurdering af, hvorvidt mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer udgør et selvstændigt produktmarked.

5.1.2.1 Det relevante produktmarked

401. Flere nationale konkurrencemyndigheder har i tidligere praksis behandlet formidling af taxiture som en selvstændig aktivitet, der er funktionelt adskilt fra selve taxikørslen, idet formidlingen angår modtagelse af bestillinger samt matchning og allokering af ture til ledig taxikapacitet.

402. Den finske konkurrencemyndighed, KKV, har i en afgørelse overvejet en funktionel sondring mellem på den ene side taxikørsel og på den anden side formidling af taxiture. KKV beskrev et formidlingsled, hvor vognmænd køber tilslutning til en bestillingscentral eller platform, mens selve taxikørslen købes af passagerer. KKV tog således udgangspunkt i et marked for taxikørsel og et marked for taxicentral turfordeling / formidling. KKV tog imidlertid ikke endeligt stilling til den præcise markedsafgrænsning i den konkrete sag.[248]

403. Den italienske konkurrencemyndighed, AGCM, har afgrænset et relevant produktmarked for levering af ydelser til indsamling og allokering af efterspørgslen efter taxi, dvs. ydelser der sætter passagerer i kontakt med taxierne/vognmænd. AGCM lagde til grund, at markedet omfatter alle salgskanaler, herunder traditionelle salgskanaler samt platforme for formidling, dvs. både radiotaxi-centraler og app-baserede platforme. AGCM fandt endvidere, at formidling udgjorde

---

[246] Ved metropol-lokale områder forstås i denne sammenhæng større sammenhængende byområder, hvor efterspørgsel og udbud i praksis er integreret på tværs af kommunegrænser, fx i hovedstadsområdet.

[247] Anvendelsen af kommunegrænser understøttes af, at taxikørsel før liberaliseringen i 2018 bl.a. var underlagt geografisk afgrænsede tilladelser, og at administrationen var forankret i kommunerne, jf. Evaluering af taxiloven, 9. december 2020, kapitel 1 og kapitel 3.

[248] Jf. KKV, afgørelse af 16. december 2021, *Kymenlaakson Taksi Oy:n toiminta taksien tilausvälityksessä Kymenlaakson alueella* (Dnro KKV/175/14.00.00/2020), afsnit 6.4.1, punkt 26-28.

et tosidet system, og at der forelå tilstrækkelige substituerbarhed mellem radiotaxi og apps på hver side, uanset forskelle i teknologi.[249]

404. Den spanske konkurrencemyndighed ("CNMC"), har i en fusionssag vurderet formidlingstjenester til bestilling af taxiture via en mellemmand og lagt til grund, at sådanne formidlingstjenester ikke udgør samme marked som direkte kontrahering af en taxi på gaden, bl.a. fordi formidling indebærer en særskilt mellemmandstjeneste og tilknyttede omkostnings- og værdielementer. CNMC beskrev i den forbindelse formidling som et tosidet marked med efterspørgsel fra (i) chauffører/vognmænd og (ii) passagerer. CNMC vurderede endvidere, at formidling via radiotaxi og formidling via apps i den konkrete sag ikke var substitutter, men højst komplementære, og CNMC lod samtidig muligheden stå åben for, at apps til taxi og apps til VTC[250] kunne udgøre adskilte markeder.[251]

405. Som supplerende praksis i en anden platformskontekst bemærkes, at Kommissionen i sagen *Naspers/Just Eat Takeaway* (online platformformidling) fremhævede, at platformbaserede formidlingsydelser kan udgøre et selvstændigt produktmarked, idet platformene tilbyder karakteristika og fordele, som ikke i samme omfang er tilgængelige via alternative kanaler (restauranters egne salgskanaler, herunder måltider spist på restaurant, restauranters egen levering), og idet alternative kanaler i praksis udøver et mere indirekte og svagere (out-of-market) konkurrencepres end den indbyrdes konkurrence mellem platforme.[252]

406. Kommissionen fremhævede i den forbindelse bl.a., at platforme kan tilføre restauranter øget kundegrundlag og synlighed, idet forbrugere kan "browse" et bredt udvalg uden at kende konkrete navne eller lokationer på forhånd, og idet platforme typisk understøtter bredere geografisk dækning, hvilket samlet set kan øge bekvemmelighed og variation for forbrugerne og dermed øge restauranternes rækkevidde.[253] Kommissionens markedsundersøgelse pegede endvidere på, at platforme spiller en væsentlig rolle i at nå kunder og øge ordrevolumen, og at alternativer som direkte kanaler kun i begrænset omfang kunne reducere afhængigheden af platformene.[254]

407. Parterne anfører i anmeldelsen, at Ubers aktiviteter i Danmark før fusionen bestod i levering af services inden for taxikørsel via en aftale om tredjepartsudbud fra kørselskontoret Drivr. Dantaxi er også et kørselskontor, der sælger taxiydelser og indgår aftaler med vognmænd/chauffører om at levere taxitjenester.[255] Uber og Dantaxis aktiviteter kan derfor ifølge parterne anses for at være horisontalt overlappende.

408. Styrelsen bemærker, at den tidligere praksis ofte har vedrørt en markedsstruktur, hvor formidlingsydelsen typisk blev efterspurgt af den udførende aktør (vognmanden), og hvor formid-

---

[249] Jf. AGCM's afgørelse af 27. april 2021 i sag A521 – *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino*, afsnit VI.1, punkt 135 og 137-138.

[250] Jf. VTC:"Vehículos de Turismo con Conductor" dvs. lejebil med chauffør/PHV-lignende kørsel (private hire vehicle) – altså kørsler, som ikke er "klassisk taxi", men bestilles på forhånd gennem en operatør/platform og udføres af chauffør med en særlig VTC-autorisation.

[251] Jf. CNMC's afgørelse af 30. november 2016 i sag C/0802/16, *Daimler/Hailo/mytaxi/Negocio Hailo*, punkt 35-41, 58-59 og 66.

[252] Jf. Kommissionens afgørelse af 11. august 2025, sag M.11936 – *Naspers/Prosus/Just Eat Takeaway*, punkt 30-31, herunder at alternativer udøver mere fjerne (out-of-market) konkurrencebegrænsninger end platformenes indbyrdes konkurrence, samt punkt 28-29 om platformenes fordele og alternativerne som ikke-fuldt tilgængelige.

[253] Jf. Kommissionens afgørelse af 11. august 2025, sag M.11936 – *Naspers/Prosus/Just Eat Takeaway,* punkt 24 om bl.a. bredt udvalg/fleksibilitet, browsing uden forhåndskendskab og bredere geografisk dækning, samt øget kundereach og synlighed for restauranter.

[254] Jf. Kommissionens afgørelse af 11. august 2025, sag M.11936 – *Naspers/Prosus/Just Eat Takeaway*, punkt 160-163, herunder at platformenes ydelser vurderes vigtige, at platforme spiller en væsentlig rolle i at nå kunder og øge ordrevolumen, samt at alternativer kun i begrænset omfang kan begrænse platformenes markedsstyrke.

[255] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 125.

lingscentraler/kørselskontorer og app-baserede platforme har konkurreret om at tilknytte vognmænd. I dansk kontekst følger det dog af taxilovens § 4, stk. 2, at taxikørsel alene må sælges af et kørselskontor, hvilket indebærer, at en virksomhed med tilladelse til erhvervsmæssig persontransport (en vognmand) skal have indgået en aftale direkte med et kørselskontor for at kunne udføre taxikørsel. En mobilitetsplatform kan således ikke direkte selv indgå aftaler med vognmænd, men må indgå aftaler med de kørselskonterer, som vognmændene er tilknyttet. Dermed bliver mobilitetsplatformes formidlingsydelser i dansk kontekst som udgangspunkt efterspurgt og indkøbt af kørselskontorer og ikke af vognmænd.

409. Styrelsen bemærker dog, at mobilitetsplatformenes indtræden på det danske marked har ændret de konkurrencemæssige relationer mellem kørselskontorer, vognmænd og passagerer. Mobilitetsplatforme som Uber har skabt en ny app-baseret kanal til formidling af taxikørsel, hvor passageren ikke længere alene møder taxitjenesten gennem det enkelte kørselskontors egne salgskanaler, men også gennem en tredjepartsplatform, som videreformidler efterspørgsel til tilknyttede kørselskontorer. Herved konkurrerer kørselskontorerne ikke kun om passagerer gennem egne kanaler, men også om adgang til efterspørgsel og kapacitet via mobilitetsplatforme.

410. Mobilitetsplatformene konkurrerer om at sælge deres formidlingsydelser til kørselskontorer for dermed at få tilknyttet et tilstrækkeligt antal vognmænd til at opfylde efterspørgslen på passagersiden af platformen. For kørselskontorerne kan det være attraktivt at købe formidlingsydelser fra mobilitetsplatforme, da platformene giver adgang til flere passagerer, bedre kapacitetsudnyttelse m.v. Dette kan gøre det nemmere for kørselskontorerne at tiltrække vognmænd. Vognmændenes præferencer ift. at være tilknyttet en platform kan dermed have direkte betydning for, hvorvidt et kørselskontor vælger at købe formidling fra en tredjeparts mobilitetsplatform. Omvendt bliver en mobilitetsplatform også mere attraktiv for passagererne, jo flere kørselskontorer (og dermed vognmænd), der er tilknyttet platformen på grund af kortere ventetid. Der kan dermed være indirekte netværkseffekter mellem markedet for salg af formidlingsydelser til kørselskontorer og markedet for salg af kørselskontorydelser.

5.1.2.2 Mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer udgør et selvstændigt produktmarked

411. Et kørselskontor kan basere formidlingen af taxikørsel på egne bestillingskanaler (telefon, hjemmeside, egen app og prajning). Ud over kørselskontorernes egne salgskanaler er der i løbet af de seneste ca. 15 måneder opstået en ny type aktører i Danmark i form af digitale tredjeparts formidlingsplatforme, der via apps giver kunder adgang til taxikørsel.

412. Styrelsen bemærker, at den danske regulering – som nævnt ovenfor - indebærer en anden værdikædestruktur end den, der ofte ligger til grund for tidligere udenlandsk praksis, hvilket betyder, at taxikørsel alene må sælges af et kørselskontor, og at vognmænd ikke kan udføre taxikørsel uden tilknytning til et kørselskontor, jf. punkt 408. En mobilitetsplatform som Uber kan derfor ikke sælge taxikørsel i eget navn eller indgå direkte i det regulerede salgsled mellem kørselskontor og vognmand. Platformens rolle er derimod at levere en særskilt formidlingsydelse til kørselskontorerne i form af app-baseret adgang til passagerefterspørgsel, bookingfunktionalitet og tilknyttede digitale funktioner.

413. Mens kørselskontoret sælger taxikørsel til passagerer og indgår i et bredere kontraktforhold med vognmændene, leverer mobilitetsplatformen et særskilt input til kørselskontoret. Det understøtter, at der kan være grundlag for at vurdere et særskilt, om end tæt forbundet, marked for mobilitetsplatformes formidling af taxikørsel til kørselskontorer, jf. punkt 156.

414. I forhold til salg af taxikørsel til passagerer er der **set fra passagerernes side** substitution mellem kørselskontorernes egne salgskanaler og mobilitetsplatforme, jf. afgrænsningen ovenfor i afsnit 5.1.1 samt Figur 5.1. Dette udgør den ene side af en mobilitetsplatformes aktiviteter. På den anden side af mobilitetsplatformen sælger platformen formidling til kørselskontorer.

415. I det følgende vurderer Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, om kørselskontorernes egne bestillingskanaler, **set fra kørselskontorernes side**, udgør et tilstrækkeligt tæt alternativ til mobilitetsplatformes formidlingsydelse. Spørgsmålet er dermed, om disse kanaler lægger et tilstrækkeligt konkurrencepres på mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer til, at der ikke kan afgrænses et selvstændigt marked herfor.

416. Udgangspunktet for denne vurdering er, at kørselskontorets egne direkte bestillingskanaler (fx telefon, hjemmeside og egen app) ikke befinder sig på samme relevante produktmarked som mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer. Det skyldes bl.a., at formidling af taxikørsel ikke udgør en ydelse, som kørselskontorerne afsætter på et marked over for andre kørselskontorer. Et kørselskontor kan således ikke begynde at benytte et andet kørselskontors bestillingskanaler som alternativ til mobilitetsplatformens formidlingsydelse. Kørselskontorets egne kanaler kan dog, i det omfang kørselskontoret kan flytte kundernes bestillinger mellem egne kanaler og mobilitetsplatformen, eller i det omfang vognmænd/passagerer i praksis fravælger platformen til fordel for kørselskontorets egne kanaler, i et vist omfang udgøre et alternativ.

417. Styrelsen vil i det følgende uddybende beskrive, hvordan centrale produktkarakteristika ved mobilitetsplatformes formidlingsydelse til kørselskontorer adskiller sig fra kørselskontorens egne kanaler.

5.1.2.2.1 Bredere kundebase og kendt brand også uden for Danmark

418. Vognmandsundersøgelsen peger på, at Uber som internationalt kendt app kan give adgang til kundegrupper, som i mindre grad anvender lokale bestillingskanaler, herunder turister, og dermed tilføre kørselskontoret et særskilt ordreflow. Vognmænd anfører bl.a.:

> *"Det er nemt for kunderne at bruge Uber da det er globalt."*
>
> *"Uber har bruger venlige app som alle verden kan bruger i alle lande."*
>
> *"Uber er en globalt anvendt app. Folk føler sig trygge og meget venlige med den."*
>
> *"Uber er en platform over hele verden så der er mange turister der bruger denne."*
>
> *"For turister er det også nemt, fordi de kender Uber fra hele verden, så der er allerede en vis tillid."*
>
> *"[...] deres platform er så meget kendt i verden, at alle vores erhvervskunder (firmaer, restauranter og hoteller) som vi har aftale med bestiller os mindre da kunderne fra udlandet bestiller direkte fra det selskab de bruger der hjemme."*[256]

419. I markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer anfører flere kørselskontorer tilsvarende bl.a.:

> *"Nem adgang til privatkunder via en verdensomspændende app."*
>
> *"Den* [Ubers app] *er kendt over hele verden."* [styrelsens tilføjelse]

[256] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 86.

"Uber er en global app, der har mange millioner af brugere på verdensplan. Alle besøgende, der kommer til landet, har enten app'en indstalleret eller kender til dem, og kan downloade den hurtigt ved ankomst."[257]

420. Dette understøttes også af forbrugerundersøgelsen. Blandt de respondenter, der havde Uber og/eller Bolt installeret på deres telefon, angiver [60-70] pct., at de allerede havde mindst én af appsene installeret, før platformene kom til Danmark i starten af 2025.[258] Heraf angiver [40-50] pct., at de allerede havde Uber installeret, [5-10] pct. havde Bolt installeret, og [10-20] pct. havde begge apps installeret. Resultatet peger på, at internationale mobilitetsplatforme i betydeligt omfang allerede havde en eksisterende brugerforankring og et brandkendskab blandt danske brugere forud for deres indtræden i Danmark.

421. Dette billede understøttes også af kørselskontorernes besvarelser i markedsundersøgelse blandt kørselskontorer om de væsentligste fordele og ulemper ved at anvende en mobilitetsplatform som fx Uber og Bolt til salg af taxiydelser (spørgsmål 105).

422. Besvarelserne indikerer, at mobilitetsplatforme kan give kørselskontorer adgang til en bredere kundebase, øget synlighed i markedet og øget efterspørgsel, herunder navnlig blandt privatkunder og turister. Det fremhæves i den forbindelse bl.a., at mobilitetsplatforme giver adgang til flere og nye kundegrupper, at de kan bidrage til "*Bedre kapacitetsudnyttelse*" og "*[xxx]* samt at de kan give adgang til " *[xxx]*[259] Besvarelserne peger endvidere på, at mobilitetsplatformene kan have et stærkt brand og en international eller integreret brugerbase, hvilket kan give kørselskontorer adgang til en kundegruppe, som allerede kender og anvender appen fra andre lande jf. ovenfor. Dette understøtter, at mobilitetsplatformens værdi for kørselskontoret ikke alene består i den tekniske bestillingsløsning, men også i adgangen til et bredere og delvist særskilt kundegrundlag.

423. Det fremgår også af vognmandsundersøgelsen, at vognmændenes motivation for at skifte kørselskontor navnlig er knyttet til adgangen til flere ture, herunder særligt gennem mobilitetsplatforme som Uber og Bolt. Det fremgår således af vognmandsundersøgelsen, at 32 pct. af vognmændene har skiftet kørselskontor for at få adgang til en mobilitetsplatform som Uber eller Bolt. Dette er den hyppigst angivne årsag til skift af kørselskontor. Herefter følger, at 19 pct. af vognmændene har skiftet kørselskontor, fordi kørselskontoret har mange privatkunder, samt at 20 pct. har skiftet, fordi kørselskontoret har en stor geografisk dækning.[260]

424. Svarene fra styrelsens tre markedsundersøgelser viser således sammenfattende, at en international mobilitetsplatform kan tilføre kørselskontorer mere end blot en yderligere digital bestillingskanal. Undersøgelserne indikerer, at mobilitetsplatforme kan give adgang til kundegrupper, som allerede kender og anvender appen fra udlandet, herunder turister og andre brugere med tidligere erfaring med platformen. Det understøtter, at mobilitetsplatformens internationale brand og eksisterende brugerbase kan generere et særskilt ordreflow, som ikke i samme grad kan opnås gennem lokale bestillingskanaler alene.

5.1.2.2.2 Datamæssige fordele

425. Markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer og vognmandsundersøgelsen peger på, at mobilitetsplatforme har nogle datamæssige fordele, da de kan have flere kørselskontorer tilknyttet og har adgang til en bred kundebase. Dette kan bl.a. give mulighed for at optimere brugen af

[257] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 105 og 107.
[258] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 27.
[259] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 105.
[260] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 27.

dynamisk prissætning, hvor prisen kan variere afhængigt af udbud og efterspørgsel. Dette fremhæves både af vognmænd og kørselskontorer, herunder:

> *"Uber hæver priserne, alt efter udbud. Det er aldrig den samme pris for samme tur på forskellige tidspunkter af dagen eller ugen."*[261]

> *"Uber anvender derimod dynamisk prissætning, hvor priserne varierer afhængigt af efterspørgsel."*[262]

> *"Dynamisk prissætning – og kunder fra hele verden kender Ubers app."*[263]

426. Markedsundersøgelserne peger endvidere på, at platformens datagrundlag og teknologiske kapacitet kan understøtte mere effektiv matching og højere kapacitetsudnyttelse, herunder ved kortere ventetid mellem ture. Vognmænd fremhæver bl.a.:

> *"Derudover er der datadimensionen. Uber får adgang til enorme mængder data om kørselsmønstre, efterspørgsel og priselasticitet."*[264]

> *"... Mindre selskaber har hverken samme datagrundlag elle teknologiske kapacitet til at konkurrer på de vilkår."*[265]

> *"Vi sparer næsten 3-5 minutters ventetid pr. tur på grund af den bedre app, hvilket indirekte bliver til omkring 50-60 minutter om dagen. Uber har en bedre app."*[266]

> *"Det* [Uber] *har bidraget til vores indtjening, som blev lidt bedre, og takket være Uber er ventetiden mellem ture blevet kortere."*[267] [styrelsens tilføjelse]

427. Besvarelserne af markedsundersøgelserne blandt kørselskontorer og vognmænd peger således samlet på, at mobilitetsplatforme kan have datamæssige og teknologiske fordele, der rækker ud over kørselskontorernes egne bestillingskanaler.

428. Kørselskontoret Drivr har endvidere oplyst, at [xxx]. Drivr har samtidig oplyst, at Ubers app efter Drivrs vurdering er [xxx]. Dette understøtter, at platformens data og teknologiske kapacitet kan indgå både i matching, prissætning og den løbende optimering af platformens formidling.[268]

429. Ovenstående peger således på, at mobilitetsplatforme gennem adgang til en bredere kundebase, større datagrundlag og en stærkere teknologisk platform kan understøtte mere effektiv matching mellem udbud og efterspørgsel, højere kapacitetsudnyttelse og kortere ventetid mellem ture.

430. Det taler for, at mobilitetsplatformes formidlingsydelse ikke alene udgør en yderligere bestillingskanal, men kan have selvstændige egenskaber og kommercielle fordele, som ikke i samme grad kan opnås gennem kørselskontorernes egne bestillingskanaler alene.

---

[261] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 86.
[262] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 86.
[263] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer spørgsmål 107.
[264] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 86.
[265] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 86.
[266] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 86.
[267] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 86.
[268] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.

431. Dette understøttes endvidere af oplysningerne fra Bolt, som har oplyst, at [xxx]. Bolt har oplyst, at [xxx].[269]

432. Dette understøttes i et vist omfang også af Ubers egne bemærkninger til styrelsens meddelelse om betænkeligheder. Uber anfører således, at [xxx].[270]

433. Styrelsen bemærker, at Uber som international mobilitetsplatform må antages at have adgang til et væsentligt bredere erfarings- og datagrundlag end lokale danske kørselskontorer.

434. Uber har videre anført, at [xxx].[271] Styrelsen bemærker, at de samme forhold også kan understøtte en mere fleksibel og datadrevet prisfastsættelse, herunder mulighed for højere priser i perioder med høj efterspørgsel.

435. Uber anfører herudover, at [xxx]. Ifølge Uber [xxx].[272]

436. At mobilitetsplatformes data kan bidrage til selvstændige egenskaber og fordele understøttes i et vist omfang af udenlandsk praksis. CMA behandlede således i *Uber/Autocab* oplysninger om bl.a. priser, spidsbelastning og under- eller overforsynede områder som kommercielt følsomme og konkurrencerelevante, idet sådanne oplysninger efter CMA's gengivelse kunne anvendes til at konkurrere mere aggressivt, eksempelvis gennem lavere priser eller kortere ventetider.[273] Dette understøtter også, at en mobilitetsplatform som Uber ikke alene tilfører et yderligere ordreforløb, men en integreret formidlingsydelse, hvor adgang til en bred efterspørgselsbase, løbende dataindsamling og datadrevet optimering af matching, ventetid og pris indgår som centrale egenskaber. Sådanne forhold peger i retning af, at mobilitetsplatformes ydelse efter sin karakter kan adskille sig fra kørselskontorernes egne bestillingskanaler, også når begge formidler adgang til taxikørsel.

437. Dette understøttes også af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens rapport om digitale platforme, hvorefter brugernes aktivitet på en platform skaber store mængder data, og hvorefter adgang til data kan forstærke både stordriftsfordele og netværkseffekter.[274]

438. Samlet taler ovenstående for, at mobilitetsplatformes ydelse ikke alene består i at videreformidle bestillinger, men i en særskilt, integreret og datadrevet formidlingsydelse, som ikke i samme omfang kan reproduceres gennem kørselskontorernes egne bestillingskanaler alene.

5.1.2.2.3 Bedre kapacitetsudnyttelse

439. Markedsundersøgelserne blandt kørselskontorer og vognmænd peger også på, at tilknytning til mobilitetsplatforme kan give adgang til supplerende efterspørgsel og dermed forbedret kapacitetsudnyttelse end ved kun at anvende egne salgskanaler. Dette fremhæves af både vognmænd og kørselskontorer:

> *"Samarbejdet betyder, at jeg får ture fra både Uber og Dantaxi, hvilket minimerer ventetiden og optimerer min arbejdsdag."*[275]

---

[269] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025,
[270] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, side 38-39.
[271] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, side 17.
[272] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, side 11-12.
[273] Jf. CMA's afgørelse i Uber/Autocab-fusionen, afgørelse af 29. marts 2021 sag ME/6903/20, *Uber International B.V. / GPC Computer Software Limited (Autocab),* punkt 16, samt punkt 184 og 190
[274] Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, *Konkurrencen på markeder med digitale platforme*, juni 2021, side. 4-5 og 17.
[275] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 86.

"Adgang til bredere kundebase og øget synlighed i markedet. Bedre kapacitetsudnyttelse gennem [xxx] efterspørgsel."[276]

440. Svarene fra styrelsens markedsundersøgelser viser sammenfattende, at tilknytning til en mobilitetsplatform kan give kørselskontorer og vognmænd adgang til et supplerende ordreflow, som kan forbedre kapacitetsudnyttelsen.

441. I styrelsens vognmandsundersøgelse peger besvarelserne på[277], at apps som Uber og Bolt opleves som en kilde til flere bestillinger og bedre kapacitetsudnyttelse, særligt i forhold til turister og i perioder med lav efterspørgsel. En række vognmænd, som kører via Uber, fremhæver i bemærkningerne, at fusionen mellem Dantaxi og Uber konkret har skabt adgang til et større kundegrundlag og givet mulighed for at "fylde huller" i vagtplanen eller reducere tomkørsel.

442. Dette understøttes yderligere af at flere kørselskontorer peger på, at mobilitetsapps kan give adgang til en bredere kundebase, flere ture og [xxx] efterspørgsel, herunder i perioder eller områder med ellers lav efterspørgsel, og dermed bedre udnyttelse af bilflåden og mindre ledig tid eller tomkørsel.[278]

443. Bolt har endvidere oplyst, at samarbejdet med Taxi 4x27 [xxx]. Bolt har endvidere oplyst, at partnerskabet med Taxi 4x27 [xxx]. [xxx].[279]

444. Det samme understøttes af parternes egne oplysninger. Uber har anført[xxx]. Parterne har endvidere anført, at optimeringen af matchingen mellem chauffører og passagerer giver mulighed for at øge udnyttelsen af de tilknyttede køretøjer.[280]

445. Undersøgelserne blandt vognmænd og kørselskontorer peger således på, at platformen kan bidrage til at reducere tomkørsel og ventetid mellem ture og dermed understøtte en mere effektiv udnyttelse af den tilgængelige kapacitet. Den bedre kapacitetsudnyttelse kan have betydelig værdi for vognmændene (og dermed være en tilskyndelse for kørselskontorerne til at købe ekstra formidling fra formidlingsplatforme), da der er en [xxx] uudnyttet kapacitet inden for taxikørsel. Fx har parterne oplyst, at Dantaxis køretøjer var ledige ca. [xxx] pct. af tiden fra januar til august 2025.[281]

446. Samlet taler oplysningerne for, at mobilitetsplatformens formidlingsydelse kan have en selvstændig værdi for kørselskontorerne, fordi kørselskontorenes efterspørgsel efter mobilitetsplatformens ydelse ikke alene beror på teknisk adgang til en app, men på platformens evne til at tilføre supplerende efterspørgsel og bedre kapacitetsudnyttelse, som kan øge vognmændenes indtjening og dermed kørselskontorets attraktivitet over for vognmænd, som ikke i samme grad kan opnås gennem kørselskontorets egne bestillingskanaler alene.

5.1.2.2.4 Styrelsens samlede vurdering

447. Svarene fra styrelsens markedsundersøgelser viser sammenfattende, at mobilitetsplatforme kan have en selvstændig konkurrencemæssig styrke i kraft af et internationalt brand, omfattende data, markedsføring, adgang til et betydeligt kundegrundlag og kapacitetsudnyttelse, som lokale kørselskontorer kan have vanskeligt ved at modsvare. Undersøgelsen peger samtidig på, at adgangen til flere ture, herunder navnlig via mobilitetsplatforme som Uber og Bolt, er den

---

[276] Jf. markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer, spørgsmål 105.
[277] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 86.
[278] Jf. markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer, spørgsmål 105.
[279] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.
[280] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 83-85.
[281] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 172.

hyppigst angivne årsag til, at vognmænd skifter kørselskontor. Dette understøtter, at mobilitetsplatformens formidlingsydelse kan tilføre kørselskontoret et særskilt ordreflow og have en selvstændig værdi, som ikke i samme grad kan opnås gennem kørselskontorets egne bestillingskanaler alene.

448. For så vidt angår **efterspørgselssubstitution**, skal der foretages en vurdering af, om et kørselskontor ved en forringelse af vilkår hos en mobilitetsplatform (fx højere kommission eller mindre attraktiv adgang til ture) vil skifte til andre løsninger, og i så fald hvilke løsninger de vil skifte til.

449. Styrelsen lægger til grund, at mobilitetsplatformes salg af formidlingsydelser til kørselskontorer typisk består af en samlet ydelse, hvor platformen tilbyder (i) en bredere kundebase og et kendt brand, også uden for Danmark, (ii) datamæssige fordele og (iii) bedre kapacitetsudnyttelse. Ydelsen adskiller sig dermed fra kørselskontorets egne bestillingskanaler, idet disse ikke i sig selv giver adgang til den kundebase og det ordreflow, som mobilitetsplatformen tilfører. Mobilitetsplatformes formidlingsydelse fungerer dermed typisk som en supplerende distributions- og bestillingskanal, der anvendes parallelt med kørselskontorets egne bestillingskanaler.[282]

450. Tredjeparts mobilitetsplatforme leverer således ikke kun et IT-værktøj til formidling, men også b.la. efterspørgsel fra en gruppe passagerer, der starter deres bestilling på platformen – og som derfor ikke nødvendigvis ville have henvendt sig til kørselskontoret via kørselskontorets egne bestillingskanaler jf. 5.1.2.2.1.

451. Et kørselskontor kan derfor ikke blot erstatte mobilitetsplatformens ydelse ved at benytte egne bestillingskanaler. Kørselskontorets egne kanaler kan alene i begrænset omfang udgøre et alternativ, fx hvis kørselskontoret faktisk kan flytte bestillinger mellem egne kanaler og mobilitetsplatformen eller i praksis kan styrke brugen af egne kanaler på en måde, der reducerer afhængigheden af platformen. Hvis dette ikke er muligt, vil en forringelse af vilkårene hos mobilitetsplatformen i praksis navnlig kunne føre til, at kørselskontoret reducerer eller ophører samarbejdet, snarere end at ydelsen substitueres af kørselskontorets egne kanaler. Dette taler for, at mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer udgør et selvstændigt produktmarked.

452. På baggrund af resultaterne fra styrelsens markedsundersøgelser ovenfor og de øvrige sagsoplysninger er det styrelsens vurdering, at efterspørgselssubstitutionen fra mobilitetsplatformes formidlingsydelser til andre løsninger samlet set er begrænset.

453. Styrelsen lægger bl.a. vægt på, at kørselskontorerne ikke har andre muligheder for at opnå adgang til det samme brede kundegrundlag, som de kan opnå hos mobilitetsplatforme. Dette hænger bl.a. sammen med platformenes internationale tilstedeværelse og deres adgang til en større og allerede etableret brugerbase.

454. Det er heller ikke muligt at skifte til at få formidlingsydelsen hos et andet kørselskontor, da kørselskontorerne ikke tilbyder denne ydelse eksternt.

455. Styrelsen lægger også vægt på, at der opkræves særskilt kommission for tilknytningen til mobilitetsplatformen, som i praksis bæres/viderefaktureres til de tilknyttede vognmænd. Dette indikerer, at mobilitetsplatformens ydelse har selvstændig værdi ud over kørselskontorets egne bestillingskanaler, idet kørselskontoret og de tilknyttede vognmænd samlet set efterspørger adgang til platformens eksterne kundemarked/ordreflow og den tilhørende booking- og be-

[282] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 94-98, og Kommissionens afgørelse af 11. august 2025 i sag M.11936, *Naspers/Just Eat Takeaway*, punkt 12 og 18-23.

talingsinfrastruktur, som ikke kan opnås lige så effektivt gennem kørselskontorets egne kanaler, hvilket der også er lagt vægt på i anden praksis.[283]

456. Selv om mobilitetsplatformes formidlingsydelse i dansk kontekst som udgangspunkt indkøbes af kørselskontoret, peger markedsundersøgelserne, jf. ovenfor på, at tilknytning til Uber kan have betydning for kørselskontorets attraktivitet over for vognmænd. Vognmænd fremhæver bl.a., at tilknytningen kan give flere ture, kortere ventetid og bedre udnyttelse af arbejdsdagen, mens kørselskontorer peger på supplerende efterspørgsel, øget synlighed og en bedre mulighed for at tiltrække og fastholde vognmænd.

457. Vognmændenes valg af kørselskontor kan derfor i et vist omfang være påvirket af, hvilke mobilitetsplatforme kørselskontoret er tilsluttet. Dette understøttes af, at vognmænd i undersøgelsen bl.a. peger på adgang til Uber/Bolt som en væsentlig årsag til valg af kørselskontor, og at svar fra vognmænd peger i samme retning, når de spørges, hvilket kørselskontor de ville vælge i forskellige skiftescenarier.[284]

458. Dette underbygges også af input fra vognmænd, hvorefter kort ventetid m.v. fremhæves som et centralt konkurrenceparameter, hvorefter en dominerende platform kan "*sidde på markedet*" og dermed gøre det nærmest umuligt for konkurrenter at matche ventetider.[285]

459. Styrelsen lægger desuden vægt på, at der er tale om forskellige ydelser, som efterspørges af forskellige kundegrupper og opfylder forskellige funktioner.[286] Mobilitetsplatformens ydelse består i adgang til platformens passagergrundlag, ordreflow samt tilhørende booking- og betalingsinfrastruktur, mens kørselskontorydelsen vedrører vognmandens tilknytning til et kørselskontor og adgangen til at udføre taxikørsel inden for den regulerede struktur. De to ydelser er således indbyrdes forbundne, men kan kun i begrænset omfang substitueres.

460. Hertil kommer, at mobilitetsplatforme tilbyder supplerende kommercielle funktioner, herunder mere avanceret dynamisk prissætning, hvor prisen løbende kan tilpasses efterspørgslen og den tilgængelige kapacitet. Når en sådan prissætning baseres på et bredere og mere omfattende datagrundlag, som samles på tværs af en større og international brugerbase samt flere ture, kan den bidrage til en mere effektiv balancering af udbud og efterspørgsel, navnlig i perioder med spidsbelastning. Det kan understøtte højere udnyttelse af den tilknyttede taxikapacitet, kortere ventetider og en mere løbende optimering af matching mellem passagerer og ledige taxier. Dette taler for, at mobilitetsplatformes ydelse har selvstændige funktionelle egenskaber, som adskiller sig fra kørselskontorernes egne bestillingskanaler. Styrelsen lægger i den forbindelse vægt på, at markedsundersøgelsen indikerer, at Uber anvender dynamisk prissætning, og at dette fremhæves som et særskilt kendetegn ved platformen fra bl.a. de adspurgte vognmænd, jf. punkt 425.

461. Indirekte netværkseffekter indebærer endvidere, at værdien for brugerne på den ene side af platformen øges, når antallet af brugere på den anden side stiger. I nærværende sammenhæng betyder det, at kørselskontorer (og de tilknyttede vognmænd) typisk får større værdi af at være tilgængelige på platformen, når platformen har en større brugerbase af passagerer og dermed et større ordreflow. Omvendt kan en større tilknyttet kapacitet – flere tilgængelige biler via kørselskontorer/vognmænd – øge platformens værdi for passagererne, fx ved kortere ventetid, bedre tilgængelighed og højere sandsynlighed for at få en taxi. Denne gensidige forstærkning kan medvirke til, at platformens brugerbase og tilknyttede kapacitet udvikler sig selvforstær-

---

[283] Jf. Kommissionens afgørelse af 11. august 2025 i sag M.11936 – *Naspers/Just Eat Takeaway.com*, punkt 20-23, 30-31 og 161-163 (om platformes rolle som salgskanal, "incremental traffic"/digital rækkevidde og begrænset mulighed for at erstatte platformadgang via alternative kanaler).

[284] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 33, 5, samt spørgsmål 69 og 73.

[285] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 86.

[286] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen, punkt 94-95.

kende, hvilket kan øge betydningen af adgang til platformens ordreflow og samtidig begrænse, i hvilket omfang kørselskontorets egne kanaler kan fungere som et tæt alternativ til platformens formidlingsydelse, jf. mere herom i afsnit 5.2.5.3.1. Dette understøttes af markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer, hvor 85 pct. vurderer, at mobilitetsapps vil få en væsentligt større rolle i konkurrencen om privatkunder i deres dækningsområde inden for de næste to år, mens yderligere 8 pct. vurderer, at mobilitetsapps vil få en noget større rolle.[287]

462. De mest nærliggende efterspørgselsmæssige alternativer vil på den baggrund i stedet være andre mobilitetsplatforme, der kan levere en tilsvarende kombination af (i) adgang til et eksternt kundemarked/ordreflow og (ii) booking- og betalingsinfrastruktur, herunder kommercielle funktioner som dynamisk prissætning.

463. På den baggrund vurderer styrelsen, at efterspørgselssubstitutionen fra mobilitetsplatformes formidlingsydelse til andre løsninger samlet set er begrænset, og at konkurrencen – i det omfang den foregår – primært vil stå mellem mobilitetsplatforme.

464. For så vidt angår **udbudssubstitution**, indebærer vurderingen, om andre aktører, fx kørselskontorer, er i stand til at omlægge produktionen, om de kun pådrager sig ubetydelige yderligere irreversible omkostninger eller risici, når de omlægger produktionen, om de har incitament til og vil gøre det, hvis de relative priser eller efterspørgselsforhold ændrer sig, og om de kan udbyde den samme ydelse effektivt på kort sigt.

465. Styrelsen lægger først og fremmest vægt på, at kørselskontorerne ikke udbyder deres egne bestillingskanaler til brug for andre kørselskontorer. Det er styrelsens vurdering, at kørselskontorer som udgangspunkt har incitament til at anvende egen kapacitet til at servicere egne bestillingskanaler og egne vognmænd, og at det derfor ikke fremstår nærliggende, at et kørselskontor på kort sigt vil etablere sig som tredjepartsformidler for andre kørselskontorer i et omfang, der kan udøve et effektivt konkurrencepres på mobilitetsplatforme. Det vil efter styrelsens vurdering også kræve meget betydelige investeringer for kørselskontorerne at udvikle en konkurrerende ydelse til mobilitetsplatformene, der kan matche disse platformes teknologi. Uber har eksempelvis oplyst, at virksomheden i 2025 havde forsknings- og udviklingsudgifter på [xxx] [xxx].[288] Dette understøtter, at udbudssubstitutionen fra kørselskontorer til mobilitetsplatformes formidlingsydelse er begrænset.

466. Derudover lægger styrelsen vægt på, at ydelsen ikke alene består i at levere teknisk software, men i at levere adgang til efterspørgsel fra passagersiden. Det indebærer, at en ny udbyder som udgangspunkt skal kunne opnå en kritisk masse af passagerer for at kunne levere en konkurrencedygtig ydelse til kørselskontorer. Det er styrelsens vurdering, at kørselskontorer med egne bestillingskanaler ikke effektivt og på kort sigt vil kunne påbegynde at tilbyde en mobilitetsplatform, som flere kørselskontorer kan formidle igennem, uden at pådrage sig betydelige omkostninger.

467. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at mobilitetsplatformes salg af formidlingsydelser til kørselskontorer udgør et selvstændigt relevant produktmarked. Styrelsen bemærker dog, at kørselskontorernes egne bestillings- og formidlingskanaler kan udøve et vist, men mere fjerntliggende konkurrencepres på mobilitetsplatformenes ydelse. Dette konkurrencepres vil blive inddraget i den efterfølgende konkurrencemæssige vurdering nedenfor.

[287] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 115.
[288] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 207.

5.1.2.3 Delkonklusion

468. På baggrund af det ovenstående vurderer styrelsen, at mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer udgør et selvstændigt relevant produktmarked.

5.1.2.4 De relevante geografiske markeder

469. Kommissionen har i en afgørelse vedrørende onlineplatforme for madlevering vurderet den geografiske udstrækning af markedet. Kommissionen lagde i den forbindelse vægt på, at platformenes ydelser og centrale konkurrenceparametre i vidt omfang blev fastlagt nationalt, herunder bl.a. overordnede kommercielle vilkår, markedsføring og aftaler med kæder/merchants, og at platforme – når de først var aktive i et land – relativt let kunne udvide fra én by til andre byer i samme land. Kommissionen bemærkede samtidig, at der forekom lokale variationer i konkurrencevilkårene, bl.a. fordi efterspørgsel og levering skete lokalt. Kommissionen foretog en endelig geografisk markedsafgrænsning og konkluderede, at markedet var nationalt med betydelige lokale træk.[289]

470. Mobilitetsplatformes formidling af taxikørsel er et homogent produkt på nationalt plan. Platformydelser består af software og digitale tjenester, herunder app, algoritmer til matchning, betalingssystem og driftssystemer. Disse ydelser leveres i standardiseret form og kræver normalt ikke væsentlige lokale tilpasninger. Det er således den samme formidlingsydelse, som fx Uber og Bolt tilbyder i hele Danmark. Det er også den samme app, som passagererne benytter på tværs af lokale områder.

471. Uber sikrer i Danmark udbud af køretøjer via godkendte kørselskontorer, og kørselskontorerne aggregerer udbuddet fra tilknyttede vognmænd og chauffører, hvorefter dette udbud stilles til rådighed via Ubers app. Den praktiske geografiske rækkevidde af aftaler mellem mobilitetsplatforme og kørselskontorer afhænger derfor navnlig af kørselskontorenes faktiske geografiske tilstedeværelse, herunder hvor kørselskontorene har tilknyttede vognmænd. Oplysningerne i sagen peger på, at mobilitetsplatforme har et kommercielt incitament til at indgå aftaler med kørselskontorer, der kan give platformen adgang til en så bred geografisk dækning og kapacitet som muligt i Danmark.[290]

472. I kontrakten mellem Uber og Drivr er territoriet eksempelvis defineret som [xxx]. I kontrakten mellem Uber og Drivr leveres platformydelserne for [xxx].[291]

473. Når en mobilitetsplatform først er etableret og aktiv i Danmark, kan den relativt let udvide sine aktiviteter fra én by til andre byer i landet. En sådan udvidelse kræver typisk ikke væsentlige yderligere investeringer i teknologi, infrastruktur eller organisatorisk setup, idet platformens software, kontraktvilkår og kommercielle model allerede er implementeret nationalt. Platformens ekspansion til nye byer afhænger i højere grad af kommercielle forhold, såsom lokal efterspørgsel og tilknytning af kørselskontorer og derigennem vognmænd. [xxx] oplysninger fra Bolt, som har oplyst, at selskabet [xxx]. Bolt har endvidere oplyst, [xxx]. I relation til samarbejdet med Taxi 4x27 har Bolt endvidere oplyst, at aftalen er blevet udvidet til også at omfatte Taxi 4x27's søsterselskab Taxa Syd, som bl.a. opererer på Fyn og i Sydjylland.[292]

474. Styrelsen bemærker samtidig, at der kan forekomme lokale variationer i platformenes kommercielle styrke. Dette skyldes bl.a., at værdien af platformydelser afhænger af lokal taxikapa-

---

[289] Jf. Kommissionens afgørelse af 11. august 2025 i sag M.11936, *Naspers/Just Eat Takeaway.com*, punkt 48.

[290] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 504-505 og 511-512 og referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

[291] Jf. Drivrs besvarelser den 11. august 2025 af styrelsens anmodning om oplysninger af 11. juli 2025, Uber og Drivrs samarbejdsaftale, [xxx].

[292] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

citet – dvs. antallet af biler, der er tilknyttet de lokale kørselskontorer og derigennem tilknyttede vognmænd – samt af den lokale ordrestrøm, som udgøres af kundernes efterspørgsel efter taxikørsel. Platformene konkurrerer derfor lokalt om at tiltrække passagerer og kørselskontorer og derigennem vognmænd, idet taxiture udbydes via kørselskontorer og udføres af de tilknyttede vognmænd og chauffører, der opererer i et bestemt geografisk område.

475. På den baggrund vurderer styrelsen, at markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer har en national dimension, idet konkurrencevilkårene i vidt omfang er ensartede på tværs af landet, men at der samtidig kan være lokale variationer i platformenes kommercielle styrke og i konkurrencen. Styrelsen finder det imidlertid ikke nødvendigt at tage endelig stilling til den geografiske afgrænsning, da fusionen vil hæmme den effektive konkurrence uanset om markedet afgrænses bredt til nationalt eller snævert til et lokalt marked for mobilitetsplatformes salg/formidling af taxikørsel.

5.1.2.5 Konklusion

476. På baggrund af det ovenstående vurderer styrelsen, at mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer udgør et selvstændigt relevant produktmarked.

477. Styrelsen vurderer samtidig, at markedet kan have en national dimension, idet konkurrencevilkårene i vidt omfang er ensartede på tværs af landet, men at der samtidig kan forekomme lokale variationer i platformenes kommercielle styrke og i konkurrencen. Dette skyldes bl.a., at værdien af platformydelser også afhænger af lokal taxikapacitet og lokal ordrestrøm. Styrelsen finder det imidlertid ikke nødvendigt at tage endelig stilling til den geografiske afgrænsning, da fusionen vil hæmme den effektive konkurrence uanset om markedet afgrænses bredt til nationalt eller snævert til et lokalt marked for mobilitetsplatformes salg/formidling af taxikørsel.

5.1.3 Markedet for salg af kørselskontorydelser

5.1.3.1 Det relevante produktmarked

478. Kørselskontorernes ydelser til vognmænd udgør et særskilt led i taxiværdikæden, og som er særlig reguleret i taxiloven, jf. afsnit 4.2.1. Vognmænd udfører den faktiske taxikørsel, men er afhængige af tilknytning til et kørselskontor for at kunne modtage bestillinger, få ture fordelt og få afregning håndteret. Vognmændenes tilknytning til et kørselskontor reguleres typisk gennem en tilslutningsaftale, som fastlægger vilkår for samarbejdet, herunder betaling og eventuelle bindings- og opsigelsesvilkår.

479. Kørselskontorydelserne omfatter typisk en samlet ydelsespakke, der bl.a. består i (i) adgang til ordreflow fra kørselskontorets salg/formidling over for passagerer via egne kanaler og eventuelt tredjeparts mobilitetsapps, (ii) bestillingsmodtagelse og turfordeling, (iii) afregning og betalingshåndtering, (iv) driftsunderstøttelse (finansiering af bil mv.) og kundeservice samt (v) understøttelse af efterlevelse af regulatoriske krav. Vognmændenes betaling til kørselskontoret består typisk af en fast pladsleje og/eller et procentuelt vederlag af omsætningen samt eventuelle betalinger for tilknyttede serviceydelser.

480. Praksis viser, at der kan bestå et særskilt upstreammarked for bestillings- eller formidlingsydelser, hvor vognmænd eller chauffører er kunder til formidleren.[293] Dette fremgår eksempelvis af KKV's praksis, hvor der sondres mellem markedet for taxikørsel og markedet for taxiers be-

[293] Jf. KKV's afgørelse af 16. december 2021 i sag *Liikenne Kurittu Oy / Nortamaa Oy / Kymenlaakson Taksi Oy, Dnro* KKV/175/14.00.00/2020, punkt 26-28; AGCM's afgørelse af 27. april 2021 i sag A521 – *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino*, provvedimento nr. 29644, punkt 135-145 og 159; CNCM, Informe y propuesta de resolución i sag C/0802/16 – *Daimler / Hailo / Mytaxi / Negocio Hailo*, punkt 37-41, 59 og 66-67.

stillingsformidling.[294] AGCM's og CNMC's praksis understøtter tilsvarende, at chauffør- eller vognmandssiden kan udgøre en selvstændig efterspørgselsside for formidlingsydelser.[295] Denne praksis angår imidlertid primært samlede formidlings- eller platformmarkeder og belyser derfor kun mere indirekte et marked for samlede kørselskontorydelser.

481. Den finske konkurrencemyndighed, tog i *Liikenne Kurittu Oy/Nortamaa Oy/Kymenlaakson Taksi Oy* udgangspunkt i, at taximarkederne kan opdeles i to produktmarkeder. Myndigheden tog for det første udgangspunkt i et marked for taxikørsel, hvor kunderne er de kunder, der bestiller kørslen, og leverandørerne er vognmændene. For det andet tog myndigheden udgangspunkt et marked for taxiers bestillingsformidling, hvor kunderne er vognmændene, som køber formidlingsydelsen fra et formidlingsselskab eller en udbyder af bestillingsapp. Den præcise markedsafgrænsning blev imidlertid ikke lukket, da det under hensyn til sagens udfald ikke var nødvendigt at tage nærmere stilling til de relevante markeder.[296]

482. Parterne har ikke i fusionsanmeldelsen taget stilling til, om der skal afgrænses et marked for salg af kørselskontorydelser. Parterne anfører, at relationen mellem kørselskontorer og vognmænd er reguleret, og at konkurrencen om at tiltrække vognmænd er vigtig for branchens funktion.[297] Parternes markedsafgrænsning retter sig imidlertid mod salg af taxikørsel til slutkunder, mens relationen til vognmænd behandles som et væsentligt led i den samlede markedsdynamik og ikke som et selvstændigt relevant marked.[298]

483. Styrelsen bemærker indledningsvist, at taxilovgivningen indebærer en reguleret markedsstruktur, hvor vognmænd skal være tilknyttet et kørselskontor for at kunne udføre taxikørsel. Vognmænd kan dermed ikke aftage de relevante kørselskontorydelser uden om et kørselskontor.

484. For så vidt angår **efterspørgselssubstitution,** vurderer styrelsen, om vognmænd ved en forringelse af vilkår hos kørselskontorer i tilstrækkeligt omfang vil skifte til andre udbydere af lignende ydelser. Vognmændenes mulighed for at udføre taxikørsel er som nævnt regulatorisk bundet til, at de er tilknyttet et kørselskontor. En vognmand, der ønsker at udføre taxikørsel, har således ikke et alternativ til at være tilknyttet et kørselskontor. Det nærmeste alternativ til taxikørsel er limousinekørsel, jf. taxilovens § 4, stk. 1, nr. 2, og i et vist omfang kørsel via trafikselskabernes ordninger, herunder flextrafik.

485. Vognmandsundersøgelsen viser, at enkelte vognmænd overvejer limousinekørsel eller flextrafik som alternativer, hvis de mister væsentlige ture eller faste kunder gennem deres nuværende kørselskontor.[299] Besvarelserne peger således på, at nogle vognmænd i en sådan situation vil overveje at omregistrere bilen til limousinekørsel, hvilket forudsætter, at de relevante krav er opfyldt, eller overgå til flextrafik frem for at fortsætte i ordinær taxidrift.

486. Disse besvarelser i vognmandsundersøgelsen understøtter imidlertid ikke, at limousinekørsel eller flextrafik er en del af samme marked som salg af kørselskontorydelser. Besvarelserne peger snarere på, at disse aktiviteter for nogle vognmænd udgør en alternativ anvendelse af bil og tilladelse, hvis den ordinære taxiforretning ikke længere er rentabel. Styrelsen lægger i den forbindelse vægt på, at en omstilling til limousinekørsel ikke kan ske uden videre, idet limousine-

---

[294] Jf. KKV's afgørelse af 16. december 2021 i sag *Liikenne Kurittu Oy / Nortamaa Oy / Kymenlaakson Taksi Oy, Dnro* KKV/175/14.00.00/2020, punkt 26-28.

[295] Jf. AGCM's afgørelse af 27. april 2021 i sag A521 – *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino*, provvedimento nr. 29644, punkt 137-145 og 159; CNMC, Informe y propuesta de resolución i sag C/0802/16 – *Daimler / Hailo / Mytaxi / Negocio Hailo*, punkt 37-41, 59 og 66-67.

[296] Jf. KKV's afgørelse af 16. december 2021 i sag Liikenne Kurittu Oy / Nortamaa Oy / Kymenlaakson Taksi Oy, Dnro KKV/175/14.00.00/2020, punkt 26-29.

[297] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt, 95-97.

[298] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt, 213-219, 142, 451-452.

[299] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 40.

kørsel er knyttet til særlige køretøjer og krav til bilen. Tilsvarende er flextrafik et offentligt organiseret og behovsstyret transporttilbud, som ikke uden videre er tilgængeligt for den enkelte vognmand på kort sigt. Der er dermed i højere grad tale om omstilling til anden aktivitet eller markedsexit end om reel efterspørgselssubstitution mellem kørselskontorydelser og andre ydelser.

487. For så vidt angår **udbudssubstitution**, indebærer vurderingen, om de fleste, om ikke alle, andre aktører er i stand til at omlægge deres aktiviteter til at tilbyde kørselskontorydelser, om de kun pådrager sig ubetydelige yderligere irreversible omkostninger eller risici herved, om de har incitament til og ville gøre det, når de relative priser eller efterspørgselsforhold ændrer sig, og om de effektivt kan tilbyde sådanne ydelser på kort sigt under ensartede konkurrencevilkår.

488. Styrelsen lægger i den forbindelse vægt på, at leveringen af kørselskontorydelser regulatorisk forudsætter drift som kørselskontor, herunder etablering af bestillings- og dispatchsystemer, afregningssetup, kundeservice og efterlevelse af relevante regulatoriske krav. Hertil kommer, at et kørselskontor i praksis skal kunne tiltrække både tilknyttet kapacitet (vognmænd) og et tilstrækkeligt ordreflow for at være et reelt alternativ for vognmænd. Et nyt kørselskontor vil typisk være mindre attraktivt for vognmænd uden et stabilt ordreflow, og det kan omvendt være vanskeligt at skabe efterspørgsel uden et vist omfang af tilknyttet kapacitet. På den baggrund vurderer styrelsen, at der ikke er tilstrækkelig udbudssubstitution til, at markedet skal udvides til at omfatte andet end salg af kørselskontorydelser.

489. Styrelsen vurderer på den baggrund, at der kan afgrænses et relevant marked for salg af kørselskontorydelser til vognmænd.

5.1.3.2 De relevante geografiske markeder

490. Den finske konkurrencemyndighed, KKV, har i en afgørelse[300] beskrevet taximarkedets funktion, herunder dispatch-centralers rolle (svarende til kørselskontorer og digitale mobilitetsplatforme i dansk kontekst) i at matche kunder og chauffører. KKV overvejede, om det relevante geografiske marked skulle afgrænses lokalt eller bredere, men foretog ikke en endelig afgrænsning og lod spørgsmålet stå åbent, idet de ikke fandt det nødvendigt at tage endelig stilling hertil.

491. Den italienske konkurrencemyndighed, AGCM, har i en sag vedrørende radiotaxi-centralen Taxi Torino behandlet forholdet mellem radiotaxi-centraler og tilknyttede chauffører. AGCM beskrev radiotaxi-centraler som aktører, der modtager bestillinger på taxiture og fordeler disse til tilknyttede chauffører via dispatch-systemer. I sagen blev forholdene analyseret med udgangspunkt i radiotaxi-tjenester i Torino, hvor centralen opererede, og hvor de tilknyttede chauffører var licenseret til at udføre taxikørsel. AGCM foretog imidlertid ikke en selvstændig afgrænsning af et marked for sådanne ydelser.[301]

492. Markedet for salg af kørselskontorydelser har flere lighedspunkter med det marked, der i tidligere sager ofte er blevet betegnet som formidling af taxikørsel (i denne sag markedet for salg/formidling af taxikørsel), jf. afsnit 372. Begge markeder vedrører ydelser leveret af kørselskontorer og er funktionelt forbundne, idet værdien af kørselskontorydelser for vognmænd i høj grad afhænger af den efterspørgsel efter taxiture, som kørselskontorer kan generere blandt passagerer i det område, hvor vognmanden opererer.

---

[300] Jf. KKV, afgørelse af 16. december 2021, *Kymenlaakson Taksi Oy:n toiminta taksien tilausvälityksessä Kymenlaakson alueella* (Dnro KKV/175/14.00.00/2020), afsnit 6.4.1, punkt 26-28.

[301] Jf. AGCM's afgørelse af 27. april 2021 i sag A521 – *Attività di intermediazione della domanda di servizi taxi nel Comune di Torino,* provvedimento nr. 29644, punkt 150.

493. Vognmænd tilknytter sig et kørselskontor for at få adgang til formidling af taxiture, betalingsløsninger og kundeadgang.[302] Værdien af disse ydelser afhænger af den ordrestrøm, som kørselskontoret kan generere i det område, hvor vognmanden opererer.

494. Da taxikørsel i praksis udføres inden for et begrænset geografisk område[303], vil vognmænd typisk have størst incitament til at tilknytte sig et kørselskontor med en stærk tilstedeværelse i det område, hvor de kører. Kørselskontorernes geografiske tilstedeværelse varierer betydeligt, idet mange kørselskontorer opererer lokalt eller regionalt, mens kun få aktører har en bredere geografisk dækning, jf. punkt 115 ovenfor.

495. Styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer viser endvidere, at der kan være barrierer for at udvide aktiviteterne til nye geografiske områder. 87 pct. af de adspurgte kørselskontorer angiver, at der er barrierer for geografisk ekspansion. Blandt disse angiver 69 pct., at rekruttering af et tilstrækkeligt antal vognmænd eller biler udgør en væsentlig barriere for at udvide taxiforretningen uden for deres nuværende geografiske dækningsområde. Dette understøtter, at kørselskontorers aktiviteter i praksis er tæt knyttet til de områder, hvor de har tilknyttet vognmænd.[304]

496. På den baggrund vurderer styrelsen – i lighed med vurderingerne foretaget i tidligere praksis - at konkurrencen om salg af kørselskontorydelser i væsentligt omfang udspiller sig inden for lokale eller metropol-lokale områder. Styrelsen finder det imidlertid ikke nødvendigt at tage endelig stilling til den geografiske afgrænsning, da fusionen vil hæmme den effektive konkurrence uanset om markedet afgrænses bredt til nationalt eller til mere snævre regionale eller lokale markeder for salg af kørselskontorydelser.

5.1.3.3 Konklusion

497. På baggrund af det ovenstående vurderer styrelsen, at der kan afgrænses et relevant produktmarked for salg af kørselskontorydelser.

498. Styrelsen vurderer endvidere, i lighed med tidligere praksis, at konkurrencen om disse ydelser i væsentligt omfang udspiller sig inden for lokale eller metropol-lokale områder. Styrelsen finder det imidlertid ikke nødvendigt at tage endelig stilling til den geografiske afgrænsning, da fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt uanset, om markedet afgrænses bredt til nationalt eller til mere snævre regionale eller lokale markeder for salg af kørselskontorydelser.

5.1.4 Parternes bemærkninger til markedsafgrænsningen

499. Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026, anført, at styrelsens markedsafgrænsning er fejlbehæftet. Parterne anfører navnlig, at de afgrænsede markeder er for snævre, idet markedet efter parternes opfattelse bør omfatte alle former for personbefordring, hvor taxikørsel alene udgør ét segment. Parterne anfører desuden, at markedsafgrænsningen ikke er tilstrækkeligt underbygget af juridisk argumentation eller bevismateriale. Parterne anfører endelig, at styrelsen reelt har ladet den geografiske markedsafgrænsning stå åben for alle tre markeder.[305]

500. Styrelsen er ikke enig i parternes bemærkning om, at markedsafgrænsningen er fejlbehæftet. Styrelsen har i markedsafgrænsningen foretaget en analyse af efterspørgsels- og udbudssubsti-

---

[302] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 213 og 451.

[303] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 52. Undersøgelsen viser, at taxiture for privatkunder typisk er relativt korte: 40 pct. af de adspurgte kørselskontorer angiver, at den gennemsnitlige tur varer 0–15 minutter, mens 60 pct. angiver 16–30 minutter.

[304] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 12 og 15.

[305] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 38-39.

tution baseret på omfattende markedsundersøgelser samt under hensyntagen til de konkrete konkurrencevilkår i den danske taxibranche. Styrelsen har i den forbindelse lagt vægt på, at taxikørsel adskiller sig fra andre former for personbefordring ved sin funktion, pris, tilgængelighed, regulering og organisering. Taxikørsel efterspørges typisk som en fleksibel dør-til-dør-ydelse, der kan bestilles med kort varsel, og som ikke i almindelighed kan erstattes af fx kollektiv transport, delebiler eller mikromobilitet uden ændring af ydelsens væsentlige karakter. Andre transportformer kan efter omstændighederne udøve et vist konkurrencepres, men dette indebærer ikke, at de indgår i samme relevante marked, jf. afsnit 5.1.1.1.1 ovenfor.

501. For så vidt angår den geografiske afgrænsning har styrelsen afgrænset marked (i) markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, men ladet marked (ii) til (iii) stå åben. For marked (i) markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder har styrelsen lagt vægt på, at taxikørsel i praksis kræver lokal tilgængelig kapacitet, at vognmænd typisk opererer inden for en begrænset geografisk rækkevidde, og at konkurrencevilkårene varierer mellem områder. Ubers og Bolts digitale platforme kan anvendes nationalt, men platformenes faktiske konkurrenceevne afhænger af lokale kørselskontorer og lokale vognmænd. Det taler for en lokal eller metropollokal geografisk afgrænsning. For de øvrige markeder har styrelsen udtrykkeligt vurderet, at den præcise geografiske afgrænsning kan stå åben, fordi vurderingen af fusionens virkninger ikke afhænger af, om markedet afgrænses bredere eller snævrere.

5.1.5 Konklusion – markedsafgrænsning

502. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen konkluderer samlet, at der til brug for vurderingen i denne sag kan tages udgangspunkt i følgende relevante markeder:

» Markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, afgrænset geografisk til lokale eller metropol-lokale områder.

» Markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, hvor den geografiske afgrænsning kan stå åben, men hvor markedet kan have en national dimension, mens der samtidig kan forekomme lokale variationer i platformenes kommercielle styrke og i konkurrencen.

» Markedet for salg af kørselskontorydelser, hvor den geografiske afgrænsning kan stå åben, men hvor konkurrencen i væsentligt omfang udspiller sig inden for lokale eller metropollokale områder.

503. Parternes bemærkninger giver ikke grundlag for at ændre styrelsens markedsafgrænsning.

5.2 Vurderingen af fusionens konkurrencemæssige virkninger

504. 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.

505. EU-Domstolen har fastslået, at tærsklen for, hvornår en fusion kan forbydes, er, om det på baggrund af *tilstrækkeligt afgørende og sammenstemmende oplysninger er godtgjort*, at det er *mere sandsynligt end usandsynligt*, at den pågældende fusion vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.[306] Se hertil også afgørelsens bilag 7.1.

[306] Jf. Domstolens dom af 13. juli 2023 i sag C-376/20, *CK Telecoms UK Investments mod Kommissionen*, præmis 87.

5.2.1 Vurderingen af det kontrafaktiske scenarie

506. Styrelsen skal ved vurderingen af, om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, foretage en undersøgelse, som dels består i en analyse af situationen, hvor fusionen ikke gennemføres (det kontrafaktiske scenarie), dels en analyse af situationen, hvor fusionen gennemføres (fusionsscenariet), jf. afsnit 7.2.2 i bilag 7.1. Styrelsen sammenligner de to scenarier for derved at vurdere, om fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.

507. Det fremgår af Kommissionens retningslinjer for vurderingen af 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 gennemførtes."*[307] [styrelsens understregning].

508. I forlængelse heraf fremgår det af den tilhørende fodnote:

> *"Analogt hermed vil Kommissionen i det tilfælde, hvor en fusion er blevet gennemført uden at være anmeldt, vurdere fusionen på grundlag af de konkurrenceforhold, der ville have gjort sig gældende, hvis ikke fusionen var blevet gennemført."*[308] [styrelsens understregning].

509. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner fastslår, at: "*I de fleste tilfælde er det mest relevant at sammenligne med de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet, når man skal vurdere en fusions virkninger*."[309] [styrelsens understregning]. At det er de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet, man skal sammenligne med, følger desuden også af Kommissionens og Rettens praksis.[310]

510. Det er således 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 rækkevidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor beslutningen træffes"*[311] [styrelsens understregning].

511. Det fremgår dog samtidig af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, at: "*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,*

---

[307] Jf. Retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/03) ("Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner"), punkt 9. Lignende formulering fremgår af og Kommissionens retningslinjer af 18. oktober 2008 for vurderingen 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. Se også Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 409 og den i fodnote 284 nævnte praksis.

[308] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9, fodnote 8, samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 20, fodnote 5.

[309] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9.

[310] Jf. fx Kommissionens afgørelse i M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 409 og den i fodnote 284 nævnte praksis.

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

hvis fusionen ikke gennemføres."[312] [styrelsens understregning]. Dette understøttes i øvrigt også af praksis.

512. Fastlæggelsen af det kontrafaktiske scenarie beror dermed på en konkret vurdering af de faktiske og retlige omstændigheder i den enkelte sag.

513. Derudover er det fastlagt i praksis, at "*i det omfang, der er foretaget fusionsspecifikke dispositioner, skal uden-fusionsscenariet fastlægges uden inddragelse af disse*."[313] Hvis der imidlertid er tale om "*dispositioner, der ville være blevet gennemført også uden fusionen, vil de skulle medgå i uden-fusionsscenariet*".[314]

514. I tidligere praksis har man opereret med flere sandsynlige scenarier i forbindelse med fastlæggelsen af det relevante kontrafaktiske scenarie, når det ikke har været muligt at fastslå hvilket et, der har været mest sandsynligt.[315]

Rammen for vurderingen af det kontrafaktiske scenarie i denne sag

515. I det omfang, der siden fusionstidspunktet er foretaget fusionsspecifikke dispositioner, skal disse ikke inddrages i det kontrafaktiske scenarie, jf. også ovenfor. Det samme gælder udvikling og ændringer i markedet, som skyldes den gennemførte fusion.

516. I det omfang, der omvendt er foretaget dispositioner, der ville være blevet gennemført også uden fusionen, vil disse skulle inddrages i det kontrafaktiske scenarie. Det samme gælder udvikling og ændringer i markedet, der ville være sket også uden fusionen.

517. Når en fusion er blevet gennemført uden at være anmeldt, skal fusionen derfor vurderes på grundlag af de konkurrenceforhold, der ville have gjort sig gældende, hvis ikke fusionen var blevet gennemført.

518. Heri kan styrelsen inddrage forventede fremtidige dispositioner, ændringer og udvikling på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges.

519. I de følgende afsnit vil styrelsen først redegøre for Ubers og relevante tredjeparters anbringender om det kontrafaktiske scenarie, hvorefter styrelsen vil foretage en vurdering af, hvad der i denne sag udgør det kontrafaktiske scenarie, som skal sammenlignes med fusionsscenariet.

5.2.1.1 Ubers aktiviteter uden fusionen

520. Uber har i fusionsanmeldelsen oplyst om det kontrafaktiske scenarie, at hvis transaktionen ikke var blevet gennemført, ville Dantaxi være blevet opkøbt af en anden, idet Dantaxis tidligere ejer, Triton Partners (herefter "Triton"), havde iværksat en salgsproces, jf. afsnit 5.2.1.1.1, nedenfor.

521. Uber har endvidere oplyst, at Ubers aftale med Drivr, i fraværet af fusionen[xxx] mellem Uber og Drivr. Hertil har Uber oplyst, at [xxx].[316]

---

[312] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9.

[313] Jf. Konkurrencerådets godkendelse af 22. maj 2014 TIFS 13/13057 (*Ernst & Young overtager KPMG Danmark*) punkt 374, jf. Kommissionens afgørelse af 26. januar 2011 i sagen COMP/M.5830, *Olympic/Aegean Airlines*.

[314] Jf. Konkurrencerådets godkendelse af 22. maj 2014 TIFS 13/13057 (*Ernst & Young overtager KPMG Danmark*) punkt 374, jf. Kommissionens afgørelse af 26. januar 2011 i sagen COMP/M.5830, *Olympic/Aegean Airlines*.

[315] Jf. fx Kommissionens afgørelse af 28. august 2009 i sagen COMP/M.5440, *Lufthansa/Austrian Airlines*, afsnit VII, samt Kommissionens afgørelse af 1. juli 2002 i sagen COMP/M.2810, *Deloitte & Touche/Andersen UK*, punkt 54.

[316] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 53-55.

5.2.1.1.1 Dantaxis aktiviteter i Danmark uden fusionen

522. Triton, som er sælger af Dantaxi og har ejet Dantaxi siden 2018[317], har til styrelsen oplyst, at Triton som kapitalfond typisk har en ejerperiode på 4-7 år for sine investeringer. Triton har derudover oplyst, at der over årene har været flere henvendelser fra interesserede parter vedrørende ejerskabet i Dantaxi. [xxx] [xxx] Triton har i forlængelse heraf oplyst, at [xxx][318]

523. Triton indhentede derefter [xxx][xxx]. [xxx][319] Baseret på drøftelserne med Uber besluttede Triton endeligt i maj 2025 at sælge Dantaxi efter en ejerperiode på ca. 6,5 år.

524. Ifølge Triton [xxx][320] [xxx]"[321]

525. I den konkurrenceudsatte salgsproces af Dantaxi modtog Triton [xxx].

526. Triton har over for styrelsen oplyst, "*In absence of a sale to Uber[xxx].*"[322] Om Dantaxis position på markedet uden fusionen med Uber har Triton videre oplyst, "*[xxx] […] [xxx]*"[323]

Styrelsens vurdering af Dantaxis aktiviteter i Danmark uden fusionen

527. Styrelsen finder, at Dantaxi med tiden muligvis var blevet solgt til en anden virksomhed end Uber, idet Triton som kapitalfond typisk ejer sine investeringer i [xxx], og at Triton i maj 2025 havde ejet Dantaxi i 6,5 år. Styrelsen finder endvidere, at der imidlertid ud fra de fremlagte oplysninger og interne dokumenter fra Triton [xxx]. Hertil hører, at [xxx]. Ifølge oplysningerne afgivet af Triton, var det også muligt, at Dantaxi var blevet solgt til [xxx],[324]Styrelsen har imidlertid ikke modtaget nærmere dokumentation for sådanne planer.

528. Dantaxi kunne altså, i fraværet af salget til Uber, potentielt være solgt til [xxx], der ikke er nærmere afgrænset. Idet der [xxx] i salgsprocessen, er der ikke ét eller flere bestemte scenarier, der er mere sandsynlige end andre.

529. På baggrund af ovenstående vurderer styrelsen, at [xxx] ikke i rimelig grad kan forudsiges som faktiske og retlige omstændigheder og lægges til grund som det kontrafaktiske scenarie i denne sag.

530. I forhold til Tritons mulighed for at [xxx], finder styrelsen umiddelbart ikke, at dette kan lægges til grund som det kontrafaktiske scenarie i denne sag. Det skyldes, at i) [xxx], og ii) der ifølge styrelsens oplysninger [xxx], og iii) at det i øvrigt er Tritons strategi at sælge sine virksomheder, inklusive Dantaxi, efter [xxx] år.

531. På baggrund af ovenstående er det samlet styrelsens vurdering, at Dantaxi i det kontrafaktiske scenarie var fortsat som uafhængig aktør, muligvis ved salg til en alternativ køber.

---

[317] Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen afgørelse af 29. november 2018, sagsnummer 18/17614: *Godkendelse på baggrund af en forenklet sagsbehandling af kapitalfonden Triton Smaller Mid-Cap Funds erhvervelse af Dantaxi Gruppen.*
[318] Jf. Tritons svar på styrelsens spørgsmål 2 af 1. oktober 2025.
[319] Jf. Tritons svar på styrelsens spørgsmål 3 og 4 af 1. oktober 2025.
[320] Jf. Tritons svar på styrelsens spørgsmål 2, 3 og 4 af 1. oktober 2025.
[321] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.
[322] Jf. Tritons svar på styrelsens spørgsmål 5 af 1. oktober 2025.
[323] Jf. Tritons svar på styrelsens spørgsmål 5 af 1. oktober 2025.
[324] Jf. Tritons svar på styrelsens spørgsmål 5 af 1. oktober 2025.

5.2.1.1.2 Ubers aktiviteter i Danmark uden fusionen

Ubers oplysninger om samarbejdet med Drivr uden fusionen

532. Uber har i forbindelse med fusionsanmeldelsen oplyst, [xxx] uden fusionen.

533. Uber og Drivr indgik den [xxx] en samarbejdsaftale. I henhold til denne samarbejdsaftale leverer Uber teknologitjenester til Drivr, der gør det muligt for Drivr at tilbyde sine taxatjenester via Uber-appen fra januar 2025.[325] Før fusionen var Drivr's aktiviteter på Uber-appen baseret på tilknyttede køretøjer i København. I perioden efter fusionen er Drivrs aktiviteter på Uber-appen blevet udvidet til andre områder af Danmark (inklusive Jylland).[326]

534. Ifølge samarbejdsaftalen må Drivr [xxx].

535. Aftalen mellem Uber og Drivr løber i [xxx].

536. Ifølge Uber [xxx]. Uden fusionen ville Uber [xxx].

537. Styrelsen har ikke modtaget oplysninger eller interne dokumenter, der indikerer, at Uber [xxx].[327]

538. Det er styrelsens vurdering, at Uber, i fraværet af fusionen, havde fortsat sit samarbejde med Drivr. Styrelsens vurdering er bl.a. baseret på, at i) samarbejdet mellem Drivr og Uber er indgået med henblik på at løbe i [xxx], ii) uden fusionen ville Uber [xxx], og iii) styrelsen har i øvrigt ikke modtaget oplysninger, der indikerer, at Uber [xxx].

539. Hertil kommer, at Ubers markedsandel på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, hvor taxikørslen udelukkende blev udført af Drivrs tilknyttede vognmænd, voksede fra [0-5] pct. i januar 2025 til [10-20] pct. i maj 2025 (dvs. lige omkring tidspunktet for fusionen), jf. Tabel 5.5.

540. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at det kan lægges til grund, at Uber havde fortsat sit samarbejde med Drivr i det kontrafaktiske scenarie.

Ubers oplysninger om nye samarbejdsaftaler med andre kørselskontorer

541. Uber har oplyst, at [xxx].[328]

542. Uber har oplyst, at Uber forinden for fusionen [xxx].[329] [xxx].[330]

543. Uber har derudover redegjort for, at Uber i [xxx] [xxx] [331][xxx].[332]

544. Af [xxx]dokumentet fremgår[xxx][xxx]

---

[325] Jf. samarbejdsaftalen mellem Uber og Drivr, [xxx].
[326] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 5.
[327] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 53.
[328] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 55.
[329] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 43.
[330] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 45.
[331] Jf. parternes fusionsanmeldelse, bilag 7.
[332] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 56.

Figur 5.2 **[xxx]**

[xxx]

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, [xxx]

545. Af samme [xxx]dokument fremgår det også, på baggrund af Ubers [xxx].

546. Det er styrelsens vurdering, at oplysningerne om Ubers overvejelser omkring partnerskabsmuligheder ikke i rimelig kan forudsiges som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie i denne sag.

547. *For det første* er det styrelsens vurdering, at ovenstående oplysninger fra [xxx]dokumentet er udtryk for [xxx].

548. *For det andet* har taximarkedet ændret sig væsentligt siden [xxx]. Bolt, som er en af Ubers store konkurrenter på verdensplan, har købt Viggo og indgået en samarbejdsaftale med Taxa 4x27. Bolts køb af Viggo såvel som samarbejdet mellem Bolt og Taxa 4x27 blev offentliggjort før Ubers køb af Dantaxi. På et møde med styrelsen har Taxa 4x27 oplyst at *"[xxx]. [xxx]."*[333] [styrelsens tilføjelse]

549. *For det tredje* multihomer kørselskontorerne på nuværende tidspunkt ikke, dvs. at kørselskontorerne ikke er tilknyttet eller afsøger flere forskellige platforme (her mobilitetsplatformene Uber og Bolt) på samme tid. Det skyldes, at kørselskontorerne enten ikke kan, grundet en række regulatoriske krav som fx skiltning på døre, sædefølere m.v., eller at kørselskontorerne [xxx] Ubers og Bolts platform. Hvis Uber ikke havde købt Dantaxi, [xxx]

550. Taxa 4x35 har om et muligt samarbejde med Uber oplyst til styrelsen: *"Taxa 4x35 [xxx]."*[334] Taxa 4x35 har også oplyst til styrelsen, at *"Efter Ubers indtræden i Danmark og købet af Dantaxi ser Taxa 4x35 [xxx]"*[335]

551. Triton, den tidligere ejer af Dantaxi, har, jf. ovenfor i punkt 526, oplyst, at Triton [xxx], hvorfor styrelsen vurderer, at det er mest sandsynligt, at Dantaxi i det kontrafaktiske scenarie var fortsat som en uafhængig konkurrent til Uber.

552. Styrelsen finder, at det således ikke kan udelukkes, at Uber, i fraværet af fusionen, havde forsøgt at indgå et eller flere samarbejder med etablerede kørselskontorer i Danmark. Ifølge styrelsens oplysninger havde Uber [xxx] med kørselskontorer.

553. Hertil kommer, at der er forholdsvis få potentielle samarbejdspartnere i Storkøbenhavn med en større flåde, og at den næststørste aktør på landsplan (og i Storkøbenhavn), Taxa 4x35, har, som anført ovenfor, oplyst til styrelsen, at [xxx].

---

[333] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd / Taxa 4x27 den 30. september 2025.
[334] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.
[335] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

554. Det er samlet styrelsens vurdering, at Uber sandsynligvis havde forsøgt at indgå i et samarbejde med andre kørselskontorer uden fusionen, men at det ikke med rimelig grad kan forudsiges, [xxx]. Det er derfor styrelsens vurdering, at ingen af disse scenarier i rimelig grad kan forudsiges, og dermed ikke kan lægges til grund som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie.

5.2.1.2 Drivrs aktiviteter uden fusionen

555. Målt på antal tilknyttede køretøjer vækstede Drivr [xxx] i starten af 2025.[336] Ifølge Drivr har Drivr *"formået at tiltrække nye vognmænd bl.a. [xxx]"*[337]

556. Drivr har videre oplyst, at *"[xxx]."* I forlængelse heraf har Drivr forklaret, at *"[xxx]"*[338] [styrelsens tilføjelse]

557. Ifølge Drivr skyldes en del af tiltrækningen for nye vognmænd således både fx [xxx], men også Uber-brandet, og de tilhørende mange kunder, der rundt omkring i verden er tilknyttet Ubers platform.[339] Drivrs indgåelse af samarbejdsaftalen med Uber har derfor bidraget til Drivrs [xxx] vækst i starten af 2025, og Drivr har oplyst, at *"[xxx] stigning i antallet af tilknyttede biler skal imidlertid primært tilskrives adgangen til Ubers platform."*[340]

558. Drivr har videre oplyst til styrelsen, at *"I fravær af fusionen (det kontrafaktiske scenarie) ville de grundlæggende forudsætninger for fortsat [xxx] vækst have været til stede, idet den positive udvikling, som Drivr oplevede frem til fusionen, indikerede et fortsat betydeligt vækstpotentiale på det danske taxamarked. [xxx]."*[341]

559. Endvidere har Drivr oplyst, at *"[xxx][xxx[xxx] [xxx]. Det var således parternes forventning, at Drivr ville have haft [xxx] vognmænd tilknyttet sit kørselskontor ultimo 2025, [xxx] vognmænd ultimo 2026 og [xxx] vognmænd ultimo 2027. Det svarer til en forventet stigning i antal biler på [xxx]% fra januar 2025 til december 2027. [xxx]"*[342]

560. Ifølge Drivr har Drivr *"[xxx] [xxx][xxx]."*[343,344]

561. Som også beskrevet i afsnit 5.2.4.1.3.2.1 nedenfor, er der således ikke umiddelbart forhold, der indikerer, at Drivrs vækst i antallet af tilknyttede biler ville stagnere eller falde uden fusionen. Uden fusionen ville Drivr forventeligt være vokset yderligere og have tiltrukket flere vognmænd fra de andre kørselskontorer inklusive Dantaxi.

562. Drivr har derudover oplyst over for styrelsen, at tilstedeværelsen på Ubers app har medført en [xxx] stigning i antallet af bookinger i Drivrs kørselskontor, og omkring [xxx] pct. af Drivrs omsætning kommer fra ture genereret via Ubers app, mens [xxx] pct. stammer fra Drivrs egen app. Tilsvarende skønner Drivr, at såfremt Drivr ikke fremover kan formidle kørsel via Ubers plat-

[336] Se Tabel 5.5.
[337] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[338] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[339] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[340] Jf. Drivrs svar på styrelsens spørgsmål af 22. oktober 2025.
[341] Jf. Drivrs svar på styrelsens spørgsmål 1 af 12. november 2025.
[342] Jf. Drivrs svar på styrelsens spørgsmål 1 af 12. november 2025.
[343] Jf. Drivrs svar på styrelsens spørgsmål 1af 12. november 2025.
[344] Vognmandsundersøgelsen viser, at ud af de [xxx] Drivr-vognmænd, der deltog i undersøgelsen, har [xxx] af disse vognmænd skiftet kørselskontor til Drivr fra et konkurrerende kørselskontor. Flest vognmænd [xxx] kom fra Dantaxi, hvorefter [xxx] kom fra Viggo (Bolt) og [xxx] fra Taxa 4x35.

form, vil Drivr forventeligt miste [xxx] pct. af vognmændene til Dantaxi indenfor [xxx] kort tid.[345],[346]

563. Det er styrelsens vurdering, at Drivr ville have fortsat sit samarbejde med Uber i fraværet af fusionen. Det skyldes, i) at Drivrs [xxx] vækst [xxx] skyldes samarbejdet med Uber, der løber [xxx] ii) at det ifølge Drivr ikke havde været muligt i [xxx] samme omfang som selvstændig aktør eller i et samarbejde med en alternativ platform at [xxx] på de etablerede markedsaktører på det danske marked, iii) at [xxx] pct. af Drivrs omsætning genereres via Ubers app, og iv) at Drivr ville miste [xxx] vognmænd, hvis Drivr mister adgangen til Ubers app.

564. På baggrund af ovenstående vurderer styrelsen, at det kan lægges til grund, at Drivr ville have fortsat samarbejdet med Uber i det kontrafaktiske scenarie.

5.2.1.3 Nye aktører på markedet uden fusionen

565. Bolt, der er en af Ubers store internationale konkurrenter på verdensplan, annoncerede sin platforms indtræden på det danske marked i marts 2025 (dvs. før fusionen) gennem et opkøb af kørselskontoret Viggo og et samarbejde med Taxa 4x27. Bolt planlagde således sin entre på det danske marked allerede før fusionen, selvom Bolt først blev lanceret i Danmark 1. juli 2025.

566. Ligesom der i Ubers app kan bookes taxikørsel, som udføres af Drivr og Dantaxi, kan der via Bolts app i Danmark bookes taxikørsel, som udføres af Viggo (nu som brandet "Bolt") og Taxa 4x27. Både Viggo og Taxa 4x27 var allerede aktive med taxikørsel i Danmark på fusionstidspunktet, og var dermed allerede konkurrenter til Uber/Drivr før fusionen. Der var på tidspunktet for fusionen dog ikke en international platform, der konkurrerede med Uber (og dermed Drivr).

567. Styrelsen har navnlig lagt vægt på, at Bolts indtræden på markedet med et opkøb af Viggo og en samarbejdsaftale med Taxa 4x27, hvilket både er dokumenteret, annonceret og effektueret, ville være sket også uden fusionen mellem Uber og Dantaxi. Der er altså tale om en ændring i markedet, der er sket efter fusionstidspunktet, men som ville være sket også uden fusionen, og som derfor kan lægges til grund som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie.

568. Styrelsen bemærker desuden, at kørselskontoret Green SM den 27. juli 2026, dvs. på et sent stadie i styrelsens sagsbehandling, indtrådte som aktør med salg af taxikørsel i København. Green SM's indtræden på markedet er behandlet under potentiel konkurrence, jf. afsnit 5.2.4.4.1.2. Styrelsen har ikke foretaget en endelig vurdering af, om Green SM's indtræden på markedet udgør en ændring, der kan lægges til grund som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie, idet en vurdering heraf ikke ville ændre på styrelsens vurdering af fusionen.

5.2.1.4 Markedsudviklingen siden Ubers indtræden på markedet i 2025

569. Som beskrevet af Drivr ovenfor i punkt 557, kunne den [xxx] stigning i antallet af tilknyttede biler [xxx] tilskrives adgangen til Ubers platform.

---

[345] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.

[346] Ifølge styrelsens vognmandsundersøgelse ville ca. [40-50] pct. af Drivrs vognmænd skifte til et andet kørselskontor, adspurgt "*Forestil dig, at Drivr mistede adgangen til Uber, og at Drivr i stedet indgik en aftale med en anden mobilitetsplatform (fx Bolt). Hvad ville du gøre i denne situation?*" Ud af disse vognmænd har [40-50] pct. anført, at de ville skifte til Dantaxi.

570. Fra slutningen af 2024 og frem til fusionstidspunktet steg antallet af tilknyttede biler til Drivr [xxx] jf. Tabel 4.3 ovenfor[347]. På baggrund af udviklingen i antallet af tilknyttede biler, er der således ikke umiddelbart forhold, der indikerer, at Drivrs vækst ville stagnere eller falde uden fusionen.

571. Tilsvarende steg Ubers markedsandel på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner fra [0-5] pct i januar 2025 til [10-20] pct. i maj 2025 (dvs. lige omkring tidspunktet for fusionen), jf. Tabel 5.5. På baggrund af udviklingen i Ubers markedsandele, er der ikke umiddelbart forhold, der indikerer, at Ubers markedsandele ville stagnere eller falde uden fusionen.

572. Særligt i perioden op til fusionstidspunktet, hvor Drivr voksede, og Bolt og Uber som en helt ny type aktører trådte ind i Danmark, ændrede markedet sig. Markedet kan således, for så vidt angår tidspunktet for fusionen, karakteriseres som dynamisk. Grundet markedets dynamiske karakter, er det derfor styrelsens vurdering, at det ikke med rimelig grad kan forudsiges i relation til alle aspekter, hvordan markedet havde udviklet sig uden fusionen. Som anført ovenfor, er det fx uklart, om Uber ville have indgået andre partnerskabsaftaler.

573. Det er dog styrelsens vurdering, at selvom markedet var meget dynamisk på fusionstidspunktet, så ville Dantaxi, Drivr (Uber), Taxa 4x35, Bolt og Taxa 4x27 fortsætte på markedet uden fusionen. Styrelsen vil, i det omfang det er nødvendigt i analysen af fusionens virkninger, tage højde for markedets dynamiske karakter, så markedet på fusionstidspunktet ikke betragtes ud fra et rent statisk perspektiv.

5.2.1.5 Konklusion på det kontrafaktiske scenarie

574. Som beskrevet ovenfor, skal fusionen mellem Uber og Dantaxi vurderes på grundlag af de konkurrenceforhold, der ville have gjort sig gældende, hvis ikke fusionen var blevet gennemført. Styrelsen vurderer således, *at* Dantaxi i det kontrafaktiske scenarie ville være fortsat som uafhængig konkurrent til Uber og Drivr, *at* Uber havde fortsat sit samarbejde med Drivr, *at* Uber ville vokse yderligere og formidle taxikørsel til flere privatkunder, *at* Drivr fortsat ville sælge taxiydelser via Ubers platform og dermed ville vokse yderligere og tiltrække flere vognmænd fra de andre kørselskontorer inklusive Dantaxi, samt *at* Bolts platform ville være blevet tilgængelig i Danmark.

575. Styrelsen vurderer, at markedet, som ellers havde været statisk i mange år, var i markant udvikling på tidspunktet for fusionen, hvor Uber hurtigt vandt væsentlige markedsandele og Drivr tiltrak mange nye vognmænd fra konkurrenterne, og hvor både Uber og Bolt trådte ind på markedet. Styrelsen forventer, at markedet fortsat vil være dynamisk, men styrelsen er ikke på nuværende tidspunkt bekendt med fremtidige ændringer i markedet, og derfor kan sådanne forventninger til fremtidige ændringer ikke lægges til grund som faktiske og retlige omstændigheder i det kontrafaktiske scenarie. Styrelsen vil dog, i det omfang det er nødvendigt, tage højde for markedets dynamiske karakter i analysen af fusionens virkninger nedenfor, så markedet på fusionstidspunktet ikke betragtes ud fra et rent statisk perspektiv.

5.2.2 Berørte markeder

576. 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 15 pct. (horisontale forbindelser), og/eller ii) én eller flere af fusionsparterne er aktive på et produktmarked i tidligere eller senere omsætningsled i forhold til det produkt marked, som en eller flere andre af fusionsparterne er aktive på, og de her hver især eller til

[347] Markedsandele (i pct.) på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omegn, januar-december 2025.

sammen har en markedsandel på mindst 25 pct., uanset om der består et leverandør-/kunde forhold mellem dem eller ej (vertikale forbindelser).[348]

577. Fusionen mellem Uber og Dantaxi giver anledning til følgende berørte markeder, der både indeholder horisontale og vertikale forbindelser mellem parterne:

(i) Markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, afgrænset geografisk til lokale eller metropollokale områder.

(ii) Markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, hvor den præcise geografiske afgrænsning kan stå åben, men hvor markedet kan have en national dimension.

(iii) Markedet for salg af kørselskontorydelser, hvor den præcise geografiske afgrænsning kan stå åben, men hvor konkurrencen i væsentligt omfang udspiller sig inden for lokale eller metropollokale områder.

578. For så vidt angår salg og/eller formidling af taxikørsel til offentlige kunder,[349] fremgår det af parternes oplysninger, at Dantaxi i perioden januar til maj 2025 havde en [xxx] omsætning til dette kundesegment på godt [xxx] kr.,[350, 351] mens Uber ikke havde aktiviteter relateret til offentlige kunder i Danmark forud for fusionen.[352] Der er dermed ikke tale om et direkte berørt marked.

579. For så vidt angår salg og/eller formidling af taxikørsel til erhvervskunder,[353] fremgår det af parternes oplysninger, at Dantaxi i perioden januar til maj 2025 havde en [xxx] omsætning til dette kundesegment på godt [xxx] kr.,[354, 355] mens Uber ifølge oplysningerne i anmeldelsen havde en omsætning på ca. [xxx] euro – svarende til ca. [xxx] kr.[356] I lyset af Ubers meget begrænsede aktiviteter inden for salg af taxikørsel til erhvervskunder vil styrelsen ikke foretage en særskilt vurdering heraf.

580. Vurderingerne af de berørte markeder nedenfor tager i vid udstrækning udgangspunkt i virkningerne på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Selvom styrelsen ikke foretager en selvstændig vurdering af parternes aktiviteter inden for salg af taxikørsel til offentlige kunder og erhvervskunder, er det - på grund af indirekte netværkseffekter - styrelsens vurdering, at fusionen også medfører risiko for konkurrencebegrænsende virkninger i forhold til disse kundetyper.

581. De indirekte netværkseffekter betyder, at antallet af passagerer har betydning for, hvor attraktivt det er for vognmændene at være tilknyttet et bestemt kørselskontor (og eventuelt om kørselskontoret er tilknyttet en mobilitetsapp). Omvendt betyder antallet af vognmænd også, at det bliver mere attraktivt for passagererne at benytte et bestemt kørselskontor eller mobilitetsapp.

---

[348] Jf. Bekendtgørelse om anmeldelse af fusioner, BEK nr. 690 af 25. maj 2020, Bilag 1, afsnit 7.

[349] Offentlige kunder er defineret i punkt 344-347.

[350] Jf. parternes svar på styrelsens spørgsmål af 18. februar 2026.

[351] For hele 2025 udgjorde Dantaxis salg af taxikørsel til offentlige kunder godt [xxx] kr. svarende til ca. [xxx] pct. af Dantaxis samlede omsætning relateret til salg af taxikørsel i 2025.

[352] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 277.

[353] Offentlige kunder er defineret i punkt 344-347.

[354] Jf. parternes svar styrelsens spørgsmål af 18. februar 2026.

[355] For hele 2025 udgjorde Dantaxis salg af taxikørsel til erhvervskunder knap [xxx] kr. svarende til ca. [xxx] pct. af Dantaxis samlede omsætning relateret til salg af taxikørsel i 2025.

[356] Omregnet med en valutakurs for 8. april 2026 oplyst på Danmarks Nationalbanks hjemmeside på 747,28 kr. for 100 Euro, jf. https://www.nationalbanken.dk/da/vores-arbejde/stabile-priser-pengepolitik-og-dansk-oekonomi/valutakurser - senest tilgået 9. april 2026.

582. I forhold til markedet for salg af kørselskontorydelser kan det dermed have stor betydning, hvorvidt et kørselskontor har adgang til offentlige kunder og erhvervskunder, enten selv eller via en mobilitetsapp, da adgang til offentlige kunder og erhvervskunder er med til at øge kørselskontorets samlede kundebase. Dette gør det mere attraktivt for vognmændene at søge hen til kørselskontorer med adgang til disse kundetyper, da det øger antallet af ture og optimerer kapacitetsudnyttelsen for vognmændene. Dermed kan adgang til offentlige- og erhvervskunder have væsentlig betydning for et kørselskontors stilling på markedet for salg af kørselskontorydelser.

583. I forhold til markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder medfører indirekte netværkseffekter, at en stigning i antallet af vognmænd kan føre til en stigning i antallet af passagerer (både privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder). Dette skyldes, at en stigning i antallet af vognmænd mindsker ventetiden for passagererne. Dette gør sig gældende inden for alle typer salgskanaler, da en stigning i antallet af vognmænd vil sænke ventetiderne generelt uanset salgskanal, og da flere vognmænd også øger sandsynligheden for gadeture (prajning).

584. De indirekte netværkseffekter medfører således gensidigt forstærkende effekter mellem salg/formidling af taxikørsel til alle kundetyper (både privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder) via alle salgskanaler og salg af kørselskontorydelser. Større styrke på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder og på markedet for salg af kørselskontorydelser kan således også være med til styrke stillingen i forhold til salg af taxikørsel til offentlige kunder og erhvervskunder og i alle typer salgskanaler, og omvendt.

585. Selvom vurderingerne i det følgende ofte tager udgangspunkt i fusionens virkninger på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, er det således vigtigt at understrege – som beskrevet ovenfor – at netværkseffekterne medfører, at der også kan opstå konkurrencebegrænsende virkninger i forhold til offentlige kunder, erhvervskunder og salg af kørselskontorydelser og på tværs af salgskanaler.

586. Fusionen mellem Uber og Dantaxi omfatter således en række berørte og tilstødende markeder, som både indebærer horisontale og vertikale forbindelser mellem parterne. Det horisontale overlap relaterer sig særligt til markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, mens parternes vertikale forbindelser primært vedrører markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer og markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder.

587. Alle tre markeder oplistet i punkt 577 er tæt forbundne, og selvom selve overlappene kan karakteriseres som henholdsvis horisontale eller vertikale, udspringer skadesteorierne i vid udstrækning af samspillet mellem de tre markeder, ligesom virkningerne også i vid udstrækning udmønter sig på tværs af de tre markeder og tilstødende markeder. Sondringen mellem horisontale og vertikale relationer mellem parterne er imidlertid ikke i sig selv afgørende for styrelsens vurdering af fusionens konkurrencemæssige virkninger, da der ved vurderingen af henholdsvis horisontale og vertikale virkninger tages udgangspunkt i den samme analyseramme, nemlig en vurdering af parternes incitament til og mulighed for at begrænse konkurrencen efter fusionen, samt den effekt en sådan konkurrencebegrænsning måtte have.

5.2.3 Styrelsens tilgang til vurdering af fusionens virkninger

5.2.3.1 Kontekst for styrelsens vurdering af fusionens virkninger

588. I vurderingen af fusionens virkninger er det i denne sag vigtigt at holde sig for øje, at markedet før fusionen og på tidspunktet for fusionen var under kraftig udvikling efter en årrække med stabilitet i form af få ændringer i markedsandele og markedsaktører. Uber var først lige (gen)indtrådt i markedet i Danmark i januar 2025 via en samarbejdsaftale med Drivr og havde allerede på den korte tid indtil fusionen i slutningen af maj formået at få en markedsandel på [10-20] pct. for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringlig-

gende kommuner ved bl.a. at tilbyde væsentlige rabatter på "normalpriserne" på taxikørsel. Samtidig havde Ubers genindtræden og samarbejde med Drivr ført til en [xxx] af antal vognmænd tilknyttet Drivr, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1 og Tabel 5.7.

589. Ubers genindtræden i forbindelse med samarbejdsaftalen med Drivr førte således *inden* fusionen til øget konkurrencepres på konkurrenterne (herunder Dantaxi) på de relevante markeder, samt overvejende faldende priser og kortere ventetider for passagererne på Ubers app[357], jf. afsnit 5.2.4.1.

590. Dantaxi var før fusionen Danmarks største taxiselskab og havde været det i en længere årrække, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.2 og 5.2.4.1.3.2.2.1.

591. Fusionen mellem Uber og Dantaxi er således en fusion mellem den hurtigt voksende nye aktør på markedet og det største og veletablerede kørselskontor i Danmark, og medførte på fusionstidspunktet en markedsandel på [40-50] pct. (maj 2025) på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, jf. Tabel 5.5 i afsnit 5.2.4.1.3.2.1 nedenfor.

592. Vurderingen af fusionen skal derfor ses i lyset af, at Uber *inden* fusionen netop havde fundet fodfæste på det danske marked og var i færd med at styrke sin markedsposition gennem organisk vækst, hvilket kan have betydning for, hvornår effekterne ved fusionen materialiserer sig. Uber har ikke nødvendigvis incitament til at udnytte en styrket markedsposition umiddelbart efter fusionen, hvis Uber fortsat har et ønske om at udbygge sin stilling gennem yderligere vækst, og det er derfor muligt, at virkningerne af fusionen først indtræder på lidt længere sigt. Styrelsens vurdering inddrager således den dynamiske kontekst, som fusionen fandt sted i.

593. Uber har i sit høringssvar af 19. juni 2026 gjort gældende, at dette er selvmodsigende, idet styrelsen efter Ubers opfattelse både anerkender, at Uber har incitament til at vokse, samtidigt med at styrelsen vurderer, at Uber som følge af fusionen har incitament til at hæve priserne.[358] Det er styrelsen uenig i. En fusion skal altid vurderes i den konkrete kontekst, hvori fusionen finder sted. I denne sag er konteksten, dels at Uber fusionerer med Dantaxi kort tid efter lanceringen af Uber i Danmark, dels at de relevante markeder er karakteriseret af stærke indirekte netværkseffekter, der skaber højere adgangs- og ekspansionsbarrierer for aktive og potentielle konkurrenter efterhånden som Uber styrker sin markedsposition, jf. afsnit 5.2.5.3.1. I denne kontekst har en platform som Uber efter styrelsens vurdering incitament til først at udbygge sin markedsstyrke så meget som muligt og først dernæst udnytte denne markedsstyrke. Det er ikke selvmodsigende i denne dynamiske kontekst at vurdere, at fusionen hæmmer konkurrencen og styrker Ubers markedsposition, men at virkningerne af denne konkurrencebegrænsning ikke nødvendigvis indfinder sig umiddelbart efter fusionens gennemførelse. Styrelsens vurdering af fusionens dynamiske virkninger uddybes i forbindelse med vurderingen af risikoen for market tipping, jf. afsnit 5.2.5.

5.2.3.2 Skadesteorier

594. Styrelsen vurderer samlet set, at fusionen giver anledning til i) horisontale ensidige virkninger, ii) vertikale ensidige virkninger (i form af inputafskærmning) og iii) koordinerede virkninger. Disse tre skadesteorier skal hver især ses som en selvstændig sandsynlig virkning af fusionen.

595. Den betydelige stigning i koncentrationen på markedet for salg/formidling af taxikørsel giver anledning til ensidige virkninger på dette marked med afledte effekter på markedet for salg af kørselskontorydelser, jf. afsnit 5.2.4. Fusionen eliminerer konkurrencen mellem Uber og Dan-

---

[357] Jf. parternes fusionsanmeldelse, figur 6 og figur 8.

[358] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 28.

taxi og giver dermed Uber incitament til og mulighed for at hæve priserne overfor passagererne gennem øget brug af surge pricing, reducerede rabatter og gennem Ubers direkte kontrol over Dantaxis prissætning (både på ture formidlet gennem Ubers platform og mere generelt).

596. Styrelsen finder, at de relevante markeder er kendetegnet ved stærke indirekte netværkseffekter, blandt andet afspejlet ved at adgangen til taxikunder har stor betydning for vognmændenes valg af kørselskontor, jf. afsnit 5.2.5.3.1. Det betyder, at fusionens forøgelse af Ubers markedsstyrke overfor taxikunderne samtidigt styrker Ubers stilling overfor vognmændene (gennem henholdsvis Dantaxi og Drivr), idet Uber efter fusionen giver adgang til en bredere kundebase. Uber kan udnytte denne stærkere markedsposition til at hæve servicegebyret, som tilknyttede kørselskontorer (og i sidste ende deres vognmænd) betaler til Uber.

597. Fusionen udgør samtidigt en vertikal integration, der giver anledning til vertikale ensidige virkninger i form af hel eller delvis inputafskærmning, jf. afsnit 5.2.6. Gennem inputafskærmning kan Uber helt eller delvist afskære Drivrs vognmænds adgang til Ubers kunder og derved, som følge af de stærke indirekte netværkseffekter, tilskynde Drivrs vognmænd til at skifte til Dantaxi. Dette medfører, at Uber/Dantaxi øger sin markedsstyrke på markederne for salg af kørselskontorydelser og for salg/formidling af taxikørsel.

598. Derudover medfører fusionen, at Uber begynder at formidle taxikørsel både Dantaxi og Drivr, der samlet set dækker en væsentlig del af markedet for salg/formidling af taxikørsel, og at Uber via ejerskabet får fuld kontrol over Dantaxis prissætning samtidig med at Uber har fuld indsigt i Drivrs prissætning på Uber-appen. Styrelsen finder, at fusionen dermed giver mulighed for og incitament til koordinering mellem kørselskontorerne på Ubers platform, jf. afsnit 5.2.6. Koordinering af priser på Ubers platform eliminerer konkurrencen mellem Dantaxi og Drivr på Ubers platform, hvilket medfører højere taxipriser på Ubers platform til gavn for kørselskontorerne i form af en større pladslejebetaling og Uber i form af et større samlet servicegebyr.

599. Endeligt er det styrelsens vurdering, at fusionen øger risikoen for, at de relevante markeder tipper til fordel for Uber på længere sigt, jf. afsnit 5.2.5. Hvis markederne tipper helt eller delvist, styrkes Ubers markedsposition endnu mere over tid, hvilket i sig selv forstærker de horisontale ensidige virkninger, som er skitseret ovenfor og vurderet nærmere i de nævnte afsnit.

600. Udover at ovennævnte virkninger hver især kan ses som separate skadesteorier er det samtidigt styrelsens vurdering, at skadesteorierne understøtter og forstærker hinanden.

601. Det er eksempelvis styrelsens vurdering, at risikoen for inputafskærmning og koordinerede virkninger understøtter og forstærker de horisontale ensidige virkninger. De horisontale ensidige virkninger materialiserer sig ved, at Uber direkte kan hæve priserne gennem mere brug af surge pricing, reducerede rabatter eller direkte kontrol over Dantaxis taxipriser. Koordinering mellem Dantaxi og Drivr på Ubers app gør det herudover muligt for Uber at øve indflydelse på Drivrs prissætning, fsva. de taxiture, der formidles gennem Ubers app. Uber har således herigennem også incitament til og mulighed for at udnytte sin stærkere markedsposition til at hæve priserne på taxikørsler formidlet gennem Ubers app og udført af Drivr.

602. På tilsvarende vis kan Uber gennem inputafskærmning, der tilskynder vognmænd til at skifte fra Drivr til Dantaxi, opnå direkte kontrol over prissætningen på alle salgskanaler for en større del af de vognmænd, der udfører taxiture formidlet gennem Ubers app.

603. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at *hel* inputafskærmning og koordinerede virkninger kan udelukke hinanden. Hvis Uber vælger - og lykkes med - at inputafskærme Drivr fuldstændigt, således at Drivr ikke længere har adgang til Ubers platform, er der i sagens natur ikke grundlag for koordinering mellem de to kørselskontorer. Ligeledes har Uber ikke nødvendigvis incitament til at inputafskærme, hvis koordinering mellem Dantaxi og Drivr er vellykket og stabil. Men Uber kan i stedet have incitament til at kombinere koordinering med *delvis* inputafskærmning. Uber kan eksempelvis have incitament til på den ene side at facilitere koordinering mellem

Dantaxi og Drivr for at sikre høje taxipriser for på den måde at tiltrække nye og fastholde eksisterende vognmænd hos de tilknyttede kørselskontorer, mens Uber samtidig afskærmer Drivr delvist for at tilskynde nye (og eksisterende) vognmænd til at vælge Dantaxi frem for Drivr. Alternativt kan en trussel om inputafskærmning ses som en mekanisme til at straffe Drivr for en potentiel afvigelse fra koordinering med Dantaxi og derved bidrage til stabilisering af koordineringen.

604. Det er samlet set styrelsens vurdering, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, som følge af at Uber med fusionen opnår en betydelig markedsstyrke (blandt andet indikeret ved en markedsandel på [40-50] pct. på fusionstidspunktet i maj 2025) på markedet for salg/formidling af taxikørsel. Fusionens virkninger kan konkret udmønte sig på flere forskellige måder, herunder gennem ensidige horisontale virkninger, ensidige vertikale virkninger (inputafskærmning) og koordinerede virkninger, der alle medfører højere priser for passagererne (fx i form af øget brug af surge pricing, færre og mindre rabatter eller højere taxipriser) og højere kommissionsbetalinger for vognmænd (i form af højere pladsleje til Dantaxi eller højere servicegebyr til Uber).

605. Det er ikke afgørende for denne vurdering, om det er mest sandsynligt, at skadevirkningerne materialiserer sig i form af ensidige horisontale virkninger, ensidige vertikale virkninger, koordinerede virkninger, eller som en blanding af flere virkninger (der potentielt forstærker og understøtter hinanden), eftersom alle sandsynlige virkninger i sidste ende er til skade for forbrugerne. Det er derfor ikke nødvendigt at tage stilling til hvilken skadevirkning, der er mest sandsynlig, jf. afsnit 4.3.1. Derudover er det styrelsens vurdering, at fusionen øger risikoen for, at de relevante markeder på længere sigt tipper – evt. delvist – til fordel for Uber, hvorved de ensidige virkninger bliver yderligere forstærket.

5.2.3.3 Udviklingen i Ubers priser efter fusionens gennemførelse

606. Uber har anført, at fusionen medfører påviselige fordele for forbrugerne i form af bl.a. lavere priser, som følge af at Ubers adgang til Dantaxis vognmænd afhjælper et efterspørgselspres forårsaget af, at Ubers [xxx][359] Dette er ifølge Uber påvist ved, at den gennemsnitlige kilometerpris på Ubers app er faldet fra [xxx] kr. per kilometer inden transaktionen til ca. [xxx] kr. per kilometer i september 2025, jf. Figur 5.3. Parterne har i deres høringssvar af 19. maj 2026 yderligere anført, at priserne på Ubers app siden september 2025 er faldet til [xxx] kr. per kilometer i begyndelsen af 2026.[360]

[359] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 45.
[360] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 44.

Figur 5.3 **Gennemsnitlige fastpriser for taxikørsel til privatkunder i Danmark, formidlet via Ubers app hhv. solgt af Dantaxi (ekskl. rabatter og tillæg)**

[xxx]

Note: [xxx]

Styrelsen bemærker, at priserne for henholdsvis Ubers app og Dantaxi i figuren ikke kan sammenlignes direkte. [xxx] Figuren anvendes derfor alene til at beskrive udviklingen i priserne over tid hos henholdsvis Ubers app og Dantaxi.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af parternes svar på styrelsens spørgsmål af 17. april 2026, svar på spørgsmål 2 og spørgsmål 3 og data sendt fra parterne til styrelsen den 11. maj 2026.

607. Det er styrelsens vurdering, at prisudviklingen på Ubers platform efter fusionen ikke i sig selv kan ses som udtryk for fusionsspecifikke fordele for forbrugerne.

608. Styrelsen bemærker indledningsvist, at Ubers fremstilling af udviklingen i de gennemsnitlige priser på Ubers app efter fusionen skal fortolkes varsomt. Udviklingen i Ubers priser illustreret i Figur 5.3 kan ikke ses som udtryk for en udvikling på taximarkedet som helhed. Dantaxis priser [xxx].[361]

609. Styrelsen kan ikke på det foreliggende grundlag afvise, at den gennemsnitlige pris per km har udvist en faldende tendens siden lanceringen på det danske marked i januar 2025, men det er ikke ensbetydende med, at tendensen er fusionsspecifik og varig.

610. *For det første* skal Ubers adfærd – særligt deres prissætning – i perioden efter fusionens gennemførelse, og mens fusionen er under behandling hos konkurrencemyndighederne, fortolkes varsomt, jf. afsnit 4.3.1. I det omfang Uber har incitament til at hæve priserne som følge af fusionen, vil det være rationelt for Uber at udskyde implementeringen af prisstigningerne, til efter fusionen er godkendt for derved at undgå, at observerede prisstigninger kommer til at indgå som dokumentation for styrelsens skadesteori. Dokumentation for prisfald eller fravær af prisstigninger under konkurrenceretlig behandling af en fusion kan således ikke ses som bevis for, at der ikke er konkurrenceskadelige effekter af fusionen.

611. *For det andet* skal vurderingen af fusionens virkning fortolkes i forhold til, hvad der ville være gældende i det kontrafaktiske scenarie. Hvis et eventuelt prisfald, der kan statueres under behandlingen af en gennemført fusion, også vurderes at ville være til stede i det kontrafaktiske scenarie, er prisfaldet ikke fusionsspecifikt og dermed ikke tilstrækkeligt til at imødegå betænkeligheder ved fusionen. Styrelsen anerkender som nævnt, at Ubers og Bolts indtræden i Danmark har bidraget til at skabe en ny og mere intens konkurrencesituation på taximarkedet. Det

[361] Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Dantaxis gennemsnitlige taxameterpris ikke er direkte sammenlignelig med Ubers gennemsnitlige pris, dels fordi de fastpriser, der tilbydes på Ubers og Dantaxis apps generelt er [xxx] end taxameterprisen, og dels fordi den gennemsnitlige taxitur bestilt henholdsvis direkte fra Dantaxi og gennem Ubers app har forskellige karakteristika, der har væsentlig betydning for prissætningen. Eksempelvis er taxiture bestilt gennem Ubers app ifølge Uber gennemsnitligt kortere end taxiture bestilt direkte hos Dantaxi. Eftersom taxiprisen er udregnet på baggrund af en fast startpris + en kilometertakst, er der generelt en tendens til at lange taxiture har en lavere gennemsnitlig pris per km. end korte taxiture. En retvisende sammenligning af Ubers og Dantaxis gennemsnitlige priser vil derfor forudsætte, at der kontrolleres for forskellige i karakteristika, herunder særligt taxiturens længde, jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 55. I denne konkrete sammenhæng er det udviklingen i de gennemsnitlige priser over tid og ikke prisernes størrelsesorden, der henvises til. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at længden på den gennemsnitlige taxitur hos både Ubers og Dantaxis er [xxx], jf. styrelsens egne beregninger baseret på data leveret af Uber d. 4. juni 2026 som svar på styrelsens dataanmodning af 28. maj 2026.

er imidlertid styrelsens vurdering, at Ubers efterfølgende opkøb af Dantaxi mindsker konkurrencen, idet Ubers styrkede markedsposition reducerer Ubers incitament til at konkurrere hårdt sammenlignet med et kontrafaktisk scenarie, hvor Uber og Dantaxi konkurrerer indbyrdes. Det er dermed styrelsens vurdering, at fusionen medfører en risiko for priser, der er højere, end de ville have været, hvis fusionen ikke var blevet gennemført. På et marked med faldende priser – som i denne sag, hvor priserne på Uber-appen allerede var faldende fra Ubers indtræden på markedet og frem til fusionstidspunktet - kan dette komme til udtryk ved, at prisfaldet stagnerer på et højere niveau eller falder mindre end i det kontrafaktiske scenarie. Et observeret prisfald – eller fravær af prisstigning – isoleret på Ubers app kan derfor heller ikke af denne årsag ses som bevis for konkurrencefremmende effekter af fusionen.

612. *For det tredje* er der efter styrelsens vurdering ingen oplysninger, der skulle indikere, at faldet i Ubers priser er forårsaget af fusionen. Når der observeres et tidsmæssigt sammenfald mellem en begivenhed og en efterfølgende udvikling, er det nærliggende at konkludere, at der også er en årsagssammenhæng. Således er det tidsmæssige sammenfald mellem Ubers opkøb af Dantaxi og det efterfølgende fald i Ubers priser, jf. Figur 5.3, ifølge Uber et bevis for, at fusionen har forårsaget et prisfald på markedet.[362] Et tidsmæssigt sammenfald mellem fusionen og et efterfølgende fald i Ubers priser kan imidlertid ikke tages som bevis for, at prisfaldet er fusionsspecifikt uden yderligere dokumentation for, at der også er en årsagssammenhæng. Prisfaldet kan skyldes en lang række faktorer, som ikke er relateret til fusionen – det kan eksempelvis være en realisering af det generelle konkurrencepres, som Ubers og Bolts lancering i Danmark har tilført markedet, og som i det kontrafaktiske scenarie med Dantaxi som en uafhængig konkurrent til Uber ville have været endnu stærkere. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Bolts indtræden på det danske marked i juli 2025 er tidsmæssigt tæt sammenfaldende med fusionen. Det er derfor ikke muligt at fastslå på det foreliggende grundlag, hvordan priserne ville have udviklet sig, hvis fusionen ikke havde fundet sted.

613. Uber forklarer prisfaldet ved, at [xxx]. Ifølge Uber kan udsving i de gennemsnitlige priser på Ubers platform henføres til brugen af surge-pricing i forbindelse med spidsbelastninger, og Uber gør gældende, at fusionens tilførsel af ekstra kapacitet netop afbøder prisudsvingene som følge af spidsbelastninger. Styrelsen er imidlertid ikke enig i, at de oplysninger, som Uber har fremlagt til støtte for sine argumenter, viser, at Uber før fusionen og i det kontrafaktiske scenarie [xxx]. Det er heller ikke givet, at tilførslen af Dantaxis vognmænd på Ubers app nødvendigvis afbøder effekten af spidsbelastning. Spidsbelastning som følge af eksempelvis øget efterspørgsel i forbindelse med koncerter og natteliv påvirker hele taximarkedet og ikke kun Uber. [xxx].

614. *For det fjerde* skal Ubers prissætning før og efter fusionen ses i et dynamisk perspektiv, idet fusionen finder sted kort tid efter Ubers lancering i Danmark på et tidspunkt, hvor Uber fortsat er i færd med at udbygge sin markedsposition, jf. punkt 593. Det er i denne sag nødvendigt at vurdere fusionens virkninger i et dynamisk perspektiv, dels fordi fusionen fandt sted kort tid efter Uber trådte ind på det danske marked, dels fordi de relevante markeder er karakteriseret af stærke indirekte netværkseffekter, som skaber betydelige adgangs- og ekspansionsbarrierer for konkurrenterne, efterhånden som Ubers markedsposition styrkes, jf. afsnit 5.2.5.3.1. Styrelsen bemærker desuden, at Ubers formidling af taxikørsel med [xxx] rabatter finansieret af Uber sandsynligvis har været [xxx] i den betragtede periode, hvilket efter styrelsens vurdering understøtter, at prisstrategien har et strategisk sigte med at opbygge volumen. En [xxx] prisstrategi er ikke holdbar (eller rationel) på længere sigt, og det er følgelig styrelsens vurdering, at rabatterne sandsynligvis på sigt vil blive væsentligt reducerede eller bortfalde. Det er i det lys ikke overraskende, hvis fusionens skadevirkninger ikke direkte kan observeres umiddelbart ef-

[362] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 46.

ter fusionens gennemførelse. Styrelsen foretager en nærmere vurdering af Ubers prissætning i et dynamisk perspektiv under vurderingen af risikoen for market tipping, jf. afsnit 5.2.5.

615. *For det femte* bemærker styrelsen, at faldet i Ubers priser ikke reflekteres af et tilsvarende fald i Dantaxis priser efter Ubers overtagelse af Dantaxi. [xxx] jf. Figur 5.3. Set i det lys kan Ubers prisfald relativt til prisen hos Dantaxi efter styrelsens vurdering til dels henføres til Ubers strategi om at flytte kunder fra Dantaxi og over på Uber appen. Som beskrevet i afsnit 5.2.4.1.3.2.1.1, bliver brugere af Dantaxis app, når de åbner Dantaxi-appen, opfordret til at downloade Ubers app og med en lovning på at få væsentlig rabat på deres første tur bestilt via Uber-appen. Lignende er trykt på Dantaxis taxier.

616. Det er sammenfattende styrelsens vurdering, at den observerede prisudvikling på Ubers platform efter fusionens gennemførelse ikke i sig selv kan ses som et bevis mod styrelsens vurdering af, at fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Uber gør gældende, at denne form for argumentation er logisk selvmodsigende: *"[…] hvis ethvert observeret prisfald kan afvises som strategisk adfærd, og enhver prisstigning ville bekræfte teorien om skade, er KFSTs ramme dermed ikke-falsificerbar. En teori om skade, der ikke kan modbevises af noget observerbart markedsresultat, opfylder ikke den bevisstandard, der kræves for en forbudsbeslutning."*[363] Uber gør yderligere gældende: *"KFST's påstand om, at priserne ville være faldet endnu mere uden fusionen, bygger på en antagelse om, at integrationen af Dantaxis udbud i Uber-platformen nødvendigvis medfører prisstigninger. Denne antagelse er økonomisk set omvendt – og KFST's egen fremstilling af dette argument ud fra et 'dynamisk perspektiv' tilføjer intet væsentligt indhold*".[364]

617. Styrelsen er uenig i Ubers bemærkninger. Styrelsens vurdering af, at priserne ville være faldet endnu mere uden fusionen, bygger ikke på en antagelse, men derimod en grundig og veldokumenteret vurdering af fusionens konkurrenceskadelige virkninger, herunder virkningen af at fusionen medfører en betydelig koncentration på markedet for salg/formidling af taxikørsel, eksempelvis indikeret ved at Uber opnår en samlet markedsandel på [40-50] pct. i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, jf. afsnit 5.2.4.1.3.

618. Det er heller ikke korrekt, at denne vurdering er ikke-falsificerbar. Det er ganske rigtigt styrelsens vurdering, at et "observerbart markedsresultat" (observeret mens fusionsbehandlingen står på) af ovennævnte årsager ikke nødvendigvis kan ses som et tilstrækkeligt modbevis mod styrelsens vurdering. Der stilles med rette store krav til den dokumentation, der skal ligge til grund for et modbevis mod konkurrenceskadelige virkninger, særligt når der som i denne sag er tale om meget betydelige konkurrenceskadelige virkninger, jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 84: *"Jo større de mulige negative virkninger er for konkurrencen, desto mere må Kommissionen sikre sig, at de fremførte effektivitetsgevinster er betydelige, at de sandsynligvis vil blive realiseret, og at de i tilstrækkeligt omfang vil komme forbrugerne til gode."* Styrelsens vurdering bygger i overensstemmelse med fast praksis på en grundig analyse af, hvordan fusionen påvirker Ubers *incitamenter til* og *muligheder for* at hæve priserne, jf. afsnit 4.3.1. Det observerbare markedsresultat, som Uber henviser til, kan omvendt ikke påviseligt henføres til fusionsspecifikke ændringer i Ubers *incitamenter til* og *muligheder for* at fastsætte priser. Det er således styrelsens vurdering, at de oplysninger, Uber har fremlagt, ikke påviser, at det observerede fald i Ubers priser er udtryk for en langsigtet konkurrencefremmende effekt af fusionen, jf. afsnit 5.3.2.

[363] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 66.

[364] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 68.

5.2.4 Horisontale ensidige virkninger

619. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen skal til brug for vurderingen af, om en fusion vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, foretage en vurdering af, om fusionen fjerner et betydeligt konkurrencepres på en eller flere virksomheder, som dermed får større markedsmagt uden at anvende en koordineret adfærd.[365]

620. En fusions mest direkte virkning består i, at konkurrencen mellem de fusionerende virksomheder forsvinder. Hvis fx en af de fusionerende virksomheder havde forhøjet sine priser inden fusionen, ville den have mistet noget af sin afsætning til den anden virksomhed.[366]

621. I nærværende sag forsvinder konkurrencen mellem Uber og Dantaxi på markedet for salg/formidling af taxikørsel, hvilket fører til øget risiko for prisstigninger. Det skyldes, at den fusionerede virksomhed vil opnå en øget markedsmagt som følge af det konkurrencepres, der forsvinder mellem parterne. Hvis Dantaxi efter fusionen hæver prisen for taxikørsel, vil Uber kunne opsamle en del af den efterspørgsel, som tabes hos Dantaxi som følge af prisstigningen. Dermed kan en prisstigning hos Dantaxi være profitabel for den fusionerede virksomhed efter fusionen. På samme vis kan en prisstigning på taxikørsel via Uber være mere profitabel for den fusionerede virksomhed, idet en del af den efterspørgsel som tabes hos Uber som følge af prisstigningen, kan samles op af Dantaxi efter fusionen.

622. Hvorvidt det er sandsynligt, at en fusion vil få betydelige ikke-koordinerede (ensidige) virkninger, afhænger af en række forskellige faktorer, som ikke nødvendigvis enkeltvis er afgørende. Kommissionen oplister og beskriver i sine retningslinjer for horisontale fusioner en række faktorer, som kan øge risikoen for horisontale ensidige virkninger.[367] Disse faktorer behøver ikke alle at være til stede, for at sådanne virkninger er sandsynlige, og de bør heller ikke betragtes som en udtømmende liste.[368]

623. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vil i de følgende afsnit foretage en vurdering af, om fusionen giver anledning til ensidige virkninger på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder.

5.2.4.1 Horisontale ensidige virkninger på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder

624. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til horisontale ensidige virkninger, idet fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne sammenlignet med det tilfælde, hvor fusionen ikke blev gennemført.[369] Det er således styrelsens vurdering, at mens lanceringen af Uber – via samarbejdet med Drivr – i januar 2025 har øget konkurrencepresset på bl.a. Dantaxi, så har fusionen efterfølgende elimineret dette konkurrencepres mellem Uber og Dantaxi.

625. I dette afsnit anvendes begrebet "*prisstigninger*" som en generel betegnelse for prisstigninger, der både kan dække over faktiske stigninger i priserne (sammenlignet med prisniveauet på fusionstidspunktet) og mindre prisfald end ellers som følge af fusionen. Prisstigninger kan også dække over uændrede priser, men ringere kvalitet, service og/eller andet.

---

[365] Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen foretager sin vurdering af risikoen for koordinerede virkninger i afsnit 5.2.5.
[366] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 24.
[367] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkterne 24-38.
[368] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 26.
[369] Det kontrafaktiske scenarie er beskrevet i afsnit 5.2.1.

5.2.4.1.1 Eksempler på fusionsspecifikke prisstigninger

626. Med fusionen opnår Uber kontrol over Dantaxis prissætning både via Dantaxis egne salgskanaler og via Uber-appen. [xxx] formidlet via Uber-appen, jf. punkt 175. Dette, uanset om kørslen – formidlet via Ubers app – udføres af vognmænd tilknyttet Dantaxi eller Drivr. Dertil kommer, at Uber [xxx], jf. punkterne 644-648.

627. Uber har dermed efter fusionen *mulighed* for at fastsætte priserne hos Dantaxi via Dantaxis egne salgskanaler og via Uber-appen. Uber har desuden *mulighed* for at påvirke priserne på Ubers app [xxx] for taxikørsel via Ubers app.

628. Parternes overordnede muligheder for at justere deres priser i henhold til taxiloven er beskrevet i afsnit 4.2.1.1.1.

Eksempel på fusionsspecifik prisstigning hos Dantaxi

629. Prisstigninger kan, for så vidt angår Dantaxi, eksempelvis komme til udtryk ved, at Uber øger taxameterprisen hos Dantaxi.

630. Hvis en kunde – som konsekvens af en prisstigning via Dantaxis egne salgskanaler (fx Dantaxis app, telefoncentral eller prajning) – i stedet bestiller taxikørsel via Ubers app, vil den fusionerede virksomhed fortsat opnå en række indtægter, uanset om kørslen udføres af vognmænd tilknyttet Dantaxi eller Drivr. I det tilfælde, at en tur – bestilt via Uber – allokeres til Dantaxi, vil den fusionerede virksomhed opnå den fulde indtægt fra salget til kunden (fratrukket den del af omsætningen som sendes videre til vognmanden), da Dantaxi efter fusionen er ejet 100 pct. af Uber. I det tilfælde, at en tur – bestilt via Uber – allokeres til Drivr, vil den fusionerede virksomhed opnå indtægter fra den kommissionsbetaling ("Uber Service Fee"), som Drivr kontraktuelt skal betale til Uber for at formidle turen. Derudover vil den fusionerede virksomhed [xxx]. – [xxx] jf. punkt 173. [xxx] [370]. Uber har dermed [xxx].

631. Det er styrelsens vurdering, at Uber efter fusionen vil være i stand til at opsamle en væsentlig del af de tabte kunder hos Dantaxi (som følge af en prisstigning) via Ubers app. Det skyldes bl.a., at Dantaxi efter fusionen netop også udfører kørsel via Ubers app. Dertil understøtter udviklingen i privatkundernes brug af salgskanaler hos Dantaxi, at Dantaxis privatkunder i væsentlig grad anser Ubers app som et alternativ til Dantaxis egne salgskanaler. Eksempelvis viser styrelsens undersøgelser, at Dantaxis privatkunder efter fusionen i [xxx] har anvendt Ubers app som bestillingskanal, samtidig med, at de traditionelle salgskanaler, som fx telefonbestilling og gadeture fylder [xxx] målt på omsætning hos Dantaxi efter fusionen, jf. Tabel 5.10.

632. Endelig vil Uber også opnå en indtægt, [xxx]

633. Uber har anført[371], at idet Uber ikke [xxx].[372] Styrelsen bemærker hertil, at uanset om værdien af øget indtjening [xxx] opbygget kapital i Drivr udgøre en værdi for Uber.

634. Fusionen kan således føre til mulighed for og incitament til prisstigninger i Dantaxis salgskanaler, fordi en del af den omsætning, der ellers før ville være tabt for Dantaxi som følge af en prisstigning, nu kan opsamles via Ubers app.

Eksempel på fusionsspecifikke prisstigninger på Ubers app

---

[370] Jf. Ubers svar af 17. marts 2026 på styrelsens spørgsmål af 6. marts 2026, punkt 6.
[371] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 113.
[372] Jf. parternes svar af 17. marts 2026 på styrelsens spørgsmål af 6. marts, punkt 7.

635. Med opkøbet af Dantaxi øges Ubers incitament til at hæve priserne for taxikørsel – fx ved øget anvendelse af surge-pricing tillæg eller reduceret anvendelse af rabatter – på Ubers app. Det skyldes, at den fusionerede virksomhed efter fusionen vil kunne opsamle en del af den efterspørgsel som tabes via Ubers app (som følge af prisstigningen), via Dantaxis salgskanaler.

636. For så vidt angår surge-pricing, har Uber oplyst, at *"surge-multiplikatoren er en matematisk repræsentation af den nødvendige prisstigning, der styres af Ubers realtidsprisalgoritme for at genoprette balancen på Ubers markedsplads, når efterspørgslen fra forbrugere væsentligt overstiger udbuddet af chauffører."*[373] Anvendelsen af surge-pricing har ifølge parterne til hensigt at dæmpe efterspørgslen og samtidig tiltrække flere chauffører til områder med stor efterspørgsel efter taxikørsel og begrænset udbud af taxier.[374]

637. Styrelsen har på baggrund af oplysninger om Ubers brug af surge-pricing beregnet andelen af bestilte ture via Ubers app, hvor taxiprisen var pålagt et pristillæg i form af en surge-multiplikator. Styrelsens undersøgelser viser, at andelen af ture pålagt surge-multiplikator udgjorde [xxx] pct. i marts 2025, [xxx] pct. i april 2025 og [xxx] pct. i maj 2025.[375]

638. Styrelsen har desuden på baggrund af Ubers oplysninger om brug af surge-pricing beregnet den gennemsnitlige surge-multiplikator for maj 2025 til [xxx].[376] Det betyder, at priserne for taxiture med Uber med dynamisk prissætning (ture med priser pålagt surge-multiplikator) i maj 2025 i gennemsnit var [xxx] pct. højere end den normale turpris. Den højeste surge-multiplikator, som Uber kan anvende uden at overskride de aktuelle offentliggjorte priser på Dantaxis hjemmesider (i overensstemmelse med § 22, stk. 2, i taxiloven) er ifølge Uber [xxx].[377]

639. De faktiske forhold omkring brugen af surge-pricing op til fusionstidspunktet viser, at Uber har råderum til **i)** at øge surge-multiplikatoren op til [xxx] og **ii)** at tilføje og/eller udvide perioderne hvor priserne tillægges surge-pricing.

640. For så vidt angår parternes brug af rabatter, har Uber oplyst, [xxx].[378]

641. Med fusionen vil parterne opnå fuld indsigt i hinandens kunde- og transaktionsdata. Fusionen giver dermed parterne øget indsigt i kundernes adfærd hos den anden part.

642. Parterne vil efter fusionen have væsentligt lettere ved at identificere om en kundes passivitet, for så vidt angår bestilling af taxikørsel, skyldes, at kunden i stedet har anvendt den anden fusionsparts taxiservices (fx apps) til bestilling af taxikørsel. Denne indsigt gør det efter fusionen væsentligt lettere for Uber at målrette – og dermed reducere brugen af – rabatter overfor kunder, som anvender Dantaxis bestillingskanaler og Ubers app.

643. Styrelsens undersøgelser viser, at [xxx] pct. af turene bestilt via Uber siden lanceringen af Uber i januar 2025 og frem til og med april 2026 har været pålagt en rabat. For disse ture var den gennemsnitlige rabatsats [xxx] pct.[379] Der er således råderum for, at Uber kan reducere udgifterne til rabatter ved både at reducere antallet af ture med rabat og/eller rabatsatsen.

---

[373] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 236.
[374] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 236.
[375] Styrelsens beregninger på baggrund af bilag 12 til parternes fusionsanmeldelse og parternes svar af 22. januar 2026 på styrelsens spørgsmål af 15. januar 2026.
[376] Styrelsens beregninger på baggrund af bilag 12 til parternes fusionsanmeldelse. Beregningen er foretaget som et simpelt gennemsnit.
[377] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 260.
[378] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 397.
[379] Jf. styrelsens egne beregninger på baggrund af data modtaget fra Uber den 4. juni 2026.

644. For så vidt angår [xxx] Drivrs priser i Ubers app, har Uber oplyst, at [xxx][380]

645. Uber har som bilag til fusionsanmeldelsen sendt kopier af al kommunikation mellem Uber og Drivr vedrørende [xxx].[381] Af kommunikationen fremgår det, at [xxx].[382] [xxx]:

[xxx]"[383]

646. [xxx]

647. [xxx]

[xxx] [384][styrelsens understregning]

648. Korrespondancen mellem Uber og Drivr – og i særdeleshed korrespondancen mellem Uber og Drivr for så vidt angår [xxx] – viser efter styrelsens vurdering, at [xxx] i Ubers app.[385]

649. Med fusionen opnår Uber incitament til at [xxx] [xxx]. Det skyldes, at Uber efter fusionen vil kunne opsamle en del af den tabte omsætning [xxx] gennem ejerskabet af Dantaxi.

650. Opsummering vedrørende prisstigninger på Ubers app: Med købet af Dantaxi opnår Uber dermed incitament til at hæve prisen i Uber appen (hvilket kan ske på forskellig vis), [xxx].

5.2.4.1.2 Screening af områder, hvor parternes aktiviteter overlapper

651. Inden fusionen havde parterne horisontalt overlappende aktiviteter i 41 kommuner, jf. listen i Bilag 7.6. Disse kommuner er alle beliggende på Sjælland, bortset fra Lolland Kommune.

652. Det faktiske overlap – målt på antallet af ture – varierer betragteligt. Eksempelvis er der i Lolland Kommune registreret [xxx] med Uber i perioden januar til maj 2025, mens der i Københavns Kommune er registreret [xxx] ture i samme periode, jf. Bilag 7.6.

653. Idet det horisontale overlap mellem parterne på tværs af de 41 kommuner varierer betragteligt, har styrelsen til brug for vurderingen af fusionens virkninger foretaget en screening af de 41 kommuner, hvor parternes aktiviteter overlappede i perioden januar til maj 2025.

654. Hovedformålet med screeningen er at identificere de områder, hvor fusionen – baseret på antal taxiture formidlet eller solgt af parterne (med start) i den specifikke kommune – ikke får en direkte effekt på fusionstidspunktet.

655. På baggrund af screeningen er kommuner, hvor **i)** en – eller begge – parter har startet færre end 300 ture i perioden januar til maj 2025 og/eller **ii)** antallet af startede ture hos Uber udgjorde mindre end [xxx] pct. af antallet af startede ture hos Dantaxi i samme periode, identificeret som områder, hvor fusionen ikke vil få en direkte effekt på fusionstidspunktet. De øvrige områder, dvs. kommuner, hvor **i)** hver af fusionsparterne har startet minimum 300 ture i perioden januar til maj 2025, og **ii)** antallet af startede ture hos Uber udgjorde mere end [xxx] pct. af antallet af

---

[380] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 231.

[381] Jf. parternes fusionsanmeldelse, bilag 13.a til 13.i, og kopi af korrespondance mellem Uber og Drivr sendt som vedhæftet fil i parternes mail til styrelsen af 30. december 2025.

[382] [xxx], jf. parternes fusionsanmeldelse punkt 518.

[383] Jf. kopi af korrespondance mellem Uber og Drivr sendt som vedhæftet fil i parternes mail til styrelsen af 30. december 2025, side 1.

[384] Jf. kopi af korrespondance mellem Uber og Drivr sendt som vedhæftet fil i parternes mail til styrelsen af 30. december 2025, side 1.

[385] Den fulde korrespondance mellem Uber og Drivr vedrørende [xxx] er vedlagt i bilag A.

startede ture hos Dantaxi i perioden, udvalgt til nærmere undersøgelser. Screeningsmetoden er beskrevet nærmere i Bilag 7.5.

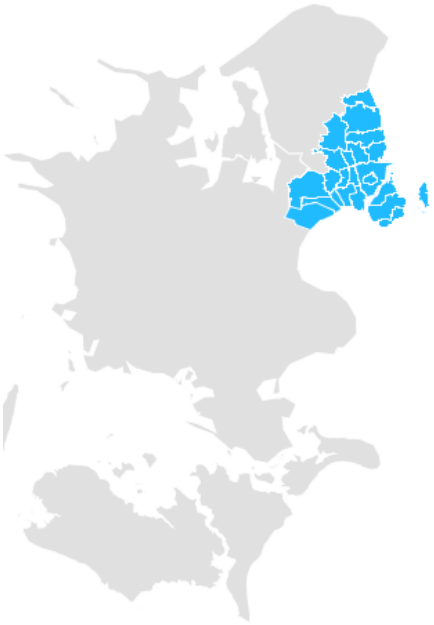
Resultater af screeningen

656. På baggrund af screeningen er 21 ud af de 41 kommuner udvalgt til nærmere undersøgelser.

657. De 21 kommuner omfatter: Albertslund Kommune, Ballerup Kommune, Brøndby Kommune, Københavns Kommune, Dragør Kommune, Frederiksberg Kommune, Furesø Kommune, Gentofte Kommune, Gladsaxe Kommune, Glostrup Kommune, Greve Kommune, Herlev Kommune, Hvidovre Kommune, Høje-Taastrup Kommune, Hørsholm Kommune, Ishøj Kommune, Lyngby-Taarbæk Kommune, Rudersdal Kommune, Rødovre Kommune, Tårnby Kommune og Vallensbæk Kommune, jf. opgørelsen i Bilag 7.6.

658. Disse 21 kommuner udgør et sammenhængende område, jf. Figur 5.4. Uber har formidlet flest ture i [xxx] og typisk formidlet færrest ture i [xxx][xxx], jf. opgørelsen i Bilag 7.6.

Figur 5.4 **Kort over de 21 kommuner udvalgt til nærmere undersøgelser på baggrund af screeningen**



Note 1: De 21 kommuner omfatter: Albertslund Kommune, Ballerup Kommune, Brøndby Kommune, København Kommune, Dragør Kommune, Frederiksberg Kommune, Furesø Kommune, Gentofte Kommune, Gladsaxe Kommune, Glostrup Kommune, Greve Kommune, Herlev Kommune, Hvidovre Kommune, Høje-Taastrup Kommune, Hørsholm Kommune, Ishøj Kommune, Lyngby-Taarbæk Kommune, Rudersdal Kommune, Rødovre Kommune, Tårnby Kommune og Vallensbæk Kommune.

Kilde: Styrelsens egen opgørelse baseret på screeningsmetoden, beskrevet i Bilag 7.5.

659. I de resterende 20[386] ud af 41 kommuner har minimum en af parterne startet færre end 300 ture i kommunen[387], og/eller udgør antallet af startede ture hos Uber mindre end [xxx] pct. af antallet startede ture hos Dantaxi i kommunen.

660. I disse 20 kommuner er det styrelsens vurdering, at Uber inden fusionen ikke lagde et effektivt og umiddelbart konkurrencepres[388] på hverken Dantaxi eller andre taxiselskaber, da Ubers tilstedeværelse i kommunerne inden fusionen var relativt begrænset, jf. punkt 659.

661. Da de 21 kommuner udgør et samlet område, vil styrelsen i vurderingen af risikoen for ensidige virkninger tage udgangspunkt i dette område. Det samlede område vil i de følgende afsnit blive omtalt som "*Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner*".

5.2.4.1.3 Markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner

5.2.4.1.3.1 Markedsandele og HHI

662. På et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner havde Uber før fusionen en markedsandel på [10-20] pct., mens Dantaxi havde en markedsandel på [30-40] pct., jf. Tabel 5.4. Ved fusionen opnåede Uber en samlet markedsandel på [40-50] pct., beregnet på omsætning[389].

663. På et marked for salg/formidling af taxikørsel via *apps* i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, vil Uber efter fusionen opnå en endnu højere markedsandel på [50-60] pct. Således havde Uber i perioden januar til maj 2025 en markedsandel på [30-40] pct. mens Dantaxi havde en markedsandel på [20-30] pct., jf. opgørelsen i Bilag 7.7.

Tabel 5.4 **Markedsandele og HHI på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, januar-maj 2025**

	Omsætning (mio. kr.)	Markedsandel (pct.)
Dantaxi	[xxx]	[30-40]
Uber (omsætning via Drivr)[1]	[xxx]	[10-20]
Parterne samlet	**[xxx]**	**[40-50]**
Drivr (omsætning via egne salgskanaler)	[xxx]	[0-5]
Taxa 4x35	[xxx]	[30-40]

[386] De 20 kommuner omfatter Allerød Kommune, Egedal Kommune, Faxe Kommune, Fredensborg Kommune, Frederikssund Kommune, Gribskov kommune, Halsnæs Kommune, Helsingør Kommune, Hillerød Kommune, Holbæk Kommune, Køge kommune, Lejre Kommune, Lolland Kommune, Næstved Kommune, Ringsted Kommune, Roskilde Kommune, Slagelse Kommune, Solrød Kommune, Sorø Kommune og Stevns Kommune.

[387] [xxx], har begge parter startet under [xxx] ture i perioden. [xxx] har Dantaxi startet mere end [xxx] ture i perioden.

[388] Kun de produkter, der skaber et *effektivt* og *umiddelbart* konkurrencepres inden for den relevante tidshorisont, indgår på det samme marked som den eller de deltagende virksomheders produkter, hvorimod andre mindre effektive eller blot potentielle begrænsninger tages i betragtning som en del af den konkurrenceretlige vurdering, jf. markedsafgrænsningsmeddelelse, punkt 6.

[389] I dette og efterfølgende afsnit omtales omsætning genereret via Dantaxi hhv. Uber som "Dantaxis omsætning" og "Ubers omsætning". I begge tilfælde er der tale om selskabernes bruttoomsætning, svarende til de beløb taxikunderne rent faktisk har betalt for taxiydelserne. Dvs. omsætning fra de konkrete ture, hvoraf en væsentlig del af omsætningen overføres til de tilknyttede vognmænd. I Ubers tilfælde sker denne overførsel i første omgang til det tilknyttede kørselskontor (fx Drivr).

Taxa 4x27	[xxx]	[10-20]
Bolt[2]	[xxx]	[5-10]
Total	[xxx]	100

HHI umiddelbart før fusionen	[2.500-3.000]
HHI umiddelbart efter fusionen	[3.000-4.000]
Ændring i HHI	[≥ 150]

Note 1: Ubers omsætning via Drivr er opgjort som summen af de beløb, som privatkunderne har betalt for taxikørsel formidlet via Uber, udført af vognmænd tilknyttet Drivr.

Note 2: Bolt opkøbte i marts 2025 kørselskontoret Viggo. Bolts omsætning og markedsandel indeholder både Viggos omsætning inden opkøbet og Bolts omsætning efter opkøbet i marts.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af oplysninger modtaget fra parterne 21. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxi 4x27 den 20. april 2026, oplysninger modtaget fra Bolt den 16. april 2026, oplysninger modtaget fra Drivr den 13. april 2026 og oplysninger modtaget fra Taxa 4x35 den 4. marts 2026.

664. En opgørelse af HHI før og efter fusionen baseret på markedsandele i Tabel 5.4, viser, at HHI umiddelbart efter fusionen udgjorde [3.000-4.000] med en stigning på [≥ 150] Dermed oversteg niveauet for HHI umiddelbart efter fusionen samt ændringen i HHI de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.[390]

665. På et marked for salg/formidling af taxikørsel via apps i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner var niveauet for HHI umiddelbart efter fusionen [4.000-5.000] med en stigning på [≥ 150]. Dermed oversteg niveauet for HHI umiddelbart efter fusionen samt ændringen i HHI også de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer på dette snævre produktmarked.

666. Jo større markedsandel en virksomhed har, desto mere sandsynligt er det, at den er i besiddelse af markedsmagt, og jo mere markedsandelen forøges ved en fusion, desto mere sandsynligt er det, at fusionen vil medføre en betydelig forøgelse af markedsmagten. Jo mere afsætningsgrundlaget, der skal danne basis for højere avancer efter en prisforhøjelse, forøges, desto mere sandsynligt er det, at en sådan prisforhøjelse vil være rentabel for fusionsparterne på trods af den samtidige formindskelse af produktionen.[391] Kommissionen har i flere tilfælde anset fusioner, som bevirkede, at virksomhederne opnåede markedsandele på mellem 40 pct. og 50 pct. for at skabe eller styrke en dominerende stilling.[392]

667. Parternes samlede markedsandel på [40-50] pct. kan således i sig selv være et tegn på, at parterne med fusionen har opnået en dominerende markedsstilling. Dertil kommer, at Uber med fusionen væsentligt har forøget sin markedsandel med [30-40] pct. point (fra [10-20] pct. til [40-50] pct.), hvilket også afspejles i den væsentlige stigning i HHI – på et i forvejen koncentreret marked.

[390] I henhold til Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner (punkt 20), er det bl.a. usandsynligt, at Kommissionen vil påvise horisontale konkurrencemæssige problemer ved et HHI efter fusionen på over 2.000 og en ændring i HHI på under 150.

[391] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 27.

[392] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 17.

668. Det er styrelsens vurdering, at parternes samlede markedsandel, forøgelsen af Ubers markedsandel og ændringen i samt niveauet for HHI efter fusionen indikerer, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence. Dette gælder uanset om markedet afgrænses til at omfatte alle salgskanaler eller alene omfatter salg/formidling via apps, idet parterne på dette segment opnåede en [xxx] højere markedsandel, jf. punkt 663, og idet niveauet for HHI efter fusionen og ændringen i HHI antager højere værdier, jf. punkt 665.

669. I fortolkningen af parternes markedsandele og HHI er det endvidere relevant at bemærke, at opgørelserne er baseret på en historisk referenceperiode, hvor Uber var i færd med at opbygge sin forretning.[393] Opgørelserne vil derfor sandsynligvis undervurdere parternes markedsstyrke baseret på markedsandele og markedskoncentrationen på fusionstidspunktet. Det skyldes bl.a., at Ubers kundegrundlag (naturligt) var væsentligt lavere i de første måneder af referenceperioden (fx i januar og i februar), da færre taxikunder havde kendskab til, at Uber var tilbage i Danmark og færre havde downloadet Ubers app i de første måneder efter lanceringen.

670. Hvis man således alene betragter markedsandelen på månedsbasis på fusionstidspunktet, *maj 2025*, ville parterne opnå en fælles markedsandel på [xxx] pct.,[394] hvilket er væsentligt højere end parternes fælles markedsandel på [xxx] pct. for perioden januar til maj 2025. Niveauet for HHI ville udgøre[3.000-4.000] med en ændring i HHI på [≥ 150], hvilket er endnu højere sammenlignet med opgørelsen for januar til maj 2025, som anført i punkt 664.[395]

671. Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026 anført, at styrelsen misforstår transaktionens karakter. Uber fremhæver i den forbindelse, at fusionen ikke reducerer antallet af uafhængige kørselskontorer, og at Drivr forbliver på markedet som en uafhængig konkurrent. Ifølge Uber undergraver denne sondring selve grundlaget for styrelsens teori om horisontale ensidige virkninger.[396]

672. Uber skriver videre, at *"Analysen [styrelsens analyse til brug for vurdering af risikoen for ensidige virkninger] hviler på en mekanisk sammenlægning af markedsandele, hvor KFST fejlagtigt tilskriver Drivrs omsætning til Uber."*[397] [styrelsens tilføjelse]

673. Styrelsen er ikke enig med Uber i, at styrelsen skulle have misforstået transaktionens karakter. Hvor det er relevant, har styrelsen inkluderet Drivrs aktiviteter særskilt i analyserne. Det er fx tilfældet i opgørelsen af markedsandele, hvor Drivrs salg af taxikørsel via Drivrs egne salgskanaler er opgjort særskilt.[398] Det ville være faktuelt forkert at tillægge denne del af Drivrs omsætning til Ubers omsætning, idet [xxx] mellem Uber og Drivr. Styrelsen fastholder dog at den omsætning, som genereres via Uber og udføres af Drivrs vognmænd skal tillægges Uber, jf. punkt 676.

674. Styrelsen er heller ikke enig i, at det forhold, at antallet af kørselskontorer ikke reduceres, er afgørende for, om der kan være horisontale virkninger. Styrelsens undersøgelser viser, at fusionen fjerner konkurrencepresset mellem to betydelige aktører på markedet – Uber (via Drivr) og Dantaxi. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at der [xxx]. Eksempelvis skriver parterne i høringssvaret af 19. maj 2026, at

---

[393] Referenceperioden for beregning af markedsandele er januar til maj 2025.
[394] Jf. opgørelsen i Tabel 5.5.
[395] Opgørelsen af HHI efter fusionen og ændringen i HHI er baseret på markedsandelene for maj 2025 anført i Tabel 5.5.
[396] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 42.
[397] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 18.
[398] Se fx opgørelsen i Tabel 5.5, hvor fx Drivrs markedsandel i december er opgjort til [0-5] pct.

"[xxx]."[399] [Styrelsens tilføjelse]

675. [xxx], hvorfor det efter styrelsens vurdering selvfølgelig er relevant at tage højde herfor i vurderingen af fusionens virkninger.

676. For så vidt angår opgørelsen af Ubers markedsandel på et marked for salg/formidling af taxikørsel, har styrelsen medregnet omsætning formidlet via Ubers app, hvor selve taxikørslen er udført af vognmænd tilknyttet Drivr (inden fusionen) og vognmænd tilknyttet Drivr hhv. Dantaxi (efter fusionen). Målt på markedsandele afspejler denne metode efter styrelsens vurdering bedst muligt Ubers markedsstyrke på dette marked. Det skyldes, at styrelsens undersøgelser viser, at Uber udgør en konkurrent til de øvrige taxiselskaber på markedet. For forbrugerne udgør Uber eksempelvis et alternativ til de traditionelle konkurrerende kørselskontorer (fx Taxa 4x35, Drivr via Drivrs egne salgskanaler og – inden fusionen – Dantaxi) samt mobilitetsplatformen Bolt. Uber har i øvrigt selv givet udtryk for, at Uber er i konkurrence med de øvrige taxiselskaber, jf. citatet ovenfor, hvor parterne bl.a. skriver, at forbrugernes valg af Uber sker i konkurrence med de øvrige kørselskontorer. Dertil skriver Uber i fusionsanmeldelsen, at fusionen uanset markedsdefinitionen giver anledning til *"et horisontalt overlap mellem Uber og Dantaxi, da forbrugere kunne bestille en tur (i) via Uber-appen (selvom selve turen blev udført af vognmænd/chauffører tilknyttet kørselskontoret Drivr, der fungerede som tredjepartsleverandør til Uber) og/eller (ii) Dantaxi, der bruger sine egne salgskanaler*."[400]"

677. Endelig kan det fremhæves, at Uber både før og efter fusionen har indflydelse over prissætningen på taxikørsel formidlet via Ubers app, jf. punkt 626.

678. Uber udgør dermed en konkurrent til de øvrige taxiselskaber, med mulighed for at påvirke prisen på taxikørsel på en del af markedet, der svarer til Ubers markedsandel – uanset at kørslen udføres af en tredjepartsleverandør (fx Drivr).

679. Udover markedsandele har styrelsen i vurderingen inkluderet en række andre relevante input. Eksempelvis har styrelsen inkluderet forhold som fx **i)** Dantaxis aktiviteter med salg af taxikørsel til andre kundetyper (erhvervskunder og offentlige kunder), jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.2.1, **ii)** parternes evne til at tiltrække vognmænd, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.3.2 og **iii)** betydningen af det brede internationale kendskab til Uber, jf. punkterne 730 til 734. Desuden har styrelsen som en del af vurderingen opgjort markedsandele på månedsbasis både før og efter fusionen i afsnit 5.2.4.1.3.2.1. Endelig har styrelsen – i det omfang det har været muligt – taget højde for forhold indtruffet efter fusionen, som kan have betydning for vurderingen.

5.2.4.1.3.2 Parternes stilling på markedet

680. På et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder udgjorde Dantaxi og Uber før fusionen henholdsvis den [xxx] udbyder med markedsandele på henholdsvis [30-40] pct. og [10-20] pct. i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, jf. Tabel 5.4.

681. Med fusionen blev den fusionerede enhed den største udbyder med en markedsandel på [40-50]pct. Den næststørste udbyder på markedet var umiddelbart efter fusionen Taxa 4x35 med en markedsandel på [30-40] pct. Derudover havde Bolt og Taxi 4x27 markedsandele på henholdsvis [5-10] pct. og [10-20] pct., mens Drivr (via egne salgskanaler) havde en markedsandel på [0-5] pct.[401]

---

[399] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 75.

[400] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 108.

[401] Drivrs markedsandel er beregnet på baggrund af Drivrs omsætning fra Drivrs egne salgskanaler, gadeture, lufthavn osv. Omsætning stammende fra ture via Uber er ikke medtaget i af Drivrs omsætning, men indgår i stedet i opgørelsen af Ubers omsætning.

682. Styrelsen vil i de følgende afsnit vurdere, hvilken rolle hver af fusionsparterne indtog på markedet umiddelbart før fusionens gennemførelse.

5.2.4.1.3.2.1 Uber har på kort tid opnået en væsentlig markedsstyrke og lagde før fusionen et væsentligt konkurrencepres på bl.a. Dantaxi

683. Inden fusionen var Uber i Danmark en relativt ny aktør i taxibranchen i gang med at bygge en forretning op.

684. Som følge af Ubers relativt korte tilstedeværelse i Danmark forud for fusionen, har styrelsen i sin vurdering inddraget parternes markedsandele opgjort på månedsbasis i 2025, dvs. i månederne umiddelbart forud for og umiddelbart efter fusionens gennemførelse.[402]

685. Markedsandele opgjort på månedsbasis fra januar til maj 2025 viser, at mens Uber har øget sin markedsandel [xxx] i perioden – fra [0-5] pct. til [10-20] pct. – er de øvrige taxiselskabers markedsandele generelt faldet. Den eneste undtagelse er Ubers samarbejdspartner Drivr, som har øget sin markedsandel fra [0-5] pct. til [0-5] pct. i perioden. Dantaxis markedsandel er faldet fra [30-40] pct. til [20-30] pct. i perioden, jf. Tabel 5.5.

Tabel 5.5 **Markedsandele – beregnet på omsætning (i pct.) – på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, januar-december 2025**

	Dantaxi (egne salgskanaler)	Uber[1] (via Dantaxi)	Uber[1] (via Drivr)	Parterne, samlet	Taxa 4x35	Bolt (via kørselskontoret Bolt[2])	Bolt (via Taxi 4x27)	Taxi 4x27	Drivr (egne salgskanaler)	Totalmarked[3] (mio. kr.)
Periode før fusionen										
Januar	[30-40]	Na	[0-5]	[30-40]	[40-50]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
Februar	[30-40]	Na	[5-10]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
Marts	[30-40]	Na	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
April	[20-30]	Na	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
Maj	[20-30]	Na	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[5-10]	[0-5]	[xxx]

[402] Styrelsen har derudover overvejet muligheden for at supplere vurderingen af fusionens effekter med opgørelser af diversion ratios. Idet fusionen på tidspunktet for gennemførelsen af forbrugerundersøgelsen (februar 2026) ligger mere end otte måneder efter gennemførelsen af fusionen, er det styrelsens vurdering, at det ikke meningsfuldt har været muligt at beregne diversion ratios – der afspejler konkurrencepresset mellem parterne på fusionstidspunktet – på baggrund af resultaterne i forbrugerundersøgelsen.

Periode efter fusionen										
Juni	[20-30]	[0-5]	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
Juli	[20-30]	[5-10]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
August	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[xxx]
September	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
Oktober	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
November	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
December	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]

Note 1: Ubers omsætning via Dantaxi henholdsvis Drivr er opgjort som summen af de beløb, som privatkunderne har betalt for taxikørsel formidlet via Uber, udført af vognmænd tilknyttet Drivr.

Note 2: Bolt opkøbte i marts 2025 kørselskontoret Viggo. Bolts omsætning og markedsandel indeholder både Viggos omsætning inden opkøbet og Bolts omsætning efter opkøbet i marts.

Note 3: Det er styrelsens vurdering, at en del af forøgelsen af Ubers markedsandel henover året 2025 følger af, at Uber har bidraget til en øget totalomsætning i markedet. Det er dog samtidig styrelsens vurdering, at Uber udover at have bidraget til en øget totalomsætning samtidig har øget sin egen omsætning på bekostning af flere konkurrenters omsætning.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af oplysninger modtaget fra parterne 21. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxi 4x27 den 20. april 2026, oplysninger modtaget fra Bolt den 16. april 2026, oplysninger modtaget fra Drivr den 13. april 2026 og oplysninger modtaget fra Taxa 4x35 den 4. marts 2026.

686. Idet parternes konkurrenters markedsandele (med undtagelse af Drivr, som er Ubers samarbejdspartner,) er faldet i perioden, understøtter udviklingen i markedsandele, at reduktionen i Dantaxis markedsandel følger af et øget konkurrencepres fra Uber (og til dels Drivr) og ikke af et forøget konkurrencepres fra andre konkurrenter.

687. For at vurdere Ubers markedsstyrke på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, har styrelsen også undersøgt Ubers evne til at tiltrække vognmænd via samarbejdspartneren Drivr. Det skyldes, at markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder er tæt forbundet med markedet for salg af kørselskontorydelser, herunder som følge af indirekte netværkseffekter, jf. punkt 920.

688. Styrelsens undersøgelser viser, at Uber via samarbejdspartneren, Drivr, er lykkedes med at tiltrække et [xxx] antal vognmænd i perioden.

689. Eksempelvis viser Ubers egne opgørelser, at antallet af taxier tilknyttet Drivr er vokset fra [xxx] i januar 2025 til [xxx] i maj 2025, jf. Tabel 5.6. Det svarer til en vækst på [xxx] pct. i antallet af tilknyttede taxier.

690. Styrelsens undersøgelser viser derudover, at antallet af taxier tilknyttet Dantaxi i samme periode (januar til maj 2025) er faldet fra [xxx] til [xxx], jf. Tabel 5.6.

691. Antallet af taxier tilknyttet Dantaxi er [xxx][xxx] i månederne umiddelbart efter fusionen, hvilket sandsynligvis kan hænge sammen med, at vognmænd tilknyttet Dantaxi er underlagt en opsigelsesperiode, jf. punkt 136, hvorfor en opsigelse fra vognmandens side typisk først vil blive

effektueret efter [xxx] måneder. Opsigelser, som er sket i løbet af perioden [xxx], kan derfor i et vist omfang været blevet effektueret efter fusionen.

Tabel 5.6 **Udvikling i antal taxier tilknyttet Dantaxi og Drivr på landsplan, 2025**

	Taxier tilknyttet Dantaxi (antal)	Ændring (antal)	Taxier tilknyttet Drivr (antal)	Ændring (antal)
Periode før fusionen				
Januar	[xxx]		[xxx]	
Februar	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Marts	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
April	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Maj	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Periode efter fusionen				
Juni	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Juli	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
August	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
September	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Oktober	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
November	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
December	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]

Note: Antallet af taxier tilknyttet Dantaxi henholdsvis Drivr er opgjort for Dantaxis henholdsvis Drivrs samlede forretning i Danmark.

Kilde: Parternes besvarelse af 12. januar 2026, tabel 5 og 6 samt styrelsens egne beregninger.

692. For så vidt angår udviklingen i antallet af taxier tilknyttet Dantaxi, har Uber angivet oplysninger, der viser, at antallet af taxier tilknyttet Dantaxi, som kan bookes i København, faldt med [xxx]køretøjer fra 1. januar 2025 til 1. april 2025 og yderligere [xxx]køretøjer fra 1. april 2015 til 1. juli 2025.[403] Fra 1. januar til 1. juli 2025 faldt antallet af taxier tilknyttet Dantaxi, som kunne bookes i København derfor med i alt [xxx] køretøjer. Faldet i antallet af køretøjer tilknyttet Dantaxis forretning i Østdanmark herunder i *Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner* frem mod fusionstidspunktet, kan derfor potentielt være større end ændringen afspejlet i denne tabel.

693. For så vidt angår Drivr, vurderer styrelsen, at stigningen i antallet af tilknyttede taxier hos Drivr [xxx] stammer fra en stigning i antallet af taxier tilknyttet Drivr i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Eksempelvis har parterne oplyst, at "*Uber ikke var til stede uden for Køben-*

[403] Jf. opgørelsen i Ubers svar på styrelsens spørgsmål 8 af 11. juli 2025.

havn før fusionen".[404] Antallet af taxier tilknyttet Drivr frem til fusionstidspunktet (maj) var derfor alene knyttet til Drivrs forretning i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

694. Derudover har Drivr oplyst, at [xxx] køretøjer (omfattende både taxier og limousiner) ud af det samlede antal køretøjer tilknyttet Drivr pr. 1. oktober 2025 var allokeret i områder i Jylland.[405] Styrelsen vurderer på den baggrund, at [xxx] af væksten i antallet af taxier tilknyttet Drivr – også efter fusionen – følger af en stigning i antallet af køretøjer knyttet til Drivrs forretning i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

695. Styrelsen har indhentet oplysninger om antal biler tilknyttet Dantaxi henholdsvis Drivr i perioden fra første kvartal 2024 til første kvartal 2026 fra Færdselsstyrelsen. Færdselsstyrelsens oplysninger viser overordnet den samme udvikling, som fremgår af parternes egne opgørelser, jf. Tabel 5.6.

696. Opgørelsen viser bl.a., at antallet af biler tilknyttet Drivr i perioden forud for lanceringen af samarbejdet mellem Drivr og Uber i januar 2025 [xxx] tilknyttede biler i perioden første kvartal 2024 til tredje kvartal 2024, hvorefter antallet af tilknyttede biler steg [xxx] til [xxx] i fjerde kvartal 2024, jf. Tabel 5.7.

697. Desuden viser opgørelsen, at væksten i antallet af biler tilknyttet Drivr i løbet af første halvår af 2025 mere end [xxx] fra [xxx] tilknyttede biler i fjerde kvartal 2024 til [xxx] tilknyttede biler i andet kvartal 2025 (omtrent samme tidspunkt som fusionen). Efter andet kvartal 2025 er væksten i tilknyttede biler hos Drivr fortsat, men [xxx][xxx] med godt [xxx] ekstra tilknyttede biler i de efterfølgende kvartaler frem til fjerde kvartal 2025.

Tabel 5.7 **Tilknyttede biler hos Dantaxi og Drivr, 1. kvartal 2024 til 1. kvartal 2026**

	Dantaxi 4x48[1]	Kørselskontoret Dantaxi[1]	Drivr
2024 - 1. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2024 - 2. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2024 - 3. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2024 - 4. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2025 – 1. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2025 – 2. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2025 – 3. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2025 – 4. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
2026 – 1. kvartal	[xxx]	[xxx]	[xxx]

[404] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 119.
[405] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.

Note 1: "Dantaxi 4x48" er Dantaxis kørselskontor i Østdanmark. " Kørselskontoret Dantaxi" er Dantaxis kørselskontor i Vestdanmark.

Anm.: Styrelsen bemærker, at kildematerialet til opgørelsen i denne tabel er en anden end i Tabel 5.6. Der kan derfor være uoverensstemmelser i opgørelsen i de to tabeller. Styrelsen vurderer at eventuelle uoverensstemmelser ikke har væsentlig betydning for styrelsens vurdering.

Kilde: Færdselsstyrelsens opgørelser sendt til styrelsen den 7. november 2025, den 12. november 2025 og den 14. april 2026.

698. Den [xxx] vækst i antallet af biler tilknyttet Drivr op mod lancering af samarbejdet i januar 2025 og den fortsatte [xxx] vækst frem mod andet kvartal 2025 (omtrent sammenfaldende med fusionstidspunktet) understøtter efter styrelsens vurdering, at Uber – via samarbejdspartneren Drivr – har en vis markedsstyrke på markedet for salg af kørselskontorydelser.

699. Derudover viser opgørelsen i Tabel 5.7, at antallet af biler tilknyttet Dantaxis forretning i Østdanmark (anført som "Dantaxi4x48" i tabellen) faldt med [xxx] fra fjerde kvartal 2024 (kvartalet op til lanceringen af Uber i januar 2025) til andet kvartal 2025 (omtrent sammenfaldende med fusionstidspunktet). Der er dermed tale om et [xxx] fald i antallet af biler tilknyttet Dantaxis forretning i Østdanmark sammenlignet med perioden inden lanceringen af Uber, hvor Dantaxis forretning i Østdanmark alene oplevede en [xxx].

700. Oplysningerne i Tabel 5.7 for Dantaxi-selskaberne og Drivr er de samme oplysninger, som ligger til grund for Figur 4.3 på side 58, som viser udviklingen i antallet af biler knyttet til henholdsvis Dantaxi 4x48, Kørselskontoret Dantaxi, Drivr, Taxa 4x35, Taxi 4x27 og Bolt. Af Figur 4.3 fremgår det, at [xxx]. Dertil kommer, at antallet af biler tilknyttet Dantaxi 4x48 efter fusionen [xxx], jf. opgørelsen i Tabel 5.7.

701. Udvikling i antallet af biler tilknyttet Dantaxis forretning i Østdanmark i 2025 understøtter efter styrelsens vurdering, at lanceringen af Uber i første kvartal 2025 [xxx] øgede konkurrencepresset på Dantaxi, og at dette konkurrencepres aftog med fusionen mellem Uber og Dantaxi i andet kvartal 2025.

702. Styrelsens undersøgelser viser derudover, at [30-40] pct. af Drivrs vognmænd – som tidligere var tilknyttet et andet kørselskontor forud for skiftet til Drivr - var tilknyttet Dantaxi.[406]

703. Styrelsens vognmandsundersøgelse viser endvidere, at den væsentligste årsag til at disse vognmænd skiftede til Drivr, var muligheden for at have adgang til ture bestilt via en mobilitetsapp. Således har [xxx] ud af [xxx] respondenter angivet denne som en af de tre primære årsager til skiftet, jf. Tabel 5.8.

Tabel 5.8 **Drivr-vognmænds angivelse af de primære årsager til at skifte fra Dantaxi til Drivr**

	Antal
Så jeg kan have adgang til ture bestilt via en mobilitetsapp (fx Uber eller Bolt)	[xxx]
Kørselskontoret har lav pladsleje	[xxx]
Kørselskontoret har mange privatkunder	[xxx]

[406] Opgørelsen er foretaget på baggrund af [xxx] respondenter, der skiftede fra Dantaxi til Drivr forud for fusionen mellem Uber og Dantaxi.

Kørselskontoret har en god virksomhedskultur	[xxx]
Kørselskontoret har en attraktiv taxameterpris	[xxx]
Kørselskontoret har gode finansierings- og/eller leasingmuligheder af køretøj	[xxx]
Kørselskontoret har gode finansierings- og/eller leasingmuligheder af udstyr	[xxx]
Kørselskontoret har en stor geografisk dækning	[xxx]
Andet	[xxx]
Så jeg kan få adgang til ture bestilt via kørselskontorets app	[xxx]
Kørselskontoret har attraktive vilkår i deres kontrakter	[xxx]
Kørselskontoret har mange erhvervskunder	[xxx]
Kørselskontoret har en god udbetalingsfrekvens fra kørselskontoret	[xxx]
Kørselskontoret har et godt teknisk system og support fra kørselskontoret	[xxx]
Kørselskontoret har god markedsføring (fx kørselskontorets navn/brand og hvordan det reklamerer)	[xxx]
Kørselskontoret har en attraktiv gebyrstruktur	[xxx]
Kørselskontoret har en kort bindingsperiode og opsigelsesvarsel	[xxx]
Kørselskontoret har mange offentlige kunder, herunder flextrafik (fx kommuner, stat eller offentlige institutioner)	[xxx]
Kørselskontoret har rabataftaler på service og reparation	[xxx]
Ved ikke	[xxx]
	[xxx]

Note 1: Opgørelsen er foretaget på baggrund af respondenter, der skiftede fra Dantaxi til Drivr forud for fusionen mellem Uber og Dantaxi. I alt svarede [xxx] respondenter på spørgsmålet.

Note 2: Det har været muligt for respondenterne at angive op til de tre årsager. Andelene summer derfor ikke til 100 pct.

Kilde: Styrelsens egne beregninger på baggrund af vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 8, 10, 23, 25 og 27.

704. Drivrs evne til at tiltrække vognmænd – herunder fra Dantaxi – efter lanceringen af Uber og før fusionstidspunktet kan indikere, at mange vognmænd så bedre muligheder for at forbedre deres forretning ved at være tilknyttet Uber, herunder eksempelvis som følge af Ubers evne til at tiltrække taxikunder. Drivr har oplyst, at Uber-brandet og en forventning om tildeling af mange passagerer via Uber har været afgørende for at kunne tiltrække vognmænd. Eksempelvis har Drivr til et møde med styrelsen oplyst:

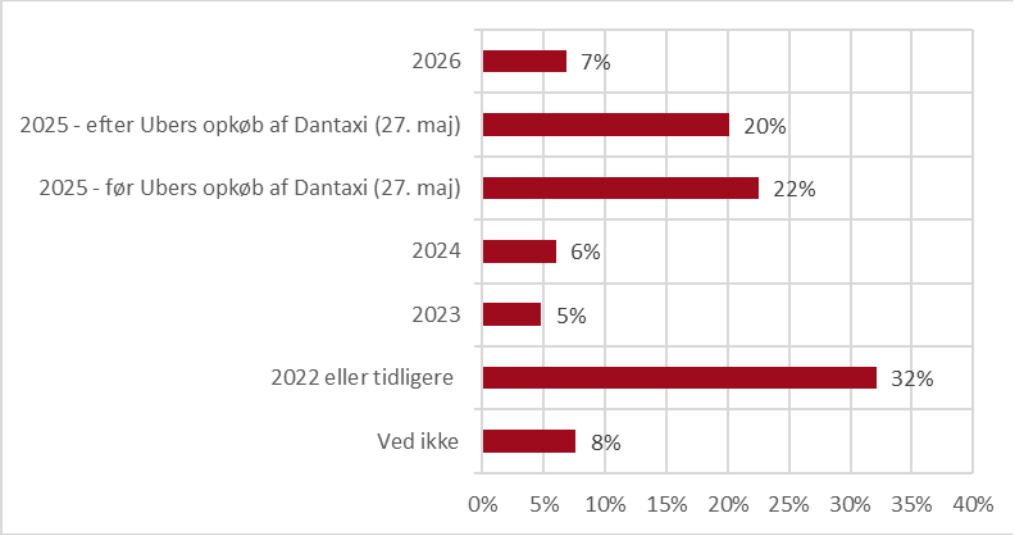
> *"En del af tiltrækningen for nye vognmænd har været Uber -brandet (og de tilhørende mange kunder, der rundt omkring i verden er knyttet til Ubers platform), men også [xxx]".*[407] [styrelsens understregning]

705. Endelig viser resultaterne af styrelsens vognmandsundersøgelse, at mobiliteten blandt vognmænd var relativt begrænset inden lanceringen af Uber i Danmark i januar 2025. Styrelsens undersøgelse blandt vognmænd viser eksempelvis, at 75 pct. af respondenterne har svaret, at de altid har været tilknyttet det samme kørselskontor, 19 pct.af respondenterne har svaret, at de har skiftet kørselskontor én gang, mens 4 pct. af respondenterne har svaret, at de har skiftet kørselskontor enten to eller tre gange og 0,3 pct. af respondenterne har svaret at de har skiftet

[407] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr 7. oktober 2025.

kørselskontor fire eller fem gange.[408] Dertil viser vognmandsundersøgelsen, at blandt de vognmænd, som har skiftet kørselskontor mindst en gang, foretog blot 6 pct. og 5 pct. af vognmændene foretog deres seneste skifte i henholdsvis 2024 og 2023, mens hele 22 pct. foretog deres seneste skifte i 2025 (før Ubers opkøb af Dantaxi) og 20 pct. foretog deres seneste skifte i 2025 (efter Ubers opkøb af Dantaxi)", jf. Figur 5.5.

Figur 5.5 **Fordeling af svar på spørgsmålet *"Hvornår skiftede du senest kørselskontor?"***



Note: 2026 dækker perioden frem til og med 2. marts 2026, hvor styrelsen afsluttede vognmandsundersøgelsen.

Kilde: Vognmandsundersøgelse, svar på spørgsmålet "Hvornår skiftede du senest kørselskontor", spørgsmål 23.

706. Ovenstående understøtter efter styrelsens vurdering, at Uber for mange vognmænd inden fusionen var en interessant og en foretrukken samarbejdspartner.

707. Styrelsens undersøgelser viser, at Drivrs vækstplaner – som følge af samarbejdet med Uber – blev [xxx] som følge af fusionen mellem Uber og Dantaxi. Eksempelvis viser Drivrs interne vækstplaner forud for fusionen[xxx]. Drivr havde således forud for fusionen mellem Uber og Dantaxi planer om at [xxx], jf. Tabel 5.9.

708. Som konsekvens af fusionen har Drivr [xxx][xxx] jf. Tabel 5.9. Fusionen har dermed [xxx].

Tabel 5.9 **Drivrs vækstplaner for antal tilknyttede biler i 2025, 2026 og 2027**

Forventet antal biler (ifm. Ubers investering i Drivr)	**[xxx]**

[408] Jf. vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 21. I alt har 1.085 vognmænd svaret på spørgsmålet. En pct. af respondenterne har svaret "ved ikke".

2025	[xxx]	[xxx]
2026	[xxx]	[xxx]
2027	[xxx]	[xxx]

Anm.: Det fremgår ikke af Drivrs oplysninger om "biler" alene omfatter taxier eller også omfatter limousiner i taxilovens forstand. Det er styrelsens vurdering, at hovedparten er relateret til taxier.

Kilde: Drivrs svar af 12. februar 2026 på styrelsens spørgsmål af 22. januar 2026, side 5.

709. Ubers evne til at tiltrække vognmænd til Drivr giver samtidig Uber en væsentlig konkurrencefordel på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder. Det skyldes, at en høj base af vognmænd som udgangspunkt vil reducere ventetiden for taxikørsel via Ubers app. Ubers egen opgørelse viser, at medianventetiden fra bestilling af en taxi til ankomst hos kunden i maj 2025 lå på omkring [xxx][409] mens den gennemsnitlige ventetid (beregnet på ugebasis) lå på [xxx], jf. Figur 5.15 på side 263. Ubers ventetid er fx [xxx] lavere end ventetiden hos eksempelvis Bolt, som selv anslår, at have en ventetid på ca. [xxx].[410] Uber kan derfor – som følge af indirekte netværkseffekter – drage fordel af en stor base af vognmænd hos samarbejdspartneren Drivr i konkurrencen om privatkunderne, hvilket bidrager til det konkurrencepres, som Uber lagde på Dantaxi og de øvrige taxiselskaber inden fusionen.

710. Baseret på ovenstående er det styrelsens vurdering, at Uber inden fusionen var i stand til at lægge et væsentligt konkurrencepres på Dantaxi, samt at Uber i fraværet af fusionen fortsat ville have lagt et væsentligt konkurrencepres på Dantaxi. Denne vurdering bygger primært på, at Uber på kort tid (januar til maj 2025) både **i)** har været i stand til at opnå en relativ stor markedsandel[411] ved bl.a. at tiltrække et større antal privatkunder fra Dantaxi og **ii)** har formået at tiltrække et større antal vognmænd (via samarbejdspartneren Drivr),[412] herunder fra Dantaxi. Derudover understøtter Drivrs vækstplaner, at Drivr som følge af samarbejdet med Uber i fraværet af fusionen ville lægge et væsentligt konkurrencepres på Dantaxi i konkurrencen om at tiltrække vognmænd, hvilket dermed understøtter, at Uber på sigt kunne opnå større markedsandele på markedet for salg/formidling af taxikørsel.

5.2.4.1.3.2.1.1 Dantaxi-kunders adfærd i månederne umiddelbart efter gennemførelsen af fusionen

711. Idet fusionen er gennemført, er det muligt for styrelsen at supplere vurderingen af fusionens effekter med en analyse af kundernes adfærd efter fusionen, herunder en analyse af hvordan Dantaxis kunder har reageret på muligheden for at anvende Uber til bestilling af taxikørsel fra Dantaxi efter fusionen. Styrelsen bemærker for god ordens skyld, at en analyse af kundernes adfærd på et marked, efter en gennemført fusion er krævet anmeldt, skal vurderes med en vis forsigtighed. Det skyldes, at adfærden på et marked kan være påvirket af, at markedsaktørerne er bevidste om, at fusionen er under behandling, jf. punkt 228. Styrelsen tager – hvor relevant – forbehold herfor. Dette forbehold ændrer dog ikke på konklusionen af styrelsens vurdering i dette afsnit.

[409] Jf. parternes fusionsanmeldelse, figur 8.
[410] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.
[411] Styrelsens opgørelse viser, at Uber havde en markedsandel på [10-20] pct. i maj 2025, jf. Tabel 5.5.
[412] I januar 2025 var [xxx] taxier tilknyttet Drivr. I maj var antallet steget til [xxx] taxier, jf. Tabel 5.6.

712. Styrelsens undersøgelser viser, at Dantaxis kunder i væsentlig grad har anvendt Uber-appen efter fusionen. En opgørelse af omsætning fordelt på Dantaxis salgskanaler viser, at fusionen har medført [xxx] ændringer i brugen af Dantaxis egne salgskanaler (målt på omsætning).

713. Fx viser opgørelsen, at der i perioden fra juni-august 2024 til juni-august 2025 er sket et fald på [xxx] pct. i omsætningen genereret via Dantaxis callcenter, og et fald på [xxx] pct. i omsætningen genereret fra gadeture, jf. Tabel 5.10.

714. [xxx] fald i omsætning via de fleste af Dantaxis egne salgskanaler er sket samtidig med, at Dantaxis samlede omsætning fra salg af taxikørsel til privatkunder i perioden steg med [xxx] pct., og samtidig med, at Dantaxis salg af taxikørsel via Uber-appen er vokset [xxx] siden fusionen. Dantaxis salg via Uber-appen i perioden efter fusionen (juni-august 2025) udgjorde [xxx] pct. af Dantaxis samlede salg i perioden. Salget via Uber-appen er således på meget kort tid (fra maj, hvor fusionen blev gennemført og til juni-august 2025) steget [xxx], og Uber-appen udgjorde [xxx] genererende salgskanal for Dantaxi.

Tabel 5.10 **Udviklingen i omsætningen fra bruttobestillinger fra privatkunder fordelt på salgskanaler**

Salgskanal	Jun.-aug. 2024 (DKK)	Andel af samlet omsætning (pct.)	Jun.-aug. 2025 (DKK)	Andel af samlet omsætning (pct.)	Ændring i omsætning (pct.)
Callcenter	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Gadetur	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Lufthavn	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Digital[1]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Dantaxi app	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Voicebot	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Uber-app	[xxx]	[xxx]	[xxx]	[xxx]	
Total[2]	[xxx]		[xxx]		[xxx]

Note 1: "Digital" omfatter webbookinger og API-integrerede løsninger. Parterne har oplyst, at API-integrerede løsninger henviser til taxakørsler, der genereres automatisk gennem integrationer med tredjepartssystemer (fx [xxx]), hvor eksterne partnere initierer og sender kørselsanmodninger direkte til virksomhedens dispatching-system

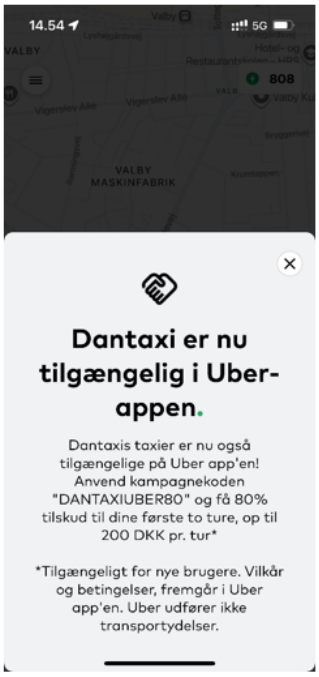
Note 2: Parterne har i anmeldelsen en post med betegnelsen "*Fixed Tur*" med en omsætning til privatkunder på godt [xxx] kr. i perioden juni-august 2024 og knap [xxx] kr. i perioden juni-august 2025. Parterne har siden forklaret, at "*Fixed tur*" henviser til ture, der involverer afhentning af en eller flere personer på faste ruter og efter faste køreplaner og præciseret, at salg af "*Fixed Tur*" til privatkundesegmentet er fejlbehæftet og skyldes en utilsigtet fejlklassificering i Dantaxis systemer, og at næsten alle ture i segmentet "fixed tur" kan allokeres til offentlige kunder. Styrelsen har på baggrund af parternes præcisering udeladt posten "*Fixed Tur*" i opgørelsen af parternes omsætning relateret til privatkunder.

Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, Tabel 14, parternes svar af 10. april 2026 på styrelsens spørgsmål af 31. marts 2026, punkt 3-6 og styrelsens egne beregninger.

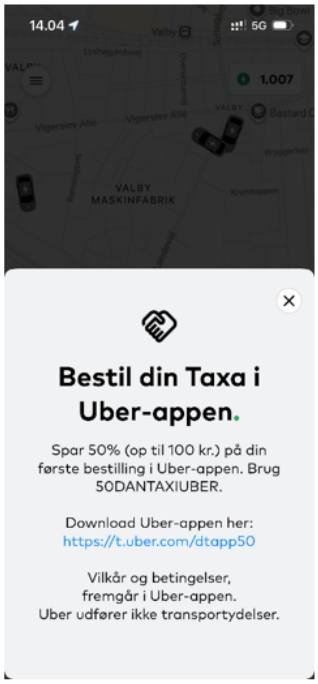
715. Uber har, både før og efter fusionen med Dantaxi, som en del af sin strategi, tilbudt rabatter for at tiltrække kunder. Eksempelvis bliver brugere af Dantaxis app efter fusionen opfordret til at downloade Ubers app med modtagelsen af rabatter på deres første tur bestilt via Uber-appen, når de åbner Dantaxi-appen, jf. Figur 5.6. Omfanget af rabatten har siden overtagelsen af Dantaxi i maj 2025 varieret en del. Eksempelvis tilbød Uber brugerne af Dantaxi-appen 80 pct. i rabat ved bestilling af taxikørsel på Uber på de første to ture (op til 200 kr. pr. tur) i august 2025, 50 pct. i rabat på den første tur (op til 100 kr.) i marts 2026 og 75 pct. i rabat på den første tur (op til 175 kr.) jf. Figur 5.6.

Figur 5.6 **Eksempler på, at brugere af Dantaxi-appen opfordres til at bestille taxi via Uber**

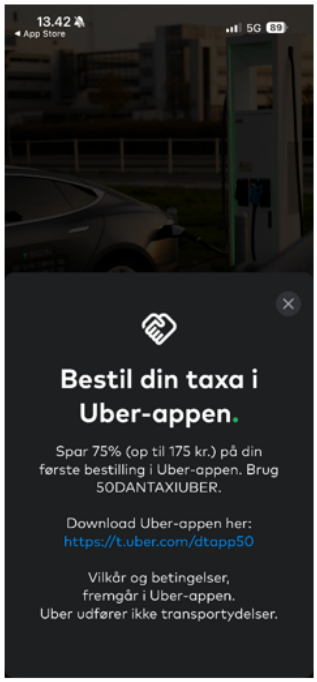
Skærmbillede af 11. august 2025



Skærmbillede af 4. marts 2026



Skærmbillede af 17. juni 2026



Kilde: Skærmbilleder fra Dantaxi-appen taget hhv. 11. august 2025 (til venstre), 4. marts 2026 (i midten), og 17. juni 2026 (til højre).

716. Som et andet eksempel fremgår det af Dantaxis vogne, at brugere kan få 50 pct. rabat på de første to ture med Uber, jf. Figur 5.7.

Figur 5.7 **Eksempel på rabatter på Dantaxis vogne**



Kilde: Øverst: https://migogaarhus.dk/saadan-bestiller-du-nemt-en-taxa-i-aarhus/ sidst besøgt 3. juli 2026. Nederst: Foto taget ved banegården i Århus 1. juli 2026

717. Dette kan være en medvirkende forklaring på, at Uber-appen udgør en vigtig salgskanal allerede i perioden umiddelbart efter fusionen, og at bookinger via Dantaxis egen app er faldet.

718. Privatkundernes øgede brug af Uber-appen til bestilling af taxi udført af vognmænd tilknyttet Dantaxi understøtter efter styrelsens vurdering, at der før fusionen eksisterede et væsentligt antal Dantaxi-kunder, som Uber kunne have konkurreret med Dantaxi om uden fusionen. Med fusionen forsvinder denne konkurrence.

5.2.4.1.3.2.1.2 To særlige forhold bidrager til Ubers markedsstyrke i konkurrencen om taxikunder

719. Det er styrelsens vurdering, at særligt to forhold omkring Ubers app bidrager til Ubers markedsstyrke og dermed til det konkurrencepres, som Uber lagde på bl.a. Dantaxi inden fusionen.

720. De to forhold udgøres af, **i)** at Uber tilbyder taxi-services som klassiske kørselskontorer ikke kan eller har vanskeligt ved at tilbyde, og **ii)** at Uber har en konkurrencemæssig fordel ved at være internationalt kendt i modsætning til de fleste af Ubers konkurrenter i Danmark.

i) *Vedrørende Ubers udbud af taxi-services*

721. Med lanceringen i januar 2025 introducerede Uber flere nye services over for taxibrugerne i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Det er styrelsens vurdering, at udviklingen af disse services er relativt omkostningstunge og tidskrævende, hvorfor de fleste af Ubers konkurrenter på markedet har begrænsede muligheder for at tilbyde lignende services.

722. Eksempelvis fremgår det af styrelsens undersøgelser, at Uber (og i et vist omfang også Bolt[413]) udover at tilbyde de samme funktioner som fx [xxx][xxx], kan tilbyde deres kunder en række andre services og funktioner. Det drejer sig bl.a. om dynamisk prisfastsættelse, mulighed for limousinekørsel (som defineret i taxiloven, jf. beskrivelsen i punkt 144), live-deling med tredjepart, flysporing og nødknap, jf. Tabel 5.11.

Tabel 5.11 **Funktioner i tilgængelige i relevante taxiapps**

	[xxx]	**[xxx]**	**[xxx]**	**[xxx]**	**[xxx]**	**Uber**
Chaufførprofil (navn, billede, rating mv.)	X	X	X	X	X	X
Fast pris før turens start	X	X	X	X	X	X
Forventet ankomsttid (ETA) før bestilling	X	X	X	X	X	X
Kampagner, rabatter eller loyalitetsprogrammer	X		X	X	X	X
Mulighed for valg af biltype eller serviceniveau	X		X	X	X	X
Mulighed for at bestille ture til senere tidspunkt (forudbestilling)		X	X	X	X	X
Automatisk betaling i app		X	X	X	X	X
Kundevurderinger/ratings		X	X	X	X	X
Live-tracking af bilen (real-time kort)			X	X	X	X
Kundesupport/chat direkte i app		X			X	X
Flysporing (Flynummer-integration / integration med flydata)		X				X
Nødknap					X	X
Mulighed for at dele turens status (live-deling med tredjepart)					X	X
Limousinekørsel jf. taxilovens definition					X	X
Dynamisk prisfastsættelse					X	X

[413] Bolt var ikke aktiv i Danmark på fusionstidspunktet. Bolt offentliggjorde dog i marts 2026 opkøbet af kørselskontoret Viggo, jf.: https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/14320420/bolt-traeder-ind-pa-det-danske-taximarked-med-opkob-af-viggo?publisherId=13559893&lang=da – senest tilgået den 12. marts 2026.

Kilde: Oplysninger om parternes konkurrenter stammer fra styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer. Oplysninger om Dantaxi stammer fra Dantaxis svar af 2. marts 2026 på styrelsens spørgsmål af 18. februar 2026. Oplysninger om Uber stammer fra Ubers svar af 30. marts 2026 på styrelsens spørgsmål af 24. marts 2026.

723. Brugervenligheden i Ubers app opfattes af flere kørselskontorer som et forhold, hvor Uber kan levere et produkt af højere kvalitet end kørselskontorerne selv. Eksempelvis har Drivr oplyst, at:

> *"Ubers app – sammenlignet med Drivrs egen app – [xxx]. Ubers app er ifølge Drivr bygget efter et mobilitetsprincip, mens Drivrs app er bygget efter et taxi-princip. Drivrs app er en taxi platform, der kun tilbyder taxikørsel. Ubers app kan tilbyde langt flere ydelser, som levering af mad, pakker, løbehjul mv (dvs. mobilitet i bredere forstand)."*[414] [styrelsens understregning]

724. Mens [xxx][415] bl.a. har oplyst:

> *"Brugervenlighed og funktionalitet [i] Uber-appen er kendt for en meget enkel og intuitiv brugerflade med funktioner som: prisestimat før bestilling live-tracking af bilen automatisk betaling og digital kvittering rating af både chauffør og passager Det giver en transparent og forudsigelig oplevelse for kunderne."*[416] [styrelsens understregning]

725. Begge kørselskontorer fremhæver bl.a. brugervenligheden i Ubers app, som en fordel for Uber, [xxx]

726. Styrelsens undersøgelse blandt privatkunder understøtter, at brugervenlighed – udover pris, vaner og ventetid – er blandt de primære årsager til, at privatkunderne har anvendt eksempelvis Uber fremfor en app fra et specifikt kørselskontor. Eksempelvis har 18 pct. af respondenterne i styrelsens undersøgelse blandt privatkunder bosat i Region Hovedstaden angivet brugervenlighed blandt de primære årsager til at have anvendt Uber, Bolt eller TaxiToGo fremfor et specifikt taxiselskab, jf. Tabel 5.12.

Tabel 5.12 **Forbrugernes angivelse af de primære årsager til at have anvendt Uber, Bolt eller TaxiToGo fremfor et klassisk kørselskontor ved deres seneste taxitur**

	Angivelser i pct. af samlede antal angivelser
Jeg kunne få en lavere pris	57
Jeg valgte at bruge den app, jeg altid bruger	22
Der var kortere ventetid	18
Jeg syntes at denne app var nemmere at bruge end andre apps	18

[414] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr, den 7. oktober 2025.
[415] Det bemærkes for god ordens skyld, at [xxx].
[416] [xxx] svar på spørgsmål 107 i markedsundersøgelse blandt kørselskontorer.

Jeg følte, at det gav øget tryghed og sikkerhed, fordi man kan se chaufførens info, tracke turen, dele status med andre osv.	11
Det var et tilfældigt valg den dag	11
Jeg havde en forventning om, at der oftere er ledige biler på denne app	8
Jeg havde større valgfrihed (biltype, tilvalg mv.)	5
Jeg havde mulighed for at optjene loyalitetsbonus	4
Jeg havde mulighed for at oprette en gruppetur og herved dele omkostninger med mine medpassagerer	1
Min arbejdsgiver havde bedt mig om at benytte netop denne app til arbejdsrelateret taxikørsel	0
Jeg har et abonnement på appen	0
Jeg kunne indtaste mit flynummer i appen, når jeg bestilte taxien på forhånd, så chaufføren fik automatisk besked om eventuelle forsinkelser	0
Chaufføren havde bedre ratings/anmeldelser	0
Andet	4
Ved ikke/Kan ikke huske	4

Note: I alt har 79 respondenter svaret på spørgsmålet. Det har været muligt at angive flere forhold som primære årsager, hvorfor summen overstiger 100 pct.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 16.

727. Det er samtidig styrelsens vurdering, at Uber har væsentligt bedre muligheder for at udvikle nye og vedligeholde eksisterende services og funktioner i deres app sammenlignet med de fleste af deres konkurrenter i Danmark. Det skyldes bl.a., at Uber har mulighed for at implementere (ny) teknologi i deres app i Danmark, som Uber i forvejen har udviklet eller forventer at udvikle til Ubers mobilitetsforretning på markeder uden for Danmark og dermed kan de fordele omkostningerne på en bredere kundegruppe.

728. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at Uber generelt kan tilbyde taxibrugerne flere services end deres konkurrenter i Danmark. Det er samtidig styrelsens vurdering, at Uber, som følge af selskabets relativt store udbredelse på markeder uden for Danmark, også har markant bedre muligheder for at udvikle og implementere nye funktioner i deres app, som fremadrettet kan øget Ubers markedsstyrke.

729. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at Ubers produkt og Ubers muligheder for at udvikle og implementere flere services i deres app, giver Uber en væsentlig konkurrencefordel, hvilket bidrager til det konkurrencepres, som Uber lagde på bl.a. Dantaxi inden fusionen.

ii) *Vedrørende Ubers internationalt kendte brand*

730. Det er styrelsens vurdering, at Uber besidder en konkurrencemæssig fordel ved, at mange af Ubers udenlandske taxikunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner kender Uber fra deres hjemland og dermed på forhånd har appen installeret, når de kommer til Danmark, samt at et større antal danskere oprindeligt har downloadet Ubers app til brug for bestilling af taxikørsel i udlandet, og efter Ubers lancering i Danmark i januar 2025 altså også kan anvende appen i bl.a. Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Denne konkurrencemæssige fordel bidrog til det konkurrencepres, som Uber lagde på bl.a. Dantaxi forud for fusionen.

731. Flere kørselskontorer har i styrelsens markedsundersøgelse givet udtryk for, at forbrugernes mulighed for at anvende Uber på tværs af landegrænser betyder, at appen har særlige fordele sammenlignet med andre taxi-apps. Eksempelvis har tre respondenter i styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer oplyst:

> Respondent 1: *"Stærkt brand og høj kendskabsgrad Uber er et globalt brand, som mange forbrugere allerede kender fra udlandet. Det gør, at både turister og danske brugere ofte automatisk vælger appen, fordi de kender brugeroplevelsen og har tillid til platformen. International anvendelighed Appen kan bruges i mange lande med samme brugerprofil, betalingsmetode og interface. Det betyder, at kunder kan bruge den samme app i Danmark som i andre byer og lande uden at skulle oprette nye konti eller installere lokale apps."*[417] [styrelsens understregning]
>
> Respondent 2: *"Uber er en global app, der har mange millioner af brugere på verdensplan. Alle besøgende, der kommer til landet, har enten app'en indstalleret eller kender til dem, og kan downloade den hurtigt ved ankomst. De fleste danskere, der rejser på ferie, vil på et tidspunkt downloade app'en og dermed også have den tilgængelig til ture i Danmark."*[418] [styrelsens understregning]
>
> Respondent 3: *"Uber kan benyttes på tværs af landegrænser. Appen har stort kundekendskab og høj loyalitet."*[419] [styrelsens understregning]

732. Uber har oplyst, at udenlandske brugere af Ubers app i Danmark udgjorde [xxx] pct. af aktive brugere af appen[420] [421]. Uber har endvidere oplyst, at Ubers teknologi er tilgængelig i cirka 70 lande verden over.[422]

733. Forbrugerundersøgelsen understøtter endvidere, at mange danskere havde downloadet Ubers app på deres telefoner, allerede inden Uber blev tilgængelig i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i januar 2025. Eksempelvis har [10-20] pct. af respondenterne bosat i Region Hovedstaden[423] svaret, at de havde Ubers app installeret på deres telefon, allerede inden Uber kom til Danmark i januar 2025.[424] Det forhold, at så stor en andel af privatkunderne havde installeret Ubers app allerede inden lanceringen i Danmark i januar 2025, understøtter blot Ubers markedsstyrke over for eksempelvis Dantaxi inden fusionen.

734. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at det brede internationale kendskab til Uber og muligheden for at anvende Ubers app på tværs af markeder inden for og uden for Danmark giver Uber en væsentlig konkurrencefordel, hvilket bidrager til det konkurrencepres, som Uber lagde på bl.a. Dantaxi inden fusionen.

---

[417] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, [xxx] svar på spørgsmålet *"Er der forhold ved Ubers app, som gør, at appen har særlige fordele for forbrugerne sammenlignet med andre taxi-apps?"*

[418] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, [xxx] svar på spørgsmålet *"Er der forhold ved Ubers app, som gør, at appen har særlige fordele for forbrugerne sammenlignet med andre taxi-apps?"*

[419] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, [xxx] svar på spørgsmålet *"Er der forhold ved Ubers app, som gør, at appen har særlige fordele for forbrugerne sammenlignet med andre taxi-apps?"*

[420] Opgørelsen er baseret på kundernes tilknyttede mobilnumre (landekode) i perioden 1. januar 2026 til 5. april 2026.

[421] Jf. parternes svar af 10. april 2026 på styrelsens spørgsmål af 31. marts 2026.

[422] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 13.

[423] På landsplan havde [xxx] pct. af respondenterne svaret, at de havde Ubers app installeret på deres telefon, allerede inden Uber kom til Danmark i januar 2025.

[424] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 27.

5.2.4.1.3.2.1.3 Opsummering

735. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at Uber inden fusionen lagde et betydeligt konkurrencepres på Dantaxi på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

736. Styrelsens vurdering bygger primært på **i)** at Uber på ganske kort tid (januar til maj 2025) formåede at opnå en betydelig markedsandel på [10-20] pct. i maj 2025, herunder ved at tiltrække kunder fra Dantaxi, og **ii)** at Uber via sin samarbejdspartner, Drivr, i samme periode formåede at tiltrække et større antal vognmænd herunder fra Dantaxi.

737. Det er derudover styrelsens vurdering, at Ubers muligheder for at tilbyde et differentieret og efterspurgt produkt, samt det brede internationale kendskab til Uber, bidrager til Ubers markedsstyrke og dermed til det konkurrencepres, som Uber lagde på bl.a. Dantaxi inden fusionen. Dette gælder i særlig grad også på et snævrere produktmarked afgrænset til salg/formidling af taxikørsel via *apps*.

5.2.4.1.3.2.2 Dantaxi var før fusionen blandt de selskaber, der stod stærkest i konkurrencen med Uber

738. Som det fremgår af ovenstående afsnit, har Uber på kort tid i perioden januar til maj 2025 formået at opbygge [xxx] markedsstyrke i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

739. Det er styrelsens vurdering, at Dantaxi var blandt de kørselskontorer, som inden fusionen var bedst positioneret til at konkurrere mod Uber.

740. Det skyldes bl.a., at Dantaxi med en markedsandel på [30-40] pct. i januar 2025 (før fusionen) var det [xxx] kørselskontor ([xxx]) i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, jf. Tabel 5.4. Dertil kommer, at Dantaxi forud for fusionen var det største kørselskontor i Danmark[425] med aktiviteter spredt ud over det meste af Danmark, som det eneste kørselskontor i Danmark.

741. Derudover viser styrelsens undersøgelser, at privatkundernes kendskab til Dantaxi var stort både inden for og uden for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Eksempelvis viser forbrugerundersøgelsen, at Dantaxis app var den [xxx] blandt respondenterne i Danmark, jf. Tabel 5.13. I Storkøbenhavn var Dantaxis app [xxx] installerede app blandt respondenterne, [xxx], jf. Tabel 5.13.

742. Det er styrelsens vurdering, at antallet af privatkunder, som havde installeret Dantaxis app forud for fusionen sandsynligvis er højere end angivet i Tabel 5.13. Det skyldes, at Ubers markedsføringsstrategi – herunder med tildeling af rabatkoder til Uber via Dantaxis app, jf. punkt 715– efter fusionen, kan have fået flere til at afinstallere Dantaxis app for i stedet at installere og anvende Ubers app. Dermed er der en vis sandsynlighed for, at opgørelsen i Tabel 5.13 underestimerer antallet af privatkunder, der havde Dantaxis app installeret på fusionstidspunktet, da undersøgelsen blandt privatkunder blev gennemført mere end otte måneder efter fusionens gennemførelse.

---

[425] Dantaxi var med [xxx] taxier tilknyttet det største kørselskontor i Danmark (målt på kapacitet) pr. første kvartal af 2025, [xxx], jf. oplysninger modtaget af styrelsen fra Færdselsstyrelsen 5. september 2025.

Tabel 5.13 **Har du én eller flere apps til bestilling af taxi i Danmark installeret på din telefon? Hvis ja, hvilke(n)? Svarfordeling i forbrugerundersøgelsen.**

	Danmark	Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner[1]
Dantaxi app	[xxx]	[xxx]
Uber	[xxx]	[xxx]
TAXA 4x35 app	[xxx]	[xxx]
Bolt	[xxx]	[xxx]
Taxa 4x27 app	[xxx]	[xxx]
Viggo app	[xxx]	[xxx]
Aarhus Taxa app	[xxx]	[xxx]
Taxa Syd app	[xxx]	[xxx]
Drivr app	[xxx]	[xxx]
Byens taxi app	[xxx]	[xxx]
DK-Taxi app	[xxx]	[xxx]
TaxiToGo	[xxx]	[xxx]
Næstved Taxa app	[xxx]	[xxx]
Andre	[xxx]	[xxx]
Nej, jeg har ikke nogen app til bestilling af taxi i Danmark installeret på min telefon	[xxx]	[xxx]

Note 1: Idet taxikunder ikke nødvendigvis er bosat i disse kommuner, har styrelsen foretaget opgørelsen på kunder, der foretog deres seneste taxitur i området defineret som Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

Kilde: Forbrugerundersøgelse, spørgsmål 3.

743. Baseret på oplysninger i anmeldelsen er det styrelsens vurdering, at Dantaxis app fortsat udgør en vigtig salgskanal for den fusionerede virksomhed. Uber har fx anført, [xxx]

> *[xxx]* og
>
> *"[xxx]"*[426]

744. Uber har bl.a. oplyst, at [xxx] er: "*Dantaxis betydning som brand og som salgskanal til eksisterende Dantaxi-kunder i Danmark.*"[427]

5.2.4.1.3.2.2.1 Dantaxis aktiviteter med salg af taxikørsel til andre kundesegmenter bidrog til Dantaxis markedsstyrke i segmentet for privatkunder før fusionen

745. I tillæg til en stærk markedsposition blandt privatkunder er det styrelsens vurdering, at Dantaxi også besidder en stærk markedsposition blandt erhvervskunder og offentlige kunder. Styrelsen

[426] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 459.
[427] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 460

har indhentet omsætningsoplysninger fra en række af parternes konkurrenter. Oplysningerne viser, at Dantaxi i 2025 var den [xxx] [xxx] udbyder af taxikørsel til erhvervskunder med en omsætning på [xxx] kr. og den [xxx] største udbyder af taxikørsel til offentlige kunder med en omsætning på [xxx] kr., jf. Tabel 5.14. Dantaxi havde både for så vidt angår salg til erhvervskunder og offentlige kunder en omsætning, der var [xxx][xxx], som det næststørste kørselskontor blandt de selskaber, som styrelsen har indhentet omsætning fra. Dantaxi er dermed [xxx] større end sine konkurrenter i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner (Taxa 4x35, Taxi 4x27[428], Bolt og Drivr).

Tabel 5.14 **Dantaxis og udvalgte konkurrenters omsætning relateret til salg af taxikørsel til erhvervskunder og offentlige kunder, 2025**

	Erhvervskunder (omsætning, mio. kr.)	Offentlige kunder (omsætning, mio. kr.)
Dantaxi[1]	[xxx]	[xxx]
Taxa 4x35	[xxx]	[xxx]
Taxa Syd / Taxi 4x27	[xxx]	[xxx]
Esbjerg taxa	[xxx]	[xxx]
Aalborg taxa	[xxx]	[xxx]
Bolt	[xxx]	[xxx]
Vejle Taxa	[xxx]	[xxx]
Taxas Kundecenter	[xxx]	[xxx]
Næstved Taxa	[xxx]	[xxx]
Drivr	[xxx]	[xxx]
Vinderup Taxi	[xxx]	[xxx]
Safencare	[xxx]	[xxx]
I alt	[xxx]	[xxx]

Note 1: Dantaxi udgøres i tabellen af "Dantaxi 4x48", som er aktiv i Østdanmark og "Kørselskontoret Dantaxi", som er aktiv i Vestdanmark.

Note: Uber havde inden fusionen relativt begrænsede aktiviteter med salg til andre kundesegmenter end privatkunder. Parterne har eksempelvis oplyst, at erhvervskunders bestillinger via Uber [xxx] udgjorde ca. [xxx] pct. af de samlede bestillinger hos Uber i Danmark på fusionstidspunktet, jf. parternes fusionsanmeldelse punkt 271. Parterne har for så vidt angår offentlige kunder oplyst, at Uber ikke var til stede i dette segment inden fusionen, jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 277.

Kilde: Styrelsens opgørelse baseret på oplysninger modtaget fra Bolt den 22. april 2026, oplysninger modtaget fra parterne den 21. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxa 4x35 den 15. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxa Syd / Taxi 4x27 den 20. april 2026, oplysninger modtaget fra Næstved Taxa den 15. marts 2026, oplysninger modtaget fra Vinderup Taxi den 10. marts 2026, oplysninger modtaget fra Esbjerg Taxa og Aalborg Taxa den 3. marts 2026, oplysninger modtaget fra SafeNcare den 3. marts 2026, oplysninger modtaget fra Drivr den 2. marts 2026, oplysninger fra Vejle Taxa den 25. februar 2026 og oplysninger modtaget fra Taxas Kundecenter den 24. februar 2026.

746. Selvom markedsforholdene kan variere på tværs af kundesegmenterne, og erhvervskunder og offentlige kunder ikke indgår på samme marked som privatkunder, jf. punkt 360, er det styrelsens vurdering, at markederne er forbundne på grund af bl.a. stordriftsfordele, synergier og

[428] Taxi 4x27 fusionerede med Taxa Syd i februar 2024.

netværkseffekter. En stærk markedsposition i ét kundesegment kan give en konkurrencemæssig fordel i andre kundesegmenter. Taxa Syd/Taxi 4x27 har eksempelvis oplyst, at:

> *"Denne type opgaver* [kørselsopgaver relateret til udbud fra det offentlige] *er vigtige for mange taxivirksomheder, da kørsel for det offentlige typisk ligger på andre tidspunkter af døgnet end for private. Det kan derfor have store konsekvenser for et taxiselskab at miste disse opgaver, [xxx]"*[429] [styrelsens tilføjelse henholdsvis understregning]

747. Styrelsens undersøgelser viser eksempelvis, at store baser af forskellige kundetyper er blandt de vigtigste årsager til vognmændenes valg af kørselskontor. Eksempelvis viser styrelsens vognmandsundersøgelse, at store baser af henholdsvis offentlige kunder, erhvervskunder og privatkunder er blandt de fire væsentligste årsager til vognmandens valg af kørselskontor, jf. Tabel 5.15.

Tabel 5.15 **Vognmændenes svar på, hvad der udgør de væsentligste årsager til valget af at være tilknyttet deres nuværende kørselskontor.**

	Svar (pct.)
1. Kørselskontoret har stor geografisk dækning	[30-40]
2. Stor base af erhvervskunder	[30-40]
3. Stor base af offentlige kunder, herunder flextrafik (fx kommuner, stat eller offentlige institutioner)	[30-40]
4. Stor base af privatkunder	[30-40]
5. Adgang til mobilitetsplatform (fx Uber, Bolt eller andre)	[20-30]
6. Kørselskontorets markedsføring (fx kørselskontorets navn/brand og hvordan det reklamerer)	[20-30]
7. Samlet antal ture	[20-30]
8. Spredningen af ture over døgnet (dag/aften/nat)	[20-30]
9. Kørselskontorets tekniske system og support fra kørselskontoret	[20-30]
10. Lav pladsleje	[10-20]
11. Attraktiv taxameterpris	[10-20]
12. Udbetalingsfrekvens fra kørselskontoret	[10-20]
13. Kort opsigelsesfrist	[10-20]
14. Kort kontraktuel binding	[5-10]
15. Gode finansierings- og/eller leasingsmuligheder af køretøj	[5-10]
16. Gode finansierings- og/eller leasingsmuligheder af udstyr	[5-10]
17. Rabataftaler på service og reparation	[5-10]
18. Attraktiv gebyrstruktur	[0-5]

[429] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd /Taxi 4x27 den 30. september 2025.

Note: Respondenterne har haft mulighed for at sætte op til fem kryds blandt 18 svarmuligheder, hvorfor de procentuelle angivelser summer til mere end 100 pct.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af svar fra vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 13.

748. Store baser af forskellige kundetyper kan bl.a. bidrage til, at vognmænd opnår ture på forskellige tider af døgnet. Drivr har eksempelvis oplyst, at

> *"[…] vognmænd og deres eventuelle chauffører ønsker [ofte] at køre for et kørselskontor med en fornuftig base af B2B-kunder (inkl. offentlige kunder), da det øger omsætningspotentialet, og B2B-kunder betyder flere "faste" ture for vognmanden på tidspunkter, hvor private kunder typisk ikke kører så meget i taxi."*[430]

749. Idet et stort netværk af vognmænd bl.a. har betydning for et kørselskontors muligheder for at tilbyde lave ventetider m.v., har store baser af forskellige kundetyper indflydelse på konkurrencen om privatkunderne.

750. Styrelsens undersøgelser viser netop, at Dantaxi står stærkt i konkurrencen om både erhvervskunder og offentlige kunder blandt de kørselskontorer, der er aktive i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner og generelt i Danmark, jf. punkt 745 og Tabel 5.14.

751. Styrelsens undersøgelser viser ligeledes, at Dantaxi står stærkt i konkurrencen om vognmænd. På fusionstidspunktet var [xxx] biler tilknyttet Dantaxi 4x48[431], jf. Tabel 5.7, mens [xxx]biler var tilknyttet Taxa 4x35, [xxx]biler var tilknyttet Taxi 4x27, [xxx]biler var tilknyttet Bolt og [xxx]biler var tilknyttet Drivr[432], jf. Figur 4.3.

752. Dantaxis stærke position i konkurrencen om salg til erhvervskunder og offentlige kunder (hvor Dantaxi [xxx] målt på omsætning, jf. Tabel 5.14), samt Dantaxis stærke position i konkurrencen om vognmænd (hvor Dantaxi [xxx] målt på antallet af tilknyttede biler, jf. Figur 4.3) kan – som følge af indirekte netværkseffekter – styrke Dantaxis position på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i forhold til konkurrenterne.

753. Dertil kommer, at Ubers samarbejdspartner, Drivr, på et møde med styrelsen har oplyst, at

> *"Det er således Drivrs oplevelse, at kommuner ved udbud af befordringskontrakter fastsætter det som et mindstekrav til egnethed, at virksomheder har relevant erfaring med kørsel for offentlige kunder, ligesom relevant erfaring med offentlige kunder sædvanligvis også indgår som et udvælgelseskriterium i forbindelse med prækvalifikation og vurderingen af de bedst egnede virksomheder. [xxx] Drivr i dag har en stor nok flåde til at leve op til kravene i udbuddet, [xxx]."*[433] [styrelsens understregning], og
>
> *"I konkurrencen om vognmænd vil det derfor være en konkurrencefordel for et kørselskontor, at have indgået aftaler med B2B-kunder, herunder offentlige kunder."*[434] [styrelsens understregning], og

[430] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[431] Dantaxi 4x48 er Dantaxis kørselskontor med aktiviteter i Østdanmark.
[432] Drivrs vognmænd har [xxx] via Uber.
[433] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr, den 7. oktober 2025.
[434] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr, den 7. oktober 2025.

"I forhold til disse udbud har særligt Dantaxi, men også 4x35 og til dels Taxa Syd / Taxa 4x27, en fordel både ift. flådestørrelse, ligesom disse aktører har en erfaringsfordel på disse kundetyper."[435] [styrelsens understregning]

754. Sammenlignet med Dantaxi har både Uber og Ubers samarbejdspartner Drivr [xxx] base af erhvervskunder og offentlige kunder. Dertil kommer, at Drivr ifølge eget udsagn har [xxx] på et marked for offentlige kunder, bl.a. [xxx] med kørsel med offentlige kunder, som ofte er et krav for at kunne byde på aftalerne.

755. Dantaxi har dermed en umiddelbar stærk position i konkurrencen om vognmænd og – som følge af netværkseffekter – også en konkurrencemæssig fordel i konkurrencen om de private taxikunder.

5.2.4.1.3.2.2.2 Opsummering

756. Baseret på ovenstående er det styrelsens vurdering, at Dantaxi inden fusionen var blandt de taxiselskaber, som stod stærkest i konkurrencen mod Uber og dermed var bedst positioneret til at tage konkurrencen op mod Uber.

757. Det skyldes primært, **i)** at forbrugerne før fusionen i høj grad efterspurgte Dantaxis ydelser, **ii)** at Dantaxi før fusionen var Danmarks [xxx] taxiselskab og det [xxx] taxiselskab i Storkøbenhavn og omegn, og **iii)** at Dantaxi som følge af sin forretning blandt andre kundetyper (erhvervskunder og offentlige kunder) har et [xxx] solidt fundament til at tiltrække vognmænd og dermed stå bedre rustet over for Uber i konkurrencen om privatkunderne.

758. Med fusionen elimineres det konkurrencepres, som Dantaxi ellers lagde på Uber.

5.2.4.1.3.2.3 Den fusionerede enhed har styrket sin markedsposition efter fusionen

759. Idet fusionen er gennemført, vil styrelsen også inddrage den faktiske udvikling i markedet siden fusionen, som supplement til vurderingen.

760. Det er styrelsens vurdering, at den fusionerede enhed i perioden efter fusionens gennemførelse fortsat har en stærk position på markedet for om salg/formidling af taxikørsel til privatkunder og samtidig har styrket sin markedsposition i konkurrencen om salg af kørselskontorsydelser til vognmænd yderligere.

761. Styrelsen bemærker, at fusionsparters adfærd, efter en gennemført fusion er krævet anmeldt, skal vurderes med en vis forsigtighed, da adfærden kan være påvirket af, at parterne er bevidste om, at fusionen er under behandling, jf. punkt 228. Det kan derfor ikke udelukkes, at Uber i fraværet af fusionssagsbehandlingen ville have opnået en endnu stærkere markedsposition.

5.2.4.1.3.2.3.1 Den fusionerede enhed har opretholdt en stærk position på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i perioden efter fusionens gennemførelse

762. Styrelsens undersøgelser viser, at den fusionerede enhed efter gennemførelsen af fusionen over tid [xxx] har opretholdt sin markedsandel med en samlet marginal procentuel stigning på [xxx] på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner jf. Tabel 5.16 (gengivelse af Tabel 5.5 ovenfor).

[435] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr, den 7. oktober 2025.

Tabel 5.16 **Markedsandele (i pct.) på et marked for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, januar-december 2025**

	Dantaxi (egne salgskanaler)	Uber[1] (via Dantaxi)	Uber[1] (via Drivr)	Partnere, samlet	Taxa 4x35	Bolt (via kørselskontoret Bolt[2])	Bolt (via Taxi 4x27)	Taxi 4x27	Drivr (egne salgskanaler)	Totalmarked[3] (mio. kr.)
Periode før fusionen										
Januar	[30-40]	Na	[0-5]	[30-40]	[40-50]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
Februar	[30-40]	Na	[5-10]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
Marts	[30-40]	Na	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
April	[20-30]	Na	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[10-20]	[0-5]	[xxx]
Maj	[20-30]	Na	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	Na	[5-10]	[0-5]	[xxx]
Periode efter fusionen										
Juni	[20-30]	[0-5]	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
Juli	[20-30]	[5-10]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
August	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[xxx]
September	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[30-40]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
Oktober	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
November	[20-30]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]
December	[10-20]	[10-20]	[10-20]	[40-50]	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[xxx]

Note 1: Ubers omsætning via Dantaxi hhv. Drivr er opgjort som summen af de beløb, som privatkunderne har betalt for taxikørsel formidlet via Uber, udført af vognmænd tilknyttet Drivr.

Note 2: Bolt opkøbte i marts 2025 kørselskontoret Viggo. Bolts omsætning og markedsandel indeholder både Viggos omsætning inden opkøbet og Bolts omsætning efter opkøbet i marts.

Note 3: Det er styrelsens vurdering, at en del af forøgelsen af Ubers markedsandel hen over året 2025 følger af, at Uber har bidraget til en øget totalomsætning i markedet. Det er dog samtidig styrelsens vurdering, at Uber udover at have bidraget til en øget totalomsætning samtidig har øget sin egen omsætning på bekostning af flere konkurrenters omsætning.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af oplysninger modtaget fra parterne 21. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxi 4x27 den 20. april 2026, oplysninger modtaget fra Bolt den 16. april 2026, oplysninger modtaget fra Drivr den 13. april 2026 og oplysninger modtaget fra Taxa 4x35 den 4. marts 2026.

763. Ifølge parterne er der efter fusionen fortsat flere stærke konkurrenter til parterne. Parterne skriver eksempelvis:

> *"*[…] *taxabranchen [omfatter] fortsat flere stærke konkurrerende aktører, såsom Bolt, Taxa 4x35, Drivr, Taxi 4x27/Taxa Syd og regionale/lokale aktører – alternativer, der forbliver helt uændrede for forbrugerne efter Transaktionen. Markedet har for nylig oplevet en stærk indtræden, herunder fra Bolt, som kan forventes fortsat at understøtte et intenst konkurrencepres."*[436]

764. Selvom enkelte af parternes konkurrenters markedsandele er steget fra maj til december 2025,[437] viser styrelsens opgørelse af markedsandele dog, at stigningerne er [xxx] og umiddelbart ikke er sket på bekostning af den fusionerede virksomhed, som har opretholdt sin markedsandel henover perioden, jf. punkt 762.

765. Taxi 4x27 og Taxa 4x35 har [xxx] markedsandele i perioden. For Taxi 4x27 er [xxx] i markedsandelen [xxx] som fra juli 2025 formidler ture på vegne af Taxi 4x27 via Bolts app. Ændringen i Taxi 4x27's markedsandel er [xxx], [xxx]. For Taxa 4x35 er der tale om et [xxx] fald i markedsandel fra [30-40] pct. i maj til [20-30] pct. december 2025. Set over hele kalenderåret 2025 faldt Taxa 4x35's markedsandel med i alt [10-20] pct. point fra [40-50] pct. i januar (hvor Uber lancerede sine services i Danmark) til [20-30] pct. i december.

766. [xxx] reduktion i Taxa 4x35's markedsandel i perioden januar til maj 2025 (perioden før fusionen) og i perioden juni til december 2025 viser efter styrelsens vurdering, at Taxa 4x35 – som ellers inden fusionen udgjorde det største taxiselskab på markedet – lægger et faldende konkurrencepres på parterne både før og efter fusionen.

767. For så vidt angår Bolt, som ifølge parterne *"forventes fortsat at understøtte et intenst konkurrencepres.",* jf. citatet ovenfor, bemærker styrelsen, at styrelsen umiddelbart ikke kan genkende dette billede, herunder i resultaterne i styrelsens markedsundersøgelser.

768. Eksempelvis viser resultaterne af forbrugerundersøgelsen blandt privatkunder bosat i Region Hovedstaden, at [xxx] [10-20]pct. af respondenterne har angivet, at have installeret Bolt på deres telefon.[438] Til sammenligning har [20-30]pct. henholdsvis [20-30] pct. af respondenterne angivet, at have installeret Uber henholdsvis Dantaxis app.[439] Dertil kommer, at [xxx] [5-10] pct. af respondenterne i forbrugerundersøgelsen, som er bosat i Region Hovedstaden, og som har flere

[436] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 192.

[437] Drivrs markedsandel steg fra [0-5] pct. til [0-5] pct. og Bolts markedsandel steg fra [5-10] pct. til [10-20] pct. fra maj til december 2025, jf. Tabel 5.16. I Bolts tilfælde er der dog tale om, at en del af stigningen i markedsandelen ([0-5] pct. point) skyldes indgåelsen af samarbejdsaftalen med Taxi 4x27.

[438] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 3.

[439] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 3.

taxi-apps installeret, har angivet Bolt, som deres foretrukne taxi app, mens [20-30] pct. og [10-20] pct. har angivet Uber henholdsvis Dantaxis app som deres foretrukne app, jf. Tabel 5.17 [440]

Tabel 5.17 **Foretrukken app blandt respondenter med flere taxi-apps installeret (respondenter bosat i Region Hovedstaden)**

	Fordeling af svar (pct.)
Uber	[20-30]
TAXA 4x35 app	[10-20]
Dantaxi app	[10-20]
Bolt	[5-10]
Taxa 4x27 app	[0-5]
Viggo app	[0-5]
Drivr app	[0-5]
TaxiToGo	[0-5]
Næstved Taxa app	[0-5]
Byens taxi app	[0-5]
Taxa Syd app	[0-5]
Aarhus Taxa app	[0-5]
DK-Taxi app	[0-5]
Anden	[0-5]
Jeg har ikke en foretrukken	[20-30]
Ved ikke	[0-5]

Note: tabellen er baseret på 133 besvarelser. Respondenterne har modtaget spørgsmålet, hvis de ved et tidligere spørgsmål i undersøgelsen (spørgsmål 3) angav at have mere end én app til bestilling af taxikørsel installeret på deres telefon.

Kilde: Styrelsens forbrugerundersøgelse, spørgsmål 6.

Parterne skriver, at styrelsens markedsundersøgelser bekræfter stærk konkurrence efter fusionen

769. Parterne anfører i deres høringssvar af 19. maj 2026, at afgørelsesudkastet ignorerer omfattende evidens fra styrelsens egen markedsundersøgelse, der ifølge parterne bekræfter, at parterne møder stærk og vedvarende konkurrence fra både traditionelle kørselskontorer og Bolt. Parterne henviser i den sammenhæng til, at *"Ikke en eneste respondent i KFST's forbrugerundersøgelse betragtede Uber eller Bolt som "helt anderledes" end kørselskontorernes apps".* På baggrund af dette, er det parternes vurdering, at Bolt og traditionelle kørselskontorer udøver et reelt og vedvarende konkurrencepres på Uber.[441]

770. Styrelsen er ikke enig med parterne i, at man alene baseret på dette resultat kan slutte, at Bolt og traditionelle kørselskontorer udøver et reelt og vedvarende konkurrencepres på Uber.

[440] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 6.
[441] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 50.

771. Styrelsens undersøgelser viser derimod, at konkurrencepresset på Uber fra Bolt og de traditionelle kørselskontorer har været aftagende både før og efter fusionen. Eksempelvis har de traditionelle kørselskontorer Taxa 4x35 og Taxi 4x27 tabt [xxx] markedsandele på månedsbasis i 2025 efter lanceringen af Uber i januar 2025, jf. Tabel 5.16 på side 159, samtidig med at begge kørselskontorer har oplevet [xxx] [xxx].

772. For så vidt angår Bolt, viser styrelsens undersøgelse blandt privatkunder, at relativt få respondenter bosat i Region Hovedstaden ([5-10]pct.) har angivet Bolt som deres foretrukne taxi app, mens markant flere ([20-30]pct.) har angivet Uber som deres foretrukne taxiapp og marginalt flere ([10-20]pct.) har angivet Dantaxis app som deres foretrukne taxiapp, jf. Tabel 5.17.

773. Styrelsen kan bl.a. på baggrund af ovenstående ikke genkende parternes bemærkning om, at de traditionelle kørselskontorer og Bolt udøver et reelt og vedvarende konkurrencepres på Uber, der kan opveje de konkurrenceskadelige effekter af fusionen.

774. Parterne skriver videre i deres høringssvar af 19. maj 2026, at der for passagererne ikke er nogle barrierer for at skifte, og at passagererne frit kan bevæge sig mellem apps, telefon, internet og prajning til enhver tid "*uden straf eller forsinkelse*". Parterne fremhæver videre at 72,8 pct. af respondenterne i styrelsens markedsundersøgelse blandt privatkunder har angivet, at fusionen ikke har haft nogen indvirkning på deres bookingadfærd, og at disse resultater er "*uforenelige med præmissen om, at Transaktionen har fjernet en væsentlig og ikke-replikerbar konkurrencemæssig begrænsning*".[442]

775. Styrelsen er enig med parterne i, at privatkunderne som udgangspunkt har mulighed for at bevæge sig frit mellem forskellige udbydere og forskellige bestillingskanaler som apps, telefon, internet og prajning. Styrelsen bemærker dog i den sammenhæng, at det ikke er afgørende for vurderingen, om passagererne uden videre kan skifte udbyder eller har mulighed for at multihome. Det centrale er, om passagererne faktisk udnytter de muligheder, de har. Styrelsen finder, at privatkunderne udviser en udpræget singlehomingadfærd på trods af, at der ikke umiddelbart forekommer væsentlige observerbare skiftebarrierer, jf. afsnit 5.2.5.3.2. Dette kan indikere, at privatkunderne oplever en psykologisk skifteomkostning i form af besvær og tidsforbrug, som kan forekomme betydelig, hvis privatkunderne ikke er bevidste om de potentielle fordele ved at skifte platform eller multihome mellem platforme.

776. Styrelsen har i vurderingen af ensidige virkninger lagt vægt på en række relevante forhold, jf. bl.a. oplistningen i konklusionen i afsnit 5.2.4.5.

777. Endelig bemærker styrelsen, at det forhold, at forbrugerne ikke har ændret adfærd i forhold til bestilling af taxikørsel ikke er et bevis for, at fusionen ikke kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Eksempelvis kan det være en rentabel strategi for Uber at hæve priserne overfor enten forbrugerne eller vognmændene, hvis forbrugerne generelt "gør som de plejer".

5.2.4.1.3.2.3.2 Den fusionerede enhed har styrket sin markedsposition i konkurrencen om salg af kørselskontorydelser

778. En opgørelse af antallet af vognmænd tilknyttet Uber eller Ubers samarbejdspartnere viser, at den fusionerede enhed efter fusionen også står stærkere i konkurrencen om tiltrækning af vognmænd.

[442] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 51 og 52.

779. Eksempelvis steg antallet af vognmænd tilknyttet Dantaxi med [xxx] fra [xxx] i juli 2025 til [xxx] i december 2025, jf. Tabel 5.6, mens antallet af vognmænd tilknyttet Drivr er steget med [xxx] fra [xxx] i juni 2025 til [xxx] i december 2025.

780. Der ses en tydelig ændring i udviklingen i antallet af tilknyttede vognmænd hos hhv. Drivr og Dantaxi omkring fusionstidspunktet. Mens antallet af vognmænd tilknyttet Dantaxi i månederne op til fusionstidspunktet og umiddelbart efter fusionstidspunktet – perioden januar til juli 2025[443] – [xxx], ændredes dette i perioden efter fusionen – august til december 2025 – [xxx].

781. For Drivr ses derimod, at den gennemsnitlige vækst i antallet af tilknyttede vognmænd i perioden januar til juli 2025 udgjorde [xxx] vognmænd pr. måned, og at [xxx] i perioden efter fusionen – august til december 2025 – hvor Drivr i gennemsnittet oplevede en stigning i antallet af tilknyttede vognmænd på [xxx] vognmænd pr. måned.

782. Dertil kommer, at parternes konkurrenter efter styrelsens vurdering har fået betydeligt vanskeligere ved at tiltrække vognmænd efter fusionen.

783. 10 ud af 15 kørselskontorer har i styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer angivet, at det efter fusionen er blevet *meget vanskeligere* at udvide taxiforretningen i områder, hvor Dantaxi er til stede, mens 4 ud af 15 kørselskontorer har angivet, at det efter fusionen er blevet *vanskeligere* at udvide taxiforretningen i områder, hvor Dantaxi er til stede.[444]

784. Flere respondenter angiver, at Dantaxis og Ubers (via samarbejdspartneren Drivr) kapacitet af vognmænd udgør adgangs- og ekspansionsbarrierer. Eksempelvis angiver [xxx] *"at få fat i vognmænd der vil køre under os når de kan kører uber"*,[445] som kommentar til deres angivelse af, at der er væsentlige barrierer forbundet med at udvide deres taxiforretning til privatkunder uden for deres dækningsområde. [xxx] fremhæver bl.a. indirekte netværkseffekter, som en del af forklaringen, jf. nedenfor:

> *"Vi vurderer, at det efter fusionen vil blive væsentligt vanskeligere at udvide i områder, hvor Dantaxi er til stede. Fusionen vil samle to betydelige aktører og dermed styrke den samlede platforms netværkseffekter, kapacitet og brand. […] Samtidig vil den fusionerede enhed have øgede muligheder for at anvende markedsføringsressourcer, prissætningsstrategier og incitamentsstrukturer over for chauffører, hvilket yderligere kan vanskeliggøre ekspansion for andre aktører. Efter vores vurdering vil fusionen dermed styrke adgangsbarriererne og reducere mulighederne for effektiv konkurrence i de berørte områder."*[446] [styrelsens understregning]

785. [xxx] har endvidere oplyst, at:

> *"[…] adgang til chauffører og vognmænd [er] en væsentlig kapacitetsbarriere. I områder, hvor der allerede opererer etablerede aktører, kan det være vanskeligt at tiltrække*

---

[443] Vognmandsskifte kan være forbundet med kortere eller længere opsigelsesvarsler, hvorfor styrelsen har medtaget juni og juli til perioden "*op til og umiddelbart efter*" fusionstidspunktet.

[444] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 18: "*I hvilken grad vurderer I, at det efter fusionen, er blevet lettere eller vanskeligere for jeres kørselskontor at udvide taxiforretningen i områder, hvor Dantaxi er til stede?*".

[445] Jf. [xxx] uddybning til deres svar i markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer på spørgsmålet 12: "*Er der væsentlige barrierer* forbundet med at udvide jeres taxiforretning til privatkunder uden for jeres dækningsområde".

[446] Jf. [xxx] uddybning til deres svar i markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer på spørgsmål 18: *"I hvilken grad vurderer I, at det efter fusionen, er blevet lettere eller vanskeligere for jeres kørselskontor at udvide taxiforretningen i områder, hvor Dantaxi er til stede?"*

tilstrækkelig kapacitet, særligt hvis disse aktører har stærke incitamentsstrukturer eller platformsløsninger, der binder chaufførerne tæt til sig."[447] [styrelsens tilføjelse]

786. Endelig viser styrelsens undersøgelse blandt vognmænd, at taxivognmænd generelt er tilbageholdende med at skifte kørselskontor. 75 pct. af respondenterne i vognmandsundersøgelsen har således angivet, at de ikke har skiftet kørselskontor i løbet af deres tid som aktiv taxivognmand.[448] Det er styrelsens vurdering, at den relativt begrænsede skifteadfærd blandt vognmænd kan hænge sammen med relativt høje skifteomkostninger og relativt lange kontraktuelle bindinger med eksisterende kørselskontor, jf. punkt 965. De relativt høje skifteomkostninger for vognmændene kan gøre det vanskeligt for parternes konkurrenter at tiltrække vognmænd.

5.2.4.1.3.2.3.3 Opsummering

787. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, **i)** at den fusionerede virksomhed har styrket sin markedsposition i tiden efter fusionen, herunder ved at opretholde en stærk position på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder (målt på markedsandele) og opnå en større markedsmagt i konkurrencen om vognmænd, og **ii)** at adgangen til vognmænd kan udgøre en ekspansionsbarriere for parternes konkurrenter, hvilket yderligere kan begrænse parternes konkurrenters muligheder for at ekspandere efter fusionen.

5.2.4.1.3.2.4 Delkonklusion om parternes stilling på markedet

788. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering,

(i) at Uber inden fusionen lagde et betydeligt konkurrencepres på Dantaxi på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, jf. punkt 735 og at dette konkurrencepres elimineres med fusionen, og

(ii) at Dantaxi før fusionen var blandt de taxiselskaber, som stod stærkest i konkurrencen med Uber inden fusionen og dermed var bedst positioneret til at konkurrere mod Uber, jf. punkt 756.

789. Derudover er det styrelsens vurdering, at den fusionerede virksomhed har styrket sin markedsposition i tiden efter fusionen, jf. punkt 787.

5.2.4.1.3.3 Fusionens virkninger i områder afgrænset til kommunegrænser

790. Det er styrelsens vurdering, at fusionen også vil give anledning til ensidige virkninger – og dermed hæmme den effektive konkurrence betydeligt – på hovedparten af de potentielle 21 markeder afgrænset efter kommunegrænser, som er udvalgt på baggrund af styrelsens screening, jf. punkt 656-657.

791. Styrelsens undersøgelser viser eksempelvis, at parterne efter fusionen har opnået høje eller meget høje samlede markedsandele på over [40-50] pct. og op til [60-70] pct. i 15 ud af de 21 områder, jf. Tabel 5.18 med en stigning i markedsandelen på [0-5] pct. point eller mere i disse 15 områder.

---

[447] Jf. [xxx] uddybning til deres svar i markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer på spørgsmål 12: *"Er der væsentlige barrierer* forbundet med at udvide jeres taxiforretning til privatkunder uden for jeres dækningsområde?"* .

[448] Styrelsens beregninger på baggrund af svarene i vognmandsundersøgelsen på spørgsmål 21: *"Hvor mange gange har du skiftet fra et kørselskontor til et andet kørselskontor?".* Opgørelsen bygger på 1.085 besvarelser.

Tabel 5.18 **Oversigt over parternes markedsandele på tværs af 21 kommuner udvalgt på baggrund af styrelsens screening, januar til maj 2025**

	Parterne samlet (pct.)	Dantaxi (pct.)	Uber via Drivr (pct.)	HHI efter fusionen	Ændring i HHI
Rudersdal	[60-70]	[50-60]	[0-5]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Furesø	[50-60]	[50-60]	[0-5]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Lyngby-Taarbæk	[50-60]	[50-60]	[0-5]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Hørsholm	[50-60]	[50-60]	[0-5]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Greve	[50-60]	[50-60]	[0-5]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Høje-Taastrup	[50-60]	[40-50]	[5-10]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Tårnby	[50-60]	[40-50]	[5-10]	[3.000-4.000]	[≥ 150]
Albertslund	[50-60]	[40-50]	[5-10]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Glostrup	[50-60]	[40-50]	[0-5]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Herlev	[40-50]	[40-50]	[0-5]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Gladsaxe	[40-50]	[40-50]	[5-10]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Vallensbæk	[40-50]	[40-50]	[0-5]	[3.000-4.000]	[≥ 150]
Ishøj	[40-50]	[30-40]	[5-10]	[3.000-4.000]	[≥ 150]
Brøndby	[40-50]	[30-40]	[5-10]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Gentofte	[40-50]	[30-40]	[5-10]	[3.000-4.000]	[≥ 150]
København	[30-40]	[20-30]	[10-20]	[3.000-4.000]	[≥ 150]
Ballerup	[30-40]	[30-40]	[5-10]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Frederiksberg	[20-30]	[10-20]	[5-10]	[2.000-3.000]	[≥ 150]
Hvidovre	[20-30]	[20-30]	[5-10]	[4.000-5.000]	[≥ 150]
Dragør	[20-30]	[10-20]	[0-5]	[3.000-4.000]	[< 150]

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af oplysninger modtaget fra parterne 21. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxi 4x27 den 20. april 2026, oplysninger modtaget fra Bolt den 16. april 2026, oplysninger modtaget fra Drivr den 13. april 2026 og oplysninger modtaget fra Taxa 4x35 den 4. marts 2026.

792. Dertil kommer, at niveauet for HHI efter fusionen samt ændringen i HHI i samtlige 21 kommuner (bortset fra i Dragør Kommune), jf. Tabel 5.18 oversteg de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer.[449]

793. Endelig er det styrelsens vurdering, at styrelsens konklusion i afsnit 5.2.4.1.3.2.4 "*Delkonklusion om parternes stilling på markedet*" om, **i)** at Uber inden fusionen lagde et betydeligt konkurrencepres på Dantaxi på markedet for salg/formidling af taxikørsel, og **ii)** at Dantaxi før fusionen var blandt de taxiselskaber, som stod stærkest i konkurrencen med Uber inden fusionen, og dermed var bedst positioneret til at konkurrere med Uber, generelt også er gældende på tværs af de relevante kommuner.[450]

5.2.4.1.4 Parterne anfører, at fusionen medfører påviselige fordele

794. Parterne har i deres høringssvar af 19. maj 2026 bl.a. anført, at fusionen har medført "*påviselige fordele, herunder lavere priser og forbedret servicekvalitet, hvilket er i direkte modstrid med enhver antagelse om en SIEC.*"[451]

795. Styrelsen har foretaget en vurdering af de anførte forbrugerfordele. Denne vurdering fremgår i afsnit 5.3.2.

Parterne anfører, at der ikke eksisterer evidens for prisfald hos Dantaxi før fusionen, men klare prisfald efter fusionen

796. Parterne skriver i deres høringssvar af 19. maj 2026, at "*KFST's påstand om, at Uber og Dantaxi var særligt nære konkurrenter forud for fusionen, er uden grundlag. Før Transaktionen udgjorde Dantaxi ikke en væsentlig konkurrencemæssig begrænsning for Ubers app-baserede tilbud, idet [xxx] % af Dantaxis omsætning stammede fra ikke-app-baserede kanaler – prajning, telefonbestilling mv. Dantaxi opererede følgelig i vid udstrækning i kanaler, hvor selskabet ikke konkurrerede direkte med Ubers app-baserede tilbud.*"[452]

797. Det er styrelsens vurdering, at parterne var nære konkurrenter før fusionen. Inden fusionen formåede Uber at lægge et væsentligt konkurrencepres på de andre taxiselskaber, herunder Dantaxi. Styrelsens vurdering heraf fremgår i afsnit *5.2.4.1.3.2.1.* I dette afsnit fremgår det bl.a., at Dantaxis markedsandel i perioden fra lanceringen af Uber i januar 2025 til fusionstidspunktet i maj 2025 faldt med [5-10] procentpoint samtidig med, at Ubers markedsandel steg fra [0-5] pct. i januar 2025 til [10-20] pct. i maj 2025.

798. For så vidt angår Dantaxi, er det styrelsens vurdering, at Dantaxi inden fusionen var blandt de taxiselskaber, som stod stærkest i konkurrencen mod Uber og dermed var bedst positioneret til at tage konkurrencen op mod Uber. Det skyldes primært, i) at forbrugerne før fusionen i høj grad efterspurgte Dantaxis ydelser, ii) at Dantaxi før fusionen var Danmarks største taxiselskab og [xxx] taxiselskab i Storkøbenhavn og omegn, og iii) at Dantaxi som følge af sin forretning blandt andre kundetyper (erhvervskunder og offentlige kunder) har et [xxx] solidt fundament til at tiltrække vognmænd og dermed stå bedre rustet over for Uber i konkurrencen om privat-

---

[449] I henhold til Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner (punkt 20), er det bl.a. usandsynligt, at Kommissionen vil påvise horisontale konkurrencemæssige problemer ved et HHI efter fusionen på over 2.000 og en ændring i HHI på under 150.

[450] Dantaxi var det største kørselskontor (målt på markedsandele over perioden januar til maj 2025) i [xxx] kommuner og det næststørste kørselskontor (målt på markedsandele over perioden januar til maj 2025) i [xxx] ud af de 21 kommuner.

[451] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 42.

[452] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 47.

kunderne, jf. opsummeringen til afsnit *"5.2.4.1.3.2.2 Dantaxi var før fusionen blandt de selskaber, der stod stærkest i konkurrencen med Uber",* punkt 756-758.

799. Det er ligeledes styrelsens vurdering, at parterne forud for fusionen – også på et segment afgrænset separat til salg/formidling af taxikørsel via apps alene – var nære konkurrenter og at fusionen eliminerede konkurrencepresset mellem parterne. Det skyldes primært i) at begge parter havde væsentlige markedsandele (Ubers markedsandel var [30-40] pct. og Dantaxis markedsandel var [20-30] pct.) på dette segment forud for fusionen, jf. Tabel 7.2 i Bilag 7.7, ii) at parterne ved fusionen derved opnåede en væsentlig fællesmarkedsandel på [50-60] pct. umiddelbart efter fusionen og iii) at styrelsens undersøgelser viser, at Ubers app og Dantaxis app var hhv. [xxx] downloadede og [xxx] downloadede taxiapp blandt private taxikunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, jf. Tabel 5.13.

800. Fusionsparterne havde således hver især inden fusionen væsentlig markedsstyrke uanset om produktmarkedet afgrænses bredt til at omfatte alle bestillingskanaler eller om produktmarkedet segmenteres til salg/formidling af taxikørsel via apps alene. Kombinationen af Ubers stærke brand og efterspurgte produkt samt Dantaxis store baser af privatkunder, offentlige kunder, erhvervskunder og vognmænd forstærker efter styrelsens vurdering den fusionerede virksomheds markedsstyrke bl.a. som følge af indirekte netværkseffekter.

801. Parterne anfører videre i sit høringssvar af 19. maj 2026, at Dantaxis priser ikke faldt efter Ubers indtræden på markedet i januar 2025, hvilket efter parternes opfattelse *"er det stik modsatte af, hvad man ville forvente, hvis Uber havde udøvet et meningsfuldt konkurrencepres på Dantaxi før Transaktionen."*[453] Det er parternes vurdering, at *"[d]er følgelig intet grundlag [er] for KFST's antagelse om, at Dantaxi ville have sænket sine priser som reaktion på Ubers tilstedeværelse uden Transaktionen."*[454]

802. Hertil bemærker styrelsen, at styrelsen ikke er enig i, at der kan drages en så entydig konklusion på baggrund af parternes opgørelse af Dantaxis gennemsnitspriser fra lanceringen af Uber i januar 2025 og frem til fusionstidspunktet i maj 2025.

803. Indledningsvist bemærker styrelsen, at det ikke er unormalt, at priser på kort sigt kan være træge. For eksisterende konkurrenter, der bliver udsat for en ændret markedsdynamik og et ændret konkurrencepres, kan der være behov for tid til at ændre strategi og prissætning.

804. Dertil kommer, at Uber i de første par måneder efter lanceringen havde et mindre antal biler til rådighed sammenlignet med månederne op til fusionstidspunktet. Konkurrencepresset fra Uber var derfor mindre i de første måneder efter lanceringen sammenlignet med fx den sidste måned op til fusionstidspunktet, hvorfor Ubers konkurrenter – herunder Dantaxi – i de første måneder efter lanceringen af Uber kan have været tilbageholdende med at ændre strategi.

805. Særligt i denne sag er det også relevant, at [xxx] Dantaxi i perioden umiddelbart op til og efter lanceringen af Uber ultimo januar 2025 [xxx], jf. punkt 523. [xxx]

806. Endelig ønsker styrelsen at fremhæve, at parternes opgørelse af Dantaxis gennemsnitspriser[455] er foretaget på baggrund af kørte kilometer og foretaget for hele Dantaxis forretning vedrørende salg af taxikørsel til privatkunder (eksklusive fastpriser uden for Dantaxis app) på tværs af Danmark. En række forhold kan derfor påvirke prissammenligningen over tid, herunder fx om kunderne hen over perioden har kørt kortere eller længere ture. Dertil kommer, at

---

[453] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 47.
[454] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 47.
[455] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 47, 48 og Figur 1.

Dantaxis forretning i Vestdanmark i den relevante periode, med al sandsynlighed ikke blev påvirket væsentligt af lanceringen af Uber i København i januar 2025.

807. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at det forhold, at priserne ikke har ændret sig markant i hele perioden, ikke taler imod, at fusionen fjernede et konkurrencepres mellem parterne. I fraværet af fusionen er det styrelsens vurdering, at konkurrencepresset fra Uber på Dantaxi, kunne få Dantaxi til at reagere fx ved at reducere priser, indføre rabatter eller lignende.

808. Parterne anfører videre i deres høringssvar af 19. maj 2026, at Dantaxi *"i vid udstrækning [opererede som en] statisk aktør på et stagnerende marked kendetegnet ved underpenetrering, begrænset innovation og afdæmpet priskonkurrence – forhold som Dantaxi ikke søgte at ændre."*[456]

809. Hertil bemærker styrelsen, at styrelsens undersøgelser viser, at markedet med Ubers indtræden på markedet i januar 2025 og Bolts indtræden på markedet senere på året viser, at markedet ikke er statisk, stagnerende eller udviser tegn på begrænset innovation og afdæmpet priskonkurrence på fusionstidspunktet. Lanceringen af Uber via samarbejdet med Drivr øgede konkurrencepresset i markedet, herunder ved øget priskonkurrence og ved at Uber kunne tilbyde taxikunder en mobilitetsplatform med andre services, jf. Tabel 5.11 på side 149.

810. Det er styrelsens vurdering, at ændringen i markedsdynamikken, blandt andet som følge af lanceringen af Ubers hhv. Bolts mobilitetsplatforme, har lagt et øget konkurrencepres på de eksisterende taxiselskaber, herunder Dantaxi. I fraværet af fusionen er det styrelsens vurdering, at Dantaxi ville kunne reagere på det øgede konkurrencepres. Hertil bemærker styrelsen, at en af Dantaxis styrker i konkurrencen om privatkunder bl.a. består i Dantaxis størrelse, herunder det udbredte kendskab til Dantaxi blandt privatkunder, antallet af vognmænd tilknyttet Dantaxi og Dantaxis store baser af erhvervskunder og offentlige kunder. Indirekte netværkseffekter som følge af Dantaxis stærke position i konkurrencen om erhvervskunder, offentlige kunder hhv. vognmænd giver Dantaxi en stærk position på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, herunder i konkurrencen med Uber.

811. Parterne skriver videre i deres høringssvar af 19. maj 2026, at *"Selskabet [Dantaxi] havde ikke foretaget væsentlige investeringer i teknologi eller app-udvikling, som ville have positioneret det som en troværdig konkurrencemæssig trussel mod Ubers app-baserede tilbud fremadrettet. KFST har ikke fremlagt nogen evidens for, at Dantaxi havde den strategiske hensigt eller operationelle kapacitet til at omlægge sin forretningsmodel på en måde, der ville have udøvet et meningsfuldt konkurrencepres på Uber uden Transaktionen. Dantaxi udgjorde i bedste fald en indirekte konkurrencemæssig begrænsning, ikke den nære konkurrent, som KFST fremstiller selskabet som."*[457] [styrelsens tilføjelse]

812. Hertil bemærker styrelsen, at det nødvendigvis ikke er et krav, at Dantaxi skal ændre strategi eller forretningsmodel, herunder med henblik på at øge sine investeringer i teknologi eller appudvikling, for at Dantaxi kan udgøre en konkurrent til Uber. Fx kan Dantaxis salg af taxikørsel via forskellige salgskanaler, herunder telefonbestilling, prajning og apps lægge et konkurrencepres på Uber. [xxx], understøtter efter styrelsens vurdering, at andre salgskanaler – end bestilling via apps – udgør væsentlige input i konkurrencen om salg/formidling af taxikørsel. Dertil bemærker styrelsen, at ejeren af Dantaxi i perioden umiddelbart op til og efter lanceringen af Uber ultimo januar 2025 [xxx], jf. punkt 805. Det er styrelsens vurdering at den på tidspunktet [xxx] og det forhold, at ejeren af Dantaxi alene havde relativt kort tid – ca. 4 måneder[458] – til at

[456] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 48.
[457] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 48.
[458] Idet fusionen blev gennemført ca. fire måneder efter Ubers lancering, har Dantaxi og ejeren af Dantaxi dermed haft højst ca. fire måneder til at reagere på Ubers lancering i januar 2025.

reagere på Ubers lancering i januar, har reduceret den tidligere ejer af Dantaxis incitament til at investere yderligere i selskabet og foretage væsentlige ændringer i Dantaxis strategi.

813. Det er bl.a. på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at Dantaxi inden fusionen var blandt de taxiselskaber, som stod stærkest i konkurrencen mod Uber og dermed var bedst positioneret til at tage konkurrencen op med Uber, også jf. opsummeringen i punkt 756-758.

5.2.4.2 Ensidige virkninger på markedet for salg af kørselskontorydelser

814. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til horisontale ensidige virkninger på markedet for salg af kørselskontorydelser, idet Uber som følge af fusionen vil få mulighed for og incitament til at hæve priserne (i form af pladslejen hos Dantaxi) over for vognmændene eller forringe deres vilkår. Det gælder, selvom Uber inden fusionen ikke i sig selv havde tilknyttet vognmænd, men kun havde det gennem samarbejdspartneren Drivr

815. Det skyldes *for det første*, at styrelsens undersøgelser viser, at der er stærke indirekte netværkseffekter mellem markedet for salg/formidling af taxikørsel og markedet for salg af kørselskontorydelser. Eksempelvis viser styrelsens undersøgelse blandt vognmænd, at en stor base af hhv. erhvervskunder, offentlige kunder og privatkunder er blandt de fire væsentligste årsager til vognmændenes valg af kørselskontor, jf. Tabel 5.15 på side 156.

816. *For det andet*, viser styrelsens undersøgelser, at Uber som følge af fusionen har fået en væsentlig markedsposition overfor privatkunder, hvor Uber opnåede en samlet markedsandel på [40-50] pct. i maj 2025 og samtidig har formået at [xxx] i resten af 2025, jf. Tabel 5.5.

817. Kombinationen af stærke indirekte netværkseffekter og Ubers øgede markedsstyrke på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner betyder, at den fusionerede virksomhed samtidigt har styrket sin position på *markedet for salg af kørselskontorydelser*. Den øgede markedsstyrke afspejles bl.a. i, at antallet af biler tilknyttet Dantaxi og Ubers samarbejdspartner Drivr [xxx] henover perioden fra månederne omkring fusionstidspunktet til december 2025, jf. Tabel 5.6 på side 140.

818. Den fusionerede virksomheds øgede markedsstyrke på markedet for salg af kørselskontorydelser øger samtidig Ubers incitament til ensidigt at hæve pladslejen eller forringe vilkårene over for vognmænd tilknyttet Dantaxi.

819. Parterne anfører i deres høringssvar af 19. maj 2026, at fusionen ikke medfører risiko for højere pladsleje eller forringede vilkår for vognmænd. Parterne fremhæver i den forbindelse, at fusionen ikke reducerer antallet af uafhængige kørselskontorer og ikke ændrer vognmændenes mulighed for at skifte til et andet kørselskontor i tilfælde af utilfredshed med deres nuværende vilkår. Parterne skriver videre, at Uber kun kan kontrollere vilkårene for vognmænd tilknyttet Dantaxi, og at ethvert forsøg på at hæve provisionen eller forringe vilkårene vil udløse afgang – hvilket direkte vil underminere Ubers eget udbud og konkurrenceevne. Endelig skriver parterne, at styrelsens egen markedsundersøgelse bekræfter, at skift hverken er omkostningstungt eller langsomt. Parterne henviser i den sammenhæng til, at 31,8 pct. af respondenterne i styrelsens undersøgelse blandt vognmænd har angivet, at de vurderer, at et skift vil tage 4-6 måneder, mens 10,2 pct. angiver, at et skift kan ske inden for 14 dage. Ifølge parterne er der ingen mekanisme, der sikrer, at vognmænd, der skifter fra Dantaxi, vil migrere til Drivr eller noget andet Uber-tilknyttet kørselskontor, hvorfor Ubers incitament til at handle mod vognmændenes interesser ikke er til stede.[459]

[459] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 53-55.

820. Styrelsen er enig i, at Uber med fusionen alene kan kontrollere vilkårene for vognmænd tilknyttet Dantaxi. Det er dog samtidig styrelsens vurdering, at kombinationen af stærke indirekte netværkseffekter og Ubers øgede markedsstyrke på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner betyder, at den fusionerede virksomhed samtidigt har styrket sin position på markedet for salg af kørselskontorydelser, jf. punkt 817. Med denne øgede markedsstyrke – som altså ikke følger af et horisontalt overlap mellem parterne på markedet for salg af kørselskontorydelser, men i stedet kombinationen af indirekte netværkseffekter og Ubers øgede markedsstyrke på relaterede markeder – vil Uber med fusionen opnå et øget incitament til ensidigt at hæve pladslejen eller forringe vilkårene over for vognmænd tilknyttet Dantaxi.

821. Til argumentet om, at styrelsens undersøgelse har vist, at en væsentlig del af vognmændene har angivet, at de kan skifte kørselskontor inden for 4-6 måneder hhv. inden for 14 dage, bemærker styrelsen, at det er opsigelsesvarslet hos Dantaxi, der er relevant for styrelsens vurdering. Undersøgelsen er gennemført blandt vognmænd tilknyttet forskellige kørselskontorer. Ifølge Dantaxis egne oplysninger indgår der i deres standardaftaler med vognmænd [xxx] Vognmænd tilknyttet Dantaxi er i henhold til Dantaxis standardaftaler bundet i [xxx] efter opsigelse. Dertil kommer eventuelle omkostninger for vognmanden i forbindelse med et skifte, jf. punkt 964. Bindingsperioder, opsigelsesvarsel og relativt høje omkostninger i forbindelse med skifte af kørselskontor bidrager dermed til Dantaxis markedsstyrke og styrker de konkurrenceskadelige effekter af fusionen.

5.2.4.3 Modstående købermagt

822. Ved vurderingen af, om en fusion vil få konkurrenceskadelige horisontale virkninger, er det relevant at analysere eksistensen af mulig købermagt, fordi kunder med tilstrækkelig købermagt vil kunne modvirke eventuelle negative virkninger som følge af fusionen.[460] Købermagt er defineret som den forhandlingsstyrke, en køber har i kommercielle forhandlinger med sælgeren på grund af sin størrelse, sin kommercielle betydning for sælgeren og sin mulighed for at skifte leverandør.[461]

823. Købermagt kan forekomme, hvis køberen kan fremsætte troværdige trusler om inden for en rimelig tid at skifte til andre forsyningskilder, hvis leverandøren beslutter at forhøje priserne eller forringe kvaliteten eller leveringsbetingelserne. Dette vil være tilfældet, fx hvis køberen omgående kan skifte til andre leverandører, eller hvis køberen kan fremsætte troværdige trusler om at foretage en vertikal integration på markedet i de foregående omsætningsled.[462] Der er større sandsynlighed for, at store avancerede kunder har en sådan købermagt end små virksomheder inden for en fragmentarisk industri.[463]

824. Købermagt kan ikke anses for i tilstrækkelig grad at opveje en fusions potentielle negative virkninger, hvis den kun sikrer, at en bestemt del af kunderne, med særlig stor forhandlingsstyrke, beskyttes mod betydeligt højere priser eller dårligere betingelser efter fusionen.[464] Det er heller ikke tilstrækkeligt, at der er tale om købermagt før fusionen, da den også skal eksistere og fortsat være effektiv efter fusionen.[465]

825. I det følgende vil styrelsen vurdere, om modstående købermagt kan forhindre fusionens negative virkninger for så vidt angår **i)** privatkunderne på markedet for salg/formidling af taxikørsel

---

[460] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, afsnit V.
[461] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 64.
[462] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 65.
[463] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 65.
[464] Jf. Kommissionens beslutning 2002/156/EF i sag COMP/M.2097, - *SCA/Metsä Tissue,* punkt 88 og Kommissionens afgørelse af 19. juli 2013 i COMP/M.6857 – *Crane Co/MEI Group*, punkt 150-151.
[465] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 64.

i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, og **ii)** vognmænd som kunder på markedet for kørselskontorsydelser.

i) Privatkunder har ikke tilstrækkelig modstående købermagt på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner

826. På markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner er kunderne privatkunder. Som det fremgår af markedsbeskrivelsen i afsnit 4.2.6.1, er privatkunder forbrugere, der typisk benytter taxier til transport i byområder, rejser og fritid, hvor alternativer som kollektiv trafik eller privat bil ofte ikke er mulige eller tilstrækkelige. Privatkunders bestillinger sker via app, telefon, hjemmeside eller som gadeture fra gaden eller taxiholde-pladser.

827. Allerede fordi privatkunder hver især er mindre kunder og dermed hver især repræsenterer en meget lille del af både Ubers og Dantaxis omsætning, er det styrelsens vurdering, at privatkunder ikke har købermagt til at kunne imødegå stigninger i prisen, m.v. på markedet for salg/formidling af taxikørsel.

ii) Vognmænd har ikke tilstrækkelig købermagt på markedet for kørselskontorydelser

828. Vognmænd er kunder på markedet for salg af kørselskontorydelser. Kørselskontorydelser omfatter typisk en samlet ydelsespakke, der bl.a. består i i) adgang til ordreflow fra kørselskontorets salg/formidling over for passagerer via egne kanaler og eventuelt tredjeparts mobilitetsapps, ii) bestillingsmodtagelse og turfordeling, iii) afregning og betalingshåndtering, iv) driftsunderstøttelse (finansiering af bil mv.) og kundeservice samt v) understøttelse af efterlevelse af regulatoriske krav. Vognmændenes betaling til kørselskontoret består typisk af en fast pladsleje og/eller et procentuelt vederlag af omsætningen samt eventuelle betalinger for tilknyttede serviceydelser.

829. Det er styrelsens vurdering, at vognmænd hver især ikke har tilstrækkelig forhandlingsstyrke over for kørselskontorer og derfor ikke kan anses for at have tilstrækkelig købermagt til at kunne eliminere de negative virkninger ved fusionen. Det skyldes bl.a., at der er skifteomkostninger, herunder teknisk tilpasning, omfoliering af biler og eventuelle udtrædelsesomkostninger, som gør det både økonomisk og praktisk byrdefuldt at skifte fra et kørselskontor til et andet. Derudover indeholder vognmændenes kontrakter ofte eksklusivitetsbestemmelser og bindingsperioder, som yderligere begrænser mulighederne, jf. punkt 969-970.

830. Derudover er det styrelsens vurdering, at stærke netværkseffekter på markederne medfører, at vognmænd typisk foretrækker at være tilknyttet de kørselskontorer, hvor der er adgang til flest passagerer, hvilket styrker afhængigheden af det kørselskontor, som kan sikre denne adgang, og som derved mindsker incitamentet til at skifte.

831. Endelig er det styrelsens vurdering, at vognmændene hver især er mindre kunder og dermed repræsenterer en mindre del af kørselskontorernes omsætning.

5.2.4.4 Potentiel konkurrence

832. Potentiel konkurrence er en relevant faktor i vurderingen af, om en fusion kan give anledning til horisontale ensidige virkninger, fordi eksistensen af potentiel konkurrence af tilstrækkelig styrke vil kunne virke disciplinerende på markedets eksisterende aktører og modvirke eventuelle prisstigninger som følge af fusionen.[466] Potentiel konkurrence skal her forstås som etable-

[466] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, afsnit VI.

ring af nye aktører på markedet, der ikke aktuelt er til stede på det pågældende marked, samt eksempelvis repositionering eller ekspansion blandt eksisterende aktører.

833. For at potentiel konkurrence kan anses for at lægge et tilstrækkeligt konkurrencepres på den fusionerede virksomhed, skal det være *sandsynligt, rettidigt* og *tilstrækkeligt* til at forhindre eller imødegå fusionens potentielle konkurrencebegrænsende virkninger.[467]

834. Som led i analysen af potentiel konkurrence foretager styrelsen en vurdering af omfanget af adgangs- og ekspansionsbarrierer i relation til markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder. Herunder vil styrelsen vurdere sandsynligheden for, at eksisterende leverandører eksempelvis vil repositionerne sig eller ekspandere. Det er imidlertid ikke tilstrækkeligt, at nye aktører er i stand til at begynde at distribuere og sælge det pågældende produkt, eller at eksisterende aktører kan ekspandere eller repositionere sig – det skal også være sandsynligt, at disse aktører rettidigt kan opnå en markedsstyrke, der forhindrer eller imødegår fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.[468]

835. I de følgende afsnit gennemgås styrelsens vurdering af potentiel konkurrence fra nye og eksisterende aktører på markedet, herunder om denne vurderes at kunne imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger, dvs., om den er tilstrækkelig til at erstatte det konkurrencepres, der var mellem Uber og Dantaxi før fusionen over for privatkunder, såvel som over for kørselskontorer/vognmænd.

836. Styrelsens vurdering af potentiel konkurrence tager udgangspunkt i nye kørselskontorer eller mobilitetsplatformes indtræden på det danske taximarked i afsnit 5.2.4.4.1.

837. Styrelsen finder ikke anledning til at foretage en nærmere vurdering af repositionering af eksisterende mobilitetsplatforme og/eller kørselskontorer, idet Ubers og Dantaxis største konkurrenter allerede er til stede på de samme markeder, overfor de samme kundesegmenter og i øvrigt har deres egne konkurrerende apps. Konkurrencepresset fra konkurrenterne er således allerede inddraget i vurdering af fusionen ovenfor om horisontale ensidige virkninger i afsnit 5.2.4.

5.2.4.4.1 Nye kørselskontorer eller mobilitetsplatformes indtræden på det danske taximarked

838. Ifølge Uber kan andre virksomheder nemt komme ind på det danske marked på samme måde som Bolt og Uber. Det gælder fx Free Now, som er til stede i store dele af Europa, og som for nyligt blev opkøbt af Lyft. Uber anfører desuden i fusionsanmeldelsen, at [xxx].[469]

839. Styrelsen foretager i det følgende først en vurdering af sandsynligheden for, at nye platforme vil kunne indtræde på markedet. Styrelsen foretager efterfølgende en vurdering af sandsynligheden for, at nye kørselskontorer vil kunne indtræde på markedet, om dette kan ske rettidigt, og om det vil være tilstrækkeligt til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger på de berørte markeder, dvs. på både passagersiden og vognmandssiden af markedet.

5.2.4.4.1.1 Indtræden af nye mobilitetsplatforme

840. Ved nye platforme menes mobilitetsplatforme, som på nuværende tidspunkt ikke tilbyder appbaserede løsninger på et marked for salg/formidling af taxikørsel og på et marked for mobili-

[467] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 68.
[468] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 75.
[469] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 533.

tetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner (eller andre lokale eller metropol-lokale områder i Danmark), men som ville kunne træde ind på markederne.

841. Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026 i forhold til mobilitetsplatforme anført, at der er potentiel indtræden fra internationale aktører som Free Now/Lyft.[470]

842. Som det fremgår af afsnit 5.2.1.1.1 ovenfor, indhentede Triton i forbindelse med salgsprocessen af Dantaxi [xxx].[471] .

843. Derudover indtrådte mobilitetsplatformene Uber og Bolt begge på et marked for salg/formidling af taxikørsel og på et marked for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer ved at indgå en samarbejdsaftale eller ved at købe et allerede eksisterende kørselskontor med tilstedeværelse på et marked for salg/formidling af taxikørsel og et marked for salg af kørselskontorsydelser.

844. Det bemærkes, at Bolt ikke var indtrådt på markedet på fusionstidspunktet, men at Bolt er behandlet som en igangværende aktør under vurderingen af de ensidige virkninger, da Bolt allerede før offentliggørelse af Ubers køb af Dantaxi, havde besluttet at indtræde på det danske marked. Derfor skal Bolt ikke ses som en potentiel konkurrent på et marked for salg/formidling af taxikørsel og på et marked for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, men som en aktuel konkurrent. Bolt har overfor styrelsen oplyst, at der er væsentlige adgangsbarrierer på markederne både før og efter fusionen: "*Both Uber and Bolt entered the Danish market by acquiring or partnering with established operators, which is itself evidence that organic entry faces significant barriers. The merged entity's network effects, combined with the substantial costs associated with bringing new supply-side capacity into the market, create a structural barrier that makes it extremely difficult for any new entrant to achieve the minimum scale necessary to constitute a credible competitive constraint.*"[472] Ifølge Bolt understreges de store adgangsbarrierer på markederne også af, at begge internationale, nylige aktører (Uber og Bolt) havde behov for adgang til en eksisterende vognmandsflåde og etablerede kørselskontorsinfrastruktur for at opnå en levedygtig markedsposition, hvilket ifølge Bolt i sig selv er et bevis på, at organisk indtræden står over for betydelige barrierer. Endelig understreges adgangsbarriererne, ifølge Bolt, af, at "*[…] no new dispatch centre of comparable size has entered the Danish market in the past five years, and the total number of dispatch centres operating at a scale sufficient to constitute a meaningful competitive constraint remains in the single digits.*"[473]

845. Det er styrelsens vurdering, at en ny aktør (platform) sandsynligvis skulle indgå en samarbejdsaftale eller købe et eksisterende kørselskontor for at kunne træde ind på markederne, hvilket også er måden, hvorpå Bolt og Uber trådte ind på det danske marked og fik etableret en hurtig markedstilstedeværelse. Det er endvidere også styrelsens vurdering, at nye platformes indtræden på markedet ikke vil kunne ske organisk grundet markedernes strukturer og de af Bolt ovenfor beskrevne adgangsbarrierer for organisk vækst, herunder især de stærke netværkseffekter, der fx gør, at en ny aktør skal kunne tilbyde væsentligt lavere priser til kunderne for at tiltrække dem og konkurrere med den fusionerede enhed.

846. I Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner er de fleste større kørselskontorer enten blevet opkøbt eller har indgået et samarbejde med Uber eller Bolt, hvorfor det på kort sigt alene er Taxa 4x35, som har en større vognmandsflåde, og som dermed er en mulig samarbejdspartner eller et muligt opkøb for en mobilitetsplatform, som ønsker at træde ind på det danske taximar-

---

[470] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 60.
[471] Jf. Tritons svar på styrelsens spørgsmål 3 og 4 af 1. oktober 2025.
[472] Jf. Bolts bemærkninger til fusionen af den 30. marts 2026.
[473] Jf. Bolts bemærkninger til fusionen af den 30. marts 2026.

ked. Taxa 4x35 har [xxx]. Taxa 4x35 har fx oplyst til styrelsen, at *"Taxa 4x35 ønsker [xxx]."*[474] Det er styrelsens forståelse, at [xxx][475] Der er således [xxx].[476] Taxa 4x35 har [xxx] oplyst, at *"[xxx]"*[477]

847. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at det ikke er sandsynligt, at potentiel konkurrence i form af indtræden af nye platforme i Danmark vil kunne lægge et tilstrækkeligt konkurrencepres på Uber til at forhindre eller imødegå fusionens potentielle konkurrencebegrænsende virkninger.

5.2.4.4.1.2 Indtræden af nye kørselskontorer

848. Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026 gjort styrelsen opmærksom på, at et nyt taxiselskab, Green SM, har planer om at lancere aktiviteter i Danmark med en udrulning af ca. 600-1.000 køretøjer inden september 2026.[478] Green SM er et vietnamesisk taxiselskab, der i forvejen har erfaring med taxidrift fra en række lande i Sydøstasien, men som ikke er til stede i fx Europa.[479]

849. Udviklingen hos Green SM efter modtagelsen af høringssvaret viser, at Green SM ikke længere alene kan betragtes som en mulig fremtidig aktør, men en faktisk aktør med salg af taxikørsel siden 27. juli 2026. Green SM har oplyst, at selskabet pr. den 6. august 2026 havde idriftsat [xxx] biler til taxikørsel. Disse biler har i perioden [xxx] samlet kørt [xxx] og samlet genereret en omsætning på [xxx] kr.[480] Green SM har yderligere oplyst, at selskabet pr den 7. august 2026 har indhentet [xxx] taxitilladelser og ansat [xxx].[481]

850. Green SM's danske forretningsmodel er efter selskabets egne oplysninger baseret på eget brand, egen app, en bilflåde, som selskabet selv ejer og driver, og chauffører, som Green SM ansætter. Kunderne bestiller turene gennem Green SM's app, hvorefter de udføres som led i selskabets egen taxitjeneste. Chaufførerne tilbydes efter det oplyste en fast månedsløn og en bonusordning på vilkår, som følger en overenskomst.[482] Der er derfor tale om en anden forretningsmodel end de eksisterende kørselskontorers, der ikke selv har ansatte chauffører, men derimod tilknyttede vognmænd, der er selvstændige forretningsdrivende, jf. afsnit 4.2.1.2.1.

851. Det forhold, at kunderne bestiller ture gennem en app, betyder ikke i sig selv, at Green SM udbyder formidling til andre kørselskontorer. Efter de foreliggende oplysninger anvendes Green SM's danske app kun til bestilling af ture med selskabets egen taxitjeneste. Styrelsen har ikke identificeret oplysninger om, at uafhængige kørselskontorer eller vognmænd aktuelt kan få adgang til appen i Danmark, eller at Green SM har konkrete planer om at tilbyde en sådan adgang. Green SM's registrerede virksomhedsformål omfatter bl.a. en platform (app) til bestilling af kørsel, men virksomhedsformålet dokumenterer ikke i sig selv, at selskabet udbyder eller planlægger at udbyde formidling til andre kørselskontorer.

852. Green SM er dermed indtrådt som kørselskontor og som udbyder på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder. Green SM er derimod efter de foreliggende oplysninger ikke

---

[474] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

[475] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 25, *"Er jeres kørselskontor tilknyttet en eller flere af nedenstående mobilitetsapps?"*

[476] [xxx].

[477] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

[478] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 120.

[479] FDM, »Hov! en masse biler fra Vietnam i Danmark«, 9. juli 2026 (https://fdm.dk/nyheder/nyt-om-trafik-og-biler/hov-en-masse-biler-fra-vietnam-i-danmark?utm_tilgået) 30. juli 2026.

[480] Jf. Green SM's svar af 7. august 2026 på styrelsens spørgsmål af 3. august 2026, spørgsmål 1.

[481] Jf. Green SM's svar af 7. august 2026 på styrelsens spørgsmål af 3. august 2026, spørgsmål 4 og 5.

[482] Jf. https://vingroup.net/en/news/detail/7020/green-sm-officially-launches-fully-electric-taxi-service-in-denmark, tilgået den 30. juli 2026, Ritzau, »Vietnamesisk taxaselskab tilbyder nu ture i København«, 24. juli 2026 (https://www.dksocial.dk/ritzau/9f907a52-fb70-4a9c-a732-43eeedf8bb92 tilgået 30. juli 2026),

indtrådt som udbyder på markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer. Green SM's lancering ændrer derfor ikke styrelsens vurdering ovenfor af sandsynligheden for virksomhedstilgang fra en ny, stor mobilitetsplatform på dette marked, jf. afsnit 5.2.4.4.1.1.

853. Uber har i sit høringssvar anført, at styrelsen betragter det som en afgørende sondring, at Green SM efter styrelsens vurdering ikke er indtrådt som udbyder på markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer.[483] Uber anfører videre, *"at konkurrencedynamikken ikke kan vurderes korrekt isoleret fra Green SM's indtræden på markedet"*,[484] da Green SM *"tilbyder app-baserede taxakørsler i København til private kunder i direkte konkurrence med Uber og Bolt."*[485] Styrelsen bemærker hertil, at formålet med punkt 851 alene er at forklare, hvorfor indtræden fra Green SM vurderes som indtræden af et kørselskontor og ikke som indtræden af en mobilitetsplatform. Dette er ikke ensbetydende med, at styrelsen ikke vil inddrage Green SM i vurderingen af konkurrencedynamikken. Tværtimod er det denne vurdering, styrelsen foretager i det følgende.

854. Da Green SM allerede har påbegyndt taxikørsel, er spørgsmålet ikke længere, om selskabet vil træde ind på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder. Spørgsmålet er, om Green SM kan udvide sin aktivitet tilstrækkeligt hurtigt og i et tilstrækkeligt omfang til at imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.

Sandsynlighed

855. Green SM opnåede i 2026 tilladelse til at drive kørselskontor i Danmark og fremgår nu af Færdselsstyrelsens liste over kørselskontorer i Danmark.[486] I juni 2026 blev 590 biler indregistreret i Danmark forud for Green SM's lancering. Ifølge Green SM's oplysninger har Green SM [xxx] idriftsat [xxx] af bilerne pr. den 7. august 2026, jf. punkt 849. Green SM har i juli 2026 afholdt jobsamtaler for chauffører[487] og har pt. ansat [xxx], jf. punkt 849.

856. Green SM har selv oplyst, at selskabet i den første fase vil fokusere på at opbygge en stabil lokal drift frem for en hurtig ekspansion. Den danske landechef har desuden oplyst, at Green SM endnu ikke har konkrete planer om at udvide til andre danske byer end København, og at behovet for chauffører vil afhænge af efterspørgslen.[488] Det betyder ikke, at en videre ekspansion er usandsynlig, men det gør omfanget og tidsplanen usikker.

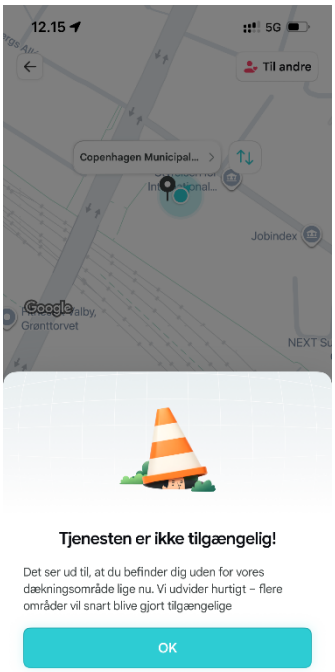
Rettidighed

857. De 590 indregistrerede biler udgør alene en potentiel fysisk kapacitet. Ved den indledende lancering var tjenesten efter sagens oplysninger alene tilgængelig i Indre København mellem kl. 8.00 og 20.00.[489] Styrelsens undersøgelser understøtter, at Green SM's taxiforretning alene har været tilgængelig i visse dele af København. Eksempelvis var det den 4. august 2025 ikke muligt at bestille en taxi fra Green SM til styrelsens adresse i Valby, da styrelsens adresse befinder sig uden for Green SM's aktuelle dækningsområde, jf. skærmprintet i Figur 5.8.

---

[483] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til styrelsens udkast til afsnit om potentiel konkurrence af 14. august 2026, punkt 14.
[484] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til styrelsens udkast til afsnit om potentiel konkurrence af 14. august 2026, punkt 16.
[485] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til styrelsens udkast til afsnit om potentiel konkurrence af 14. august 2026, punkt 15.
[486] Jf. https://www.fstyr.dk/erhverv/taxi/koerselskontorer/find-koerselskontor.
[487] Jf. https://nyheder.tv2.dk/business/2026-07-23-taxaer-fragtet-til-danmark-i-hemmelighed-nu-rykker-selskab-ind.
[488] Ritzau, »Vietnamesisk taxaselskab tilbyder nu ture i København«, 24. juli 2026 (https://www.dksocial.dk/ritzau/9f907a52-fb70-4a9c-a732-43eedf8bb92, tilgået den 30. juli 2026).
[489] Jf. Green SM's svar af 7. august 2026 på styrelsens spørgsmål af 3. august 2026, spørgsmål 7.

Figur 5.8 **Skærmprint fra Green SM's app ved forsøg på bestilling af taxi fra styrelsens adresse i Valby den 4. august 2026**



Kilde: Skærmbilledet fra Green SM's app ved forsøg på bestilling af taxi fra styrelsens adresse i Valby den 4.august 2026.

858. Det begrænsede område og tidsrum viser, at Green SM's aktivitet på dette tidspunkt fortsat var begrænset.

859. Uber har i sit høringssvar bemærket, at *"Den 17. august 2026 var Green SM aktiv i hele København, herunder Valby, og i weekenden (torsdag-lørdag) var Green SM tilgængelig døgnet rundt, mens den resten af ugen var tilgængelig fra kl. 07.00 til 23.00. Denne ekspansion viser, at Green SM er i stand til hurtigt at øge konkurrencepresset i Københavnsområdet."*[490]

860. Styrelsen anerkender, at Green SM er i en fase, hvor virksomheden løbende udvider sine aktiviteter. Green SM har overfor styrelsen oplyst, at [xxx] og at tidshorisonten for dette er [xxx].[491]

861. Styrelsen bemærker, at der trods den af Uber påpegede udvidelse fortsat er tale om begrænsninger i aktivitetsniveauet, særligt i dagene søndag-onsdag og i de omkringliggende kommuner omkring Storkøbenhavn. Muligheden for at aktivere en større del af bilflåden afhænger bl.a. af, om Green SM i tilstrækkelig grad kan rekruttere mange chauffører.

862. Hakon Iversen, branchedirektør i DI Transport, har vurderet, at rekruttering tager tid, og at flere eksisterende selskaber allerede har svært ved at finde chauffører. Han har derfor udtrykt

[490] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til styrelsens udkast til afsnit om potentiel konkurrence af 14. august 2026, punkt 18.
[491] Jf. Green SM's svar af 7. august 2026 på styrelsens spørgsmål af 3. august 2026, spørgsmål 7 og 8.

tvivl om, hvorvidt Green SM kan sætte alle de indregistrerede biler i drift samtidig.[492] Jørn Hedengran, forhandlingssekretær i 3F Transport, har tilsvarende udtrykt tvivl om Green SM's ambition om at ansætte op mod 3.000 chauffører og forventer, at en del af chaufførerne i givet fald skal rekrutteres fra andre virksomheder.[493] Udtalelserne er aktørernes vurderinger fra før Green SM's officielle lancering og dokumenterer ikke, at Green SM faktisk har haft problemer med at rekruttere chauffører.

863. Dansk PersonTransport vurderede i 2023, at der på taxiområdet manglede mindst 500 årsværk. Vejtransportrådets rapport om chaufførmangel peger mere generelt på rekrutteringsudfordringer inden for erhvervsmæssig personbefordring og transportbranchen. Rapporten bygger navnlig på oplysninger fra 2023 og omfatter ikke kun taxikørsel.[494] Oplysningerne viser derfor ikke præcist, hvordan rekrutteringssituationen er for taxichauffører i København i 2026, men de peger på, at adgangen til chauffører kan være begrænset.

864. Styrelsens undersøgelser understøtter, at tiltrækning af vognmænd eller chauffører kan udgøre en væsentlig barriere for taxiselskabernes, herunder særligt mindre selskabers, ekspansionsmuligheder. Eksempelvis understøtter Bolts udtalelse om, at både Uber og Bolt ved indtræden på markedet havde behov for adgang til en eksisterende vognmandsflåde og etablerede kørselskontorsinfrastruktur for at opnå en levedygtig markedsposition, jf. punkt 844, at organisk vækst herunder organisk vækst i antallet af tilknyttede vognmænd og/eller chauffører udgør en væsentlig adgangsbarriere. Dertil kommer, at styrelsens undersøgelse blandt vognmændenes mobilitet er relativt begrænset. Eksempelvis svarede 75 pct. af respondenterne i vognmandsundersøgelsen, at de aldrig har skiftet kørselskontor, mens 19 pct. svarede, at de har skiftet kørselskontor én gang, jf. punkt 967. Vognmændenes begrænsede mobilitet understøtter dermed også, at det kan være vanskeligt at rekruttere vognmænd og/eller chauffører fra eksisterende kørselskontorer.

865. Ifølge Green SM's oplysninger forventer selskabet at [xxx][xxx]. Eksempelvis forventer Green SM at have idriftsat [xxx], jf. Tabel 5.19.Derudover forventer Green SM at have idriftsat [xxx].

Tabel 5.19 **Green SM's forventning til antal tilknyttede biler på sigt**

[xxx]

Note: I besvarelsen til styrelsen har Green SM angivet forventningen til antal tilknyttede biler hhv. [xxx].

Kilde: Green SM's svar af 7. august 2026 på styrelsens spørgsmål af 3. august 2026, spørgsmål 3

[492] Jf. TV 2, »Taxaer fragtet til Danmark i hemmelighed – nu rykker selskab ind«, 23. juli 2026 (https://nyheder.tv2.dk/business/2026-07-23-taxaer-fragtet-til-danmark-i-hemmelighed-nu-rykker-selskab-ind, tilgået den 30 juli 2026).

[493] Jf. DR, »Asiatisk taxaselskab er kommet til Danmark – og det kan 'udfordre' branchen«, 24. juli 2026, (https://www.dr.dk/nyheder/indland/asiatisk-taxaselskab-er-kommet-til-danmark-og-det-kan-udfordre-branchen, tilgået den 30. juli 2026)

[494] Dansk PersonTransport, »Hvordan tiltrækker vi chauffører i fremtiden?«, se side 4, (https://transporterhvervets-uddannelser.euwest01.umbraco.io/media/mtldewcp/dansk-persontransport.pdf , tilgået den 30. juli 2026) Vejtransportrådet, Rapport om chaufførmangel, se side 2-4 (https://www.fstyr.dk/Media/638543793199554751/Vejtransportr%C3%A5dets%20Rapport%20om%20Chauff%C3%B8rmangel.pdf Tilgået den 30. juli 2026).

866. Green SM peger selv på, at [xxx] udgør en barriere. Ifølge Green SM har [xxx].[495]

867. [xxx] Green SM kan være i stand til at tiltrække chauffører. Green SM tilbyder efter det oplyste fast månedsløn, bonus og regulerede arbejdstider og stiller bilen til rådighed. Jørn Hedengran har vurderet vilkårene positivt, mens Gert Mark fra ATAX har anført, at vilkårene kan tiltrække chauffører fra virksomheder, som ikke tilbyder tilsvarende løn- og ansættelsesvilkår.[496]

868. På baggrund af at Green SM på relativt kort tid har formået at rekruttere [xxx] chauffører, jf. punkt 850, kan det ikke direkte fastslås, at Green SM – i hvert fald indtil videre – har haft væsentlige rekrutteringsproblemer. Det er dog styrelsens vurdering, at Green SM [xxx] fremadrettet og særligt på kort sigt kan få vanskeligt ved at tiltrække chauffører [xxx].

Tilstrækkelighed

869. Kommissionen fremhæver, at stordriftsfordele eller netværkseffekter kan gøre virksomhedstilgang urentabel, medmindre den nye virksomhed kan opnå en tilstrækkelig stor markedsandel.[497] En beskeden virksomhedstilgang, eksempelvis til en markedsniche, vil normalt ikke være tilstrækkelig.[498]

870. Styrelsens undersøgelser viser, at taxibranchen er kendetegnet ved betydelige indirekte netværkseffekter, jf. afsnit 5.2.5.3.1. Med opkøbet af Dantaxi opnår Uber betydelig markedsstyrke både for så vidt angår salg/formidling af taxikørsel til hhv. privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder samt for så vidt angår salg af kørselskontorydelser til vognmænd, bl.a. indikeret ved væsentlige markedsandele på et marked for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn om omkringliggende kommuner, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1. Samtidig får Uber med købet af Dantaxi råderet over et betydeligt antal biler, og Uber ejer efter fusionen to af de mest udbredte og velkendte brands, *Uber* og *Dantaxi*, Ubers markedsposition styrkes yderligere gennem vekselvirkning mellem de relevante markeder som følge af stærke indirekte netværkseffekter og forøget risiko for market tipping, jf. afsnit 5.2.5. En potentiel konkurrent til Uber skal dermed være i stand til på kort sigt at lægge et væsentligt og direkte konkurrencepres på Uber for at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.

871. Selvom Green SM i kraft af sin forretningsmodel med ansatte chauffører ikke konkurrerer direkte om at tiltrække vognmænd, kan netværkseffekterne i branchen efter styrelsens vurdering alligevel påvirke Green SM's muligheder for fortsat at kunne tiltrække chauffører. Det skyldes, at eksisterende og fremtidige chauffører og vognmænds incitamenter til at vælge kørselskontor blandt andet er påvirket af vognmændenes og chaufførernes udsigter til at tjene penge. Vognmænd vil derfor i et vist omfang søge mod kørselskontorer med store baser af taxikunder. Taxikunderne vil på den anden side have incitament til at vælge kørselskontor på baggrund af bl.a. ventetider. Stærke indirekte netværkseffekter kan derfor bl.a. bidrage til at fastholde chauffører og vognmænd hos Green SM's konkurrenter, herunder bl.a. som følge af, at Green SM ikke har store baser af fx offentlige kunder, erhvervskunder eller privatkunder.

872. Uber anfører i sit høringssvar, at styrelsens argumenter er i strid med hinanden, når styrelsen i vurderingen af tilsagn (det følgende afsnit 5.4.6.2) argumenter for, at[xxx] køretøjer er tilstrækkeligt til at sikre en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed, mens styrelsen samtidig mener, at Green SM med et højre antal køretøjer end dette ikke udgør en tilstrækkelig konkurrence-

---

[495] Jf. Green SM's svar af 7. august 2026 på styrelsens spørgsmål af 3. august 2026, spørgsmål 6.

[496] Jf. DR, »Asiatisk taxaselskab er kommet til Danmark – og det kan 'udfordre' branchen«, 24. juli 2026, (https://www.dr.dk/nyheder/indland/asiatisk-taxaselskab-er-kommet-til-danmark-og-det-kan-udfordre-branchen, tilgået den 30. juli 2026).

[497] Jf. Horisontale fusionsretningslinjers, punkt 72.

[498] Horisontale fusionsretningslinjers, punkt 75.

mæssig trussel over for Uber.[499] Styrelsen bemærker hertil, at det ikke alene er de [xxx] køretøjer men det samlede indhold i Frasalgsvirksomheden, herunder også de frasolgte salgskanaler, vurderet i afsnit 5.4.6.2, der efter styrelsens vurdering udgør en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed.

873. Selv hvis Green SM sætter et betydeligt antal biler i drift, er dette ikke i sig selv tilstrækkeligt til at dokumentere et konkurrencepres af den nødvendige styrke. Den fysiske kapacitet skal omsættes til faktiske ture, kundetilgang samt konkurrencedygtige priser og ventetider.

874. En omregning af Green SM's foreløbige faktiske omsætning i perioden 27. juli 2026 til 6. august 2026 på månedsbasis viser, at Green SM i løbet af sin første måned vil have omsat for ca. [xxx] kr.[500] Til sammenligning omsatte Uber – via vognmænd tilknyttet Drivr – i sin første hele måned (februar 2025) for knap [xxx] kr.[501] (eksklusive Uber finansierede rabatter) og godt [xxx]. kr.[502] (inklusive Uberfinansierede rabatter). Denne omsætning blev genereret via Uber via [xxx] tilknyttede taxier, jf. Tabel 5.6

875. En sammenligning af Green SM's estimerede omsætning på månedsbasis (ca. [xxx] kr.) med Ubers omsætning i den første hele kalendermåned (ca. [xxx] kr. hhv. ca. [xxx] kr. afhængigt af opgørelsesmetode), viser, at Green SM trods et relativt højt antal tilknyttede biler ([xxx] biler, jf. punkt 855), [xxx].[503]

Samlet vurdering af Green SM

876. Det er samlet styrelsens vurdering, at Green SM's virksomhedstilgang ikke giver grundlag for at ændre styrelsens vurdering af fusionens horisontale virkninger.

877. Det skyldes *for det første* at Green SM indtil nu har haft en [xxx] omsætning.

878. *For det andet* er det styrelsens vurdering at udfordringer med bl.a. [xxx] også i fremtiden vil besværliggøre Green SM's muligheder for at tiltrække både chauffører og kunder. I den sammenhæng er det relevant at bemærke, at Bolt – som ellers er kendt fra udlandet blandt visse taxibrugere angiver udfordringer med at opnå en tilstrækkelig skala for at kunne udgøre en væsentlig konkurrent. Bolts udsagn understøtter, at nye taxiselskaber, som fx Green SM, kan have betydelige vanskeligheder med at ekspandere. Det er styrelsens vurdering, at et øget kendskab til Green SM blandt kunder og chauffører vil være forbundet med betydelige investeringer i markedsføring og kampagner.

879. *For det tredje* bidrager indirekte netværkseffekter til at besværliggøre ekspansion for små taxiselskaber, herunder nye taxiselskaber som fx Green SM uden en i forvejen betydelig taxiforretning i Danmark.

880. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at det ikke er tilstrækkeligt dokumenteret, at Green SM's eksisterende forretning og forventning til fremtidig forretning og ekspansion er ret-

---

[499] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til styrelsens udkast til afsnit om potentiel konkurrence af 14. august 2026, punkt 17.

[500] Green SM omsatte i løbet af 11 dage (27. juli til 6. august) for ca. [xxx] kr. Omregnet til månedsbasis (31 dage) svarer omsætningen til ca. [xxx] kr.

[501] Styrelsens beregning på baggrund af oplysninger om samlet omsætning (kilde: se fodnote 502) og Ubers oplysninger om Uberfinansierede rabatter (kilde: parternes fusionsanmeldelse, tabel 12).

[502] Jf. Ubers opgørelse i vedhæftede mail sendt på mail til styrelsen den 22. januar, 2026, fanen "Total".

[503] Styrelsen er opmærksom på, at Green SM's omsætning på månedsbasis kan være underestimeret. Det skyldes, at Green SM's omsætning på daglig basis sandsynligvis vil stige i løbet af den første måned. Det kan fx ske som i takt med at flere brugere downloader Green SM's app og bestiller taxikørsel og i takt med at flere biler hos Green SM tages i drift. Styrelsen bemærker, at [xxx] under Ubers omsætning i den første hele måned (februar) efter lanceringen i 2025.

tidig eller tilstrækkelig til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger. Styrelsen udelukker dermed ikke, at Green SM kan få fodfæste på markedet og vokse sig større, men vurderer, at dette er forbundet med så stor usikkerhed, at det ikke kan lægges til grund som en tilstrækkelig modvirkende faktor.

881. Green SM's etablering på markedet for salg/formidling af taxikørsel giver derfor ikke grundlag for at ændre styrelsens vurdering af fusionens horisontale virkninger. Green SM's betydning for den særskilte vurdering af inputafskærmning behandles nedenfor.

5.2.4.5 Konklusion – horisontale ensidige virkninger

882. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til horisontale ensidige virkninger på et marked for formidling/salg af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, idet fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne sammenlignet med det tilfælde, hvor fusionen ikke blev gennemført. Højere priser dækker også over, at priserne ikke falder lige så meget, som de ellers ville have gjort. Fusionen eliminerer konkurrencen mellem Uber og Dantaxi og giver dermed Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne overfor passagererne gennem øget brug af surge pricing, reducerede rabatter og gennem Ubers direkte kontrol over Dantaxis prissætning (både på ture formidlet gennem Ubers platform og mere generelt).

883. Styrelsens vurdering bygger primært på, at fusionen eliminerer et væsentligt konkurrencepres, som Uber via Drivr lagde på Dantaxi før fusionen, og at Uber dermed med fusionen opnår en øget markedsmagt, bl.a. som følge af internaliseringen af Dantaxis forretning, herunder at Uber opnår adgang til Dantaxis relativt store kundebaser af privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder samt overtager aftalerne med Dantaxis godt [xxx] vognmænd i Østdanmark (og knap [xxx] vognmænd på landsplan), jf. Tabel 5.7.

884. Kombinationen af Ubers stærke brand og efterspurgte produkt blandt privatkunder samt Dantaxis relativt store baser af privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder og det samlede antal vognmænd tilknyttet Dantaxi forstærker Ubers markedsstyrke efter fusionen og forværrer konkurrenternes muligheder for at ekspandere som konsekvens af øgede adgangs- og ekspansionsbarrierer, som følge af indirekte netværkseffekter.

885. Fusionens virkninger på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder får også effekter inden for salg af taxikørsel til erhvervskunder og offentlige kunder. Det skyldes, at fusionen – som følge af indirekte netværkseffekter – også øger parternes markedsstyrke inden for salg til disse kundesegmenter, jf. punkt 583-585.

886. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne, uanset om produktmarkedet afgrænses snævrere til alene at bestå af formidling/salg af taxikørsel via app. Det skyldes primært, at parterne med fusionen vil opnå en endnu større fælles markedsandel (på [50-60] pct.) på et særskilt produktmarked for salg/formidling af taxikørsel via app, samtidig med, at resultaterne af styrelsens øvrige undersøgelser, foretaget på markedet for salg/formidling af taxikørsel (via alle salgskanaler) til privatkunder, generelt også er gældende for det snævrere produktmarked for salg/formidling af taxikørsel via apps.

887. Videre er det styrelsens vurdering, at fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne, uanset om det geografiske marked afgrænses snævrere efter kommunegrænser, jf. punkt 790.

888. Derudover er det styrelsens vurdering, at fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne på et marked for salg af kørselskontorydelser. Det skyldes, at den fusionerede virksomhed opnår en øget markedsstyrke på dette marked, som følge af stærke indirekte netværkseffekter til markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, hvor den fusionerede virksomhed i særdeleshed har styrket sin markedsposition.

889. Endelig er det styrelsens vurdering, at der ikke er modsatrettede virkninger i form af modstående købermagt eller potentiel konkurrence, der kan hindre fusionens negative virkninger, jf. afsnit 5.2.4.3-5.2.4.4.

890. Det er på den baggrund styrelsens samlede vurdering, at Uber, som følge af fusionen, opnår incitament til og mulighed for at hæve priserne sammenlignet med det scenarie, hvor fusionen ikke blev gennemført (det kontrafaktiske scenarie).

5.2.5 Ensidige virkninger som følge af risiko for market tipping

891. Som følge af de særlige karakteristika for markederne og aktørerne berørt i denne sag, er det styrelsens vurdering, at det er relevant at foretage en vurdering af risikoen for, at et eller flere af de horisontalt eller vertikalt berørte markeder tipper til fordel for Uber, ved at overgå fra at være præget af effektiv konkurrence til at være domineret af én eller få store virksomheder. Denne effekt omtales også som "market tipping".

892. Det er i sig selv ikke et krav at påvise, at fusionen øger risikoen for market tipping for at påvise de konkurrenceskadelige effekter af fusionen. Market tipping kan imidlertid forstærke de konkurrenceskadelige effekter af fusionen, da et marked som er tippet til fordel for den fusionerede virksomhed, kan forstærke den fusionerede virksomheds markedsstyrke (yderligere).

5.2.5.1 Skadesteori

893. Market tipping er betegnelsen for en situation, hvor et marked overgår fra at være præget af effektiv konkurrence til at være domineret af én eller få store virksomheder.[504] Market tipping er typisk forårsaget af et sammenspil mellem flere markedskarakteristika, hvoraf netværkseffekter er et centralt element, der til sammen indebærer, at størrelsen på virksomhedens kundebase får en selvforstærkende virkning. Når en virksomhed opnår en kritisk masse af brugere, indledes en sneboldeffekt, hvor en større kundebase gør virksomhedens produkter mere attraktive for nye kunder, hvilket øger kundebasen endnu mere, samtidigt med at eksisterende kunder fastholdes, idet deres incitament til at afprøve andre leverandører mindskes jo flere kunder, der er på platformen. Dette skaber betydelige adgangs- og ekspansionsbarrierer, der er vanskelige for eksisterende og potentielle konkurrenter at overkomme på grund af netværkseffekterne.

894. Kørselskontorerne (heriblandt Dantaxi) og mobilitetsplatformene (Uber og Bolt) kan betragtes som tosidede platforme, der hver især henvender sig til forskellige kundegrupper, jf. afsnit 5.1. På passagersiden er kundegruppen som udgangspunkt den samme for begge typer af platforme, som derved konkurrerer indbyrdes på et marked for salg/formidling af taxikørsel. Det er styrelsens vurdering, at der kan afgrænses et særskilt segment for privatkunder, mens en mulig afgrænsning af henholdsvis et erhvervskunde- og et offentlig-kundesegment kan stå åbent, jf. afsnit 5.1.1.1.4. Tilsvarende er det styrelsens vurdering, at markedet muligvis kan segmenteres yderligere i bestilling via apps og andre salgskanaler, men at det ikke er nødvendigt at tage endelig stilling hertil, jf. afsnit 5.1.1.1.3.

895. På den anden side af platformen henvender kørselskontorer og mobilitetsplatforme sig til forskellige kundegrupper. For kørselskontorernes vedkommende er det vognmænd på et marked for salg af kørselskontorydelser, mens mobilitetsplatformene konkurrerer om at tilknytte kørselskontorer, for derved at få indirekte adgang til vognmændene, på et marked for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, jf. afsnit 5.1, punkt 266.

---

[504] Jf. "Market tipping – Guidance for competition assessments", rapport fra Konkurrence og forbrugerstyrelsen, maj 2025.

896. Netværkseffekterne har særligt karakter af indirekte netværkseffekter, dvs. at tiltrækningen af kunder på den ene side af platformen afhænger af størrelsen af kundebasen på den anden side. På passagersiden afhænger efterspørgslen blandt andet af den forventede ventetid, fra taxien er bestilt, til den ankommer til opsamlingsstedet, og ventetiden hænger direkte sammen med, hvor mange taxier (og dermed vognmænd) kørselskontoret eller mobilitetsplatformen (gennem associerede kørselskontorer) har tilknyttet. Tilsvarende er vognmændenes valg af kørselskontor i høj grad påvirket af, hvor mange passagerer kørselskontoret eller mobilitetsplatformen kan give adgang til gennem deres salgskanaler.

897. Det er styrelsens skadesteori, at fusionen mellem Uber og Dantaxi øger risikoen for, at de tre afgrænsede markeder tipper helt eller delvist til fordel for Uber/Dantaxi. På passagersiden opstår risikoen i første omgang på et muligt undersegment for privatkunders bestilling af taxi via apps, hvor der er et betydeligt horisontalt overlap mellem Uber og Dantaxi, jf. bilag 7.7. Med en væsentlig markedsstyrke på dette undersegment bliver Uber/Dantaxi særligt attraktiv for vognmændene, ikke mindst idet app-bestilling forventes at få endnu større betydning som salgskanal fremover. Vognmændene kan få adgang til Ubers kunder på passagersiden på to måder, enten ved at skifte kørselskontor til Dantaxi eller Drivr, eller ved at deres kørselskontor bliver tilknyttet Ubers app. I begge tilfælde stilles flere vognmænd direkte eller indirekte til rådighed for Ubers kunder, hvilket reducerer ventetiden, og gør Uber endnu mere attraktiv for privatkunderne. En større kapacitet styrker herudover Uber/Dantaxis position på et muligt segment for salg/formidling af taxikørsel til erhvervskunder og offentlige kunder, der ligeledes øger Uber/Dantaxis tiltrækning blandt vognmændene. Der er således betydelig risiko for, at koncentrationstendenserne får en selvforstærkende effekt og i sidste ende resulterer i, at markedet for salg/formidling af taxikørsel samt enten markedet for salg af kørselskontorydelser eller markedet for mobilitetsplatformenes salg af formidling til kørselskontorerne tipper til fordel for Uber/Dantaxi.

898. Uber afviser i sit høringssvar af 19. maj 2026, at fusionen medfører en risiko for market tipping med henvisning til, at strukturelle markedskarakteristika udelukker tipping.[505] Dette understøttes ifølge Uber af, at det kun er [xxx] pct. af Dantaxis samlede bookinger, der foretages via Uber, at Uber er underlagt konkurrencepres fra aktuelle og potentielle konkurrenter, samt at konkurrencen om offentlige udbud er uændret efter transaktionen, hvilket er illustreret ved, at Dantaxi for nyligt har tabt udbud til Drivr og Taxa 4x35.

899. Ubers bemærkninger ændrer ikke ved styrelsens vurdering. Det er som nævnt styrelsens skadesteori, at risikoen for market tipping i første omgang sker på et undersegment for privatkunders bestilling af taxi via apps, for derefter gennem vekselvirkninger mellem forskellige kundesegmenter på passagersiden og vognmandssiden at opnå en selvforstærkende koncentrationseffekt, jf. punkt 897. Styrelsen dokumenterer, at privatkunders anvendelse af apps til bestilling af taxi er stigende og forventes af markedsaktører at få en væsentligt større betydning fremover, jf. punkt 949-950 nedenfor. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Ubers kommentar fremstår misvisende, idet den ignorerer de app-bestillinger, der foretages gennem Dantaxis egen app. Ifølge Ubers egne oplysninger var det i juli-august 2025 gennemsnitligt [xxx] pct. af Dantaxis bestillinger, der blev foretaget gennem enten Uber eller Dantaxis egen app, jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 207. Et år tidligere – før fusionen – var det [xxx] [xxx] pct. af Dantaxis taxikørsler, der var bestilt gennem en app (dvs. Dantaxis egen app).

900. Market tipping er en dynamisk proces, der virker over tid og særligt får effekt på længere sigt. Det er derfor ikke afgørende for skadesteorien, om markedet allerede er tippet, eller om Uber fortsat er underlagt et vist konkurrencepres umiddelbart efter fusionens gennemførelse. Det centrale er, at fusionen øger risikoen betydeligt for, at Uber opnår den kritiske masse af kunder og/eller vognmænd, der resulterer i en selvforstærkende markedskoncentration over tid. Ef-

[505] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 59-61.

terhånden som Uber opnår en stærkere markedsposition, vil det blive stadigt vanskeligere for aktuelle eller potentielle konkurrenter at udfordre denne markedsstyrke på grund af de stærke indirekte netværkseffekter, jf. afsnit 5.2.5.3.1. Styrelsens vurdering er, at fusionen øger risikoen for market tipping.

901. Denne vurdering bygger på en række forhold:

902. *For det første* er de relevante markeder kendetegnet ved en række karakteristika – herunder særligt stærke indirekte netværkseffekter – der skaber risiko for market tipping.

903. *For det andet* tilfører købet af Danmarks største kørselskontor Uber en stor kundebase af både passagerer og vognmænd, hvilket i betydeligt omfang øger risikoen for, at Uber kan opnå, eller med fusionen allerede har opnået, den kritiske masse af kunder på begge sider af platformen, der skal til, for at kundebasen får selvforstærkende virkning.

904. *For det tredje* eliminerer fusionen samtidigt en betydelig konkurrent i form af Dantaxi, der – hvis fusionen ikke var gennemført – ville kunne udfordre eller hindre Ubers opbygning af en kritisk masse af kunder og dermed forhindre market tipping til fordel for Uber.

905. Hvis de relevante markeder tipper helt eller delvist til fordel for Uber, vil Uber opnå en stærk markedsposition, der vil være vanskelig for en potentiel konkurrent at udfordre. Som følge af stærke indirekte netværkseffekter kræver det, at en potentiel konkurrent opnår en kritisk kundemasse af både passagerer og vognmænd/kørselskontorer for at være et tilstrækkeligt attraktivt alternativ til Uber, hvilket i sig selv er vanskeligt og potentielt omkostningsfuldt på grund af de stærke netværkseffekter. Uber vil kunne udnytte denne stærke og beskyttede markedsposition til at hæve priserne i form af højere taxipriser overfor passagererne såvel som højere pladsleje og/eller service fee overfor vognmændene og kørselskontorerne.

906. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Uber vil kunne udnytte en stærk markedsposition, selv hvis markedet ikke tipper fuldstændigt til fordel for Uber/Dantaxi. Uber gør i sit høringssvar af 19. juni 2026 gældende, at begrebet "delvis tipping" i sig selv er selvmodsigende ud fra en økonomisk logik, idet den selvforstærkende dynamik enten eksisterer med tilstrækkelig styrke til at konvergere markedet mod en enkelt udbyder, eller slet ikke eksisterer.[506] Dette er styrelsen ikke enig i. Market tipping dynamikken udelukker konkurrence fra eksisterende og potentielle konkurrenter, der ikke er i stand til at opbygge og fastholde tilstrækkeligt masse på både passager- og på vognmandssiden. Dette udelukker ikke, at en enkelt eller få mindre konkurrenter formår at skabe tilstrækkelig masse eller udnytte en mindre niche af markedet. Delvis market tipping i form af et duopol eller en dominerende Uber omgivet af flere mindre konkurrenter vil også kunne indebære en konkurrenceskadelig koncentration på markederne.

5.2.5.2 Praksis og vurderingskriterier

907. Der er flere eksempler fra fusionsretlig praksis, hvor der er blevet vurderet forskellige aspekter af relevans for, om en fusion på platformmarkeder kan føre til tipping.[507] Overordnet viser praksis, at risikoen for tipping afhænger af en række forhold, herunder netværkseffekter, adgangsbarrierer og brugernes mulighed for at benytte flere platforme samtidig (multihoming).

908. Kommissionen har i flere sager fremhævet betydningen af netværkseffekter uden dog i alle tilfælde at konkludere, at netværkseffekter fører til konkurrenceproblemer. I *Facebook/Whats-*

---

[506] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 43.

[507] Jf. Kommissionens afgørelser af 3. oktober 2014 i sag M.7217 – *Facebook/WhatsApp*, af 6. december 2016 i sag M.8124 –*Microsoft/LinkedIn*, samt af 25. september 2023 i sag M.10615 – *Booking/eTraveli* (under anke).

App,[508] blev netværkseffekter analyseret, men Kommissionen lagde vægt på, at markedet var præget af hurtig udvikling ("fast moving"), lave skifteomkostninger og lave adgangsbarrierer, samt at brugerne i høj grad var tilbøjelige til at benytte flere kommunikationsapps samtidig (multihoming). Kommissionen konstaterede bl.a. på den baggrund, at det var usandsynligt, at netværkseffekterne kunne beskytte det fusionerede selskab mod konkurrence fra nye og eksisterende konkurrenter.

909. I *Microsoft/LinkedIn,*[509] vurderede Kommissionen, at fusionen kunne føre til tipping på markedet for professionelle sociale netværksplatforme, fordi Microsoft havde mulighed for at integrere LinkedIn med sine Windows- og Office-produkter og samtidig nægte konkurrenter adgang til essentielle Microsoft API'er (Application Programming Interface). Disse forhold, kombineret med netværkseffekter, kunne medføre, at markedet kunne tippe til LinkedIns fordel, at konkurrenter ikke ville kunne konkurrere effektivt, og at nye aktører ikke ville have mulighed eller incitament til at træde ind på markedet. Kommissionen vurderede hertil, at netværkseffekter på markedet kunne forstærke den negative påvirkning på konkurrenters muligheder for at konkurrere og derved yderligere "forskanse" (entrenche) LinkedIns position. Kommissionen anførte, at multihoming blandt brugerne kun i begrænset omfang ville kunne modvirke denne udvikling. Fusionen blev godkendt med tilsagn, der modvirkede de identificerede betænkeligheder.

910. I *Booking/eTraveli*,[510] der vedrørte online rejsebureauer (OTA'er), gjorde parterne gældende, at Kommissionens betænkeligheder vedrørende afskærmning forudsatte, at det kunne påvises, at netværkseffekterne i markedet ville føre til, at markedet ville tippe til Bookings fordel. Kommissionen påpegede hertil, at netværkseffekter skal underlægges en konkret vurdering fra sag til sag, og at det er tilstrækkeligt at vise, at konkurrenters adgang og ekspansion hæmmes mærkbart, men at det ikke er et krav, at hele markedet tipper.

911. Flere nationale konkurrencemyndigheder har ligeledes overvejet betydningen af market tipping i relation til fusionskontrol. Den britiske konkurrencemyndighed, CMA, fremhæver i sine fusionsretningslinjer[511] tipping som en mulig konsekvens af stærke netværkseffekter på tosidede platformmarkeder.

912. CMA anfører, at fusioner mellem platforme kan øge risikoen for tipping, dels fordi fusioner kan accelerere markedets bevægelse mod én dominerende platform i modsætning til en længere periode med konkurrence mellem platforme, der dyster om at blive den "vindende" platform. Herudover anføres det, at større platforme typisk vil lægge mere pres på rivaler, og adgangsbarriererne kan stige yderligere, da det bliver sværere for nytilkomne at opbygge tilstrækkelige netværksfordele. Multihoming kan modvirke tipping, men eksisterende netværkseffekter udgør fortsat en barriere.

913. Den tyske konkurrencemyndighed, Bundeskartellamt ("BKA"), har i flere sager[512] undersøgt, om fusioner på tosidede markeder ville medføre tipping. Her har myndigheden lagt særlig vægt på både brugernes adfærd – særligt i forhold til multi- eller singlehoming og platformenes symmetri. BKA har anført, at hvis brugerne multihomer begrænses risikoen for tipping, mens singlehoming øger risikoen. Asymmetri mellem platformene, fx forskelle i størrelse, omkostninger

[508] Jf. Kommissionens afgørelse af 3. oktober 2014 i sag M.7217 – *Facebook/WhatsApp*, punkt 130-135.
[509] Jf. Kommissionens afgørelse af 6. december 2016 i sag M.8124 –*Microsoft/LinkedIn*, punkt 340-351.
[510] Jf. Kommissionens afgørelse af 25. september 2023 i sag M.10615 – *Booking/eTraveli* (under anke), punkt 947.
[511] Jf. CMA, Merger Assessment Guidelines 2021, afsnit 4.21-4.25.
[512] Bundeskartellamt Case Summary, 25 June 2015, Clearance of Merger of Online Real Estate Platforms, date of decision 20 April 2015, side 4-5, Bundeskartellamt Case Summary, 5 August 2015, *Acquistion of the online comparison platform Verivox by ProSiebenSat*. 1 approved, date of decision 24 July 2015, side 4, Bundeskartellamt Case Summary, 31 March 2016, *Clearance of merger between online dating platforms,* date of decision 22 October 2015, side 4.

eller strategi, kan øge sandsynligheden for tipping. I konkrete sager har flere fusioner dog modvirket tipping ved at skabe større balance og udvide reach blandt aktørerne.

914. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen offentliggjorde i maj 2025 en rapport om market tipping.[513] Rapporten opstiller en analyseramme, der har til formål at vejlede om en systematisk vurdering af risikoen for market tipping i konkurrencesager. Ifølge rapporten kan vurderingen af risikoen for market tipping foretages i tre trin:

(i) Undersøg i hvilket omfang specifikke markedskarakteristika, der har betydning for risikoen for market tipping, er til stede på det relevante markeder.

(ii) Identificer eventuelle særlige karakteristika ved de relevante markeder, der kan have betydning for market tipping.

(iii) Analyser interaktionen mellem de enkelte faktorer, herunder i hvilket omfang faktorerne forstærker eller modvirker hinanden.

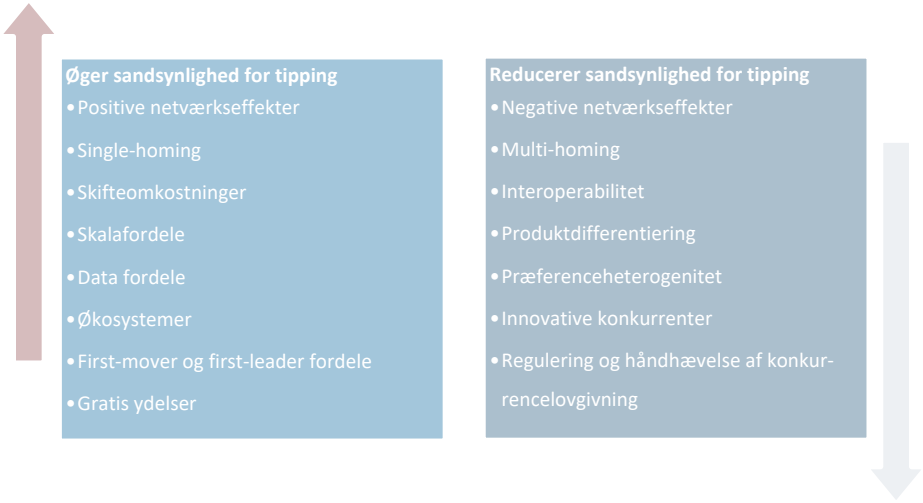
915. Styrelsen vil i det følgende undersøge, i hvilket omfang markedskarakteristika af betydning for risikoen for market tipping er til stede på de relevante markeder, og foretage en samlet vurdering af risikoen for market tipping. Dernæst vurderes, hvilken betydning fusionen mellem Uber og Dantaxi har for denne risiko.

5.2.5.3 Markedskarakteristika af betydning for risikoen for market tipping

916. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens rapport om market tipping oplister en række markedskarakteristika, som den økonomiske litteratur på området har identificeret som de typisk mest betydningsfulde for market tipping, jf. Figur 5.9. Det er ikke nødvendigvis alle karakteristika på listen, der er relevante i den konkrete sag. Styrelsen vil i det følgende undersøge hvert af de mest relevante forhold.

[513] Jf. "Market tipping – Guidance for competition assessments", rapport fra Konkurrence og forbrugerstyrelsen, maj 2025.

Figur 5.9 **Typiske markedskarakteristika af betydning for market tipping**



Note: Figurteksten er oversat fra engelsk af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

Kilde: "Market tipping – Guidance for competition assessments", rapport fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, maj 2025

5.2.5.3.1 Netværkseffekter

Betydningen af netværkseffekter

917. Netværkseffekter er en helt central del af risikoen for market tipping. Det er netværkseffekter, der skaber den selvforstærkende sneboldeffekt, og uden netværkseffekter er der som udgangspunkt ikke risiko for market tipping.

918. Netværkseffekter er betegnelsen for det forhold, at efterspørgslen efter et produkt eller en service afhænger af antallet af øvrige brugere af samme produkt/service. Det klassiske eksempel er telefoni, hvor nytteværdien af at eje en telefon afhænger af hvor mange andre brugere, der også ejer en telefon. Netværkseffekter har særlig betydning for market tipping, hvis produktet/ydelsen ikke har en stor selvstændig værdi udover netværkseffekterne. Eksempelvis har en telefon ikke nogen særlig værdi, hvis der ikke er andre brugere, man kan ringe til. Det er først, når brugerbasen opnår en kritisk størrelse, at produktet bliver tilstrækkeligt attraktivt til at generere en selvstændig efterspørgsel. Dette forhold indebærer en koordineringsudfordring, der går ud på at skabe incitamenter for at tiltrække potentielle brugere indtil den kritiske masse af brugere er opnået, hvorved efterspørgslen efter produktet bliver selvforstærkende.[514]

919. Den økonomiske litteratur skelner mellem direkte og indirekte netværkseffekter. Den *direkte* netværkseffekt måler betydningen af antallet af andre brugere på den samme side af markedet. Ovennævnte telefoneksempel er udtryk for en direkte netværkseffekt. Det er herudover rele-

[514] Denne udfordring er i den økonomiske litteratur ofte betegnet "hønen-og-ægget"-problemet, jf. eksempelvis Caillaud, B. & Jullien, B. (2003), "Chicken & Egg: Competition among intermediation service providers", RAND Journal of Economics: 309-328.

vant at overveje betydningen af *indirekte* netværkseffekter, når der er tale om flersidede markeder, hvor de indirekte netværkseffekter måler betydningen af antallet af brugere på den *ene* side af markedet for efterspørgslen på den *anden* side af markedet.

920. Kørselskontorerne og mobilitetsplatforme som Uber og Bolt kan betragtes som platforme, der opererer på et tosidet "marked"[515], hvor markedet for salg/formidling af taxikørsel udgør den ene side (passagersiden), og hvor markederne for henholdsvis salg af kørselskontorydelser og for mobilitetsplatformenes salg af formidling til kørselskontorerne repræsenterer den anden side (vognmandssiden), jf. afsnit 5.1.1. Der er særligt indirekte netværkseffekter på begge sider af markedet.

921. Passagerernes efterspørgsel efter taxikørsel afhænger bl.a. af ventetiden, dvs. den tid kunden skal vente fra bestilling af taxien (gennem app eller over telefon) til taxien ankommer, længden på taxikøen ved en taxiholdeplads, eller hvor nemt det er at praje en taxi på gaden. Ventetiden for kunden afhænger direkte af hvor mange taxier, der er på gaden på et givet tidspunkt. Det følger heraf, at der potentielt er tale om positive indirekte netværkseffekter.

922. Tilsvarende gør sig gældende på vognmandssiden. Vognmændenes indtjening afhænger direkte af antallet af kørte taxiture, der i sig selv afhænger af hvor mange passagerer, der har behov for taxikørsel på et givet tidspunkt. Det følger heraf, at der potentielt også er tale om positive indirekte netværkseffekter på vognmandssiden, både fsva. vognmændenes valg af kørselskontor og kørselskontorernes beslutning om, hvorvidt de ønsker at indgå samarbejdsaftale med en mobilitetsplatform (og i så fald hvilken), jf. punkt 927.

923. Positive netværkseffekter øger risikoen for market tipping i det omfang, netværkseffekterne er specifikke til den enkelte platform. Netværkseffekterne er i nærværende sag platformsspecifikke, i det omfang efterspørgslen efter ydelsen fra den enkelte platform (eksempelvis Uber eller Dantaxi) afhænger af antallet af brugere på den samme platform – i modsætning til antallet af brugere på markedet som helhed. Netværkseffekter, der relaterer sig til de passagerer, der bestiller en taxi gennem et specifikt kørselskontor eller mobilitetsplatform, dvs. bestilling via app, hjemmeside eller over telefonen, kan således betragtes som platformsspecifikke. Omvendt er der ikke tale om platformsspecifikke netværkseffekter, når taxikunder prajer en taxi på gaden eller ved en taxiholdeplads. I sådanne tilfælde er taxikundens ventetid ikke påvirket af hvor mange eksempelvis Dantaxi taxier, der er på gaden på det pågældende tidspunkt, men snarere hvor mange taxier, der totalt set er i nærheden uanset kørselskontor.[516] Det er følgelig relevant at undersøge styrken af de indirekte platformsspecifikke netværkseffekter.

Styrken af indirekte netværkseffekter

924. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen finder, at der er stærke positive indirekte netværkseffekter på vognmandssiden, dvs. at vognmændenes valg af kørselskontor i høj grad påvirkes af muligheden for at få adgang til kunder, uanset om det sker gennem kørselskontorets egne salgskanaler eller via kørselskontorets aftale med en tredjepartsmobilitetsapp, som Ubers. På passagersiden viser styrelsens undersøgelser et mere blandet billede af styrken af de indirekte netværkseffekter, da betydningen af ventetid for forbrugerne er mindre udtalt.

---

[515] Betegnelsen tosidet "marked" skal ikke nødvendigvis fortolkes som et samlet marked i konkurrenceretlig forstand. Konceptet stammer fra den økonomiske litteratur, der ikke er skrevet ud fra et konkurrenceretligt formål. I den konkrete sag er det styrelsens vurdering, at det er retvisende at afgrænse særskilte konkurrenceretlige markeder for hver side af det tosidede "marked", jf. afsnit 5.1.

[516] I styrelsens forbrugerundersøgelse angav knap hver fjerde respondent, at de i forbindelse med deres seneste taxitur havde prajet taxien på gaden (24 pct.) eller fået en anden til at bestille taxien (6 pct.), mens 74 pct. oplyste at, de havde henvendt sig til et specifikt taxiselskab enten telefonisk (29 pct.) eller via app (43 pct.) eller hjemmeside (2 pct.) (resten kunne ikke huske det), jf. punkt 947.

925. Styrelsens vognmandsundersøgelse viser, at det absolut væsentligste kriterie for valg af kørselskontor er adgang til en stor kundebase med betydelig geografisk dækning, og en forventning om et stort antal taxiture med hensigtsmæssig spredning over døgnet, jf. Tabel 5.20. Således er 7 ud af de 8 vigtigste årsager til vognmændenes valg af kørselskontor relateret til kundebasen, mens kun [10-20] pct. af vognmændene angiver en lav pladsleje, henholdsvis attraktiv taxameterpris, som én af de fem væsentligste årsager til valget af kørselskontor.[517]

Tabel 5.20 **Væsentligste årsager til vognmændenes valg af kørselskontor**

Årsag	**Andel (pct.)**
Kørselskontoret har stor geografisk dækning	[30-40]
Stor base af offentlige kunder, herunder flextrafik	[30-40]
Stor base af erhvervskunder	[30-40]
Stor base af privatkunder	[30-40]
Adgang til mobilitetsplatform (fx Uber, Bolt eller andre)	[20-30]
Samlet antal ture	[20-30]
Kørselskontorets markedsføring	[20-30]
Spredningen af ture over døgnet	[20-30]
Kørselskontorets tekniske system og support	[20-30]
Lav pladsleje	[10-20]
Attraktiv taxameterpris	[10-20]
Udbetalingsfrekvens fra kørselskontoret	[10-20]
Kort opsigelsesfrist	[10-20]
Kort kontraktuel binding	[5-10]
Gode finansierings/leasingmuligheder af køretøj	[5-10]
Gode finansierings/leasingmuligheder af udstyr	[5-10]
Rabataftaler på service og reparation	[5-10]
Attraktiv gebyrstruktur	[0-5]

Note: Andelene er beregnet på baggrund af 1185 respondenter. Respondenterne havde mulighed for at markere op til fem årsager.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af vognmandsundersøgelsen, spørgsmål 13.

926. Resultaterne af markedsundersøgelsen skal efter styrelsens opfattelse ikke fortolkes som et udtryk for, at taxameterprisen og pladsleje har meget lille betydning for vognmændene. Vognmændene er generelt motiveret af den samlede indtjening, de kan forvente at opnå gennem kørselskontoret, og den samlede indtjening afhænger både af taxameterprisen, pladslejen og adgangen til kunder. Markedsundersøgelsen kan imidlertid efter styrelsens vurdering ses som et udtryk for, at det under de gældende markedsmæssige forhold særligt er adgangen til en stor

[517] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 13.

kundebase, der har stor betydning for vognmandens valg af kørselskontor. Uber vurderer selv, at køretøjer tilknyttet Dantaxi ikke er udnyttet til ture i ca. [xxx] pct. af den tid, de er på vejen. Under sådanne forhold er det naturligt, at antallet af ture fylder mere i vognmandens bevidsthed end indtjeningen per tur.[518]

927. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at selvom vognmandssiden i konkurrenceretlig forstand består af to særskilte markeder, jf. punkt 920, er det ultimativt vognmændenes adfærd, der har betydning for vurderingen af de indirekte netværkseffekter på begge markeder på vognmandssiden. Det er både adgangen til kunder gennem kørselskontorets egne salgskanaler og gennem kørselskontorets eventuelle tilknytning til en mobilitetsplatform, der har betydning for vognmændenes valg af kørselskontor. Således svarer [20-30] pct. af respondenterne, at adgang til en mobilitetsplatform har været en væsentlig årsag til deres valg af kørselskontor, jf. Tabel 5.20. Det skal i den forbindelse bemærkes, at der efter styrelsens vurdering kan være risiko for market tipping, uanset om det sker ved, at hovedparten af vognmænd skifter til Dantaxi, eller de fleste kørselskontorer bliver en del af Ubers platform eller en kombination af de to muligheder.

928. Dokumentationen til understøttelse af en hypotese om indirekte netværkseffekter på passagersiden er mindre entydig. Privatkunderne giver således i styrelsens forbrugerundersøgelse udtryk for, at ventetid har forholdsvis begrænset betydning for deres valg af taxiselskab. Respondenterne blev bl.a. bedt om at tænke tilbage på deres seneste taxitur og blev i den forbindelse adspurgt, hvilke forhold var mest afgørende for deres valg af taxi. [xxx] pct. af de relevante respondenter svarede, at prisen var mest afgørende, mens kun [xxx] pct. svarede, at ventetiden havde størst betydning. Blandt de respondenter, der havde anvendt en mobilitetsplatform (fx Uber eller Bolt) til at bestille taxien, angav 16 pct., at ventetiden var én af de primære årsager, mens 52 pct. pegede på en lavere pris som væsentlig årsag.[519]

929. At privatkunderne rangerer ventetiden lavere end prisen skal imidlertid ses i lyset af, at flere forhold indikerer, at ventetiden generelt allerede er forholdsvis lav, jf. punkt 926. Hvis passagererne sjældent oplever væsentlig ventetid, kan dette være med til at forklare, hvorfor de kun i beskedent omfang angiver ventetid som afgørende for deres valg i modsætning til prisen. Det er dog ikke ensbetydende med, at privatkundernes efterspørgsel er upåvirkede af netværkseffekter. Ventetid er ifølge markedsaktører en væsentlig konkurrenceparameter. Uber oplyser at *"Kortere ventetider udgør en væsentlig kvalitetsforbedring. Forbrugeroplevelsen bestemmes ikke alene af den nominelle takst, men af den samlede pakke af pris og kvalitet. En reduktion i ventetiden sænker derfor den effektive (kvalitetsjusterede) pris, som forbrugerne møder."*[520] Tilsvarende har Bolt overfor styrelsen vurderet, at *"[...] Bolt er nødt til at [xxx]."*[521] Ligeledes har Taxa Syd/Taxi 4x27 forklaret for styrelsen, at *"[...] privatkunder typisk efterspørger kort ventetid, fleksibilitet og pålidelig lokal service."*[522]. Taxa 4x35 fortæller som et konkret eksempel, at de har oplevet [xxx].[523] Kørselskontorerne har således et behov for at kunne tiltrække en tilstrækkelig

---

[518] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 208.

[519] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 19. I vurderingen af risikoen for market tipping tager styrelsen generelt udgangspunkt i besvarelser fra alle respondenter i hele forbrugerundersøgelsen, medmindre andet er specifikt angivet. Dette er i modsætning til vurderingen af horisontale ensidige virkninger på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, som generelt tog udgangspunkt i de respondenter, der var bosat i de relevante kommuner. Forskellen skyldes, at vurderingen af market tipping er bredere, mere langsigtet og ikke isoleret til området omkring Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, og det er derfor styrelsens vurdering, at det er mere retvisende at foretage vurderingen på baggrund af hele forbrugerundersøgelsen. Besvarelserne fra respondenter i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner afviger ikke betydeligt fra besvarelserne fra alle respondenterne som helhed, og det har derfor ikke afgørende betydning for vurderingen.

[520] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder.

[521] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

[522] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd/Taxi 4x27 den 30. september 2025.

[523] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.

stor base af vognmænd for at kunne levere taxiydelser inden for en rimelig ventetid. Som illustration heraf har Uber oplyst, at *"[e]n af grundene til opkøbet af Dantaxi var, at [xxx]"*[524]

930. Derudover bemærker styrelsen, at risiko for ventetid også kan påvirke prisen, idet Uber i visse situationer bruger surge pricing, jf. afsnit 5.2.4.1, som ifølge Uber har til formål at nedbringe ventetiden.[525] Det betyder, at antallet af vognmænd på platformen kan have indirekte indflydelse på prisen i perioder med spidsbelastning og derigennem have betydning for efterspørgslen. Samtidigt kan surge pricing ses som et udtryk for (den marginale) forbrugers betalingsvillighed for at undgå ventetid.

931. Skala og tilstrækkelig vognmandskapacitet synes derudover at have stor betydning i forhold til konkurrencen om offentlige kunder og erhvervskunder. Således oplever halvdelen af kørselskontorerne i styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer kapaciteten som en stor eller meget stor barriere for at kunne konkurrere om offentlige udbud, mens krav til service og geografisk dækning opleves som store eller meget store barrierer af knap 60 pct. af respondenterne. Et kørselskontor uddyber, at *"Vi ser i stigende grad, at udbud skal gælde for hele Danmark eller regioner. [...]"*[526], hvilket mindre lokale kørselskontorer ikke ville kunne opfylde. Tilsvarende har Drivr overfor styrelsen forklaret, at markedet for erhvervskunder og offentlige kunder ofte stiller krav til en større flåde af taxier[527].

932. Samtidig spiller adgangen til offentlige kunder og erhvervskunder en væsentlig rolle for kørselskontorernes konkurrenceevne, særligt i konkurrencen om vognmændene. Bolt, Taxa Syd/Taxi 4x27 og Drivr oplyser bl.a., at offentlige kontrakter er centrale for effektiv udnyttelse af kapaciteten, da spidsbelastningsperioder varierer mellem B2G, B2B og privatkundemarkedet.[528] Taxa 4x35 fremhæver, at kørsel for offentlige kunder [xxx] indtægtskilde uden for de større byer, da der her generelt er mindre efterspørgsel fra privatkunder.[529] Denne opfattelse er yderligere understøttet af styrelsens vognmandsundersøgelse, der viser, at stor geografisk dækning samt adgang til B2G og B2B kunder er [xxx] årsager til vognmandens valg af kørselskontor, ligesom spredningen af ture over døgnet ligeledes har væsentlig betydning, jf. Tabel 5.20 ovenfor.[530]

933. Dette viser efter styrelsens vurdering, at der findes et centralt feedback-loop af indirekte netværkseffekter mellem privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder på den ene side og vognmænd på den anden. En bred kundebase af henholdsvis privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder komplementerer hinanden i forhold til kørselskontorernes mulighed for at kunne tilbyde vognmændene et attraktivt mix af efterspørgsel med god spredning over døgnet. Med en stor og bred kundebase kan et kørselskontor dermed nemmere tiltrække de vognmænd, der er nødvendige for at kunne sikre en tilstrækkelig kapacitet og geografisk dækning for at afgive konkurrencedygtige bud til offentlige kunder og erhvervskunder og samtidigt levere taxiydelser til privatkunder inden for en rimelig ventetid.

---

[524] Jf. referat af styrelsens møde med Uber den 3. oktober 2025.

[525] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 236.

[526] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 94.

[527] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr, den 7. oktober 2025. Dette er bekræftet af et eksempel på konkret udbudsmateriale fra en række kommuner omkring København, jf. Udbudsbetingelser for offentligt udbud af rammeaftaler om levering af taxikørsel til visiterede borgere og administrativ kørsel, Frederiksberg Kommune, Gentofte Kommune, Rudersdal Kommune, Ballerup Kommune, Lyngby-Taarbæk Kommune, Gladsaxe Kommune, Rødovre Kommune og Høje-Taastrup Kommune, juni 2025, fremsendt som Annex 1 til Bolt's comments to merger filing, af 30. marts 2026.

[528] Jf. referat af møde med Bolt, den 1. oktober 2025, referat af møde med Taxa Syd/Taxi 4x27, den 30. september 2025, samt referat af møde med Drivr den 7. oktober 2025, og Bolt's comments to merger filing af 30. marts 2026.

[529] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35, den 7. oktober 2025.

[530] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 13.

934. Uber gør i sit høringssvar af 19. maj 2026 gældende, at fusionen ikke har ændret konkurrencen om de offentlige udbud med henvisning til, at Dantaxi efter fusionen har tabt udbud til Drivr og Taxa 4x35.[531] Dette forhold er efter styrelsens vurdering helt konsistent med styrelsens skadesteori. Taxa 4x35 er efter fusionen det næststørste kørselskontor (efter Uber/Dantaxi) i Storkøbenhavn, jf. afsnit 5.2.4.1.3.1, og er dermed ét af de kørselskontorer, der fortsat har tilstrækkelig kapacitet til at kunne konkurrere om offentlige kunder. Tilsvarende har Drivr gennem samarbejdet med Uber formået at tiltrække vognmænd og opbygge tilstrækkelig kapacitet til at kunne afgive konkurrencedygtige bud. At netop Drivr og Taxa 4x35 har vundet offentlige udbud illustrerer betydningen af tilstrækkelig kapacitet for konkurrencen om offentlige kunder. At tilstrækkelig vognmandskapacitet har stor betydning for evnen til at konkurrere om offentlige kunder afspejler de stærke indirekte netværkseffekter, der efter styrelsens vurdering leder til en risiko for market tipping på længere sigt. Det er som nævnt ikke afgørende for vurderingen, om markedet allerede er tippet umiddelbart efter fusionen.

935. Samlet set er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at der er stærke positive indirekte netværkseffekter på vognmandssiden såvel som på passagersiden. Endvidere er det styrelsens vurdering, at samspillet mellem komplementære kundegrupper på passagersiden, bidrager til at forstærke de indirekte netværkseffekter.

5.2.5.3.2 Singlehoming vs. multihoming

Betydningen af singlehoming/multihoming

936. Singlehoming er betegnelsen for det forhold, at en markedsaktør anvender eller er tilknyttet en enkelt platform eller ydelse, mens der er tale om multihoming, hvis markedsaktører er tilknyttet eller afsøger flere platforme på samme tid. Graden af singlehoming/multihoming kan enten reducere eller styrke virkningen af indirekte netværkseffekter og har derfor stor betydning for risikoen for market tipping. Det er i denne sag relevant at undersøge graden af singlehoming/multihoming på både passagersiden og vognmandssiden.

937. Singlehoming på passagersiden skal forstås således, at kunderne henvender sig til et enkelt taxiselskab, når de bestiller taxi, hvorimod multihoming indebærer, at kunderne ved bestilling af en taxi afsøger markedet og sammenligner priser og ventetid på tværs af taxiselskaber.

938. Hvis kunderne multihomer ved at sammenligne priser og andre vilkår på tværs af taxiselskaber hver gang de skal bestille en taxi, vil vognmændene i realiteten have adgang til alle kunder, uanset hvilket kørselskontor vognmanden er tilknyttet. I et sådant tilfælde kan virkningen af de indirekte netværkseffekter være væsentligt reduceret. Omvendt giver en høj grad af singlehoming platformen en eksklusiv adgang til de kunder, der anvender den pågældende platform. Dette øger barriererne for at kunne tiltrække en anden platforms kunder og dermed gøre det vanskeligere at udfordre en dominerende platforms markedsposition.

939. Det vil i særlig grad være vanskeligere for et kørselskontor at komme ind på et nyt marked eller ekspandere sine aktiviteter i et område, hvis passagererne typisk ringer til samme taxiselskab eller anvender samme bestillingsapp, som de plejer, når de skal bestille en taxi. Det kan fx være privatkunder, der er drevet af vane eller præferencer for en specifik platform, eller offentlige eller erhvervskunder, der har indgået en rammeaftale med et taxiselskab. Omvendt hvis passagererne har en tendens til at skifte mellem taxiselskaber fra gang til gang, kan det være nemmere for en ny aktør at etablere sig og ekspandere ved at tiltrække nye kunder med konkurrencedygtige tilbud. Men så længe passagererne singlehomer ved kun at henvende sig til et enkelt taxiselskab i forbindelse med en given taxitur, har en vognmand, der kører for et enkelt kørselskontor på et givet tidspunkt, kun adgang til de kunder, der på det tidspunkt henvender sig til

[531] jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 61.

taxiselskabet. Selv hvis passagererne skifter mellem bestillingsmetode og taxiselskab fra gang til gang, kan det således ikke betragtes som multihoming, der tjener til at reducere virkningen af de indirekte netværkseffekter.

940. På vognmandssiden angiver singlehoming kontra multihoming, hvorvidt en vognmand er tilknyttet et enkelt eller flere forskellige kørselskontorer på samme tid. Hvis en vognmand på et givet tidspunkt står til rådighed for flere forskellige kørselskontorer på samme tid, betyder det, at vognmanden har adgang til en bredere kundegruppe, og kunderne har adgang til en større flåde af taxier, selv hvis kunderne singlehomer. Omvendt giver singlehoming blandt vognmændene et kørselskontor eksklusiv adgang til den gruppe af vognmænd, der kører for kørselskontoret. Singlehoming på vognmandssiden gør det vanskeligere for et konkurrerende kørselskontor at tiltrække vognmænd fra en platform med en stærk markedsposition, idet en vognmands tilvalg af det konkurrerende kørselskontor nødvendigvis indebærer et fravalg af den attraktive platform og derved adgangen til platformens kunder.

941. Singlehomingadfærd kan således tjene til at forstærke den indlåsende effekt af netværkseffekter, mens høj grad af multihoming omvendt mindsker betydningen af netværkseffekter.

Graden af singlehoming blandt private forbrugere

942. Parterne finder, at forbrugerne (privatkunder) i høj grad multihomer på tværs af taxiudbydere og salgskanaler.[532] Parterne begrunder dette med, at forbrugerne har adgang til en lang række alternative transportformer, salgskanaler og udbydere på de forskellige salgskanaler uden nogen begrænsning, at det særligt gennem onlinebooking er nemt for forbrugerne at sammenligne tilbud på tværs af selskaber, samt at selve taxiydelsen er et meget homogent produkt. Parterne understøtter denne vurdering [xxx].

943. Konkurrence- og forbrugerstyrelsen er ikke enig i, at det på baggrund af ovenstående kan konkluderes, at forbrugerne multihomer. *For det første* bemærker styrelsen, at det forhold, at forbrugerne har adgang til en lang række forskellige alternativer, ikke i sig selv er ensbetydende med, at forbrugerne multihomer. Det afgørende for graden af multihoming er, i hvilket omfang forbrugerne faktisk afsøger, sammenligner, og reelt er villige til at vælge forskellige alternativer. *For det andet* er styrelsen ikke enig i, at eventuelle indikationer på anvendelse af forskellige andre transportmidler, herunder bus, tog, metro, taxi og løbehjul, kan betragtes som multihoming. Hvorvidt en kunde somme tider benytter bus eller metro har ingen betydning for, hvor nemt det er for en aktuel eller potentiel konkurrent til Uber/Dantaxi at etablere sig eller ekspandere udbuddet af taxikørsel. Det afgørende er, i hvilket omfang kunden er villig og tilbøjelig til at afsøge muligheden for at bestille en taxi hos konkurrenten.

944. *For det tredje* er der en række forhold, der gør, at det ikke nødvendigvis kan konkluderes på baggrund [xxx]r. Parternes konklusion bygger derfor på, [xxx] Styrelsen bemærker imidlertid, [xxx][533], [xxx], som ikke er en del af det relevante marked, jf. afsnit 5.1.1. Endvidere bemærker styrelsen, [xxx]. Det er derfor styrelsens vurdering, [xxx].

945. Det er styrelsens vurdering, at privatkunderne kun i begrænset omfang multihomer, og at der derimod er klare tegn på en udpræget singlehoming adfærd.

946. Indledningsvist bemærker styrelsen, at der ved undersøgelse af graden af singlehoming blandt privatkunderne bør skelnes mellem forskellige salgskanaler. Det er i sagens natur ikke relevant

[532] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 193 - 197.
[533] [xxx].

at vurdere omfanget af single- og multihoming, når en taxi prajes på gaden eller fra en taxiholdeplads, hvor der ikke er tale om platformsspecifikke netværkseffekter, jf. punkt 923.

947. I styrelsens forbrugerundersøgelse er det knap en fjerdedel af respondenterne, der angiver, at de i forbindelse med deres seneste taxitur enten prajede en taxi (18 pct.) eller fik en anden til at bestille en taxi til sig (6 pct.). Resten havde valgt et specifikt taxiselskab ved enten at bestille via en app (43 pct.) eller ved at ringe til et taxiselskab (29 pct.), mens kun en lille andel benyttede et taxiselskabs hjemmeside (2 pct.). Det er relevant at undersøge i hvilket omfang de respondenter, der bestiller taxi gennem et specifikt taxiselskab, afsøger markedet og anvender forskellige alternativer, når de skaffer en taxi.[534]

948. Styrelsen har adspurgt alle respondenter, hvorvidt de i forbindelse med seneste taxitur sammenlignede priser, ventetider og andre forhold på tværs af taxiselskaber, før de bestilte deres taxi. Blandt de respondenter, som bestilte en taxi (via telefon, app eller hjemmeside), angav knap 80 pct., at de ikke sammenlignede alternativer før bestilling, mens kun 14 pct. foretog en sammenligning (resten svarede "ved ikke"). Selv blandt de respondenter, der foretog online bestilling, som ifølge parterne muliggør nem sammenligning af tilbud på tværs af selskaber, foretog 74 pct. ikke en sådan sammenligning.[535]

949. Styrelsens oplysninger peger i retning af, at privatkunderne i stigende omfang anvender apps til bestilling af taxi fremfor andre salgskanaler. Ifølge Uber viser tendensen fra 2024-2025 "*[...] at app-bookinger bliver stadig mere populære, især blandt B2C-kunder, idet [xxx] pct. af bookingerne [hos Dantaxi] i juni-august 2024 blev foretaget via Dantaxi appen, mens [xxx] pct. af bookingerne i juni-august 2025 samlet set blev foretaget via enten Dantaxi appen eller Uber-appen [...]*".[536] [xxx] 4x35, at de i [xxx] oplever, at deres kunder bestiller taxikørsel via Taxa 4x35's app[537], mens Taxa Syd /Taxi 4x27 oplyser, at gadeture er mindre almindelige, da kunderne i stigende grad booker kørsel via apps.[538] Uber, der er specialiseret i formidling af taxikørsel via apps, har efter platformens indtræden på det danske marked i starten af 2025 opbygget betydelige markedsandele på kort tid, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1. Drivr oplyser, at mere end [xxx] pct. af deres omsætning kommer fra ture genereret via apps (primært Uber)[539].

950. Det er endvidere styrelsens vurdering, at denne udvikling efter al sandsynlighed vil fortsætte fremover. I styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer har kørselskontorerne svaret, at mobilitetsapps vil få en væsentligt større (87 pct.) eller noget større (7 pct.) rolle i løbet af de næste 2 år sammenlignet med i dag, mens ingen mener, at appsenes rolle vil være uændret eller mindre fremover. [540]

951. Styrelsen har på den baggrund haft fokus på at undersøge privatkundernes single/multihomingadfærd, fsva. bestilling af taxi via apps. Forbrugerundersøgelsen viser, at de fleste af de privatkunder, der har taxibestillingsapps installeret på deres mobil, kun har én app installeret, jf. Tabel 5.21. Ligeledes er det kun få respondenter, der har brugt mere end én app til enten at bestille en taxi eller til at sammenligne priser og andre vilkår, de seneste 6 måneder. Af de respondenter, der har brugt apps de seneste 6 måneder, er det således [70-80] pct., der alene har anvendt én app. Dette er konsistent med, at selv brugere, der benytter apps til at bestille taxi, kun i meget beskedent omfang sammenligner tilbud på tværs af taxiselskaber, jf. punkt 948.

---

[534] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 10.
[535] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 17.
[536] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 207.
[537] Jf. referat af styrelsens møde med 4x35 den 7. oktober 2025.
[538] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd/Taxi 4x27 d. 30. september 2025.
[539] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[540] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 115.

Tabel 5.21 **Forbrugernes anvendelse af apps til bestilling af taxi**

Antal apps…	…installeret på mobil (andel af respondenter, pct.)	…anvendt de seneste 6 mdr. (andel af respondenter, pct.)
0	[30-40]	[40-50]
1	[40-50]	[40-50]
2	[10-20]	[10-20]
3	[0-5]	[0-5]
4	[0-5]	[0-5]
5	[0-5]	[0-5]
6	[0-5]	[0-5]
7	[0-5]	[0-5]

Note: Andelene er baseret på besvarelser fra 1.005 respondenter. Spørgsmål 3 lyder "Har du én eller flere apps til bestilling af taxi i Danmark installeret på din telefon? Hvis ja, hvilke(n)". Spørgsmål 4 lyder "Har du brugt én eller flere apps til at bestille taxi eller tjekke priser/andre informationer om taxi i Danmark inden for de seneste 6 måneder? Hvis ja, hvilke(n)?". I begge tilfælde havde respondenten mulighed for at markere én eller flere apps, eller afkrydse "Nej".

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelse blandt privatkunder, spørgsmål 3 og spørgsmål 4

952. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at privatkundernes efterspørgsel i høj grad er præget af singlehoming, særligt fsva. taxibestilling via apps, som forventes at blive mere almindeligt fremover. Det betyder dog ikke, at der er tale om singlehoming blandt privatkunder på hele markedet. En del af markedet udgøres fortsat af gadeture, hvor efterspørgslen i sagens natur ikke er knyttet til specifikke taxiselskaber. Tilsvarende muliggør bestilling af taxi via app eller online, at tilbud nemt kan sammenlignes på tværs af taxiselskaber, som parterne har gjort gældende. Dog viser styrelsens undersøgelser, at dette kun forekommer i ganske beskedent omfang. Dette skal ses i lyset af, at undersøgelsen har fundet sted i en periode, hvor det har været muligt for taxikunder at opnå store rabatter ved en mere aktiv afsøgning af markedet. Hvis konkurrencebilledet skulle ændre sig, således at de tilbudte rabatter bliver færre eller mindre, er det efter styrelsens vurdering sandsynligt, at privatkunderne vil have endnu ringere incitament til at multihome. Sammenlagt er det styrelsens vurdering, at der er en høj grad af singlehoming blandt privatkunderne, samt at dette sandsynligvis vil være gældende i endnu højere grad fremover, efterhånden som bestilling via apps bliver mere udbredt, og i takt med at omfanget af Ubers og Bolts introduktionsrabatter forventeligt reduceres.

Graden af singlehoming blandt offentlige kunder og erhvervskunder

953. Styrelsen har ikke foretaget en særskilt markedsundersøgelse blandt offentlige kunder og erhvervskunder, der kan bruges til at belyse graden af singlehoming for disse kundegrupper. Det er imidlertid styrelsens vurdering, at efterspørgslen fra disse kundegrupper i sagens natur er præget af høj grad af singlehoming. Dette skyldes, at konkurrencen om offentlige kunder og erhvervskunder udspiller sig gennem udbud eller tilbudsindhentning, hvorved et kørselskontor vinder en rammeaftale om at levere taxikørsel i en given periode, jf. afsnit 4.2.6.2 og afsnit 4.2.6.3. Dette indebærer, at offentlige kunder og erhvervskunder singlehomer inden for rammeaftalens varighed, og at konkurrencen om disse kundegrupper dermed ikke kan tjene til at modvirke de stærke indirekte netværkseffekter.

Graden af singlehoming blandt vognmænd

954. På grund af taxilovgivningen i Danmark er det ikke tilladt for vognmænd selv at sælge taxitjenester direkte til passagererne. Det er kun kørselskontorer med licens, der har lov til at sælge taxitjenester, og vognmændene er derfor afhængige af at være tilknyttet et kørselskontor for at få adgang til kunderne.[541]

955. Hver vognmand er som udgangspunkt tilknyttet ét kørselskontor, men der er ikke noget lovgivningsmæssigt til hinder for, at en vognmand, der råder over mere end én taxi, kan multihome og indgå aftale med flere forskellige kørselskontorer (hvor hver taxi er tilknyttet ét kørselskontor), jf. afsnit 4.2.1.2. Dette forekommer dog ifølge styrelsens oplysninger yderst sjældent i praksis. I styrelsens vognmandsundersøgelse svarer 98 pct. af respondenterne, at deres bil(er) er tilknyttet ét kørselskontor, og kun 2 pct. angiver, at de er tilknyttet flere kørselskontorer.[542]

956. Styrelsen bemærker, at kørselskontorers tilknytning til mobilitetsplatforme – Uber og Bolt – kan betragtes som en form for multihoming. Parterne oplyser således, at chauffører tilknyttet Dantaxi og Drivr fortsat har adgang til at sælge taxiydelser uden om Uber gennem egen app, hjemmeside, telefon eller praj på gaden.[543] [xxx] ser Taxa Syd/Taxi 4x27 [xxx].[544] Det er dog styrelsens vurdering, at denne form for multihoming vil have begrænset betydning for risikoen for market tipping til fordel for Uber. Med Ubers opkøb af Dantaxi vil Dantaxi's chaufførers mulighed for at multihome gennem Dantaxi's øvrige salgskanaler ikke have nogen disciplinerende effekt overfor Uber. Drivr's chaufførers mulighed for at multihome er ligeledes begrænset, eftersom Uber er [xxx] salgskanal for Drivr, jf. punkt 949 ovenfor. Omvendt er det netop muligheden for at sælge taxikørsel gennem både mobilitetsplatformen og kørselskontorets egne salgskanaler, der gør det særligt attraktivt for vognmændene at køre for kørselskontorer, der er tilknyttet en mobilitetsplatform – og derved særligt attraktivt for et kørselskontor at blive tilknyttet en mobilitetsplatform. Markedet risikerer at tippe til fordel for Uber/Dantaxi, uanset om dette skyldes, at vognmændene skifter til Dantaxi, eller om flere kørselskontorer bliver tilknyttet Ubers platform.

957. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at kørselskontorernes tilknytning til mobilitetsplatformene ligeledes er karakteriseret af singlehoming. Drivr (og Dantaxi efter fusionen) har alene en aftale med Uber, mens Bolts eget kørselskontor (tidligere Viggo) og 4x27 alene har aftaler med Bolt. Denne adfærd er delvist understøttet af vertikal integration på markedet (Uber med Dantaxi og Bolt med Viggo)[xxx].[545] Det er ikke utænkeligt, at dette kan ændre sig på længere sigt, men der er efter styrelsens oplysninger ikke på nuværende tidspunkt indikationer på, at kørselskontorerne har udtrykt interesse i at multihome på tværs af mobilitetsplatforme, eller at mobilitetsplatformene har udtrykt interesse i at tillade dette.

958. Samlet set er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at vognmandssiden er præget af nærmest perfekt singlehoming blandt vognmændene, såvel som blandt kørselskontorerne.

5.2.5.3.3 Øvrige markedskarakteristika

959. Mens netværkseffekter og singlehoming/multihoming adfærd er centrale elementer i vurderingen af risikoen for market tipping, kan det også være relevant at undersøge virkningen af en

---

[541] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 130 og afsnit 4.2.1.
[542] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 6
[543] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 208.
[544] Jf. referat af møde med Taxa Syd/Taxi 4x27, den 30. september 2025.
[545] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 99.

række øvrige markedskarakteristika, der kan bidrage yderligere til at øge eller mindske risikoen for market tipping. Styrelsen vil i det følgende gennemgå disse markedskarakteristika.

Skifteomkostninger

960. Skifteomkostninger refererer til de omkostninger, som markedsaktører påtager sig, når de skifter mellem forskellige platforme. Skifteomkostninger skal forstås bredt og omfatter således ikke alene de finansielle omkostninger forbundet med et skifte, men derudover også søgeomkostninger, læringsomkostninger, psykologiske omkostninger, tidsforbrug og besvær, mm. Skifteomkostninger skal herudover forstås i den konkrete kontekst og sættes i forhold til den potentielle gevinst ved at foretage et skifte.

961. Høje skifteomkostninger kan øge risikoen for market tipping ved at forstærke den indlåsende effekt af netværkseffekter. De reducerer yderligere kundernes incitament til at afprøve alternative muligheder, og gør det endnu vanskeligere for nye og potentielle aktører at trænge ind og ekspandere på markedet og udfordre en dominerende platform.

962. Uber afviser, at der kan være risiko for market tipping, idet passagererne ikke er fastlåst til Ubers platform. Der er ifølge Uber ingen høje skiftebarrierer for passagererne, og utilfredse passagerer kan uden videre vælge alternative udbydere, hvilket i sidste ende disciplinerer markedsdeltagerne.[546]

963. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er enig med Uber i, at der ikke er nogen finansielle omkostninger ved at skifte platform på passagersiden. Det er gratis at downloade en taxiapp eller en mobilitetsapp og oprette sig som bruger. Det er imidlertid ikke afgørende for vurderingen af risikoen for market tipping, om passagererne uden videre *kan* skifte udbyder eller *har mulighed* for at multihome. Det centrale er, om passagererne faktisk udnytter de muligheder, de har. Styrelsen finder, at privatkunderne udviser en udpræget singlehomingadfærd, på trods af at der ikke umiddelbart forekommer væsentlige observerbare skiftebarrierer, jf. afsnit 5.2.5.3.2 ovenfor. Dette kan indikere, at privatkunderne oplever en psykologisk skifteomkostning i form af besvær og tidsforbrug, som kan forekomme betydelig, hvis privatkunderne ikke er bevidste om de potentielle fordele ved at skifte platform eller multihome mellem platforme. Uber gør gældende, at manglende skift eller multihoming blandt passagerer afspejler tilfredshed med pris og servicekvalitet snarere end eksistensen af skiftebarrierer.[547] Styrelsen bemærker hertil, at uanset om dette er korrekt eller ej, ændrer det ikke ved, at passagererne i høj grad *de facto* singlehomer, hvilket gør det vanskeligt for aktuelle og potentielle konkurrenter at udfordre en stærk markedsposition. Jo stærkere markedsposition Uber opbygger, desto færre muligheder har utilfredse passagerer for at kunne vælge alternative udbydere for at disciplinere Ubers markedsadfærd.

964. Ifølge parterne er skifteomkostningerne for vognmændene meget lave, hvilket afspejles i en efter parternes vurdering høj mobilitet. Parterne estimerer således, at Dantaxis årlige churn af vognmænd lå på omkring [xxx] pct. i 2022-2024.[548] Parterne bemærker dog hertil, at Dantaxi ikke er besiddelse af oplysninger om baggrunden for afgangen af vognmænd, men anslår at størstedelen skyldes pension.[549] Uber estimerer, at det koster ca. [xxx] EUR (ca. [xxx] kroner) pr. køretøj for en vognmand at skifte kørselskontor, da bilen teknisk skal omstilles til en ny platform og have et nyt taxameter, men tilføjer, at det ofte er kørselskontorerne, der dækker skifteomkostningen for vognmanden.[550] Styrelsen bemærker i den forbindelse, at det ikke er afgø-

[546] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 62-66.
[547] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 65.
[548] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 215.
[549] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 218.
[550] Jf. referat af møde med Uber den 3. oktober 2025.

rende hvem, der betaler skifteomkostningerne. Hvis omkostningen dækkes af kørselskontoret, reduceres kørselskontorernes incitament til at tiltrække vognmænd tilsvarende (eller kørselskontoret søger en kompensation på anden vis, fx gennem højere pladsleje). Bolt anslår en [xxx] finansiel skifteomkostning på [xxx] kroner pr. køretøj, hvilket Bolt betragter som [xxx] engangsinvestering for en vognmand.[551]

965. Udover de rene finansielle skifteomkostninger er vognmændenes mobilitet endvidere begrænset af bindingsperioder og opsigelsesvarsler. Styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer viser, at [xxx] pct. af kørselskontorerne havde en bindingsperiode på op til 3 måneder, en [xxx] af kørselskontorerne havde en bindingsperiode på 4-6 måneder (et enkelt kørselskontor angav binding på 13-18 måneder), mens [xxx] pct. af kørselskontorerne har et opsigelsesvarsel på 4-6 måneder.[552] Flere kørselskontorer har over for styrelsen oplyst, at særligt Dantaxi er kendt for at operere med lange bindingsperioder.[553] Det er ligeledes mange vognmænds opfattelse, at det er tidskrævende at skifte kørselskontor udover kontraktuel binding og opsigelsesvarsel. Hovedparten af vognmændene i styrelsens vognmandsundersøgelse giver således udtryk for, at det efter deres opfattelse ville tage 4-6 måneder eller derover, selv hvis de ikke skulle betale et eventuelt opsigelsesgebyr for at komme ud af deres nuværende kontrakt.[554]

966. Endelig kan søgeomkostninger spille en betydelig rolle for vognmændenes mobilitet. Hvis vognmændene ikke har kendskab til, hvad andre kørselskontorer kan tilbyde, er de ikke nødvendigvis bevidste om, at de potentielt kan opnå bedre vilkår ved at skifte kørselskontor. I vognmandsundersøgelsen angiver 63 pct. af de adspurgte vognmænd, at de havde intet eller begrænset kendskab til de væsentligste vilkår i de kontrakter, der tilbydes af andre kørselskontorer (herunder pladsleje, opsigelsesperiode, etc.).[555]

967. Styrelsens vognmandsundersøgelse viser tydeligt, at vognmændenes mobilitet er meget begrænset. 75 pct. af de adspurgte vognmænd oplyser, at de aldrig har skiftet kørselskontor, og at de dermed altid har været tilknyttet samme kørselskontor. 19 pct. har skiftet én gang, mens ganske få (4 pct.) har foretaget 2-3 skift.[556] Blandt de forholdsvis få vognmænd, der har skiftet kørselskontor, oplyser godt halvdelen af respondenterne, at deres (seneste) skift er foretaget efter Ubers og Bolts indtræden på det danske marked i 2025.[557] En betydelig del (27 pct.) af de vognmænd, der på et tidspunkt har skiftet kørselskontor, oplyser, at de har skiftet kørselskontor netop for at få adgang til bestilling via en mobilitetsapp (Uber eller Bolt).[558]

968. Styrelsen bemærker, at lav mobilitet ikke nødvendigvis og i alle tilfælde skyldes høje skifteomkostninger. Således begrunder hovedparten af de vognmænd, der ikke har skiftet kørselskontor, deres manglende mobilitet med, at de er tilfredse med deres nuværende kørselskontor, og at de ikke ønsker at køre for andre kørselskontorer. Derudover svarer 29 pct., at de ikke har overvejet at skifte kørselskontor endnu, mens 18 pct. svarer, at der er store omkostninger forbundet med at skifte kørselskontor, og 10 pct. svarer, at de er bundet af kontraktuelle forhold.[559]

969. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens samlede vurdering, at der er visse indikationer på skifteomkostninger på de relevante markeder, særligt afspejlet ved en lav grad af multihoming (fsva. privatkunderne) og lav mobilitet (fsva. vognmændene). Disse skifteomkostninger har

---

[551] Jf. Bolts comments to merger filing, 30 March 2026.
[552] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 121 og spørgsmål 124.
[553] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025, Taxa Syd/Taxi 4x27 den 30. september 2025, og Drivr den 7. oktober 2025.
[554] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 17.
[555] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 19.
[556] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 21.
[557] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 23.
[558] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 27.
[559] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 29.

blandt andet karakter af ikke-finansielle omkostninger i form af tidsforbrug, besvær og manglende kendskab til relevante alternativer og dermed manglende bevidsthed om muligheden for at opnå bedre vilkår. Derudover er vognmændenes skift af kørselskontor forbundet med væsentlige finansielle skifteomkostninger, og deres skiftemuligheder er yderligere begrænset af kontraktuelle bindingsperioder og opsigelsesfrister.

970. Hvad enten skifteomkostningerne er høje eller forholdsvis beskedne, bidrager de til at forstærke den indlåsende virkning af netværkseffekterne. En vognmand, der overvejer at skifte kørselskontor, giver ikke alene afkald på adgang til nuværende kundebase men skal herudover afholde skifteomkostninger, hvilket øger den kompensation som et konkurrerende kørselskontor skal tilbyde. Tilsvarende er privatkunderne mindre tilbøjelig til at afprøve forskellige taxiselskaber eller sammenligne tilbud på tværs af platforme, hvis kunden opfatter det som besværligt eller er drevet af vane.

Skalafordele og data

971. Skalafordele har virkninger, der på mange måder minder om effekten af netværkseffekter, idet de ligesom netværkseffekter bidrager til øget koncentration som følge af, at storskalaproduktion med skalafordele er billigere end produktion på et mere fragmenteret marked. Betydelige skalafordele kan på den måde komplementere netværkseffekter og øge risikoen for market tipping.

972. Der er efter styrelsens oplysninger ikke tegn på, at taxikørsel i sig selv er karakteriseret af betydelige skalafordele. Langt de fleste vognmænd (85 pct.) råder kun over en enkelt taxi og kan således karakteriseres som meget små (potentielt enkeltmands-) virksomheder.[560] Dette indikerer, at vognmændene ikke oplever betydelige omkostningsbesparelser ved konsolidering.

973. Der er ligeledes tegn på, at drift af kørselskontor i sig selv ikke nødvendigvis er forbundet med væsentlige skalafordele. Selvom branchen har oplevet en vis grad af konsolidering siden liberaliseringen af taxiloven i 2018, og enkelte kørselskontorer (særligt Dantaxi) har opbygget en betydelig størrelse, er der fortsat 81 kørselskontorer i Danmark, hvoraf mange er forholdsvis små og lokale, jf. afsnit 4.2.1.

974. Der er imidlertid også forhold, der peger i retning af, at skala har betydning for kørselskontorers konkurrenceevne. Det er i særdeleshed formidling af taxikørsel gennem apps, der ifølge styrelsens oplysninger er karakteriseret af betydelige skalafordele. Omkostningerne til formidling af taxikørsel via apps har primært form af faste omkostninger til udvikling, videreudvikling og vedligeholdelse af app-teknologien og de algoritmer, der styrer efficient tildeling af taxiture til relevante vognmænd, mens marginalomkostningerne formodes at være lig eller tæt på nul. Det betyder, at gennemsnitsomkostningerne for app-formidling falder med antallet af taxiture, og dermed at omkostningerne til udvikling og vedligeholdelse af appbestillingsteknologi kan være høje for små kørselskontorer med begrænset app-formidling.

975. Uber og Bolt har efter styrelsens vurdering en betydelig skalafordel fremfor de danske kørselskontorer i kraft af deres internationale tilstedeværelse. Uber har over for styrelsen forklaret, at kernen i deres forretning er deres matching-algoritme, der har til formål at gøre den samlede pulje af ture fra A til B så effektiv som muligt, udviklet af en stab på mere end [xxx] ingeniører på verdensplan.[561] De årlige investeringer på verdensplan beløber sig til mere end [xxx][562] Dette

[560] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 4.
[561] Jf. referat af styrelsens møde med Uber den 3. oktober 2025.
[562] Jf. Ubers præsentation på møde med Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, den 19. marts 2026, slide 11.

vidner om en betydelig investering i matching-teknologi, som danske kørselskontorer vil have svært ved at replikere og forrente på et dansk marked for taxikørsel.

976. De fleste kørselskontorer tilbyder formidling af taxikørsel gennem egne apps.[563] Uber anfører at *"[…] selvom Uber har et betydeligt fokus på at levere en overlegen brugeroplevelse og løbende fokuserer på at forbedre Uber-appen, [er appen i sin essens] blot en app og brugergrænseflade til levering af taxikørsel, og i denne henseende adskiller kerneelementet i at levere en salgskanal for taxikørsel sig ikke fra de apps, der drives af andre kørselskontorer"*.[564] Uber tilføjer, *"[u]dviklingen af en intern app er ikke omkostningstungt henset til tilgængeligheden af standardløsninger fra tredjepartsleverandører, som gør det muligt for selv nye markedsdeltagere at opbygge deres egne apps med lethed"*,[565]

977. Der er imidlertid stor forskel på, hvilke funktioner de enkelte apps kan tilbyde forbrugere og vognmænd. Drivr har eksempelvis bemærket, at [xxx] Drivrs egen app grundlæggende kan det samme som andre taxiapps, er Ubers app [xxx][566] Det er efter styrelsens vurdering sandsynligt, at Uber-appens popularitet i det mindste til en vis grad skyldes Ubers betydelige og fortsatte investeringer i appens funktionalitet og brugervenlighed. Uber-appen er således den taxibestillingsapp, som flest forbrugere ([30-40]pct.) har angivet som deres foretrukne app i styrelsens forbrugerundersøgelse.[567] Det må efter styrelsens opfattelse have formodningen imod sig, at Uber ville finde det formålstjenligt at foretage så omfattende investeringer i app-teknologi, hvis en standardløsning fra en tredjepartsleverandør kunne tilbyde et konkurrencedygtigt alternativ.

978. Sammenfattende finder styrelsen, at der ikke er tegn på væsentlige skalafordele ved taxikørsel eller drift af kørselskontor i sig selv. Omvendt er det styrelsens vurdering, at der er skalafordele forbundet med formidling af taxikørsel, særligt via apps, i form af høje faste udviklingsomkostninger kombineret med lave (eller ingen) marginale omkostninger. Det er samtidigt styrelsens vurdering, at Uber og Bolt har en betydelig skalafordel i kraft af deres internationale tilstedeværelse på tværs af mange lande med markeder, der er væsentligt større end det danske.

Produktdifferentiering

979. Risikoen for market tipping er generelt større på markeder, der er karakteriseret af forholdsvis homogene produkter, end på markeder hvor virksomheder har held med at differentiere deres produkter. Homogene produkter er kendetegnet ved, at efterspørgslen primært bestemmes af ganske få konkurrenceparametre, typisk blot pris og i tilfælde med netværkseffekter størrelsen på kundebasen, som en platform potentielt kan dominere. Jo mere differentierede produkterne er, desto større er sandsynligheden for, at en potentiel konkurrent kan udfordre den dominerende platform ved at tilbyde produkter med andre karakteristika eller ved at appellere til specifikke kundegrupper.

980. Der er både forhold, der taler for at taxikørsel kan betragtes som et forholdsvist homogent produkt, og forhold, der peger i retning af en mere differentieret ydelse.

981. Parterne betragter taxikørsel – grundlæggende transport af forbrugere fra A til B – som en forholdsvis homogen ydelse.[568] Styrelsens forbrugerundersøgelse understøtter denne opfattelse. Styrelsen undersøgte bl.a. privatkundernes oplevelse af deres seneste taxitur og spurgte i den

---

[563] To tredjedele af kørselskontorerne adspurgt i styrelsens markedsundersøgelse, spørgsmål 22.
[564] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelses om betænkeligheder, punkt 125.
[565] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelses om betænkeligheder, punkt 125.
[566] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[567] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 6.
[568] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 193.

forbindelse ind til, hvilket taxiselskab respondenten ville have valgt, hvis det anvendte taxiselskab ikke havde eksisteret. Til det svarede [xxx] pct., at de ville have valgt et tilfældigt taxiselskab i området, mens kun [xxx] pct. angav, at de ville have valgt et bestemt taxiselskab.[569] Tilsvarende angiver 70 pct. af Ubers kunder, at det ikke har nogen betydning for dem, om det er en taxi fra Drivr eller fra Dantaxi, der kommer, når de bestiller en taxi via Uber-appen.[570] Dette viser, at det generelt ikke har en væsentlig betydning for forbrugerne præcist hvilket taxiselskab, der leverer taxikørslen, og at de dermed betragter ydelsen som forholdsvis homogen.

982. Det kan efter styrelsens oplysninger ikke afvises, at nogle kundegrupper har lidt mere specifikke præferencer, og der er visse tegn på, at nogle kørselskontorer forsøger at differentiere sig fra deres konkurrenter. Taxa 4x35 fortæller, at de oplever det vanskeligt at ekspandere uden for København, fordi lokale kunder ofte foretrækker lokale taxiselskaber, og forklarer at de forsøger at adskille sig fra de øvrige taxiselskaber, fx ved at være mere eksklusive i forhold til chaufførernes påklædning og service.[571] Det ændrer dog efter styrelsens vurdering ikke væsentligt på det generelle billede af, at forbrugerne primært ser taxikørsel som en forholdsvis homogen ydelse.

983. Det er styrelsens vurdering, at formidling af taxikørsel via en app kan betragtes som en mere differentieret ydelse. Både mobilitetsplatforme som Uber og Bolt og de fleste kørselskontorer tilbyder bestilling af taxi gennem deres egne apps, og de forskellige apps varierer i forhold til kvalitet, funktionalitet og brugeroplevelse, jf. punkt 976 ovenfor. Kun [10-20] pct. af de adspurgte respondenter i styrelsens forbrugerundersøgelse angiver, at de ikke har en foretrukken app[572], og en del forbrugere giver i undersøgelsen udtryk for, at de betragter Uber og Bolt som noget andet end taxiselskabernes egne apps.[573]

984. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens samlede vurdering, at formidling af taxikørsel, særligt via app-bestilling, i et vist omfang kan differentieres i forhold til kvalitet, funktionalitet og brugeroplevelse, mens selve taxikørslen betragtes som en forholdsvis homogen ydelse. Dette kan have betydning for risikoen for market tipping. Hvis en konkurrerende udfordrer til Uber/Dantaxi lykkes med at udvikle et differentieret produkt, kan det bidrage til at begrænse market tipping i det omfang, at nogle brugere værdsætter den differentierede brugeroplevelse højere end virkningen af de indirekte netværkseffekter. Det er imidlertid efter styrelsens vurdering på baggrund af ovenstående usandsynligt, at taxiformidling via en app kan differentieres tilstrækkeligt til at kunne opveje de betydelige indirekte netværkseffekter fundet i denne sag.

Økosystemer

985. Økosystemer er i konkurrencemæssig sammenhæng betegnelsen for en samling af komplementære – og typisk digitale - produkter eller ydelser, der udbydes af samme virksomhed/platform som en integreret og interoperativ løsning. Økosystemer tilbyder typisk forbrugerne en ensartet og brugervenlig oplevelse og "one-stop-shopping" bekvemmelighed på tværs af de enkelte ydelser, men kan samtidigt bidrage til at fastholde forbrugerne indenfor økosystemet. Økosystemer kan således øge risikoen for market tipping ved at øge forbrugernes skifteomkostninger,

[569] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 24.
[570] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 34.
[571] Jf. referat af møde med Taxa 4x35, den 7. oktober 2025.
[572] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 6.
[573] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 31. Der er delte meninger blandt forbrugerne om dette spørgsmål: [10-20] pct. mener at Uber/Bolt er noget helt andet end taxiselskabernes egne apps, mens samme andel oplever dem som fuldstændigt det samme. [20-30] pct. angiver at der efter deres opfattelse er betydelig forskel mellem Uber/Bolt og taxiselskabernes apps, mens [10-20] pct. mener at forskellene har mindre betydning. Sammenfattende understøtter dette efter styrelsens fortolkning en vis produktdifferentiering mellem apps.

og idet en potentiel konkurrent vil have vanskeligere ved at udfordre en dominerende platform uden at kunne tilbyde et tilsvarende økosystem.

986. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen finder ikke, at salg/formidling af taxikørsel på tidspunktet for vurderingen af fusionen er integreret som en del af større økosystemer. Uber lancerede imidlertid måltidsbestillingsplatformen, Uber Eats, i Danmark den 14. april 2026 under styrelsens behandling af fusionsanmeldelsen.[574] Uber Eats er tilgængelig via en særskilt app, men Uber Eats er også integreret som en del af Ubers mobilitetsplatform.

987. Det er styrelsens vurdering, at udviklingen af et økosystem omkring Ubers mobilitetsplatform potentielt kan have væsentlig betydning for risikoen for at tippe markedet til fordel for Uber. Det kan eksempelvis have betydning, at privatkunderne kan bruge samme app til både taxibestilling og måltidsbestilling, hvorved de slipper for at skulle oprette sig som bruger og angive betalingsoplysninger flere steder. Det kan ligeledes have betydning, at privatkunderne kan anvende samme integrerede løsning i mange andre lande, ligesom udenlandske besøgende i Danmark kan anvende deres eksisterende Uber-profil til både taxibestilling og måltidsbestilling i Danmark. Hvis privatkunderne vænner sig til at bruge samme integrerede platform til flere forskellige formål, kan det betyde, at de vil være endnu mindre tilbøjelige til at sammenligne tilbud på tværs af platforme, hvilket yderligere øger graden af singlehoming og forstærker de indirekte netværkseffekter. Endelig kan det have betydning, at Uber (på tidspunktet for vurdering af fusionen) er den eneste taxibestillingsplatform, der tilbyder et integreret økosystem, og det kan være forbundet med betydelige adgangsbarrierer for Ubers konkurrenter at få mulighed for at tilbyde tilsvarende løsninger.

988. Styrelsen har ikke haft mulighed for at undersøge, hvilken betydning dette konkret har på privatkundernes adfærd eller for konkurrenternes muligheder for at matche Ubers tilbud. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at udviklingen af et økosystem omkring Ubers mobilitetsplatform sandsynligvis øger risikoen for market tipping, men at styrelsen ikke har et konkret grundlag til at kunne vurdere, hvor stærk denne potentielle effekt vil være.

First-mover/first-leader fordele

989. First-mover er betegnelsen på den første virksomhed til at lancere et nyt produkt eller ydelse på et marked. Ved at være den første udbyder kan virksomheden potentielt opbygge den kritiske masse af kunder, der skal til for at generere den selvforstærkende efterspørgselsvirkning af netværkseffekter. Det er dog ikke altid, at det er den første virksomhed, som lykkes med at blive den førende på et marked, og det kan derfor være relevant snarere at tale om en *first-leader* fordel, dvs. positionen som den første virksomhed, der opnår en førende stilling på et marked.

990. Tilstedeværelsen af en platform med first-mover/first-leader fordele øger risikoen for market tipping til fordel for den pågældende platform. I kraft af sin tidlige ledende position har en sådan platform allerede opnået en kritisk masse af kunder, og virksomheden står ikke over for samme udfordringer med at skulle tiltrække kunder fra en anden platform med stor kundebase, som potentielle konkurrenter oplever, jf. afsnit 5.2.5.3.1 ovenfor.

991. Uber kan efter Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens opfattelse ikke betragtes som en first-mover/first-leader på et marked for salg/formidling af taxikørsel i Danmark. Der er imidlertid tegn på, at Uber har en position som first-leader på tilstødende markeder for ride-hailing/formidling af taxikørsel i andre lande, hvilket kan have en vis afsmittende effekt på efterspørgslen i Danmark, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1.2 ovenfor. Dels har en række danske taxikunder kendskab til og erfaring med Uber-kørsel i udlandet, og en del privatkunder har derfra haft Uber-appen in-

---

[574] Jf. referat af styrelsens møde med Uber den 1. oktober 2025. "Uber Eats går ind på det danske marked", Fødevarewatch, den 14. april 2026, https://fodevarewatch.dk/foodservice/article19196953.ece - senest tilgået d. 24. april 2026.

stalleret på deres mobiltelefon allerede, inden Uber kom til Danmark.[575] Dels udgør internationale besøgende til Danmark et vigtigt kundesegment, jf. punkt 732 ovenfor, som sandsynligvis vil finde det nemmere at benytte Uber end søge efter et lokalt taxiselskab, hvis de ønsker at bestille en taxi i forbindelse med deres besøg i Danmark.

992. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at selvom der ikke kan udpeges en egentlig first-mover/first-leader i forhold til salg/formidling af taxikørsel i Danmark, så har Uber en række fordele i form af Ubers fremtrædende internationale tilstedeværelse og brandgenkendelse.

5.2.5.3.4 Særlige forhold

993. Udover de typiske markedskarakteristika gennemgået ovenfor er der efter styrelsens opfattelse to særlige forhold, der kan have betydning for eller give et yderligere indblik i risikoen for market tipping: i) markedsaktørernes adfærd og ii) erfaringer fra udlandet.

Markedsaktørernes adfærd

994. Ubers og Bolts indtræden i Danmark i 2025 har haft stor betydning for markederne for taxikørsel i Danmark. Særligt Uber (og i mindre grad Bolt) har introduceret et nyt betydeligt konkurrencepres på de eksisterende udbydere af taxikørsel, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2 ovenfor. Dette har ifølge Uber resulteret i faldende priser på taxikørsel til gavn for forbrugerne, eksemplificeret ved et betydeligt fald i gennemsnitspriserne på Ubers app, særligt efter fusionen med Dantaxi.[576]

995. Efter styrelsens oplysninger er konkurrencesituationen på de relevante markeder i høj grad præget af, at privatkunderne har kunnet opnå store introduktionsrabatter fra Uber og Bolt, der har haft til formål at tilskynde kunderne til at installere de pågældende mobilitetsapps på deres mobiltelefon og afprøve deres serviceydelser. Uber har således tilbudt [xxx] rabatter til kunderne, både på taxiture udført af Drivr før og efter fusionen og på taxiture udført af Dantaxi efter fusionens gennemførelse. Ifølge styrelsens beregninger på baggrund af detaljerede prisdata fremsendt af Uber, har Uber tilbudt gennemsnitlige rabatter svarende til omkring [xxx] pct. siden deres indtræden i Danmark i januar 2025 og frem til april 2026.[577] Dette gennemsnit dækker imidlertid over betydelig variation på tværs af taxiture. Således er det knap omkring [xxx] pct. af alle taxiture bestilt gennem Ubers app, der har opnået en rabat (betalt af Uber), mens passagererne har betalt fuld pris for godt [xxx] pct. af taxiturene. Til gengæld var rabatten på [xxx] af taxiturene, der har opnået rabat, på mere end [xxx] pct. af den samlede taxipris. Uber har således tilbudt ganske betydelige rabatter på en forholdsvis begrænset andel af taxikørslerne – primært i form af introduktionsrabatter.

996. Det er styrelsens vurdering, at disse introduktionsrabatter afspejler et sandsynligvis midlertidigt intenst konkurrencepres fra Uber (og tilsvarende fra Bolt), der har til formål at etablere mobilitetsplatformenes fodfæste på markedet og opbygge volumen.

997. Prispresset fra særligt Uber opleves af de øvrige kørselskontorer og vognmænd som [xxx] [xxx]. Drivr beskriver konkurrencen på markedet som den hårdeste i 20 år, og de estimerer ligeledes, at priserne er faldet med ca. [xxx] pct., siden Ubers indtræden i Danmark.[578] Taxa Syd/Taxi 4x27 mener, at Uber har ændret taxibranchen ved at tilbyde kunderne massive rabatter for at give

[575] [xxx] pct. af respondenterne i styrelsens forbrugerundersøgelse har svaret at de allerede havde Uber installeret på deres mobiltelefon inden Uber kom til Danmark i januar 2025, jf. punkt 733 ovenfor.

[576] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 583-593, og Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 63-64.

[577] Vægtet gennemsnit, jf. Ubers besvarelse af 4. juni 2026 af styrelsens anmodning om fremsendelse af prisdata af 28. maj 2026.

[578] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.

Drivr (og efter fusionen Dantaxi) mulighed for at vinde markedsandele. Det er Taxa Syd/Taxi 4x27's opfattelse, at kunderne kun vil nyde godt af denne besparelse på kort sigt, og at der på længere sigt opstår en risiko for monopollignende tilstande, der giver Uber mulighed for at hæve priserne.[579] Taxa 4x35 og Bolt beskriver med egne ord Ubers prissætning som "predatory pricing", hvor Uber efter deres opfattelse tåler store tab på kort sigt for at presse konkurrenterne ud af markedet og hæve priserne igen på længere sigt.[580] Disse udtalelser afspejler de pågældende markedsaktørers oplevelse af konkurrencesituation, og styrelsen har ikke foretaget en konkurrenceretlig vurdering af de konkrete forhold.

998. Styrelsen bemærker, at disse udtalelser afspejler oplevelsen af Ubers indtræden på markedet af konkurrenter, der føler sig presset af et nyt konkurrencepres. De skal derfor fortolkes varsomt og i det lys. Der er imidlertid andre forhold, der understøtter, at det nuværende intense konkurrencepres fra Uber sandsynligvis har en midlertidig karakter.

999. Ubers indtjening på formidling af taxikørsel stammer fra et servicegebyr, [xxx][xxx].[581] Frem til d. 1. januar 2026 opkrævede Uber et servicegebyr fra Drivr på [xxx] pct., hvorefter servicegebyret steg til [xxx] pct.[582] Til sammenligning har rabatterne til privatkunderne finansieret af Uber været gennemsnitligt [xxx] og [xxx] pct. i perioden marts-oktober 2025 (med undtagelse af maj 2025, hvor den gennemsnitlige rabat [xxx] [xxx] pct.) efter en kort introduktionsperiode i januar-februar 2025, hvor de gennemsnitlige rabatter lå på [xxx] pct., jf. Tabel 5.22.

Tabel 5.22 **Gennemsnitlige rabatter gennem Uber appen i perioden januar 2025 – april 2026 (i pct. af den gennemsnitlige taxipris)**

Måned	Drivr	Dantaxi	Samlet
Januar 2025	[xxx]		[xxx]
Februar 2025	[xxx]		[xxx]
Marts 2025	[xxx]		[xxx]
April 2025	[xxx]		[xxx]
Maj 2025	[xxx]		[xxx]
Juni 2025	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Juli 2025	[xxx]	[xxx]	[xxx]
August 2025	[xxx]	[xxx]	[xxx]
September 2025	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Oktober 2025	[xxx]	[xxx]	[xxx]
November 2025	[xxx]	[xxx]	[xxx]
December 2025	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Januar 2026	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Februar 2026	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Marts 2026	[xxx]	[xxx]	[xxx]
April 2026	[xxx]	[xxx]	[xxx]

[579] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa Syd/Taxi 4x27 den 30. september 2025.
[580] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025, samt styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.
[581] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 103.
[582] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 363, herunder fodnote 54.

Note: Rabatterne er beregnet som den del af den samlede taxipris, som Uber har betalt, aggregeret på månedsbasis. Gennemsnittet kan fortolkes som et vægtet gennemsnit (hvor hver taxitur er vægtet med turens samlede pris).

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens egne beregninger baseret på Ubers prisdata fremsendt som del af Ubers besvarelse af 4. juni 2026 af styrelsens anmodning om fremsendelse af prisdata af 28. maj 2026.

1000. Frem til og med oktober 2025 har Uber således udbetalt rabatter til privatkunderne på samlet set [xxx] kroner.[583] Det følger heraf, at Ubers formidling af taxikørsel i størstedelen af perioden – hvis ikke hele perioden – siden deres indtræden i Danmark i starten af 2025 har sandsynligvis været [xxx]. Dette kan efter styrelsens vurdering ikke være udtryk for optimal profitmaksimerende adfærd på kort sigt, hvilket understøtter, dels at prisstrategien har et længere strategisk sigte med at opnå fodfæste på det danske marked og opbygge volumen, dels at introduktionsrabatterne sandsynligvis vil blive væsentligt reduceret eller bortfalde efter Ubers strategiske mål er nået.

1001. Uber har på meget kort tid opnået en betydelig markedsposition gennem partnerskab med Drivr og opkøb af Dantaxi, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1. Således voksede Ubers markedsandel på et marked for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn fra [0-5] pct. i januar 2025 til [10-20] pct. i maj 2025. Medregnes Dantaxis salg opnåede Uber/Dantaxi samlet set en markedsandel på [40-50] pct. på fusionstidspunktet, jf. Tabel 5.5. Ikke desto mindre fortsatte Uber efter implementeringen af købet af Dantaxi med at tilbyde [xxx] rabatter.[584] Dette indikerer efter styrelsens vurdering et strategisk sigte, der går ud over at opnå fodfæste på et nyt marked, samt en målsætning om at opnå og potentielt cementere en dominerende position på markedet.

1002. Det er styrelsens vurdering, at Ubers konkurrenter har vanskeligt ved at møde Ubers [xxx] rabatkampagner uden at tage tab. Ifølge styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer opkræver kørselskontorerne generelt en pladsleje på mellem [xxx] pct. og [xxx] pct. af vognmændenes omsætning[585], hvilket ligger [xxx] de gennemsnitlige rabatter, som Uber har finansieret gennem det meste af den betragtede periode, jf. punkt 999. Kørselskontorerne kan i princippet lade vognmændene dække rabatterne til forbrugerne helt eller delvist, men dette vil blot gøre kørselskontoret endnu mindre attraktivt for vognmanden. Bolt har overfor styrelsen oplyst, at [xxx]. [xxx]har Bolts markedsandele i Storkøbenhavn været stagnerende siden deres indtog på det danske marked i juli 2025, jf. Tabel 5.5 ovenfor. Bolt bemærker hertil, [xxx].[586]

1003. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at Ubers prissætning, særligt i form af [xxx] rabatter på taxikørsel, i høj grad bidrager til øget markedskoncentration. Ved at tilbyde [xxx] rabatter, som konkurrenterne vanskeligt kan matche uden [xxx] at påtage sig tab, kan Uber opbygge en stor kundebase, der gennem indirekte netværkseffekter gør Uber til en attraktiv platform for vognmændene. Det øger risikoen for, at Uber opnår en kritisk masse af kunder og vognmænd, der medfører, at markedet tipper til fordel for Uber.

[583] Jf. parternes fusionsanmeldelse, Tabel 12.
[584] Jf. parternes fusionsanmeldelse, Tabel 12.
[585] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 119. Intervallet er styrelsens skøn baseret på besvarelserne af spørgsmålet. Nogle kørselskontorer fastsætter pladslejen som en fast procentdel af vognmandens samlede indtjening, mens andre opkræver et fast ugentligt eller månedligt beløb. Styrelsen har ikke detaljerede oplysninger om vognmændenes indtjening i hvert kørselskontor og kan derfor ikke præcist beregne den gennemsnitlige pladsleje for hvert kørselskontor. Under antagelse af, at den gennemsnitlige omsætning pr. vognmand er [xxx] kr. om måneden (jf. referat af styrelsens møde med Drivr, den 7. oktober 2026), ligger pladslejen for næsten alle kørselskontorer (med en enkelt undtagelse) i det givne spænd.
[586] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

Erfaringer fra andre lande

1004. I vurderingen af om taximarkedet har karakteristika, der understøtter en risiko for market tipping, er det relevant at undersøge erfaringerne fra sammenlignelige markeder i andre lande. Det er styrelsens skadesteori, at risikoen for market tipping i første omgang udspiller sig på et segment for taxibestilling via apps. Mobilitetsplatforme som Uber og Bolt er et nyt fænomen i Danmark, men Uber, Bolt og andre mobilitetsplatforme har opereret i mange år i andre lande.

1005. For at undersøge erfaringerne fra andre lande har styrelsen bedt Uber om at fremsende oplysninger om konkurrenceforholdene i andre lande. Som svar herpå fremsendte Uber dokumentation fra Stockholm, Oslo og Helsinki, der viser, at de gennemsnitlige taxipriser på Uber-platformen generelt har udvist [xxx] tendens siden de trådte ind på de respektive markeder i henholdsvis 2017, 2021 og 2019. Ifølge Uber viser denne dokumentation, at der heller ikke på lang sigt er risiko for, at transaktionen vil skade konkurrencen.[587]

1006. De tre nordiske hovedstæder er imidlertid efter styrelsens vurdering ikke nødvendigvis repræsentative for konkurrenceforholdene på alle de markeder, hvor Uber opererer. Bolt fremhæver de nordiske lande som eksempler på markeder karakteriseret af effektiv konkurrence, hvor Bolt og Uber har sammenlignelige markedsandele, og hvor de to mobilitetsplatforme derfor kan konkurrere med sammenlignelige ventetider og serviceniveau.[588] Dette bekræftes af Uber, der uddyber, at Bolt har flere taxiture end Uber i Oslo og Helsinki.[589] Bolt oplyser endvidere, at den velfungerende konkurrence i de øvrige nordiske hovedstæder medfører, at " [xxx]"[590] [xxx].[591]

1007. Bolt oplyser, at [xxx]. Dette har ifølge Bolt medført, at " [xxx]".[592] Til sammenligning bemærker styrelsen, at Ubers nuværende samarbejdsaftale med Drivr, indgået før fusionen med Dantaxi, fastlægger et servicegebyr, [xxx].[593] Uber har herudover oplyst, at [xxx][594]

1008. Styrelsen har på den baggrund bedt Uber om at fremsende tilsvarende dokumentation for konkurrenceforholdene i Amsterdam og Paris, herunder dokumentation for Ubers prissætning i disse storbyer.

1009. Som svar på styrelsens anmodning har Uber fremsendt dokumentation for udviklingen i den gennemsnitlige pris per kilometer samt i den gennemsnitlige ventetid i Amsterdam og Paris fra Ubers lancering i henholdsvis 2016 og 2014 og frem til starten af 2026. Ifølge Uber viser denne dokumentation at Ubers gennemsnitspriser er faldet i de to byer med henholdsvis [xxx] pct. og [xxx] pct. (henholdsvis [xxx] pct. og [xxx] pct. i inflationsjusterede priser).[595] Uber gør gældende, at denne dokumentation yderligere understøtter, at der ikke er risiko for market tipping selv efter en lang årrække.[596]

1010. Udviklingen i gennemsnitspriserne på tværs af europæiske hovedstæder er efter styrelsens vurdering mere nuanceret, end hvad Uber gør gældende. Prisudviklingen i Amsterdam og Paris var kendetegnet af et forholdsvis stort fald i løbet af de første 1-2 år efter Ubers lancering, hvorefter prisfaldet enten stagnerede eller vendte til en stigende tendens. Således faldt prisen i Amsterdam fra omkring [xxx] EUR per kilometer i 2016 til lige under [xxx] EUR per kilometer i

---

[587] Jf. Ubers bemærkninger efter mødet den 19. marts 2026, fremsendt den 8. april 2026.
[588] Jf. Bolts comments to merger filing, den 30. marts 2026, afsnit 5.
[589] Jf. Ubers besvarelse af 28. april 2026 af RFI 7 fra styrelsen, punkt 6.
[590] Jf. Bolts comments to merger filing, den 30. marts 2026, afsnit 5.
[591] Jf. Bilag 18 til fusionsanmeldelsen, fremsendt med besvarelse af styrelsens RFI 4, d. 30. januar 2026.
[592] Jf. Bolts comments to merger filing, den 30. marts 2026, afsnit 5.
[593] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 363, fodnote 54.
[594] Jf. referat af styrelsens møde med Uber, d. 19. marts 2026.
[595] Jf. Ubers besvarelse af styrelsens RFI 8 af 1. maj 2026, Tabel 1.
[596] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 70 – 73.

2017 (et nominelt fald på ca. [xxx] pct.), hvorefter den nominelle gennemsnitspris oplevede en stigende tendens til omkring [xxx] EUR per kilometer i 2026. I Paris faldt prisen fra godt [xxx] EUR per kilometer i 2014 til ca. [xxx] EUR per kilometer i 2016 (et nominelt fald op ca. [xxx] pct.), hvorefter prisen har svinget omkring [xxx] EUR per kilometer frem til 2026. Omvendt har Ubers priser i de nordiske hovedstæder, Stockholm, Oslo og Helsinki, udvist en faldende tendens også på længere sigt over perioder på mellem 5 og 9 år. I alle tilfælde – både de nordiske hovedstæder og i Amsterdam og Paris – har udviklingen i de nominelle priser dog ligget under inflationen gennem hele den betragtede periode, hvilket efter Ubers oplysninger har resulteret i reale prisfald.

1011. Styrelsen anerkender, at Ubers indtræden i Danmark potentielt har haft en positiv konkurrencemæssig betydning på et marked karakteriseret af traditionel taxikørsel. Det initiale fald i Ubers priser i Amsterdam og Paris kan være et udtryk for et lignende konkurrencepres.

1012. Det afgørende for vurderingen af risikoen for market tipping er imidlertid ikke, hvorvidt Uber har en positiv betydning for konkurrencen på kort sigt umiddelbart efter indtræden på et nyt marked. Det afgørende er derimod vurderingen af konkurrenceforholdene på længere sigt, såfremt og efterhånden som Uber opbygger en stærkere markedsposition, samt konsekvenserne heraf for forbrugerne. Ifølge Bolt er Amsterdam og Paris [xxx], jf. punkt 1007. Det har ikke været muligt for Uber, at beskrive eller dokumentere konkurrencesituationen i de to byer nærmere, jf. punkt 1008. [597]

1013. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at den langsigtede prisudvikling i Amsterdam og Paris er anderledes end i de tre nordiske hovedstæder, samt at dette mønster muligvis kan relateres til forskelle i konkurrenceforholdene. Stockholm, Oslo og Helsinki kan muligvis ses som eksempler på markeder, hvor to mobilitetsplatforme (Uber og Bolt) har opnået en omtrentlig ligeværdig markedsposition, hvor konkurrencen er velfungerende og hvor forbrugerne har nydt godt af lavere priser og kortere ventetider, også på lang sigt, jf. punkt 1006-1007. Amsterdam og Paris kan potentielt ses som eksempler på en udvikling, hvor én mobilitetsplatform (Uber) har opnået en stærkere markedsposition end konkurrenterne, hvor konkurrencen dermed er mere begrænset, hvor priserne er faldet i mindre omfang. Styrelsen er imidlertid ikke i besiddelse af tilstrækkeligt sikre oplysninger til at kunne konkludere endeligt på dette. Styrelsen bemærker hertil, at Ubers inflationsjusterede gennemsnitspriser efter egne oplysninger også i Amsterdam og Paris er faldet på længere sigt.

5.2.5.3.5 Markedskarakteristika og særlige forhold understøtter risiko for market tipping

1014. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser viser, som gennemgået ovenfor, at de relevante markeder er kendetegnet ved en række generelle karakteristika og særlige forhold, herunder forhold relateret til Uber og Ubers adfærd, der understøtter en risiko for market tipping til fordel for Uber:

(i) Stærke indirekte netværkseffekter, særligt på vognmandssiden men også i betydeligt omfang på kundesiden.

(ii) Høj grad af singlehoming for både passagerer og vognmænd.

(iii) Finansielle skifteomkostninger for vognmænd samt ikke-finansielle skifteomkostninger for privatkunder forstærker virkningerne af de indirekte netværkseffekter.

[597] Jf. Ubers besvarelse af 28. april 2026 af RFI 7 fra styrelsen, punkt 6.

(iv) Skalafordele i forbindelse med udvikling og vedligeholdelse af taxibestillingsapps og matchingteknologi, der i høj grad favoriserer Uber i kraft af Ubers betydelige internationale skala.

(v) Ubers internationale udbredelse og brandgenkendelse, der placerer Uber som en naturlig one-stop-shopping app for internationale rejsende (danskere i udlandet, såvel som udenlandske besøgende i Danmark).

(vi) Ubers anvendelse af [xxx] rabatter, der ikke kun afspejler et behov for at opnå fodfæste på et nyt marked, men som fortsætter efter opnåelse af en betydelig markedsposition.

1015. Dertil kommer faktorer, som potentielt yderligere underbygger en risiko for market tipping til fordel for Uber, men for hvilke styrelsen ikke har tilstrækkelige oplysninger til at kunne vurdere betydningen nærmere:

(i) Begrænset produktdifferentiering fsva. selve taxikørslen, mens der er bedre muligheder for produktdifferentiering i forhold til formidling af taxikørsel gennem apps og matchingteknologien, hvor Uber står væsentligt stærkere end kørselskontorerne.[598] Det er imidlertid efter styrelsens vurdering tvivlsomt, at formidling af taxikørsel gennem apps kan differentieres i en sådan grad at det i betydeligt omfang modvirker virkningen af stærke indirekte netværkseffekter.

(ii) Potentiale for udvikling af bredere økosystemer, fx i forbindelse med Ubers lancering af Uber Eats. Økosystemer kan være med til at fastholde privatkunder og vognmænd og Uber har her en særlig fordel frem for kørselskontorerne i kraft af Ubers internationale erfaringer og skala. Taxikørsel er efter styrelsens vurdering ikke et marked, der traditionelt er karakteriseret ved stærke økosystemer, og styrelsen har ikke haft mulighed for at gennemføre en konkret undersøgelse af, hvordan økosystemer påvirker privatkundernes adfærd på dette marked. Betydningen af dette for risikoen for market tipping er derfor usikker.

1016. De forskellige markedskarakteristika og særlige forhold interagerer med og understøtter i høj grad netværkseffekternes selvforstærkende effekter.

1017. Uber har i kraft af sin internationale tilstedeværelse og brandgenkendelse, sin attraktive appløsning og effektive matching-teknologi udviklet gennem store investeringer i mange år på mange forskellige geografiske markeder, og sin [xxx] prissætning med [xxx] rabatter til taxikunder i Danmark formået at opbygge en betydelig tilstedeværelse på danske taxikunders mobiltelefon. At privatkunder i udpræget grad foretrækker at singlehome i forhold til bestilling af taxi via apps skaber en nær-eksklusiv adgang til de kunder. Adgangen til kunder er det, der er mest afgørende for vognmændene i deres valg af kørselskontor, og Ubers stærke position i forhold til privatkunder er derfor et meget attraktivt konkurrenceparameter for de kørselskontorer, der er tilknyttet Uber, jf. afsnit 5.2.5.3.1.

1018. Når først Uber har opbygget en stærk markedsposition – og potentielt opnået den kritiske masse af kunder og vognmænd, der skal til for at generere de selvforstærkende efterspørgselseffekter – er det vanskeligt for Ubers konkurrenter at udfordre denne position. Hvad enten det skyldes (ikke-finansielle) skifteomkostninger eller andre faktorer synes mobiliteten blandt både kunder og vognmænd at være begrænset. Der er begrænsede muligheder for konkurrerende kørselskontorer at differentiere deres ydelser i en grad, der er tilstrækkelig stor til at

---

[598] Det er som tidligere nævnt styrelsens skadesteori, at risikoen for market tipping i første omgang opstår på segmentet for privatkunders bestilling af taxikørsel via apps. En stærk position på dette segment kan brede sig til resten af markedet efterhånden som taxibestilling via apps forventeligt bliver mere udbredt, samt gennem vekselvirkning med vognmandssiden og komplementaritet mellem kundegrupper, jf. afsnit 5.2.5.1. Formidling af taxikørsel gennem apps er derfor central for styrelsens vurderingen.

kunne overvinde betydningen af netværkseffekterne. Uber har i højere grad end de konkurrerende kørselskontorer vist sig villig til at indgå i intensiv priskonkurrence, og det er efter styrelsens vurdering næppe sandsynligt, at de lokale kørselskontorer ville kunne vinde over Uber i en intensiveret priskrig.

1019. Det kan ikke udelukkes, at en anden stor international mobilitetsplatform kunne træde ind på det danske marked og udfordre Uber, men styrelsen vurderer, at dette ikke er et sandsynligt scenarie, jf. afsnit 5.2.4.4. Selv hvis det skulle ske, vil en sådan indtræden skulle konkurrere mod Ubers betydelige first-leader fordele. Bolt har trods sin tilstedeværelse i mere end 50 lande og 600 byer[599] ikke formået at etablere en betydelig markedsposition efter deres indtræden på det danske marked umiddelbart efter Uber. Bolt har overfor styrelsen vurderet, [xxx].[600] [xxx] kræver en konkurrencedygtig indtræden på det danske marked således, at et kørselskontor med en vis markedsposition sættes til salg (en mulighed, der alt andet lige er blevet mindre sandsynlig efter Ubers opkøb af det største kørselskontor i Danmark).

1020. Styrelsens analyse af risikoen for market tipping relaterer sig primært til formidling af taxikørsel via apps. Det er styrelsens skadesteori, at risikoen for market tipping i første omgang sker på et undersegment for privatkunders bestilling af taxi via apps, for derefter gennem vekselvirkninger mellem forskellige kundesegmenter på passagersiden og vognmandssiden at opnå en selvforstærkende koncentrationseffekt på tværs af de relevante markeder, jf. afsnit 5.2.5.1. Styrelsens undersøgelser viser, at der fortsat er en betydelig andel af privatkunder, der skaffer deres taxi ved at praje den på gaden eller ved en taxiholdeplads eller ved at ringe til et lokalt taxiselskab, jf. afsnit 5.2.5.3.2. Selv hvis formidling af taxikørsel via apps tipper til fordel for Uber kan der således fortsat eksistere et salg af taxikørsel uden om Uber gennem andre salgskanaler. Styrelsen vil nedenfor vurdere, hvilken betydning salget af taxikørsel gennem andre salgskanaler uden om Uber sandsynligvis har for virkningerne af market tipping til fordel for Uber, jf. afsnit 5.2.5.5.

1021. På baggrund af ovenstående er det styrelsens samlede vurdering, at der er en risiko for, at de relevante markeder tipper til fordel for Uber.

5.2.5.4 Fusionens betydning for risikoen for market tipping

1022. Det er styrelsens vurdering, at fusionen i betydeligt omfang øger risikoen for market tipping. Styrelsen lægger i den vurdering vægt på følgende forhold:

1023. *For det første* omhandler fusionen Ubers køb af det største kørselskontor i Danmark med den bredeste geografiske udbredelse på tværs af Danmark, med den største kundebase af privatkunder, samt med den største kørselskapacitet i form af tilknyttede vognmænd, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.2. Forud for fusionen var Uber en formidlingsplatform, som allerede var i kraftig vækst, og som på meget kort tid havde opnået en betydelig markedsposition gennem partnerskab med Drivr, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1. Dantaxi var i kraft af sin størrelse og markedsposition et af de kørselskontorer, der var bedst placeret til at kunne udfordre og konkurrere mod Ubers fremrykning på markedet. Fusionen eliminerer dermed en betydelig potentiel forhindring for market tipping til fordel for Uber.

1024. *For det andet* tilfører opkøbet af Dantaxi Uber en markant forøgelse af deres kørselskapacitet i form af tilknyttede vognmænd – ikke kun i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, hvor Uber allerede før fusionen stod forholdsvist stærkt, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2, men også i geografiske områder i Danmark, hvor Uber endnu ikke havde opnået tilstedeværelse gennem partnerskabet med Drivr forud for fusionen. Uber havde således adgang til [xxx] vogne gennem Drivr

[599] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.
[600] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.

umiddelbart før fusionen i maj 2025, mens Uber umiddelbart efter fusionen i juni 2025 fik adgang til i alt [xxx] taxier gennem både Dantaxi og Drivr, jf. Tabel 5.6.

1025. Ekspansion af kørselskapacitet kan ske organisk ved at tiltrække vognmænd fra andre kørselskontorer gennem intensiveret konkurrence om vognmændene, som Drivr via samarbejdet med Uber med succes formåede at gøre i perioden forud for fusionstidspunktet. Organisk vækst er imidlertid forbundet med en vis træghed som følge af begrænset mobilitet blandt vognmændene, herunder som følge af lange bindingsperioder og opsigelsesvarsler, jf. 5.2.5.3.3 ovenfor. Det er i særdeleshed forbundet med betydelige udfordringer at vækste organisk til nye geografiske markeder, hvor det kan være vanskeligt at tiltrække kunder, hvis der ikke er nogen vognmænd, og vognmænd, hvis der ikke er nogen kunder, jf. punkt 929 ovenfor. Uber oplyser selv, at en af grundene til opkøbet af Dantaxi var, at [xxx].[601] Opkøbet af Dantaxi fjerner dermed en væsentlig potentiel hindring for market tipping og bidrager til at fremskynde et muligt tippingpunkt.

1026. *For det tredje* tilfører opkøbet af Dantaxi Uber en stor og strategisk betydningsfuld kundebase i form af både privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder. Dantaxi stod på fusionstidspunktet (i maj 2025) for [20-30] pct. af privatkundemarkedet i København og omkringliggende kommuner og Uber fik med fusionen en samlet markedsandel på [40-50] pct., jf. Tabel 5.5 i afsnit 5.2.4.1.3.2.1. Styrelsens forbrugerundersøgelse blandt privatkunder viser, at Dantaxi er den taxibestillingsapp, der var installeret på flest (private) mobiltelefoner på landsplan ([20-30] pct. mod [20-30] pct. for Uber), og Dantaxis app er den app, der var anvendt af flest privatkunder de seneste 6 måneder ([10-20] pct. mod [10-20] pct. for Uber).[602] Udover at fjerne en tæt konkurrent, giver fusionen Uber en effektiv kanal, hvorigennem de kan komme i kontakt med nye kunder og tilskynde dem til at downloade og anvende Ubers app, jf. Figur 5.6 ovenfor. Dantaxis betydelige markedsposition i forhold til offentlige kunder og erhvervskunder tilfører en kundebase, der komplementært til private forbrugere har en væsentlig strategisk betydning i forhold til at tiltrække vognmænd, idet et balanceret mix af offentlige-, erhvervskunder og privatkunder er vigtig for at kunne sprede den samlede efterspørgsel mere ligeligt hen over døgnet, jf. afsnit 5.2.5.3.1 ovenfor. Opkøbet af Dantaxi bidrager således til at gøre Uber/Dantaxi endnu mere attraktiv for vognmændene, hvilket øger risikoen for market tipping.

1027. *For det fjerde* konstaterer styrelsen, at fusionen uundgåeligt medfører en betydelig stigning i koncentrationen på markedet for salg/formidling af taxikørsel, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2, hvilket i sig selv øger risikoen for, at Uber opnår – eller potentielt med fusionen allerede har nået – den kritiske masse af kunder og adgang til vognmænd, som er nødvendig for, at koncentrationstendensen bliver selvforstærkende og ultimativt fører til market tipping. Styrelsen kan ikke afvise, at en sådan koncentration kunne være sket organisk, selv hvis fusionen ikke var gennemført. Styrelsen bemærker dog, at erfaringer fra Stockholm, Oslo og Helsinki viser, at market tipping ikke er en nødvendighed på markeder, hvor to mobilitetsplatforme (i de pågældende tilfælde Uber og Bolt) konkurrerer med sammenlignelig markedsstyrke, jf. afsnit 5.2.5.3.4. Der er derfor risiko for, at det er den hurtige forøgelse af markedskoncentrationen forårsaget af fusionen mellem Uber og Dantaxi, der i sidste ende skaber betingelserne for market tipping til fordel for Uber.

---

[601] Jf. referat af styrelsens møde med Uber den 3. oktober 2025.

[602] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 3 og spørgsmål 4. Styrelsen bemærker, at forbrugerundersøgelsen blev gennemført i februar 2026 efter fusionens gennemførelse i maj 2025, og besvarelserne afspejler derfor markedssituationen på tidspunktet for vurderingen af fusionen, som ikke nødvendigvis svarer til markedssituationen på tidspunktet for gennemførelse af fusionen, jf. afsnit 4.1.3. Dette har dog efter styrelsens vurdering ikke afgørende betydning her. Dantaxis vægt blandt private forbrugere måles efter, at Uber siden fusionstidspunktet har arbejdet aktivt for at migrere Dantaxis privatkunder over på Ubers platform. Det er derfor sandsynligt at Dantaxi om noget havde en endnu større kundebase på fusionstidspunktet end tallene her viser, hvilket blot i endnu højere grad understøtter Dantaxis betydning for risikoen for market tipping.

1028. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at fusionen medfører en betydelig stigning i risikoen for market tipping.

5.2.5.5 Ensidige virkninger i tilfælde af market tipping

1029. Fusionen indebærer en øget koncentration på markedet for salg/formidling af taxikørsel, der efter styrelsens vurdering medfører en risiko for ensidige horisontale virkninger i form af højere priser på taxikørsel, jf. afsnit 5.2.4. Med market tipping øges koncentrationsgraden yderligere, og gennem vekselvirkninger med vognmandssiden via indirekte netværkseffekter øges tilsvarende koncentrationen på markedet for salg af kørselskontorydelser og/eller markedet for mobilitetsplatformenes salg af formidling til kørselskontorerne. Hvorvidt koncentrationen på vognmandssiden sker i form af, at flere kørselskontorer bliver en del af Ubers platform, eller vognmændene i stedet skifter til de kørselskontorer, der er en del af Ubers platform, er ikke afgørende for vurderingen. I begge tilfælde vil koncentrationstendenserne medføre en risiko for, at de ensidige horisontale virkninger i form af højere priser på taxikørsel forstærkes, samt en risiko for at Uber kan udnytte sin styrkede markedsposition til at øge pladslejen og/eller servicegebyret opkrævet af vognmændene (evt. via kørselskontoret).

1030. Uber har overfor styrelsen afvist, at der skulle være en risiko for prisstigninger på taxikørsel, bl.a. med henvisning, til at priserne på taxikørsel tværtimod er faldet siden Ubers (og Bolts) indtræden på det danske marked, og at dette fald er fortsat, efter fusionen er blevet implementeret.[603] Uber har ligeledes gjort gældende, at Ubers indtræden i Danmark har haft positive gevinster i form af kortere ventetider for passagererne, og bedre udnyttelse af vognmændenes ledige kapacitet. Således er den gennemsnitlige ventetid på Ubers app ifølge Uber faldet fra [xxx] minut før transaktionen til omkring [xxx] minutter i september 2025, mens Dantaxi oplyser, at den gennemsnitlige udnyttelse af køretøjer er steget fra [xxx] pct. i januar-august 2025 til [xxx] pct. i januar-februar 2026.[604]

1031. Styrelsen er ikke enig i, at Ubers oplysninger om konstaterede prisfald efter fusionen kan ses som bevis for, at der ikke er ensidige virkninger i form af risiko for prisstigninger, jf. afsnit 5.2.3.3.

1032. *For det første* skal Ubers prissætning siden Ubers indtræden på det danske marked og efter fusionen – herunder særligt Ubers anvendelse af høje introduktionsrabatter - efter styrelsens opfattelse ses i en dynamisk kontekst, jf. afsnit 5.2.3. Uber/Dantaxi har efter styrelsens vurdering et incitament til at hæve priserne efter fusionen, jf. afsnit 5.2.4, men samtidigt kan Uber/Dantaxi have et incitament til at konkurrere intensivt og prissætte aggressivt på kort sigt for at opbygge en endnu større og bredere kundebase, der gør Dantaxi endnu mere attraktiv for vognmændene og Uber endnu mere attraktiv for kørselskontorerne.

1033. På kort sigt er incitamentet til at opbygge volumen større end incitamentet til at udnytte den opnåede markedsposition. Denne mekanisme er velkendt i den økonomiske litteratur om dynamisk prissætning på markeder karakteriseret af skifteomkostninger under betegnelsen "Bargain-Then-Ripoff" prissætning .[605] Det skyldes, at den fremtidige gevinst ved at udnytte markedspositionen (i form af højere priser) stiger med den markedsstyrke, som Uber formår at opbygge. I yderste konsekvens, hvis markedet tipper til fordel for Uber, kan Uber opnå en monopollignende markedsstyrke, som Uber på det tidspunkt kan udnytte til at hæve priserne betydeligt. Selv hvis Ubers priser er faldet efter Ubers indtræden på det danske marked, og tendensen er fortsat efter opkøbet af Dantaxi, er det således konsistent med styrelsens vurdering af, at Uber som følge af fusionen har et incitament til at øge priserne på længere sigt, når Uber

[603] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, afsnit 4.1.1.
[604] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 83-85.
[605] Jf. fx Joseph Farrell og Paul Klemperer (2007), "*Coordination and Lock-In: Competition with Switching Costs and Network Effects*", kapitel 31 i *Handbook of Industrial Organization*, vol 3: 1967-2072.

har opnået den ønskede markedsposition (potentielt en monopollignende markedsstyrke) som følge af market tipping.

1034. *For det andet* indebærer market tipping endvidere en risiko for, at en meget koncentreret markedsstruktur fastfryses, idet de indirekte netværkseffekter har samme virkning som en egentlig skifteomkostning. I en situation, hvor Uber formidler taxikørsel for størstedelen af vognmændene (direkte via Dantaxi eller indirekte via kørselskontorer tilknyttet Uber), ville Uber kunne tilbyde taxikunderne den korteste ventetid, som det ville være vanskeligt for en konkurrerende formidler at matche. En sådan konkurrent ville derfor skulle prissætte væsentligt under Uber for at kompensere kunderne for længere ventetid, jf. afsnit 5.2.5.3.1. En potentiel udfordring er yderligere vanskeliggjort af privatkundernes tendens til at singlehome, og at de i forholdsvis begrænset omfang sammenligner priser og ventetider på tværs af taxiselskaber. Ligeledes vil det være vanskeligt for en potentiel konkurrent at tiltrække vognmænd i en situation, hvor Uber har fat i de fleste potentielle taxikunder. Selv en meget lav pladsleje vil efter styrelsens vurdering sandsynligvis ikke være tilstrækkeligt til at gøre et konkurrerende kørselskontor eller mobilitetsplatform til et attraktivt alternativ til Uber/Dantaxi, hvis konkurrenten ikke kan tilbyde samme kapacitetsudnyttelse som Uber på baggrund af en mindre kundebase.

1035. *For det tredje* bemærker styrelsen, at selvom kortere ventetider for forbrugerne og bedre kapacitetsudnyttelse for vognmændene kan betragtes som en form for kvalitetsforbedring eller effektivitetsgevinst, er det ikke dermed givet, at sådanne gevinster vil komme forbrugere henholdsvis vognmænd til gode, hvis markedet tipper til fordel for Uber. Uber gør gældende, at kortere ventetider udgør en væsentlig kvalitetsforbedring, og at en reduktion i ventetiden dermed sænker den effektive kvalitetsjusterede pris, samt at forbedringen af kapacitetsudnyttelsen gør at vognmændene kan fordele deres omkostninger på flere taxiture.[606]

1036. Det er efter styrelsens vurdering muligt, at sådanne gevinster kan komme forbrugerne til gode på et marked præget af effektiv konkurrence, idet konkurrencepresset tilskynder virksomhederne på markedet til at udnytte deres effektivitet til at tiltrække kunder. Men det er ikke nødvendigvis tilfældet i samme grad på et marked, der er tippet, og hvor der dermed ikke er effektiv konkurrence. En monopollignende markedsaktør har ikke et særligt stærkt incitament til at tiltrække kunder fra konkurrenter, og en dominerende platform, der er afskærmet af stærke indirekte netværkseffekter, har ikke nødvendigvis et behov for at sende eventuelle effektivitetsgevinster videre til kunderne for at forsvare sin markedsposition.

1037. Det er derfor efter styrelsens vurdering sandsynligt, at market tipping vil resultere i, at Uber i høj grad søger at kapitalisere på eventuelle effektivitetsgevinster gennem højere priser og højere pladsleje og/eller servicegebyr. Dette er uanset om eventuelle gevinster skyldes stordriftsfordele og indirekte netværkseffekter kombineret med markedskoncentration, eller at Ubers matching algoritme eventuelt er konkurrenternes overlegen. Hvorvidt eventuelle effektivitetsgevinster opvejer de konkurrencebegrænsende virkninger ved fusionen og market tipping er generelt genstand for en konkret særskilt vurdering, jf. afsnit 5.3[607]

1038. Som tidligere bemærket, relaterer styrelsens vurdering af risikoen for market tipping sig primært til formidling af taxikørsel via apps, jf. punkt 1020. Styrelsen anser det for at være sandsynligt, at der også fremover vil være et markedssegment for salg/formidling af taxikørsel gennem andre salgskanaler end apps, herunder fx telefonbestilling, gadeture og fra taxiholdepladser. Det er samtidig styrelsens vurdering, at salg gennem andre salgskanaler end apps ikke vil være tilstrækkeligt til at disciplinere Uber og forhindre Uber i at udnytte sin markedsposition i forhold til app-formidling. Dette skyldes følgende forhold:

---

[606] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 85-86.
[607] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 76-88.

1039. *For det første* er det styrelsens vurdering, at Uber, via Dantaxi, sandsynligvis vil opnå en betydelig position også på et segment for salg af taxikørsel gennem andre salgskanaler end apps, selvom Ubers app ikke spiller en rolle her i forbindelse med formidlingen af taxikørsel. Det skyldes, at market tipping på segmentet for app-formidling vil gøre Dantaxi til et meget attraktivt kørselskontor for vognmændene, og at disse vognmænd ligeledes vil dække en væsentlig del af efterspørgslen gennem andre salgskanaler.

1040. *For det andet* er det styrelsens vurdering, at formidling af taxikørsel via apps fremover vil få en endnu større betydning, og at salg gennem andre salgskanaler dermed vil få en mindre betydning, jf. afsnit 5.2.5.3.2. Dette afspejles eksempelvis i styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, idet 87 pct. af kørselskontorerne udtrykker en forventning om, at mobilitetsapps som Uber og Bolt vil få en væsentlig større betydning fremover (7 pct. svarer, at de vil få større betydning, mens ingen mener, at de vil have samme eller mindre betydning).[608]

1041. *For det tredje* er det efter styrelsens vurdering begrænset, hvor stort et konkurrencepres andre salgskanaler lægger på formidling via apps. Som bemærket af parterne[609] er det teknisk set nemt at sammenligne priser og andre vilkår på tværs af kørselskontorer ved online bestilling (gennem apps eller hjemmesidebestilling). Alligevel viser styrelsens undersøgelse, at privatkunderne kun i meget begrænset omfang udnytter denne mulighed i praksis, jf. afsnit 5.2.5.3.2. Sammenligning af priser og vilkår på tværs af andre salgskanaler er væsentligt sværere, og det vil efter styrelsens vurdering være vanskeligt for et konkurrerende kørselskontor at overbevise privatkunder, der typisk bestiller deres taxi gennem en app, om at andre salgskanaler tilbyder et mere attraktivt alternativ.

1042. *For det fjerde* er det efter styrelsens vurdering ikke sandsynligt, at salg af taxikørsel gennem andre salgskanaler end apps kan udgøre et konkurrencedygtigt fundament for et kørselskontor i et forsøg på at udfordre Uber/Dantaxis markedsposition. I en situation, hvor formidling af taxikørsel gennem apps er tippet til Ubers fordel, hvor en større del af den samlede efterspørgsel sandsynligvis sker gennem apps, og hvor Dantaxi har kapacitet til at dække en betydelig del af det salg, der efterspørges gennem andre salgskanaler, vil det være begrænset, hvor stor en kundebase et konkurrerende kørselskontor kan tilbyde vognmændene. Med andre ord, et kørselskontor, der er begrænset til salg gennem andre salgskanaler end apps, vil efter styrelsens vurdering være stillet ringere i konkurrencen om vognmændene, hvilket yderligere begrænser konkurrerende kørselskontorers muligheder for at lægge konkurrencepres på Uber.

1043. På baggrund af ovenstående er det styrelsens samlede vurdering, at en mulig tipping af de relevante markeder til fordel for Uber vil forstærke de horisontale ensidige virkninger af fusionen i form af højere priser på taxikørsel samt højere kommissionssatser (pladsleje og/eller servicegebyr) overfor vognmændene. Disse virkninger vil potentielt indtræffe på længere sigt, efter Uber har opnået den ønskede markedsstyrke. Det er endvidere styrelsens vurdering, at markederne er kendetegnet af en række karakteristika, herunder særligt indirekte netværkseffekter og udpræget grad af singlehoming, der reducerer potentielle konkurrenters mulighed for at udfordre Uber/Dantaxis markedsposition, samt at salg gennem andre salgskanaler end apps ikke udgør et konkurrencepres, der er tilstrækkeligt til at disciplinere Uber/Dantaxis adfærd.

5.2.5.6 Konklusion – ensidige virkninger som følge af risiko for market tipping

1044. Det er sammenfattende styrelsens vurdering, at fusionen mellem Uber og Dantaxi øger risikoen for market tipping betydeligt, at der med fusionen er en væsentlig risiko for at markedet tipper,

---

[608] Jf. markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer, spørgsmål 115.
[609] Jf. bl.a. parternes fusionsanmeldelse, punkt 193

samt at en mulig market tipping vil forstærke de horisontale ensidige virkninger i form af højere priser på taxikørsel og højere pladsleje og/eller servicegebyr.

1045. Styrelsen lægger i denne vurdering vægt på følgende forhold:

(i) Formidling af taxikørsel via apps er karakteriseret af en række forhold, der alle bidrager til en øget risiko for market tipping, herunder a) stærke indirekte netværkseffekter på både forbrugersiden og vognmandssiden; b) udpræget grad af singlehoming blandt forbrugere såvel som vognmænd; c) finansielle og ikke-finansielle skifteomkostninger, særligt for vognmændene; d) skalafordele i form af betydelige investeringer i app- og matchingteknologi; e) Ubers internationale udbredelse og brandgenkendelse og begyndende udvikling af et økosystem på det danske marked ; f) Ubers [xxx] prissætning, der fortsætter efter opnåelse af en stærk markedsposition gennem opkøb af Dantaxi, samt g) begrænset produktdifferentiering, der er utilstrækkelig til at modvirke virkningen af de stærke netværkseffekter.

(ii) Fusionen fjerner en vigtig konkurrent i Dantaxi, der i kraft af sin størrelse og markedsposition, ville have været blandt de kørselskontorer, der var bedst placeret til at udfordre og konkurrere mod Ubers eventuelle opbygning af kritisk masse af kunder.

(iii) Fusionen tilfører Uber en stor base af vognmænd og taxikunder og øger dermed i betydeligt omfang risikoen for at Uber opnår – eller med fusionen allerede har opnået - den kritisk masse af brugere på begge sider af markedet, der skal til for at koncentrationstendensen bliver selvforstærkende og markedet tipper til fordel for Uber.

(iv) Market tipping øger Ubers markedsstyrke og afskærmer Uber mod potentiel konkurrence, hvilket giver Uber mulighed for og incitament til at udnytte sin markedsstyrke til at hæve priserne overfor forbrugerne og pladslejen og/eller servicegebyret over for kørselskontorerne/vognmændene.

(v) Det er ikke givet, at eventuelle gevinster i form af kortere ventetider og bedre kapacitetsudnyttelse nødvendigvis kommer forbrugere eller vognmænd til gode, idet Uber ikke vil være udsat for noget betydeligt konkurrencepres, hvis markedet tipper til fordel for Uber.

5.2.6 Vertikale ensidige virkninger

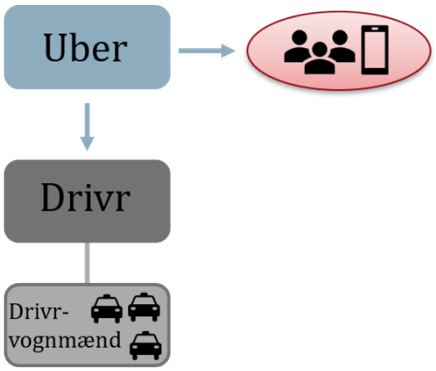
1046. Før fusionen var Uber aktiv i Danmark på upstreammarkedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, da Uber solgte sin formidlingsydelse til Drivr. Uber var ligeledes via samarbejdet med Drivr aktiv på downstreammarkedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder.

1047. Dantaxi var før fusionen aktiv inden for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder og inden for salg af kørselskontorydelser via sine to kørselskontorer i henholdsvis Øst- og Vestdanmark.

1048. I forhold til disse aktiviteter medfører fusionen en vertikal forbindelse mellem Ubers aktiviteter på markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer og Dantaxis aktiviteter på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder samt på markedet for salg af kørselskontorydelser.

1049. Uber formidlede ikke taxikørsel for Dantaxi før fusionen, men formidlede udelukkende taxikørsel for Dantaxis konkurrent, Drivr, som illustreret nedenfor i Figur 5.10.

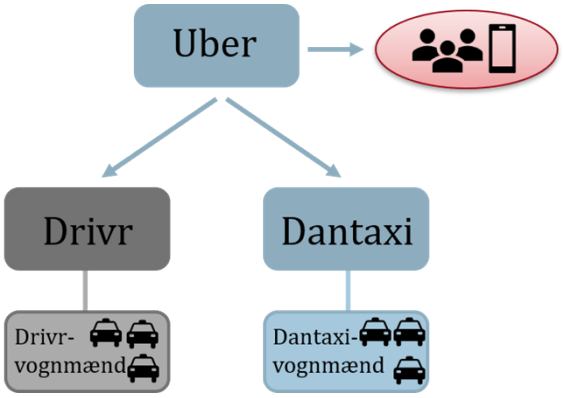
Figur 5.10 **Før fusionen: Uber formidler salg af taxikørsel for Drivr**



Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens illustration.

1050. Efter fusionen formidler Uber taxikørsel for både Dantaxi og Drivr, da begge kørselskontorer er tilknyttet Ubers app, jf. Figur 5.11.

Figur 5.11 **Efter fusionen: Uber formidler salg af taxikørsel for Drivr og sit helejede kørselskontor Dantaxi**



Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens illustration.

1051. Drivr formidler også taxikørsel via egne salgskanaler, fx via Drivrs egen app. Drivr har over for styrelsen oplyst, at [xxx] pct. af Drivrs omsætning kommer fra ture genereret via Drivrs egen

app, mens ca. [xxx] pct. af Drivrs omsætning stammer fra ture formidlet af Uber (de resterende knap [xxx] pct. stammer overvejende fra gadeture og kørsel til/fra lufthavnen).[610]

1052. På et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner havde Dantaxi før fusionen en markedsandel på ca. [30-40] pct., Uber (via Drivr) havde en markedsandel på ca. [10-20] pct., og Drivr (via egne salgskanaler) havde en markedsandel på ca. [0-5] pct., jf. Tabel 5.4.

1053. For så vidt angår salg af kørselskontorydelser, var [xxx] biler tilknyttet Dantaxi og [xxx] biler tilknyttet Drivr på landsplan i første kvartal 2026, jf. Færdselsstyrelsens opgørelse angivet i Tabel 5.7. Dantaxi og Drivr udgjorde dermed hhv. den [xxx] udbyder og den [xxx] udbyder af kørselskontorydelser i Danmark målt på antal biler, jf. Figur 4.3. Derudover er det styrelsens vurdering, at Dantaxi udgør en af de to største udbydere af kørselskontorydelser i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, mens Drivr udgør den tredje største udbyder af kørselskontorydelser i samme område.

1054. På upstreammarkedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer var Uber før fusionen den eneste aktive aktør og havde dermed en markedsandel på 100 pct. Bolt, der også har en mobilitetsplatform og sælger formidling til kørselskontorer, havde dog allerede i marts 2025, dvs. to måneder før fusionen blev offentliggjort og gennemført, købt kørselskontoret Viggo og samtidig indgået en samarbejdsaftale med kørselskontoret Taxi 4x27 om at formidle deres taxiture. Bolt effektuerede samarbejdet om at formidle taxikørsel for Taxi 4x27 via Bolts app i juli 2026, dvs. efter fusionen.

1055. Styrelsen har på baggrund af ovenstående vertikale forbindelser undersøgt, om fusionen giver anledning til vertikale virkninger i form af risiko for hel eller delvis inputafskærmning af Drivr.

1056. Styrelsen tager i det følgende udgangspunkt i aktørernes markedsandele på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, markedet for salg af kørselskontorydelser samt mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

5.2.6.1 Inputafskærmning

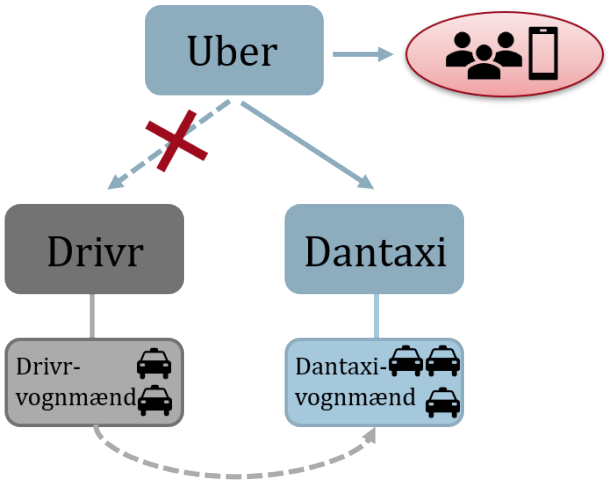
1057. Det fremgår af Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, at en fusion siges at medføre afskærmning, når den hindrer eller fjerner faktiske eller potentielle konkurrenters adgang til leverancer eller markeder og derved mindsker deres evne og/eller incitament til at konkurrere. En sådan afskærmning kan afskrække konkurrenter fra at komme ind eller ekspandere på markedet eller få dem til at forlade det. Der kan således være tale om afskærmning, selvom de pågældende konkurrenter ikke tvinges ud af markedet. Det er tilstrækkeligt, at konkurrenterne bringes i en ufordelagtig situation og dermed konkurrerer mindre effektivt. Afskærmning anses for konkurrenceskadelig, når den medfører, at fusionsparterne — og måske også nogle af deres konkurrenter — med fordel kan hæve prisen over for forbrugerne.[611]

1058. Inputafskærmning kan opstå, hvis den fusionerede virksomhed får mulighed for at begrænse adgangen til sine inputprodukter (i dette tilfælde adgang til mobilitetsplatformes formidling af taxikørsel for kørselskontorer via Ubers app) og dermed gøre det vanskeligere for downstreamkonkurrenter (i dette tilfælde konkurrerende kørselskontorer til Dantaxi, herunder særligt Drivr) at opnå adgang til de pågældende produkter til samme priser og på samme vilkår som

[610] Jf. Drivrs skriftlige bemærkninger af 22. oktober 2025.
[611] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 29.

uden fusionen, som illustreret nedenfor i Figur 5.12. Dette kan øge inputomkostningerne og medføre højere priser for forbrugerne.

Figur 5.12 **Illustration af inputafskærmning for så vidt angår hel eller delvis afskærmning af Drivr**



Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens illustration.

1059. Ved vurderingen af, om en konkurrenceskadelig inputafskærmning er sandsynlig som følge af fusionen, skal tre forhold undersøges. Det skal undersøges, i) om den fusionerede virksomhed har mulighed for at hindre adgangen til input, ii) om den fusionerede virksomhed har incitament til at afskærme adgangen til input, og iii) om en afskærmningsstrategi vil skade downstreamkonkurrencen betydeligt. Disse tre faktorer er i praksis ofte nært forbundne.[612]

1060. Det er styrelsens vurdering, at fusionen medfører risiko for inputafskærmning i form af i) hel afskærmning af Drivrs adgang til Uber-appen, og ii) delvis afskærmning af Drivrs adgang til Uber-appen.

1061. En afskærmning af Drivrs adgang til Ubers platform kan hæmme konkurrencen på markedet for salg/formidling af taxikørsel. Det gælder uanset om afskærmningen måtte være hel eller delvis (fx ved en stigning i Uber Service fee). Hel eller delvis afskærmning af Drivr kan gøre det sværere eller dyrere for Drivrs vognmænd at få adgang til kunder og derved direkte mindske det konkurrencepres Drivr lægger på markedet, herunder på Uber/Dantaxi.

1062. En afskærmning af Drivrs adgang til Ubers platform kan ligeledes hæmme konkurrencen på markedet for salg af kørselskontorydelser og som følge af indirekte netværkseffekter hæmme konkurrencen på markedet for salg/formidling af kørselskontorydelser. Det gælder uanset om afskærmningen måtte være hel eller delvis (fx ved en stigning i Uber Service fee). Det skyldes, at en hel eller delvis afskærmning kan stille Drivr ringere i konkurrencen om vognmænd, sammenlignet med fx Dantaxi i det omfang vognmændene efterspørger adgang til Ubers app. I begge

[612] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 32.

tilfælde vil effekten af en afskærmning - som følge af indirekte netværkseffekter - hæmme Drivrs muligheder for at konkurrere på markedet for salg/formidling af taxikørsel, når Drivrs muligheder (adgang til Ubers app) forringes ved inputafskærmningen.

1063. Derudover kan styrelsen ikke afvise, at fusionen også ville kunne medføre risiko for inputafskærmning af øvrige kørselskontorer. Det er dog styrelsens vurdering, at selvom Uber kan have mulighed og incitament til at inputafskærme øvrige kørselskontorer (end Drivr), vil dette ikke hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. afsnit 5.2.6.1.4.

1064. Uber anfører overordnet i sit høringssvar af 19. maj 2026, at styrelsen i sin vurdering af risiko for inputafskærmning overser, at *"Transaktionen skal sandsynligvis skade konkurrencen, ikke blot Drivr eller nogen anden konkurrent"*.[613]

1065. Styrelsen er enig i det generelle udgangspunkt, at fusionskontrollen beskytter den effektive konkurrence og ikke enkelte konkurrenter. Det indebærer imidlertid ikke, at en mulig påvirkning af Drivr er uden betydning. En sådan påvirkning er relevant, hvis den kan føre til, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, fx ved at begrænse et vigtigt konkurrencepres på markedet. Vurderingen af inputafskærmning angår derfor ikke, om Drivr som sådan beskyttes mod tab af adgang til Ubers app, men om en sådan afskærmning vil skade konkurrencen, jf. ovenfor.

1066. Endvidere anfører Uber også overordnet i sit høringssvar af 19. maj 2026, at *" Konkurrentudtalelser er ikke evidens for skade. KFST støtter sig ukritisk på konkurrentudalelser […]."*[614]

1067. Styrelsen er ikke enig med Uber i, at styrelsen lægger konkurrentudtalelser ukritisk til grund i vurderingen. Styrelsen har anvendt oplysninger fra konkurrenter og markedsaktører som ét blandt flere input i en samlet vurdering. Udover input fra Ubers konkurrenter har styrelsen i vurderingen bl.a. inkluderet opgørelser af markedsandele og udviklingen heri, resultater fra forbrugerundersøgelsen og vognmandsundersøgelsen, og oplysninger om adgangs- og ekspansionsbarrierer. Styrelsens vurdering hviler derfor ikke alene på konkurrenternes forventninger til markedets udvikling, men på en samlet vurdering af sagens oplysninger.

5.2.6.1.1 Ubers mulighed for inputafskærmning

1068. Af Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner fremgår, at inputafskærmning kun kan medføre konkurrencemæssige problemer, hvis den vertikalt integrerede virksomhed har en betydelig markedsstyrke på upstreammarkedet.[615] Derudover skal inputafskærmningen vedrøre et vigtigt input til downstreamproduktet.[616] Desuden vil den fusionerede virksomhed kun have mulighed for afskærmning af downstreamkonkurrenter, hvis den ved at begrænse adgangen til sine egne upstreamprodukter eller -tjenester kan påvirke det samlede udbud af input til downstreammarkedet negativt med hensyn til pris eller kvalitet. Dette kan fx være tilfældet, hvis de resterende upstreamudbydere er mindre effektive eller udbyder mindre eftertragtede alternativer.[617]

1069. Samlet set er det styrelsens vurdering, at Uber med fusionen får mulighed for helt eller delvist at inputafskærme Drivr i forhold til at formidle taxikørsel via Ubers app. Det er alene Uber, der kontrollerer, hvem der har adgang til Uber-appen og på hvilke vilkår. Uber kan således inputafskærme Drivr helt (ved at opsige aftalen med Drivr) eller delvist fx ved i) at hæve Uber Service

---

[613] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 109.
[614] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 122.
[615] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 35.
[616] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 34.
[617] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 36.

Fee og/eller sænke pladslejen hos Dantaxi, hvilket kan få flere vognmænd til at skifte til Dantaxi og dermed sænke udbuddet via Drivr, eller ii) at tildele Dantaxi flere af turene på Uber-appen og dermed sænke efterspørgslen hos Drivr. Uber kan også vælge at nægte andre kørselskontorer adgang til Uber-appen eller give dem ringere vilkår end Dantaxi.

1070. Uber anfører i sit høringssvar af 19. maj 2026, at Uber ikke er *"forpligtet til at give kørselskontorer adgang til sin app. En sådan leveringspligt opstår kun under ekstraordinære omstændigheder, navnlig hvor adgang til et input er uundværlig, og nægtelse eliminerer den effektive konkurrence."*[618]

1071. Uber anfører i forlængelse heraf at, *"Påstande om, at apps vil vokse i betydning, eller at ekspansion vil blive vanskeligere, godtgør ikke uundværlighed. Betydning er ikke en proxy for et must-have-input, og fremadrettede opfattelser viser heller ikke, at Uber – snarere end Bolt, andre nye aktører eller ingen – ville blive uundværlig. Tilsvarende afspejler påstande om, at ekspansion vil blive vanskeligere, intensiveret konkurrence, ikke skade på konkurrencen. Etablerede aktører forventes at tilpasse sig; deres ubehag er ikke en skadesteori."*[619]

1072. Hertil bemærker styrelsen, at det ikke er afgørende, om Ubers app er uundværlig, eller om der før fusionen er en leveringspligt. Det afgørende er, om Ubers app udgør et vigtigt input for Drivr og potentielt andre kørselskontorer,[620] og om Uber efter fusionen vil have mulighed for og incitament til at stille disse aktører ringere i konkurrencen på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder og på markedet for salg af kørselskontorydelser ved at hindre eller fjerne faktiske eller potentielle konkurrenters adgang til leverancer eller markeder. [621]

1073. Uber har endvidere anført i sit høringssvar af 19. maj 2026, at Uber Service Fee og vognmandspladsleje er separate konkurrenceparametre, og at styrelsens vurdering af, at et højere Uber Service Fee kan få Drivrs vognmænd til at skifte til Dantaxi, er uden grundlag. Uber har i den forbindelse anført, at en eventuel videreførelse af et højere Service Fee til Drivrs vognmænd afhænger af Drivrs egen kommercielle strategi, og at lavere pladsleje hos Dantaxi udgør almindelig konkurrence på markedet for salg af kørselskontorydelser og ikke inputafskærmning via Uber-appen.[622]

1074. Hertil bemærker styrelsen, at en forhøjelse af Uber Service Fee kan gøre Drivrs adgang til Uber-appen mindre attraktiv eller mindre profitabel for Drivr. Hvis Drivr viderefører omkostningen til sine vognmænd, kan det gøre Dantaxi relativt mere attraktivt. Hvis Drivr i stedet absorberer omkostningen, kan det svække Drivrs økonomiske grundlag og konkurrenceevne. I begge tilfælde kan en samtidig lavere pladsleje hos Dantaxi forstærke vognmændenes incitament til at skifte til Dantaxi. Det afgørende er ikke, om Uber Service Fee og vognmandspladslejen formelt udgør forskellige vilkår, men om fusionen giver Uber mulighed for og incitament til samlet at anvende vilkårene på en måde, der stiller Drivr ringere i konkurrencen med Dantaxi. En forhøjelse af Uber Service Fee kan således forringe Drivrs vilkår for adgang til Uber-appen. Drivr kan i den situation enten videreføre omkostningen til sine vognmænd, hvilket kan gøre det mindre attraktivt at være tilknyttet Drivr, eller absorbere omkostningen, hvilket kan svække Drivrs indtjening og konkurrenceevne. Efter fusionen kan Uber samtidig opnå den fulde økonomiske gevinst ved, at vognmænd og efterspørgsel flyttes til Dantaxi, både fra ture via Uber og ture gennem andre Dantaxi kanaler, mens Uber ved Drivrs fortsatte vækst alene opnår Uber Service Fee og en indirekte økonomisk gevinst gennem sin minoritetsinteresse i Drivr. I begge tilfælde kan Drivrs mulighed for at fastholde og tiltrække vognmænd blive svækket.

---

[618] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 110.
[619] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 122.
[620] Jf. punkt 1084 nedenfor samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 34-36
[621] Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 29.
[622] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 130.

1075. Det samme gælder, hvis Uber fastholder vilkårene for Drivr, men giver Dantaxi mere fordelagtige vilkår for adgang til Uber-appen, Det vil gøre Dantaxi relativt mere attraktiv for vognmænd og samtidig give Dantaxi bedre mulighed for at konkurrere om passagerer via Uber-appen. Dette kan forstærke de indirekte netværkseffekter, fordi flere vognmænd hos Dantaxi kan give bedre tilgængelighed for passagerer, mens flere passagerer via Uber-appen kan gøre Dantaxi endnu mere attraktiv for vognmænd.

1076. Det forhold, at Drivrs konkrete reaktion afhænger af Drivrs egen kommercielle strategi, ændrer ikke ved, at Uber har mulighed for at ændre vilkårene på en sådan måde, at en eller flere virksomheder stilles ringere i konkurrencen med den fusionerede enhed, og konkret i denne sag på en måde, som kan føre passagerefterspørgsel og vognmænd over mod Dantaxi. En sådan strategi kan derfor udgøre delvis inputafskærmning, selv om den også påvirker konkurrencen om vognmænd.

Uber har en betydelig position på de relevante markeder efter fusionen

1077. Styrelsen bemærker indledningsvist, at markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer på og omkring tidspunktet for fusionen var relativt nyt, og at dynamikken på et nyt marked bl.a. kan være påvirket af virksomhedernes forsøg på at etablere sig i markedet, herunder med anvendelsen af introduktionskampagner og lignende.

1078. Før fusionen var Uber den eneste aktive aktør på upstreammarkedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, mens Bolt havde annonceret indtræden, men først trådte ind med samarbejdet med Taxi 4x27 i juli 2025.[623] Uber var dermed på fusionstidspunktet den eneste platform, der tilbød eksterne kørselskontorer adgang til at sælge taxikørsel via sin formidlingsydelse, Uber-appen, jf. punkt 1054.

1079. Efter styrelsen modtog Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026 supplerede styrelsen analysen med en månedsvis opgørelse af upstream-markedsandele.

1080. I juli 2025, hvor både Uber og Bolt[624] var aktive med formidling for både eksterne og interne kørselskontorer, formidlede Uber [xxx] pct. af de samlede antal ture, som mobilitetsplatforme formidlede for *eksterne* kørselskontorer, mens Bolt formidlede [xxx] pct. af det samlede antal ture. I december 2025 formidlede Uber [xxx] pct. af de samlede antal ture, som mobilitetsplatforme formidlede for *eksterne* kørselskontorer, mens Bolt formidlede[xxx] pct. af det samlede antal ture.[625]

1081. Opgøres fordelingen i stedet på baggrund af formidlingsplatformenes samlede antal ture – dvs. formidling for både interne og eksterne kørselskontorer – stod Uber for [xxx] pct. og Bolt for [xxx] pct. af turene i juli 2025 henholdsvis [xxx] pct. og [xxx] pct. i december 2025.[626]

1082. På baggrund heraf er det styrelsens vurdering, at Uber har en betydelig styrke på markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, hvilket understøtter, at Uber havde mulighed for helt eller delvist at afskærme Drivr og potentielt andre kørselskontorer fra Uber-appen.

---

[623] Styrelsen anser Bolt som aktiv på markedet fra tidspunktet, hvor Bolt effektuerede sin første samarbejdsaftale med et eksternt kørselskontor om at formidle taxikørsel for kørselskontoret via Bolts app.

[624] Bolt formidlede den sin første tur for et eksternt kørselskontor (Taxi 4x27) i juli 2025.

[625] Jf. styrelsens egen beregning på baggrund af oplysninger om antal ture startet formidlet via Uber sendt fra Uber til styrelsen den 22. januar 2026, oplysninger om antal ture formidlet via Bolt sendt fra Bolt til styrelsen 16. april 2026.

[626] Jf. styrelsens egen beregning på baggrund af oplysninger om antal ture startet formidlet via Uber sendt fra Uber til styrelsen den 22. januar 2026, oplysninger om antal ture formidlet via Bolt sendt fra Bolt til styrelsen 16. april 2026.

Uber-appen udgør et væsentligt input

1083. Uber har anført, at Uber ikke udgør "*et væsentligt input for konkurrencen på downstreammarkedet for taxikørsel*". Dette skyldes ifølge Uber, i) at Uber blot udgør en alternativ salgskanal og ikke er en væsentlig del af taxikørsel som sådan, ii) at Uber først er trådt ind på markedet for nylig, og andre salgskanaler er fortsat vigtige, iii), at det ikke er omkostningstungt at opbygge egne apps, hvilket kan gøres med lethed, iv) at der ikke er væsentlige skifteomkostninger ved at forlade Uber, v) at Bolt udgør et tilgængeligt og attraktivt alternativ for kørselskontorer, og vi) at forbrugerne nemt kan skifte mellem udbydere, hvor Uber ikke er en kritisk adgangsvej til forbrugere.[627] Styrelsen adresserer Ubers bemærkninger løbende i de følgende afsnit.

1084. Overordnet er det styrelsens vurdering, at Uber-appen udgør et væsentligt input for Drivr i forhold til at kunne sælge sin taxikørsel. Drivr har omsætning også uden for Uber-appen, men omsætningen via Uber udgjorde ca. [xxx] pct. af Drivrs omsætning på tidspunktet for fusionen, mens [xxx] pct. stammer fra Drivrs egen app.[628] Styrelsens egne beregninger viser endvidere, at [xxx] pct. af Drivrs salg af taxikørsel i perioden februar til december 2025 stammede fra Uber-formidlede ture, og at andelen af salget via Drivrs egen app [xxx]til højst [xxx] pct. på månedsbasis i samme periode.[629] Det er således ikke afgørende, om det teoretisk set er muligt at udvikle egne apps som alternativ for Uber, eller om der er væsentlige skifteomkostninger forbundet ved at forlade Uber – det centrale for vurderingen er, om alternativerne er tilstrækkeligt attraktive for kunderne og vognmændene. Drivr skønner således, at ca. [xxx]pct. af selskabets vognmænd vil skifte til Dantaxi, hvis Drivr fremover ikke kan sælge taxikørsel via Ubers platform[630]. På den baggrund vurderer styrelsen, at Drivr ikke vil kunne omstille sit salg til andre salgskanaler og samtidig udøve et tilsvarende væsentligt konkurrencepres, som Drivr via samarbejdet med Uber har lagt på de øvrige taxiselskaber, herunder Dantaxi, forud for fusionen.

1085. At Uber først er trådt ind på markedet for nyligt, og at andre salgskanaler fortsat er vigtige, ændrer ikke ved, at Uber på meget kort tid har opbygget en betydelig markedsstyrke og har indtaget [xxx] betydning for Drivrs adgang til kunder. Uber-appens [xxx] betydning for Drivr illustreres bl.a. af den [xxx] vækst, Drivr har oplevet, siden samarbejdet med Uber blev indledt, særligt inden Uber erhvervede Dantaxi. Fra januar 2025 til maj 2025 oplevede Drivr således en [xxx] vækst, hvor antallet af tilknyttede taxier er steget fra [xxx] vogne i januar til [xxx] vogne i maj, jf. punkt 689.[631] Drivr har hertil oplyst: "*Den [xxx] stigning i antallet af tilknyttede biler skal imidlertid primært tilskrives adgangen til Ubers platform. Dette understreges også af at ca.* [xxx] *% af Drivrs omsætning i dag genereres via Ubers platform, […]. Det har også først været efter adgangen til Ubers platform blev etableret, at Drivr for alvor har været i stand til at tiltrække et større antal vognmænd.*[632] Udviklingen i markedsandele fra samarbejdets begyndelse og frem til fusionstidspunktet illustrerer også, at Drivrs vækst [xxx] er drevet af samarbejdet med Uber. Mens Uber (via Drivr) opnåede en markedsandel på [20-30] pct. i maj 2025, steg Drivrs markedsandel (uden for Uber-appen) [xxx] med [0-5] procentpoint trods den [xxx] stigning i antallet af vogne, jf. Tabel 5.5.

1086. Styrelsens vognmandsundersøgelse viser også, at en [xxx] del af de vognmænd, der er skiftet til Drivr i 2025, dvs. efter samarbejdet med Uber blev indledt, har valgt Drivr, netop fordi Drivr

[627] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkterne 120-133.
[628] Jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til styrelsen.
[629] Styrelsens beregninger på baggrund af omsætningsoplysninger modtaget fra Drivr den 13. april 2026.
[630] Jf. referat af møde med Drivr, d. 7. oktober 2025.
[631] I perioden juni-december 2025, efter Ubers erhvervelse af Dantaxi, [xxx], og antallet af vogne [xxx] fra [xxx] til [xxx], jf. Tabel 5.6.
[632] Jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til styrelsen.

giver adgang til ture bestilt via en mobilitetsapp. Dette gør sig gældende for [xxx] pct. af de vognmænd, der angiver at være skiftet til Drivr i 2025.[633]

1087. Uber anfører i deres høringssvar af 19. maj 2026, at Drivrs vækst ikke skyldes adgangen til Ubers app, men derimod Ubers finansielle støtte, herunder passagerrabatter.[634] Styrelsen er ikke enig i, at dette afkræfter, at Ubers app udgør et vigtigt input for Drivr.

1088. Styrelsen lægger i sin vurdering ikke til grund, at Drivrs vækst alene skyldes den tekniske adgang til Ubers app. Styrelsen lægger derimod vægt på, at Drivrs konkurrenceevne i væsentligt omfang kan henføres til det samlede samarbejde med Uber, hvor adgangen til Ubers app udgør den centrale adgangsvej til app-baseret passagerefterspørgsel. Dette omfatter bl.a. adgang til Ubers kundebase, Ubers brand, appens booking- og betalingsfunktionalitet, prisforudsigelighed, kampagner, rabatter og øvrige kommercielle vilkår, jf. punkt 1085 og 1179. Det forhold, at Uber har anvendt [xxx] midler på passagerrabatter og anden kommerciel støtte, understøtter efter styrelsens vurdering snarere, at adgangen til Ubers platform har haft væsentlig betydning for Drivrs vækst. Rabatterne virker gennem Ubers app og forudsætter adgang til Ubers kundegrundlag og transaktionsinfrastruktur. Uden adgang til appen ville Drivr ikke på samme måde kunne få del i den efterspørgsel, som Uber har stimuleret gennem rabatter, kampagner og øvrige platformstiltag.

1089. Drivr har endvidere oplyst: *"Uber har, i kraft af sin globale udbredelse og anerkendelse som den førende mobilitetsapp i den vestlige del af verden, adgang til en stor kundebase med over 156 millioner årlige brugere sidste år.*[635] *Dette giver taxachauffører på platformen direkte adgang til en potentiel meget stor kundegruppe og efterspørgsel på taxikørsel, som i stigende grad bliver app-baseret. Eftersom der er tale om et tosidet marked, vil de stærke netværkseffekter skabe en gensidig forstærkende effekt. Jo flere kunder, der er på appen, desto flere vognmænd/chauffører kan tiltrækkes af den øgede indtjeningsmulighed og reducerede tomkørsel. Omvendt vil flere tilgængelige vogne tiltrække flere kunder på grund af kortere ventetider og bedre tilgængelighed. Det er som følge af disse effekter* [xxx] *for Drivr at være til stede på Ubers platform*."[636]

1090. Uber skriver i sit høringssvar af 19. maj 2026, at styrelsens henvisning til, at Ubers globale rækkevidde giver taxitjenesteudbydere adgang til en stor kundebase, ikke kan behandles som en indikation for, at Drivrs vognmænd skulle have incitament til at skifte til Uber, hvis partnerskabet mellem Uber og Drivr blev opsagt.[637] Uber skriver videre, at *"[v]ognmænd opererer lokalt og baserer deres beslutninger på passagertilgængelighed inden for deres specifikke kommuner snarere end på globale brugertal."* [638]

1091. Styrelsen er ikke enig med Uber i, at det brede internationale kendskab til Uber ikke kan få betydning for nuværende Drivr-vognmænds valg af kørselskontor, hvis aftalen mellem Uber og Drivr blev opsagt. Det skyldes, at en stor del af Ubers privatkunder er kunder, der af den ene eller anden grund – fx ferie eller forretningsrejse – efterspørger taxikørsel i Danmark. Ifølge Ubers egne tal er ca. [xxx] pct. af Ubers brugere i Danmark udenlandske brugere, jf. punkt 732. Med det brede internationale kendskab har Uber dermed væsentligt bedre forudsætninger for at tiltrække udenlandske brugere – som kender til Ubers platform fra deres hjemland – end de af Ubers konkurrenter på downstreammarkedet, som ikke er bredt internationalt kendt. Derudover kan danske forbrugere, som rejser meget og er vant til at bruge Uber i udlandet, også have

---

[633] Jf. vognmandsundersøgelse.
[634] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 115.
[635] Jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til styrelsen.
[636] Jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til styrelsen.
[637] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 116.
[638] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 116.

en højere tilbøjelighed til at bruge Uber i Danmark. Disse fordele kan Uber – som konsekvens af indirekte netværkseffekter – også anvende til at tiltrække vognmænd, herunder fra Drivr.

Alternativer til Uber-appen er mindre attraktive

1092. Ifølge Uber gør det sig gældende, at *"[s]kulle Uber opsige samarbejdsaftalen, ville Drivr således kunne skifte til alternative apps, såsom Bolt, uden væsentlige omkostninger*".[639] Uber anfører desuden, at Bolt har udøvet et stærkt konkurrencepres på Uber.[640]

1093. Omkring alternativer til Uber-appen har Drivr udtalt, at *"[a]ndre platforme, herunder Bolt,* [xxx], *da ingen platforme kan matche Ubers kunde-volumen*."[641]

1094. Det er styrelsens vurdering, at Bolt på kortere sigt ikke vil være i stand til at tilbyde Drivr samme konkurrencemæssige kraft som Uber efter fusionen. Dette skyldes bl.a. det markant større kendskab til Uber blandt kunderne i Danmark. Fx gør det sig gældende, at blandt de respondenter i forbrugerundersøgelsen, der har Uber og/eller Bolt installeret på deres telefon, har [40-50] pct. angivet, at de allerede havde Uber installeret, inden Uber kom til Danmark i 2025, mens [xxx] [5-10] pct. har angivet at have Bolt installeret ([10-20] pct. havde begge apps installeret). Dette afspejler sig også i markedsandelene for henholdsvis Uber og Bolt, der viser, at Uber i december 2025 havde en markedsandel på [20-30] pct.[642], mens Bolt alene havde en markedsandel på [10-20] pct.[643] på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, jf. Tabel 5.5. Bolt har i forhold til sin markedsandel oplyst, at " [xxx]."[644]

1095. Flere kørselskontorer giver også udtryk for, at Bolts indtræden i Danmark har haft begrænset effekt på måden at konkurrere om kunderne på, fx: " [xxx]", " [xxx]", " [xxx]" og " [xxx]".[645]

1096. Uber skriver hertil i deres høringssvar af 19. maj 2026, at der eksisterer alternativer til Uber, og at *"Bolt har en markedsandel på [10-20] % i Danmark og opnåede paritet med Uber på sammenlignelige nordiske markeder (pkt. 749) [646]. Forskellen mellem Uber på [20-30] % og Bolt på [10-20] % mindre end 15 måneder efter driftsstart er beskeden og er langt fra at godtgøre manglende levedygtighed. KFST's påberåbelse af data om forudinstallerede apps – der viser, at marginalt flere forbrugere havde Uber end Bolt installeret før den danske lancering[647] – er i bedste fald et ubetydeligt forspring og beviser intet om indenlandske konkurrenceforhold, når begge apps aktivt konkurrerer.*"[648] [fodnoter angivet af styrelsen]

1097. Hertil bemærker styrelsen, at Uber i afgørelsesudkastet ikke har fået fuld indsigt i opgørelsen af markedsandele som følge af hensyn til fortrolighed. Uber har derfor kun haft mulighed for at sammenligne opgørelser af markedsandele i intervaller. Det fremgår af styrelsens markedsop-

---

[639] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 131.
[640] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 132.
[641] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[642] Markedsandelen er opgjort som det formidlede salg af Uber, hvor kørslen er udført af vognmænd tilknyttet hhv. Dantaxi og Drivr.
[643] Markedsandelen er opgjort som det formidlede salg af Bolt, hvor kørslen er udført af vognmænd tilknyttet hhv. Bolt og Taxi 4x27.
[644] Jf. referat af styrelsens møde med Bolt den 1. oktober 2025.
[645] Jf. undersøgelsen blandt kørselskontorer, spørgsmål 103.
[646] "Pkt. 749" henviser til punkt 749 i afgørelsesudkastet. Der er tale om punkt 1006 i denne afgørelse.
[647] Uber skriver i en relateret fodnote (fodnote 64 i høringssvaret af 19. maj 2026), at *"Ifølge undersøgelsen havde 60-70 % af respondenterne installeret mindst én app; blandt disse havde kun 20-30 % installeret Uber (Q3). Hvis 40-50 % af disse havde Uber forudinstalleret, indebærer dette, at ud af en base på 1.000 respondenter havde blot omkring 5-10 % (48-105 personer) udelukkende Uber forudinstalleret.."*
[648] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 117.

gørelse, at Ubers samlede markedsandel omfattende formidling på vegne af Drivr og Dantaxi udgjorde [10-30] pct. i december 2025, mens Bolts markedsandel omfattende formidling på vegne af Bolts eget kørselskontor og Taxi 4x27 udgjorde [10-20] pct. i samme måned, jf. Tabel 5.5. Der er således tale om en [xxx] forskel i de to mobilitetsplatformes markedsandel på [xxx] procentpoint.

1098. I forhold til Ubers bemærkning om at kun marginalt flere privatkunder havde installeret Uber fremfor Bolt før lanceringen af hver af disse apps, bemærker styrelsen, at svarene fra styrelsens forbrugerundersøgelse viser, at der ikke er tale om en *marginal* forskel som anført af Uber. Resultaterne af styrelsens markedsundersøgelser viser derimod, at [10-20] pct. af respondenterne bosat i hovedstaden havde installeret Uber før lanceringen i januar 2025, mens kun [5-10] pct. af respondenterne i Region Hovedstaden havde installeret Bolt forud for lanceringen af Bolt i Danmark.[649] Der er dermed tale om væsentlige forskelle mellem de to platforme, for så vidt angår privatkundernes tilbøjelighed til at have installeret de to apps før selskabernes lanceringer i Danmark. Dette forhold understøtter blot styrelsens vurdering af og konklusion om, at Bolt på kortere sigt ikke vil være i stand til at tilbyde Drivr samme konkurrencemæssige kraft som Uber, jf. beskrivelsen i punkt 1094.

1099. Styrelsen finder heller ikke, at Ubers bemærkninger om Ubers markedsandel[650] og Bolts indtræden på markedet[651] kan føre til en anden vurdering. Styrelsen bemærker, at vurderingen af inputafskærmning ikke alene beror på Ubers markedsandel på downstreammarkedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder. Vurderingen beror navnlig på Uber-appens betydning som adgangsvej til app-baseret passagerefterspørgsel, Drivrs [xxx] samarbejdet med Uber og de netværkseffekter, der kan opstå mellem passagerer, vognmænd og kørselskontorer samt Dantaxis position som ét af de største kørselskontorer. De markedsandelstærskler, som Uber henviser til, udgør derfor ikke i sig selv et grundlag for at afvise risikoen for inputafskærmning.

1100. Styrelsen er som udgangspunkt enig med Uber i, at Bolt udøver et konkurrencepres på Uber. Dette konkurrencepres ændrer imidlertid ikke ved, at oplysningerne i sagen viser, at Bolt på kort sigt ikke kan udgøre et lige så stærkt alternativ til Uber efter fusionen med Dantaxi, for de kørselskontorer, der efterspørger adgang til ekstern app-baseret passagerefterspørgsel, jf. punkt 1094.

1101. Bolts tilstedeværelse på markedet kan derfor isoleret set ikke afkræfte, at Ubers app udgør et vigtigt input for Drivr.

1102. Afsluttende skriver Uber hertil, at Bolts påberåbelse af netværkseffekter som en barriere er overdrevet. Ifølge Uber opstår netværkseffekter ikke *"automatisk fra marginale efterspørgselsskift, og i en vertikal afskærmningskontekst – uden 1:1 konsolidering – mangler teorien praktisk plausibilitet."* [652]

1103. Hertil bemærker styrelsen, at fusionen netop medfører, at Uber opnår adgang til de betydelige kundebaser, som Dantaxi – som Danmarks største taxiselskab - har tilknyttet. Der er derfor ikke tale om marginale efterspørgselsskift, som Uber anfører.

---

[649] Styrelsens undersøgelse omfatter i alt 420 respondenter bosat i Region Hovedstaden, jf. svaret på spørgsmål 2 i forbrugerundersøgelsen. Heraf har [xxx] respondenter svaret, at de enten havde Uber installeret eller både Uber og Bolt installeret før de kom til Danmark, mens [xxx] respondenter har svaret at de enten havde Bolt eller Bolt installeret eller både havde Uber og Bolt installeret på deres mobiltelefon før de kom til Danmark, jf. svaret på spørgsmål 27 i forbrugerundersøgelsen.

[650] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 118.

[651] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 119 og 120.

[652] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 122.

1104. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at fusionen giver Uber mulighed for (og incitament til, jf. nedenfor) helt eller delvist at afskærme Drivr for et væsentligt input, nemlig adgang til Ubers mobilitetsapp, som giver adgang til et udvidet kundegrundlag, som Drivr ellers ikke ville kunne nå.

5.2.6.1.2 Ubers incitament til inputafskærmning af Drivr

1105. Af Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner fremgår, at incitamentet til at hindre adgangen til input afhænger af, om dette vil være rentabelt. Den fusionerede virksomhed står hovedsageligt over for en afvejning mellem den fortjeneste, der går tabt på upstreammarkedet (her markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer) som følge af en lavere afsætning af input til faktiske eller potentielle konkurrenter (her kørselskontorer), og den øgede fortjeneste på kortere eller længere sigt ved det øgede downstreamsalg (via Dantaxi) eller eventuelt muligheden for at forhøje priserne over for forbrugerne.[653]

1106. Det fremgår desuden af retningslinjerne, at den integrerede virksomheds incitament til at forøge konkurrenternes omkostninger afhænger af, hvor sandsynligt det er, at downstreameftersporgslen (på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder samt markedet for salg af kørselskontorydelser) ledes bort fra de konkurrenter, der udsættes for afskærmning, og hvor stor en andel af denne bortledte efterspørgsel den integrerede virksomheds downstreamafdeling (Dantaxi) kan overtage.[654]

1107. Det er styrelsens vurdering, at Uber efter fusionen vil have incitament til at afskærme Drivr fra Uber-appen, enten i form af fuld afskærmning eller i form af delvis afskærmning. Fuld inputafskærmning sker ved, at Uber ophæver samarbejdsaftalen med Drivr, hvorved Drivr ikke længere er en del af Ubers platform, og Drivrs vognmænd ikke længere har adgang til Ubers kunder. Ved delvis inputafskærmning er Drivr fortsat en del af Ubers platform, men Uber forskelsbehandler Drivr og Dantaxi på en sådan måde, at det bliver dyrere eller vanskeligere for Drivr og Drivrs vognmænd at få adgang til kunderne på Ubers platform. Styrelsen vil i det følgende vurdere Ubers incitament til henholdsvis hel og delvis inputafskærmning.

5.2.6.1.2.1 Hel afskærmning af Drivr

1108. For Uber har det større værdi, når taxikørsel udføres af vognmænd tilknyttet Dantaxi fremfor Drivr. Det skyldes særligt, at Uber fra vognmænd tilknyttet Dantaxi vil opnå hele pladsleje-indtægten baseret på alle de ture vognmændene kører, hvorimod Uber fra vognmænd tilknyttet Drivr kun vil opnå indtægter i form af Uber Service Fee for ture formidlet via Ubers app og potentiel [xxx].[655]

1109. En total afskærmning af Drivrs adgang til Uber vil medføre en række tab for Uber.

1110. Såfremt Uber opsiger aftalen med Drivr inden aftalens udløb, [xxx].[656] Samarbejdsaftalen mellem Uber og Drivr har en varighed på [xxx] år, hvorefter [xxx][657]

---

[653] Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 40.
[654] Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 42.
[655] Ubers indtægter via Drivr stammer fra [xxx], jf. punkt 630.
[656] Jf. parternes svar på styrelsens spørgsmål 1 af 6. marts 2026. [xxx]
[657] Uber og Drivrs samarbejdsaftale, [xxx].

1111. Udover at [xxx] vil en opsigelse af Drivr også indebære, at Uber [xxx]Drivrs kommissionsbetaling til Uber udgør aktuelt [xxx] Endelig vil Uber lide et tab i form af potentielle fremtidige indtægter som følge af [xxx]f. punkt 630. Uber har oplyst, at Uber [xxx].[658]

1112. En total afskærmning af Drivrs adgang til Uber vil øge Ubers indtægter fra eksisterende og nye vognmænd tilknyttet Dantaxi.

1113. En direkte effekt ved en total afskærmning består i, at Uber vil opnå øgede indtægter i form af øgede pladslejeindtægter fra de Dantaxi-vognmænd, som overtager de ture, som Drivr-vognmænd tidligere kørte.[659] Det kan enten ske ved, at eksisterende Dantaxi-vognmænd øger deres kapacitet og/eller udnytter deres eksisterende kapacitet mere effektivt.[660] Det kan også ske ved, at flere vognmænd indgår samarbejdsaftale med Dantaxi. Det kan fx være vognmænd, som skifter fra Drivr til Dantaxi, som konsekvens af, at Drivr mister Uber som salgskanal samt helt nye vognmænd eller vognmænd tilknyttet andre kørselskontorer, som skifter til Dantaxi, fordi de kan se et vækstpotentiale, som konsekvens af, at Drivrs biler ikke længere er tilgængelige på Ubers app. Tiltrækning af vognmænd til Dantaxi kan udover et forventeligt øget salg af taxikørsel via Uber – og dermed øgede pladslejeindtægt for Dantaxi – også indebære et øget salg via andre af Dantaxis salgskanaler, herunder app-bestilling, telefonbestilling, gadeture, lufthavnsture osv., samt på længere sigt øgede indtægter fra salg af taxikørsel til offentlige kunder og erhvervskunder.

1114. Den samlede gevinst for Uber afhænger således især af, **i)** i hvilket omfang eksisterende Dantaxi-vognmænd er i stand til at øge deres kapacitet og/eller udnytte deres kapacitet mere effektivt, og hvordan det vil påvirke salget via Dantaxis øvrige salgskanaler, **ii)** antallet af privatkunder, som fortsat vi anvende Uber efter afskærmningen af Drivr og **iii)** antallet af vognmænd, der skifter til Dantaxi.

1115. Uber har anført, at Uber ikke har incitament til at afskærme Drivr efter fusionen, da Uber drager fordel af et tilstrækkeligt udbud, og da Drivr står for ca. [xxx] pct. af turene inden for Uber-appen.[661] Det er dog styrelsens vurdering, at Uber vil have incitament til at afskærme Drivr.

1116. *For det første* har Uber med fusionen overtaget et af Danmarks største kørselskontorer, hvilket har medført en betydelig stigning i antallet af vognmænd, der kan køre ture genereret via Uber-appen.

1117. *For det andet* må det grundet indirekte netværkseffekter forventes, at der i takt med den øgede efterspørgsel fra passagerer hos Dantaxi vil ske en stigning i antallet af vognmænd hos Dantaxi, fx som konsekvens af at Drivr vognmænd og eventuelle andre vognmænd kan se et større kundegrundlag hos Dantaxi, som følge af afskærmningen af Drivrs adgang til Uber. Styrelsen har undersøgt i hvilket omfang, vognmændene kan forventes at gå fra Drivr til Dantaxi, såfremt Uber opsiger aftalen med Drivr. Blandt Drivrs vognmænd har [xxx] pct. angivet, at de ville skifte kørselskontor, hvis Drivr mistede adgangen til Uber og ikke længere var tilgængelig på en mobilitetsplatform ([xxx] pct., hvis der ses bort fra dem, der svarede "ved ikke"). Af disse [xxx] pct. ville [xxx] pct. skifte til Dantaxi ([xxx] pct., hvis der ses bort fra dem, der svarede "ved ikke") -

---

[658] Jf. parternes svar på styrelsens spørgsmål 2 af 6. marts 2026.

[659] [xxx]

[660] En udvidelse af kapaciteten – med henblik på at køre flere Uber-ture – kan fx ske ved at de enkelte Dantaxi-vognmænd øger antallet af timer, hvor bilen er i drift. Det kan fx ske ved at de enkelte vognmænd ansætter flere chauffører. En sådan udvidelse kan også øge salget af taxikørsel via andre af Dantaxis salgskanaler, og dermed yderligere øge Ubers pladslejeindtægter. En mere effektiv udnyttelse af eksisterende kapacitet – med henblik på at køre flere Uber-ture – kan fx ske ved, at de enkelte Dantaxi-vognmænd – som følge af afskærmningen af Drivr – modtager og accepterer flere Uber-ture, når deres biler alligevel holder stille. Det kan på den anden side resultere i en nedgang i salget via Dantaxis øvrige salgskanaler.

[661] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 136 og 139.

og heraf anfører [xxx] pct., at dette skyldes muligheden for fortsat adgang til Uber.[662] Samlet er der således ca. [xxx] pct. af Drivrs vognmænd, der har angivet, at de vil skifte til Dantaxi, hvis Drivr mistede adgangen til Uber (hvis der ses bort fra dem, der har svaret "ved ikke").

1118. *For det tredje* gør det sig gældende, at der stadig vurderes at være [xxx] ledig kapacitet blandt vognmændene tilknyttet Dantaxi. Uber har således oplyst, at taxier tilknyttet Dantaxi var ledige [xxx] pct. af tiden.[663]

1119. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at Uber via Dantaxi fortsat vil råde over et betydeligt antal vognmænd og tilstrækkelig kapacitet til at kunne undgå en betydelig stigning i ventetiderne efter en eventuel afskærmning af Drivr.

1120. Uber anfører i sit høringssvar af 19. maj 2026, at Uber ikke vil have incitament til at afskærme Drivr fra Uber-appen, fordi Drivr efter Ubers oplysninger tegner sig for ca. [xxx] pct. af turene på Uber-appen. Ifølge Uber vil en fjernelse af Drivr derfor øjeblikkeligt øge ventetiderne for passagererne og forringe servicekvaliteten. Uber henviser i den forbindelse til styrelsens forbrugerundersøgelse, hvor 23 pct. af passagererne rangerer ventetid som den mest afgørende faktor, 15,9 pct. angiver kortere ventetider som årsag til at vælge mobilitetsapps, og 22 pct. af brugere af flere apps angiver variation i ventetid som årsag til at skifte mellem apps.[664]

1121. Styrelsen bemærker, at dette argument er en gentagelse af tilsvarende argument fremsat tidligere, og som styrelsen allerede har inddraget i den samlede vurdering, jf. punkt 1115 til 1119 ovenfor. Uber har ikke yderligere understøttet deres vurdering af hvordan og i hvilket omfang afskærmning af Drivr skulle påvirke ventetiden på Ubers app og Ubers høringssvar har derfor ikke givet styrelsen anledning til at ændre vurderingen af at afskærmning af Drivr sandsynligvis ikke vil påvirke ventetiden væsentligt.

1122. Uber anfører desuden i Ubers høringssvar af 19. maj 2026, at Uber ikke har incitament til at opsige eller afskærme Drivr, fordi det vil være forbundet med betydelige omkostninger. Uber peger navnlig på [xxx]. Uber kritiserer samtidig styrelsen for ikke at have kvantificeret, at gevinsten ved afskærmning overstiger disse omkostninger. Styrelsen har inddraget disse forhold i vurderingen, men finder ikke, at de udelukker et incitament til inputafskærmning.

1123. Styrelsen foretog efter modtagelsen af Ubers høringsbemærkninger af 19. maj 2026 en simpel beregning til illustration af de forventede indtægter og forventede tab som følge af en total afskærmning af Drivr som supplement til styrelsens øvrige vurdering. Uber fik beregningen i høring 16. juni 2026. Efter modtagelse af Ubers høringssvar hertil af 19. juni 2026, hvor Uber pegede på en række udfordringer med styrelsens beregninger,[665] og som nærmere fremgår af afsnit 5.2.6.1.2.1.1 nedenfor, har styrelsen valgt ikke at medtage en beregning i afgørelsen. Det skyldes, at styrelsen har vurderet, at en fyldestgørende opgørelse af indtægter og udgifter/tab vil være forbundet med for store usikkerheder. Idet beregningerne var tiltænkt som supplement til styrelsens vurdering af risikoen for hel inputafskærmning, er beregningerne ikke afgørende for styrelsens konklusion.

1124. Det er dog styrelsens vurdering, at en række forhold understøtter, at en total afskærmning af Drivr vil være rentabelt på sigt, jf. nedenfor.

---

[662] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 75, 77 og 81.

[663] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 208.

[664] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 125, med henvisning til forbrugerundersøgelsen, spørgsmål Q19, Q16 og Q5.

[665] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til styrelsens reviderede udkast til afsnit om incitament til inputafskærmning af 16. juni 2026, punkterne 76-84.

En væsentlig andel af Ubers brugere vil fortsætte med at anvende Uber efter en afskærmning

1125. Det er styrelsen vurdering, at en væsentlig andel af Ubers nuværende kundebase af privatkunder fortsat vil anvende Ubers app efter en afskærmning af Drivr. Eksempelvis viser styrelsens undersøgelser, at det kun i meget ringe omfang har betydning for kunden, om det er Dantaxi eller Drivr, der kommer, når de bestiller en taxi gennem Uber, og at mange kunder ikke er opmærksomme på hvilket kørselskontor, udfører taxikørslen. Således har blot 10 pct. af respondenterne i styrelsens forbrugerundersøgelse angivet, at det havde en betydning for dem, om der kom en taxi fra Drivr eller Dantaxi, når de bestilte via Uber-appen.

1126. Dvs., at såfremt ventetiden ikke øges betydeligt på appen, er det styrelsens vurdering af efterspørgslen vil være stort set uændret.[666]

Et væsentligt antal vognmænd tilknyttet Drivr vil forventeligt skifte til Dantaxi efter en afskærmning

1127. Det er styrelsen vurdering, at et væsentligt antal af vognmænd tilknyttet Drivr vil skifte til Dantaxi efter en afskærmning. Eksempelvis viser styrelsens undersøgelser, at en væsentlig andel af Drivrs vognmænd vi skifte til Dantaxi, hvis Drivr mister adgangen til Uber. Således har ca. [xxx] pct. af vognmænd tilknyttet Drivr, i styrelsens undersøgelse, angivet, at de vil skifte til Dantaxi, hvis Drivr mistede adgangen til Uber og ikke længere var tilgængelig på en mobilitetsplatform, jf. punkt 1117. Flere af Drivrs vognmænd har desuden angivet adgang til Ubers platform som en af de væsentligste årsager til at indgå aftale med Drivr.[667]

1128. For mange vognmænd vil Dantaxi – som følge af fusionen – blive yderligere attraktiv at indgå samarbejde med. Det skyldes, at Uber med fusionen vil opbygge store baser af henholdsvis privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder, og at store baser af privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder, udgør tre af de fire væsentligste årsager til vognmændenes valg af kørselskontor.[668] Dantaxi bliver dermed ikke blot attraktiv over for vognmænd tilknyttet Drivr, men også for vognmænd tilknyttet nye kørselskontorer (og helt nye vognmænd).

Forventede øgede indtægter fra andre salgskanaler end Uber

1129. Det er styrelsen vurdering, at Uber kan forvente væsentlig øgede pladslejeindtægter fra andre salgskanaler end Uber, herunder via Dantaxis app, telefonnummer, gadeture, lufthavnsture osv., som følge af, at flere vognmænd bliver tilknyttet Dantaxi. Eksempelvis viser styrelsens undersøgelser, at en væsentlig del af Dantaxis salg af taxiydelser sker uden for Ubers app. Således udgjorde salget af taxiydelser hos Dantaxi fra andre salgskanaler end Uber omkring [xxx] af Dantaxis samlede omsætning på månedsbasis i perioden juli 2025 til december 2025.[669]

1130. Uber har oplyst, at vognmænd tilknyttet Dantaxi opkræves efter en model, hvor den enkelte vognmand overordnet opkræves en procentsats efter en trappemodel afhængigt af omsætningen. [xxx]procentsatsen kan variere, og da vognmændene i visse tilfælde kan opkræves et fast minimumsgebyr,[670] har Uber estimeret en blandet pladslejesats til at udgøre [xxx] pct.[671]

1131. [xxx], jf. punkt 1110.

---

[666] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 34.
[667] Jf. vognmandsundersøgelsen, kombination af svar på spørgsmål 8 og spørgsmål 13.
[668] Jf. Tabel 5.15 på side 156.
[669] Styrelsens opgørelse på baggrund af oplysninger om Dantaxis omsætning modtaget fra Uber, den 2. marts 2026.
[670] Jf. beskrivelsen i Dantaxis samarbejdsaftale med vognmænd [xxx] sendt af Uber til styrelsen 27. februar 2026.
[671] Jf. fodnote 659.

1132. Såfremt fordelingen mellem salgskanalerne ikke ændres betydeligt efter afskærmningen, vil Dantaxi dermed kunne forvente væsentligt øgede pladslejeindtægter som følge af et øget salg af taxiydelser via andre salgskanaler end Uber, hvor kørslen udføres af nye vognmænd tilknyttet Dantaxi. Forventningen til en øget omsætning bidrager dermed yderligere til Dantaxis incitament til at afskærme Drivr.

Inputafskærmning svækker Drivrs konkurrencepres på Uber på markedet for salg/formidling af taxikørsel

1133. En total afskærmning af Drivr, vil ikke blot øge tilstrømningen af vognmænd og efterspørgslen efter taxikørsel udført af Dantaxi-vognmænd, som beskrevet ovenfor. En total afskærmning vil sandsynligvis også i [xxx] omfang reducere det konkurrencepres som Drivr lægger på Uber/Dantaxi. Styrelsens undersøgelser viser, at [xxx] årsag til Drivrs [xxx] vækst skyldes samarbejdet med Uber, jf. punkt 563. Det er derfor sandsynligt, at en total afskærmning af Drivrs adgang til Ubers app vil få [xxx] betydning for Drivrs muligheder for at konkurrere om taxikunder og vognmænd.

1134. Denne effekt vil blot stille Uber (endnu) bedre i konkurrencen, fx i konkurrencen om offentlige kunder og erhvervskunder, og potentielt gøre det muligt for Uber at øge priserne og dermed nettogevinsten ved inputafskærmning.

5.2.6.1.2.1.1 Input fra Ubers høringssvar af 19. juni 2026

1135. Uber sendte den 19. juni 2026 et yderligere høringssvar blandt andet med fokus styrelsens regneeksempel, hvori Uber anfører, at styrelsens beregning hviler på en række kritiske og ubegrundede antagelser, som hver for sig – og bestemt samlet set – gør analysen upålidelig.[672]

1136. Styrelsen har efter modtagelsen af Ubers høringssvar af 19. juni valgt ikke at medtage beregningerne i afgørelsen, jf. også punkt 1123. For fuldstændighedens skyld vil styrelsen herunder kort opsummere Ubers bemærkninger og kort beskrive, hvordan styrelsen har håndteret Ubers input i afgørelsen.

1137. Uber bemærker *for det første*, at antagelsen om, at Dantaxi kan overtage hele den omsætning, der i øjeblikket genereres via Drivr på Ubers app ikke understøttes af bevismaterialet. I den forbindelse påpeger Uber, at en reduktion af udbuddet, som følge af en opsigelse af Drivr, vil øge ventetiden på Uber, og at en forøgelse af ventetiden vil resultere i, at passagerne delvist vil skifte til andre taxiselskaber.[673]

1138. Uber bemærker *for det andet*, at en utidig opsigelse af samarbejdsaftalen med Drivr vil udrydde Ubers provisionsindtægter fra Drivr, og at dette tilbagevendende tab ikke indgår i styrelsens beregninger.[674]

1139. Uber bemærker *for det tredje,* at analysen ser bort fra tabet af Ubers egenkapitalværdi i Drivr, som følger af Ubers aktiepost på [xxx] pct. Dette udgør efter Ubers vurdering en væsentlig omkostning, som styrelsen uden begrundelse har udeladt fuldstændigt fra sin beregning.[675]

---

[672] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 76.

[673] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 77.

[674] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 78.

[675] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 79.

1140. *For det fjerde* bemærker Uber, at antagelsen om, at Uber kan øge sin pladslejeindtægt for det fulde antal ture forudsætter en problemfri overtagelse af [xxx] og tager ikke højde for eventuelle opsigelsesfrister. Uber påpeger videre, at den uudnyttede kapacitet hos Dantaxi afspejler en situation, hvor Dantaxi opererede sideløbende med Drivr, og at styrelsen ikke har besvaret spørgsmålet om, hvorvidt den uudnyttede kapacitet vil kunne omsættes til en tilsvarende servicekvalitet.[676]

1141. *For det femte* påpeger Uber, at perioden for styrelsens beregninger ikke er repræsentativ, idet Uber tilbød betydelige rabatter til passagerer for at fremme vækst og udbredelse. Ifølge Uber udgør omsætningen i denne periode derfor ikke et passende grundlag for at forudsige den langsigtede rentabilitet af en afskærmningsstrategi. Uber anfører i den forbindelse, at Ubers data viser, at priserne ikke er steget og i flere tilfælde fortsat med at falde efter fusionen i byer med højt konkurrencepres, hvilket efter Ubers overbevisning modsiger omsætningsantagelserne, der ligger til grund for styrelsens model.[677]

1142. *For det sjette* har Uber anført, at Ubers faktiske adfærd efter fusionen modsiger styrelsens vurdering. Uber har i den forbindelse fremhævet, at Uber ikke har afbrudt samarbejdet med Drivr, og at Uber [xxx][678]. Det er Ubers opfattelse, at Ubers adfærd efter fusionen er i direkte modstrid med styrelsens teori. Uber anfører, at hvis styrelsens rentabilitetsanalyse var korrekt, ville man forvente i det mindste forberedende skridt i den retning. Uber anfører videre, at Uber i stedet har fortsat med at udbygge sit samarbejde med Drivr ved at beholde sin kapitalandel i Drivr og holde den strategiske samarbejdsaftale i kraft. Denne adfærd kendetegner efter Ubers opfattelse ikke en virksomhed med et reelt incitament til at afskærme.[679]

1143. Endelig skriver Uber i sit høringssvar af 19. juni 2026, at Uber finder det proceduremæssigt utilfredsstillende, at parterne ikke har fået indsigt i de specifikke tal, der ligger til grund for styrelsens beregning.[680]

1144. For så vidt angår Ubers bemærkning om, at parterne ikke har fået indsigt i visse oplysninger i Boks 5.1 i den version af udkast til afgørelse, som Uber fik sendt i høring, har styrelsen efter modtagelsen af parternes høringssvar foretaget en revurdering af fortroligheden af de konkrete oplysninger. På baggrund af denne revurdering har styrelsen vurderet, at oplysningerne ikke er fortrolige for Uber. Styrelsen har derfor efterfølgende delt oplysningerne med Uber. Uber er ikke vendt tilbage med yderligere kommentarer til disse oplysninger.

1145. For så vidt angår Ubers bemærkninger til styrelsens beregninger, jf. punkt 1137 - 1141, bemærker styrelsen, at styrelsen som sådan ikke er uenig i, at enkelte af de forhold, som parterne anfører, kan påvirke beregningerne af rentabiliteten ved en utidig opsigelse af Drivr. Som beskrevet i punkt 1123 har styrelsen vurderet, at der er for mange usikkerheder i beregningen og har derfor fjernet beregningen, da den ikke var afgørende for konklusionen.

1146. I forhold til Ubers bemærkning om, at en afskærmning vil øge ventetiden på Ubers app, jf. punkt 1137 bemærker styrelsen, at dette giver anledning til følgende uddybning: Udviklingen i antallet af biler tilknyttet Dantaxi viser, at Dantaxi har formået at vende et nettotab af tilknyttede biler inden fusionen til en stigning efter fusionen. Antallet af biler tilknyttet Dantaxis kørsels-

---

[676] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 80.

[677] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 81.

[678] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 127.

[679] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 82.

[680] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 76.

kontor, som bl.a. dækker Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner (Dantaxi 4x48), faldt således fra [xxx] fra første kvartal (omkring tidspunktet for lanceringen af Uber) til [xxx] i andet kvartal 2025 (omkring fusionstidspunktet) for efterfølgende at stige til [xxx] i første kvartal 2026, jf. Tabel 5.7. Denne udvikling demonstrerer, at Dantaxi kan være i stand til at tiltrække yderligere kapacitet til Uber, og at dette kan ske på relativt kort tid på trods af eventuelle opsigelsesvarsler. Styrelsen bemærker herudover, at denne udvikling er sket i en periode, hvor også Drivr har bidraget til at tiltrække yderligere vognmænd til Uber – udviklingen kan potentielt gå endnu hurtigere i en situation, hvor Drivr ikke længere er tilknyttet Ubers platform, og Dantaxi dermed er vognmændenes eneste mulighed for at få adgang til Ubers kunder.

1147. Selv hvis det samlede udbud (mængden af taxier tilgængelig på Uber) skulle falde og resultere i en øget ventetid, vil ventetiden for en taxi via Uber fortsat være relativt lav. Hvis ventetiden på taxikørsel via Uber eksempelvis måtte stige med 50 pct. vil dette i gennemsnit typisk resultere i en forøget ventetid på omkring [xxx], og selv med en sådan forøgelse er ventetiden hos Uber fortsat relativt lav [xxx].[681]

1148. I forhold til **i)** Ubers bemærkning om tab af provisionsbetalinger fra Drivr i form af Uber Service fee, jf. punkt 1138, **ii)** Ubers bemærkning om, at styrelsens analyse ser bort fra tabet af Ubers egenkapitalværdi i Drivr, som følger af Ubers aktiepost på [xxx] pct., **iii)** Ubers bemærkning om at antagelsen om, at Uber kan øge sin pladslejeindtægt for det fulde antal ture under forudsætning af en problemfri overtagelse af [xxx] (og ikke tager højde for eventuelle opsigelsesfrister), jf. punkt 1140 og **iv)** Ubers bemærkning om, at perioden for styrelsens beregninger ikke er repræsentativ, jf. punkt 1141, bemærker styrelsen at bemærkningerne relaterer sig til beregningen, og at bemærkningerne derfor ikke er relevante, da styrelsen har valgt ikke at medtage beregningerne i afgørelsen.

1149. I forhold til Ubers bemærkning om, at Ubers adfærd efter fusionen strider mod styrelsens konklusion, jf. punkt 1142, bemærker styrelsen, at det forhold, at skadesteorien eventuelt ikke har materialiseret sig efter gennemførelsen af fusionen, ikke i sig selv er et udtryk for, at styrelsen ikke har løftet bevisbyrden for, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Fusionsparternes adfærd efter en gennemført fusion er krævet anmeldt, skal vurderes med en vis forsigtighed, da adfærden kan være påvirket af, at parterne er bevidste om, at fusionen er under behandling, jf. punkt 228. Det vil således være særdeles overraskende, hvis Uber havde valgt at opsige Drivr, mens fusionen er under behandling hos styrelsen. Den samlede vurdering af Ubers ændrede incitament til at afskærme Driver efter fusionen, viser, at en fuldstændig afskærmning vil være rentabel for Uber, og at fusionen giver Uber incitament til helt at afskærme Drivrs adgang til formidling via Ubers app.

5.2.6.1.2.1.2 Opsummering

1150. Det er styrelsens vurdering, at ovenstående understøtter, at Uber med fusionen opnår incitament til at afskærme Drivrs adgang til Ubers app fuldstændigt. Det skyldes, at omsætning relateret til taxikørsel udført af vognmænd tilknyttet Dantaxi fremfor Drivr har væsentlig større værdi for Uber, og at Uber har mulighed for at flytte denne omsætning fra taxier tilknyttet Drivr til taxier tilknyttet Dantaxi ved en total afskærmning af Drivr.

5.2.6.1.2.2 Delvis afskærmning af Drivr

1151. Ved en delvis afskærmning af Drivr kan Uber vælge at forskelsbehandle Drivr i forhold til Dantaxi, i) at gøre det relativt dyrere for Drivr, og disses tilknyttede vognmænd, at sælge sine ydel-

[681] Den gennemsnitlige ventetid (beregnet på ugebasis) efter en taxi bestilt via Uber lå i perioden marts 2025 til april 2026 typisk på [xxx] [xxx], jf. Figur 5.15 i afsnit 5.3.2. Uber har samtidigt oplyst, at medianventetiden for en taxi bestilt via Uber i september 2025 udgjorde ca. [xxx], jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 596. Til sammenligning anslår Bolt at have en gennemsnitlig ventetid på ca. [xxx], jf. referat af møde med Bolt, d. 1. oktober 2025.

ser via Uber, fx ved at hæve Uber Service Fee over for Drivr og/eller sænke pladslejen for vognmænd hos Dantaxi, og dermed også give vognmænd et incitament til at skifte til Dantaxi, eller ii) ved tildelingen af ture, så Dantaxi får en større andel af turene.

Delvis afskærmning i form af prisstigninger:

1152. For at få adgang til Ubers app [xxx]. Servicegebyret er [xxx] i samarbejdsaftalen mellem Drivr og Uber og kan derfor [xxx]e. Uber kan dog fx vælge at opsige aftalen og tilbyde Drivr en ny aftale med [xxx]. Dette vil gøre det relativt dyrere for Drivr og Drivrs vognmænd at sælge taxiydelser via Uber end for Uber selv via Dantaxi, og dermed bliver det mere attraktivt for vognmænd hos Drivr at skifte til Dantaxi, særligt hvis Uber samtidig sænker pladslejen hos Dantaxi.

1153. Uber skriver i sit høringssvar af 19. juni 2026, at en stigning i Ubers servicegebyr (Uber Service Fee) overfor Drivr vil [xxx], idet servicegebyret er [xxx].[682] Uber anfører videre, at styrelsen ikke har fremlagt en analyse af, *"hvordan en beskeden forhøjelse af servicegebyret ville generere tilstrækkelige ekstraindtægter til at dække denne forudgående omkostning, især i betragtning af at delvis afskærmning – pr. definition – medfører en væsentligt lavere indtægtsstigning end fuldstændig afskærmning."*[683]

1154. Hertil bemærker styrelsen, at selvom Ubers incitament til at foretage en afskærmning af Drivrs adgang til Uber gennem en *absolut* prisstigning (fx en stigning i Uber Service Fee) kan blive påvirket af [xxx], er det styrelsens vurdering, at Uber med fusionen vil opnå et øget incitament til at foretage en delvis afskærmning af Drivrs adgang til Ubers app ved fx at ændre prisstrukturen, så Drivr udsættes for *relative* prisstigninger sammenlignet med Dantaxi.

1155. Relative prisstigninger kan fx forekomme ved, at Uber sænker servicegebyret (Uber Service Fee) over for Dantaxi samtidig med, at Uber fx fastholder servicegebyret over for Drivr. Relative prisstigninger kan også forekomme ved, at Uber fastholder servicegebyret på samme niveau for både Dantaxi og Drivr samtidig med, at Uber sænker pladslejen for vognmænd tilknyttet Dantaxi. Uber har oplyst, at [xxx].[684] [xxx] [xxx].[685]

1156. I begge tilfælde vil det samlet set blive relativt dyrere for Drivrs vognmænd at udføre en taxitur bestilt via Uber end for Dantaxis vognmænd, hvilket øger vognmændenes incitament til at vælge Dantaxi som kørselskontor fremfor Drivr. En reduktion i antallet af vognmænd tilknyttet Drivr og/eller en reduktion i Drivrs mulighed for at tiltrække vognmænd, vil reducere Drivrs mulighed for at konkurrere effektivt om privatkunder uden for Ubers app og reducere Drivrs mulighed for at konkurrere effektivt om erhvervskunder og offentlige kunder. Det skyldes, at tilknytningen af vognmænd er essentiel for at kunne konkurrere på markedet. En delvis afskærmning af Drivrs adgang til Ubers app – i form af (*relative*) prisstigninger – kan derfor som konsekvens føre til fx prisstigninger og/eller ringere kvalitet og service for både privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder.

1157. Derudover er det styrelsens vurdering, at fusionen også øger Ubers incitament til – på sigt – at hæve servicegebyret i eventuelle fremtidige samarbejdsaftaler. Det kan fx ske i forbindelse med en eventuel genforhandling af samarbejdsaftalen mellem Drivr og Uber i forbindelse med udløbet af den gældende samarbejdsaftale. Den gældende samarbejdsaftale mellem Drivr og Uber

---

[682] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 86.
[683] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 86.
[684] Jf. styrelsens telefonnotat af opkald med Uber den 19. august 2026.
[685] Jf. Ubers besvarelse af 17. marts 2026 på styrelsens spørgsmål af 6. marts 2026, punkt 18 og 19.

fortsætter frem til [xxx][686] [xxx].[687] Selvom den gældende samarbejdsaftale umiddelbart [xxx] kan styrelsen ikke udelukke, at fusionen [xxx] Risikoen for denne type afskærmning skal bl.a. ses i lyset af, at Uber i forbindelse med fusionsbehandlingen har oplyst, at Uber mener, [xxx] Drivrs nuværende kommissionsbetaling til Uber [xxx][688] [xxx] ([xxx]) [xxx] ([xxx]). Ubers egne oplysninger viser, at Ubers gennemsnitlige kommissionsopkrævning ligger på omkring [xxx].[689]

1158. Uber anfører i sit høringssvar af 19. maj 2026, at en eventuel fremtidig forhøjelse af gebyret efter Ubers opfattelse under alle omstændigheder vil afspejle normal kommerciel konvergens mod Ubers globale standardgebyr og ikke fusionsspecifik afskærmning.[690]

1159. Hertil vurderer styrelsen, at det ikke afgørende, om en fremtidig forhøjelse af Uber Service Fee efter Ubers opfattelse kan beskrives som en bevægelse mod Ubers globale standardgebyr. Det afgørende er, om fusionen ændrer Ubers incitament til at anvende sine kommercielle vilkår over for Drivr på en måde, der stiller Drivr ringere i konkurrencen med Dantaxi. Efter fusionen opnår Uber den fulde økonomiske gevinst ved, at Dantaxi styrker sin position, mens Uber ved Drivrs fortsatte vækst alene opnår Uber Service Fee [xxx].

1160. Baseret på ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen øger Ubers incitament til delvist at afskærme Drivrs adgang til Ubers app, ved at gennemføre (relative) prisstigninger over for Drivr. Sådanne prisstigninger kan eksempelvis komme til udtryk ved, at Uber ændrer i den betaling, som Drivr hhv. Dantaxi betaler til Uber, evt. kombineret med ændringer i den pladsleje, som vognmændene betaler for at være tilknyttet Dantaxi. Styrelsen kan desuden ikke udelukke, at prisstigninger på længere sigt kan komme til udtryk ved, at [xxx].

1161. Uber anfører i sit høringssvar af 17. august 2026 *"At sammenligne Ubers servicegebyr med interne gebyrer hos kørselskontorer er som at sammenligne "æbler og pærer"."*[691] Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen ikke laver en direkte sammenligning mellem Uber Service Fee og pladslejen hos Dantaxi, da styrelsen er enig i, at de to betalinger ikke dækker præcis samme ydelser. Det ændrer dog ikke ved, at Uber efter fusionen kan forskelsbehandle mellem Drivr og Dantaxi, da Uber både bestemmer Uber Service Fee og – med købet af Dantaxi – bestemmer Dantaxis pladslejesatser.

1162. Uber har i sit høringssvar af 17. august 2026 gentaget, at styrelsen "*karakteriserer fortsat dynamikken i Uber-servicegebyret på en måde, der ikke fuldt ud afspejler de kontraktmæssige og kommercielle realiteter, der tidligere er forklaret*", og at styrelsen "*fortsat [overvurderer] Ubers position og betydningen af Uber-appen som en inputfaktor til trods for at Uber ikke er forpligtet til at give kørselskontere adgang til sin app.*"[692] [styrelsens tilføjelse]. Derudover henviser Uber til sine tidligere bemærkning vedrørende inputafskærmning.[693] Da Ubers høringssvar er en gentagelse af tidligere argumenter, henviser styrelsen til sine bemærkninger til Ubers tidligere høringssvar ovenfor.

---

[686] Det fremgår af samarbejdsaftalen mellem Uber og Drivr, at aftalen [xxx]Ubers App blev tilgængelig for passagerer i Danmark i januar 2025.

[687] Det fremgår af samarbejdsaftalen, at aftalen [xxx].

[688] Jf. samarbejdsaftalen mellem Drivr og Uber, [xxx].

[689] Jf. parternes fusionsanmeldelse, opgørelsen i bilag 18.

[690] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 128-129.

[691] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 14. august 2026, punkt 20.

[692] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 14. august 2026, punkt 21.

[693] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 14. august 2026, punkt 22.

Delvis afskærmning i form af forfordeling af ture via Ubers app

1163. I forhold til tildeling af ture har Uber anført, at der ikke er diskrimination eller særbehandling baseret på de forskellige flåder (kørselskontorer), der opererer i Uber-appen.[694] Det er dog, efter styrelsens vurdering, et forhold, som Uber kan vælge at lave om på. Som udgangspunkt er Uber interesseret i at have så lav en responstid som muligt for at være så attraktiv som muligt for kunderne og dermed tiltrække større efterspørgsel. Uber har omkring dette anført, at Uber ikke vil have incitament til at forskelsbehandle, da det ville øge ventetiderne.[695] I tilfælde, hvor der blot er en mindre forskel i responstiden for en vogn fra henholdsvis Drivr eller Dantaxi til fordel for Drivr, er det dog, efter styrelsens vurdering, muligt, at Uber vil kunne vælge at tildele Dantaxi turen fremfor Drivr, uden at medføre et mærkbart tab af efterspørgsel på Ubers app. Det understøttes af, at Ubers ventetid pt. [xxx] jf. punkt 709.

1164. Uber har anført i sit høringssvar af 19. maj 2026, at forskelsbehandling i turallokeringen vil være kommercielt irrationel, fordi det efter Ubers opfattelse vil indebære en ineffektiv matchingalgoritme, længere ventetider, lavere kundetilfredshed og risiko for, at passagerer skifter til konkurrenter. Uber har desuden anført, at kontraktlige forpligtelser vanskeliggør forskelsbehandling, og at systematisk omdirigering vil kunne opdages og give anledning til retlige skridt.[696]

1165. Styrelsen er enig i, at Uber som udgangspunkt har en interesse i at holde ventetiden lav. Det udelukker imidlertid ikke, at Uber i konkrete tilfælde kan have incitament til at tildele en tur til Dantaxi frem for Drivr, hvis forskellen i responstid er begrænset og ikke har mærkbar betydning for kunden, jf. punkt 1163. I sådanne tilfælde kan Uber øge indtjeningen gennem Dantaxi, uden at turallokeringen nødvendigvis indebærer en mærkbar forringelse af servicekvaliteten.

1166. Ubers henvisning [xxx]. Sådanne forhold kan indgå i vurderingen af Ubers incitamenter, men de udelukker ikke i sig selv, at fusionen giver Uber mulighed for og incitament til delvis afskærmning. Det følger også af Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner samt praksis, hvor det ved vurderingen af en mulig afskærmningsstrategi er anerkendt, at den omstændighed, at en fremtidig adfærd eventuelt kan være retsstridig eller give anledning til klager, ikke i sig selv eliminerer incitamentet til at gennemføre strategien.[697] Det gælder navnlig, hvor den relevante adfærd kan antage mindre transparente eller mere gradvise former.[698] I nærværende sag gælder dette særligt i tilfælde, hvor forskellen i ventetid er begrænset. I sådanne tilfælde vil en eventuel forskelsbehandling ikke nødvendigvis være umiddelbart synlig for Drivr, selv om den over tid kan påvirke Drivrs adgang til ture.

1167. Uber anfører i sit høringssvar af 19. juni 2026, at styrelsens analyse af, at Uber kan diskriminere i tildelingen af kørsler uden mærkbar effekt for kunderne, ikke er underbygget. Uber anfører i den sammenhæng, at en marginal omfordeling kun vil påvirke en lille delmængde af kørslerne og generere minimale ekstra indtægter – hvilket efter Ubers opfattelse ikke lever op til en kommercielt rationel afskærmningsstrategi. Uber skriver videre, at styrelsens vurdering er i modstrid med resultaterne af styrelsens forbrugerundersøgelse, hvor resultaterne viser, at venteti-

---

[694] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 204.

[695] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 137.

[696] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 131.

[697] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 46. Kommissionens beslutning af 21. december 2005 i sag COMP/M.3696, *E.ON/MOL*, punkt 442, hvor Kommissionen henviser til, at det i fusionskontrol ikke er nødvendigt at fastslå, om en bestemt fremtidig adfærd nødvendigvis vil udgøre en overtrædelse og blive sanktioneret. Se også sag C-12/03 P, *Kommissionen mod Tetra Laval*, punkt 75-76, og sag T-210/01, *General Electric mod Kommissionen*, punkt 74.

[698] Jf. Kommissionens beslutning af 21. december 2005 i sag COMP/M.3696, E.ON/MOL, punkt 443-448, hvor Kommissionen bl.a. lagde vægt på, at diskriminerende praksis kunne være vanskelig at opdage og bevise som følge af komplekse og ikke-transparente kontraktvilkår, regulatorens begrænsede adgang til oplysninger og aktørers mulige tilbageholdenhed med at klage. Se også Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 33 og 46.

den er blandt de mest afgørende faktorer for passagerne. En strategi, hvis effektivitet afhænger af, at passagererne tolererer netop den forringelse, de er mest følsomme over for, kan ifølge Uber ikke karakteriseres som en realistisk kommerciel mulighed.[699]

1168. Ubers høringssvar har ikke givet styrelsen anledning til at ændre styrelsens konklusion. Uber opnår med erhvervelsen af Dantaxi efter styrelsens vurdering et øget incitament til i visse tilfælde at favorisere Dantaxi over Drivr på Ubers app. Det skyldes *for det første*, at Uber vil opnå en større indtægt gennem fx indtægter fra pladsleje hos Dantaxi, når kørslen udføres af Dantaxi [xxx].

1169. *For det andet* er der generelt væsentligt forskel på ventetiden mellem Uber og eksempelvis Bolt. Den gennemsnitlige ventetid hos Uber har generelt været omkring [xxx] i perioden april 2025 til april 2026, jf. Figur 5.15, mens Bolt anslår at ventetiden på Bolts app er ca. [xxx], jf. punkt 709.

1170. Da ventetiden for taxikørsel på Ubers app generelt er lav, og eksempelvis er [xxx] lavere end hos den eneste anden større mobilitetsplatform i Danmark, Bolt, og da Uber med erhvervelsen af Dantaxi opnår en større indtægt, når turene tildeles Dantaxi fremfor Drivr, er det styrelsens vurdering, at Uber med fusionen opnår incitament til delvist at afskærme Drivrs adgang til Ubers app ved at tildele ture til Dantaxi over Drivr særligt i de tilfælde, hvor der blot eksisterer en mindre forskel i responstiden for en vogn fra henholdsvis Drivr eller Dantaxi til fordel for Drivr på Ubers app.

1171. Uber har endelig i deres høringssvar af 19. juni 2026 anført, at det er proceduremæssigt utilfredsstillende, at skadesteorien er støttet på ikke-offentliggjorte input fra tredjeparter, og at dette bør tillægges begrænset vægt i styrelsens endelig vurdering.[700]

1172. Styrelsen er ikke enig med parterne i, at input fra tredjeparter kun bør tillægges begrænset vægt i styrelsens vurdering, i de tilfælde, hvor input fra tredjeparter ikke er offentliggjort.

1173. Styrelsen har efter modtagelsen af Ubers høringssvar udeladt citatet fra den pågældende tredjepart. Det skyldes, at styrelsen efter en revurdering har vurderet, at citatet ikke er væsentligt for vurderingen.

5.2.6.1.3 Betydning for den effektive konkurrence af afskærmning af Drivr

1174. Det fremgår af Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, at normalt skal de virksomheder, der udsættes for afskærmning, spille en tilstrækkelig vigtig rolle i konkurrenceprocessen på downstreammarkedet (her markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder), for at der kan ske betydelig skade på den effektive konkurrence. Jo større den andel af konkurrenter, der udsættes for afskærmning på downstreammarkedet, er, desto mere sandsynligt er det, at fusionen vil medføre en betydelig prisforhøjelse på downstreammarkedet og dermed hæmme den effektive konkurrence på dette marked betydeligt. Til trods for en forholdsvis lille markedsandel i forhold til andre aktører, kan en bestemt virksomhed spille en vigtig rolle i konkurrencen i forhold til disse, fx fordi den er en stærk konkurrent til den vertikalt integrerede virksomhed, eller fordi den er en særlig aggressiv konkurrent.[701]

---

[699] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 87.

[700] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 88.

[701] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 48.

1175. Ifølge Uber er det "*[xxx]*.[702]

1176. Det er styrelsens vurdering, at en hel eller delvis afskærmning af Drivr vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder og på markedet for salg af kørselskontorydelser.

1177. Før fusionen var Drivr i kraft af samarbejdet med Uber gået fra at være en mindre aktør til at lægge et [xxx] konkurrencepres på Dantaxi. Efter fusionen, hvor Dantaxi også er en del af Uber-appen, kan en inputafskærmning af Drivr få flere konsekvenser for konkurrencen.

1178. *For det første* vil en afskærmning af Drivr – som anført ovenfor – sandsynligvis betyde, at størstedelen af forbrugerne fortsat vil blive på Uber-appen, og at en [xxx] andel af Drivrs vognmænd vil skifte til Dantaxi. Dermed vil en afskærmning medføre en [xxx] styrkelse af Danmarks i forvejen største kørselskontor på bekostning af Drivr – også i salgskanaler uden for Uber-appen (og i kraft af netværkseffekterne også for andre kundegrupper, jf. punkt 584). Det er styrelsens vurdering, at denne styrkelse af Dantaxis position vil gøre det muligt for Dantaxi på sigt at hæve priserne på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder (og også overfor offentlige kunder og erhvervskunder) samt at hæve priserne (fx pladslejen) på markedet for salg af kørselskontorydelser.

1179. For det andet er det styrelsens vurdering, at Drivr spiller en vigtig rolle i konkurrencen og kunne spille en endnu større rolle fremover. Drivr har på kort tid oplevet en [xxx] vækst, hvor antallet af vogne er steget fra [xxx] vogne i januar 2025 til [xxx] vogne i december 2025, jf. Tabel 5.6. Drivr er i kraft af samarbejdet med Uber gået fra at være en mindre aktør til at være en af de stærkeste konkurrenter til de største kørselskontorer, herunder Dantaxi. Baggrunden for denne vækst har [xxx] været Drivrs tilstedeværelse på Uber-appen. Drivr har over for styrelsen oplyst, at [xxx] [xxx] [xxx]. [xxx]. *[xxx]*."[703] [xxx] [xxx] *[xxx].* [xxx], *[xxx]*"."[704] [xxx], [xxx].[705]

1180. Såfremt Drivr afskærmes fra Uber-appen, er det efter styrelsens vurdering sandsynligt, at Drivr igen vil blive en mindre aktør [xxx] (Drivr havde i december 2025 en markedsandel på ca. [0-5] pct. uden for Uber-appen, jf. Tabel 5.5, [xxx]). Det vil betyde, at der i forhold til situationen før fusionen vil være én aktør mindre på markedet til at lægge et betydeligt konkurrencepres på de største kørselskontorer, herunder på Dantaxi, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1. Samtidig vil Dantaxi, der i forvejen var ét af de største kørselskontorer før fusionen, kunne profitere af at være det eneste kørselskontor med adgang til Ubers betydelige kundegrundlag og mulighed for at tiltrække vognmænd. Det er styrelsens vurdering, at reduktionen i konkurrencepresset fra Drivr vil give mulighed for, at Uber kan hæve priserne på ture via Dantaxi (over for både privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder) og på fx pladslejen til vognmænd.

1181. Uber har anført, at styrelsens vurdering af virkningerne af en afskærmning af Drivr er selvmodsigende. Efter Ubers opfattelse kan Drivr ikke både være en konkurrencemæssig kraft, hvis fjernelse muliggør prisforhøjelser, og samtidig indgå i styrelsens vurdering af koordinerede virkninger. Uber har endvidere anført, at Drivrs rolle på Uber-appen først og fremmest har været at levere udbud til Uber, at Drivrs vækst var drevet af Ubers finansielle støtte og passagerrabatter, og at en afskærmning af Drivr derfor ikke vil have negative virkninger for den effektive konkurrence. Uber har desuden anført, at hverken Uber eller Dantaxi vil kunne hæve priserne, fordi længere ventetider og prisfølsomme kunder vil føre til kundeskift, samt at vognmænd vil forlade Uber/Dantaxi, hvis vilkårene forringes.[706]

---

[702] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 146.
[703] Jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til styrelsen.
[704] Jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til styrelsen.
[705] Jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til styrelsen.
[706] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 133-138.

1182. Styrelsen er ikke enig i Ubers bemærkninger.

1183. Som anført ovenfor behøver Drivr ikke være den eneste eller største konkurrent for at have betydning for den effektive konkurrence. Det er tilstrækkeligt, at Drivr udøver et vigtigt konkurrencepres via den vækst, som Drivr (gennem samarbejdet med Uber) har (haft) på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, som fusionen kan svække.

1184. Ubers synspunkt om, at styrelsens vurdering af inputafskærmning ikke kan sameksistere med styrelsens vurdering af koordinerede virkninger, kan heller ikke føre til en anden vurdering. Styrelsen vurderer flere mulige virkninger af fusionen. Vurderingen af inputafskærmning angår specifikt, om fusionen giver Uber mulighed for og incitament til helt eller delvist at begrænse Drivrs adgang til Uber-appen, og om dette vil svække Drivrs konkurrencepres og styrke Dantaxi og dermed skade konkurrencen på markedet. Denne vurdering udelukkes ikke af, at styrelsen også vurderer andre mulige konkurrencemæssige virkninger af fusionen, jf. afsnit 5.2.3 og 5.2.7.3.[707]

1185. Ubers henvisning til, at Drivrs vækst [xxx] var knyttet til samarbejdet med Uber og Ubers finansielle støtte, ændrer ikke styrelsens vurdering, jf. punkt 1088. Tværtimod understøtter Drivrs vækst efter adgangen til Uber-appen, at adgangen til appen har haft [xxx] betydning for Drivrs mulighed for at udøve konkurrencepres. Det forhold, at denne vækst er sket gennem Ubers app og i en lanceringsfase, udelukker ikke, at Drivr udøver et væsentligt konkurrencepres, som kan svækkes ved en hel eller delvis afskærmning.

1186. Det er heller ikke afgørende, at Drivr på fusionstidspunktet havde en forholdsvis begrænset markedsandel uden for Uber-appen. Efter Kommissionens retningslinjer kan en virksomhed, selv med en forholdsvis lille markedsandel, spille en vigtig rolle i konkurrencen, bl.a. hvis den er en stærk eller særlig aggressiv konkurrent.[708] Styrelsens vurdering er netop, at Drivr i kraft af samarbejdet med Uber har udøvet et betydeligt konkurrencepres på de største kørselskontorer, og at en afskærmning sandsynligvis vil medføre, at Drivr igen bliver en mindre aktør [xxx].

1187. Ubers bemærkninger om prisfølsomme kunder, ventetider og risiko for kundeskift fører heller ikke til en anden vurdering. Styrelsen er enig i, at kundernes mulighed for at skifte til andre udbydere og bookingkanaler indgår i vurderingen af, om en prisforhøjelse vil være rentabel. Det afgørende er imidlertid ikke, om enkelte kunder vil kunne skifte, men om de tilbageværende alternativer vil udøve et tilstrækkeligt konkurrencepres til at forhindre en prisforhøjelse efter en hel eller delvis afskærmning af Drivr. Det er styrelsens vurdering, at dette ikke er tilfældet. En afskærmning af Drivr vil netop svække en af de aktører, der før fusionen udøvede et betydeligt konkurrencepres på Dantaxi. Samtidig er Dantaxi efter fusionen integreret med Uber, og en betydelig del af Drivrs passagerefterspørgsel og vognmænd må forventes at blive kanaliseret over mod Dantaxi. Kundernes skiftemuligheder vil derfor skulle vurderes i en situation, hvor Dantaxi og Uber ikke længere udgør uafhængige alternativer, og hvor Drivr ikke længere vil udøve samme effektive konkurrencepres.

1188. Ubers henvisning til Bolt og andre bookingkanaler ændrer ikke herved. Styrelsen har allerede inddraget disse alternativer, men vurderer, at de på kort sigt ikke vil udøve et tilstrækkeligt konkurrencepres til at modvirke virkningerne af en hel eller delvis afskærmning af Drivr jf. punkt 1094. Det forhold, at nogle kunder er prisfølsomme og kan skifte ved en prisforhøjelse, udelukker derfor ikke, at afskærmningen kan gøre det muligt for Uber/Dantaxi at hæve priserne eller forringe vilkårene i forhold til situationen uden fusionen.

---

[707] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 17-18 og 29-32.
[708] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 48.

1189. Det samme gælder Ubers bemærkninger om vognmænd. Det afgørende er ikke, om vognmændene teoretisk kan skifte til andre kørselskontorer, men om de tilbageværende alternativer vil udøve et tilstrækkeligt konkurrencepres til at forhindre en forringelse af vognmændenes vilkår. Styrelsens vurdering bygger netop på, at adgang til kundegrundlaget på Uber-appen er en væsentlig parameter for vognmændene, og at en [xxx] del af Drivrs vognmænd må forventes at skifte kørselskontor hvis Drivr ikke længere giver adgang til ture via Uber-appen, jf. punkt 1117. En afskærmning kan derfor gøre Dantaxi relativt mere attraktivt for vognmændene og samtidig svække Drivrs mulighed [xxx].

1190. Hvis Uber/Dantaxi efter fusionen bliver en vigtigere adgangsvej til app-baseret passagerefterspørgsel, vil vognmændenes reelle alternativer til Dantaxi kunne blive mindre attraktive. Det kan svække vognmændenes forhandlingsposition og øge Dantaxis mulighed for at tilbyde mindre gunstige vilkår, end Dantaxi ville have kunnet i fravær af afskærmningen. Det understøtter, at en afskærmning kan styrke Dantaxi og svække Drivr også uden for Uber-appen.

1191. Uber har anført, at styrelsens vurdering af adgangsbarrierer er selvmodsigende, fordi styrelsen dels har anført, at afskærmning fra Uber-appen vil kunne afskrække nye aktører fra at indtræde, dels andetsteds har anført, at indtræden kræver partnerskab med et lokalt kørselskontor. Uber har endvidere henvist til Bolts indtræden og Green SM's mulige indtræden samt gjort gældende, at en afskærmning af Drivr fra Uber-appen ville åbne mulighed for et nyt partnerskab.

1192. Der er ikke en modstrid mellem, at en aktør skal have adgang til lokale vognmænd eller et lokalt kørselskontor for at kunne udbyde taxikørsel, og at adgang til et tilstrækkeligt kundegrundlag via en mobilitetsapp kan udgøre en væsentlig adgangs- og ekspansionsbarriere. På et tosidet marked kan begge forhold være nødvendige for effektiv indtræden eller ekspansion: En aktør skal både kunne sikre tilstrækkeligt udbud af taxier og tiltrække tilstrækkelig efterspørgsel fra kunder. Som anført ovenfor kan adgang til kunder være afgørende for at tiltrække vognmænd, og omvendt kan adgang til vognmænd være afgørende for at tiltrække kunder.

1193. Ubers henvisning til Bolts indtræden fører ikke til en anden vurdering. Styrelsen har allerede inddraget Bolts indtræden, men har vurderet, at Bolt på kortere sigt ikke kan erstatte det konkurrencepres, der vil forsvinde, hvis Drivr afskæres fra markedet, jf. punkt 1094. Styrelsen har i den forbindelse bl.a. lagt vægt på forskelle i kendskab, markedsandele og oplysninger fra markedet om Bolts hidtidige betydning for konkurrencen. Det forhold, at Bolt er indtrådt, godtgør derfor ikke, at adgangsbarriererne er lave, eller at afskærmning fra Uber-appen ikke kan forringe andre aktørers mulighed for at indtræde eller ekspandere effektivt.

1194. Ubers henvisning til Green SM ændrer heller ikke styrelsens vurdering. Som nævnt er det afgørende, om en sådan indtræden er sandsynlig, rettidig og tilstrækkelig til at opretholde et effektivt konkurrencepres, hvilket styrelsen har vurderet, ikke er tilfældet, jf. afsnit 5.2.4.4.

1195. Dertil bemærker styrelsen, at Green SM dels ikke er en platform, som Drivr vil kunne indgå en aftale med som alternativ til Uber, og dels at Green SM ikke kan erstatte det konkurrencepres som forsvinder ved en afskærmning af Drivr, jf. afsnit 5.2.4.4. Green SM's indtræden på markedet i Danmark, kan efter styrelsens vurdering ikke afkræfte risikoen for inputafskærmning.

1196. Det forhold, at en afskærmning af Drivr teoretisk kunne frigøre mulighed for et andet partnerskab, ændrer heller ikke styrelsens vurdering. For at kunne opretholde konkurrencepresset, har Drivr [xxx] adgang til at sælge taxikørsel via Ubers app. Styrelsens undersøgelser har vist, at der ikke findes nogen anden aktør, som vil kunne erstatte det konkurrencepres, som Drivr lagde i markedet, hverken i form af et eksisterende kørselskontor eller i form af en ekstern samarbejdspartner (som alternativ til Uber).

1197. På den baggrund finder styrelsen ikke, at Ubers bemærkninger om adgangsbarrierer, Bolts indtræden, Green SM eller muligheden for et nyt partnerskab ændrer vurderingen af, at inputaf-

skærmning kan øge adgangsbarriererne og dermed hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

5.2.6.1.4 Afskærmning af øvrige kørselskontorer

1198. Udover risikoen for afskærmning af Drivr kan Uber også inputafskærme andre kørselskontorers adgang til Uber-appen helt eller delvist ved enten at nægte dem adgang til appen eller fx ved at kræve høj kommission.

1199. Styrelsen kan ikke afvise, at Uber har mulighed for helt eller delvist at inputafskærme øvrige kørselskontorer af samme årsager som, at Uber har mulighed for at afskærme Drivr, jf. afsnit 5.2.6.1.1. Tilsvarende kan Ubers incitament til at indgå samarbejdsaftaler med andre kørselskontorer også være faldet som følge af fusionen, da Uber nu har en direkte økonomisk interesse i at lade mest mulig efterspørgsel tilfalde Dantaxi.

1200. Det er styrelsens vurdering, at selvom Uber har både mulighed og incitament til at inputafskærme øvrige kørselskontorer (end Drivr), vil dette ikke hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

1201. Der er efter styrelsens vurdering ikke andre kørselskontorer, der [xxx] adgang til Ubers platform for at kunne lægge et effektivt konkurrencepres i markedet. [xxx], jf. punkt 846. [xxx].[709] Der er imidlertid efter styrelsens oplysninger ikke grundlag for at vurdere, at Ubers inputafskærmning af kørselskontorer uden for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner (herunder [xxx]) vil indebære en betydelig begrænsning af den effektive konkurrence.

1202. Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026 anført, at styrelsens vurdering af Ubers incitament til at afskærme andre kørselskontorer fra Uber-appen er spekulativ og bygger på en hypotetisk fremtidig udvikling og er selvmodsigende. Uber har endvidere anført, at Uber ikke har en generel pligt til at give andre kørselskontorer adgang til Uber-appen, og at Uber som udgangspunkt er berettiget til selv at bestemme, om og med hvem Uber vil indgå partnerskab.[710]

1203. Da det er styrelsens vurdering, at selvom Uber har både mulighed og incitament til at inputafskærme øvrige kørselskontorer (end Drivr), vil dette ikke hæmme den effektive konkurrence betydeligt, vil styrelsen ikke adressere parternes høringssvar nærmere. I lyset af Ubers bemærkning bemærker styrelsen dog, at det ikke er afgørende i en vurdering om risiko for inputafskærmning, om der er en pligt til at give adgang.

5.2.6.1.5 Konklusion – inputafskærmning på markedet for formidling af taxakørsel (via apps)

1204. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til vertikale ensidige virkninger, idet fusionen giver Uber mulighed for og incitament til enten hel eller delvis inputafskærmning af Drivr.

1205. Fusionen udgør en vertikal integration mellem markedet for mobilitetsplatformes salg af formidling til kørselskontorer, og markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatpassagerer henholdsvis markedet for salg af kørselskontorydelser. Gennem inputafskærmning kan Uber helt afskære Drivrs vognmænds adgang til Ubers kunder ved at opsige samarbejdsaftalen med Drivr, eller delvist afskære ved at gøre det relativt dyrere eller vanskeligere for Drivr og Drivrs vognmænd at få adgang til kunderne på Ubers platform. En delvis afskærmning vil bl.a. gøre det relativt dyrere for Drivr at udføre taxikørsel via Ubers app, hvilket fx kan føre til prisstigninger

[709] Jf. mail fra [xxx] til styrelsen modtaget den 13. juni 2025.
[710] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 131.

for forbrugerne, i det omfang Drivr sender prisstigningen helt eller delvist videre til forbrugerne. Desuden kan en delvis afskærmning, som følge af de stærke indirekte netværkseffekter, tilskynde Drivrs vognmænd til at skifte til Dantaxi. Dette medfører, at Uber/Dantaxi øger sin markedsstyrke på markederne for salg af kørselskontorydelser og for salg/formidling af taxikørsel.

1206. Det er styrelsens vurdering, at Drivr spiller en vigtig rolle i konkurrencen, og at Drivr uden fusionen kunne spille en endnu større rolle fremover. Drivr har på kort tid oplevet en [xxx] vækst, og er i kraft af samarbejdet med Uber gået fra at være en mindre aktør til at være en af de stærkeste konkurrenter til de største kørselskontorer, herunder Dantaxi. Ved at afskærme Drivr fra Uber-appen er det efter styrelsens vurdering sandsynligt, at Drivr igen vil blive en mindre aktør, der ikke kan lægge samme konkurrencepres på Uber/Dantaxi som Uber/Drivr før fusionen lagde på Dantaxi, [xxx].

1207. Styrelsen kan ikke afvise, at fusionen også ville kunne medføre risiko for inputafskærmning af øvrige kørselskontorer. Det skyldes, at fusionen dels kan gøre det vigtigere for andre kørselskontorer at være på Uber-appen fremadrettet, og dels kan mindske Ubers incitament til at indgå samarbejder med nye kørselskontorer, da Uber efter fusionen har incitament til at fremme sit eget kørselskontor, jf. afsnit 5.2.6.1.4. Det er dog styrelsens vurdering, at muligheden for inputafskærmning af øvrige kørselskontorer ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.

1208. Det er styrelsens samlede vurdering, at inputafskærmning af Drivr vil have en negativ effekt på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder samt på markedet for salg af kørselskontorsydelser til vognmænd, da svækkelsen af Drivr svækker konkurrencen generelt på markedet og giver Uber mulighed for at hæve priserne via Dantaxi (for både privatkunder, offentlige kunder og erhvervskunder) og på fx pladslejen til vognmænd.

5.2.7 Koordinerede virkninger

1209. 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.

1210. Uber har i sit høringssvar af 19. juni 2026 anført, at styrelsens afgørelse er proceduremæssigt mangelfuld.[711] Det er Ubers opfattelse, *at* styrelsens afgørelse for så vidt angår skadesteorien om koordinerede virkninger ikke opfylder begrundelsespligten i henhold til dansk og europæisk ret[712], *at* styrelsen gentager oprindelige holdninger uden at inddrage eller forholde sig til faktum, Ubers redegørelser, bevismateriale og synspunkter, og *at* styrelsens afgørelse er behæftet med væsentlige juridiske mangler, hvilket medfører, at afgørelsen kan annulleres af en domstol ved efterfølgende prøvelse[713].

1211. Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen har analyseret og vurderet alt faktum, bevismateriale, synspunkter og argumenter fremsat af Uber, herunder præciseringer, tilføjelser og variationer heraf. Dette gælder ikke mindst oplysningerne om Ubers forretningsmodel. Styrelsen har på den baggrund vurderet – og ved en genvurdering senere fastholdt – at fusionen medfører risiko for koordinerede virkninger i henhold til fusionskontrolreglerne. Styrelsens vurdering af risi-

---

[711] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 36 og punkt 37-41.

[712] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 39, jf., Domstolens dom af 2. april 1998 i sag C-367/95 P, *Kommissionen mod Sytraval*, præmis 63.

[713] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 36 og punkt 38-40.

koen for koordinerede virkninger er baseret på sagens samlede oplysninger, og Ubers tilføjelser, præciseringer, m.v. om faktuelle forhold har ikke givet styrelsen anledning til at stille supplerende eller afklarende spørgsmål. Det er således ikke korrekt, når Uber fremfører, at styrelsen *blot har gentaget sin oprindelige holdning*[714].

1212. Det er på den baggrund også styrelsens opfattelse, at redegørelsen for styrelsens vurdering af skadesteorien om koordinerede virkninger er fuldt ud tilstrækkelig til at sætte parterne i stand til at forstå, hvorfor styrelsen er nået frem til denne vurdering[715]. Styrelsen har således – modsat det af Uber anførte herom – forholdt sig til og konkret vurderet samtlige oplysninger relevant for vurdering af skadesteorien. Styrelsen har opfyldt sin begrundelsespligt, og afgørelsen, herunder vurderingen af koordinerede virkninger, er ikke behæftet med juridiske mangler eller proceduremæssige fejl.

1213. Uber har i sit høringssvar af 19. juni 2026 anført[716], at styrelsens vurdering af risikoen for koordinerede virkninger er fejlbehæftet, hvilket er rodfæstet i en misforståelse om, at fusionen vedrører en sammenlægning af to kørselskontorer. Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen er – og har hele tiden været – enig i, at fusionen *ikke* vedrører en sammenlægning af to kørselskontorer. Det er ikke desto mindre styrelsens vurdering, at en analyse af risikoen for koordinerede virkninger er relevant for fusionen, fordi fusionen fører til en ændring i markedets strukturelle og incitamentsmæssige forhold. Fusionen indebærer, at Uber opnår fuld kontrol og bliver vertikalt integreret med kørselskontoret Dantaxi, hvilket medfører, at der efter fusionen er to stærke kørselskontorer, Dantaxi og Drivr, på Uber-platformen, hvoraf den ene således også er vertikalt integreret med platformen. Det ændrer forudsætningerne på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, idet Uber nu har mulighed for at påvirke både de vertikale og horisontale incitamentsstrukturer på markedet. Dette kan styrke mulighederne for, at Uber/Dantaxi og Drivr kan koordinere deres adfærd. Det er således ikke afgørende, om fusionen vedrører en sammenlægning af to konkurrerende kørselskontorer, men om fusionen ændrer incitaments- og strukturforholdene på en måde, der kan øge risikoen for koordinering. Kommissionen har i sine retningslinjer for horisontale fusioner og retningslinjer for ikke-horisontale fusioner opstillet fire kumulative kriterier, som alle skal være opfyldt, for at der kan være tale om koordinerede virkninger.[717] Disse fire kriterier tager udgangspunkt i *Airtours*-betingelserne.[718]

1214. 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.

1215. Det er ikke nødvendigt, at en fusion skaber disse betingelser, for at fusionen kan medføre koordinerede virkninger. Koordinerede virkninger kan også opstå ved, at betingelserne styrkes som følge af fusionen.[719] 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 markedskarakteristika, herunder strukturbestemte karakteristika, ligesom virksom-

---

[714] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 39.

[715] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 39.

[716] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 74.

[717] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 41, samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 81.

[718] 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.

[719] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 39.

hedernes tidligere adfærd kan have betydning,[720] jf. bilag 7.2.3.1. Vurderingen indebærer således en afvejning af de karakteristika, der taler for, og de karakteristika, der taler imod koordinering.

1216. Styrelsen vil i afsnit 5.2.7.1 foretage en vurdering af, hvorvidt fusionen mellem Uber og Dantaxi har øget risikoen for koordinerede virkninger på baggrund af de fire koordineringsbetingelser. Styrelsens vurdering tager udgangspunkt i en mulig koordinering mellem Dantaxi og Drivr på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner og særligt via Ubers app.

1217. Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026 bl.a. anført[721], at styrelsen begrænser sin analyse til Uber-appen og ignorerer, at størstedelen af konkurrencen foregår på det bredere marked via andre bookingkanaler. Uber påpeger desuden, at Drivr forbliver uafhængig og har incitament til at konkurrere uden for appen, samt at der ikke er etableret nogen fælles opfattelse om koordinering mellem Drivr og Dantaxi uden for Ubers app. Styrelsen bemærker indledningsvist, at risikoen for, om fusionen kan medføre koordinerede virkninger afhænger af, om *Airtours-betingelserne* er opfyldt, herunder om det er muligt for udenforstående at bryde koordineringen. Såfremt *Airtours-betingelserne* er opfyldt vil der således bestå en risiko for koordinerede virkninger på markedet, uanset om selve koordineringen måtte være koncentreret omkring et specifikt produkt på dette marked. Herudover følger det af domspraksis, at afgrænsningen af et *samlet* marked ikke udelukker muligheden for at identificere forskellige konkurrencemæssige dynamikker inden for visse segmenter af det samlede marked, uden at det er nødvendigt at foretage en egentlig afgrænsning af disse segmenter. Det er således muligt i vurderingen af fusionens konkurrencemæssige virkninger at fokusere på det segment af det samlede marked, hvor risikoen for svækkelse af konkurrencen er størst.[722]

1218. Når styrelsens analyse er koncentreret omkring risikoen for koordinerede virkninger på Ubers app, skyldes det, at det er her, risikoen for koordinerede virkninger er størst. Som det vil blive uddybet i afsnit 5.2.7.1 nedenfor, skyldes det bl.a. de strukturforbindelser, der opstår mellem Uber, Dantaxi og Drivr som følge af fusionen. Styrelsen bemærker videre, at salg/formidling af taxikørsel via Ubers app udgør en ikke ubetydelig del af markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, idet Ubers markedsandel via Dantaxi og Drivr på Ubers app udgør ca. [xxx] af markedet ([20-30] pct. i december 2025, jf. Tabel 5.5) Hertil kommer, at den fusionerede enhed generelt har styrket sin markedsposition i tiden efter fusionen, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.3.3, ligesom både app-bestillinger generelt og bestillinger via Uber har været i kraftig vækst – en vækst, der forventes at fortsætte, jf. fx afsnit 5.1.1.1.3 og punkt 949-950.

1219. Styrelsen understreger desuden, at styrelsen ikke har undladt at inddrage det bredere marked i sin vurdering. Som også redegjort for i analysen af *Airtours*-betingelserne nedenfor vurderer styrelsen, at risikoen for koordinering mellem Dantaxi/Uber og Drivr på Ubers app kan have en afsmittende effekt på priser og vilkår for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner uden for Ubers app, samt at udenforstående aktører ikke har tilstrækkelig styrke til at bryde koordineringen. Dette skyldes bl.a., at Dantaxis markedsandel, opgjort på baggrund af salg via egne salgskanaler, i december 2025 udgjorde [10-20] pct. af totalmarkedet, jf. Tabel 5.5. Dermed udgør Dantaxi [xxx] aktør på markedet for salg til privatkunder udenfor Uber-appen [xxx], men eftersom Uber/Dantaxi er en del af koordineringen, har Uber/Dantaxi ikke noget incitament til at søge at destabilisere koordineringen via sin prissætning uden for Ubers app. De resterende konkurrenter på markedet har således begrænset mu-

---

[720] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 42.

[721] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 75-77 og punkt 82.

[722] Jf. markedsafgrænsningsmeddelelsen fodnote 37, samt Rettens dom af 18. maj 2022 i sag T-251/19, *Wieland-Werke mod Kommissionen*, præmis 66-69.

lighed for og incitament til at destabilisere koordineringen, selvom markedsandelen for Ubers app isoleret set [xxx] (se også afsnit 5.2.7.1.4 nedenfor).

1220. Samlet set illustrerer dette, at styrelsens analyse af risikoen for koordinerede virkninger er begrundet i både markedsstruktur, de fusionerede parters styrkede position og de afsmittende virkninger på det samlede marked – og ikke kun begrænset til forholdene på Ubers app.

1221. I afsnit 5.2.7.2 vil styrelsen på baggrund af oplysninger fra parterne redegøre for parternes faktiske adfærd siden fusionen, hvilken ifølge styrelsen understøtter, at fusionen medfører risiko for koordinerede virkninger.

5.2.7.1 Risiko for koordinerede virkninger på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner via Ubers app

5.2.7.1.1 Ad i) Etablering af koordineringsbetingelser

1222. Overordnet er det styrelsens vurdering, at fusionen gør det nemmere – og muligt – for Drivr og Dantaxi at etablere koordineringsbetingelser i form af ens priser på taxikørsel via Ubers app.

1223. Markedsstrukturen kan i visse tilfælde betyde, at virksomhederne anser det for muligt, rentabelt og dermed det mest tillokkende at anlægge en adfærd på varig basis, der har til formål fx at forhøje salgspriserne.[723] Der er størst sandsynlighed for koordinering på markeder, hvor det er forholdsvist enkelt at etablere koordineringsbetingelser, og det er i den forbindelse relevant at undersøge de ændringer, fusionen medfører.

1224. En vertikal fusion kan gøre det lettere for virksomheder på upstream- eller downstream-markedet at nå frem til en fælles forståelse af koordineringsbetingelserne.[724] Før fusionen agerede Dantaxi og Drivr uafhængigt af hinanden. Uber har både før og efter fusionen en ejerandel i Drivr på [xxx] pct. [xxx], og Drivr anvendte som eneste kørselskontor Ubers platform. Uber havde således før fusionen en [xxx] økonomisk interesse i at fremme Drivr og omvendt, uden at have interesse i andre kørselskontorers økonomiske formåen. Efter fusionen kontrollerer Uber både platformen Uber og kørselskontoret Dantaxi og er således vertikalt integreret. Der opstår som følge af fusionen således strukturforbindelser mellem Uber, Dantaxi og Drivr, hvor der før fusionen kun var forbindelse mellem Uber og Drivr. Dette kan bidrage til at strømline incitamenterne mellem de to kørselskontorer,[725] da Uber efter fusionen har økonomisk interesse i både Drivr og Dantaxi og dermed mindre incitament til at opretholde konkurrence mellem de to. Det taler for, at incitamentet til, at aktørerne koordinerer deres adfærd, stiger som følge af fusionen.[726] Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Ubers fulde ejerskab over Dantaxi, og dermed vertikale integration, i sig selv kan udgøre en tilstrækkelig incitamentsændring til at koordinere med samarbejdspartnere, fordi Uber/Dantaxi kan opnå endnu højere indtjening gennem Dantaxi, hvis priserne på Ubers app koordineres.

1225. Fusionen indebærer desuden, at to af de største aktører på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, Uber og Dantaxi, bliver én virksomhed, og at konkurrencepresset mellem to af de væsentligste aktører på markedet forsvinder. Markedet er således blevet mere koncentreret efter fusionen, jf. afsnit 5.2.4.1.3.1, hvilket i sig selv kan være en faktor, der letter koordineringen.[727] Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Dantaxis og Ubers apps er de mest udbredte apps blandt forbrugerne. Det fremgår således af styrelsens forbrugerundersøgelse,

[723] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 39.
[724] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 82.
[725] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 48.
[726] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 48.
[727] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 42.

hvor [20-30] pct. af respondenterne har svaret, at de har Ubers app installeret og [20-30] pct. af brugerne har svaret, at de har Dantaxis app installeret. [728] Ubers og Dantaxis apps er desuden forbrugernes [xxx] foretrukne apps.[729] Dette indikerer, ifølge styrelsen, at Dantaxi, herunder Dantaxis app, har været [xxx] alternativ til Uber for mange passagerer før fusionen. Fusionen medfører, at dette konkurrencepres forsvinder.

1226. Sandsynligheden for koordinering er størst, hvis konkurrenterne let kan nå frem til en fælles opfattelse af, hvordan koordineringen bør fungere.[730] Det er i den forbindelse eksempelvis lettere at opnå en fælles forståelse af, hvordan koordineringen bør foregå, hvis der er få frem for mange aktører om den potentielle koordinering.[731]

1227. Fusionen medfører den ændring, at både konkurrenterne Drivr og Dantaxi er til stede på Ubers platform, hvorigennem de sælger taxikørsel. Eftersom Drivr og Dantaxi er de eneste konkurrenter til stede på Ubers app, er det styrelsens vurdering, at Drivr og Dantaxi let kan nå frem til en fælles opfattelse af, hvordan koordineringen bør foregå. Dette forstærkes kun yderligere af, at begge kørselskontorer som følge af fusionen nu har strukturforbindelser til Uber.

1228. Muligheden for let at etablere koordineringsbetingelser øges desuden, hvis der er tale om mulig koordinering af vilkår, herunder pris, for et enkelt, homogent produkt fremfor eksempelvis koordinering af en lang række af priser med mange differentierede produkter.[732]

1229. Det er styrelsens vurdering, at taxikørsel, herunder taxikørsel udført af Dantaxi og Drivr, udgør homogene produkter – og navnlig når de sælges via Ubers app. Taxikørsel til private består af transport fra A til B, leveret af chauffører i ensartede køretøjer. Produktet – taxikørslen – kan bestilles gennem forskellige salgskanaler, men det underliggende produkt er det samme – fleksibel individuel transport mod betaling. Eksempelvis har respondenterne i styrelsens forbrugerundersøgelse angivet pris, som det klart mest afgørende forhold for valg af taxi sammenlignet med andre forhold af mere produktmæssig karakter.[733] Herudover har 70 pct. af respondenterne angivet, at det ikke har betydning, om taxien kommer fra Drivr eller Dantaxi, når turen er bestilt via Uber.[734] Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at produktets karakteristika taler for, at det er muligt at etablere koordineringsbetingelser.

1230. Kombinationen af, *at* der som følge af fusionen opstår strukturforbindelser, *at* der kun er to aktører på Ubers app, og *at* der er tale om enkle, homogene produkter, medfører, at det direkte incitament for Dantaxi og Drivr til at konkurrere på appen er begrænset. Muligheden for Drivr henholdsvis Dantaxi er således enten at konkurrere hinanden ned mod marginalomkostningerne, eller opnå en fælles forståelse om at opretholde et ensartet (højere) prisniveau. Styrelsen bemærker, at det i den forbindelse kan give mening på kort sigt at koordinere omkring et lavt prispunkt for at tiltrække passagerer til appen – hvilket efterfølgende også vil tiltrække vognmænd. Passagerer og vognmænd vil dermed sandsynligvis søge mod Uber/Dantaxi/Drivr, hvilket vil stille de øvrige kørselskontorer svagere i konkurrencen. Det mindskede konkurrencepres fra øvrige kørselskontorer kan herefter på sigt gøre det muligt for de deltagende virksomheder at koordinere om at hæve priserne, jf. også afsnit 5.2.5.5.

1231. Det er videre styrelsens vurdering, at incitamentet til at koordinere – herunder i form af prisstigninger – forbliver væsentligt, selv hvis dette på kort sigt skulle gøre Uber-appen mindre at-

---

[728] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 3.
[729] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 6.
[730] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 44.
[731] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 45.
[732] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 45.
[733] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 19.
[734] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 34.

traktiv for nogle forbrugere. Styrelsen bemærker i den forbindelse videre, at resultaterne af forbrugerundersøgelsen viser, at hovedparten af forbrugerne primært "singlehomer", jf. også punkt 942-952, og kun i ringe grad aktivt sammenligner priser forud for bestilling af en taxitur[735], hvilket reducerer sandsynligheden for, at forbrugerne reelt forlader platformen som reaktion på koordinerede prisstigninger.

1232. Uber har i høringssvaret af 19. maj 2026 gjort gældende, at styrelsens teori om *" lavere priser nu, højere priser senere"* er spekulativ og retligt forfejlet. Uber henviser i den forbindelse bl.a. til, at det er usandsynligt at en sådan strategi – marginofring i jagten på usikre fremtidige gevinster – kan opretholdes i årevis på et volatilt marked. Uber finder derimod, at det er mere sandsynligt, at Drivr vil [xxx] konkurrere endnu mere aggressivt. [736]

1233. Styrelsen understreger i den forbindelse, at koordinering som nævnt indledningsvist i dette afsnit kan tage flere former. Koordinering kan fx tage sigte på at begrænse produktion eller ny kapacitet eller kan tage sigte på at holde priserne over konkurrenceniveau.[737] Koordinerede virkninger angår derfor ikke kun én bestemt form for samarbejde eller fremgangsmåde for at nå et fælles mål. Det afgørende er, om fusionen skaber eller styrker mulighederne for koordineret adfærd fremadrettet, herunder gennem midlertidigt lave priser, hvis formålet er at opbygge markedsandele eller opnå stabilitet, før priserne justeres opad. Styrelsen skal i den forbindelse også henvise til afgørelsens afsnit 5.2.5.5, hvori der bl.a. redegøres for, at der på kort sigt kan være større incitament til at opbygge volumen end til at udnytte den opnåede markedsposition. Bargain - Then-Ripoff – er en velkendt mekanisme i økonomisk litteratur[738].

1234. Styrelsen afviser, at det skulle være mere sandsynligt, at Drivr vil [xxx] konkurrere mere aggressivt frem for at koordinere. Som beskrevet i bl.a. punkt 707-708 har Drivr [xxx] efter fusionen. Herudover, og som yderligere uddybet i afsnit 5.2.7.1.3, har Drivr ikke noget incitament til at afvige fra koordineringen, da gevinsterne ved at koordinere er større end tabet ved at bryde med koordineringen. Dette forstærkes yderligere af, at [xxx] kundegrundlag for Drivr stammer fra Uber.[739]

1235. Uber har beskrevet, hvordan prissætningen på Ubers app finder sted. Ifølge Uber foreslår Uber[xxx].[740,741] Som en direkte konsekvens af fusionen kan Uber dog som ejer direkte bestemme prisen for Dantaxi. Uber/Dantaxis adgang til information om sine samarbejdspartneres priser giver ifølge styrelsen Dantaxi mulighed for løbende at tilpasse eller matche sin egen prissætning til Drivrs priser. Derved fjernes en central usikkerhed på markedet, og fusionen medfører således, at muligheden for at etablere koordineringsbetingelser forstærkes.

1236. Styrelsen vurderer desuden, at markedsforholdene generelt er relativt stabile, for så vidt angår udbud og efterspørgsel, idet markedet ikke er præget af uforudsete konjunkturudsving eller lignende. Der er derimod tale om et tungt reguleret marked, og de udsving, der måtte være i udbud og efterspørgsel, er forbundet med en vis grad af forudsigelighed henover både døgn, høj- og årstider.[742] Desuden er det styrelsens vurdering, at det ikke er sandsynligt, at betydelig

[735] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 17.
[736] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 83.
[737] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 39 og 40.
[738] Jf. fx Joseph Farrell og Paul Klemperer (2007), "*Coordination and Lock-In: Competition with Switching Costs and Network Effects*", kapitel 31 i *Handbook of Industrial Organization*, vol 3: 1967-2072.
[739] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.
[740] [xxx]
[741] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 231.
[742] Jf. bl.a. parternes fusionsanmeldelse, punkt 204.

innovation hos enten Dantaxi eller Drivr skulle kunne destabilisere en koordinering. Disse forhold taler også for, at der let kan etableres koordineringsbetingelser.[743]

1237. På trods af parternes argument om det modsatte, fastholder styrelsen, at markedsforholdene er relativt stabile.[744] Styrelsen afviser desuden parternes argument om, at styrelsen skulle være inkonsistent i sin beskrivelse af, om markedet er dynamisk eller stabilt. Det er styrelsens vurdering, at markedet generelt er under udvikling, for så vidt angår ændringer i aktørers markedsandele, prissætning m.v. som følge af bl.a. Uber og Bolts indtræden på markedet, men samtidigt er relativt stabilt, for så vidt angår passagerers efterspørgsel af taxikørsel. Den efterspørgselsvolatilitet, der er nævnt i parternes høringssvar af 19. maj 2026[745], som noget der gør etablering af en kollektiv dominerende stilling vanskeligere, relaterer sig til, hvorvidt udsving i markedet vil gøre det lettere eller vanskeligere at opdage afvigelser fra den koordinerede adfærd[746]. Det er styrelsens vurdering, at efterspørgslen på markedet for salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner ikke er volatilt på en sådan måde, at det skulle gøre det svært for Uber/Dantaxi henholdsvis Drivr at gennemskue, hvorvidt prisafvigelser skyldes afvigelser fra koordineringen eller volatile udsving i efterspørgslen. Prisafvigelser på Uber-appen – og hvor koordineringen sker – kan observeres straks pga. Ubers vertikale integration.

1238. Det samme gør sig gældende i relation til parternes argument om, at taxiydelser ikke skulle udgøre et homogent produkt med henvisning til, at produktet prissættes dynamisk, kan ske gennem flere forskellige bookingkanaler m.v.[747] Som redegjort for ovenfor i punkt 1229 er produktet, taxikørslen, grundlæggende homogent og enkelt fra et forbrugerperspektiv i form af fleksibel individuel transport mod betaling.

1239. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at betingelsen om etablering af koordineringsbetingelser er opfyldt.

5.2.7.1.2 Ad ii) Kontrol af afvigelser

1240. For at kunne opretholde koordinering skal markederne være tilstrækkeligt gennemsigtige til, at de koordinerende virksomheder kan kontrollere i tilstrækkeligt omfang, om andre virksomheder afviger, således at de ved, hvornår de skal iværksætte repressalier.[748] Vertikal integration kan øge gennemsigtigheden på markedet og dermed lette koordinering.[749] Det er styrelsens vurdering, at det vil være muligt for Uber/Dantaxi og Drivr at kontrollere afvigelser fra koordineringsbetingelserne.

1241. Der er fuld gennemsigtighed omkring priserne på Ubers app. [xxx]. Drivr kan i øvrigt heller ikke justere sine priser på appen uden at informere Uber herom, da Uber kontrollerer platformen.

1242. [xxx] Det mindsker usikkerheden omkring prisafvigelser og styrker kontrollen med eventuel koordinering, hvilket samtidig gør det muligt at iværksætte repressalier, hvis en part afviger fra koordineringen. Herudover bemærker styrelsen, at gennemsigtigheden ikke er begrænset til Ubers app. Markedet for taxikørsel i Danmark er i et vist omfang præget af prisgennemsigtighed. Det skyldes bl.a., at taxikørsel er underlagt et landsdækkende prisloft, at kørselskontorernes priser skal fremgå af kørselskontorets hjemmeside, og at der skal skiltes med priser på kør-

---

[743] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 45.
[744] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 84.
[745] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 84.
[746] Jf. Rettens dom af 6. juni 2002 i sag T-342/99 *Airtours plc mod Kommissionen*, præmis 139.
[747] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 85.
[748] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 49.
[749] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 86.

selskontorets hjemmeside og tilsluttede biler. Priserne må desuden kun ændres kvartalsvist eller sjældnere, jf. afsnit 4.2.1.1.1 Denne prisgennemsigtighed letter overvågning af konkurrenters prisstrategier. Uber og andre aktører kan desuden med lethed overvåge og indsamle opdaterede prisoplysninger på tværs af platforme og apps, da disse oftest er offentligt tilgængelige. Hvis Drivr vælger at afvige fra en koordinering – enten på appen eller ved at forsøge at tiltrække kunder med lavere priser uden for appen – vil Uber/Dantaxi hurtigt kunne opdage dette og dermed have mulighed for at iværksætte disciplinære foranstaltninger eller repressalier. Denne udstrakte gennemsigtighed øger sandsynligheden for, at afvigelser opdages hurtigt, og styrker derved muligheden for at opretholde en eventuel koordinering.[750] Styrelsen afviser på den baggrund det af parterne anførte om, at der bl.a. på baggrund af manglende markedsdækkende gennemsigtighed ikke er mulighed for kontrol med afvigelser af koordineringen.

1243. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at betingelsen om, at det skal være muligt at kontrollere afvigelser fra koordineringsbetingelserne, er opfyldt.

5.2.7.1.3 Ad iii) Mulighed for disciplinære foranstaltninger

1244. Koordineringen er ikke bæredygtig, hvis ikke konsekvenserne af en afvigelse er tilstrækkeligt strenge til, at de kan overbevise de koordinerende virksomheder om, at det er i deres egen interesse at overholde koordineringsbetingelserne. Det er således truslen om fremtidige repressalier, der gør koordineringen bæredygtig.[751] En trussel om repressalier er imidlertid kun troværdig, hvis i) tabet som følge af repressalier vejer tungere end den gevinst, virksomhederne kan opnå ved at afvige fra koordineringen samtidig med, at de virksomheder, der står for repressalierne har tilstrækkeligt incitament til at føre dem ud i livet på trods af eventuelle kortsigtede tab, og hvis ii) repressalier kan indsættes uden væsentlig forsinkelse.[752] Vertikale fusioner kan desuden påvirke de fusionerende virksomheders incitament til at overholde koordineringsbetingelserne. En vertikalt integreret virksomhed vil mere effektivt kunne straffe konkurrerende virksomheder, som vælger at afvige fra koordineringen, fordi der er tale om en af deres vigtige kunder eller leverandører.[753]

1245. Det er styrelsens vurdering, at Dantaxi og Drivr vil have mulighed for at iværksætte disciplinære foranstaltninger ved en afvigelse fra koordineringsbetingelserne.

1246. Indledningsvist vurderer styrelsen helt overordnet, at hverken Drivr eller Dantaxi reelt har incitament til at afvige fra koordineringen.

1247. Uber kan i tilfælde af Drivrs afvigelse fra koordineringen *for det første* indlede en umiddelbar priskrig. Eftersom Uber, som redegjort for ovenfor, har fuld indsigt i, hvilken pris Drivr sætter, vil Uber/Dantaxi som umiddelbar reaktion herpå kunne følge priserne ned. Derved mister Drivr sit incitament til at tilbyde lavere priser, idet Dantaxi, som følge af fusionen og Ubers ejerskab, til enhver tid som minimum vil kunne matche Drivrs pris. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Uber/Dantaxi har tilstrækkelig økonomisk kapacitet til at gennemføre en langvarig priskrig, hvorfor truslen herom er troværdig. Drivr opnår dermed ingen gevinst ved at afvige fra koordineringsbetingelserne, og Uber/Dantaxis incitament til at fremsætte repressalierne opvejer det kortsigtede tab, et prismatch eller lavere priser eventuelt måtte medføre for Uber/Dantaxi.

1248. Hvis Drivr skulle afvige fra koordineringen, kan Uber/Dantaxi *for det andet* reagere via sin relation til Drivr. Uber kan fx vælge at sælge sin ejerandel i Drivr eller alternativt opsige samar-

[750] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 49-50.
[751] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 52.
[752] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 52 – 54.
[753] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 88.

bejdsaftalen[754], hvorved Drivr vil miste [xxx] kundegrundlag, idet Drivr har oplyst, at [xxx] pct.[755] af deres ture stammer fra Uber, jf. også afsnit 5.2.6.1.2.1 om Ubers mulighed for hel afskærmning af Drivr.[756] Selvom opsigelsen [xxx], er udsigten til at miste [xxx] et kundegrundlag en [xxx] risiko for Drivr, som forventeligt vil få Drivr til at vende tilbage til koordineringen, allerede inden samarbejdsaftalen rent faktisk ophører.

1249. En eventuel trussel fra Uber om at sælge sin ejerandel i Drivr vil [xxx] kunne realiseres straks.

1250. *For det tredje* kan Uber/Dantaxi, som en reaktion på Drivrs eventuelle afvigelse fra koordineringen, undlade at tildele Drivr ture, men i stedet tildele turene i Uber-appen til Dantaxi jf. afsnit 5.2.6.1.2.2 om Ubers mulighed for delvis afskærmning af Drivr. Selvom Uber har anført, at der ikke er diskrimination eller særbehandling mellem de forskellige kørselskontorer ved tildeling af ture, vurderer styrelsen, som også redegjort for i punkt 1163, at dette er et forhold, som Uber kan vælge at lave om på. Styrelsen vurderer således, at Uber troværdigt – og som en disciplinær foranstaltning som reaktion på afvigelse fra koordinering – kan fremsætte en trussel om umiddelbart at inputafskærme Drivr (se i øvrigt afsnit 5.2.6.1 om inputafskærmning). Drivrs potentielle gevinst ved at afvige fra koordineringen opvejer ifølge styrelsen derfor ikke truslen om helt eller delvist at miste adgang til ture gennem Uber-appen, hvilket som anført ovenfor er [xxx] for Drivr.

1251. Styrelsen vurderer, at Uber/Dantaxi har størst gevinst ved koordineringen og dermed mindst incitament til at afvige, idet Uber opnår indtjening på ture fra både Dantaxi og Drivr. Hvis Uber/Dantaxi alligevel skulle vælge at afvige fra koordineringen, vurderer styrelsen *for det fjerde*, at det vil være muligt for Drivr selv at sætte en lavere pris end Dantaxi på Uber-appen ved næste prisjustering. Derved vil Uber/Dantaxi enten risikere at miste omsætning, hvis de fastholder den højere pris, eller de kan vælge at sætte prisen ned, hvilket også vil medføre et tab sammenlignet med fastholdelse af koordineringen.

1252. Uber har i høringssvaret af 19. maj 2026 anført, at det ifølge Ubers opfattelse alene er Uber, der kan fremsætte repressalier overfor Drivr, og at der derfor i strid med EU-domstolen, sag T-342/99 – *Airtours*, præmis 194 ikke er gensidige afskrækkelsesmekanismer, der kan opretholde koordineringen. Styrelsen er ikke enig heri, idet tilbagevenden til normal konkurrence kan være tilstrækkeligt afskrækkende.[757]

1253. Det er for det *femte* også muligt, at både Uber/Dantaxi og Drivr vil kunne reagere på en afvigelse ved at konkurrere hårdere i nogle af de andre salgskanaler, hvor de er i konkurrence med hinanden, fx ved at sænke priserne på gadeture eller egne apps. En sådan reaktion på en afvigelse vil kunne iværksættes øjeblikkeligt.[758]

1254. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at betingelsen om, at det skal være muligt at iværksætte disciplinære foranstaltninger, er opfyldt.

---

[754] Aftalen har [xxx].

[755] De resterende ture er fordelt mellem knap [xxx] pct. på prajninger/lufthavn, mens [xxx] pct. stammer fra Drivrs egen app, jf. Drivrs brev af 22. oktober 2025 til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

[756] Jf. referat af styrelsens møde med Drivr den 7. oktober 2025.

[757] Jf. Kommissionens afgørelse af 4. juni 2018 i sag M.8451 – *Tronox / Cristal*, punkt 365-370.

[758] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 55.

5.2.7.1.4 Ad iv) Reaktioner fra udenforstående

1255. For at koordineringen kan blive vellykket, må virksomheder, der ikke deltager i koordineringen, samt potentielle konkurrenter og kunder ikke kunne bringe de forventede resultater af koordineringen i fare.[759]

1256. Det er styrelsens vurdering, at det ikke vil være muligt for andre kørselskontorer direkte at destabilisere en koordinering mellem Dantaxi og Drivr på Uber-appen, da de ikke har adgang til denne app. Det kan muligvis destabilisere koordineringen, hvis andre kørselskontorer vælger at sætte lavere priser end priserne på Ubers app, og hvis Uber/Dantaxi og Drivr ikke er enige om, hvordan der skal reageres på den ændrede konkurrencesituation. Muligheden for at koordinere omkring en reaktion på lavere priser fra konkurrenter bliver betydeligt lettere som følge af fusionen, da fusionen har muliggjort en koordineret reaktion via Uber-appen.

1257. Styrelsen afviser som nævnt i afsnit 5.2.7.1 ovenfor Ubers argument i høringssvaret af 19. maj 2026 om, at der ikke kan være tale om koordinerede virkninger, fordi der stadig er konkurrence udenfor Ubers app. Uber anfører i den forbindelse, at det er ligegyldigt om konkurrenterne er på Ubers app eller ej.[760] Som anført ovenfor, besidder Dantaxi selv [xxx] markedsandel for så vidt angår salg udenfor appen ([xxx]), og da Dantaxi ikke har incitament til at bryde koordineringen ved at konkurrere hårdt på pris udenfor appen, hvilket havde været den naturlige reaktion uden fusionen, er muligheden for at andre udenforstående kan bryde koordineringen desto mindre. Styrelsen vurderer derfor, at dette bl.a. medvirker til at mindske sandsynligheden for, at koordinering via Ubers app kan destabiliseres i en sådan grad, at det vil bringe de forventede resultater af koordineringen i fare.

1258. En reaktion fra konkurrenter forudsætter bl.a., at konkurrerende kørselskontorer har mulighed for at udvide flåden af biler og lukrere på, at nogle vognmænd vil skifte kørselskontor, hvis prisforskellen mellem Uber/Dantaxi og Drivr på den ene side og andre kørselskontorer på den anden side bliver betydelig. Det er styrelsens vurdering, at andre kørselskontorer kan have vanskeligt ved at ekspandere på kort sigt, bl.a. pga. [xxx] bindingsperioder mellem Dantaxi og vognmænd. Derudover kan netværkseffekterne og skalafordelene på markedet gøre det vanskeligt for konkurrenterne at ekspandere på et lokalt marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, hvor Uber/Dantaxi og Drivr tilsammen udgør [xxx] den største aktør, jf. Tabel 5.4. Det fremgår også af interne dokumenter fra Dantaxi[xxx].[761]Uber har i relation hertil gjort gældende, at en konkurrencemæssig reaktion på koordinering ikke kræver yderligere flådekapacitet på kort sigt, idet vognmænd generelt har betydelig ledig kapacitet, som øjeblikkeligt kan anvendes til at absorbere efterspørgsel uden at tilføje vognmænd.[762] Styrelsen anerkender, at det ikke er en betingelse for at bryde koordineringen, at aktuelle eller potentielle konkurrenter har samme skala som de koordinerende virksomheder. Styrelsen fastholder ikke desto mindre, at de udenforstående aktuelle og/eller potentielle konkurrenters størrelse kan have en betydning for disses mulighed for at bringe de forventede resultater af koordineringen i fare. Uber/Dantaxi og Drivr har som nævnt tidligere ikke incitament til at bryde koordineringen – heller ikke for så vidt angår salg af taxikørsel udenfor Ubers app. Parternes samlede markedsandel udgør [40-50] pct. af markedet og tillagt Drivrs markedsandel relateret til salg gennem egne salgskanaler udgør de koordinerende virksomheder mere end [xxx] af markedet salg/formidling af taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Se i den forbindelse også afsnit 5.2.4.1 om risikoen for ensidige virkninger, hvoraf det fremgår, at der ikke er tilstrækkeligt konkurrencepres fra andre aktører til at hindre prisstigninger. Dette gælder så meget desto

---

[759] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 56.

[760] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 97.

[761] Jf. Triton Partners besvarelse af 13. oktober 2025 på styrelsens spørgsmål af 1. oktober 2025. Af besvarelsens bilag B, slide 11 fra materiale vedr. det kontrafaktiske scenarie fremgår således: "*[xxx]*.", samt "*[xxx]*."

[762] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 99–100.

mere i et tilfælde med koordinering, da koordinering – i dette tilfælde –resulterer i én konkurrent mindre.

1259. Styrelsen vurderer også, at eventuel ledig kapacitet hos aktuelle eller potentielle konkurrenter ikke automatisk kan omsættes og udnyttes til at absorbere efterspørgsel. Som anført i afsnit 5.2.5.3.2 er det styrelsens vurdering, at privatkunder i udpræget grad singlehomer, hvilket kan have en indlåsende effekt og gøre det sværere for kørselskontorerne at tiltrække kunder. Hertil kommer, som bl.a. også anført nedenfor i punkt 1262, at privatkunder kun i meget begrænset omfang sammenligner priser.

1260. Herudover har markedsaktører, inkl. Uber/Dantaxi selv, anført, at ventetid er en væsentlig konkurrenceparameter, som nødvendigvis må stige, hvis ledig kapacitet skal udvides uden også at øge udbuddet. Eksempelvis har Taxa 4x35 konkret oplevet [xxx],[763] og Uber selv har oplyst, at *"[e]n af grundene til opkøbet af Dantaxi var, at [xxx]"*[764] Dette indikerer ifølge styrelsen, at ledig kapacitet ikke uden videre kan omsættes til at absorbere efterspørgsel, uden at det også medfører behov for udvidelse af flådekapacitet for at kunne imødekomme privatkundernes forventninger til ventetid, som generelt er forholdsvis lav, jf. også punkt 929.

1261. De konkurrerende kørselskontorer kan desuden have begrænsede incitamenter til at bryde koordineringen, da de også kan nyde godt af højere priser[765]. Det vil således være til fordel for konkurrerende kørselskontorer, som ikke er til stede på Ubers app, hvis koordineringen på appen har afsmittende effekt på priserne udenfor appen. Det er i den forbindelse styrelsens vurdering, at det ikke er et krav, at udenforstående konkurrenter aldrig vil kunne destabilisere en koordinering, men derimod at en koordineret adfærd kun kan opretholdes, hvis aktører uden for koordineringen enten ikke har mulighed for *eller* ikke har tilstrækkeligt incitament til at reagere på koordineringen[766] eksempelvis ved at sænke priserne så meget, at den af den koordinerede adfærd gøres urentabel. Vurderingen tager således udgangspunkt i, om konkurrenter på baggrund af markedets karakteristika vil kunne forhindre eller bryde en koordineret prisadfærd. Styrelsen afviser på den baggrund Ubers argument om, at styrelsens vurdering følger en logik, hvorefter ingen udenforstående nogensinde ville kunne destabilisere koordinering på noget marked.[767] Ubers bemærkninger om Green SM[768] ændrer heller ikke denne konklusion, dels fordi det er er styrelsens vurdering, at Green SM's indtræden på den danske marked fortsat er begrænset, jf. afsnit 5.2.4.4, dels af de samme grunde som beskrevet ovenfor i forhold til manglende incitament.

1262. Det er styrelsens vurdering, at der heller ikke på kundesiden er forhold, der vil kunne destabilisere en koordinering mellem Dantaxi og Drivr på Uber-appen. På kundesiden betyder et uigennemsigtigt marked for forbrugerne (med forskellige prisstrukturer, dag-/aften-priser, surge pricing, fastpris henholdsvis taxameterpris og eventuelle personlige priser), at kunderne kan have vanskeligt ved at indhente og sammenligne priser fra forskellige taxiudbydere inden udbyderen vælges. Det fremgår således også af styrelsens forbrugerundersøgelse, at 82 pct. af respondenterne ikke havde sammenlignet priser inden bestilling af den seneste tur.[769] Det er desuden styrelsens vurdering, at der ikke eksisterer store kunder, der vil kunne bringe koordine-

---

[763] Jf. referat af styrelsens møde med Taxa 4x35 den 7. oktober 2025.
[764] Jf. referat af styrelsens møde med Uber den 3. oktober 2025.
[765] Jf. fx Kommissionens afgørelse af 24. maj 2016 i sag M.7881 *AB InBev/SAB Miller*, punkt 72 – 84 og Kommissionens afgørelse af 7. maj 2018 i sag M. 8444 *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 1123 ff.
[766] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 56.
[767] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 101.
[768] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 41.
[769] Jf. forbrugerundersøgelse, spørgsmål 17.

ringen i fare, da markedet består af privatkunder, der hver især udgør en helt marginal del af kørselskontorernes omsætning.

1263. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at betingelsen om, at reaktioner fra udenforstående ikke må kunne destabilisere koordineringen, er opfyldt.

5.2.7.1.5 Delkonklusion koordineringsbetingelser

1264. Det er samlet Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at de fire kumulative betingelser for koordinering er opfyldt.[770] Fusionen giver på den baggrund anledning til koordinerede virkninger mellem Uber/Dantaxi og Drivr på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Det af Uber fremførte om det modsatte i sit høringssvar af 19. juni 2026[771] giver ikke anledning til at ændre denne vurdering.

5.2.7.2 Faktisk adfærd og prissætning på Ubers app

1265. Ved vurderingen af sandsynligheden for koordinerede virkninger kan det også være relevant at inddrage oplysninger om virksomhedernes faktiske adfærd[772]. Det er i den forbindelse styrelsens vurdering, at Uber/Dantaxis faktiske adfærd i relation til prissætningen på Ubers app understøtter, at fusionen medfører risiko for koordinerede virkninger. Det af Uber anførte om[773], at styrelsen betragter dette som evidens for, at koordineringsbetingelserne er opfyldt er misvisende, idet den faktiske adfærd blot er ét blandt flere elementer i den samlede vurdering. Inddragelse af oplysninger om faktisk adfærd er i øvrigt, og som dette afsnit er indledt, i tråd med kommissionens retningslinjer.

1266. Uber har beskrevet, hvordan prissætningen på Ubers app finder sted. [xxx]

1267. Uber har i høringssvaret af 19. maj 2026 gjort gældende, at Ubers prissætningsmekanisme er den samme før og efter fusionen, at den eneste ændring, fusionen har medført, er, at der nu er to i stedet for én leverandør, der udfører ture på Uber-appen, og at markedskarakteristika før fusionen ikke kan omdøbes til koordinering efter fusionen.[774]

1268. Styrelsen bemærker, at vurderingen af, om fusionen medfører risiko for koordinerede virkninger, skal tage udgangspunkt i en helhedsvurdering af, om fusionen har ændret markedsstrutturen på en måde, der gør det muligt og rentabelt at koordinere.[775] Vurderingen tager således ikke udgangspunkt i, om én konkret mekanisme – fx prissætningen – er ændret før henholdsvis efter fusionen.

1269. Uber har endvidere gjort gældende, at der ikke er risiko for koordinerede virkninger inden for Ubers app, da [xxx].[776] Når dette valg er truffet, [xxx][777] Styrelsen bemærker, at det er irrelevant for vurderingen af risikoen for koordinerede virkninger (som er virkninger af fusionen af hori-

---

[770] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 41.
[771] Jf. Ubers høringssvar af 19. juni 2026 til opdaterede afsnit til udkast til afgørelse, sendt til Uber den 16. juni 2026, punkt 41.
[772] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 43.
[773] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 103.
[774] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 81.
[775] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 39.
[776] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder, afsnit 2.3.1 og afsnit 6.1.
[777] Jf. parternes bemærkninger af 12. marts 2026 til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens meddelelse om betænkeligheder, afsnit 2.3.1 og afsnit 6.1.

sontal karakter), om der rent faktisk er tale om [xxx]. Styrelsen skal i vurderingen af koordinerede virkninger ved fusionen, ikke foretage en vurdering af, [xxx].

1270. Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026 gentaget argumentet om, at [xxx], hvorfor styrelsens skadesteori om koordinerede virkninger beror på en kategorifejl, idet afgørelsen, ifølge Uber, [xxx] Uber har i sit høringssvar af 19. juni 2026 endnu en gang fremført, at Uber driver [xxx], hvorfor styrelsens skadesteori er baseret på en forkert forudsætning.

1271. Styrelsen er af grundene anført i afsnittet umiddelbart nedenfor samt med henvisning til gennemgangen af *Airtours*-betingelserne ovenfor ikke enig heri.

1272. Uber har bl.a. i sit høringssvar af 19. maj 2026 redegjort for, at Uber både ønsker at have, og for nuværende har, [xxx].[778,779] Uber har over for styrelsen gjort gældende, at: *"Ubers [xxx]"*[780] hverken giver anledning til risiko for koordinerede virkninger i relation til Ubers køb af Dantaxi [xxx][781].

1273. Styrelsen bemærker, at oplysningen om, at[xxx]. Styrelsen mener fortsat, at fusionen medfører risiko for koordinerede virkninger mellem Drivr og Uber/Dantaxi, da *Airtours*-betingelserne er opfyldt, og idet fusionen både strukturelt og incitamentsmæssigt styrker muligheden for koordinerede virkninger på Ubers app samt på en væsentlig del af markedet.

1274. [xxx][782,783] [xxx] Uber har i sit høringssvar af 19. maj 2026 anført, at [xxx], og at[xxx].[784] [xxx].[785] Uber forklarede uddybende, at:

1275. *"[xxx]*[786]

1276. Styrelsen bemærker, at styrelsen er enig i, at [xxx]. Det er derimod styrelsens vurdering, at fusionen medfører, at Drivr har incitament til ikke at afvige fra koordineringen ([xxx]), jf. også gennemgangen af *Airtours*-betingelserne i afsnittene ovenfor. [xxx]. Styrelsen bemærker endeligt, at eventuelle påståede effektivitetsgevinster, [xxx] behandles særskilt i afsnittet herom, jf. afsnit 5.3.

1277. Styrelsen fastholder således afslutningsvist, [xxx], at fusionen medfører risiko for koordinerede virkninger i henhold til fusionskontrolreglerne.

5.2.7.3 Konklusion – koordinerede virkninger

1278. Det er samlet styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til koordinerede virkninger, idet fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at koordinere priser på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i form af højere priser på Ubers app.

1279. Fusionen medfører således, at Uber formidler taxikørsel for både Dantaxi og Drivr, der samlet set dækker en væsentlig del af markedet for salg/formidling af taxikørsel, og at Uber via ejerskabet får fuld kontrol over Dantaxis prissætning, samtidig med at Uber har fuld indsigt i Drivrs

---

[778] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 75-77.
[779] Jf.
[780] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 77.
[781] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 75-77.
[782] Jf. parternes fusionsanmeldelse, bilag 13.
[783] [xxx].
[784] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 104.
[785] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 104.
[786] Jf. Ubers høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, fodnote 60.

prissætning på Uber-appen. Styrelsen finder, at fusionen dermed giver mulighed for og incitament til koordinering mellem kørselskontorerne på Ubers platform. Koordinering af priser på Ubers platform eliminerer konkurrencen mellem Dantaxi og Drivr på Ubers platform, hvilket medfører højere taxipriser på Ubers platform til gavn for kørselskontorerne (i form af en større pladslejebetaling) og Uber (i form af et større samlet servicegebyr).

5.3 Effektivitetsgevinster

1280. Det fremgår af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, at en fuldstændig analyse af fusionens virkninger for konkurrencen indebærer en vurdering af de effektivitetsgevinster, som fusionen potentielt medfører.[787] Effektivitetsgevinster, som opstår i kraft af fusionen, kan således øge den fusionerede virksomheds evne og incitament til at deltage aktivt i konkurrencen, hvilket kan være til gavn for forbrugerne, og derved opveje de konkurrenceskadelige virkninger, som fusionen ellers kunne få.[788]

1281. Hvis det på baggrund af tilstrækkelig dokumentation kan fastslås, at effektivitetsgevinsterne ved fusionen har en sådan størrelse, at de vil opveje de konkurrenceskadelige virkninger for forbrugerne, vil Konkurrencerådet kunne beslutte, at en fusion, som ellers ville begrænse konkurrencen, alligevel skal godkendes.[789]

1282. For at blive taget i betragtning i den samlede vurdering af fusionens virkninger for konkurrencen, skal effektivitetsgevinsterne opfylde tre kumulative betingelser:[790]

- (i) Gevinsterne skal være til gavn for forbrugerne.
- (ii) Gevinsterne skal være fusionsspecifikke.
- (iii) Gevinsterne skal være påviselige.

1283. Det er fusionsparterne, der har bevisbyrden i forhold til at dokumentere, at en fusion medfører effektivitetsgevinster, der er tilstrækkeligt store til at opveje fusionens negative virkninger for forbrugerne, samt at fremlægge dokumentation for, at de tre kumulative betingelser er opfyldt.[791]

5.3.1 Ubers argumenter omkring effektivitetsgevinster

1284. Uber har i sine bemærkninger til styrelsens meddelelse om betænkeligheder anført, at fusionen mellem Uber og Dantaxi vil medføre en række effektivitetsfordele, herunder lavere priser og kortere ventetider.

1285. I forhold til priserne anfører Uber, at *"post-Transaktionsdokumentation viser, at priserne er faldet for forbrugere både i Uber-appen og hos Dantaxi, mens surge [xxx]*".[792] Uber har oplyst, at priserne på Uber-appen i Danmark, med undtagelse af ugen omkring nytårsaften, konsekvent har været lavere end [xxx] kr. pr. kilometer siden september 2025.[793] Derudover oplyser Uber,

[787] Jf. desuden paragraf 29 i præamblen til EU-fusionsforordningen.
[788] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 77.
[789] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 77.
[790] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 78.
[791] Jf. Kommissionens afgørelse af 1. februar 2012 i sag M.6166, *Deutsche Börse/NYSE Euronet*, punkt 1142. Jf. Kommissionens afgørelse, jf. Kommissionens afgørelse af 30. januar 2013 i sag M.6570, *UPS/TNT Express*, punkt 816. Jf. også Retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 87.
[792] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 12.
[793] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 63.

at de gennemsnitlige surge-niveauer er [xxx] efter fusionen, og at Dantaxis priser også er faldet [xxx] siden fusionen.[794]

1286. I forhold til ventetider anfører Uber, at *"ventetiderne for forbrugere efter Transaktionen er faldet som følge af øget chaufførkapacitet og optimering af Ubers matching algoritme, hvilket udgør en væsentlig kvalitetsforbedring, der kan tilskrives Transaktionen som fusionsspecifik."*[795] Ifølge Uber er forbrugernes ventetider hos Uber, målt som tiden fra bestilling af et køretøj via Uber-appen til køretøjets ankomst til afhentningsstedet, faldet fra ca. [xxx] minutter før fusionen til omkring [xxx] minutter i september 2025.[796]

1287. Uber anfører derudover, at kapacitetsudnyttelsen er steget efter fusionen. Ifølge Uber optimerer Ubers algoritme parring af chauffører, hvilket giver Dantaxi mulighed for at øge udnyttelsen af tilknyttede køretøjer.[797]

1288. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen stillede den 17. april 2026 Uber en række uddybende spørgsmål til brug for vurderingen af de anførte effektivitetsgevinster.

1289. I forhold til priser har Uber i forbindelse med besvarelsen af styrelsens spørgsmål anført, at priserne på Uber-appen faldt fra ca. [xxx] kr. pr. kilometer før fusionen til ca.[xxx] kr. i marts 2026 i København.[798] Derudover har parterne oplyst, at Dantaxis pris pr. kilometer på tværs af alle privatkunder, ekskl. privatkunder via Ubers app, har været stabil i perioden 2024 til 2025 (omkring [xxx] kr.), mens Dantaxis pris pr. kilometer for alle fastpristure i Dantaxi-appen er faldet i perioden 2024 til 2025 (fra ca. [xxx] kr. til ca.[xxx] kr.).[799]

1290. Ifølge Uber skyldes muligheden for at sænke priserne på Uber-appen bl.a. eliminering af dobbelt margin, da ethvert servicegebyr betalt af Dantaxi til Uber efter fusionen er koncerninternt og derfor internaliseres inden for Uber/Dantaxi. Uber anfører herom, at *"[xxx]"*[800]

1291. I forhold til ventetider har Uber oplyst, at reduktionen i ventetider udgør en væsentlig kvalitetsforbedring, og at en reduktion i ventetiden sænker den effektive (kvalitetsjusterede) pris, som forbrugerne står overfor.[801]

1292. I forhold til et pålideligt og stabilt udbud anfører Uber, at fusionen - ved at give Uber adgang til Dantaxis ca. [xxx] taxier - medfører et mere stabilt udbud. Ifølge Uber giver dette et mere velafbalanceret forhold mellem udbud og efterspørgsel, hvilket bl.a. har medført, at de gennemsnitlige surge-prisniveauer er faldet [xxx].[802]

1293. Uber anfører, at såvel lave og stabile ventetider samt øget og stabil udbudspålidelighed er fusionsspecifikke gevinster, da fusionen har givet Uber adgang til Dantaxis flåde af taxier, hvor Uber ellers før fusionen var [xxx].[803]

---

[794] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 64 og 65.
[795] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 14.
[796] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 83.
[797] Jf. Ubers bemærkninger af 12. marts 2026 til styrelsens meddelelse om betænkeligheder, punkt 85.
[798] Jf. Besvarelse af 28. april 2026 af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål om effektivitetsgevinster, punkt 7.
[799] Jf. Besvarelse af RFI 7 af 28 april 2026, spørgsmål 2 og 3.
[800] Jf. Besvarelse af 28. april 2026 af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål om effektivitetsgevinster, punkt 19.
[801] Jf. Besvarelse af 28. april 2026 af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål om effektivitetsgevinster, punkt 9.
[802] Jf. Besvarelse af 28. april 2026 af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål om effektivitetsgevinster, punkt 11 og 13.
[803] Jf. Besvarelse af 28. april 2026 af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgsmål om effektivitetsgevinster, punkt 22.

1294. I forhold til bedre kapacitetsudnyttelse anfører Uber indledningsvist, at *"I nærværende sag finder doktrinen om "effektivitetsgevinster" (i fusionskontrolretlig forstand) ikke anvendelse på vognmænd. Fusionskontrollens effektivitetsramme vedrører vurderingen af virkninger for forbrugerne og finder ikke anvendelse på vognmænd. Selvom vognmænd kan blive berørt som mellemliggende aktører, beskytter effektivitetsrammen ikke individuelle deltagere i forsyningskæden som sådan. Med andre ord: formålet med dansk fusionskontrol er forbrugervelfærd, ikke vognmændenes velfærd."*[804] Ikke desto mindre anfører Uber, at fusionen medfører positive virkninger for vognmændene. Ifølge parterne viser Dantaxis seneste analyse, at udnyttelsen af køretøjer er steget med [xxx] pct. fra februar 2025 til februar 2026. Ifølge Uber medfører dette en effektivitetsgevinst til gavn for vognmændene, da reduceret tomgangstid gør det muligt for chauffører at gennemføre flere ture og generere højere indtægter og også gør det muligt for vognmændene at fordele deres samlede omkostninger på flere ture.[805]

5.3.2 Styrelsens vurdering

1295. Styrelsen er enig i, at lavere priser, kortere ventetider og bedre kapacitetsudnyttelse potentielt kan afspejle effektivitetsgevinster. Det er dog samtidigt styrelsens vurdering, at parterne ikke har påvist, at disse gevinster opfylder de kumulative kriterier om, at effektivitetsgevinster skal være til gavn for forbrugerne, fusionsspecifikke og påviselige.

1296. Ved vurderingen af effektivitetsgevinsterne nedenfor er det relevant at bemærke, at adfærd, efter en fusion er krævet anmeldt, skal vurderes med en vis forsigtighed, da adfærden kan være påvirket af, at parterne er bevidste om, at fusionen er under behandling, jf. punkt 228.

1297. For så vidt angår priserne, henviser styrelsen til afsnit 5.2.3.3, herunder:

- Ubers prissætning i perioden efter fusionens gennemførelse, og mens fusionen er under behandling hos konkurrencemyndighederne, skal fortolkes varsomt. I det omfang Uber har incitament til at hæve priserne som følge af fusionen, vil det være rationelt for Uber at udskyde implementeringen af prisstigningerne, til efter fusionen er godkendt for derved at undgå, at observerede prisstigninger kommer til at indgå som dokumentation for styrelsens skadesteori.
- Hvis et eventuelt prisfald, der kan statueres under behandlingen af en gennemført fusion, også vurderes at ville være til stede i det kontrafaktiske scenarie, er prisfaldet ikke fusionsspecifikt og dermed ikke tilstrækkeligt til at imødegå betænkeligheder ved fusionen. Det er styrelsens vurdering, at fusionen medfører en risiko for priser, der er højere, end de ville have været, hvis fusionen ikke var blevet gennemført. På et marked med faldende priser – som i denne sag, hvor priserne på Uber-appen allerede var faldende fra Ubers indtræden på markedet og frem til fusionstidspunktet - kan dette komme til udtryk ved, at prisfaldet stagnerer på et højere niveau eller falder mindre end i det kontrafaktiske scenarie. Et observeret prisfald – eller fravær af prisstigning – isoleret på Ubers app kan derfor heller ikke af denne årsag ses som bevis for konkurrencefremmende effekter af fusionen.
- Ubers prissætning før og efter fusionen skal ses i et dynamisk perspektiv, idet fusionen finder sted kort tid efter Ubers lancering i Danmark på et tidspunkt, hvor Uber fortsat er i færd med at udbygge sin markedsposition, jf. punkt 593. Ubers formidling af taxikørsel med [xxx] rabatter finansieret af Uber har [xxx] [xxx] i den betragtede periode, hvilket efter styrelsens vurdering understøtter, at prissætningen har et strategisk sigte med at opbygge volumen. En [xxx] prisstrategi er ikke holdbar (eller rationel) på længere sigt, og det er følgelig styrelsens vurdering, at rabatterne sandsynligvis på sigt vil blive væsentligt reducerede eller bortfalde.
- Faldet i Ubers priser reflekteres ikke af et tilsvarende fald i Dantaxis priser efter Ubers overtagelse af Dantaxi. Således har den gennemsnitlige pris på Dantaxis app været [xxx] omkring

[804] Jf. Besvarelse af RFI 7 af 28 april 2026, spørgsmål 8.
[805] Jf. Besvarelse af RFI 7 af 28 april 2026, spørgsmål 8.

[xxx] kr. per km gennem hele 2024 og 2025 (dvs. før og efter fusionen), jf. Figur 5.13 nedenfor. Set i det lys kan prisfaldet efter styrelsens vurdering til dels henføres til Ubers strategi om at flytte kunder fra Dantaxi og over på Uber appen. Som beskrevet i afsnit 5.2.4.1.3.2.1.1, bliver brugere af Dantaxis app, når de åbner Dantaxi-appen, opfordret til at downloade Ubers app og med en lovning på at få [xxx] rabat på deres første tur bestilt via Uber-appen. Lignende er trykt på Dantaxis taxier.

1298. For så vidt angår kortere ventetider og mere stabilt udbud samt bedre kapacitetsudnyttelse, er det styrelsens vurdering, at disse gevinster ikke i tilstrækkelig grad vil komme forbrugerne til gode til at kunne opveje de negative effekter på priserne. Disse gevinster kan ses som kvalitetsforbedringer, og Uber vil – i kraft af den betydelige markedsmagt Uber har opnået med fusionen - have incitament til at kapitalisere på gevinsterne. Uber vil, som følge af sin [xxx] markedsmagt, således have incitament til at opkræve højere priser fra forbrugerne og højere pladsleje for vognmændene til gengæld for disse kvalitets-/effektivitetsforbedringer. Derudover er det styrelsens vurdering, at disse gevinster ikke er fusionsspecifikke, da de efter styrelsens vurdering over tid kunne være opnået på en mindre konkurrencebegrænsende vis, fx ved organisk vækst hos Drivr eller ved at Uber i stedet havde indgået én eller flere samarbejdsaftaler i stil med samarbejdsaftalen med Drivr.

1299. Styrelsen vil i det følgende foretage en uddybende vurdering af de at Uber anførte effektivitetsgevinster.

Priser

1300. Prisen pr. kilometer på ture bestilt via Uber-appen er ifølge Uber faldet betydeligt, siden Uber trådte ind på det danske marked. Dertil kommer, at Uber har ydet [xxx] rabatter til passagererne, der således har haft gevinst af lavere priser. Dette er tilfældet både før og efter fusionen.

1301. Indledningsvist er det væsentligt at understrege, at lavere priser ikke i sig selv er udtryk for en effektivitetsgevinst. Lavere priser kan være udtryk for en bestemt strategi, og det er i denne sag desuden vigtigt at være opmærksom på, at priserne er faldet i en periode, hvor fusionen er under behandling hos styrelsen, hvor Uber kan have andre incitamenter end på længere sigt, jf. afsnit 5.2.3.3.

1302. Det er efter styrelsens vurdering også nødvendigt at se Ubers prissætning siden Ubers indtræden på det danske marked og efter fusionen i en dynamisk kontekst, jf. afsnit 5.2.3.3. Uber/Dantaxi har således efter styrelsens vurdering et incitament til at hæve priserne efter fusionen, jf. afsnit 5.2.4, men samtidig har Uber/Dantaxi et incitament til at prissætte [xxx] på kort sigt for at opbygge en stor og bred kundebase, der gør Dantaxi endnu mere attraktiv for vognmændene og Ubers app endnu mere attraktiv for kørselskontorerne for på sigt at kunne hæve priserne endnu mere.

1303. Styrelsen fik i forbindelse med parternes besvarelser vedrørende effektivitetsgevinster tilsendt data for udviklingen i fastprisen pr. kilometer på henholdsvis Uber-appen og hos Dantaxi. Priserne er opgjort eksklusiv eventuelle rabatter og tillæg. Udviklingen i fastprisen pr. kilometer er illustreret i Figur 5.3 i afsnit 5.2.3.3, gengivet i Figur 5.13 nedenfor.

Figur 5.13 **Gennemsnitlige fastpriser for taxikørsel til privatkunder i Danmark, formidlet via Ubers app hhv. solgt af Dantaxi (ekskl. rabatter og tillæg)**

[xxx]

Note: [xxx].

Styrelsen bemærker, at priserne for henholdsvis Ubers app og Dantaxi i figuren ikke kan sammenlignes direkte. [xxx]. Figuren anvendes derfor alene til at beskrive udviklingen i priserne over tid hos henholdsvis Ubers app og Dantaxi.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af parternes svar på styrelsens spørgsmål af 17. april 2026, svar på spørgsmål 2 og spørgsmål 3 og data sendt fra parterne til styrelsen den 11. maj 2026.

1304. Det ses af Figur 5.13, at den gennemsnitlige fastpris pr. kilometer på Uber-appen – som også anført af Uber – er faldet siden transaktionen (fra [xxx] kr. i juni 2025 til [xxx] kr. i februar 2026).[806]

1305. Det ses af Figur 5.13, at prisen pr. kilometer på Uber-appen allerede var begyndt at falde inden fusionen med Dantaxi. Derudover ses det, at prisen pr. kilometer hos Uber de seneste 4 måneder fra november 2025 til februar 2026 har ligget stabilt omkring ca. [xxx] kr., dvs. uden yderligere betydelige prisfald.

1306. Som nævnt er priserne pr. kilometer for Uber ovenfor opgjort eksklusiv eventuelle rabatter og tillæg. Uber har siden sin indtræden i Danmark tilbudt [xxx] rabatter til passagererne, hvorfor passagererne i praksis har betalt lavere priser, end hvad der fremgår af Figur 5.13 (både før og efter fusionen). Det er dog styrelsens vurdering, at en prisreduktion inklusiv rabatter ikke kan påregnes at være en varig gevinst for forbrugerne, og at priserne inkl. rabatter ikke giver et retvisende billede af, hvordan priserne vil udvikle sig på sigt, hvilket uddybes i det følgende.

1307. Denne vurdering er bl.a. baseret på, at Ubers formidling af taxikørsel [xxx]. Det kan være en rationel strategi for en ny aktør at tilbyde lave [xxx] priser i en introduktionsperiode for at opnå fodfæste på et nyt marked. Styrelsen kan imidlertid konstatere, at Uber har fortsat med at tilbyde [xxx] rabatter, der [xxx], selv efter opkøbet af Dantaxi, hvor Uber opnåede en betydelig markedsposition. Dette indikerer efter styrelsens vurdering et strategisk sigte, der går ud over at opnå fodfæste på et nyt marked, i form af en målsætning om at opnå og potentielt cementere en dominerende position på markedet, jf. punkt 1000. Dertil kommer, at Uber i perioden har ydet [xxx] rabatter som led i strategien om at flytte kunder fra Dantaxis app over til Uber, jf. afsnit 5.2.3.3. Det er [xxx] for en virksomhed at tilbyde [xxx] rabatter på længere sigt, hvilket indebærer at rabatterne sandsynligvis på sigt vil blive væsentligt reducerede eller helt bortfalde.

1308. Den observerede udvikling i prisen pr. kilometer på Uber-appen, eksklusiv eventuelle rabatter og tillæg, kombineret med de [xxx] rabatter ydet af Uber (hvilket som nævnt [xxx] i hele eller størstedelen af perioden siden deres indtræden i Danmark), er konsistent med en hypotese om, at Uber i introduktionsperioden har haft en strategi om at tiltrække såvel vognmænd (gennem Drivr) som passagerer, jf. også punkt 1003. Vognmændenes indtjening er således direkte knyt-

[806] Styrelsens beregninger på baggrund af parternes svar på styrelsens spørgsmål af 7. maj 2026.

tet til prisen pr. kilometer, eksklusive rabatter. Dermed kan den høje pris pr. kilometer på Uber-appen i perioden efter Ubers indtræden have medvirket til at gøre Drivr attraktiv for vognmændene. For også at gøre Uber attraktiv for passagererne har Uber kompenseret de høje priser pr. kilometer via [xxx] rabatter finansieret af Uber. Da Uber i kraft af erhvervelsen af Dantaxi fik tilført et [xxx]t antal vognmænd, kan det være blevet mindre afgørende at fastholde den høje pris pr. kilometer, hvilket kan være en forklaring på faldet i denne pris fra fusionstidspunktet og fremefter.

1309. Da prisen pr. kilometer på Uber-appen efter styrelsens vurdering således synes at være startet på et niveau [xxx] over et konkurrencedygtigt niveau (hvilket Uber har kompenseret passagererne for i kraft af rabatter) – og da styrelsen vurderer, at [xxx] [xxx] rabatter finansieret af Uber er en kortsigtet strategi - er det styrelsens vurdering, at Uber ikke har påvist, at der reelt er tale om varige prisfald på taximarkedet til gavn for forbrugerne. Derudover er det - som nævnt - væsentligt at bemærke, at adfærd, efter en fusion er krævet anmeldt, skal vurderes med en vis forsigtighed, da adfærden kan være påvirket af, at parterne er bevidste om, at fusionen er under behandling

1310. Uber har i sit høringssvar af 29. maj 2026 bl.a. anført, at "*Priserne pr. kilometer i Uber-appen er faldet [xxx] med ca. [xxx]% - fra [xxx] DKK før Transaktionen til [xxx] DKK i begyndelsen af 2026*".[807]

1311. Uber anfører derudover, at priserne i perioden før fusionen faldt med ca. [xxx] pct. i perioden før fusionen, mens priserne faldt ca. [xxx] pct. fra juni 2025 til februar 2026 – og at styrelsen ikke har givet nogen forklaring på, "*hvorfor en allerede eksisterende tendens pludselig skulle [xxx] [xxx] umiddelbart efter afslutningen – medmindre den er drevet af selve Transaktionen.*"[808]

1312. Efter styrelsens vurdering er der ingen oplysninger, der indikerer, at faldet i Ubers priser er forårsaget af fusionen. Et tidsmæssigt sammenfald mellem fusionen og et efterfølgende fald i Ubers priser kan ikke tages som bevis for, at prisfaldet er fusionsspecifikt uden yderligere dokumentation for, at der også er en årsagssammenhæng. Prisfaldet kan skyldes en lang række faktorer, som ikke er relateret til fusionen – det kan eksempelvis være en realisering af det generelle konkurrencepres, som Ubers og Bolts lancering i Danmark har tilført markedet, og som i det kontrafaktiske scenarie med Dantaxi som en uafhængig konkurrent til Uber ville have været endnu stærkere, jf. afsnit 5.2.3.3.

1313. I sit høringssvar af 29. maj 2026 har Uber foretaget en såkaldt kontrafaktisk analyse, der ifølge Uber viser, at udbuddet på Uber-appen inden [xxx]. Uber anfører i den forbindelse, at: "*Under disse forhold ville de prisnedsættelser, der blev observeret efter Transaktionen, højst sandsynligt ikke være blevet gennemført, da dette kunne have stimuleret [xxx] måde.*"[809] Styrelsen har senere i afsnittet foretaget en vurdering af Ubers kontrafaktiske analyse. Det er her styrelsens konklusion, at Ubers påstand om efterspørgselspres inden fusionen ikke kan observeres ud fra de tilsendte data, og at Ubers egen analyse ikke bekræfter faldende pålidelighed forud for fusionen. Ubers analyse støtter dermed ikke Ubers eget argument om, at prisfaldene på Uber-appen er fusionsspecifikke, jf. punkterne 1332-1350.

1314. Uber anfører, at styrelsen ikke samtidig kan hævde, at priserne før fusionen var [xxx] høje, og at faldet efter fusionen ikke er fusionsspecifikt.[810] Styrelsen vil hertil *for det første* påpege, at styrelsen ikke har anført, at Ubers priser skulle have været "[xxx] høje". *For det andet* er styrelsen ikke enig i Ubers anbringende, jf. bl.a. punkt 1313. Efter styrelsens vurdering kunne Uber

---

[807] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 8.
[808] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 19.
[809] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 24.
[810] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 30.

også have opnået adgang til den større mængde vognmænd på mindre konkurrencebegrænsende vis, jf. punkt 1328.

1315. Det er heller ikke påvist, at faldet i prisen pr. kilometer i Uber-appen er en følge af transaktionen, herunder som følge af eliminering af dobbelt margin som anført af Uber. En lavere pris på Uber-appen kan være virkningen af en effektivitetsgevinst, men det kan ikke betragtes som en effektivitetsgevinst i sig selv, da lavere priser også kan være udtryk for en midlertidig strategi (som uddybet ovenfor) eller andre ændringer i markedsforhold, der ikke er knyttet til fusionen. For at kunne vurdere om et eventuelt prisfald er resultatet af en fusionsspecifik effektivitetsgevinst, skal styrelsen kunne undersøge årsagerne til et sådant prisfald. Effektivitetsgevinster kan eksempelvis være omkostningsbesparelser i produktionen eller distributionen eller synergier inden for forskning og innovation, der giver virksomheden mulighed for at udbyde nye eller forbedrede produkter eller tjenester.[811] Uber har ikke dokumenteret overfor styrelsen, hvilke fusionsspecifikke effektivitetsgevinster der måtte ligge bag faldet i prisen pr. kilometer på Uber-appen (styrelsen foretager en vurdering af lavere ventetider og bedre kapacitetsudnyttelse nedenfor i punkterne 1318-1356). Det kan heller ikke uden videre lægges til grund, at eliminering af dobbelt marginalisering – som anført af Uber- skulle føre til lavere priser.[812] En sådan gevinst vil afhænge af en konkret vurdering, og Uber har ikke fremført nogen dokumentation for, om og hvorvidt eventuel eliminering af dobbelt marginalisering i denne sag konkret skulle være en påviselig effektivitetsgevinst til gavn for forbrugerne.

1316. Uber har i sit høringssvar af 29. maj 2026 bl.a. anført, at det *"[xxx] prisfald, der er observeret efter Transaktionen, er det resultat, som teorien om dobbeltmarginalisering forudsiger, og dataene bekræfter denne mekanisme."*[813] Styrelsen er ikke enig i, at den observerede prisudvikling i sig selv skulle bekræfte eksistensen af eliminering af dobbeltmarginalisering, og styrelsen fastholder, at Uber ikke har fremført nogen dokumentation for, om og hvorvidt eventuel eliminering af dobbelt marginalisering i denne sag konkret skulle være en påviselig effektivitetsgevinst til gavn for forbrugerne.

1317. Der stilles forholdsvis store krav til den dokumentation, der skal ligge til grund for et modbevis mod konkurrenceskadelige virkninger, særligt når der som i denne sag er tale om meget betydelige konkurrenceskadelige virkninger, jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 84: *"Jo større de mulige negative virkninger er for konkurrencen, desto mere må Kommissionen sikre sig, at de fremførte effektivitetsgevinster er betydelige, at de sandsynligvis vil blive realiseret, og at de i tilstrækkeligt omfang vil komme forbrugerne til gode."* Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at de oplysninger, Uber har fremlagt, ikke påviser, at det observerede fald i Ubers priser er udtryk for en langsigtet konkurrencefremmende effekt af fusionen. Samlet er det styrelsens vurdering, at kriterierne om, at effektivitetsgevinster skal være påviselige, fusionsspecifikke og til gavn for forbrugerne, ikke er opfyldt, for så vidt angår parternes anbringender om, at fusionen skulle føre til varigt lavere priser til gavn for forbrugerne end i det kontrafaktiske scenarie.

Ventetider/pålideligt og stabilt udbud

1318. Uber har - som nævnt - anført, at en reduktion i ventetiden sænker den effektive (kvalitetsjusterede) pris, som forbrugerne står overfor. Derudover er det ifølge Uber en fusionsspecifik gevinst, at der efter fusionen er et mere pålideligt og stabilt udbud, da fusionen har givet Uber adgang til Dantaxis flåde af taxier, jf. punkt 1293.

---

[811] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 80-81.
[812] Se fx Kwoka, Slade (2020), *Second Thoughts on Double Marginalization*, Antitrust, Vol. 34, Spring 2020.
[813] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 28.

1319. Styrelsen er enig i, at kortere ventetider og et mere pålideligt og stabilt udbud isoleret set udgør gevinster for forbrugerne i form af kvalitetsforbedringer.

1320. Det er styrelsens vurdering, at gevinsten for forbrugerne ved de kortere ventetider og et mere pålideligt og stabilt udbud sandsynligvis er begrænset. *For det første* er der ifølge Uber tale om en reduktion i ventetiden fra [xxx] minut til [xxx] minutter, dvs. en reduktion på [xxx] minut (fra et i forvejen forholdsvis lavt udgangspunkt), og *for det andet er* det styrelsens vurdering – som uddybes i det følgende - at Uber har et incitament til at omsætte en del af denne gevinst til højere priser givet den [xxx] markedsmagt, Uber har opnået via fusionen.

1321. Ifølge den økonomiske litteratur på området kan effekten af en stigning i kvalitet i princippet sidestilles med en reduktion i marginalomkostningerne. En kvalitetsforbedring vil øge forbrugernes betalingsvillighed, men virksomheden har samtidig et incitament til at "veksle" en del af kvalitetsforbedringen til større efterspørgsel, hvilket betyder, at den nominelle pris almindeligvis vil stige mindre end værdien af kvalitetsforbedringen. Virksomheden vil således dele værdien af kvalitetsforbedringen med forbrugerne, og det er forbrugernes andel af kvalitetsforbedringen, der skal afvejes med tabet af konkurrence som følge af fusionen. Det kan dermed ikke isoleret set lægges til grund, at en kvalitetsforbedring fuldt ud kommer forbrugerne til gode.[814] Det følger af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, at incitamentet til at lade effektivitetsgevinster komme forbrugerne til gode ofte er afhængigt af, om de øvrige konkurrenter udøver et konkurrencepres. Jo større de mulige negative virkninger af fusionen, jo mere skal det sikres, at effektivitetsgevinsterne er sandsynlige, vil blive realiserede og i tilstrækkeligt omfang vil komme forbrugerne til gode.[815]

1322. I denne sag er det styrelsens vurdering, at Uber med fusionen har opnået en [xxx] markedsmagt, og at der er risiko for, at markedet vil tippe, hvorved Uber kan opnå en monopollignende markedsposition, jf. afsnit 5.2.5. Det er ifølge Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner højst usandsynligt, at en fusion, som medfører en markedsstilling, der nærmer sig monopol eller tilsvarende markedsmagt, vil kunne skabe effektivitetsgevinster, der er tilstrækkelige til at opveje dens potentielle konkurrenceskadelige virkninger.[816] Dette er i særdeleshed gældende på et marked, der er tippet som følge af stærke netværkseffekter, og hvor en dominerende virksomheds markedsposition er beskyttet af netværkseffekterne. Til illustration af dette har eksempelvis Prüfer og Schottmüller (2024)[817] i en teoretisk model med netværkseffekter og potentiel market tipping undersøgt virksomhedernes dynamiske incitament til at investere i kvalitet. De viser, at virksomhederne har et stort incitament til at investere i kvalitet for at vinde markedet, men når først markedet er tippet, vil vinderen kun lige akkurat investere nok til at fastholde sin position. Den krævede investering er forholdsvis lille, eftersom virksomhedens markedsposition er skærmet af netværkseffekterne.

1323. Tilsvarende viser Weyl (2010), at en dominerende virksomhed på et to-sidet marked kan have et mindre incitament til at investere i kvalitet end virksomheder under effektiv konkurrence,

---

[814] Jf. Neurohr, Bertram (2022), "*Unilateral effects of mergers that enhance product quality*", Review of Industrial Organization, vol 60: 587 - 596

[815] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 84.

[816] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 84.

[817] Prüfer, Jens og Christoph Schottmüller (2021), "Competing with big data", *The Journal of Industrial Economics*, vol 69(4): 967 – 1008. I Prüfer og Schottmüller's model konkurrerer virksomhederne udelukkende på kvalitet (og ikke pris), og forfatterne modellerer de indirekte netværkseffekter som en besparelse på omkostningerne til investering i kvalitet skabt af data indsamlet fra virksomhedens brugere – jo flere brugere, desto større indsamling af data og desto billigere investering i kvalitet. Parallellen til taximarkedet kan drages ved at fortolke kvaliteten som kortere ventetid henholdsvis bedre kapacitetsudnyttelse (skabt direkte af brugerne gennem de indirekte netværkseffekter), hvorved "investering" i kvalitet sker ved, at virksomhederne lader en del af kvalitetsforbedringerne komme forbrugerne til gode (dvs. undlader at hæve priserne parallelt med kvaliteten). Under den fortolkning understøtter Prüfer og Schottmüller (2021), at virksomhederne har incitament til at holde priserne lave, mens de konkurrerer om at vinde markedet, men når først vinderen har opnået en dominerende markedsstilling, reduceres incitamentet til at lade effektivitetsgevinsterne komme forbrugerne til gode betydeligt.

hvis den marginale forbruger har en mindre betalingsvillighed for kvalitet end den gennemsnitlige forbruger.[818] Styrelsen har ikke haft mulighed for at undersøge forbrugernes betalingsvilje for kortere ventetid, men det er styrelsens umiddelbare vurdering, at det sandsynligvis forholder sig sådan, at den marginale forbruger har en lavere betalingsvillighed for kortere ventetid end den gennemsnitlige Uber-kunde. Det skyldes, at alternativet til at tage en taxi (herunder benytte Uber) er at lade sig transportere på anden vise, primært bus, tog metro eller sågar elløbehjul.[819] Det er alternativer, der typisk er karakteriseret ved lavere pris og større tidsforbrug (og mindre komfort). Den marginale forbruger er den forbruger, der lige netop er villig til at betale mere for en taxi for at spare tid (og øget komfort). Den gennemsnitlige taxikunde vil dermed have en højere betalingsvillighed for kvalitet, hvilket ifølge Weyl indebærer, at en dominerende virksomhed har incitament til at underinvestere i kvalitet.

1324. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at Uber ikke har påvist, at et fald i ventetiderne og et mere pålideligt og stabilt udbud i tilstrækkeligt omfang vil komme forbrugerne til gode og imødegå fusionens negative virkninger.

1325. Uber anfører i sit høringssvar af 29. maj 2026 bl.a., at styrelsen baserer sig på økonomisk litteratur, hvor den teoretiske ramme ikke er anvendelig i den foreliggende sag. Ifølge Uber gør det sig gældende, at *"Rammen forudsætter et marked præget af stabile eller stigende priser, hvor en kvalitetsforbedring delvis kapitaliseres gennem en prisstigning i forhold til et tidligere udgangspunkt. Her er priserne faldet med over [xxx]% i absolutte tal samtidig med kvalitetsforbedringen."*[820] Derudover anfører Uber, *"at argumentet om "markedstipping" ikke kan have dobbelt funktion i effektivitetsanalysen. Spørgsmålet om, hvorvidt KFST's teori om markedstipping er korrekt, vedrører SIEC-konklusionen og ikke spørgsmålet om, hvorvidt de i øjeblikket observerbare effektivitetsgevinster opfylder de tre kumulative kriterier."*[821]

1326. Styrelsen bemærker hertil *for det første*, at den økonomiske litteratur, som styrelsen henviser til ovenfor, er relevant, uanset om vurderingen finder sted på baggrund af stigende priser, faldende priser eller stabile priser. Dette skyldes, at de observerede priser skal sammenholdes med priserne i det kontrafaktiske scenarie og ikke de priser, der tilfældigvis måtte være gældende på et specifikt tidspunkt. Her er det – som udfoldet ovenfor – styrelsens vurdering, at Ubers priser også ville være faldet ned mod Dantaxis priser i det kontrafaktiske scenarie, og at fusionen derfor ikke har givet anledning til effektivitetsgevinster i form af lavere priser til gavn for forbrugerne. Den litteratur, som styrelsen henviser til, viser, at Uber vil have incitament til delvist at kapitalisere på eventuelle kvalitetsforbedringer ved at hæve priserne i forhold til priserne i det kontrafaktiske scenarie. Hvis Ubers priser er faldende i det kontrafaktiske scenarie, kan en "prisstigning" eksempelvis komme til udtryk ved, at de observerede priser falder mindre, end de ville have gjort uden fusionens styrkelse af Ubers markedsmagt. *For det andet* bemærker styrelsen, at market tipping ikke er en forudsætning for styrelsens konklusion om, at effektivitetsgevinsterne ikke vil komme forbrugerne til gode – det vil alene udgøre en forværrende omstændighed, hvis markedet tipper på sigt.

1327. Det er styrelsens vurdering, at Uber kunne have sikret sig adgang til den nødvendige mængde vognmænd for at mindske ventetiderne og opnå et mere pålideligt og stabilt udbud på mindre

---

[818] Jf. Weyl, E. Glenn (2010), "A price theory of multi-sided platforms", *American Economic Review* 100(4): 1642 – 1672. Weyls resultat er en generalisering af den såkaldte Spence-effekt til to-sidede markeder, hvor kvaliteten skabes af de indirekte netværkseffekter. "Investering i kvalitet" er her et resultat af at virksomheden øger netværkseffekterne ved at holde priserne lave, hvilket vil sige at underinvestering i kvalitet svarer til højere priser. Spence (1975) viste at imperfekt konkurrence også forvrider udbuddet af kvalitet på et marked (udover standard prisforvridninger) idet en monopolist fastsætter kvaliteten ud fra den marginale forbruger betalingsvillighed for kvalitet i kontrast til en samfundsmæssig optimal fastsættelse af kvalitet, der tager hensyn til den gennemsnitlige forbrugers betalingsvillighed, jf. Spence, A. Michael (1975), "Monopoly, Quality, and Regulation.", *Bell Journal of Economics*, 6(2): 417-429

[819] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 151.

[820] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 44.

[821] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 45.

konkurrenceskadelige måder end via fusionen med Dantaxi. Af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner fremgår, at *"Effektivitetsgevinster er relevante for vurderingen af konkurrencen, når de direkte skyldes den anmeldte fusion og ikke kan realiseres i tilsvarende omfang gennem mindre konkurrenceskadelige alternativer."*, samt at *"Fusionsparterne skal i rimelig tid give alle de relevante oplysninger, der er nødvendige for at bevise, at der ikke findes realistiske, opnåelige og mindre konkurrenceskadelige alternativer til den anmeldte fusion, i form af et arrangement, der ikke er fusionsrelateret (f.eks. en licensaftale eller et joint venture oprettet i samarbejdsøjemed) eller i form af en fusion (f.eks. et joint venture oprettet i fusionsøjemed eller en fusion struktureret på anden måde), som medfører de samme effektivitetsgevinster."*[822]

1328. I denne sag er det styrelsens vurdering, at Uber kunne have realiseret gevinsterne i form af et fald i ventetiderne og et mere pålideligt og stabilt udbud på mindre konkurrenceskadelig vis, fx ved at Uber i stedet havde valgt at indgå én eller flere yderligere samarbejdsaftaler i stil med samarbejdsaftalen med Drivr. Dette kunne have givet adgang til et antal vognmænd, der kunne medvirke til at sænke ventetiderne og sikre et mere pålideligt og stabilt udbud på Uber-appen. Uber har ikke anført nogen argumenter for, hvorfor sådanne mindre konkurrenceskadelige alternativer ikke kunne være en mulighed for over tid at opnå den samme effektivitetsgevinst. Uber har oplyst, at [xxx].[823]

1329. Uber har heller ikke dokumenteret, at den ønskede stigning i antallet af vognmænd ikke kunne være opnået via organisk vækst. Således opnåede Drivr efter indgåelse af samarbejdet med Uber en [xxx] vækst i antallet af vognmænd frem til fusionstidspunktet, jf. Tabel 5.6. Denne vækst aftog efter fusionen, men den kunne eventuelt være fortsat eller øget, såfremt fusionen ikke havde fundet sted. Drivr har [xxx], jf. punkt 707. Uden fusionen ville Drivr forventeligt være vokset yderligere og have tiltrukket flere vognmænd fra de andre kørselskontorer, inklusive Dantaxi, jf. også punkt 561. Af tidligere Kommissionspraksis fremgår, at en gevinst ikke kan erklæres fusionsspecifik, blot fordi fusionen medfører, at gevinsten opnås hurtigere.[824]

1330. Uber anfører i sit høringssvar af 29. maj 2026 bl.a., at *"KFST's argument om, at Uber kunne have opnået det samme resultat gennem yderligere samarbejdsaftaler, står i direkte modstrid med KFST's egen kontrafaktiske vurdering i Udkast til Afgørelse, punkt 402-403, hvor KFST udtrykkeligt fastslår, at en samarbejdsaftale ikke kan antages som det kontrafaktiske scenarie."* [825]

1331. Styrelsen er uenig i, at styrelsen ikke kan fremhæve samarbejdsaftaler som et mindre konkurrencebegrænsende alternativ i styrelsens vurdering af de anførte effektivitetsgevinster, når styrelsen har vurderet, at en samarbejdsaftale ikke kan lægges til grund i det kontrafaktiske scenarie. Styrelsen kan alene lægge fremtidige ændringer til grund i det kontrafaktiske scenarie, hvor disse ændringer *"i rimelig grad kan forudsiges"*[826]. Heraf følger, at styrelsen ikke kan lægge muligheden for et udefineret, fremtidigt samarbejde til grund. Som anført under afsnit 5.2.1.1.2, har styrelsen i sin analyse af det kontrafaktiske scenarie fundet, *"at Uber sandsynligvis havde forsøgt at indgå i et samarbejde med andre kørselskontorer uden fusionen, men at det ikke med rimelig grad kan forudsiges, [xxx]. Det er derfor styrelsens vurdering, at ingen af disse scenarier i rimelig grad kan forudsiges, og dermed ikke kan lægges til grund som en faktisk og retlig omstændighed i det kontrafaktiske scenarie."* At styrelsen ikke kan lægge muligheden for et fremtidigt samarbejde til grund i det kontrafaktiske scenarie, udelukker ikke styrelsen fra at pege på et samarbejde i tillæg til det eksisterende med Drivr som et eksempel på et mindre konkurrencebegrænsende alternativ til fusionen.

---

[822] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 85.
[823] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 53-55.
[824] Jf. Kommissionens afgørelse af 12. december2012 i sag M.6497, *Hutchison 3G Austria/Orange Austria*.
[825] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 41.
[826] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9.

1332. Uber har i sit høringssvar 29. maj 2026 udført såkaldte kontrafaktiske pris- og pålidelighedsanalyser samt ventetidsanalyser. Ifølge Uber viser disse analyser, at den faktiske pålidelighed på Uber-appen har været stabil på ca. [xxx] pct. fra maj 2025 til april 2026, mens pålideligheden i det kontrafaktiske scenarie – uden Dantaxis flåde – ville være faldet til ca. [xxx] pct.[827] I forhold til ventetider anfører Uber, at den kontrafaktiske ankomsttid er [xxx] højere i [xxx] efter fusionen, og at den topper på over[xxx] minutter i visse perioder.[828]

1333. Ubers analyse består af to led. I første led estimerer Uber en statistisk sammenhæng mellem henholdsvis en indikator for pålidelighed og ventetid på den ene side og en indikator for overefterspørgsel på Ubers app på den anden side. Denne sammenhæng skal ifølge Uber beskrive, hvordan en stigende overefterspørgsel efter taxiture forventeligt øger ventetiden og reducerer pålideligheden. [xxx].[829]

1334. I analysens andet led definerer Uber et kontrafaktisk scenarie, der ifølge Uber kvantificerer, hvordan overefterspørgslen ville have udviklet sig over tid, hvis fusionen ikke var blevet gennemført. I Ubers kontrafaktiske scenarie [xxx].

1335. Ifølge Uber viser deres analyse, [xxx].

Figur 5.14 **Ubers analyse af kontrafaktisk pålidelighed**

[xxx]

Note: "Actual Reliability" viser Ubers beregning af den faktiske pålidelighed, defineret som andelen af bestillinger, som Uber har været i stand til at gennemføre på ugebasis. "Counterfactual Reliability" angiver Ubers estimat af den kontrafaktiske pålidelighed. Ubers definition af det kontrafaktiske scenarie antager at efterspørgslen på Ubers app er den samme som i det faktiske scenarie, mens udbuddet følger Drivrs faktiske udbud af vognmandstimer.

Kilde: Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, Figur 1.

1336. Tilsvarende viser Ubers analyse ifølge Uber, at den gennemsnitlige ventetid ville være steget over tid i det kontrafaktiske scenarie, og at den gennemgående ville have været højere end den faktisk observerede gennemsnitlige ventetid, jf. Figur 5.15. Eksempelvis ville den gennemsnitlige ventetid ifølge Uber være steget til mere end [xxx] minutter i april 2026, hvis fusionen ikke havde været gennemført, mens den gennemsnitlige ventetid faktisk var under [xxx] minutter.

[827] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 23.
[828] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 37.
[829] [xxx].

Figur 5.15 **Ubers analyse af kontrafaktisk ventetid**

[xxx]

Note: [xxx]

Kilde: Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, Figur 2.

1337. Styrelsen er uenig i Ubers analyse af kontrafaktisk pålidelighed og ventetid.

1338. Indledningsvist bemærker styrelsen, at det ikke er muligt på det foreliggende grundlag at foretage en vurdering af, om det datagrundlag og de variabeldefinitioner, Uber anvender, er velegnede til brug for den konkrete analyse. Det skyldes, at Uber i deres høringssvar af 29. maj 2026 ikke har redegjort nærmere for, hvordan pålidelighed og ventetid defineres og måles. Styrelsen vil derfor i det følgende tage udgangspunkt i Ubers datagrundlag og variabeldefinitioner uden at tage endelig stilling til det spørgsmål.

1339. For så vidt angår analysens første led – estimationen af sammenhængen mellem overefterspørgsel og pålidelighed henholdsvis ventetid – er det styrelsens vurdering, at den sammenhæng, Uber estimerer, ikke er en kausal sammenhæng. I en sådan analyse er det afgørende, at den estimerede sammenhæng er kausal og ikke blot afspejler en korrelation. Det skyldes, at Uber i analysens andet led anvender sammenhængen til at forudsige en ikke-observerbar kontrafaktisk udvikling. Hvis den estimerede sammenhæng ikke er kausal, er det ikke muligt at anvende korrelationen til forudsigelser.

1340. Uber bemærker selv i deres høringssvar af 29. maj 2026, at den estimerede korrelation er påvirket af [xxx], men Uber gør gældende, at selv hvis man [xxx], er den kvalitative konklusion den samme. [xxx]. Styrelsen kan ikke fuldstændigt afvise, at dette helt eller delvist kan afspejle en kausal sammenhæng mellem overefterspørgsel og pålidelighed henholdsvis ventetid – det giver teoretisk set mening, at et højt efterspørgselspres øger fx ventetiden. Men det er efter styrelsens vurdering [xxx].

1341. Styrelsen bemærker, [xxx]. Uber har fremsendt de data og oplysninger om de metoder, der ligger til grund for deres analyse, og styrelsen har foretaget en nærmere undersøgelse af grundlaget. Styrelsen kan bekræfte, at resultaterne af Ubers estimation af korrelationen mellem overefterspørgslen og pålidelighed henholdsvis ventetid ikke ændres kvalitativt (om end korrelationens styrke reduceres), hvis [xxx]. Estimaterne bliver imidlertid statistisk insignifikante. Dette er ikke bevis for, at der ikke findes en kausal sammenhæng mellem overefterspørgsel og pålidelighed/ventetid. Men det afspejler, at datamaterialet er forholdsvist usikkert, og at det på den baggrund ikke er muligt at påvise en kausal sammenhæng med stor statistisk sikkerhed. Denne usikkerhed illustreres ved, at resultaterne af Ubers analyse giver en anden konklusion, hvis [xxx].

1342. Når styrelsen gentager Ubers kontrafaktiske analyse frasorteret [xxx].

Figur 5.16 **Robusthedsanalyse af Ubers kontrafaktiske analyse af pålidelighed**

[xxx]

Note: [xxx]

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af data fra Uber fremsendt med Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026.

1343. En lignende robusthedsanalyse af ventetid viser tilsvarende kontraintuitive resultater, jf. Figur 5.17. For det første [xxx]. For det andet viser robusthedsanalysen, at [xxx].

Figur 5.17 **Robusthedsanalyse af Ubers kontrafaktiske analyse af ventetid**

[xxx]

Note: [xxx]

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af data fra Uber fremsendt med Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026.

1344. Styrelsens robusthedsanalyse demonstrerer således, at Ubers estimation af sammenhængen mellem overefterspørgsel og pålidelighed henholdsvis ventetid er baseret på meget usikker metode og datagrundlag. Det betyder ikke, at styrelsen dermed afviser, at der kan være en kausal sammenhæng. Men det er på den baggrund styrelsens vurdering, at Ubers analyse ikke kan påvise den kausale sammenhæng eller estimere styrken heraf. Selvom det er konsistent med teoretiske og kommercielle forventninger, at øget efterspørgsel og mindre udbud alt andet lige kan bidrage til at øge ventetiden og reducere pålideligheden, så er det ikke givet, at udbuddet fra vognmænd på Ubers app generelt er bindende, dvs. at der reelt er tale om en egentlig overefterspørgsel. Robusthedsanalysen viser, at korrelationen ikke er tilstrækkelig stærk til, at den kan isoleres fra statistisk støj. En sandsynlig forklaring kan efter styrelsens vurdering være, at [xxx].

1345. Styrelsens robusthedsanalyse oven for tager andet led i Ubers kontrafaktiske analyse for givet uden at tage stilling til validiteten af denne del. Andet led i Ubers analyse definerer en kontrafaktisk udvikling i overefterspørgslen efter fusionen og anvender de estimerede korrelationer i analysens første led til at forudsige, hvordan henholdsvis pålidelighed og ventetid ville have

udviklet sig i det kontrafaktiske scenarie. Styrelsen er imidlertid også uenig i de antagelser, som Uber lægger til grund i deres definition af den kontrafaktiske udvikling i overefterspørgslen efter fusionen.

1346. Uber antager, at [xxx]. Styrelsen vurderer, at denne antagelse overvurderer efterspørgslen på Ubers platform i det kontrafaktiske scenarie. [xxx]. Styrelsen ser som nævnt ikke robuste tegn på, at der skulle være en mærkbar kausal sammenhæng mellem udbud og servicekvalitet, som skulle kunne medføre en efterspørgselsreaktion, og styrelsen er derfor ikke overbevist om, at stigningen i efterspørgslen efter fusionen i særlig grad er udbudsdrevet. Der er omvendt andre faktorer, der sandsynliggør, at parternes antagelser overvurderer den kontrafaktiske efterspørgsel. Uber har eksempelvis aktivt arbejdet på at migrere privatkunder fra Dantaxis app til Uber, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1.1, og fusionen har medført, at Uber er blevet mere synlig i gadebilledet (og gennem presseomtale i forbindelse med fusionen, mm.), idet tilknytningen til Uber ikke kun fremgår af Drivrs taxier, men også af Dantaxis. Det er derfor sandsynligt, at en del af efterspørgselsstigningen er en direkte konsekvens af fusionen.

1347. Uber antager endvidere, [xxx]. Det er styrelsens vurdering, at dette i betydeligt omfang undervurderer den kontrafaktiske [xxx]. Det er efter styrelsens vurdering misvisende at antage, at denne betydelige ændring i udviklingsmønsteret [xxx]. Eksempelvis viser styrelsens undersøgelser, at [xxx]. Det er derfor styrelsens vurdering at [xxx].

1348. Uber [xxx].

1349. Ubers påvisning af fusionsspecifikke kvalitetsforbedringer er således afhængig af, at Uber kan påvise en mærkbar negativ sammenhæng mellem overefterspørgsel og servicekvalitet, samt at Uber i det kontrafaktiske scenarie ville opleve en kraftig stigning i overefterspørgslen. Begge forhold er nødvendige for, at Uber kan drage deres konklusion. Styrelsen vurderer på baggrund af ovenstående, at Uber ikke har påvist den estimerede sammenhæng, og at Ubers vurdering af det kontrafaktiske scenarie ikke er retvisende.

1350. Tværtimod bemærker styrelsen, at de data, som Uber har fremsendt, om noget understøtter styrelsens vurdering. Uber gør i deres høringssvar af 29. maj 2026 gældende, at Uber før fusionen var [xxx] med vognmænd med forhøjede ventetider og ringere pålidelighed til følge.[830] Denne vurdering afspejles ikke i data. Der er ikke noget tegn på, at pålideligheden var lav eller faldende, eller at ventetiderne var høje eller stigende umiddelbart før fusionen, jf. henholdsvis Figur 5.14 og Figur 5.15. Tværtimod viser Ubers egen fremstilling af data, at de gennemsnitlige ventetider var [xxx]) end efter fusionen, samt at pålideligheden var noget nær sit højeste umiddelbart før fusionen, og at den har været svagt faldende efter fusionen.

1351. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at kriterierne omkring, at effektivitetsgevinster skal komme forbrugerne til gode og være fusionsspecifikke, ikke er opfyldt for så vidt angår kortere ventetider og et mere pålideligt og stabilt udbud.

Bedre kapacitetsudnyttelse

1352. Som nævnt anfører Uber, at udnyttelsen af køretøjer hos Dantaxi er steget med [xxx] pct. fra februar 2025 til februar 2026, og at dette udgør en effektivitetsgevinst til gavn for vognmændene.

1353. Styrelsen er enig i, at højere kapacitetsudnyttelse er en effektivitetsgevinst, der kan medføre lavere omkostninger pr. tur for vognmændene. Det er dog styrelsens vurdering, at det ikke er

---

[830] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 31.

påvist, at denne gevinst er fusionsspecifik, og at den over tid vil komme forbrugerne til gode i et sådant omfang, at det modvirker fusionens negative effekter.

1354. *For det første* er det styrelsens vurdering, at bedre kapacitetsudnyttelse kan ses som en kvalitetsforbedring for de tilknyttede vognmænd, der kan medvirke til at sænke vognmændenes marginalomkostninger. I tråd med vurderingen af kvalitetsforbedringerne i form af lavere ventetider og mere pålideligt og stabilt udbud beskrevet i punkt 1321 ovenfor, er det styrelsens vurdering, at en sådan kvalitetsforbedring i stedet for fuldt ud at blive givet videre til forbrugerne kan medføre en stigning i prisen for vognmændene (fx pladslejen), fordi en kvalitetsforbedring øger vognmændenes betalingsvillighed for at være på Uber-appen. Derudover har Uber ikke mindst i kraft af fusionen en betydelig position på markedet for salg/formidling af taxikørsel, hvilket - på grund af de indirekte netværkseffekter – også giver Uber en betydelig markedsmagt over for vognmændene, der er afhængige af adgang til en bred kundebase. På grund af denne markedsmagt over for vognmændene – der stiger som følge af fusionen – er det styrelsens vurdering, at Uber vil have incitament til at absorbere hele eller en del af denne gevinst for vognmændene, fx ved at øge pladslejen, hvilket vil reducere vognmændenes incitament til at acceptere lavere priser. Det er ligeledes styrelsens vurdering, at Uber – givet den betydelige position på markedet for salg/formidling af taxikørsel – heller ikke har incitament til at give hele eller en del af denne gevinst videre til forbrugerne på den anden side af markedet, særligt ikke i tilfælde af, at markedet tipper.

1355. *For det andet* er det styrelsens vurdering – i tråd med vurderingen i punkt 1328 – at denne gevinst på vognmandssiden af markedet kunne være opnået på mindre konkurrenceskadelige måder end via fusionen med Dantaxi, fx via organisk vækst eller ved at Uber havde indgået én eller flere yderligere samarbejdsaftaler i stil med samarbejdsaftalen med Drivr.

1356. På baggrund heraf er det styrelsens vurdering, at kriteriet omkring, at effektivitetsgevinster skal være fusionsspecifikke og komme forbrugerne til gode, ikke er opfyldt for så vidt angår bedre kapacitetsudnyttelse.

Udvidet landsdækkende tilgængelighed

1357. Uber har i sit høringssvar af 29. maj 2026 anført, at fusionen også har medført effektivitetsgevinster på baggrund af udvidet landsdækkende tilgængelighed: *"Ved at erhverve Dantaxi sikrede Uber sig et tilstrækkeligt udbud til at tilbyde sine tjenester på landsdækkende basis, hvilket øger forbrugernes valgmuligheder og forbedrer servicekvaliteten i hele Danmark."*[831]

1358. Hertil bemærker styrelsen, at det – som også anført ovenfor – er styrelsens vurdering, at Uber kunne have sikret et tilstrækkeligt udbud til en sådan ekspansion enten via organisk vækst eller ved indgåelse af én eller flere samarbejdsaftaler i stil med aftalen med Drivr. Det er derfor styrelsens vurdering, at Ubers landsdækkende tilstedeværelse ikke udgør en fusionsspecifik effektivitetsgevinst.

5.3.3 Konklusion

1359. Samlet er det styrelsens vurdering, at de af Uber anførte effektivitetsgevinster, ikke opfylder de kumulative kriterier om at være til gavn for forbrugerne, fusionsspecifikke og påviselige.

5.4 Tilsagn

1360. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har vurderet, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, idet fusionen giver anledning til horisontale ensidige virkninger, herunder

[831] Jf. Ubers høringssvar af 29. maj 2026 til udkast til vurdering af effektivitetsgevinster af 13. maj 2026, punkt 46.

øget risiko for market tipping, vertikale ensidige virkninger og koordinerede virkninger. Skadesteorierne udspiller sig primært på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, men virkningerne af fusionen udmønter sig i vid udstrækning på tværs af de tre markeder oplistet i punkt 577 og tilstødende markeder, da markederne er tæt forbundne.

1361. Det er styrelsens samlede vurdering, at fusionens virkninger konkret kan udmønte sig på flere forskellige måder, herunder gennem ensidige horisontale virkninger, ensidige vertikale virkninger (inputafskærmning) og/eller koordinerede virkninger, der alle medfører højere priser for passagererne (fx i form af øget brug af surge pricing, færre og mindre rabatter eller højere taxipriser) og højere kommissionsbetalinger for vognmænd (i form af højere pladsleje for vognmænd tilknyttet Dantaxi eller højere servicegebyr til Uber).

1362. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at fusionen ikke kan godkendes, medmindre risikoen for de konkurrenceskadelige virkninger af fusionen fjernes med tilsagn, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, og § 12 e, stk. 1.

1363. 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 kunne implementeres effektivt på kort tid, eftersom konkurrencen på markedet ikke vil blive bevaret, før tilsagnene er opfyldt.[832] Tilsagnene må derudover ikke give anledning til nye konkurrenceproblemer.

1364. Det er fusionsparterne, der skal foreslå tilsagn, som styrelsen kan gøre bindende. Styrelsen kan således ikke ensidigt pålægge betingelser for en godkendelsesafgørelse, som parterne ikke har fremsat i sit forslag til tilsagn. Hvis parterne ikke i rette tid foreslår tilsagn, der kan fjerne konkurrenceproblemerne, har styrelsen ingen anden mulighed end at træffe en forbudsafgørelse.[833]

1365. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Kommissionen skal tage stilling til, om de foreslåede tilsagn, når de er opfyldt, vil fjerne de påviste konkurrenceproblemer. Det er kun parterne, der har alle de oplysninger, der er nødvendige for at vurdere dette, det gælder især med hensyn til spørgsmålet om, hvorvidt tilsagnene kan gennemføres, og om de aktiver, der foreslås afhændet, er rentable og konkurrencedygtige. Det er derfor parterne, der har ansvaret for at give alle de til rådighed værende oplysninger, der er nødvendige for, at Kommissionen kan tage stilling til tilsagnsforslaget."*[834] [Styrelsens understregning]

1366. Det er således fusionsparterne, der skal foreslå tilsagn, der kan fjerne konkurrenceproblemerne, og give de nødvendige oplysninger for, at styrelsen kan tage stilling til dem. Det er omvendt styrelsen, der skal afgøre, om fusionen skal forbydes, fordi fusionen - trods de ændringer der følger af gyldigt afgivne tilsagn – vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.[835]

5.4.1 Ubers tilbudte tilsagn

1367. Uber sendte den 20. maj 2026 første udkast til tilsagn. Uber og styrelsen drøftede dette forslag til tilsagn, hvorefter Uber den 26. maj 2026 fremsendte andet udkast til tilsagn. Den 5. juni 2026 sendte Uber et nyt udkast til tilsagn, som blev forelagt Konkurrencerådet i forbindelse med

---

[832] Jf. Kommissionens meddelelse om Løsningsforslag, der kan accepteres i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 og Kommissionens forordning (EF) nr. 802/2004 ("Kommissionens tilsagnsmeddelelse"), punkt 9.
[833] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 6.
[834] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 7.
[835] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 8.

Ubers foretræde for Konkurrencerådet på et ekstraordinært konkurrencerådsmøde den 10. juni 2026.

1368. Styrelsen orienterede den 12. juni 2026 Uber om, at Ubers udkast til tilsagn af 5. juni 2026 på det foreliggende grundlag ikke imødekom de identificerede konkurrenceproblemer i styrelsens udkast til afgørelse. Det skyldtes bl.a., at Uber ikke i tilstrækkelig grad havde beskrevet, hvordan det foreslåede tilsagn konkret ville løse de af styrelsen identificerede konkurrenceproblemer. Dertil kommer, at det foreslåede tilsagn ikke ændrede væsentligt på den nuværende markedssituation, og at der ikke var fremlagt data for - eller forsøgt sandsynliggjort - hvilke markedsandele tilsagnet ville flytte på henholdsvis passagersiden og på vognmandssiden, eller i øvrigt hvordan udkast til tilsagn ville imødekomme alle de identificerede konkurrenceproblemer i styrelsens udkast til afgørelse. Styrelsen vurderede samlet set, at det foreslåede tilsagn ikke ville være tilstrækkeligt til at erstatte det konkurrencepres, som Dantaxi lagde på Uber før fusionen.

1369. I forlængelse af ovenstående tilbagemelding tilbød styrelsen at deltage i et møde med Uber, hvis Uber havde behov for dette, for at drøfte mulige løsninger. Styrelsen gjorde desuden opmærksom på, at 90-dages fristens udløb mandag den 29. juni 2026, og at styrelsen derfor imødeså, at et eventuelt nyt tilsagn blev fremsendt hurtigst muligt. Uber oplyste over for styrelsen den 12. juni 2026, at Uber ikke umiddelbart vurderede, at der var behov for et møde, men at Uber ville række ud, hvis det blev relevant på et senere tidspunkt.[836]

1370. Uber vendte ikke tilbage vedrørende et møde med styrelsen. Uber sendte den 23. juni 2026 underskrevne tilsagn om at frasælge Dantaxi-appen og Dantaxi-mærket, [xxx] samt at forkorte længden på vognmænds uopsigeligheds- og bindingsperioder med henblik på at imødegå styrelsens betænkeligheder ved transaktionen. Dette udløste en forlængelse af styrelsens frist for at træffe beslutning om, hvorvidt fusionen kan godkendes, med 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 3, da Uber havde afgivet et forpligtende tilsagn, og da der var forløbet 70 hverdage eller derover fra beslutningen om at indlede en særskilt undersøgelse. Den 30. juni 2026 anmodede styrelsen Uber om fristforlængelse i henhold til konkurrencelovens § 12 d, stk. 4, om, at fristerne for, at styrelsen skal træffe beslutning om, hvorvidt fusionen kan godkendes, forlænges med 20 hverdage. Uber samtykkede samme dag til denne anmodning, hvorved fristen for udløb af fase II blev mandag den 24. august 2026.

1371. Styrelsen orienterede den 25. juni 2026 Uber om, at det afgivne tilsagn af 23. juni 2026 ikke var tilstrækkeligt, og at det ikke ville blive markedstestet.

1372. Tilsagnet af 23. juni 2026 var mangelfuldt, bl.a. fordi Uber ikke havde oplyst, hvor meget salg Dantaxi-appen (og Dantaxi-mærket) havde genereret og dermed heller ikke, hvor meget salgsvolumen der med tilsagnet ville flytte fra Uber til køberen (selvom styrelsen havde efterspurgt dette).[837] Det var derfor ikke muligt for styrelsen at vurdere, om tilsagnet ville være tilstrækkeligt til at løse de identificerede konkurrenceproblemer. Dette skal ses i lyset af, at styrelsens tilgængelige data viser, at bestillinger via Dantaxi-appen er faldet [xxx] det seneste år, hvilket kan hænge sammen med, at Uber har intensiveret markedsføring for at flytte kunder fra Dantaxi-appen til Ubers app ved at øge den rabat, Dantaxi-kunder kan få ved at skifte til Ubers app, jf. afsnit 5.2.4.1.3.2.1.1.

1373. Videre var tilsagnet af 23. juni 2026 særdeles mangelfuldt, idet tilsagnet hverken indeholdt mulighed for effektiv implementering eller mulighed for at overvåge tilsagnets opfyldelse, da mekanismer som hold seperate manager, tilsynsførende trustee (og generelle trustee-forpligtel-

[836] Jf. styrelsens mail af den 12. juni 2026.
[837] Jf. styrelsens mail af den 12. juni 2026.

ser), frasalgsperioder, herunder en trustee-periode og køberkriterier ikke var indeholdt i tilsagnet.

1374. På baggrund af en tilbagemelding fra styrelsen den 25. juni 2026 sendte Uber et nyt underskrevet tilsagn af 6. juli 2026 med en række yderligere forpligtelser.

1375. Styrelsen valgte derefter, af hensyn til tidsfristerne i sagen, at gennemføre en markedstest af Ubers tilsagn af 6. juli 2026 blandt kørselskontorer og Dantaxi-vognmænd, selvom styrelsen fortsat havde en række betænkeligheder omkring tilsagnet. Styrelsen havde – trods gennemførelse af en markedstest – således en række forbehold i forhold til tilsagnet, hvilket styrelsen oplyste Uber om.[838]

1376. Tilsagnets indhold og styrelsens vurdering heraf gennemgås nedenfor.

5.4.1.1 Tilsagnet af den 6. juli 2026

1377. Ubers tilsagn af 6. juli 2026 består i tre overordnede elementer, i) afhændelse af Dantaxi-appen, Dantaxi-mærket og Dantaxi-forbrugertelefonnummer 4x48 (herefter "Frasalgsvirksomheden"), ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr, og iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder- og frister og en særlig opsigelsesret.

1378. Derudover indeholder tilsagnet en række øvrige bestemmelser om bl.a. specifikke markedsføringstiltag, køberkriterier og trustee-forpligtelser mv.

5.4.1.1.1 Ad i) afhændelse af Frasalgsvirksomheden

1379. Frasalgsvirksomheden består af

- Dantaxi-mobilapplikationen (iOS- og Android-versioner) sammen med al kildekode og objektkode, der udgør Dantaxi-mobilapplikationen, ophavsret og forfatterrettigheder, der er indeholdt i Dantaxi-mobilapplikationen, samt relateret dokumentation, der er specifik for Dantaxi-mobilapplikationen, men eksklusive serverinfrastruktur, cloud-tjenester eller tredjeparts API-integrationer, der anvendes i driften af Dantaxi-applikationen;
- Dantaxi-mærket, der betyder alle rettigheder, adkomster og interesser i og til ordmærket DANTAXI, registreret under registreringsnummer VR 1998 00227, og T-logoet, registreret under registreringsnummer VR 2017 02303; og
- Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48, herunder overdragelsen af samt rettighederne til at anvende og drive dette nummer, men eksklusive kundedata, opkaldsregistreringer, callcenter-infrastruktur eller andre aktiver relateret til callcenter-aktiviteter.

1380. Frasalgsvirksomheden indeholder ikke materielle aktiver [xxx].

1381. Uber forpligter sig til at frasælge – eller foranledige frasalg af – Frasalgsvirksomheden til en eller flere uafhængige købere (omtales "køber" i det følgende) på salgsbetingelser, der er godkendt af Konkurrencerådet. Køberen skal opfylde køberkriterierne fastsat i tilsagnets punkt 3, og skal bl.a. være uafhængig af Uber.

1382. Uber forpligter sig i tilsagnets punkt 1 til at indgå aftale med en køber inden udløbet af Frasalgsperioden, der er en periode på [xxx] fra Konkurrencerådets afgørelse. Derudover forpligter Uber sig i tilsagnets punkt 9 til at gennemføre salget inden for en periode på [xxx] efter godkendelse af køber og salgsbetingelserne. Hvis Uber ikke har indgået en bindende aftale vedrørende Frasalgsvirksomheden en måned før udløbet af Frasalgsperioden (de [xxx]), eller hvis Konkur-

[838] Jf. styrelsens mail af den 6. juli 2026.

rencerådet har afvist en køber, som Uber har foreslået på det tidspunkt eller derefter, skal Uber udpege en Frasalgstrustee i overensstemmelse med tilsagnets Appendiks A. Frasalgstrustee skal inden for Trustee-perioden ([xxx]) uden krav om mindstepris sælge den relevante Frasalgsvirksomhed til en køber, forudsat at Konkurrencerådet har godkendt både køber og den endelige og bindende aftale om salg, jf. tilsagnets Appendiks A.

1383. Uber må ifølge tilsagnet ikke – hverken direkte eller indirekte – erhverve hele eller dele af Frasalgsvirksomheden i en periode på [xxx] efter overdragelsen af ejendomsretten til Frasalgsvirksomheden.

5.4.1.1.1.1 Særlige markedsføringstiltag

1384. Uber forpligter sig i tilsagnet til ikke at udføre handlinger, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien af Frasalgsvirksomheden, herunder en række særlige markedsføringstiltag.

1385. Uber skal ifølge tilsagnet bl.a. ophøre med alle app-interne kampagner, krydsmarkedsføringsindhold og rabattilbud i Dantaxi-appen, der er designet eller beregnet til at tilskynde brugerne til at anvende Uber-appen, herunder eventuelle kampagnekoder, bannere eller anden kommerciel kommunikation med reference til Uber, såvel som ophøre med alle in-app-viderestillinger, opfordringer eller interface-elementer i Dantaxi-appen, der leder eller tilskynder brugerne til at downloade, åbne eller bruge Uber-appen, uanset om dette er forbundet med en rabat eller et andet incitament.

1386. Uber skal derudover øge de månedlige markedsføringsudgifter til Dantaxi-appen til [xxx].

1387. Videre må Uber ikke markedsføre sig direkte mod kunder, der har en e-mailadresse registreret i Dantaxi-appen (eksklusiv erhvervskunder og offentlige kunder), medmindre kunden også er registreret som bruger i Uber-appen. Videre må Uber ikke oprette et nyt telefonnummer i perioden indtil closing, som er tiltænkt at erstatte Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48, og Uber skal sikre, at Dantaxi instruerer alle Dantaxis medarbejdere til ikke at sælge eller flytte kunder til Uber.

1388. En tilsynsførende trustee skal bl.a. overvåge opretholdelsen af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed fra datoen for Konkurrencerådets afgørelse og frem til salget er gennemført, navnlig: (a) overvåge, at Uber ikke foretager handlinger, der kan påvirke værdien eller konkurrencedygtigheden af Frasalgsvirksomheden negativt; (b) overvåge, at alle dele af Frasalgsvirksomheden forbliver intakt og funktionsdygtig frem til, at salget er gennemført; og (c) overvåge, at Uber overholder sine forpligtelser i henhold til punkt 5 og 6, som vedrører de særlige markedsføringstiltag i tilsagnet.

5.4.1.2 Ad ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr

1389. Tilsagnet indeholder en forpligtelse om, at Uber [xxx] i tilsagnet.

1390. Uber forpligter sig derudover til at [xxx].

5.4.1.3 Ad iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder- og frister og en særlig opsigelsesret

1391. Uber forpligter sig til at nedsætte den tidligst mulige opsigelsesperiode for vognmænd, der er tilknyttet Dantaxi i Danmark, til højst seks måneder og må ikke pålægge nye vognmænd en opsigelsesperiode på over seks måneder. Derudover forpligter Uber sig til at nedsætte opsigelsesfristen for vognmænd, der er tilknyttet Dantaxi i Danmark, til højst tre måneder og må ikke pålægge nye vognmænd en opsigelsesfrist på mere end tre måneder. Dette tilsagn over for vogn-

mænd gælder i en periode på [xxx] fra Ikrafttrædelsesdatoen, dvs. datoen for Konkurrencerådets afgørelse i denne sag.

1392. Tilsagnet forpligter videre Uber til at tilbyde alle vognmænd, der er tilknyttet Dantaxi på tidspunktet for gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden, en engangsret (den "særlige opsigelsesret") til at opsige deres samarbejdsaftale med øjeblikkelig virkning og uden opsigelsesvarsel, opsigelsesperiode, opsigelsesomkostninger eller bøde med henblik på at give vognmændene mulighed for straks at skifte til en køber. Uber vil underrette alle vognmænd om den særlige opsigelsesret på datoen for gennemførelse af salget. Den særlige opsigelsesret kan udøves inden for en måned efter den dato, hvor Uber har fremsendt orienteringen om den særlige opsigelsesret til vognmændene.

1393. Endelig forpligter Uber sig til i forbindelse med den særlige opsigelsesret at betale et engangsbeløb på 10.000 kr. pr. vognmand til højst 500 vognmænd eller køretøjer. Kontantbidraget er beregnet til at dække omkostningerne til mærkning af køretøjet (carwrapping/omfoliering), og betalingen foretages af Uber inden for 10 arbejdsdage[839] efter, at vognmanden har forelagt Uber dokumenteret bevis for: (i) opsigelse af samarbejdsaftalen i henhold til punkt 19 i tilsagnet; (ii) indgåelse af en samarbejdsaftale med køber; og (iii) afholdte omkostninger til bilindpakning i et beløb svarende til mindst til det krævede bidrag.

5.4.1.4 Øvrige bestemmelser i tilsagnet

1394. Som det også fremgår af punkt 1388 forpligter Uber sig til at udpege en tilsynsførende trustee, som ifølge tilsagnets Bilag A – udpegning af Trustee - bl.a. skal overvåge overholdelsen af de forpligtelser og betingelser, der er knyttet til Konkurrencerådets afgørelse, samt overvåge opretholdelsen af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed fra datoen for Konkurrencerådets afgørelse og frem til, at salget gennemføres.

1395. Tilsagnet forpligter derudover Uber til at udpege en Frasalgstrustee, der uden krav om mindstepris skal sælge Frasalgsvirksomheden til en køber, hvis Uber ikke har indgået en bindende aftale vedrørende Frasalgsvirksomheden en måned før udløbet af Frasalgsperioden.

1396. Tilsagnet er betinget af Konkurrencerådets godkendelse af Ubers erhvervelse af Dantaxi. Konkurrencerådet kan, som svar på en begrundet anmodning fra Uber, der viser saglig grund, give afkald på, ændre eller erstatte én eller flere af forpligtelserne i tilsagnet.

1397. Uber har den 6. juli 20226 sendt en redegørelse for, hvorfor Uber vurderer, at tilsagnet er egnet til at løse de konkurrenceproblemer, som fusionen ifølge styrelsen skaber. Redegørelsen inddrages i styrelsens vurdering nedenfor sammen med Ubers redegørelser af den 23. juni og den 29. juni 2026, som Uber også henviser til og fastholder i redegørelsen af den 6. juli 2026.

5.4.2 Markedstest

1398. Styrelsen har foretaget en markedstest af det af Uber afgivne tilsagn vedrørende salg af Frasalgsvirksomheden og tilsagnene over for vognmænd. Styrelsen har sendt skriftlige spørgsmål til en række konkurrenter, der har (eller har offentligt tilkendegivet at ville have) aktiviteter med taxikørsel i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, samt udvalgte aktører, der har aktiviteter på Sjælland eller er større kørselskontorer i Jylland.[840] Aktørerne er også af Uber udpeget som mulige købere. Uber fik styrelsens udkast til spørgsmål til markedstest i høring, in-

---

[839] I Ubers tilsagn af 6. juli 2026 defineret som "*Betyder enhver dag, der ikke er en lørdag, søndag eller en dag, der er anerkendt som officiel helligdag i Danmark.*"

[840] Styrelsen har sendt markedstest af tilsagn til følgende kørselskontorer: DRIVR Danmark A/S, Bolt Rides DK ApS, Taxa 4x35, Taxi 4x27/Taxa Syd A/S, Green SM, Næstved Taxa, Aarhus Taxa og Aalborg Taxa. [xxx] CT Biler Taxa også har fået tilsendt skriftlige spørgsmål.

den spørgsmålene blev udsendt. Styrelsen modtog besvarelser fra alle de 9 kørselskontorer, der modtog spørgsmålene.

1399. Styrelsen har derudover sendt en spørgeskemaundersøgelse til [xxx] Dantaxi-vognmænd. Styrelsen modtog [xxx] besvarelser.

1400. Styrelsen har desuden sendt en række spørgsmål til Drivr, der vedrører Ubers tilsagn om [xxx] Drivr [xxx].

1401. I forbindelse med markedstesten har styrelsen sendt vognmændene og konkurrenterne en beskrivelse af Frasalgsvirksomheden. Konkurrenterne har endvidere modtaget en ikke-fortrolig version af selve tilsagnsteksten.

1402. Styrelsen har i markedstesten blandt konkurrenterne bl.a. stillet spørgsmål vedrørende konkurrenternes eventuelle interesse i Frasalgsvirksomheden, en købers konkurrenceevne ved overtagelse af Frasalgsvirksomheden og effekten af tilsagnet. Styrelsen har i markedstesten blandt vognmænd bl.a. stillet spørgsmål til, hvor sandsynligt det er, at de vil skifte fra Dantaxi til en køber af Frasalgsvirksomheden og til vognmandens omkostninger ved et sådant skifte til en køber.

1403. Resultaterne af markedstesten inddrages i styrelsens vurdering af det afgivne tilsagn i de følgende afsnit.

5.4.3 Styrelsens vurdering af Ubers afgivne tilsagn af den 6. juli 2026

1404. I det følgende foretager styrelsen en vurdering af, om det afgivne tilsagn eliminerer de konkurrencemæssige problemer, som er identificeret ved fusionen.

1405. Det er en grundlæggende betingelse for, at tilsagn kan accepteres, at de forhindrer, at fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Tilsagn skal i) fuldstændigt fjerne konkurrenceproblemerne, ii) være komplette og effektive, og iii) kunne implementeres effektivt på kort tid.

1406. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"I overensstemmelse med Domstolens retspraksis har tilsagn til formål at sikre konkurrenceprægede markedsstrukturer. Det betyder, at tilsagn af strukturel karakter, såsom tilsagn om frasalg af en virksomhed, som hovedregel set ud fra fusionsforordningens perspektiv er at foretrække, eftersom sådanne tilsagn varigt kan forebygge de konkurrenceproblemer, som fusionen i den anmeldte version ville skabe, og desuden ikke kræver mellem- eller langsigtede overvågningsmekanismer. Det betyder dog ikke, at det automatisk kan udelukkes, at andre typer tilsagn også vil kunne forebygge, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt."*[841] [fodnoter udeladt], [styrelsens understregning]

1407. Kommissionen understreger, at spørgsmålet om, hvorvidt et tilsagn – og mere specifikt hvilken type tilsagn – er egnet til at fjerne de påviste konkurrenceproblemer, må vurderes fra sag til sag.[842]

---

[841] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 15.
[842] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 16.

1408. Vurderingen i det følgende tager udgangspunkt i styrelsens identificerede skadesteorier i) horisontale ensidige virkninger, herunder øget risiko for market tipping (afsnit 5.4.3.1), ii) vertikale ensidige virkninger (afsnit 5.4.3.2) og iii) koordinerede virkninger (afsnit 5.4.3.3).

5.4.3.1 Horisontale ensidige virkninger, herunder øget risiko for market tipping

1409. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Hvis en planlagt fusion truer med at hæmme den effektive konkurrence betydeligt, vil den mest effektive måde at bevare den effektive konkurrence på — bortset fra et forbud mod fusionen — være at få skabt de rette betingelser for, at der opstår en ny konkurrencedygtig enhed eller at de eksisterende konkurrenter styrkes, ved at fusionsparterne afhænder nogle af deres aktiviteter."*[843] [styrelsens understregning]

1410. Hovedformålene med tilsagnet om Frasalgsvirksomheden, jf. afsnit 5.4.3.1.1 og forkortelse af opsigelsesperioder for vognmænd, jf. afsnit 5.4.1.3, er ifølge Uber at adressere risikoen for ensidige horisontale virkninger, herunder risikoen for market tipping, ved at reducere Ubers skala på både passagersiden og vognmandssiden.

1411. Samlet skal tilsagnet bidrage til, at der opstår en ny konkurrencedygtig enhed, eller at de eksisterende konkurrenter styrkes.

1412. Styrelsen foretager i det følgende en vurdering af, hvorvidt tilsagnet eliminerer styrelsens identificerede konkurrenceproblemer, for så vidt angår horisontale ensidige virkninger på henholdsvis markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner og markedet for salg af kørselskontorydelser, herunder øget risiko for market tipping.

5.4.3.1.1 Frasalgsvirksomheden udgør ikke en rentabel eller levedygtig virksomhed

1413. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"De aktiviteter, der frasælges, må bestå af en rentabel virksomhed, som hvis den overtages og drives af en egnet køber kan konkurrere effektivt med den fusionerede enhed på et varigt grundlag, og som afhændes som en going concern. For at der kan være tale om rentable aktiviteter, vil det måske også være nødvendigt at afhænde aktiviteter på markeder, hvor Kommissionen ikke har påvist nogen konkurrenceproblemer, hvis det er nødvendigt, for at der kan opstå en effektiv konkurrent på disse markeder."*[844] [styrelsens understregning]

1414. Det fremgår endvidere, at:

> *"Den virksomhed, der frasælges, skal omfatte alle de aktiver, der bruges til dens daglige drift eller er nødvendige for at sikre dens rentabilitet og konkurrencedygtighed, samt alle dens nuværende medarbejdere eller alt det personale, der er nødvendigt for at sikre virksomhedens rentabilitet og konkurrencedygtighed."*[845]

1415. Endelig fremgår det, at:

---

[843] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 22.
[844] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 23.
[845] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 25.

"Kommissionen foretrækker klart, at den virksomhed, der frasælges, er en eksisterende selvstændig virksomhed. Der kan være tale om en allerede eksisterende virksomhed eller koncern eller en division, der ikke tidligere havde selvstændig juridisk status."[846]

1416. Som beskrevet i afsnit 5.4.1.1.1 indeholder Frasalgsvirksomheden i) Dantaxi-appen (iOS- og Android-versioner) eksklusive serverinfrastruktur, cloud-tjenester eller tredjeparts API-integrationer, der anvendes i driften af Dantaxi-applikationen, ii) Dantaxi-varemærket, der betyder alle rettigheder, adkomster og interesser i og til ordmærket DANTAXI og T-logoet, samt iii) Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48, herunder overdragelsen af samt rettighederne til at anvende og drive dette nummer, men eksklusive kundedata, opkaldsregistreringer, callcenter-infrastruktur eller andre aktiver relateret til callcenter-aktiviteter.

1417. Kundeinformationer på brugerne, der har en e-mailadresse registreret i Dantaxi-appen, vil blive overdraget til køber, såfremt kunden samtykker til, at deres kontaktoplysninger overdrages til køber.

1418. Frasalgsvirksomheden omfatter ikke materielle aktiver [xxx]. Der er eksempelvis ingen kundeaftaler, leverandørkontrakter (vognmænd), eller i øvrigt aktiver vedrørende markedsføring eller økonomi. Frasalgsvirksomheden udgør altså ikke en "going concern" i retningslinjernes forstand.

1419. Frasalgsvirksomheden udgør således ikke en selvstændig virksomhed, og med Frasalgsvirksomheden opnår en køber dermed ikke en eksisterende, rentabel forretning med egen markedstilstedeværelse og markedsandele. I stedet skal det undersøges, om Frasalgsvirksomheden kan sætte en køber i stand til at konkurrere sig til en (øget) markedsandel.

1420. Det er parternes ansvar at godtgøre, at Frasalgsvirksomheden vil være rentabel og konkurrencedygtig. Dette er lettere at godtgøre i situationer, hvor frasalgsvirksomheden udgør en eksisterende virksomhed, da det dermed er muligt at undersøge, om virksomheden allerede er rentabel og konkurrencedygtig, fordi den agerer selvstændigt i markedet. Det vil omvendt være sværere at godtgøre for udskilte aktiviteter og aktiver, da de ikke tidligere har eksisteret selvstændigt. Styrelsen vil dog generelt kunne acceptere frasalg af udskilte aktiviteter eller aktiver, hvis parterne skaber den fornødne sikkerhed for, at de udgør en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed.[847]

1421. Det fremgår, i overensstemmelse hermed, af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

"Selv om det normalt kræves, at det er en eksisterende, rentabel og selvstændig virksomhed, der afhændes, vil Kommissionen under hensyn til proportionalitetsprincippet også kunne stille sig positivt over for frasalg af aktiviteter, der har eksisterende stærke forbindelser til eller er delvis integreret i aktiviteter, som parterne bevarer, og som derfor må »udskilles« fra disse."[848] [styrelsens understregning]

1422. Det fremgår videre af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

"Er der tale om afhændelse af en kombination af visse aktiver, der ikke tidligere har udgjort et samlet, rentabelt aktivitetsområde, vil der være risiko for, at afhændelsen ikke resulterer i en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed. Det gælder især, hvis der er tale om en række aktiver, der hidtil har tilhørt mere end én af parterne. En sådan afhændelse vil kun kunne accepteres af Kommissionen, hvis de enkelte aktiver allerede kan an-

[846] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 33.
[847] Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vejledning om tilsagn i fusionssager, august 2020, side 19.
[848] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 35.

ses for at udgøre en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed.[849] [styrelsens understregning]

1423. Når der er tale om en afhændelse af aktiver, som ikke tidligere har udgjort et samlet rentabelt aktivitetsområde, er der altså som udgangspunkt en risiko for, at dette ikke vil resultere i en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed.

1424. Endelig fremgår det af tilsagnsmeddelelsen, at:

"På samme måde er det kun i ekstraordinære tilfælde, at en afhændelsespakke bestående udelukkende af varemærker og dertil knyttede produktions- og/eller distributionsaktiver vil være tilstrækkelig til at sikre en effektiv konkurrence. Under sådanne omstændigheder må denne pakke bestående af varemærker og aktiver være tilstrækkeligt omfattende til, at Kommissionen kan drage den konklusion, at de afhændede aktiviteter omgående vil være rentable i hænderne på en egnet køber."[850] [styrelsens understregning]

1425. Selvom Frasalgsvirksomheden, i tillæg til varemærker, også indeholder salgskanaler (som ikke i sig selv udgør distributionsaktiver), understreger ovenstående, at det er usikkert, om en frasalgsvirksomhed kan udgøre en effektiv konkurrent inden for kort tid, når der ikke er tale om en selvstændighed virksomhed/"going concern", men en aktivoverdragelse, hvor hovedelementerne er varemærker og salgskanaler.

1426. Som udgangspunkt skal Frasalgsvirksomheden være rentabel i sig selv. Derfor tager Konkurrencerådet som udgangspunkt ikke hensyn til de ressourcer, en eventuel eller formodet fremtidig køber vil kunne tilføre den.[851]

1427. Uber har i sit høringssvar anført, at styrelsen anlægger en urealistisk rigid standard ved i praksis at kræve et tilsagn i form af en "going concern".[852] Styrelsen er ikke enig i, at styrelsen i praksis har krævet et tilsagn i form af en "going concern". Styrelsen har tværtimod valgt at foretage en vurdering af, hvorvidt Frasalgsvirksomheden – på trods af ikke at udgøre en "going concern" - vil kunne udgøre en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed, samt hvorvidt Frasalgsvirksomheden i hænderne på en egnet køber vil kunne fjerne de konkurrenceproblemer, fusionen giver anledning til, jf. de følgende afsnit.

1428. Uber anfører i forlængelse heraf, [xxx]. Alternativet ville ifølge Uber være et fuldt frasalg af Dantaxi, hvilket ville være et tilsagn, der svarede til et forklædt forbud. Styrelsen er ikke enig heri, da det ikke kan afvises, at et frasalg af dele af Dantaxi til en egnet køber potentielt kunne være tilstrækkeligt til at fjerne konkurrenceproblemerne.

1429. Styrelsen vil i de følgende afsnit foretage en vurdering af, hvorvidt Frasalgsvirksomheden vil kunne udgøre en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed, der kan konkurrere effektivt.

5.4.3.1.1.1 Frasalgsvirksomheden er ikke klart defineret

1430. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

"For at give Kommissionen et helt klart billede af, hvad den frasolgte virksomhed omfatter, skal parterne i deres tilsagn give en klar definition af den virksomhed, der foreslås afhændet (»beskrivelse af virksomheden eller aktivitetsområdet«). Denne beskri-

---

[849] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 37.
[850] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 37.
[851] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 30.
[852] Jf. Ubers høringssvar af 3. august 2026 til udkast til vurdering af tilsagn af 28. juli 2026, punkt 7.

> *velse skal tilpasses efter de konkrete omstændigheder og indeholde alle de elementer, der indgår i den virksomhed, der frasælges: materielle aktiver (F&U, produktion, distribution, salg og markedsføring) og immaterielle aktiver (såsom intellektuelle ejendomsrettigheder, knowhow og goodwill), licenser, tilladelser og godkendelser fra statslige instanser; kontrakter, lejemål og forpligtelser (f.eks. leverandør- og kundekontrakter) tilhørende den virksomhed, der frasælges, samt kundekartoteker, tilgodehavender osv.* […].”[853] [styrelsens understregning]

1431. Særligt i denne sag, hvor Frasalgsvirksomheden ikke udgør en selvstændighed virksomhed/”going concern” og ikke er en eksisterende, rentabel virksomhed med egen markedstilstedeværelse og markedsandele, er der behov for en helt klar beskrivelse af, hvad der er indeholdt i Frasalgsvirksomheden, med henblik på at styrelsen skal kunne vurdere, om Frasalgsvirksomheden kan sætte en køber i stand til at konkurrere sig til en tilstrækkelig markedsandel.

1432. Styrelsen har ad flere omgange[854] bedt Uber om at beskrive tilsagnet mere klart og præcist, da det ikke er tydeligt for styrelsen, hvad Frasalgsvirksomheden konkret indeholder, herunder hvad der følger med i forbindelse med Dantaxi-appen og Dantaxi-varemærker – og hvad der forbliver hos Uber.

1433. Styrelsen har i forbindelse med styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, spurgt, ”*Hvor tydeligt eller utydeligt vurderer jeres virksomhed, at Frasalgsvirksomheden er beskrevet i Tilsagnet?*”. Tre kørselskontor ud af ni har svaret ”Tydeligt”, mens de øvrige seks kørselskontorer har svaret ”Utydeligt” eller ”Meget utydeligt” på spørgsmålet. Èn af de aktører, som har svaret ”Tydeligt”, har uddybet din besvarelse med: ”*Det er tydeligt, at der alene sælges en skal til en virksomhed uden kunder, uden vogne, uden vognmænd. Skallen er reelt intet værd.*”[855]

1434. [xxx], der har svaret ”Utydeligt”, har uddybet sit svar med:

> *”Frasalgsvirksomheden er beskrevet på et overordnet niveau, men der mangler væsentlige oplysninger om, hvordan en køber i praksis skal kunne drive og udvikle virksomheden efter overtagelsen. Det er blandt andet uklart:*
>
> *•hvordan appen kan drives uden den eksisterende driftsorganisation,*
>
> *•hvilke tekniske systemer og services der følger med,*
>
> *•hvilken support og knowhow der overdrages,*
>
> *•hvordan en ny ejer skal kunne videreudvikle løsningen,*
>
> *•og hvordan den nye ejer realistisk kan etablere et konkurrencedygtigt produkt uden den samlede virksomhed.”*[856]

1435. Tilsvarende har en anden markedsaktør, [xxx], anført: *”Forslaget om afhændelse er præcist med hensyn til, hvad der er udelukket, men siger intet om, hvordan de afhændede aktiver rent faktisk vil kunne fungere for en køber.”*[857]

---

[853] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 27.
[854] Jf. bl.a. styrelsens mails til Uber henholdsvis den 2., 6. og 13. juli 2026.
[855] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 4 fra [xxx].
[856] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 4 fra [xxx].
[857] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 4 fra [xxx].

1436. Videre har kørselskontoret [xxx] anført *"Det er nødvendigt at præcisere den tekniske og datamæssige substans, som er omfattet af Frasalgsvirksomheden, herunder i hvilket omfang Uber vil yde overgangsbistand til køber. Denne uklarhed gør det vanskeligt at vurdere den reelle værdi og anvendelighed af Frasalgsvirksomheden."*[858]

1437. Dette er overvejende enslydende med [xxx], der har anført:

> *"[...] det fremgår ikke tilstrækkeligt, hvilken teknisk stand appen er i, hvilke app-storekonti, domæner og licenser der følger med, hvilke overgangsydelser Uber skal levere, eller hvordan køberen konkret skal etablere en fungerende backend og callcenterdrift. Det er heller ikke klart, hvor mange aktive brugere og ture der er tilbage i Dantaxi-appen, hvordan samtykkeprocessen gennemføres, eller hvordan en tilstrækkelig bilflåde sikres."*[859]

1438. [xxx] har bl.a. anført:

> *"Der mangler bl.a. tekniske bilag og aktivfortegnelse, oplysninger om systemarkitektur, IP/licenser og tredjepartskontrakter, app-storekonti, datakategorier og samtykkeflow, separations- og migrationsplan, overgangsydelser/SLA'er, ansvar og garantier samt aktuelle drifts- og performance-KPI'er."*[860]

1439. Det er på baggrund af kørselskontorernes bemærkninger til, hvor tydeligt/utydeligt Frasalgsvirksomheden er beskrevet, styrelsens vurdering, at Frasalgsvirksomheden ikke er klart defineret.

1440. Styrelsen vil i det følgende – ud fra styrelsens forståelse af, hvad der er indeholdt i Frasalgsvirksomheden – undersøge de enkelte elementer i det afgivne tilsagn nærmere for at vurdere, om tilsagnet ud fra denne forståelse kan sætte en køber af Frasalgsvirksomheden i stand til inden for kort tid at udgøre en effektiv konkurrent, der kan lægge et konkurrencepres, der svarer til det konkurrencepres, der er forsvundet som følge af fusionen. I det følgende vurderer styrelsen et frasalg af Dantaxi-appen (afsnit 5.4.3.1.1.2) et frasalg af Dantaxis telefonnummer (afsnit 5.4.3.1.1.3), et frasalg af Dantaxis varemærke (5.4.3.1.1.4), frasalg af hele Frasalgsvirksomheden som en samlet enhed (afsnit 5.4.3.1.2) samt betydningen af vognmændenes særlige opsigelsesret (afsnit 5.4.3.1.3).

5.4.3.1.1.2 Dantaxi-appen

1441. Som det fremgår af afsnit 5.2.4.1.3.2.2 ovenfor, er det styrelsens vurdering, at Dantaxis app fortsat udgør en vigtig salgskanal for den fusionerede virksomhed. Uber har fx anført, [xxx]

> *"[xxx]"*[861]

1442. Uber har bl.a. oplyst, at [xxx] "[...] *Dantaxis betydning som brand og som salgskanal til eksisterende Dantaxi-kunder i Danmark."*[862]

---

[858] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 4 fra [xxx].
[859] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 4 fra [xxx].
[860] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 4 fra [xxx].

[861] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 459.
[862] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 460

1443. Dertil fremgår det af Ubers egen opgørelse, at bestillinger via Dantaxi-appen i perioden juni-august 2025, dvs. umiddelbart efter gennemførsel af fusionen, udgjorde [xxx] pct. af bruttobestillingerne hos privatkunder, jf. Tabel 5.10.

1444. Uber har anført, at frasalget af Dantaxi-appen vil mindske Ubers markedsandel i Danmark, da en køber vil få en fuldt funktionsdygtig app med en etableret brugerbase, hvorigennem en køber kan opfange det antal ture fra Dantaxi-appen, der i øjeblikket går til Uber. Videre anfører Uber, at da applikationen sandsynligvis vil være et mere centralt aktiv for en køber end for Uber, vil en køber have stærkere incitamenter til at investere i og udbygge applikationen, hvilket vil øge konkurrencepresset på Ubers danske aktiviteter.[863]

1445. Ifølge Uber vil Uber med frasalget af Dantaxi-appen miste flere fordele, bl.a. en etableret kundebase og brandgenkendelse, generering af yderligere efterspørgsel og en supplerende distributionskanal.[864]

1446. Uber har dog siden fusionen opfordret – og opfordrer fortsat – passagerer, der bruger Dantaxi-appen, til at skifte til Uber-appen (ved hjælp af pop-up meddelelser om rabatter i Dantaxi-appen), hvilket også fremgår af skærmbilledet fra Dantaxi-appen taget 17. juni 2026, jf. Figur 5.6.

1447. Det er styrelsens vurdering, at disse pop-up meddelelser i Dantaxi-appen har medført, at Dantaxi-appen siden tidspunktet for fusionen har genereret færre ture, idet flere tidligere Dantaxi-kunder i stedet har brugt Uber-appen, hvor kunden har fået en [xxx] rabat for at bruge Ubers app fremfor Dantaxi-appen, jf. nærmere herom i afsnit 5.2.4.1.3.2.1.1. Dette afspejles også ved, at omsætningen via Dantaxi-appen er [xxx] siden tidspunktet for fusionen, fra [xxx] i maj 2025 (måneden hvor fusionen blev gennemført) til [xxx] i juni 2026. I Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner er omsætningen faldet fra [xxx] i maj 2025 til [xxx] i juni 2026. Selve værdien af Dantaxi-appen, baseret på omsætning genereret i appen, er således faldet [xxx] siden fusionen, jf. Figur 5.18. Til sammenligning med det horisontale overlap som følge af fusionen udgør bookinger via Dantaxi-appen i maj 2026 ca. [xxx] pct. af den omsætning, Drivr genererede via Uber-appen i maj 2025.[865]

Figur 5.18 **Udvikling i omsætning via Dantaxi-appen, maj 2025 – juni 2026 (mio. kr.)**

[xxx]

Note: Figuren viser den månedlige omsætning genereret via Dantaxi-appen på landsplan og i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i perioden maj 2025 til juni 2026.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af data modtaget fra Uber den 8. juli 2026.

[863] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 31.
[864] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 32.
[865] Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af omsætningsdata modtaget fra Uber og Drivr i forbindelse med markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer.

1448. Styrelsen har spurgt kørselskontorerne, hvad der skal til, før deres virksomhed vil være interesseret i at overtage hele eller dele af den afhændede virksomhed. Svarene er givet for hvert delelement af Frasalgsvirksomheden, og følgende vedrører således Dantaxis-app.

1449. [xxx] har anført:

> *"Det ville kræve, at denne* [Dantaxi-appen] *udgjorde en meningsfuld salgskanal med en betydelig nuværende og uafhængig markedstilstedeværelse, som umiddelbart ville øge udnyttelsen af de nuværende tilgængelige chaufførerog dermed også tilskynde andre chauffører til at skifte. Der ville være behov for at overføre både udbud (tilknyttede chauffører) og en kundebase på et tilstrækkeligt niveau.*
>
> *[xxx]."*[866][styrelsens tilføjelse]

1450. Et andet kørselskontor har anført: *"Dan Taxi App er kun interessant ved en samlet overtagelse, samtidig skal køber vide hvor meget Uber har lukket ned for app, og løbende omkostninger til vedligeholdelse."*[867], mens et tredje kørselskontor har svaret: *"Ingen forhold vil gøre appen interessant som selvstændigt aktiv."*[868]

1451. Andre kørselskontorer nævner tekniske udfordringer ved overtagelse af appen. Fx skriver [xxx], at følgende skal til for, at [xxx] vil være interesseret i Dantaxi-appen: *"Adgang til teknisk due diligence af softwaren (kildekode, objektkode, dokumentation, drifts- og supportaftaler, tredjepartsafhængigheder) samt nøgletal for aktive brugere, bestillingsvolumen og geografisk fordeling."*[869] Tilsvarende skriver [xxx] *"Kun relevant hvis appen overdrages med fungerende backend/serverinfrastruktur, cloudmiljø, API-integrationer, app-store-konti, domæner, fuld teknisk dokumentation, udviklingshistorik, sikkerhedsopdateringer, support og en længere overgangsservice"*[870] [xxx] anfører: *"For så vidt angår Dantaxis app, ville det, efter* [xxx]*'s opfattelse, være relevant for enhver tilsvarende virksomhed, at der overdrages en funktionsdygtig tjeneste, og ikke blot kildekode m.v., dvs. server-/cloudmiljø, tredjeparts-API-integrationer (betaling, kort, dispatch), backend til dispatch/afregning, app store-/udviklerkonti med ratings og hentningshistorik, brugerkonti og aktivitetsdata, fuld teknisk dokumentation samt bindende overgangsydelser. Reelt kræver det, at app-driften overdrages som going concern."*[871]

1452. Adspurgt til, om der er forhold, der mangler at blive inkluderet i Dantaxi-appen, for at en køber kan udøve et effektivt konkurrencepres på Uber/Dantaxi, har kørselskontoret [xxx] beskrevet: *"Dette skal som minimum også omfatte data om passageraktivitet og al nødvendig teknisk infrastruktur for at gøre dette operationelt fra dag 1 samt teknisk support."*[872] [xxx] har ligeledes anført, at der er tekniske mangler: *"Serverinfrastruktur, kildekode i drift, teknisk drift, kundedata (hvor lovligt muligt), support og knowhow."*[873]

1453. På baggrund af ovenstående bemærkninger fra kørselskontorerne er det styrelsens vurdering, at der isoleret set for Dantaxi-appen er en række usikkerheder/mangler i forhold til, hvordan en overtagelse af Dantaxi-appen vil ske, og hvordan Dantaxi-appen kan bruges meningsfuldt for en køber.

---

[866] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[867] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[868] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[869] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[870] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[871] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[872] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 3 fra [xxx].
[873] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 3 fra [xxx].

1454. Dertil kommer, at tilsagnet ikke garanterer køber adgang til de kunder, som allerede har Dantaxi-appen og en konto (med e-mail) tilknyttet Dantaxi-appen. Det fremgår af tilsagnet, at Uber skal foranledige, at Dantaxi ved gennemførelse af frasalget fremsender en e-mail til Dantaxi-brugere, der har en e-mailadresse registreret i Dantaxi-appen (eksklusive erhvervskunder og offentlige-kunder), hvori disse kunder informeres om købers identitet, og hvori der anmodes om samtykke til, at deres kontaktoplysninger overdrages til køber. En køber er således ikke garanteret en etableret brugerbase, hvilket umiddelbart reducerer værdien af Dantaxi-appen for en køber og skaber generel usikkerhed om effekten af frasalget.

1455. Derudover beholder Uber kontaktoplysninger til Dantaxi-kunderne og deler dem blot med køber uden selv at slette dem. Uber gør gældende, at sletning af Dantaxi-kunders kontaktoplysninger ikke er nødvendig for at sikre en effektiv afhændelse af Frasalgsvirksomhederne.[874]

1456. Alle kørselskontorerne har svaret "Ja" til spørgsmålet "*Vil det have betydning for effekten af tilsagnet, hvis Uber efter frasalget er i besiddelse af oplysninger om, hvilke kunder der har downloadet Dantaxis app og/eller bestilt taxi via Dantaxis call center?*".

1457. Flere kørselskontorer har uddybet deres besvarelse, og der er enighed om, at det vil give Uber en konkurrencefordel at beholde oplysningerne om kunderne. [xxx] angiver: "*Ingen tvivl om, at disse kunder straks vil modtage markedsføringstiltag og opfordringer til at overgå til Uber.*"[875]

1458. Et andet kørselskontor uddyber sin besvarelse med:

> *"Ja. Ubers fortsatte besiddelse af Dantaxi-kundedata efter afhændelsen vil væsentligt underminere tilsagnets effektivitet.*
>
> *Uber har systematisk overført Dantaxi-kunder til Uber-appen. Bibeholdelse af de underliggende kundedata vil gøre det muligt for Uber at fortsætte denne strategi efter afhændelsen ved at identificere og målrette mod de resterende tidligere Dantaxi-kunder, der endnu ikke er på Uber-appen, og derved tømme den kundebase, som den potentielle køber formodentlig har til hensigt at erhverve. Denne risiko forstærkes af den samtykkebaserede opt-in-mekanisme for overførsel af kundedata, hvilket betyder, at køberen kun vil modtage en begrænset delmængde af kontaktoplysninger uden historik over interaktioner eller adfærdsdata, mens Uber beholder omfattende data om de samme kunder. Uber kunne udnytte denne informationsasymmetri til proaktivt at genvinde kunderne, før køberen har etableret et forretningsforhold med dem."*[876]

1459. Tilsvarende anfører [xxx]:

> *" Ja, det vil kunne svække effekten af tilsagnet. Hvis Uber fortsat er i besiddelse af oplysninger om, hvilke kunder der har downloadet Dantaxis app eller bestilt via call-centeret, vil Uber kunne målrette markedsføring mod netop disse kunder og dermed reelt genvinde dem, selvom brand, app og telefonnummer formelt er overdraget til en ny, uafhængig ejer.* […]"[877]

1460. [xxx] har suppleret med:

---

[874] Jf. redegørelse for tilsagn af 6. juli 2026, punkt 15.
[875] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 7 fra [xxx].
[876] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 7 fra [xxx].
[877] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 7 fra [xxx].

> *" Det er usikkert om der effektivt er blokeret for at Uber kan markedsføre sig overfor Dantaxi-kunder efter frasalget."*[878]

1461. [xxx] har anført:

> *"Uber beholder den fulde viden om, hvilke kunder der har downloadet Dantaxis app og bestilt via callcenteret, samt deres aktivitetshistorik, mens en køber alene modtager kontaktoplysninger på de brugere, der aktivt samtykker (pkt. 7). Uber kan samtidig - lovligt efter pkt. 6(d), 2. pkt. - fortsat markedsføre sig over for alle brugere, der også har en Uber-konto, og denne overlapning er betydelig, da Dantaxis kunder siden fusionens gennemførelse i maj 2025 er blevet kanaliseret over i Ubers app. Uber kan dermed målrettet genhverve netop de kunder, køber forsøger at fastholde. Dense strukturelle informationsasymmetri svækker, efter* [xxx]*'s opfattelse, værdien af både app- og telefondelen, undergraver samtykkemodellen i pkt. 7 og kan efter* [xxx]*'s vurdering ikke afhjælpes med adfærdsregulering - den er i sig selv et argument for, at tilsagnsmodellen er utilstrækkelig."*[879]

1462. Det er styrelsens vurdering, at særligt det forhold, at Uber beholder oplysningerne om Dantaxi-appens kunder, yderligere kan forringe værdien af Dantaxi-appen, idet Uber kan bruge de underliggende data for disse kunder, samt målrette Ubers markedsføring mod netop disse kunder. Dette kan reducere tilsagnets effektivitet.

1463. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at et frasalg af Dantaxi-appen ikke *i sig selv* er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen. Styrelsen vil foretage en nærmere undersøgelse af, om det vil være tilfældet, såfremt et frasalg af Dantaxi-appen til en egnet køber sker sammen med den øvrige del af Frasalgsvirksomheden i afsnit 5.4.3.1.2.

5.4.3.1.1.3 Dantaxis forbrugertelefonnummer 4x48

1464. Uber forpligter sig i tilsagnet til at afhænde Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48, og i den forbindelse må Uber ikke offentligt lancere, markedsføre eller kommercielt drive et nyt telefonnummer, der er beregnet til at erstatte forbrugertelefonnummeret 4x48.

1465. Som tidligere beskrevet i afsnit 5.2.4.1.3.2.2 har Uber anført, [xxx]

> *[xxx]*[880] [styrelsens tilføjelse]

1466. I perioden juni-august 2025, dvs. umiddelbart efter gennemførsel af fusionen, udgjorde Dantaxis telefoncentral [xxx] pct. af Dantaxis samlede bruttobookinger til privatkunder.[881]

1467. Det fremgår af data tilsendt fra Uber, at omsætningen i form af bruttobookinger via Dantaxis telefonnummer er faldet fra [xxx] i maj 2025 (måneden hvor fusionen blev gennemført) til [xxx] i juni 2026. I Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner er omsætningen faldet fra [xxx] [xxx] til [xxx] i samme periode. Dantaxis omsætning via telefoncentralen er således faldet siden fusionen, jf. Figur 5.19. Til sammenligning med det horisontale overlap som følge af fusionen udgør bookinger via Dantaxis telefoncentral i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i maj 2026 [xxx] pct. af den omsætning, Drivr genererede via Uber i maj 2025.[882]

---

[878] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 7 fra [xxx].
[879] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 7 fra [xxx].
[880] Jf. parternes fusionsanmeldelse, punkt 458.
[881] Jf. parternes fusionsanmeldelse, Tabel 14.
[882] Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af omsætningsdata modtaget fra Uber og Drivr i forbindelse med markedsundersøgelsen blandt kørselskontorer.

Figur 5.19 **Udvikling i omsætning via Dantaxis telefonnummer, maj 2025 – juni 2026 (mio. kr.)**

[xxx]

Note: Figuren viser den månedlige omsætning genereret via Dantaxis telefonnummer på landsplan og i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i perioden maj 2025 til juni 2026.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af data modtaget fra Uber den 8. juli 2026.

1468. Styrelsens forbrugerundersøgelse viser, at passagerer i praksis anvender flere alternative bestillingskanaler ved anskaffelse af taxikørsel. I forbindelse med respondenternes seneste taxitur angiver ca. 43 pct. at have bestilt via app, ca. 29 pct. at have bestilt ved at ringe til et kørselskontor, og ca. 18 pct. at have prajet en taxi (fx på gaden eller ved en taxiholdeplads), mens ca. 2 pct. bestilte via kørselskontorets hjemmeside.[883] Tallene indikerer samlet, at app-bestilling er udbredt, men at andre kanaler, herunder telefonbestilling, fortsat anvendes.

1469. I forbindelse med styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer i sagen har flere kørselskontorer oplyst, at anvendelsen af app bliver mere og mere udbredt, og at andre salgskanaler bliver mindre almindelige, jf. punkt 326. Eksempelvis anvender Ubers konkurrenter Bolt og Drivr ikke telefonbetjening som salgskanal, og kunder kan således ikke booke taxikørsel telefonisk hos disse kørselskontorer. Dette indikerer, at der er et skifte i gang, hvor app-bestilling kan forventes at blive mere afgørende i konkurrencen fremover, mens telefonbestilling omvendt kan forventes at blive mindre afgørende, også jf. Figur 5.20, der viser udviklingen inden for de to salgskanaler.

Figur 5.20 **Udvikling i andelen af den samlede omsætning genereret via app og telefon, 2025**

[xxx]

Note: Figuren viser udviklingen i andelen af den samlede omsætning, der er genereret via henholdsvis apps og telefonbestillinger i perioden januar-december 2025.

***Kilde**: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af oplysninger indhentet fra kørselskontorerne som led i styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer. Kørselskontorerne har oplyst deres månedlige omsætning fra privatkunder fordelt på salgskanaler.*

[883] Jf. forbrugerundersøgelsen, spørgsmål 10.

1470. Dette bekræftes igen i styrelsens markedstest af tilsagn, hvor en markedsaktør har anført: "*Grundlæggende er telefonnummer uinteressant,* [xxx]. *Bestilling via telefon er dertil stærkt faldende*".[884] [styrelsens understregning]

1471. Adspurgt hvad der skal til, før deres virksomhed vil være interesseret i at overtage Dantaxis forbrugertelefonnummer (4x48), har [xxx] anført følgende: "*At dette udgjorde en meningsfuld salgskanal med en betydelig nuværende og uafhængig markedstilstedeværelse, som straks ville øge udnyttelsen af de i øjeblikket tilgængelige chaufføre*r."

1472. Kørselskontoret [xxx] anfører: "*Ingen forhold vil gøre telefonnummeret interessant som selvstændigt aktiv.*[885] [xxx] beskriver [xxx] at:

> "*[xxx]. Dantaxis tel. nummer kan i sig selv give adgang til kunder og dermed skabe en lille omsætning – i dele af landdistrikterne. For at denne omsætning kan realiseres, er det dog en forudsætning, at der er tilknyttet vognmænd, som kan udføre kørslen.*
>
> *I flere landdistrikter er Dantaxa i dag den eneste aktør med tilknyttede vogne. Hvis et andet selskab overtager Dantaxas telefonnummer, vil telefonnummeret derfor kun have reel værdi, hvis de tilknyttede vogne og vognmænd følger med. Uden vognmænd vil selskabet ikke kunne betjene de kunder, der ringer til nummeret.*
>
> *Det er derfor vores opfattelse, at telefonnummeret og den tilhørende vognmandskapacitet i disse områder udgør en samlet enhed og ikke kan adskilles, hvis formålet er at opretholde den eksisterende taxibetjening*."[886]

1473. [xxx] anfører, at telefonnummeret umiddelbart ikke er interessant: "*Telefonnummer har kun værdi hvis der er en reel mulighed for videre drift. For* [xxx]*, er nummeret ikke interessant*."[887]

1474. [xxx], der indledningsvist i spørgeskemaet har angivet ikke at være interesseret i at overtage telefonnummeret, supplerer efterfølgende med, at virksomheden: "*Er "højst" interesseret i telefonnummeret – så den samlede forretning er ikke interessant for os.*", og at dette vil kræve "*En meget fornuftig pris.*"[888] [xxx] har derudover angivet: "*Vi vil under alle omstændigheder have svært ved at lægge konkurrencepres på Uber, da langt hovedparten er uden for vores naturlige dækningsområde.*"[889]

1475. [xxx], som har udtrykt interesse i Dantaxis telefonnummer vurderer, at følgende mangler: "*Adgang til nøgletal for opkaldsvolumen, konverteringsrate og kundesammensætning.*"[890] Et andet kørselskontor anfører lignende mangler: "*Kun relevant hvis nummeret overdrages sammen med en fungerende døgnbemandet callcenterløsning, telefoni/routing, bestillings- og turfordelingssystem, relevante medarbejdere, procedurer, overgangsservice og de kundeoplysninger, som lovligt kan overføres. Nummeret alene er ikke en driftsklar forretning*."[891]

---

[884] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[885] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[886] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 13 fra [xxx].
[887] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[888] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[889] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 3 fra [xxx].
[890] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[891] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].

1476. [xxx], der også har udtrykt interesse i telefonnummeret, angiver, at dette skyldes: " [xxx]"[892]

1477. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at Dantaxis forbrugertelefonnummer er faldende i værdi. Derudover er der er en række mangler i forhold til, hvordan Dantaxis forbrugertelefonnummer kan bruges meningsfuldt for en køber.

1478. Samlet er det styrelsens vurdering, at frasalg af Dantaxis forbrugertelefonnummer 4x48 ikke *i sig selv* er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen. Styrelsen vil foretage en nærmere undersøgelse af, om det vil være tilfældet, såfremt et frasalg af telefonnummeret til en egnet køber sker i sammen med den øvrige del af Frasalgsvirksomheden i afsnit 5.4.3.1.2.

5.4.3.1.1.4 Dantaxi-varemærket

1479. Uber har anført, at overdragelsen af Dantaxi-mærket til køber udgør et tilsagn, der direkte overfører en væsentlig del af Ubers konkurrencemæssige position inden for danske taxitjenester. Dantaxi-mærket udgør en integreret del af Dantaxis drift og omdømme. Det er opbygget gennem årene og har etableret sig i Danmark som en førende udbyder af taxitjenester med høje servicestandarder.[893]

1480. Videre har Uber beskrevet "*Ved at erhverve det [Dantaxi-mærket] indtræder Køberen i den markedsposition, som Dantaxi-mærket i øjeblikket indtager over for danske taxakunder. Køberen behøver ikke at opbygge kendskabet fra bunden eller overtale kunderne til at prøve en ukendt tjeneste. I stedet arver køberen den brandværdi, der i øjeblikket får kunderne til at bestille gennem Dantaxi. Uber vil til gengæld re-brande alle køretøjer, der i øjeblikket kører under Dantaxi-mærket, og dermed give afkald på den kundevendte identitet, der genererer fremtidigt kørselsvolumen. Den konkurrencemæssige betydning af denne forpligtelse ligger i den fremadrettede omdirigering af kundernes efterspørgsel: kunder, der forbinder Dantaxi-mærket med taxitjenester i Danmark, vil fortsat være loyale over for mærket.*"[894] [styrelsens tilføjelse]

1481. I forlængelse heraf forklarer Uber, at ligesom passagerer forbinder Dantaxi-mærket med taxitjenester i Danmark og fortsat vil bestille gennem det, forbinder vognmænd det at operere under et veletableret og betroet brand med høj synlighed, stor efterspørgsel og attraktive indtjeningsmuligheder. Mange vognmænd vil derfor sandsynligvis forblive loyale over for Dantaxi-mærket og følge det over til køber, hvilket både bevarer mærkets tiltrækningskraft for køberen og styrker udbuddets overgang væk fra Uber.[895]

1482. Markedstesten viser, at kørselskontorerne overvejende ikke tillægger Dantaxi-varemærket alene stor værdi, og de anfører bl.a., "*Ingen forhold vil gøre varemærket interessant som selvstændigt aktiv*"[896] og "*Som følge af Ubers bevidste og systematiske overførsel af Dantaxi-kunder til Uber-appen er den kommercielle værdi af Dantaxi-varemærket som et selvstændigt aktiv blevet væsentligt forringet. Dantaxi-mærket forbindes derfor ikke længere med en betydelig uafhængig markedsposition, men snarere med en distributionskanal, der er i hastig tilbagegang.*"[897]

1483. Flere kørselskontorer angiver også, at de allerede har deres eget brand og ikke ønsker at vedligeholde flere:

---

[892] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 1 fra [xxx].

[893] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 34.
[894] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 35.
[895] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 36.
[896] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[897] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].

"Dan Taxi logo er på samme måde kun interessant, hvis der er mulighed for en fremtidig drift. Samtidigt skal man, når man har eget brand vurdere om man skal skifte til Dan Taxi logo, og dermed nedlægge ens eget brand. [xxx]."[898]

"Grundlæggende er mærket og brandet uinteressant, da vi har vores eget og ikke kommer til at vedligeholde to brands."[899]

1484. I forhold til konkrete mangler anfører [xxx]: *"Adgang til oplysning om brandets kendskabsgrad, eventuelle igangværende markedsføringsaftaler samt en vurdering af brandets nuværende omdømme."*[900] og [xxx], at *"Kun relevant hvis alle tilknyttede immaterielle aktiver følger med, herunder relevante domæner, sociale medieprofiler, grafisk materiale, markedsføringshistorik og en effektiv beskyttelse mod, at Uber eller Dantaxi anvender forvekslelige kendetegn. Mærket har begrænset værdi uden biler, kunder og drift."*[901]

1485. Det er styrelsens vurdering, at brandet Dantaxi i sig selv kan have en vis brand-værdi og kan tilføre værdi til Frasalgsvirksomheden, herunder i relation til Dantaxi-appen og Dantaxi-forbrugertelefonnummeret, som begge potentielt beholder sit navn, hvis køber ønsker at videreføre dette. Det er dog også styrelsens vurdering, at Dantaxi-varemærket har fået mindre værdi efter fusionen med Uber, jf. også bemærkninger fra kørselskontorer citeret ovenfor.

1486. Samlet er det styrelsens vurdering, at frasalg af Dantaxi-varemærket ikke *i sig selv* er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen. Styrelsen vil foretage en nærmere undersøgelse af, om det vil være tilfældet, såfremt et frasalg af Dantaxi-varemærket til en egnet køber sker sammen med den øvrige del af Frasalgsvirksomheden i afsnit 5.4.3.1.2.

5.4.3.1.2 Salg af Frasalgsvirksomheden som en samlet enhed

1487. Styrelsen har vurderet, at hverken et frasalg af Dantaxi-appen, Dantaxis forbrugertelefonnummer eller Dantaxi-varemærket hver for sig er tilstrækkeligt til at fjerne de konkurrenceproblemer, fusionen giver anledning til.

1488. Det er også styrelsens vurdering, at salg af hele Frasalgsvirksomheden til en egnet køber ikke *i sig selv* er tilstrækkeligt til at fjerne de konkurrenceproblemer, fusionen giver anledning til.

1489. Det skyldes *for det første,* at Frasalgsvirksomheden ikke er klart defineret, jf. afsnit 5.4.3.1.1.1. Her fremhæver kørselskontorer i markedstesten bl.a. uklarhed omkring forhold som tekniske systemer og services, support og knowhow samt overgangsydelser fra Uber.

1490. Det skyldes *for det andet*, at der er så væsentlige mangler ved de enkelte dele af tilsagnet, som også beskrevet af kørselskontorerne, som allerede er beskrevet i afsnit 5.4.3.1.1.2, 5.4.3.1.1.3 og afsnit 5.4.3.1.1.4. Her kan eksempelvis nævnes teknisk infrastruktur og kundedata, hvilket normalt vil følge med i et frasalg.[902] Herudover fremhæver kørselskontorerne særligt, at der er behov for volumen i forhold til en garanteret kundebase og tilhørende vognmandskapacitet, der skal kunne imødekomme efterspørgslen i Frasalgsvirksomheden. Bl.a. disse forhold medfører, at Frasalgsvirksomheden ikke udgør en samlet 'driftsklar' forretning og ikke har en uafhængig markedstilstedeværelse.

---

[898] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[899] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[900] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[901] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[902] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 27.

1491. Uber har i sit høringssvar angivet, at det rette benchmark for det samlede frasalg skal reflektere Ubers position før fusionen (dvs. ture genereret via Drivr). Ifølge Uber skal dette benchmark beregnes på baggrund af en gennemsnit af månederne januar-maj 2025, hvorved Uber når frem til et benchmark på [xxx] på årlig basis. Uber mener, at Frasalgsvirksomheden lever op til dette benchmark.[903]

1492. Styrelsen er *for det første* ikke enig i, at dette er et retvisende benchmark. Dette skyldes bl.a., at januar afspejler den første måned, hvor Uber (via Drivr) var aktiv i Danmark, og omsætningen var derfor under [xxx] i denne måned, hvorimod omsætningen i maj 2025 var steget til ca. [xxx] [xxx][904] Det er derfor styrelsens vurdering, at benchmarket baseret på januar-maj bliver misvisende for Ubers position på fusionstidspunktet. Hvis benchmarket i stedet eksempelvis baseres på perioden februar-maj, bliver beløbet i stedet ca. [xxx] (ca. [xxx]) på årlig basis, mens det vil udgøre ca. [xxx] hvis det baseres på maj alene. *For det andet* bemærker styrelsen, at en del af omsætningen for Dantaxi-appen og Dantaxi-forbrugertelefonnummeret genereres uden for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, som ellers er det geografiske område, hvor tilsagnet skal fjerne de identificerede konkurrenceproblemer. Omsætningen i Frasalgsvirksomheden dækker dermed ikke det benchmark, Uber selv har opstillet for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. *For det tredje* indeholder tilsagnet ikke nogen aftaler med vognmænd, selvom tilsagnet også skal løse konkurrenceproblemerne på udbudssiden af markedet.

1493. Udgangspunktet i Kommissionens tilsagnsmeddelelse er, at den virksomhed, der sælges, skal være en selvstændighed virksomhed[905], at virksomheden omfatter alle dens nuværende medarbejdere eller alt det personale, der er nødvendigt for at sikre virksomhedens rentabilitet og konkurrencedygtighed.[906]

1494. Et kørselskontor har eksempelvis angivet:

> *"[...] Det, der skaber konkurrence, er en samlet og velfungerende virksomhed med tilknyttede vognmænd, operationel organisation, teknisk drift, knowhow, kundeaftaler og en fungerende forretning. Efter vores vurdering vil et frasalg af alene app, varemærke og telefonnummer ikke skabe et effektivt konkurrencepres på Uber. Hvis formålet er at bevare konkurrencen på markedet, bør frasalget omfatte hele Dantaxi som en fortsættende virksomhed."*[907]

1495. Lignende skriver andre markedsaktører:

> *"Vores mulige interesse afhænger afgørende af, om køberen overtager en fungerende forretning og ikke blot tre kundevendte aktiver. Der skal være sikkerhed for, at virksomheden kan levere en konkurrencedygtig service fra første dag."*[908]

> *"[...] Mere grundlæggende kan Frasalgsvirksomheden, som den er defineret i øjeblikket, ikke drives som en uafhængig, selvstændig virksomhed og vil derfor ikke på meningsfuld vis forbedre en potentiel købers konkurrencemæssige stilling, [...]"*[909]

---

[903] Jf. Ubers høringssvar af 3. august 2026 til udkast til vurdering af tilsagn af 28. juli 2026, punkt 4.
[904] Jf. data tilsendt af Uber af den 21. april 2026.
[905] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 33.
[906] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 25.
[907] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 3 fra [xxx].
[908] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[909] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 1 fra [xxx].

1496. Flere kørselskontorer beskriver, at Frasalgsvirksomheden bør indeholde kontrakter, vognmænd samt omsætning:

> *"Det er svært at vurdere, da det er uklart om der medfølger kontrakter på kørsel samt aftaler med vognmænd i handlen. Helt overordnet er et køb alene interessant, hvis kørsel og vognmænd medfølger. […]"*[910]

> *"[…] Frasalgsvirksomheden [er] værdiløs, når der ikke følger omsætning med, og når UBER ikke er afskåret fra at fastholde kunder og vognmænd og vogne."*[911] [styrelsens tilføjelse]

1497. [xxx] anfører:

> *"Pakken består, som* [xxx] *forstår det, alene af immaterielle aktiver (kildekode, et varemærke og et telefonnummer) uden serverinfrastruktur, data, callcenter, personale, vognmænd eller kundeforhold. Frasalgsvirksomheden er, efter* [xxx] *opfattelse, derfor ikke en reel og levedygtig forretning, men en genopbygningsopgave, der vil strække sig over flere år."*[912]

1498. [xxx] anfører derudover vedrørende forhold, der mangler at blive inkluderet i hele Frasalgsvirksomheden:

> *"Den operationelle virksomhed, vognmandsnetværk, kundeaftaler, organisation, personale, tekniske systemer, knowhow og de aktiver, der gør virksomheden i stand til at fungere fra første dag."*[913]

1499. Det er således styrelsens vurdering, at hele Frasalgsvirksomheden ikke *i sig selv* vil kunne sætte en køber i stand til inden for kort tid at udgøre en effektiv konkurrent, der kan lægge et konkurrencepres, der svarer til det konkurrencepres, der er forsvundet som følge af fusionen.

1500. Uber har i sit høringssvar angivet, at styrelsen i sin vurdering af Frasalgsvirksomheden har lagt overvældende vægt på konkurrenternes svar i markedstesten, og at styrelsen skulle have forholdt sig kritisk til disse bemærkninger.[914]

1501. Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen er vant til at behandle partsindlæg i sine sager og til at tage forbehold herfor. Det er dog også styrelsens klare erfaring, at såfremt aktører i en markedstest har en reel interesse i at overtage tilbudte aktiver, så vil de give udtryk herfor – evt. med forslag til justeringer af tilsagnet. Her er der tale om en klar afvisning fra de mulige egnede købere.

1502. Uber anfører desuden, at en række af styrelsens spørgsmål har været biased og har eksplicit nævnt flere spørgsmål. Styrelsen er overordnet ikke enig i, at der er tale om spørgsmål med bias. Styrelsen bemærker desuden, at Uber fik spørgsmålene sendt til kommentering, inden markedstesten blev gennemført, og Uber havde på daværende tidspunkt ingen kommentarer til formuleringen af de af Uber nu fremhævede spørgsmål.

---

[910] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 1 fra [xxx].
[911] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 12 fra [xxx].
[912] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 1 fra [xxx].
[913] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 3 fra [xxx].
[914] Jf. Ubers høringssvar af 3. august 2026 til udkast til vurdering af tilsagn af 28. juli 2026, punkt 13-15.

5.4.3.1.3 Vognmænds særlige opsigelsesret ved skifte til køber af Frasalgsvirksomheden er utilstrækkelig

1503. Uber har, udover afhændelse af Frasalgsvirksomheden, afgivet tilsagn om at give en særlig opsigelsesret til vognmænd ved et skifte til en køber af Frasalgsvirksomheden. Dette skal ifølge Uber styrke en købers mulighed for fuldt ud at udnytte Frasalgsvirksomheden.[915]

1504. Styrelsen vil i det følgende vurdere, hvorvidt vognmænds særlige opsigelsesret bidrager tilstrækkeligt til, at afhændelse af Frasalgsvirksomheden alligevel vil kunne sætte en køber i stand til inden for kort tid at udgøre en effektiv konkurrent, der kan lægge et konkurrencepres, der svarer til det konkurrencepres, der er forsvundet som følge af fusionen.

1505. Som beskrevet ovenfor i punkt 1405 skal tilsagnet fuldstændigt fjerne konkurrenceproblemerne, herunder også horisontale ensidige virkninger på markedet for salg af kørselskontorydelser, som opstår ved fusionen på baggrund af kombinationen af indirekte netværkseffekter og Ubers øgede markedsstyrke på relaterede markeder, jf. bl.a. punkt 820.

1506. Ubers tilsagn af den 6. juli 2026 indeholder ingen vognmandsaftaler. Der er således ikke nogen vognmænd, der følger med Frasalgsvirksomheden, og dermed ikke nogen (ekstra) vognmænd hos en køber til at køre taxiture for kunderne, der bestiller taxi via Dantaxi-appen, eller som ringer efter en taxa på telefonnummeret 4x48.

1507. Uber har i den forbindelse gjort gældende overfor styrelsen, at "[…] *der hverken findes eller bør findes en mekanisme, hvorved selskabet kan tvinge Vognmænd til at skifte. Vognmænd er og skal forblive frie til at bestemme, hvilket kørselskontor de vil tilknytte sig. De vil drage fordel af en stærk konkurrence mellem kørselskontorerne, og Tilsagnene vil i væsentlig grad styrke denne konkurrencedynamik*."[916] Styrelsen bemærker hertil, at Uber selv - via opkøbet af Dantaxi - har overtaget aftalerne med en lang række vognmænd, uden at vognmændene selv har valgt det. En løsning med overdragelse af aftaler med vognmænd bør derfor efter styrelsens vurdering ikke udelukkes, så længe vognmændene har mulighed for at flytte videre til et andet kørselskontor.

1508. Uber har tilbudt tilsagn om at give Dantaxi-vognmænd en 'særlig opsigelsesret', som skal give vognmænd mulighed for og incitament til at skifte til køberen af Frasalgsvirksomheden, med henblik på at køber af Frasalgsvirksomheden har mulighed for hurtigt at få nye vognmænd tilknyttet, som kan udføre selve taxiturene for køber. Vognmændene vil i forbindelse med denne ret få et økonomisk bidrag på 10.000 kr. til omfoliering pr. bil.

1509. Derudover vil Uber nedsætte den tidligst mulige opsigelsesperiode for Dantaxi-vognmænd til seks måneder og nedsætte opsigelsesfristen til tre måneder, jf. nærmere herom i afsnit 5.4.3.1.5 nedenfor.

1510. Uber har anført, at "*Disse Tilsagn [vedrørende vognmænd] sikrer derfor, at Vognmænd kan skifte uden at pådrage sig væsentlige omkostninger eller forsinkelser. Sammen med tilsagnene vedrørende skala, som vil styrke alternative kørselskontorers konkurrenceevne væsentligt, vil incitamenterne for Vognmændene til at skifte blive yderligere forstærket.*"[917] [styrelsens tilføjelse]

1511. Det er styrelses vurdering, at de stærke netværkseffekter på markedet indebærer, at værdien for brugerne på den ene side af platformen øges, når antallet af brugere på den anden side stiger. I nærværende sammenhæng betyder det, at vognmænd typisk får større værdi af at være tilknyttet et givent kørselskontor, når det har en større brugerbase af passagerer og dermed et

[915] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 51.
[916] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 53.
[917] Jf. redegørelse for tilsagn af 29. juni 2026, sendt til styrelsen den 30. juni, punkt 54.

større ordreflow. Omvendt kan en større tilknyttet kapacitet – flere tilgængelige vognmænd/biler via kørselskontorer – øge kørselskontorets værdi for passagererne, fx ved kortere ventetid, bedre tilgængelighed og højere sandsynlighed for at få en taxi. Denne gensidige forstærkning kan medvirke til, at kørselskontorets brugerbase og tilknyttede kapacitet udvikler sig selvforstærkende.

1512. Hvis en køber af Frasalgsvirksomheden kan tiltrække en større brugerbase, og dermed en tilstrækkelig volumen på passagersiden af markedet, vil det potentielt kunne tiltrække flere vognmænd, da vognmænd typisk vil søge hen til det kørselskontor, der har en stor brugerbase.

1513. Styrelsen vil derfor i det følgende vurdere, om besvarelserne af markedstesten understøtter, at en køber af Frasalgsvirksomheden vil kunne tiltrække et tilstrækkeligt antal vognmænd fra Dantaxi.

1514. I forhold til den særlige opsigelsesret forholder kørselskontorerne sig kritisk i markedstesten. Adspurgt om, "*Hvor mange vognmænd, vurderer I, vil skifte til jeres virksomhed som en følge af overtagelsen i løbet af den særlige opsigelsesperiode?*", svarer fire ud af ni kørselskontorer, at nul vognmænd forventes at skifte, mens de resterende fem kørselskontorer ikke kan svare på spørgsmålet. Dem, der ikke har foretaget et konkret skøn for antallet af vognmænd, der vil skifte, har bl.a. anført, at tilgang af vognmænd kræver fast kontraktkørsel,[918] og at det afhænger af dokumenteret turmængde mv.,[919] og at vognmænd følger efterspørgsel og indtjening - ikke et logo.[920] Et enkelt kørselskontor forholder sig til periodens længde og anfører, at "*En engangsperiode på én måned er meget kort*".[921]

1515. I forhold til spørgsmålet om "*Hvor mange nye vognmænd ville jeres virksomhed være i stand til at håndtere optagelsen af på én måned*?", har to kørselskontorer svaret "ved ikke". To kørselskontorer har angivet [xxx], og ét af dem, [xxx], begrunder dette med: "*Dette spørgsmål er ikke relevant, da der ikke vil være nogen ekstra efterspørgsel som følge af købet og derfor heller ikke noget behov for at optage yderligere chauffører uden at foretage betydelige yderligere investeringer for at imødekomme den stigende efterspørgsel (da indtjeningen ellers ville blive kraftigt udvandet for de nye chauffører).*"[922] Fire kørselskontorer har angivet mellem [xxx] vognmænd, mens én aktør har anført [xxx] vognmænd. [xxx], der har anført det højeste antal vognmænd, begrunder dette med, at virksomheden [xxx]: " [xxx] *den tekniske integration af Dantaxis vognmænd vil kunne gennemføres hurtigt og effektivt.*"[923]

1516. Kørselskontorerne er også blevet spurgt: "*Hvor lang tid vil der gå med eventuel foliering/omfoliering af bilen/bilerne, før de er klar til at køre første tur?*". Her er der en række kørselskontorer, der alene angiver et estimat for et antal vognmænd på 50 eller derunder. [xxx] tilføjer, at det ikke er relevant med et højere antal end det.[924] [xxx], [xxx], svarer "ved ikke".

1517. Blandt de kørselskontorer, der har angivet estimater for 100 vognmænd eller flere, fordeler svarene sig som følger:

- 100 vognmænd: Mellem 14-30 dage.
- 200 vognmænd: Mellem 21-60 dage.

---

[918] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 14 fra [xxx].
[919] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 14 fra [xxx].
[920] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 14 fra [xxx].
[921] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 14 fra [xxx]
[922] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 15 fra [xxx].
[923] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 15 fra [xxx].
[924] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 18 fra [xxx].

- 500 vognmænd: Mellem (30-[xxx]) til 120 dage

1518. Det er styrelsens vurdering, at kørselskontorernes estimater viser, at kørselskontorerne vil have behov for mere end én måned til at kunne optage og omfoliere et tilstrækkeligt antal vognmænd og biler til, at det vil sætte dem i stand til at erstatte det konkurrencepres, der er forsvundet som følge af fusionen.[925]

1519. For så vidt angår omkostninger til omfoliering for en vognmand, der ønsker at skifte kørselskontor, estimerer de otte kørselskontorer, der har angivet et bud, følgende:[926]

- Ét kørselskontor angiver [xxx] kr.
- To kørselskontor angiver, at det vil koste fra [xxx] kr. og op til hhv. [xxx] kr. eller [xxx] kr.
- De øvrige fem kørselskontorer angiver, at det vil koste fra [xxx] kr. og op til [xxx] kr. Der er således et flertal af kørselskontorerne, der vurderer, at det vil koste mere end [xxx] kr. at omfoliere en bil.

1520. I forhold til de samlede skifteomkostninger for en vognmand varierer kørselskontorernes estimater betydeligt og går fra [xxx]-[xxx] kr. (ét kørselskontor) til [xxx]- [xxx] kr. Det gennemsnitlige estimat ligger på ca. [xxx] kr. [927]

1521. Det er på baggrund heraf styrelsens vurdering, at der er betydelige omkostninger for en vognmand, der ønsker at skifte kørselskontor – også udover omfoliering.

1522. Blandt vognmændene er der et betydeligt flertal, der angiver, at det er usandsynligt eller meget usandsynligt, at de under vilkårene i den særlige opsigelsesperiode – inden for denne måned - vil skifte til de enkelte kørselskontorer, såfremt de overtager hele eller dele af Frasalgsvirksomheden, jf. Tabel 5.23.

Tabel 5.23 Andel af vognmænd, der har angivet, at det er usandsynligt eller meget usandsynligt, at de vil skifte kørselskontor i den særlige opsigelsesperiode

Kørselskontor	Køber overtager dele af frasalgsvirksomhed	Køber overtager hele frasalgsvirksomhed
Taxa 4x35	[50-60] pct.	[50-60] pct.
Taxa Syd (Taxa 4x27)	[70-80] pct.	[70-80] pct.
Bolt	[70-80] pct.	[70-80] pct.
Drivr	[70-80] pct.	[70-80] pct.
Green SM	[70-80] pct.	[70-80] pct.
Et andet kørselskontor	[60-70] pct	[60-70] pct.
Et selskab pt. uden tilladelse til at drive kørselskontor	[70-80] pct.	[70-80] pct.

[925] Til sammenligning havde Drivr før fusionen i maj 2025 [xxx] vognmænd tilknyttet, jf. Tabel 5.6.
[926] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 19.
[927] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 20.

Note: Opgørelsen er baseret på Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedstest af tilsagn blandt vognmænd og vedrører besvarelserne af spørgsmål 10-17. Tabellen viser andelen af respondenter, der har angivet, at det er usandsynligt eller meget usandsynligt, at de vil skifte til det pågældende kørselskontor.

Anm.: Respondenter, der har svaret "ved ikke", er ikke medtaget i procentberegningerne. Andelen af "ved ikke"-besvarelser varierer mellem [20-30] pct. og [30-40] pct. på tværs af spørgsmålene.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens beregninger på baggrund af data indsamlet i forbindelse med markedstesten af tilsagn blandt vognmænd.

1523. Samlet set er det styrelsens vurdering, at den særlige opsigelsesperiode ikke er lang nok til, at kørselskontorerne vil være i stand til at optage et tilstrækkeligt antal vognmænd til, at det – i sammenhæng med køb af Frasalgsvirksomheden – vil fjerne de skadelige virkninger af fusionen. Det er samtidig styrelsens vurdering, at der er betydelige omkostninger for vognmændene ved et skifte af kørselskontor, og at Ubers tilbud om et økonomisk tilskud på 10.000 kr. til omfoliering af bil ikke er tilstrækkeligt til at sikre vognmændenes incitament til at skifte til en køber af Frasalgsvirksomheden. Dermed er det styrelsens vurdering, at den særlige opsigelsesperiode og det økonomiske tilskud til omfoliering ikke er tilstrækkeligt til at sikre, at Frasalgsvirksomheden vil udgøre en rentabel og levedygtig virksomhed, der kan sætte køber i stand til at erstatte det konkurrencepres, der er forsvundet som følge af fusionen.

5.4.3.1.4 Delkonklusion

1524. Det er samlet styrelsens vurdering, at hverken hele eller dele af Frasalgsvirksomheden til en egnet køber i sig selv eller i sammenhæng med den særlige opsigelsesret er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen.

1525. Det er således styrelsens vurdering, at Frasalgsvirksomheden sammen med vognmænds særlige opsigelsesret ikke udgør en rentabel eller levedygtig virksomhed.

1526. Ifølge Uber har styrelsen ikke forud for markedstesten indikeret, at et frasalg baseret på aktiver var kategorisk uacceptabelt, og at det derfor er inkonsistent og processuelt unfair, at styrelsen afviser tilsagnet, fordi det ikke udgør en going concern.[928]

1527. Styrelsen bemærker hertil, at styrelsen ikke generelt anser frasalg baseret på aktiver som kategorisk uacceptable, men som noget, der må være genstand for en konkret vurdering. Der er, jf. ovenfor, en lang række konkrete mangler ved Frasalgsvirksomheden, der ligger til grund for styrelsens vurdering af, at denne del af tilsagnet er utilstrækkelig. Styrelsen har bl.a. løbende i processen opfordret Uber til at inkludere mere skala både på passagersiden og på vognmandssiden, hvilket Uber på daværende tidspunkt valgte ikke at gøre.

1528. Styrelsen vil i det følgende vurdere, om de øvrige dele af Ubers tilbudte tilsagn om afhændelse af Frasalgsvirksomheden og den særlige opsigelsesret i sammenhæng med Ubers øvrige forpligtelser for henholdsvis ændrede kontraktvilkår for vognmænd og forbindelser til konkurrenter alligevel vil være tilstrækkeligt til at fjerne skadelige virkninger af fusionen.

---

[928] Jf. Ubers høringssvar af 3. august 2026 til udkast til vurdering af tilsagn af 28. juli 2026, punkt 11-12.

5.4.3.1.5 Ændrede kontraktvilkår for vognmænd er utilstrækkelige

1529. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Den ændring af markedsstrukturerne, en planlagt fusion vil føre til, kan bevirke, at eksisterende kontraktarrangementer kommer til at lægge hindringer i vejen for en effektiv konkurrence. Det gælder især for langfristede leveringsaftaler, hvis de afskærer konkurrenter fra at få adgang til input eller hindrer dem i at få adgang til kunderne. Hvis den fusionerede enhed bliver i stand til at fortrænge sine konkurrenter på denne måde, vil de markedsafskærmende virkninger af eksisterende eksklusivkontrakter kunne lægge betydelige hindringer i vejen for den effektive konkurrence.*
>
> *Under sådanne omstændigheder vil en opsigelse eller ændring af eksisterende eksklusivarrangementer kunne være en egnet løsning til at fjerne konkurrenceproblemerne. Kommissionen må imidlertid ud fra de foreliggende oplysninger være i stand til klart at fastslå, at der ikke de facto fortsat vil bestå nogen eksklusivitet. Desuden vil en sådan ændring af langfristede kontrakter normalt kun være tilstrækkelig som en del af en mere omfattende tilsagnspakke."*[929] [fodnoter udeladt], [styrelsens understregning]

1530. Dantaxis standardaftale med vognmænd indeholder [xxx], jf. punkt 136.

1531. Som det fremgår af punkt 965 ovenfor, er vognmændenes mobilitet begrænset af bindingsperioder og opsigelsesvarsler. Styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer viser, at [xxx] pct. af kørselskontorerne havde en bindingsperiode på op til 3 måneder, en [xxx] af kørselskontorerne havde en bindingsperiode på 4-6 måneder ([xxx] angav binding på 13-18 måneder).[930] Der er således [xxx] kørselskontor [xxx], der har en bindingsperiode på over 6 måneder.

1532. I forhold til opsigelsesvarsler har [xxx] pct. af kørselskontorerne et opsigelsesvarsel på mellem 30 dage til 3 måneder, mens [xxx] pct. af kørselskontorerne har et opsigelsesvarsel på 4-6 måneder.

1533. Det er ligeledes mange vognmænds opfattelse, at det er tidskrævende at skifte kørselskontor udover kontraktuel binding og opsigelsesvarsel. Hovedparten af vognmændene i styrelsens vognmandsundersøgelse giver således udtryk for, at det efter deres opfattelse ville tage 4-6 måneder eller derover, selv hvis de ikke skulle betale et eventuelt opsigelsesgebyr for at komme ud af deres nuværende kontrakt.[931]

1534. Uber har anført, at tilsagnet vedrørende vognmænds bindingsperioder og opsigelsesvarsler i væsentlig grad forbedrer Dantaxi-vognmændenes mulighed for at skifte til andre kørselskontorer, hvilket ifølge Uber imødekommer styrelsens betænkeligheder om betydelige barrierer for kørselskontorernes evne til at tiltrække vognmænd. Uber har således tilbudt tilsagn, der indebærer, at den tidligst mulige opsigelsesperiode for vognmænd tilknyttet Dantaxi i en periode på [xxx] fra Konkurrencerådets afgørelse nedsættes fra [xxx] til seks måneder, og at vognmændenes opsigelsesvarsel nedsættes til tre måneder.[932]

1535. Uber gør gældende, at varigheden af opsigelsesperioden skal tage højde for Ubers investering i forholdet til vognmændene og give plads til en tilstrækkelig periode til at tjene denne investe-

---

[929] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 67-68.
[930] Jf. markedsundersøgelse blandt kørselskontorer, spørgsmål 121 og spørgsmål 124.
[931] Jf. vognmandsundersøgelse, spørgsmål 17.
[932] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 28-29.

ring ind. En kortere periode ville på urimelig vis fratage Uber muligheden for at tjene omkostningerne ved vognmændenes onboarding ind.[933]

1536. Det er styrelsens vurdering, at en bindingsperiode på højst seks måneder som følge af tilsagnet fortsat er en relativt lang periode sammenlignet med andre kørselskontorer, jf. styrelsens markedsundersøgelse blandt kørselskontorer.

1537. Adspurgt i markedstest af tilsagn har [70-80] pct. af de responderende Dantaxi-vognmænd svaret, at det i "Nogen grad" eller "Høj grad" vil gøre det mere sandsynligt, at de ville skifte til et andet kørselskontor, hvis bindingsperioden blev forkortet til seks måneder.[934] Ud af de [20-30] pct. som har svaret "Ingen grad" eller "Lille grad" (spørgsmål 117), har [60-70] pct. svaret, at en kortere bindingsperiode [xxx] *ikke* vil gøre det mere sandsynligt, at de skifter kørselskontor.[935] [40-50] pct. ([xxx] respondenter) af disse respondenter har i tillæg hertil svaret, at de ikke ved, hvor kort bindingsperioden skulle være, for at de ville skifte.[936, 937]

1538. Ubers foreslåede opsigelsesvarsel på tre måneder umiddelbart på niveau med opsigelsesvarslerne i markedet.

1539. Adspurgt i markedstest af tilsagn, har [70-80] pct. af de responderende Dantaxi-vognmænd svaret, at det i "Nogen grad" eller "Høj grad" vil gøre det mere sandsynligt, at de ville skifte til et andet kørselskontor, hvis opsigelsesperioden blev forkortet til tre måneder.[938] Ud af de [20-30] pct. som har svaret "Ingen grad" eller "Lille grad" (spørgsmål 122), har [80-90] pct. svaret, at en kortere opsigelsesperiode [xxx] *ikke* vil gøre det mere sandsynligt, at de skifter kørselskontor.[939, 940]

1540. Samlet er det styrelsens vurdering, at denne del af tilsagnet vedrørende hurtigere muligheder for opsigelse for Dantaxi-vognmændene kan bidrage til at reducere nogle af hindringerne (skiftebarrierer) for effektiv konkurrence, som er identificeret af styrelsen, men at den foreslåede opsigelsesperiode fortsat er relativt lang. Det er dog også styrelsen vurdering, at ændringen af kontraktvilkår mellem Uber og Dantaxi-vognmænd ikke i sig selv giver vognmændene incitament til at skifte til en køber af Frasalgsvirksomheden, hvis Frasalgsvirksomheden ikke indeholder en tilstrækkelig stor brugerbase (skala) til, at vognmændene faktisk vælger at skifte kørselskontor.

1541. Det er dermed også styrelsens vurdering, at ændringen af kontraktvilkår for Dantaxi-vognmænd ikke er en egnet løsning til alene at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af horisontale ensidige virkninger, herunder øget risiko for market tipping.

5.4.3.1.6 Uber vil fortsat have en tæt forbindelse til Drivr

1542. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Afhændelsestilsagn kan også være egnede til at eliminere forbindelser mellem parterne og deres konkurrenter i tilfælde, hvor de problemer, fusionen rejser, bl.a. beror på sådanne forbindelser. For at få brudt en strukturel forbindelse til en betydelig konkur-*

---

[933] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 30.
[934] Jf. markedstest af tilsagn blandt Dantaxi-vognmænd, spørgsmål 117.
[935] Jf. markedstest af tilsagn blandt Dantaxi-vognmænd, spørgsmål 119.
[936] Jf. markedstest af tilsagn blandt Dantaxi-vognmænd, spørgsmål 120.
[937] Tallene er opgjort ekskl. de vognmænd, der har svaret "ved ikke".
[938] Jf. markedstest af tilsagn blandt Dantaxi-vognmænd, spørgsmål 122.
[939] Jf. markedstest af tilsagn blandt Dantaxi-vognmænd, spørgsmål 124.
[940] Tallene er opgjort ekskl. de vognmænd, der har svaret "ved ikke".

rent kan det være nødvendigt, at der afhændes minoritetsinteresser, som en af parterne måtte have i et joint venture eller i en konkurrent."[941] [fodnoter udeladt]

1543. Videre fremgår af punkt 59 i Kommissionens tilsagnsmeddelelse om afhændelse af minoritetsinteresser:

> *Selv om en afhændelse af sådanne interesser er den foretrukne løsning, vil Kommissionen undtagelsesvis kunne acceptere, at der blot gives afkald på udøvelse af de rettigheder, minoritetsinteresser i en konkurrent er forbundet med, når det i betragtning af de særlige omstændigheder i sagen kan udelukkes, at den økonomiske gevinst, disse interesser giver, i sig selv ville rejse konkurrenceproblemer. I sådanne tilfælde vil parterne skulle give afkald på alle rettigheder i forbindelse med disse interesser, som vil være relevante for konkurrenceadfærden, såsom sæde i bestyrelsen, vetoret og desuden informationsrettigheder. Kommissionen vil kun kunne acceptere denne måde at eliminere forbindelserne til en konkurrent på, hvis der er tale om et fuldt, permanent afkald på disse rettigheder.*[942] [fodnoter udeladt], [styrelsens understregning]

1544. Endelig fremgår:

> *"Når konkurrenceproblemerne beror på aftaler med virksomheder, der udbyder samme produkter eller tjenesteydelser, kan løsningen bestå i en opsigelse af den pågældende aftale, der f.eks. kan være en distributionsaftale med en konkurrent eller en aftale om samordning af visse forretningsmetoder. At en distributionsaftale opsiges, vil dog kun i sig selv fjerne konkurrenceproblemerne, hvis der er sikkerhed for, at konkurrentens produkt også vil blive distribueret fremover og lægge et effektivt konkurrencepres på parterne."*[943] [fodnoter udeladt], [styrelsens understregning]

1545. Uber vil med tilsagnet [xxx].

1546. [xxx].[944]

1547. Konkret i forhold til markedstest af denne del af tilsagnet, har styrelsen spurgt Drivr, om forholdene nævnt under afsnit 4.1 [xxx].

1548. [xxx][945]

1549. [xxx][946]

1550. [xxx][947]

1551. På baggrund af [xxx].

1552. Det er dermed også styrelsens vurdering, at [xxx] ikke er en tilstrækkelig løsning til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af horisontale ensidige virkninger, herunder øget risiko

---

[941] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 58.
[942] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 59.
[943] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 60.
[944] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 35-36.
[945] Jf. [xxx]
[946] [xxx].
[947] [xxx].

for market tipping. Hvorvidt denne del af tilsagnet bidrager til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af koordinerede virkninger behandles i afsnit 5.4.3.3.

1553. Videre bemærkes, at en fuld afhændelse af den strukturelle forbindelse til Drivr, eller opsigelse af samarbejdsaftalen med Drivr i denne konkrete sag potentielt vil skabe nye konkurrenceproblemer, jf. styrelsens analyse i afsnittet om hel og delvis inputafskærmning af Drivr i afsnit 5.2.6.1.

5.4.3.1.7 Tilsagnets implementering og effektivitet er utilstrækkelig

1554. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Strukturelle tilsagn, især afhændelser, som tilbydes af parterne, vil kunne opfylde disse betingelser i det omfang, hvor Kommissionen med tilstrækkelig stor sikkerhed kan fastslå, at det vil være muligt at opfylde dem, og at de nye strukturer på markedet, som tilsagnene vil resultere i, er tilstrækkeligt levedygtige og holdbare til at sikre, at fusionen ikke kommer til at hæmme den effektive konkurrence betydeligt."*[948] [fodnoter udeladt]

1555. Videre fremgår, at:

> *"Den grad af sikkerhed omkring implementeringen af de tilbudte tilsagn, der må kræves, kan i særdeleshed blive påvirket af risici i relation til afhændelsen af den virksomhed, der skal frasælges, som f.eks. kan bero på, at parterne har stillet visse betingelser for afhændelsen, at tredjemand har rettigheder i denne virksomhed, at det kan være vanskeligt at finde en egnet køber, eller på, at der er risiko for, at aktivernes værdi vil blive forringet i tiden indtil afhændelsen har fundet sted. Det er op til parterne at eliminere en sådan usikkerhed omkring tilsagnets implementering, når de forelægger Kommissionen deres tilbud om tilsagn."*[949] [fodnoter udeladt]

1556. Det fremgår desuden af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at der ved afhændelser ikke kræves nogen yderligere overvågning, så snart afhændelsen har fundet sted, hvor der ved andre typer tilsagn kræves effektive overvågningsmekanismer for at sikre, at virkningen af dem ikke mindskes eller sågar elimineres af parterne. Tilsagn skal således have en effektiv implementering, og der skal være mulighed for at overvåge tilsagnenes opfyldelse.[950]

1557. Styrelsen vil i det følgende vurdere tilsagnets implementering og effektivitet relateret til i) Ubers forpligtelser i forbindelse med bevarelse af Frasalgsvirksomheden i overgangsperioden og ii) muligheden for at finde en egnet køber af Frasalgsvirksomheden.

5.4.3.1.7.1 Ubers forpligtelser i forbindelse med bevarelse af Frasalgsvirksomheden i overgangsperioden er utilstrækkelige

1558. Med henblik på at sikre tilsagnets implementering og effektivitet har fusionsparter også visse forpligtelser i overgangsperioden. Tilsagn bør derfor normalt indeholde i) garantier for bevarelse af den afhændede virksomheds rentabilitet i overgangsperioden, ii) nærmere bestemmelser om, hvordan eventuel udskillelse skal foregå, og iii) hvordan virksomhedens afhændelse skal forberedes.

---

[948] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 10.
[949] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 11.
[950] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 13.

1559. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Det er parternes ansvar at reducere den eventuelle risiko for, at den afhændede virksomhed mister noget af sin konkurrencedygtighed som følge af usikkerhed i forbindelse med overdragelsen. Kommissionen vil kræve, at parterne afgiver tilsagn om at bevare virksomhedens uafhængighed, økonomiske rentabilitet, salgbarhed og konkurrencedygtighed, indtil virksomheden er overgået til køberen. Sådanne tilsagn er en forudsætning for, at Kommissionen med den krævede grad af sikkerhed kan drage den konklusion, at afhændelsen vil blive gennemført på den måde, som parterne har givet tilsagn om."*[951] [styrelsens understregning]

1560. I forhold til at bevare virksomhedens uafhængighed, økonomiske rentabilitet, salgbarhed og konkurrencedygtighed i frasalgsperioden har Uber afgivet en række tilsagn.

1561. Uber forpligter sig i tilsagnet til - indtil gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden - ikke at udføre handlinger, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien af Frasalgsvirksomheden.

1562. Derudover har Uber i tilsagnet forpligtet sig til at udføre en række specifikke markedsføringstiltag, som fx at ophøre med alle app-interne kampagner, krydsmarkedsføringsindhold og rabattilbud i Dantaxi-appen, der er designet eller beregnet til at tilskynde brugerne til at anvende Ubers app samt ophøre med alle in-app-viderestillinger, opfordringer eller interface-elementer i Dantaxi-appen, der leder eller tilskynder brugerne til at downloade, åbne eller bruge Ubers app.

1563. Uber vil derudover øge de månedlige markedsføringsudgifter til Dantaxi-appen til [xxx] kr., og vil ikke udsende direkte markedsføring til brugere, der har en e-mailadresse registreret i Dantaxi-appen. Uber er dog ikke afskåret fra at fremsende kommunikation til Dantaxi-kunder, der også har en registreret konto i Uber-appen.

1564. Endelig må Uber ikke offentligt lancere, markedsføre eller kommercielt drive et nyt telefonnummer, der er beregnet til at erstatte forbrugertelefonnummeret 4x48, og Uber skal foranledige, at Dantaxi instruerer alt Dantaxi-personale i ikke at sælge eller overføre nogen kunder til Uber. Dette gælder ikke for erhvervskunder eller offentlige kunder. Uber har ikke redegjort for, hvordan denne adskillelse skal fungere i praksis.

1565. Uber gør gældende, at Uber skal forblive fri til at drive generel markedsføring af Uber-applikationen, herunder på Dantaxi-køretøjer. Uber kan derfor fortsat anvende brand-annoncering og markedsføringsmaterialer vedrørende Uber-applikationerne. Sådan markedsføring udgør ifølge Uber en del af Ubers ordinære kommercielle aktiviteter. Ifølge Uber er de tilbudte tilsagn i denne henseende tilstrækkelige til at sikre, at Frasalgsvirksomheden ikke udvandes af målrettede markedsføringstiltag.[952]

1566. Styrelsen har i markedstesten spurgt kørselskontorerne om, hvor store markedsføringsomkostninger det efter deres vurdering vil kræve at holde Frasalgsvirksomheden konkurrencedygtig i frasalgsperioden. Generelt har det været vanskeligt for kørselskontorerne at besvare dette spørgsmål. [xxx] kørselskontorer har svaret, at det ikke kan estimeres. [xxx], har anført, *"Det er svært at gøre op, men synligheden må kunne måles. Det må være rimeligt at der bruges samme beløb som Uber bruger på deres egen app."*[953], mens [xxx] har uddybet med: *"Ved ikke*

[951] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 108.
[952] Jf. redegørelse for tilsagn af 6. juli 2026, punkt 5.
[953] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 9 fra [xxx].

hvor meget det kræver – men det må forventes at være et anseeligt beløb. Man kunne tage udgangspunkt i de markedsføringsudgifter Dantaxi løbende har haft."[954]

1567. [xxx] har angivet "200.000 kr." [xxx], "*Det kan også være at det er dobbelt så stor. Stor usikkerhed omkring dette.*"[955] Et tredje kørselskontor har svaret: "*Hvis disse markedsføringstilskud imidlertid skulle bringe Dantaxi-appen tilbage til en markedsandel svarende til niveauet før overtagelsen* [xxx]*, ville der efter* [xxx] *være behov for en investering på ca.* [xxx]*, den danske markedsstruktur taget i betragtning.*"[956]

1568. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Generelt skal disse tilsagn være udformet således, at afhændelsespakken holdes adskilt fra den virksomhed, parterne beholder, og således at det sikres, at den administreres som en særskilt og salgbar virksomhed med dens egne interesser for øje, med henblik på at sikre dens fortsatte rentabilitet, salgbarhed og konkurrencedygtighed samt dens uafhængighed af den virksomhed, som parterne beholder."*[957] [styrelsens understregning]

1569. Styrelsen har i markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer spurgt, om punkt 5 og 6 i tilsagnet, som kort gengivet ovenfor, efter deres vurdering er tilstrækkelige til at sikre, at Frasalgsvirksomheden kan opretholde sin nuværende konkurrenceevne i Frasalgsperioden (spørgsmål 10). Hertil har fem respondenter svaret "Nej", og fire respondenter har svaret "Ved ikke".

1570. Et kørselskontor har uddybet sin besvarelse med:

> *"Vi kan ikke på nuværende tidspunkt vurdere tilstrækkeligheden af tilsagnene, da vi ikke har haft adgang til de underliggende nøgletal og den tekniske dokumentation for Frasalgsvirksomheden. Vi vil dog fremhæve, at en klar forpligtelse til overgangsbistand (transition services) fra Uber i en periode efter overtagelsen efter vores vurdering er vigtig for at sikre kontinuitet."*[958]

1571. Et andet kørselskontor har tilføjet:

> *"Det er flot beskrevet, men vi har svært ved at se hvordan en ny køber kan kontrollere processen, både processen frem til et salg og den efterfølgende proces."*[959]

1572. Et tredje kørselskontor har anført:

> *"Nej. Tiltagene er positive, men utilstrækkelige. Der bør desuden kræves: hold-separate-foranstaltninger; fortsat fuld teknisk vedligeholdelse og udvikling; faste minimumskrav til aktive brugere, turvolumen og appens funktionalitet; forbud mod yderligere flytning af kunder, personale, data og aktiviteter til Uber; beskyttelse af app-store-konti, domæner og søgeplacering; neutral og uafhængigt kontrolleret samtykkeproces; overgangsservice for backend, API'er og callcenter; forbud mod at påvirke vognmænd til at blive;*

---

[954] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 9 fra [xxx].
[955] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 9 fra [xxx].
[956] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 2 fra [xxx].
[957] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 109.
[958] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 10 fra [xxx].
[959] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 10 fra [xxx].

samt løbende rapportering til en uafhængig trustee. Det bør også sikres, at markedsføringsindsatsen giver reelle resultater og ikke blot opfylder et beløbskrav."[960]

1573. Som beskrevet ovenfor i afsnit 5.4.3.1.1.2 og 5.4.3.1.1.3 er omsætningen inden for både Dantaxi-appen og Dantaxi-forbrugertelefonnummeret faldet [xxx] siden fusionen, hvilket betyder, at værdien heraf også er aftaget betydeligt. Særligt har Uber tilbudt [xxx] rabatter til Dantaxi-brugere i Dantaxi-appen med henblik på at flytte dem over på Ubers app.

1574. Med dette in mente er det styrelsens vurdering, at det er særligt vigtigt for den konkrete Frasalgsvirksomhed, at Frasalgsvirksomheden ikke mister yderligere værdi og i øvrigt kan drives rentabelt og konkurrencedygtigt. Det skal også ses i forhold til det særlige forhold, at fusionen allerede er gennemført, og at Uber og Dantaxi, inkl. medarbejdere m.v., i et år har fungeret som en samlet enhed og nu på en række områder skal agere uafhængigt.

1575. Styrelsen har i den forbindelse beskrevet over for Uber, at Uber bør afstå fra at lave markedsføring i overgangsperioden, der har til hensigt at få kunder til at skifte til Uber på alle Dantaxis salgskanaler (og ikke kun afgrænset til appen) med henblik på at bevare mest mulig værdi af Frasalgsvirksomheden.

1576. Derudover har styrelsen ad flere omgange bedt Uber redegøre nærmere for, hvordan Frasalgsvirksomheden skal håndteres i den daglige drift frem til frasalget, og hvordan Frasalgsvirksomheden sikres fortsat drift og optimering uden indflydelse fra Uber. Hertil har styrelsen nævnt, at det vil være hensigtsmæssigt, at der eksplicit er angivet yderligere forholdsregler, bl.a. at der skal være samme bemanding, åbningstider, ventetider, hjemmeside mv. for Frasalgsvirksomheden i overgangsperioden.

1577. Uber har anført:

"Frasalgsvirksomhederne [xxx]. Det er hverken nødvendigt eller muligt at specificere, hvordan Frasalgsvirksomhederne skal drives med hensyn til måleparametre som bemandingsniveauer, åbningstider og ventetider i perioden frem til Gennemførelse af Salget. Driftsmæssige måleparametre, såsom bemandingsniveauer, åbningstider og ventetider, er i sagens natur underlagt ændringer over tid og kan påvirkes af en række faktorer, herunder markedsudviklingen, efterspørgslen fra kunder, adgangen til medarbejdere og andre omstændigheder, der kan ligge uden for Ubers kontrol. Det er tilstrækkeligt for vurderingen af tilsagnene, at Uber forpligter sig til ikke at udføre handlinger, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien af Frasalgsvirksomhederne. Derudover afgiver Uber yderligere tilsagn i punkt 6 i Tilsagnene, der bidrager til at bevare Frasalgsvirksomhedernes værdi. Disse tilsagn sikrer allerede i tilstrækkelig grad Frasalgsvirksomhedernes levedygtighed og værdi, således at de forbliver en effektiv konkurrencemæssig kraft frem til overdragelsen til Køber."[961]

1578. Styrelsen er ikke enig i, at det ikke er nødvendigt eller muligt at specificere, hvordan Frasalgsvirksomheden skal drives frem til gennemførelse af salget. Der er tale om en begrænset periode, og uden fastsatte måleparametre er det i praksis umuligt at monitorere, om Uber lever op til tilsagnet. Det er dermed fortsat styrelsens vurdering, at Uber ikke tilstrækkeligt klart har beskrevet, hvordan Frasalgsvirksomheden skal drives og holdes adskilt i overgangsperioden, fx uden [xxx], uden mål for virksomhedens drift eller monitorering heraf.

[960] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 10 fra [xxx].
[961] Jf. redegørelse for tilsagn af 6. juli 2026, punkt 2.

1579. Endelig fremgår det af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Endvidere vil det normalt blive krævet, at parterne udnævner en person – en hold-separate manager – der har de fornødne kvalifikationer, og som skal have ansvaret for driften af den virksomhed, der skal afhændes, og for, at den holdes adskilt fra den virksomhed, parterne bevarer, samt for, at informationsudstrømningen blokeres. Den pågældende person skal handle under den tilsynsførende trustees opsyn og følge dennes instrukser."*[962] [styrelsens understregning]

1580. Det er styrelsens vurdering, at Uber ikke tydeligt har beskrevet, hvordan Frasalgsvirksomheden holdes adskilt fra Ubers øvrige aktiviteter, og hvordan dette skal monitoreres.

1581. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at der ikke er udpeget en Hold Seperate Manager, som har ansvaret for driften og beslutningerne i Frasalgsvirksomheden, og som sørger for, at den holdes adskilt fra den virksomhed, som Uber bevarer. Uber har heller ikke foretaget andre foranstaltninger med lignende formål. Selvom tilsagnet indeholder en tilsynsførende trustee, er det således uklart, hvad og hvordan den tilsynsførende trustee skal føre tilsyn med forpligtelserne i tilsagnet, når forpligtelserne ikke er klart og præcist beskrevet, og når Frasalgsvirksomheden ikke er adskilt fra Uber/Dantaxis øvrige aktiviteter.

1582. Styrelsen vurderer således, at der i tilsagnet ikke er tilstrækkelige garantier for bevarelsen af Frasalgsvirksomheden i overgangsperioden, bl.a. fordi Frasalgsvirksomheden ikke holdes adskilt fra Ubers aktiviteter, og fordi Ubers forpligtelser i overgangsperioden ikke er tilstrækkeligt beskrevet. Dette medfører, at der ikke er tilstrækkelig sikkerhed for, at tilsagnet kan implementeres effektivt.

5.4.3.1.7.2 Det er usikkert, om der kan findes en egnet køber

1583. I det følgende vurderer styrelsen, om det er sandsynligt, at der kan findes en egnet køber, som bevirker, at Frasalgsvirksomheden med den fornødne grad af sikkerhed inden for kort tid kan udgøre en effektiv konkurrent, der kan erstatte det konkurrencepres, som er forsvundet som følge af fusionen. Styrelsen undersøger i den forbindelse også, hvilke krav der skal stilles til en eventuel køber af Frasalgsvirksomheden.

1584. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Afhændelsen vil kun få sin tilsigtede virkning, hvis og når virksomheden er overført til en egnet køber, som kan gøre den til en aktiv konkurrencefaktor på markedet. En virksomheds potentiale til at tiltrække en egnet køber er et vigtigt element allerede ved Kommissionens vurdering af, om de foreslåede tilsagn kan løse de påviste problemer. For at sikre, at virksomheden bliver afhændet til en egnet køber, vil tilsagnene skulle indeholde kriterier, der definerer denne egnethed, på grundlag af hvilke Kommissionen kan drage sin konklusion angående sandsynligheden for, at afhændelse til en sådan køber vil fjerne de identificerede konkurrenceproblemer."*[963] [Styrelsens understregning]

1585. Det fremgår endvidere af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at der normalt stilles følgende krav til køberen:

a) køberen skal være uafhængig af og uden forbindelse til parterne

---

[962] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 112.
[963] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 47.

b) køberen skal være i besiddelse af de finansielle midler, den dokumenterede sagkundskab og det incitament, der skal til for at bevare og udvikle den afhændede virksomhed som en rentabel og aktiv konkurrent til parterne og andre aktører på markedet

c) den foreslåede købers overtagelse af virksomheden må hverken kunne skabe nye konkurrenceproblemer eller føre til en risiko for, at tilsagnenes opfyldelse vil blive forsinket. Den foreslåede køber skal med rimelighed forventes at kunne opnå alle nødvendige godkendelser fra de relevante myndigheder til overtagelse af den virksomhed, der skal afhændes."[964]

1586. Derudover fremgår det, at standardkravene til køberen eventuelt vil skulle suppleres fra sag til sag.[965]

1587. Køberkriterierne fra Kommissionens tilsagnsmeddelelse, som gengivet ovenfor, fremgår endvidere, i en lidt modereret ordlyd,[966] af Kommissionens modeltilsagn, som findes på dansk på styrelsens hjemmeside. Styrelsen har opfordret Uber til at følge modeltilsagnet i videst muligt omfang. Ordlyden i den danske version af modeltilsagnet er således:

a) Køber skal være uafhængig af og uden nogen forbindelse til De(n) Anmeldende Part(er) og dens/deres Tilknyttede Virksomheder (dette vurderes under hensyntagen til situationen efter frasalget).
b) Køber skal have finansielle ressourcer, dokumenteret ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle Frasalgsvirksomheden, som en rentabel og aktiv konkurrent i konkurrence med Parterne og øvrige konkurrenter.
c) Købers erhvervelse af Frasalgsvirksomheden 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 Frasalgsvirksomheden.

1588. Uber har i sit afgivne tilsagn fraveget formuleringen fra modeltilsagnet flere steder. I stedet for a) ovenfor fremgår, at:

> *"Køberen skal være uafhængig af Uber og dets Tilknyttede virksomheder, vurderet ud fra situationen efter frasalget;"* [styrelsens understregning]

1589. Som udgangspunkt vil styrelsen anse det for problematisk, hvis en køber af Frasalgsvirksomheden er afhængig af, eller har forbindelse til, den anmeldende part, udover i en periode der reelt er en overgangsperiode, og hvor formålet er, at købervirksomheden efter udløbet af perioden skal kunne agere uafhængigt.

1590. I stedet for b) ovenfor fremgår af tilsagnet, at:

> *"Køberen skal have de finansielle ressourcer, dokumenteret ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle den relevante Frasalgsvirksomhed som en levedygtig og aktiv salgskanal i konkurrence med Uber og andre konkurrenter på det relevante marked;"* [styrelsens understregning]

---

[964] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 48.
[965] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 49.
[966] "Køber skal være uafhængig af og uden nogen forbindelse til De(n) Anmeldende Part(er) og dens/deres Tilknyttede Virksomheder (dette vurderes under hensyntagen til situationen efter frasalget)."

1591. Styrelsen bemærker hertil, at Frasalgsvirksomheden som det klare udgangspunkt skal være en rentabel og aktiv konkurrent og ikke blot en aktiv salgskanal i konkurrencen.

1592. I stedet for c) fremgår af tilsagnet, at:

> *"Købers erhvervelse af den relevante Frasalgsvirksomhed må – i lyset af de oplysninger, der er tilgængelige for Konkurrencerådet – hverken forventes at give anledning til prima facie konkurrenceproblemer eller til risiko for forsinkelse i gennemførelsen af Tilsagnene. Særligt skal Køber i rimelig grad forventes at opnå alle nødvendige myndighedsgodkendelser.*

1593. Styrelsen bemærker hertil, at købers erhvervelse ikke må give anledning til, at gennemførelsen af tilsagnene forsinkes. Uber har dog ændret kravet i c) i forhold til kravene til køberen i modeltilsagnet. Det er uklart for styrelsen, hvad Uber mener med "*risiko for forsinkelse*".

1594. Styrelsen vil i det følgende vurdere, om standardkravene til en eventuel køber af Frasalgsvirksomheden, som beskrevet ovenfor, skal suppleres.

1595. Styrelsen har spurgt kørselskontorerne i markedstest af tilsagn, om det vil være nødvendigt at stille yderligere krav til køberen end Ubers foreslåede kriterier til en egnet køber (spørgsmål 11).

1596. Kørselskontoret [xxx] har i sin besvarelse af spørgsmålet anført:

> *"Ja. Efter vores vurdering bør der stilles yderligere krav til en eventuel køber. Det bør sikres, at køberen er fuldstændig uafhængig af Uber – ikke alene ejermæssigt, men også i forhold til kommercielle samarbejder, der kan påvirke konkurrencen. En køber skal have både evnen og incitamentet til at konkurrere direkte med Uber på det danske taximarked. […]"*[967]

1597. Andre kørselskontor anfører eksempelvis, at det bør præciseres som et krav til dokumenteret ekspertise, at køberen kan dokumentere relevant erfaring med drift af taxi- eller mobilitetsplatforme[968]og bør være eller kunne blive godkendt som kørselskontor uden væsentlig forsinkelse[969]. En anden aktør anfører "*Nej, men det bemærkes, at ingen operatører på det danske marked vil være i stand til at udvikle den afhændede virksomhed til en virksomhed, der udøver betydeligt konkurrencepres på Uber.*"[970]

1598. Styrelsen har i forbindelse med markedstesten også spurgt konkurrenterne, om de selv ville være interesserede i at overtage Frasalgsvirksomheden, og om de som køber af Frasalgsvirksomheden vil kunne udøve et effektivt konkurrencepres på Uber/Dantaxi i konkurrencen om private taxikunder og vognmænd. Derudover er konkurrenterne blevet spurgt om, hvorvidt en række markedsaktører, inkl. aktørens egne aktiviteter, ved at overtage Frasalgsvirksomheden vil kunne udøve et effektivt konkurrencepres på Uber/Dantaxi i konkurrencen om private taxikunder og vognmænd.

---

[967] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 11 fra [xxx].
[968] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 11 fra [xxx].
[969] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 11 fra [xxx].
[970] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 11 fra [xxx].

1599. Kun en enkelt aktør, [xxx], har udtrykt interesse i at overtage hele eller dele af Frasalgsvirksomheden. En enkelt anden aktør har sagt "Ja" til interesse i at overtage Dantaxis tlf. nummer, men aktøren uddyber dog svaret med, at " [xxx]".[971]

1600. Seks ud af ni kørselskontorer har svaret "Nej" til at overtage hele Frasalgsvirksomheden, og to aktører har svaret "Ved ikke". Den ene aktør, som har svaret "Ved ikke", uddyber besvarelsen med " [xxx] *er ikke interesseret i at overtage appen, telefonnummeret eller mærket som enkeltstående aktiver. Aktiverne kan kun have reel værdi for os som en samlet og driftsklar virksomhed.* […]."[972] Den anden aktør uddyber med "*Det er svært at vurdere, da det er uklart om der medfølger kontrakter på kørsel samt aftaler med vognmænd i handlen. Helt overordnet er et køb alene interessant, hvis kørsel og vognmænd medfølger.* […]"[973]

1601. Styrelsen bemærker, at den eneste aktør, som har udtrykt interesse for Frasalgsvirksomheden [xxx] Som også beskrevet ovenfor, er det styrelsens vurdering[xxx]. Desuden [xxx] [xxx][xxx].

1602. I styrelsens markedstest er kørselskontorerne blevet bedt om at forholde sig til, hvorvidt en række aktører ved overtagelse af Frasalgsvirksomheden efter deres vurdering kan/vil udøve et effektivt konkurrencepres på Uber/Dantaxi i konkurrence om private taxikunder og vognmænd. Hertil svarer [xxx]: "*[xxx].*"[974] [xxx] anfører: [xxx]."[975], mens [xxx] anfører: [xxx]."[976] [xxx] har svaret: " [xxx]."[977]

1603. [xxx].

1604. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at der er stor usikkerhed om Ubers mulighed for at finde en egnet køber, hvilket medfører betydelig usikkerhed omkring implementeringen af det tilbudte tilsagn.

1605. Det er imidlertid også styrelsens vurdering, at selv hvis en potentiel køber af Frasalgsvirksomheden opfylder de ovennævnte krav til en egnet køber, er det forbundet med stor usikkerhed, om køberen med Frasalgsvirksomheden inden for kort tid kan lægge et konkurrencepres, der svarer til det konkurrencepres, som er forsvundet med fusionen. Det skyldes dels de usikkerheder, styrelsen har fundet i vurderingen af de enkelte elementer af tilsagnet som beskrevet i de forudgående afsnit og i afsnit 5.4.3.1.7 om tilsagnets implementering og effektivitet, dels resultaterne fra markedstesten som gengivet i dette afsnit. Det er således efter styrelsens vurdering vanskeligt at finde en egnet køber, der i kraft af køb af Frasalgsvirksomheden kan fjerne de skadelige virkninger af fusionen.[978]

5.4.3.1.7.3 Frasalgsperioden og perioden for gennemførelse af salget er for lange

1606. Af Kommissionens retningslinjer for tilsagn fremgår:

> "*Kommissionens erfaringer har vist, at korte afhændelsesfrister i vid udstrækning kan fremme en afhændelse, da den virksomhed, der skal frasælges, ellers bliver bragt i en usikker situation i for lang tid. Fristerne bør derfor være så korte som muligt. Kommissionen vil normalt anse seks måneder for den første afhændelsesperiode og en yderligere frist på tre måneder for trustee-perioden for at være passende. Derudover vil man normalt af-*

[971] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 1 fra [xxx].
[972] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 1 fra [xxx].
[973] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 1 fra [xxx].
[974] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 12 fra [xxx].
[975] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 12 fra [xxx].
[976] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 12 fra [xxx].
[977] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 12 fra [xxx].
[978] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 47.

> *sætte yderligere tre måneder til transaktionens afslutning. Disse frister kan tilpasses den konkrete sag. I særdeleshed vil de måske skulle afkortes, hvis der er stor risiko for en forringelse af rentabiliteten af den virksomhed, der skal afhændes, i løbet af denne overgangsperiode*."[979] [Styrelsens understregning]

1607. Af tilsagnet fremgår, at Uber skal indgå aftale med en køber inden udløbet af Frasalgsperioden.[980] Frasalgsperioden er angivet til en periode på [xxx] fra Ikrafttrædelsesdatoen (datoen for Konkurrencerådets afgørelse). Derudover fremgår det af tilsagnet, at *"Uber anses for at have efterkommer dette tilsagn, såfremt Gennemførelse af Salget finder sted inden for en periode på højst [xxx] efter godkendelse af Køber og salgsbetingelserne*."[981]

1608. Styrelsen har i markedstesten spurgt kørselskontorerne om, hvor lang en Frasalgsperiode og periode for Gennemførelse af Salget, kørselskontorerne vurderer, der vil være nødvendig for Uber. Fire kørselskontorer svarer "ved ikke". Heraf supplerer [xxx] med, at *"Det har vi ikke en holdning til, da vi mener Frasalgsvirksomheden i det hele er værdiløs."*[982], mens [xxx] anfører: *"Ingen frasalgsperiode kan, efter* [xxx] *opfattelse, genoprette den kundemigration, der allerede har fundet sted siden fusionens gennemførelse i maj 202[5]. Tidsgrænserne kan alene begrænse yderligere erosion af aktivernes værdi."* [983] [styrelsens tilføjelse]

1609. [xxx] svarer, at en måned er tilstrækkeligt for begge perioder og supplerer med, at *"Efter vores vurdering bør frasalgsprocessen gennemføres hurtigst muligt. En længere frasalgsperiode vil skabe usikkerhed blandt kunder og vognmænd og kan svække den virksomhed, der sælges. Hvis frasalgsvirksomheden alene består af app, varemærke og telefonnummer, vurderer vi ikke, at der er behov for en lang salgsproces."*[984]

1610. [xxx] svarer tre måneder for Frasalgsperioden og én måned for Gennemførelse af salget og supplerer med: *"Længere perioder øger risikoen for yderligere udhuling af appens kundebase og værdi."*[985]

1611. [xxx] har angivet en varighed på begge perioder på tre måneder. [xxx] angiver yderligere til spørgsmålet, at *"Den kommercielle værdi af Frasalgsvirksomheden forringes dag for dag som en direkte følge af de selvforstærkende netværkseffekter, som fusionen har skabt."* samt *"En forlænget tidsplan for afhændelsen vil derfor gøre det (i forvejen uvirksomme) tilsagn illusorisk, da den potentielle køber vil erhverve aktiver, hvis underliggende kundebase og brandværdi er blevet systematisk udhulet i den mellemliggende periode."*[986]

1612. [xxx] angivet en varighed på begge perioder på 3-6 måneder og har suppleret med: *"Selv om der er beskrevet mange forhold i forslag til tilsagn er det vores vurdering, at for hver måned der ventes med at lave et frasalg, bliver det svære for en ny køber at optimere driften af frasalgsvirksomheden – Dan Taxi."*[987]

---

[979] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 98.
[980] Jf. Ubers tilsagn af den 6. juli 2026, punkt 1.
[981] Jf. Ubers tilsagn af den 6. juli 2026, punkt 9.
[982] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 8 fra [xxx].
[983] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 8 fra [xxx].
[984] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 8 fra [xxx].
[985] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 8 fra [xxx].
[986] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 8 fra [xxx].
[987] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 12 fra[xxx].

1613. Afslutningsvist har [xxx] angivet en varighed på begge perioder på 6 måneder uden at uddybe.[988]

1614. Styrelsen vurderer, at der er tale om for lange perioder i forbindelse med frasalget. Dette skyldes bl.a., at der efter styrelsens vurdering er risiko for, at jo længere tid der går, desto mere risikerer værdien af Frasalgsvirksomheden at blive forringet. Dette vil give Uber mulighed for at styrke sin position yderligere til skade for konkurrencen.

1615. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at Frasalgsperioden og perioden for gennemførelse af salget er for lange og dermed øger risikoen for, at tilsagnet ikke fjerner de skadelige virkninger af fusionen. Dette skal særligt se i lyset af risikoen for en forringelse af rentabiliteten af Frasalgsvirksomheden i løbet af denne overgangsperiode, jf. punkt 1606.

5.4.3.1.8 Delkonklusion – horisontale ensidige virkninger

1616. Samlet er det styrelsens vurdering, at

- Frasalgsvirksomheden ikke udgør en rentabel eller levedygtig virksomhed
- Frasalgsvirksomheden ikke er klart defineret
- Vognmændenes særlige opsigelsesret er utilstrækkelig
- Ændrede kontraktsvilkår for vognmænd er utilstrækkelige
- Uber fortsat vil have en tæt forbindelse til Drivr
- Tilsagnets implementering og effektivitet er utilstrækkelig
- Der ikke vurderes at være en egnet køber, der er interesseret i at overtage Frasalgsvirksomheden
- Frasalgsperioden og perioden for gennemførelse af salget er for lange.

1617. På baggrund heraf er det styrelsens vurdering, at tilsagnet ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af horisontale ensidige virkninger.

5.4.3.2 Inputafskærmning

1618. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har konkluderet, at fusionen mellem Uber og Dantaxi giver anledning til vertikale ensidige virkninger, idet fusionen giver Uber mulighed for og incitament til hel elle delvis inputafskærmning i forhold til Drivr. Det er samtidig styrelsens vurdering, at en sådan inputafskærmning vil have en negativ effekt på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner samt på markedet for salg af kørselskontorydelser, jf. afsnit 5.2.6.1.

1619. I det følgende foretager styrelsen en vurdering af, hvorvidt tilsagnene kan fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af inputafskærmning.

5.4.3.2.1 Hel afskærmning af Drivr

1620. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at:

> *"Tilsagn om at give adgang til fusionsparternes infrastrukturer eller netværker på et ikke-diskriminerende grundlag kan også tage sigte på at sikre, at fusionen ikke resulterer i en markedsafskærmning og dermed en betydelig hindring for konkurrence."*[989]

---

[988] Jf. styrelsens markedstest af tilsagn blandt kørselskontorer, besvarelse af spørgsmål 12 fra [xxx].

[989] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 64.

1621. Derudover fremgår det af tilsagnsmeddelelsen, at:

> *"Kommissionen vil kun acceptere sådanne tilsagn, hvis det kan fastslås, at de vil virke effektivt og blive udnyttet af konkurrenter, således at risikoen for markedsafskærmning kan udelukkes."*[990]

1622. Uber har afgivet tilsagn om at [xxx] med Drivr fra [xxx]. Derudover har Uber afgivet tilsagn om, at Uber ikke må [xxx].[991]

1623. Uber har i tilsagnet anført, [xxx].[992]

1624. Ifølge Uber vil denne del af tilsagnet medføre, at der ikke findes nogen "[xxx]."[993]

1625. Styrelsen har markedstestet denne del af tilsagnet hos Drivr. Drivr har anført, at [xxx]"[994]

1626. Styrelsen har som led i markedstesten spurgt Drivr, om [xxx]"[995]

1627. Det er styrelsens vurdering, at tilsagnet [xxx] i tilstrækkelig grad vil sikre, at Uber ikke har mulighed for at afskærme Drivr helt fra Uber-appen [xxx].

1628. [xxx][996] Dermed er der også mindre risiko for, at en afskærmning af Drivr på et tidspunkt [xxx] vil skade Drivr og konkurrencen betydeligt.

1629. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at det ikke kan afvises, at Ubers tilsagn er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af hel afskærmning af Drivr fra Uber-appen.

5.4.3.2.2 Delvis afskærmning af Drivr

1630. Styrelsen har identificeret flere konkurrenceproblemer i forhold til risiko for delvis afskærmning af Drivr fra Uber-appen: (i) Drivr kan blive tildelt færre ture på Uber-appen eller (ii) Uber kan øge Drivrs betaling for at være på Uber-appen (Uber Service Fee) og/eller sænke pladslejen hos Dantaxi.

1631. Uber har afgivet tilsagn om, at Uber [xxx].[997]

1632. Ifølge Uber vil dette tilsagn sikre ligebehandling, [xxx].[998]

1633. Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at

> *"Adgangstilsagn er ofte af ret kompleks karakter og må nødvendigvis indeholde generelle rettesnore for, på hvilke vilkår denne adgang gives. For at de kan virke effektivt, skal så-*

---

[990] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 64.
[991] Jf. Ubers tilsagn af 6. juli 2026, punkt 13.a.
[992] Jf. Ubers tilsagn af 6. juli 2026, punkt 14.
[993] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 39.b.
[994] Jf. Drivrs svar af 14. juli 2026 på styrelsens spørgsmål vedrørende Ubers forslag til tilsagn af 6. juli 2026, spørgsmål 2.
[995] Jf. Drivrs svar af 14. juli 2026 på styrelsens spørgsmål vedrørende Ubers forslag til tilsagn af 6. juli 2026, spørgsmål 5.
[996] Drivr har vundet Gladsaxe- og Rudersdal udbuddene fra Dantaxi med kontrakter startende fra den 1. juli 2026, jf. Uber høringssvar af 19. maj 2026 til udkast til afgørelse af 30. april 2026, punkt 61
[997] Jf. Ubers tilsagn af 6. juli 2026, punkt 13.b.
[998] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 39.a.

danne tilsagn indeholde nærmere bestemmelser om kontrollen med tilsagnenes opfyldelse […]. Blandt de mekanismer, der kan sætte tredjemand i stand til selv at sørge for, at tilsagnene opfyldes, kan især nævnes adgang til en hurtig konfliktløsningsordning i form af voldgift (sammen med en trustee) eller via voldgift ved en national reguleringsinstans, hvis en sådan findes på de pågældende markeder."[999][fodnoter udeladt]

1634. Uber har afgivet tilsagn om, at [xxx].

1635. Det er Ubers vurdering, at tilsagnene nævnt ovenfor i forhold til [xxx], og det forhold at Uber ikke [xxx], vil medføre, at Uber ikke helt eller delvist kan udelukke Drivr fra Uber-appen som følge af en forhøjelse af servicegebyret (Uber Service Fee).[1000]

1636. Styrelsen har markedstestet Ubers tilsagn relateret til risikoen for delvis afskærmning fra Uber-appen hos Drivr. Drivr har anført, at tilsagnet omkring ligebehandling er [xxx][1001]

1637. Det er styrelsens vurdering, at tilsagnet omkring [xxx] samt [xxx] (inkl. tilsagnet om, at Uber ikke [xxx]) vil sikre, at Drivr ikke vil blive delvist afskærmet fra Uber-appen via forværret tildeling af ture eller forhøjelse af Uber Service Fee [xxx].

1638. For så vidt angår en mulig forskelsbehandling er det styrelsens vurdering, at tilsagnet ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger, styrelsen har identificeret. Tilsagnet løser konkurrenceproblemet omkring Ubers mulighed for at øge Uber Service Fee for Drivr [xxx] Tilsagnet løser dog ikke risikoen for delvis afskærmning i kraft af, at Uber kan vælge at sænke pladslejen for vognmænd hos Dantaxi, jf. punkt 1069. Dermed er der stadig risiko for, at Uber via økonomisk forskelsbehandling kan afskærme Drivr delvist fra Uber-appen. En sådan forskelsbehandling kan give vognmænd hos Drivr et incitament til at skifte til Dantaxi, hvilket vil stille Drivr ringere i konkurrencen og mindske konkurrencepresset på Uber/Dantaxi.

1639. På baggrund af ovenstående er det styrelsens samlede vurdering, at Ubers tilsagn ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af delvis afskærmning af Drivr fra Uber-appen.

5.4.3.2.3 Delkonklusion – vertikale virkninger

1640. Samlet er det styrelsens vurdering, at Ubers tilsagn ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af hel eller delvis afskærmning af Drivr fra Uber-appen.

5.4.3.3 Koordinerede virkninger

1641. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har konkluderet, at fusionen mellem Uber og Dantaxi giver anledning til koordinerede virkninger på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i form af højere priser og særligt på Ubers app, jf. afsnit 5.2.6.

1642. Ifølge Uber vil tilsagnet om salg af Frasalgsvirksomheden væsentligt styrke konkurrencen inden for taxitjenester i Danmark og derved øge konkurrencepresset på Uber betydeligt. Derudover anfører Uber, at de forkortede opsigelsesperioder- og varsler for vognmændene væsentligt forbedrer konkurrenternes evne til at tiltrække og fastholde vognmænd. Samlet vurderer Uber, at disse dele af tilsagnet øger markedsdynamikken og *"sikrer et vedvarende konkurrencepres fra*

[999] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 66.
[1000] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 39.b.
[1001] Jf. Drivrs svar af 14. juli 2026 på styrelsens spørgsmål vedrørende Ubers forslag til tilsagn af 6. juli 2026, spørgsmål 3.

tredjeparter, hvilket dermed i væsentlig grad mindsker sandsynligheden for, at der kan opstå eller opretholdes en eventuel koordinering".[1002]

1643. Uber vurderer desuden, at tilsagnene vedrørende Drivr reelt fjerner både muligheden for og incitamentet til koordinering mellem Uber og Drivr. Ifølge Uber vil Uber ikke have nogen mulighed for at påvirke Drivrs strategiske adfærd og ingen realistisk udsigt til i væsentlig grad af inddrive eventuelle tab som følge af koordineret adfærd. Derudover vil [xxx] – efter Ubers vurdering fjerne enhver troværdig mekanisme til gengældelse.[1003]

1644. Det er styrelsens vurdering, at tilsagnet ikke er tilstrækkeligt til at fjerne risikoen for, at Dantaxi og Drivr koordinerer deres priser på Uber-appen. I den forbindelse henviser styrelsen til vurderingen ovenfor i afsnit 5.4.3.1.6 om horisontale ensidige virkninger. Styrelsen har her konkluderet, at disse tilsagn ikke er tilstrækkelige til at sikre et konkurrencepres på Uber, der kan erstatte det konkurrencepres, der forsvandt som følge af fusionen. Det er i forlængelse heraf styrelsens vurdering, at tilsagnene dermed heller ikke er tilstrækkelige til at sikre overførsel af en sådan skala til en konkurrent, at en koordinering mellem Dantaxi og Drivr via Uber-appen vil være uholdbar på baggrund af reaktioner fra udenforstående.

1645. Som gennemgået ovenfor i afsnit 5.4.3.1.6 om horisontale ensidige virkninger har Drivr bemærket, at tilsagnet [xxx]. Det er styrelsens vurdering, at [xxx] I den forbindelse bemærkes, at følgende fremgår af [xxx]:

> "*[xxx].*"[1004] [xxx]

5.4.3.3.1 Delkonklusion – koordinerede virkninger

1646. Samlet er det styrelsens vurdering, at Ubers tilsagn ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af øget risiko for koordinerede virkninger.

5.4.4 Konklusion – vurdering af tilsagn af den 6. juli 2026

1647. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, at fusionen mellem Uber og Dantaxi vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt. 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. Tilsagnet skal endvidere kunne implementeres effektivt på kort tid.

1648. Uber har tilbudt af frasælge en række aktiviteter (Frasalgsvirksomheden) bestående af Dantaxi-appen, Dantaxis telefonnummer samt Dantaxis varemærke. Derudover har Uber tilbudt en særlig opsigelsesperiode for Dantaxi-vognmænd samt ændrede kontraktvilkår for Dantaxi-vognmænd i forhold til opsigelsesperiode og opsigelsesfrist. Uber har desuden afgivet tilsagn i forhold til relationen til Drivr.

1649. Styrelsen vurderer samlet set, at det afgivne tilsagn *ikke* fjerner de skadelige virkninger af fusionen.

1650. Frasalgsvirksomheden overdrages ikke som en selvstændig virksomhed med en egentlig markedstilstedeværelse eller markedsandel, som overtages og udgør ikke en "going concern" i ret-

---

[1002] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 41-43.
[1003] Jf. redegørelse for tilsagn af 23. juni 2026, punkt 44.
[1004] Jf. [xxx].

ningslinjernes forstand. Der medfølger ingen garanteret volumen hverken i forhold til passagerer eller vognmænd.

1651. Styrelsen vurderer, at salg af Frasalgsvirksomheden ikke vil fjerne de skadelige virkninger af fusionen - heller ikke i kombination med de øvrige dele af tilsagnet.

1652. Hertil kommer, at styrelsens markedstest viser, at der vil være meget vanskeligt at finde en egnet køber af Frasalgsvirksomheden.

1653. Styrelsen vurderer derfor samlet set, at det afgivne tilsagn ikke løser de skadelige virkninger af fusionen.

5.4.5 Ubers reviderede tilsagn af den 3. august 2026

1654. Styrelsen gav den 17. juli 2026 Uber en umiddelbar tilbagemelding på baggrund af den gennemførte markedstest. Styrelsen oplyste, at styrelsen umiddelbart vurderede, at tilsagnet af den 6. juli ikke var tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen.

1655. Uber valgte den 23. juli 2026 på baggrund af styrelsens tilbagemelding at sende et revideret udkast til tilsagn. Styrelsen gav samme dag Uber en umiddelbar tilbagemelding omkring dette udkast til tilsagn og holdt møder herom med Uber den 24. juli 2026 og den 27. juli 2026. Derudover ydede styrelsen skriftlig vejledning den 28. juli 2026. Samme dag, den 28. juli 2026, sendte styrelsen som nævnt et udkast til vurdering af tilsagnet af den 6. juli 2026 i høring hos Uber.

1656. På baggrund af styrelsens tilbagemelding og de efterfølgende drøftelser valgte Uber den 3. august 2026 at fremsende et revideret, underskrevet tilsagn med et tilhørende følgebrev.

5.4.5.1 Tilsagnets indhold

1657. Ubers reviderede tilsagn af 3. august 2026 består, ligesom tilsagnet af 6. juli 2026, i tre overordnede elementer, hvoraf det første adskiller sig fra det tidligere tilsagn; i) afhændelse af 100 pct. af aktierne i Kørselskontoret Dantaxi A/S med en række aktiver, kontrakter [xxx] (herefter "Frasalgsvirksomheden"), ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr, og iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder.

1658. Derudover indeholder tilsagnet en række bestemmelser om bl.a. Transitional Services Agreement, bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed, køberkriterier, hold-separate forpligtelse, overførsel af kundedata og trustee-forpligtelser mv.

5.4.5.1.1 Ad i) afhændelse af Frasalgsvirksomheden

1659. Frasalgsvirksomheden består af alle aktier i Kørselskontoret Dantaxi A/S (CVR-nr. 39789671), registreret på Krogshøjvej 49, 2880 Bagsværd.

1660. Frasalgsvirksomheden omfatter følgende aktiver og aktiviteter:

- En licens til at operere som kørselskontor i Danmark (licens nr. 5941256 tilhørende Kørselskontoret Dantaxi A/S);
- Dantaxi-mærket som defineret i tilsagnet af den 6. juli 2026;
- Dantaxi-hjemmesiden under domænet dantaxi.dk og den tilknyttede e-mail @dantaxi.dk;
- Dantaxi-mobilapplikationen som defineret i tilsagnet af den 6. juli 2026;
- Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48 som defineret i tilsagnet af den 6. juli 2026;
- Samarbejdsaftaler med vognmænd svarende til [xxx] køretøjer;
- [xxx]
- [xxx]erhvervskundekontrakter.

1661. Kørselskontoret Dantaxi A/S er det ene af Dantaxis to kørselskontorer i Danmark. Kørselskontoret opererer forud for frasalget i Vestdanmark, imens Dantaxis andet kørselskontor, Dantaxi 4x48, som Uber ifølge tilsagnet beholder, opererer i Østdanmark.

1662. For så vidt angår de indeholdte samarbejdsaftaler med vognmænd svarende til [xxx] køretøjer fremgår det af tilsagnet, [xxx].

1663. For så vidt angår de i Frasalgsvirksomheden [xxx], fremgår det af et bilag til tilsagnet, at der er tale [xxx]. Det fremgår endvidere, at Uber forpligter sig til ikke [xxx], som indgår i Frasalgsvirksomheden, i en periode på [xxx] fra gennemførelsen af salget af Frasalgsvirksomheden.

1664. De [xxx] erhvervskundekontrakter udgør samtlige Ubers erhvervskundeaftaler, som er nedfældet i skriftlige kontrakter. Uber har, i tillæg hertil, en række ikke-skriftlige erhvervskundeaftaler, som ikke er indeholdt i Frasalgsvirksomheden. Uber forpligter sig til ikke at markedsføre sig aktivt mod de omfattede [xxx] erhvervskunder i en periode på [xxx] måneder fra gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden.

1665. Uber forpligter sig, ligesom med tilsagnet af 6. juli 2026, til at frasælge – eller foranledige frasalg af – Frasalgsvirksomheden til en eller flere uafhængige købere på salgsbetingelser, der er godkendt af Konkurrencerådet. Køberen skal opfylde køberkriterierne fastsat i tilsagnets punkt 6, og skal bl.a. være uafhængig af Uber.

1666. Uber har nedsat Frasalgsperioden til [xxx] og perioden for gennemførelse af salget til [xxx] sammenlignet med tilsagnet af 6. juli 2026, hvor begge perioder var [xxx]. Bortset herfra er frasalgsprocessen, som beskrevet i tilsagnet af 3. august 2026, i overensstemmelse med processen som beskrevet i tilsagnet af 6. juli 2026.

1667. Uber forpligter sig fortsat til – hverken direkte eller indirekte – at erhverve hele eller dele af Frasalgsvirksomheden i en periode på [xxx] fra gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden.

5.4.5.1.1.1 Transitional Services Agreement

1668. Af tilsagnet samt et tilhørende bilag fremgår desuden, at Uber vil tilbyde køberen af Frasalgsvirksomheden en Transitional Services Agreement ("TSA"), hvor Uber forpligter sig til følgende:

[xxx]

1669. TSAen løber som udgangspunkt i [xxx] fra overdragelsen af ejendomsretten til Frasalgsvirksomheden med mulighed for forlængelse i [xxx], såfremt køberen ønsker det.

5.4.5.1.1.2 Bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed

1670. I tilsagnet af 3. august 2026 forpligter Uber sig til ikke at udføre handlinger, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på levedygtigheden af Frasalgsvirksomheden. I tilsagnet af 3. august 2026 har Uber tilføjet flere specifikke foranstaltninger, som Uber forpligter sig til at træffe, for at sikre Frasalgsvirksomhedens levedygtighed i perioden fra Konkurrencerådets afgørelse til tidspunktet for gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden.

1671. Uber forpligter sig således i tilsagnet af 3. august 2026 til følgende:

- at opretholde Dantaxi-mobilapplikationen som sædvanligt, herunder ved at fortsætte den [xxx], samt overvåge og sikre pålideligheden og ydeevnen af de ture, der bookes via Dantaxi-mobilapplikationen;
- at (i) opretholde telefonnummeret 4x48 i fuld drift og fortsat yde samme serviceniveau til kunderne, herunder svartider, kvaliteten af opkaldshåndtering og tilgængelighed, (ii) opret-

holde [xxx] til at understøtte telefonnummeret 4x48, og (iii) [xxx] ikke proaktivt at sælge yderligere tjenester, markedsføre eller opfordre personer, der ringer, til at skifte til Uber;
» at indstille alle kampagner i appen, krydsmarkedsføringsindhold og rabattilbud i Dantaxi-mobilapplikationen, på hjemmesiden og andre digitale kanaler, der er udformet eller har til formål at tilskynde brugerne til at benytte Uber-appen, herunder eventuelle kampagnekoder, bannere eller anden kommerciel kommunikation, der henviser til Uber;
» at indstille alle omdirigeringer, opfordringer eller brugergrænsefladeelementer i Dantaxi-mobilapplikationen, der leder eller tilskynder brugerne til at downloade, åbne eller bruge Uber-applikationen, uanset om dette er forbundet med en rabat eller et andet incitament; og
» inden for en uge fra Konkurrencerådets afgørelse at anmode de vognmænd, som indgår i Frasalgsvirksomheden, om at fjerne Uber-mærkede rabatklistermærker fra Dantaxi-køretøjerne.

1672. Uber forpligter sig derudover til at træffe følgende foranstaltninger, der også var omfattet af tilsagnet af den 6. juli 2026:

» at øge de månedlige markedsføringsudgifter til Dantaxi-appen til [xxx] kr., jf. også punkt 1386;
» at afstå fra at markedsføre sig direkte mod kunder, der har en e-mailadresse registreret i Dantaxi-mobilapplikationen (eksklusive erhvervskunder og offentlige kunder), medmindre kunden også er registreret som bruger i Uber-appen;
» at afstå fra at oprette et nyt telefonnummer, som er tiltænkt at erstatte Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48; og
» at instruere alle Dantaxi-medarbejdere til ikke at sælge eller overføre kunder til Uber (eksklusive erhvervskunder og offentlige kunder), jf. også punkt 1387.

5.4.5.1.1.3 Hold separate forpligtelse

1673. Uber forpligter sig i tilsagnet af 3. august 2026 til, i perioden fra Konkurrencerådets afgørelse til gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden, at holde, eller sørge for, at Frasalgsvirksomheden holdes adskilt fra de forretninger, som Uber beholder. Uber forpligter sig i den forbindelse til at bistå den Tilsynsførende Trustee med at sikre, at Frasalgsvirksomheden ledes som en selvstændig og salgbar enhed, adskilt fra de forretninger, som Uber beholder.

1674. Umiddelbart efter Konkurrencerådets afgørelse udpeger Uber en Hold Separate Manager, der skal lede Frasalgsvirksomheden som en uafhængig virksomhed og i forretningens bedste interesse med henblik at sikre dens fortsatte økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne samt dens uafhængighed af de forretninger, som Uber beholder. Hold Separate Manageren skal arbejde tæt sammen med og rapportere til den Tilsynsførende Trustee og, hvis det er relevant, Frasalgstrustee.

5.4.5.1.1.4 Overførsel og sletning af privatkundedata

1675. Uber forpligter sig i tilsagnet af 3. august 2026 til at overføre kontaktoplysninger for Dantaxis privatkunder til Køberen på en fair og effektiv måde, samt at sikre, at der ikke forbliver kopier hos Uber eller Dantaxi.

1676. Uber forpligter sig i den forbindelse til, inden for en måned fra Konkurrencerådets afgørelse, at gennemføre en teknisk gennemsøgning af Ubers (eksklusive Dantaxi) IT-systemer for at identificere og slette (eller gøre ubrugelige) eventuelle kopier af Dantaxis privatkundekontaktoplysninger.

1677. Det fremgår endvidere af tilsagnet, at Uber, inden for [xxx] fra Konkurrencerådets afgørelse, vil indhente samtykke fra Dantaxis privatkunder til at overføre deres kontaktoplysninger til køber. Umiddelbart før udløbet af TSA-perioden skal Uber, ifølge tilsagnet, slette kontaktoplysningerne for de af Dantaxis privatkunder, der ikke har givet samtykke til, at deres kontaktoplys-

ninger deles med køberen. Det fremgår desuden af tilsagnet, at Uber ikke må opbevare kopier af Dantaxis privatkundekontaktoplysninger, medmindre dette er påkrævet for at overholde gældende love, regler, myndighedskrav, retskendelser, retssager, undersøgelser, revisioner, krav om opbevaring af dokumenter eller andre juridiske eller lovgivningsmæssige forpligtelser.

5.4.5.1.2 Ad ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr

1678. Uber fastholder indholdet af tilsagnet af den 6. juli 2026 i forhold til Ubers relation til Drivr, jf. afsnit 5.4.1.2.

5.4.5.1.3 Ad iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder- og frister

1679. Uber fastholder indholdet af tilsagnet af den 6. juli 2026 i forhold til kortere opsigelsesperioder og opsigelsesvarsler for Dantaxis vognmænd, jf. punkt 1391.

1680. Idet tilsagnet af den 3. august 2026 indebærer, at vognmænd svarende til [xxx] køretøjer følger med Frasalgsvirksomheden, indeholder tilsagnet ikke den særlige opsigelsesret for vognmænd, der var en del af tilsagnet af den 6. juli 2026.

5.4.5.1.4 Øvrige bestemmelser i tilsagnet

1681. Uber fastholder indholdet af tilsagnet af den 6. juli 2026 i forhold til tilsynsførende trustee og frasalgstrustee.

1682. Tilsagnet er betinget af Konkurrencerådets godkendelse af Ubers erhvervelse af Dantaxi. Konkurrencerådet kan, som svar på en begrundet anmodning fra Uber, der viser saglig grund, give afkald på, ændre eller erstatte én eller flere af forpligtelserne i tilsagnet.

1683. Uber har den 3. august 2026 sendt en redegørelse for, hvorfor Uber vurderer, at tilsagnet er egnet til at løse de konkurrenceproblemer, som fusionen ifølge styrelsen skaber. Redegørelsen inddrages i styrelsens vurdering nedenfor.

5.4.5.2 Styrelsens vurdering af tilsagnet

1684. Styrelsen vil i det følgende foretage en vurdering af tilsagnet af den 3. august 2026. Det er samlet styrelsens vurdering, at tilsagnet ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen.

1685. Følgende fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse:

> *"Fusionsforordningen pålægger ikke Kommissionen nogen pligt til at acceptere tilsagn efter udløbet af den gældende frist for tilsagn, medmindre Kommissionen frivilligt går med til at tage stilling til dem under ekstraordinære omstændigheder. Så hvis parterne derefter ændrer deres forslag til tilsagn, efter udløbet af 65-arbejdsdagefristen, vil Kommissionen kun acceptere disse ændrede tilsagn, hvis den klart — på grundlag af sin vurdering af de oplysninger, den allerede havde under undersøgelsen, herunder resultaterne af en forudgående markedstest, og uden at være nødt til at foretage en ny markedstest — kan fastslå, at disse tilsagn, når først de er opfyldt, giver en fuldstændig og utvetydig løsning på de påviste konkurrenceproblemer, og der er tid nok til, at Kommissionen kan foretage en fyldestgørende vurdering og høre medlemsstaterne. Kommissio-*

nen vil normalt afvise ændrede tilsagn, der ikke opfylder disse betingelser."[1005] [fodnoter udeladt].

1686. Det fremgår heraf, at tilsagn afleveret sent i fusionsbehandlingen kun kan accepteres, hvis det er muligt på baggrund af de allerede foreliggende oplysninger i sagen – og uden at foretage en ny markedstest – at fastslå, at tilsagnene giver en fuldstændig og utvetydig løsning på de påviste konkurrenceproblemer, og hvis der er tilstrækkelig tid til at foretage en fyldestgørende vurdering.

1687. Af konkurrencelovens § 12 d, stk. 5 fremgår, at:

"Tilsagn skal være kommet frem til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen senest 90 hverdage fra beslutningen om at indlede en særskilt undersøgelse efter stk. 1, 3. pkt., jf. dog stk. 9. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen kan i særlige tilfælde vurdere ændringer i allerede afgivne tilsagn, der kommer frem til styrelsen efter udløbet af de 90 hverdage."

1688. Styrelsen har vurderet, at der i denne konkrete sag har været nogle helt særlige omstændigheder, der har gjort, at styrelsen har været villig til at vurdere tilsagn afgivet efter udløbet af de 90 hverdage. Dette skyldes bl.a., at markedstesten gav klare indikationer på forhold, der ville kræve ændringer i tilsagnet. Desuden er der tale om en sag med meget specifikke forhold, der har kompliceret sagsforløbet. *For det første* er der tale om en fusion, der allerede er implementeret, og hvor Uber har haft mulighed for at påvirke udviklingen af Dantaxi i en betydelig periode. *For det andet* – og mere afgørende - har markedet udviklet sig betydeligt, både lige før og efter fusionen blev implementeret. Der er således tale om et marked, hvor nye typer aktører netop er trådt ind i Danmark (mobilitetsplatforme), og hvor den ene af fusionsparterne (Uber) har været i kraftig udvikling. Denne udvikling er efter styrelsens vurdering fortsat under hele fusionsbehandlingen og helt frem til afgørelsestidspunktet. *For det tredje* er der tale om et marked, der er omfattet af en særlig regulering, og som er præget af netværkseffekter, hvilket betyder, at gennemførelsen af fusionen har påvirket markederne mere, end det ville have været tilfældet på mange andre markeder.

1689. Styrelsen oplyste den 23. juli 2026 Uber mundtligt om, at sagen på nuværende tidspunkt var så langt fremskreden, at det ikke ville være muligt for styrelsen at gennemføre en ny markedstest, såfremt Uber valgte at fremsende nye tilsagn. Desuden oplyste styrelsen, at eventuelle nye tilsagn derfor skulle kunne vurderes på baggrund af de foreliggende oplysninger og give en fuldstændig og utvetydig løsning på de påviste konkurrenceproblemer. Styrelsen gentog dette på et møde med Uber den 24. juli 2026.[1006]

1690. Da styrelsen modtog det opdaterede tilsagn meget sent i processen (dag 115 i fusionsbehandlingen) og dermed kort før udløbet af fase II, og hvor der var så åbenlyse mangler i tilsagnet, har styrelsen ikke foretaget en udtømmende og endelig vurdering af alle elementer af tilsagnet. Styrelsen adresseret de væsentligste mangler i tilsagnet, og det kan ikke afvises, at der er yderligere problematiske forhold ved tilsagnet.

5.4.5.2.1 Frasalgsvirksomheden udgør ikke en rentabel og levedygtig virksomhed

1691. Uber har anført, at der med tilsagnet af 3. august 2026 er tale om et frasalg af en operationel virksomhed med øjeblikkelig skala, garanteret efterspørgsel og udbud samt de aktiver og evner, der er nødvendige for at kunne konkurrere effektivt på en varig basis.[1007]

[1005] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 94.
[1006] Jf. referat af møde med Uber den 24. juli 2026.
[1007] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 3. august 2026, punkt 13.

1692. Det er styrelsens vurdering, at der med tilsagnet af 3. august 2026 i højere grad end i tilsagnet af 6. juli 2026 er tale om et frasalg af en "going concern". Det er dog også styrelsens vurdering, at tilsagnet af 3. august 2026 har en række mangler og usikkerheder, der gør, at tilsagnet efter styrelsens vurdering ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen.

1693. I forhold til Frasalgsvirksomheden er der efter styrelsens vurdering især mangler og usikkerheder forbundet med:

- Omfanget af den inkluderede efterspørgsel
- Omfanget og udvælgelsen af de inkluderede vognmænd
- Dantaxi-forbrugertelefonnummeret og de tilknyttede aktiver
- [xxx]
- Omfanget af Transitional Services Agreement
- Driften af Frasalgsvirksomheden i frasalgsperioden
- Ubers adgang til kundedata

1694. Styrelsen vil i det følgende foretage en vurdering af hvert af disse forhold.

5.4.5.2.1.1 Den inkluderede efterspørgsel

1695. Uber har i tilsagnet af 3. august 2026 inkluderet omsætning fra en række salgskanaler. Dette omfatter salg via Dantaxi-appen, Dantaxi-telefonnummeret samt en række aftaler med erhvervskunder. Derudover har Uber foretaget et estimat af Frasalgsvirksomhedens salg via gadeture og lufthavnsture.

1696. Uber har taget udgangspunkt i, at den frasolgte omsætning skal svare til Ubers position på markedet før fusionen (dvs. salg til passagerer på Ubers app genereret via Drivr). Som benchmark har Uber taget udgangspunkt i den annualiserede værdi af omsætningen (gross bookings) genereret i månederne februar-maj 2025. Uber beregner dette til at udgøre ca. [xxx].[1008]

1697. Ifølge Uber overføres der med Frasalgsvirksomheden omsætning svarende til ca. [xxx]. (annualiseret). Dette fordeler sig på ca. [xxx]. i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner og ca. [xxx]. i resten af Danmark.[1009]

1698. Der er således tale om, at den frasolgte omsætning i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner – efter Ubers opgørelse – udgør ca. [xxx] pct.[1010] af det overlap, fusionen gav anledning til og den beregnede omsætning svarer dermed ikke til det udgangspunkt, som Uber har angivet. Frasalgsvirksomheden kan dermed ud fra Ubers beregninger ikke genere nok omsætning til, at det svarer til Ubers omsætning på markedet inden fusionen. Der er desuden efter styrelsens opfattelse en række usikkerheder forbundet med Ubers opgørelse af den omsætning, der vil følge med Frasalgsvirksomheden.

1699. *For det første* antager Uber, at da [xxx] pct. af Dantaxis vogne i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner indgår i Frasalgsvirksomheden, vil en køber også være i stand til at opnå en omsætning svarende til [xxx] pct. af Dantaxis omsætning inden for gadeture i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.[1011] Uber har dog ikke redegjort for, hvorvidt der er overensstemmelse mellem de inkluderede vognmænd og den antagne andel af gadeture, de måtte generere i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner.

[1008] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 3. august 2026, punkt 15.
[1009] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 3. august 2026, punkt 16.
[1010] Parterne har selv opgjort andelen til [xxx] pct., jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 3. august 2026, punkt 18.
[1011] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 3. august 2026, punkt 17c.

1700. *For det andet* antager Uber, at også [xxx] pct. af lufthavnsturene inden for Dantaxi vil overgå til en køber af Frasalgsvirksomheden.[1012] Uber har dog heller ikke i denne sammenhæng redegjort for, hvorvidt der er overensstemmelse mellem de inkluderede vognmænd og den antagne andel af lufthavnsture, de måtte generere.

1701. Uber anfører, at omsætning genereret uden for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner vil bidrage til køberens overordnede skala, finansielle styrke og evne til at tiltrække og fastholde vognmænd, hvorved de direkte kan styrke deres position i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Derudover anfører Uber, at den tabte omsætning uden for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner vil påvirke Ubers konkurrenceevne og dermed styrke konkurrenternes position.[1013] Uber gentager dette i sit høringssvar af 10. august 2026 og henviser til, at Frasalgsvirksomheden opererer som en samlet enhed under ét brand, én app og ét telefonnummer.[1014] Det fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse, at

> *"De aktiviteter, der frasælges, må bestå af en rentabel virksomhed, som hvis den overtages og drives af en egnet køber kan konkurrere effektivt med den fusionerede enhed på et varigt grundlag, og som afhændes som en going concern. For at der kan være tale om rentable aktiviteter, vil det måske også være nødvendigt at afhænde aktiviteter på markeder, hvor Kommissionen ikke har påvist nogen konkurrenceproblemer, hvis det er nødvendigt, for at der kan opstå en effektiv konkurrent på disse markeder."*[1015] [Fodnoter udeladt]

1702. Det kan således være nødvendigt for fusionsparter at inkludere aktiver i en Frasalgsvirksomhed, der ligger uden for det marked, hvor der er identificeret konkurrenceproblemer.

1703. Det er styrelsens vurdering, at Uber ikke i tilstrækkelig grad har forklaret, hvordan frasalg af omsætning uden for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner styrker en køber og svækker Uber i forhold til salg af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Et frasalg uden for Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner har således ikke umiddelbart nogen direkte virkninger på konkurrencen i regionen, som er det geografiske område, hvor styrelsen har identificeret konkurrenceproblemer i form af horisontale ensidige virkninger, jf. afsnit 5.2.4. Det er derfor ikke tydeligt, at frasalg af omsætning i fx Jylland skulle kunne styrke en sådan aktørs stilling i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i nogen særlig grad. Ubers høringssvar har ikke ændret herved. Samlet er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at den omsætning, der er inkluderet i Frasalgsvirksomheden ikke er tilstrækkelig, herunder at Uber ikke har sandsynliggjort, hvorfor den skulle være tilstrækkelig.

5.4.5.2.1.2 De inkluderede vognmænd

1704. Uber har inkluderet et antal vognmænd, der svarer til et antal taxier på [xxx] i Frasalgsvirksomheden. Ifølge tilsagnet forpligter Uber sig til, [xxx]. Uber anfører, at Uber selv skal have ret til at udvælge de vognmænd, der skal indgå som en del af Frasalgsvirksomheden.[1016] Uber har ikke anført, hvilket vognmænd der vil følge med Frasalgsvirksomheden, hvorfor styrelsen ikke har mulighed for at tage stilling til, om antallet konkret vil være tilstrækkeligt.

1705. Det er dog på det foreliggende grundlag styrelsens vurdering, at frasalget af vognmænd er utilstrækkeligt.

[1012] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 3. august 2026, punkt 17d.
[1013] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 3. august 2026, punkt 19.
[1014] Jf. Ubers høringssvar af 10. august 2026 til udkast til vurdering af tilsagn af 3. august 2026, punkt 6.
[1015] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 23.
[1016] Jf. Ubers tilsagn af den 3. august 2026, punkt 10.

1706. *For det første* har Uber anført, at det relevante benchmark for antallet af taxier skal tage udgangspunkt i det gennemsnitlige antal taxier hos Drivr i perioden februar-maj 2025 (beregnet til [xxx] taxier). Uber har dog valgt at lægge sig betydeligt under sit eget benchmark ([xxx] pct.) Efter styrelsens vurdering er det heller ikke relevant at se på et gennemsnit over flere måneder, særligt når antallet af taxier er steget [xxx] fra februar ([xxx] vogne) til maj ([xxx] vogne), og også er fortsat med at stige efter fusionen ([xxx] vogne i december 2025), jf. Tabel 5.6. I forhold til omsætning kunne denne tilgang muligvis give mening med henblik på at tage højde for mulige sæsonmønstre. Dette gør sig dog efter styrelsens vurdering ikke gældende for antallet af taxier tilknyttet et bestemt kørselskontor, bl.a. på grund af opsigelsesvarsler og skifteomkostninger.

1707. *For det andet* forpligter Uber sig alene til, at [xxx]. Ifølge tilsagnet kan Uber frit vælge de vognmænd, der skal indgå som en del af Frasalgsvirksomheden. Dette giver fx risiko for, at Uber kan inkludere de vognmænd, der genererer flest klager, mindst omsætning eller fx står over for at gå på pension. Uber har ikke redegjort for, hvordan vognmændene vil blive udvalgt, selvom styrelsen har anmodet Uber herom.[1017]

1708. *For det tredje* har Uber ikke redegjort for, hvorvidt de [xxx] taxier skulle være tilstrækkelige til at dække Frasalgsvirksomhedens efterspørgsel, hverken i forhold til volumen eller geografi, selvom styrelsen eksplicit har bedt Uber om at redegøre for, om antallet af taxier i Frasalgsvirksomheden stemmer overens med det, der inkluderes på passagersiden.[1018]

1709. *For det fjerde* har Uber tidligere anført over for styrelsen, at det ikke ville være muligt at frasælge kontrakter med vognmænd.[1019] Der indgår et sådant frasalg i tilsagnet af den 3. august 2026, uden at Uber har redegjort for, at det er muligt. Uber har efterfølgende i forbindelse med fremsendelse af revideret tilsagn af 7. august 2026 forklaret, at det er muligt for Uber at frasælge kontrakter med vognmænd ved at flytte kontrakterne til Frasalgsvirksomheden i forbindelse med frasalget. Dette ændrer dog ikke styrelsens overordnede vurdering af, at Ubers tilsagn af 3. august 2026 ikke er tilstrækkeligt.

1710. *For det femte* vil det efter styrelsens vurdering være nødvendigt at tilføje en klausul til sikring af, at Uber/Dantaxi ikke indgår en ny kontrakt med de inkluderede vognmænd inden for en tidsperiode, der er tilstrækkelig til, at en køber kan integrere vognmændene og have en rimelig chance for at sikre dem tilstrækkelig efterspørgsel.

1711. Samlet er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at Ubers tilsagn om inkludering af vognmænd ikke er tilstrækkeligt defineret.

5.4.5.2.1.3 Dantaxi-forbrugertelefonnummeret

1712. Det fremgår af tilsagnet af den 3. august 2026, at Frasalgsvirksomheden ikke inkluderer kundedata, opkaldshistorik, call center infrastruktur eller nogen andre aktiver relateret til call center aktiviteter.

1713. Styrelsen vurderer, at et frasalg af Dantaxi-forbrugertelefonnummeret skal inkludere alt, der kan sætte en køber i stand til at drive telefonnummeret videre, fx også hvis køber ikke i forvejen opererer med telefonnummer som en salgskanal. Tilsagnet vedrørende frasalg af Dantaxi-telefonnummeret er derfor ikke tilstrækkeligt.

[1017] Jf. referat af møde med Uber den 24. juli 2026.
[1018] Jf. referat af møde med Uber den 24. juli 2026.
[1019] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af den 29. juni 2026, punkt 53.

5.4.5.2.1.4 [xxx]

1714. [xxx].[1020]

1715. [xxx].

5.4.5.2.1.5 Transitional Services Agreement

1716. Uber har tilbudt, at en køber kan indgå en Transitional Services Agreement ("TSA") med Uber, hvor Uber har forpligtet sig til i en periode på [xxx] at tilbyde en række overgangsydelser, der kan medvirke til en effektiv overførsel af Frasalgsvirksomheden til en køber.

1717. Styrelsen har ikke haft mulighed for at markedsteste indholdet af TSA'en. Dertil kommer, at Uber ikke har redegjort for, hvorvidt alle relevante overgangsydelser er inddraget i TSA'en, og hvorfor en tidsperiode på [xxx] måtte være tilstrækkelig for en køber. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at det er usikkert, hvorvidt tilsagnet er tilstrækkeligt i forhold til at sikre en effektiv overdragelse af virksomheden til en køber.

5.4.5.2.1.6 Driften af Frasalgsvirksomheden i frasalgsperioden

1718. Uber har i tilsagnet af den 3. august 2026 inkluderet udpegelsen af en Hold Separate Manager, der frem til frasalget skal sikre, at Frasalgsvirksomheden bliver styret som en selvstændig salgbar enhed separat fra de dele af Dantaxi, som Uber beholder.[1021] Det er efter styrelsens vurdering usikkert, hvorvidt en Hold Separate Manager kan sikre Frasalgsvirksomhedens levedygtighed, når Uber ikke har redegjort for, hvorvidt de [xxx] inkluderede taxier kan dække den medfølgende efterspørgsel både volumenmæssigt og geografisk.

1719. Derudover har Uber i tilsagnet forpligtet sig til en række tiltag, der skal sikre Frasalgsvirksomhedens levedygtighed frem til frasalget, jf. afsnit 5.4.5.1.1.2.

1720. Det er styrelsens vurdering, at der er mangler i tilsagnet i forhold til at sikre Frasalgsvirksomhedens levedygtighed frem til frasalget.

1721. *For det første* er det uklart, hvorvidt vognmænd tilknyttet Frasalgsvirksomheden fortsat kan køre for Uber frem til frasalget. Hvis dette er muligt, kan det have betydning for værdien af Frasalgsvirksomheden, da vognmændene fortsat vil bidrage til at styrke Ubers position.

1722. *For det andet* fremgår det, at de inkluderede vognmænd i Frasalgsvirksomheden inden for en uge efter Konkurrencerådets afgørelse skal fjerne alle Uber-mærkede rabatklistermærker fra deres biler.[1022] Efter styrelsens vurdering skal vognmændene fjerne enhver form for markedsføring af Uber fra deres taxier, da der ellers er tale om, at Frasalgsvirksomheden i frasalgsperioden promoverer Uber, hvilket kan mindske værdien af Frasalgsvirksomheden.

1723. Uber har i sit høringssvar henvist til, at Uber på et efterfølgende møde med styrelsen 6. august 2026 har redegjort for, hvorfor det er mest hensigtsmæssigt, at vognmændene fortsat kan køre for Uber frem til frasalget og derfor også beholde Uber-foliering.[1023] Styrelsen har foretaget en vurdering heraf under vurderingen af tilsagnet af den 14. august 2026 og er enig med Uber i, at det er mest hensigtsmæssigt, at vognmændene har denne mulighed, jf. punkt 1807-1808.

[1020] Jf. Bilag til Ubers tilsagn af den 3. august 2026.
[1021] Jf. Ubers tilsagn af den 3. august 2026, punkt 15.
[1022] Jf. Ubers tilsagn af den 3. august 2026, punkt 13d.
[1023] Jf. Ubers høringssvar af 10. august 2026 til udkast til vurdering af tilsagn af 3. august 2026, punkt 13.

1724. *For det tredje* har Uber fastholdt markedsføringstilskuddet til Dantaxi-appen fra tilsagnet af den 6. juli 2026. Der er tale om et månedligt beløb på [xxx]., som skal bruges til at forbedre appens synlighed og søgbarhed, herunder optimering i app-stores og betalt søgeannoncering.[1024] Markedstesten viste, at dette beløb ifølge flere respondenter ikke var stort nok, bl.a. fordi der vil være behov for at tilføre økonomiske midler til finansiering af rabatter, da det er den vigtigste drivkraft for at få efterspørgslen tilbage til Dantaxis salgskanaler efter Ubers brug af meget betydelige rabatter for at føre kunder over til Uber-appen, jf. punkt 1566-1567.

1725. Samlet er det styrelsens vurdering, at der er en række forhold, der gør, at tilsagnet ikke i tilstrækkelig grad sikrer Frasalgsvirksomhedens levedygtighed i frasalgsperioden.

5.4.5.2.1.7 Ubers adgang til kundedata

1726. Det fremgår af tilsagnet, at Uber vil indhente samtykke fra Dantaxi-kunder til at overføre deres kundedata til køber. Uber har – trods flere opfordringer fra styrelsen[1025] – ikke begrundet, hvorfor der er behov for at kontakte Dantaxi-kunderne herom. Dertil kommer, at Uber ifølge tilsagnet fortsat kan beholde kundedata, hvis det er krævet af regulatoriske årsager.[1026] Uber har ikke redegjort for præcis hvilke forhold, der kan medføre, at Uber kan beholde kundeoplysninger om Dantaxi-kunder, selvom styrelsen har bedt Uber om at redegøre herfor.[1027]

1727. Som det fremgår under vurderingen af tilsagnet af den 6. juli 2026, er det styrelsens vurdering, at det er problematisk, hvis Uber fremover har kontraktoplysninger til disse kunder og dermed vil være i stand til at målrette markedsføringskampagner til disse kunder for at give dem incitament til at skifte til Uber, jf. punkt 1462. Såfremt Uber måtte være lovmæssigt forpligtet til at gemme sådanne kundeoplysninger, er det styrelsens vurdering, at de burde opbevares hos en tredjepart og uden adgang til oplysningerne for Uber, medmindre andet er nødvendigt som følge af regulatoriske krav.

5.4.5.2.2 Tilsagn i forhold til Drivr er utilstrækkeligt

1728. Som anført i vurderingen af Ubers tilsagn af den 6. juli 2026 var det styrelsens vurdering, at tilsagnet ikke var tilstrækkeligt til at fjerne konkurrenceproblemerne i forhold til risikoen for økonomisk afskærmning af Drivr på Uber-appen, jf. punkt 1639.

1729. Uber har i tilsagnet af den 3. august 2026 ikke forpligtet sig til ikke at diskriminere økonomisk mellem Drivr og Dantaxi på Uber-appen. Det er på den baggrund fortsat styrelsens vurdering, at tilsagnet ikke fjerner konkurrenceproblemerne omkring mulig afskærmning af Drivr fra Uber-appen.

1730. Uber anfører i sit høringssvar til styrelsens vurdering af tilsagnet af 3. august 2026 [xxx].[xxx]

1731. Det er ikke tydeligt for styrelsen, [xxx] skulle gøre det umuligt at sikre, at Uber ikke økonomiske diskriminere adgang til appen. Efter styrelsens vurdering er det inden for Ubers kontrol [xxx]. Det må efter styrelsens vurdering være normalt, at der er en form for asymmetri mellem virksomheder, når der gælder vilkår om lige adgang til infrastruktur og lignende.

1732. Det kan efter styrelsens vurdering ikke afvises, at omfanget af Frasalgsvirksomheden kan påvirke Ubers incitament til direkte at afskærme Drivr fra Uber-appen ved ikke at give adgang. Det er dog styrelsens vurdering, at Uber fortsat kan have incitament til delvis afskærmning af

---

[1024] Jf. Ubers tilsagn af den 3. august 2026, punkt 13e.
[1025] Jf. styrelsens skriftlige tilbagemelding af den 2. juli 2026 på Uber udkast til tilsagn af den 29. juni 2026.
[1026] Jf. Ubers tilsagn af den 3. august 2026, punkt 17b.
[1027] Jf. styrelsens e-mail af den 20. juli 2026.

Drivr fra Uber-appen. Herigennem vil Uber kunne give Dantaxi-vognmænd en økonomisk fordel, hvorved Uber løbende vil kunne tiltrække vognmænd fra Drivr, hvilket kan ende med at afskærme Drivr fra markedet til skade for konkurrencen.

5.4.5.3 Konklusion – tilsagn af den 3. august 2026

1733. Samlet er det styrelsens vurdering, at tilsagnet af den 3. august 2026 er utilstrækkeligt på en række områder:

- Antallet af vognmænd inkluderet i Frasalgsvirksomheden og udvælgelsen af dem
- Den inkluderede omsætning i Frasalgsvirksomheden, herunder særligt omsætningen i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner
- Den nødvendige infrastruktur forbundet med driften af Dantaxi-forbrugertelefonnummeret
- [xxx]
- Usikkerhed omkring omfanget af TSA'en
- Utilstrækkelige tiltag for at sikre Frasalgsvirksomhedens levedygtighed frem til frasalget
- Der er stadig mulighed for økonomisk afskærmning af Drivr fra Uber-appen.

1734. Det er på baggrund af disse mangler og usikkerheder, at tilsagnet af den 3. august 2026 ikke er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af ensidige horisontale virkninger, ensidige vertikale virkninger samt koordinerede virkninger, som fusionen giver anledning til.

5.4.6 Ubers reviderede tilsagn af 14. august 2026

1735. Styrelsen gav den 4. august og 5. august 2026 Uber en umiddelbar tilbagemelding på det reviderede tilsagn af 3. august 2026. Styrelsen oplyste, at styrelsen umiddelbart vurderede, at tilsagnet af den 3. august 2026 ikke var tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen.

1736. Uber sendte på baggrund af styrelsens tilbagemelding den 6. august 2026 et oplæg til et revideret tilsagn, og styrelsen holdt et møde med Uber herom samme dag. Senere samme dag sendte styrelsen et udkast til vurdering af tilsagnet af den 3. august 2026 i høring hos Uber. Den 7. august 2026 fremsendte Uber et revideret, underskrevet tilsagn og et følgebrev. Styrelsen havde en række spørgsmål til tilsagnet af 7. august 2026. Som følge heraf sendte Uber 12. august 2026 et revideret underskrevet tilsagn, et følgebrev samt svar på styrelsens spørgsmål. Styrelsen havde en række yderligere spørgsmål til tilsagnet af 12. august 2026, og som følge heraf sendte Uber et revideret underskrevet tilsagn 14. august 2026. Tilsagnet er gengivet i sin helhed i afsnit 2. De tidligere, underskrevne tilsagn er vedlagt afgørelsen som bilag. Uber har indsendt underskrevne tilsagn på både dansk og på engelsk. Styrelsens vurdering er foretaget på baggrund af den danske version af tilsagnene.

5.4.6.1 Tilsagnets indhold

1737. Ubers reviderede tilsagn af 14. august 2026 består, ligesom tilsagnet af 6. juli 2026 og tilsagnet af 3. august 2026, i tre overordnede elementer; i) afhændelse af 100 pct. af aktierne i Kørselskontoret Dantaxi A/S med en række aktiver, kontrakter [xxx] (herefter "Frasalgsvirksomheden"), ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr, og iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder.

1738. Derudover indeholder tilsagnet en række bestemmelser om bl.a. Transitional Services Agreement, bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed, værdi og konkurrencedygtighed, køberkriterier, hold-separate forpligtelse, overførsel af kundedata og trustee-forpligtelser mv.

1739. De elementer i tilsagnet af 14. august 2026, som er uændrede fra de tidligere afgivne tilsagn, gengives alene i hovedtræk nedenfor, imens beskrivelsen i højere grad fokuserer på de dele af tilsagnet, der er ændret siden tilsagnet af 3. august 2026.

5.4.6.1.1 Ad i) afhændelse af Frasalgsvirksomheden

1740. Frasalgsvirksomheden består af alle aktier i Kørselskontoret Dantaxi A/S (CVR-nr. 39789671), registreret på Krogshøjvej 49, 2880 Bagsværd.

1741. Frasalgsvirksomheden omfatter følgende aktiver og aktiviteter:

- En licens til at operere som kørselskontor i Danmark (licens nr. [xxx] tilhørende Kørselskontoret Dantaxi A/S);
- Dantaxi-mærket: Alle rettigheder, ejendomsret og interesser i og til ordmærket DANTAXI, registreret under registreringsnummer VR 1998 00227, samt T-logoet, registreret under registreringsnummer VR 2017 02303;
- Dantaxi-hjemmesiden under domænet dantaxi.dk og den tilknyttede e-mail @dantaxi.dk;
- Dantaxi-mobilapplikationen (iOS- og Android-versioner), sammen med al kildekode og objektkode, der udgør Dantaxi-mobilapplikationen, ophavsret og forfatterrettigheder, der er indeholdt i Dantaxi-mobilapplikationen, og tilhørende dokumentation, der er specifik for Dantaxi-mobilapplikationen, samt de relevante udviklerkonti i Apple App Store og Google Play Store, dog eksklusive serverinfrastruktur, cloudtjenester eller tredjeparts-API-integrationer, der anvendes i driften af Dantaxi-mobilapplikationen;
- Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48, herunder overdragelsen af samt rettighederne til at anvende og drive dette nummer, de tilhørende kundedata og opkaldsregistre, og – efter Købers valg – callcenter-infrastrukturen (herunder backend-funktionalitet) samt eventuelle andre aktiver, der med rimelighed er nødvendige for at drive callcenter-aktiviteterne;
- Samarbejdsaftaler med vognmænd svarende til [xxx] køretøjer;
- [xxx]
- [xxx] erhvervskundeaftaler (gengivet i bilag 7.8); og
- Taxametre og tilhørende Dantaxi-ejet udstyr i køretøjerne tilhørende Vognmændene i Frasalgsvirksomheden, efter Købers valg.

1742. Kørselskontoret Dantaxi A/S er det ene af Dantaxis to kørselskontorer i Danmark. Kørselskontoret opererer forud for frasalget i Vestdanmark, imens Dantaxis andet kørselskontor, Dantaxi 4x48, som Uber ifølge tilsagnet beholder, opererer i Østdanmark.

1743. Uber har hævet antallet af samarbejdsaftaler med vognmænd i tilsagnet til vognmænd svarende til [xxx] køretøjer. Inden gennemførelsen af frasalget af Frasalgsvirksomheden foretager Uber en intern omstrukturering for at sikre, at Kørselskontoret Dantaxi A/S er kontraktpart i samarbejdsaftalerne med de omfattede vognmænd.[1028]

1744. Uber forpligter sig til ikke at kontakte vognmændene i Frasalgsvirksomheden i en periode på [xxx] efter gennemførelsen af frasalget.[1029]

1745. For så vidt angår de i Frasalgsvirksomheden[xxx].[1030] Uber forpligter sig desuden til at lette overdragelsen af aftalen med [xxx] til køber.[1031] [xxx].

[1028] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 15.
[1029] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 17.
[1030] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 13.
[1031] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 14.

1746. De af Frasalgsvirksomheden omfattede erhvervskundeaftaler udgør dels erhvervskundeaftaler, som er nedfældet i skriftlige kontrakter, dels løbende erhvervskundeforhold, der ikke er reguleret af skriftlige kontrakter. Overdragelsen af de ikke-skriftlige aftaler foregår ved, at Uber overdrager kontaktoplysningerne på disse erhvervskunder til køberen af Frasalgsvirksomheden. Ifølge Uber booker de omfattede erhvervskunder deres ture igennem salgskanalerne, som er omfattet af Frasalgsvirksomheden, hvilket, i kombination med kontaktoplysningerne, sætter en køber i stand til at betjene kunderne fremadrettet.[1032] Uber forpligter sig til ikke at opsøge eller markedsføre sig aktivt mod de omfattede erhvervskunder i en periode på [xxx] fra gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden.[1033]

1747. Uber forpligter sig til at frasælge – eller foranledige frasalg af – Frasalgsvirksomheden til en køber på salgsbetingelser, der er godkendt af Konkurrencerådet. Køberen skal opfylde køberkriterierne fastsat i tilsagnets punkt 6, og skal bl.a. være uafhængig af Uber. Køberkriterierne er beskrevet som følger:

» Køberen skal være uafhængig af og uden forbindelse til Uber og dets Tilknyttede Virksomheder, vurderet i lyset af situationen efter frasalget;
» Køberen skal have de finansielle ressourcer, dokumenteret ekspertise og incitament til at opretholde og udvikle Frasalgsvirksomheden som en levedygtig og aktiv konkurrent i konkurrence med Uber og øvrige konkurrenter på det relevante marked; og
» Køberens erhvervelse af Frasalgsvirksomheden må ikke, i lyset af de oplysninger, der er tilgængelige for Konkurrencerådet, forventes at give anledning til prima facie konkurrenceproblemer eller en risiko for forsinkelse i gennemførelsen af Tilsagnene. Køberen skal navnlig med rimelighed kunne forventes at opnå alle nødvendige myndighedsgodkendelser.

1748. Uber forpligter sig til at indgå aftale med en køber inden udløbet af Frasalgsperioden, der er en periode på [xxx] fra Konkurrencerådets afgørelse. Derudover forpligter Uber sig til at gennemføre salget inden for en periode på [xxx] efter godkendelse af køber og salgsbetingelserne. Hvis Uber ikke har indgået en bindende aftale vedrørende Frasalgsvirksomheden en måned før udløbet af Frasalgsperioden (de [xxx]), eller hvis Konkurrencerådet har afvist en køber, som Uber har foreslået på det tidspunkt eller derefter, skal Uber udpege en Frasalgstrustee i overensstemmelse med tilsagnets Appendiks A. Frasalgstrustee skal inden for Trustee-perioden ([xxx]) uden krav om mindstepris sælge Frasalgsvirksomheden til en køber, forudsat at Konkurrencerådet har godkendt både køber og den endelige og bindende aftale om salg, jf. tilsagnets Appendiks A.

1749. Uber forpligter sig fortsat til – hverken direkte eller indirekte – at erhverve hele eller dele af Frasalgsvirksomheden i en periode på [xxx] fra gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden.[1034]

5.4.6.1.1.1 Transitional Services Agreement

1750. Af tilsagnet samt et tilhørende bilag fremgår desuden, at Uber vil tilbyde køberen af Frasalgsvirksomheden en Transitional Services Agreement ("TSA"), hvor Uber i op til [xxx], hvis køberen ønsker det, forpligter sig til følgende:

» [xxx].

1751. I tillæg til ovenstående, forpligter Uber sig til at tilbyde køber enhver anden tjeneste, der med rimelighed er nødvendig for at sikre den fortsatte drift af Frasalgsvirksomheden, i overensstemmelse med (og ikke ud over) den nuværende drift, mod rimelig dækning af Ubers omkostninger

[1032] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 18, samt Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 34-38.
[1033] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 18.
[1034] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 27.

forbundet hermed. I tilfælde af uenighed mellem Uber og Køberen om, hvorvidt en tjeneste med rimelighed er nødvendig, træffer den Tilsynsførende Trustee en bindende beslutning.[1035]

5.4.6.1.1.2 Bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed

1752. I tilsagnet af 14. august 2026 forpligter Uber sig til at opretholde Frasalgsvirksomhedens levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed, herunder til ikke at udføre handlinger, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien, ledelsen eller konkurrencedygtigheden af Frasalgsvirksomheden.[1036] I tilsagnet af 14. august 2026 har Uber tilføjet en række nye, specifikke foranstaltninger, som Uber forpligter sig til at træffe, for at sikre Frasalgsvirksomhedens levedygtighed i perioden fra Konkurrencerådets afgørelse til tidspunktet for gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden. Nedenfor gengives både de nye foranstaltninger, samt de, der går igen fra tilsagnene af hhv. 6. juli 2026 og 3. august 2026

1753. Uber forpligter sig således i tilsagnet af 14. august 2026 til følgende:[1037]

- at drive Frasalgsvirksomheden i overensstemmelse med sædvanlig forretningsgang. Dette omfatter specifikt at vedligeholde Dantaxi-mobilapplikationen i overensstemmelse med sædvanlig forretningsgang, herunder ved at fortsætte den eksisterende aftale med det eksterne ingeniørfirma, der er ansvarligt for vedligeholdelse og udvikling af appen, samt overvåge og sikre pålideligheden og ydeevnen af de ture, der bookes via Dantaxi- mobilapplikationen;
- at (i) opretholde telefonnummeret 4x48 i fuld drift og fortsat yde samme serviceniveau til kunderne, herunder svartider, kvaliteten af opkaldshåndtering og tilgængelighed, (ii) opretholde [xxx] til at understøtte telefonnummeret 4x48, og (iii) [xxx] ikke proaktivt at sælge yderligere tjenester, markedsføre eller opfordre personer, der ringer, til at skifte til Uber;
- at indstille alle kampagner, krydsmarkedsføringsindhold og rabattilbud i Dantaxi-mobilapplikationen, på hjemmesiden og andre digitale kanaler, der er udformet eller har til formål at tilskynde brugerne til at benytte Uber-appen, herunder eventuelle kampagnekoder, bannere eller anden kommerciel kommunikation, der henviser til Uber;
- at indstille alle omdirigeringer, opfordringer eller brugergrænsefladeelementer i Dantaxi-mobilapplikationen, der leder eller tilskynder brugerne til at downloade, åbne eller bruge Uber-applikationen, uanset om dette er forbundet med en rabat eller et andet incitament;
- inden for en uge fra Konkurrencerådets afgørelse at anmode de vognmænd, som indgår i Frasalgsvirksomheden, om at fjerne Uber-mærkede rabatklistermærker fra alle Dantaxi-køretøjerne;[1038]
- at øge de månedlige markedsføringsudgifter til Dantaxi-appen til [xxx]. Disse udgifter skal anvendes til foranstaltninger, der skal opretholde og forbedre synligheden og søgbarheden af Dantaxi-applikationen, herunder app store-optimering og betalt søgeannoncering;
- at stille yderligere finansiering på [xxx] (svarende til [xxx] kr.) til rådighed for Frasalgsvirksomheden med henblik på at finansiere salgsfremmende rabatter og kundeincitamenter, der er udformet med henblik på at tiltrække kunder til, og øge kundernes brug af, Frasalgsvirksomheden;
- at afstå fra at markedsføre sig direkte mod kunder, der har en e-mailadresse registreret i Dantaxi-mobilapplikationen (eksklusive erhvervskunder og offentlige kunder), medmindre kunden også er registreret som bruger i Uber-appen;
- at afstå fra at oprette et nyt telefonnummer, som er tiltænkt at erstatte Dantaxi-forbrugertelefonnummeret 4x48; og

---

[1035] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 11.
[1036] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 19.
[1037] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, afsnit 3.6.
[1038] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 20 samt afsnit 2 i Ubers svar af 13. august på styrelsens spørgsmål af 12. august 2026.

» at instruere alt personale til ikke at sælge eller overføre kunder til Uber (eksklusive erhvervskunder og offentlige kunder).

5.4.6.1.1.3 Hold separate forpligtelse

1754. Uber forpligter sig til, i perioden fra Konkurrencerådets afgørelse til gennemførelse af salget af Frasalgsvirksomheden, at holde, eller sørge for, at Frasalgsvirksomheden holdes adskilt fra de forretninger, som Uber beholder. Uber forpligter sig i den forbindelse til at bistå den Tilsynsførende Trustee med at sikre, at Frasalgsvirksomheden ledes som en selvstændig og salgbar enhed, adskilt fra de forretninger, som Uber beholder.[1039]

1755. Umiddelbart efter Konkurrencerådets afgørelse udpeger Uber [xxx] som Hold Separate Manager. Hold Separate Manageren skal lede Frasalgsvirksomheden som en uafhængig virksomhed og i Frasalgsvirksomhedens bedste interesse med henblik at sikre dens fortsatte økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne samt dens uafhængighed af de forretninger, som Uber beholder. Hold Separate Manageren skal arbejde tæt sammen med og rapportere til den Tilsynsførende Trustee og, hvis det er relevant, Frasalgstrustee.[1040]

1756. Skulle Hold Separate Manageren forlade Frasalgsvirksomheden, skal Uber forelægge et begrundet forslag til udskiftning af Hold Separate Manageren for Konkurrencerådet og den Tilsynsførende Trustee.[1041]

1757. Styrelsen kan, efter at have hørt Uber herom, kræve, at Uber udskifter Hold Separate Manageren[1042].

1758. Uber forpligter sig til ikke at [xxx] Hold Separate Manageren i Uber eller de til Uber tilknyttede virksomheder i en periode på [xxx] efter gennemførelse af frasalget af Frasalgsvirksomheden. Denne forpligtelse gælder ikke, hvis køberen af Frasalgsvirksomheden ikke ønsker [xxx][1043].

5.4.6.1.1.4 Overførsel og sletning af privatkundedata

1759. Uber forpligter sig til at overføre kontaktoplysninger for Dantaxis privatkunder til Køberen, med forbehold for gældende databeskyttelses- og persondatalovgivning. Hvis Uber vurderer, at overførslen af Dantaxis privatkundeoplysninger til køberen som følge af databeskyttelses- og persondatalovgivningen kræver samtykke fra de enkelte kunder, skal Uber indhente Konkurrencerådets godkendelse af indholdet af meddelelser til kunderne med henblik på at indhente et sådant samtykke, inden meddelelserne sendes.[1044]

1760. Uber forpligter sig i den forbindelse til, inden for en måned fra Konkurrencerådets afgørelse, at gennemføre en forensisk gennemsøgning af Ubers (eksklusive Dantaxi) IT-systemer for at identificere og slette (eller gøre ubrugelige) eventuelle kopier af Dantaxis privatkundekontaktoplysninger.[1045]

1761. Uber og Ubers tilknyttede virksomheder må således ikke opbevare kopier af Dantaxis privatkundekontaktoplysninger fra Dantaxi-mobilapplikationen og webservicen eller Frogne-back-

[1039] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 21-22.
[1040] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 22-23.
[1041] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 24.
[1042] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 24.
[1043] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 24.
[1044] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 25.
[1045] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 26.

endsystemet. Hvis Uber i henhold til lovgivningen er forpligtet til at opbevare data, skal Uber sikre, at disse opbevares af en tredjepart uden løbende adgang for Uber.[1046]

5.4.6.1.2 Ad ii) tilsagn vedrørende Ubers relation til Drivr

1762. Uber fastholder overordnet set indholdet af tilsagnet af den 6. juli 2026 og 3. august 2026 i forhold til Ubers relation til Drivr, jf. afsnit 5.4.1.2. I tilsagnet af den 6. juli 2026 og 3. august 2026 havde Drivr imidlertid [xxx] til at acceptere ændringer i samarbejdsaftalen mellem Uber og Drivr. Denne frist er i tilsagnet af 14. august 2026, på opfordring fra styrelsen, ændret [xxx] [1047] [xxx][1048].

5.4.6.1.3 Ad iii) tilsagn over for vognmænd om reduktion af opsigelsesperioder- og frister

1763. Ligesom i tilsagnet af den 6. juli 2026 og 3. august 2026 forpligter Uber sig til at forkorte opsigelsesperioder og opsigelsesvarsler for Dantaxis vognmænd i [xxx], jf. punkt 1391. På baggrund af drøftelser med styrelsen har Uber imidlertid ændret tilsagnet således, at forpligtelsen til at forkorte opsigelsesperioder og opsigelsesvarsler for vognmændene først træder i kraft ved gennemførelsen af frasalget af Frasalgsvirksomheden. Dette er dels for at reducere en eventuel risiko for, at vognmændene opsiger deres kontrakter undervejs i salgsprocessen eller lige efter frasalget, og dels for at sikre, at der er en tilstrækkelig periode, hvor køberen af Frasalgsvirksomheden også vil kunne tiltrække vognmændene fra Uber, som er underlagt en kortere opsigelse.[1049]

1764. Idet tilsagnet af den 14. august 2026 indebærer, at vognmænd svarende til [xxx] køretøjer følger med Frasalgsvirksomheden, indeholder tilsagnet ikke den særlige opsigelsesret for vognmænd, der var en del af tilsagnet af den 6. juli 2026.

5.4.6.1.4 Øvrige bestemmelser i tilsagnet

Vedrørende trustee

1765. Uber fastholder indholdet af tilsagnet af den 6. juli 2026 og 3. august 2026 i forhold til udpegelse af tilsynsførende trustee og frasalgstrustee.

1766. Med hensyn til den tilsynsførende trustees forpligtelser fremgår det af et bilag til tilsagnet af 14. august 2026, at tilsynsførende trustee *blandt andet* skal;

» i tæt samarbejde med Hold Separate Manageren føre tilsyn med den løbende ledelse af Frasalgsvirksomheden med henblik på at sikre den fortsatte levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne, samt føre tilsyn med Ubers overholdelse af de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets afgørelse fra datoen for Konkurrencerådets afgørelse indtil gennemførelsen af frasalget, navnlig: (a) føre tilsyn med, at Uber ikke foretager sig noget, der kan have en negativ indvirkning på værdien eller konkurrenceevnen i Frasalgsvirksomheden; (b) føre tilsyn med, at Frasalgsvirksomheden forbliver intakt og funktionsdygtig indtil gennemførelsen af frasalget; og (c) føre tilsyn med, at Uber overholder sine forpligtelser i henhold til tilsagnets bestemmelser om hhv. bevarelse af Frasalgsvirksomhedens levedygtighed hold separate-forpligtelsen;

[1046] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 26.

[1047] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 32 samt Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 82-84.

[1048] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 31(b) samt samarbejdsaftalen mellem Uber og Drivr, [xxx].

[1049] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 33-34 samt Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 88.

- » føre tilsyn med, at Frasalgsvirksomheden ledes som en særskilt og salgbar enhed i henhold til tilsagnene;
- » fastsætte alle nødvendige foranstaltninger for at sikre, at Uber efter Konkurrencerådets afgørelse ikke tilegner sig fortrolige oplysninger vedrørende Frasalgsvirksomheden, sikre sig at fortrolige oplysninger, Uber har tilegnet sig om Frasalgsvirksomheden forud for Konkurrencerådets afgørelse, tilintetgøres eller ikke anvendes af Uber, samt afgøre, hvorvidt oplysninger må videregives til eller opbevares af Uber, hvor videregivelsen med rimelighed er nødvendig for, at Uber kan gennemføre frasalget, eller hvor videregivelsen er lovpligtig;
- » føre tilsyn med fordelingen af aktiver [xxx] i Frasalgsvirksomheden mellem Frasalgsvirksomheden og Uber;
- » foreslå Uber sådanne foranstaltninger, som den tilsynsførende trustee skønner nødvendige for at sikre Ubers overholdelse af de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets afgørelse;
- » overvåge og vurdere potentielle købere og fremdriften i frasalgsprocessen;
- » fungere som kontaktpunkt for alle henvendelser fra tredjeparter, navnlig potentielle Købere, vedrørende tilsagnene; og
- » forelægge Konkurrencerådet en udtalelse om egnetheden og uafhængigheden af den foreslåede køber, om levedygtigheden i Frasalgsvirksomheden efter salget, og om hvorvidt Frasalgsvirksomheden sælges på en måde, der er i overensstemmelse med de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets afgørelse;

1767. Tilsagnet forpligter derudover Uber til at udpege en Frasalgstrustee, der uden krav om mindstepris skal sælge Frasalgsvirksomheden til en køber, hvis Uber ikke har indgået en bindende aftale vedrørende Frasalgsvirksomheden en måned før udløbet af Frasalgsperioden.[1050]

1768. Tilsagnet beskriver desuden Ubers forpligtelser i relation til trustee. Disse omfatter *blandt andet* forpligtelser til at samarbejde og yde bistand til trustee og til at sørge for, at trustee har adgang til Ubers og Frasalgsvirksomhedens bøger, fortegnelser, dokumenter, ledelse eller andre medarbejdere, faciliteter, lokaliteter og tekniske oplysninger, der er nødvendige for udførelsen af trustees forpligtelser i henhold til tilsagnene.[1051]

Øvrigt

1769. Tilsagnet er betinget af Konkurrencerådets godkendelse af Ubers erhvervelse af Dantaxi. Konkurrencerådet kan, som svar på en begrundet anmodning fra Uber, der viser saglig grund, give afkald på, ændre eller erstatte én eller flere af forpligtelserne i tilsagnet.[1052]

5.4.6.2 Styrelsens vurdering af tilsagnet

1770. Styrelsen vil i det følgende foretage en vurdering af tilsagnet af 14. august 2026. Det er samlet styrelsens vurdering, at tilsagnet er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen.

5.4.6.2.1 Der er tale om en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed

1771. Det er styrelsens vurdering, at Frasalgsvirksomheden i tilsagnet af 14. august 2026 udgør en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed i hænderne på en egnet køber.

1772. Følgende fremgår af Kommissionens tilsagnsmeddelelse:

[1050] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 36.
[1051] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, Bilag – Udpegelse af Trustee, afsnit 3.
[1052] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 39.

> *"I overensstemmelse med Domstolens retspraksis har tilsagn til formål at sikre konkurrenceprægede markedsstrukturer. Det betyder, at tilsagn af strukturel karakter, såsom tilsagn om frasalg af en virksomhed, som hovedregel set ud fra fusionsforordningens perspektiv er at foretrække, eftersom sådanne tilsagn varigt kan forebygge de konkurrenceproblemer, som fusionen i den anmeldte version ville skabe, og desuden ikke kræver mellem- eller langsigtede overvågningsmekanismer. Det betyder dog ikke, at det automatisk kan udelukkes, at andre typer tilsagn også vil kunne forebygge, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt."* [1053][fodnoter udeladt]

1773. Det er således at foretrække, at et tilsagn har en strukturel karakter, fx i form af et frasalg af en virksomhed.

1774. Af Kommissionens tilsagnsmeddelelse fremgår desuden:

> *"Selv om det normalt kræves, at det er en eksisterende, rentabel og selvstændig virksomhed, der afhændes, vil Kommissionen under hensyn til proportionalitetsprincippet også kunne stille sig positivt over for frasalg af aktiviteter, der har eksisterende stærke forbindelser til eller er delvis integreret i aktiviteter, som parterne bevarer, og som derfor må »udskilles« fra disse. For at minimere risikoen for, at det kan gå ud over de frasolgte aktiviteters rentabilitet og konkurrencedygtighed, vil parternes tilsagn også kunne gå ud på at udskille de dele af et eksisterende aktivitetsområde, som ikke nødvendigvis behøver at blive frasolgt. I så fald bliver der tale om frasalg af en eksisterende, selvstændig virksomhed, selv om parterne via en »omvendt udskillelse« udskiller begrænsede dele, som de selv beholder."*[1054]
>
> samt:
>
> *"Under alle omstændigheder vil Kommissionen kun være i stand til at acceptere tilsagn, som indebærer udskillelse af aktiviteter, hvis det i det mindste på det tidspunkt, hvor afhændelsen finder sted, med sikkerhed kan fastslås, at der er tale om afhændelse af en rentabel virksomhed, der kan fungere selvstændigt, således at risikoen for, at det vil gå ud over rentabiliteten og konkurrencedygtigheden, dermed minimeres.* […]" [1055]

1775. Der er med Frasalgsvirksomheden tale om en udskillelse af ét af kørselskontorerne inden for Dantaxi. Dermed er der efter styrelsens vurdering tale om et strukturelt frasalg af en virksomhed. Tilsagnet kræver dog, at en række aktiviteter skal udskilles af det samlede Uber/Dantaxi. Det er derfor vigtigt at sikre, at der på tidspunktet for afhændelsen vil være tale om en rentabel virksomhed, der kan fungere selvstændigt.

1776. Frasalgsvirksomheden indeholder efter styrelsens vurdering de elementer, der skal til for på afhændelsestidspunktet at udgøre en rentabel virksomhed, der kan fungere selvstændigt og være konkurrencedygtig i hænderne på en egnet køber, herunder:

- De nødvendige aktiver (herunder licens til at drive kørselskontor) [xxx]
- Tilstrækkelig omsætning på passagersiden
- Et tilstrækkeligt antal vognmænd
- De nødvendige garantier for driften i frasalgsperioden
- Den nødvendige assistance til overdragelse af virksomheden

1777. Styrelsen vil i det følgende udfolde sin vurdering af hvert af disse elementer.

[1053] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 15.
[1054] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 35.
[1055] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 36.

5.4.6.2.1.1 Frasalgsvirksomheden indeholder de nødvendige aktiver [xxx]

1778. I forhold til de tidligere tilsagn har Uber inkluderet yderligere i forhold til at sikre, at Frasalgsvirksomheden indeholder de nødvendige aktiver [xxx].

1779. For så vidt angår Dantaxi-appen, inkluderer Frasalgsvirksomheden al kildekode og objektkode, der udgør Dantaxi-mobilapplikationen, ophavsret og forfatterrettigheder, der er indeholdt i Dantaxi-mobilapplikationen, og tilhørende dokumentation, der er specifik for Dantaxi-mobilapplikationen, samt de relevante udviklerkonti i Apple App Store og Google Play Store. Der indgår ikke serverinfrastruktur, cloudtjenester og tredjeparts-API-integrationer. [xxx].

1780. For så vidt angår Dantaxi-forbrugertelefonnummeret, indeholder Frasalgsvirksomheden nu også de tilhørende kundedata- og opkaldsregistre og – efter købers valg - callcenter-infrastruktur (herunder backend-funktionalitet) og tilhørende kundedata- og opkaldsregistre samt eventuelle andre aktiver, der med rimelighed er nødvendige. Som eksempler på sådanne andre aktiver anfører Uber telefonhardware såsom fysiske telefoner eller headsets, vægtavler eller skærme, der benyttes i call centeret.[1056] Såfremt køber måtte [xxx].[1057]

1781. [xxx].[1058] Uber forpligter sig desuden til at lette overdragelsen af aftalen med [xxx] til køber. [xxx]. Styrelsen har spurgt Uber, hvad der menes med, at Uber vil "lette" overdragelsen. Uber har hertil anført, at det er Ubers forståelse, at en egentlig overdragelse af [xxx] vil kræve samtykke efter dansk ret, og at Uber dermed ikke kan garantere overdragelsen af kontrakten, når det kræver en tredjeparts samtykke.[1059]

1782. Det er styrelsens vurdering, at det med tilsagnet af 14. august 2026 er tilstrækkelig klart defineret, hvad der følger med virksomheden, og at der er taget tilstrækkelige forholdsregler for det tilfælde, at en køber måtte ønske at overtage mindre eller mere (der med rimelighed er nødvendigt), end der på nuværende tidspunkt er inkluderet i Frasalgsvirksomheden.

1783. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at Frasalgsvirksomheden indeholder de nødvendige aktiver [xxx] til at kunne udgøre en selvstændig og konkurrencedygtig virksomhed i hænderne på en egnet køber.

5.4.6.2.1.2 Frasalgsvirksomheden indeholder tilstrækkelig omsætning

1784. For at der kan være tale om en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed, er det nødvendigt, at Frasalgsvirksomheden kan generere en tilstrækkelig omsætning.

1785. Ifølge Uber følger der omsætning (opgjort i årlige bruttobookinger) for ca. [xxx]. med Frasalgsvirksomheden. Denne omsætning fordeler sig på ca. USD [xxx]. i Storkøbenhavn og ca. [xxx]. i resten af Danmark og stammer både fra privatkunder og erhvervskunder. I forhold til tilsagnet af 3. august 2026 har Uber tilført ekstra omsætning for ca. [xxx]. i Storkøbenhavn.

1786. Omsætningen i Storkøbenhavn fordeler sig på salgskanaler som følger:[1060]

- Call center: [xxx].
- Dantaxi-appen: [xxx]

[1056] Jf. Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 43.
[1057] Jf. Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 44.
[1058] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 13.
[1059] Jf. Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 53.
[1060] Omsætningen er opgjort ved at annualisere omsætningen i juni 2026.

- Gadeture: [xxx].[1061]
- Lufthavnsture: [xxx].[1062]
- Øvrige ture: [xxx].[1063]

1787. Omregnet til danske kroner svarer den årlige omsætning i Frasalgsvirksomheden relateret til taxikørsel til ca.[xxx]. i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner og ca. [xxx] i resten af Danmark.[1064] Samlet udgør Frasalgsvirksomhedens omsætning i Danmark ca. [xxx]. Omsætningen i Frasalgsvirksomhedens genereret i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner (ca. [xxx]) overstiger den samlede omsætning i Danmark for hhv. Bolt ([xxx] kr.) og Taxi 4x27 ([xxx] kr.) i 2025, jf. Tabel 5.24. Den samlede omsætning i Frasalgsvirksomheden (ca. [xxx]), også jf. Tabel 5.24.

Tabel 5.24 **Omsætning relateret til taxikørsel hos taxiselskaber med aktiviteter i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner i 2024 og 2025 (mio. kr.)**

	2024	2025
Taxa 4x35	[xxx]	[xxx]
Drivr	[xxx]	[xxx]
Bolt	[xxx]	[xxx]
Taxi 4x27	[xxx]	[xxx]

Note: Den anførte omsætning omfatter kørselskontorets samlede årlige omsætning i Danmark, dvs. salg til privatkunder, erhvervskunder og offentlige kunder.

Kilde: Oplysninger for Taxa 4x35 sendt af Taxa 4x35 til styrelsen den 4. marts 2026. Oplysninger for Drivr sendt af Drivr til styrelsen den 2. marts 2026, Oplysninger for Bolt sendt af Bolt til styrelsen den 22. april 2026. Oplysninger for Taxi 4x27 sendt af Taxi 4x27 til styrelsen den 20. april 2026.

1788. Det er styrelsens vurdering, at den inkluderede omsætning er tilstrækkelig til, at Frasalgsvirksomheden kan udgøre en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed i hænderne på en egnet køber. *For det første* er der tale om en omsætning, der overstiger den omsætning, som Uber (via Drivr) genererede før fusionen i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner (baseret på en annualisering af omsætningen i månederne februar-maj 2025).[1065] *For det andet* overstiger omsætningen i Frasalgsvirksomheden flere kørselskontorers årlige omsætning, afhængigt af, om Frasalgsvirksomhedens omsætning i Danmark eller i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner lægges til grund, jf. punkt 1787.

[1061] Ifølge Uber vil de taxier, der overføres med Frasalgsvirksomheden, bl.a. blive udvalgt på baggrund af, at de har genereret mindst [xxx] pct. af de samlede bruttobookinger fra gadeure, som Dantaxi har genereret i de 12 måneder forud for Konkurrencerådets afgørelse, jf. Ubers følgebrev til tilsagn af 7. august 2026, punkt 15.

[1062] Ifølge Uber kan det forventes, at indtægter fra lufthavnsture vil overføres proportionalt i forhold til antallet af vogne til Frasalgsvirksomheden, da lufthavnsture via TMS-systemet tildeles til kørselskontorer i henhold til et kørselskontors andel af kvalificerede køretøjer i henhold til TMS' servicevilkår, og da vilkårene for at generere sådanne indtægter vil forblive uændrede efter frasalget, jf. Ubers følgebrev til tilsagn af 7. august 2026, punkt 17 og 18.

[1063] Kategorien "Øvrige ture" består af ture booket af erhvervskunder via Dantaxis hjemmeside, jf. Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 92.

[1064] Omregnet til kr. med en valutakurs på 648,08 kr. for 100 US dollars, jf. valutakursen pr. den 7. august 2026 på Nationalbankens hjemmeside, https://www.nationalbanken.dk/da/vores-arbejde/stabile-priser-pengepolitik-og-dansk-oekonomi/valutakurser (besøgt den 10. august 2026).

[1065] Opgjort på baggrund af data fra Ubers metodebrev af den 28. juli 2026.

5.4.6.2.1.3 Frasalgsvirksomheden indeholder en tilstrækkelig mængde vognmænd

1789. Det er styrelsens vurdering, at det er afgørende at sikre, at Frasalgsvirksomheden har et tilstrækkeligt antal vognmænd og taxier tilknyttet, for at Frasalgsvirksomheden kan udgøre en konkurrencedygtig virksomhed.

1790. Bolt har tidligere fremhævet betydningen af et tilstrækkeligt antal vognmænd, da længere ventetid gør det nødvendigt at yde betydelige rabatter for at være konkurrencedygtig, jf. punkt 929. Styrelsen holdt den 27. juli 2026 et supplerende møde med Bolt, der fremhævede, *"at det er afgørende, at vognmændene følger med over til en køber. Så længe Uber fastholder sin nuværende andel af vognmænd, forventer Bolt, at hverken udbud eller efterspørgsel vil flytte sig væsentligt."*[1066] Bolt sendte efterfølgende den 28. juli 2026 en mail, hvoraf det ligeledes fremgår, at adgang til vognmænd er det mest afgørende for en frasalgsvirksomheds levedygtighed: *"The core element of any workable remedies package must be the divestment of a sufficient number of vehicles and drivers (i.e. supply of the key input material).*", samt *"In Bolt's view, the viability of the package turns critically on the number of vehicles divested."*[1067]

1791. Uber forpligter sig i tilsagnet af 14. august 2026 til at overføre vognmænd svarende til [xxx] taxier til Frasalgsvirksomheden. I forhold til tilsagnet af 3. august 2026 er der tale om en stigning på [xxx] taxier.

1792. I forhold til Ubers position (via Drivr) på fusionstidspunktet indeholder Frasalgsvirksomheden flere taxier, end Uber havde adgang til på fusionstidspunkter, hvor Drivr i maj 2025 havde [xxx] taxier tilknyttet, jf. Tabel 5.6.

1793. I forhold til udvælgelse af vognmændene har Uber forpligtet sig til at udvælge efter følgende objektive kriterier:[1068]

» [xxx].

1794. Bolt har fremhævet, at det er vigtigt at sikre, at de vognmænd, der måtte følge med som en del af et tilsagn, ikke vender tilbage til Uber. Bolt anførte bl.a.: *"Omstillingen vil derfor tage tid, og indtjeningen fra nye vognmænd vil først blive opbygget gradvist. Der er samtidig risiko for, at vognmændene skifter igen i mellemtiden [...]."* Derudover fremhævede Bolt, at *"det er vigtigt at sikre, at vognmændene ikke vender tilbage til Uber, og at de har tilstrækkeligt incitament til at blive hos køberen. Bolt anførte i forlængelse heraf, at der er behov for en periode, hvor vognmændene afskæres fra at skifte tilbage til Uber [...]."*[1069] Bolt har peget på en periode på 1-3 år. Her relaterer de tre år sig til en situation, hvor et frasalg ikke indeholder kundekontrakter, mens det ved en kortere periode vil være nødvendigt at sikre tilstrækkelig skala på passagersiden.[1070]

1795. I forhold til denne betænkelighed fra Bolt bemærker styrelsen, at Uber forpligter sig til ikke at kontakte de frasolgte vognmænd i [xxx] efter gennemførelse af salget.[1071] Desuden indeholder Frasalgsvirksomheden en række salgskanaler, inkl. erhvervskunder, hvilket kan gøre det nemmere for en køber at fastholde vognmændene.

1796. Det er styrelsens vurdering, at der følger et tilstrækkeligt antal vognmænd og taxier med Frasalgsvirksomheden til, at den udgør en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed i hænderne

---

[1066] Jf. referat af møde med Bolt den 27. juli 2026.
[1067] Jf. e-mail fra Bolt af den 28. juli 2026.
[1068] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 16.
[1069] Jf. referat af møde med Bolt den 27. juli 2026.
[1070] Jf. e-mail fra Bolt af 28. juli 2026.
[1071] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 17.

på en egnet køber. Der er med tilsagnet og udvælgelsen af vognmændene således dels sikret en andel, der overstiger det antal taxier, som Uber før fusionen havde til rådighed via samarbejdspartneren Drivr, dels sikret et antal taxier, der samlet vil kunne dække den inkluderede efterspørgsel i Frasalgsvirksomheden på [xxx] mio. [xxx].

1797. Det er desuden styrelsens vurdering, at tilføjelsen i tilsagnet om, at Uber ikke må kontakte de frasolgte vognmænd i en periode på [xxx] gør, at en køber af Frasalgsvirksomheden har en rimelig mulighed for at sikre sig tilstrækkelig efterspørgsel til vognmændene og dermed have større mulighed for at fastholde dem.

5.4.6.2.1.4 Driften er sikret i frasalgsperioden

1798. Når der er tale om, at et tilsagn indebærer udskillelse af aktiviteter, skal det sikres, at udskillelsen påbegyndes i perioden frem til selve frasalget, så der også på afhændelsestidspunktet er tale om afhændelse af en rentabel virksomhed, der fungerer selvstændigt.

1799. Af Kommissionens tilsagnsmeddelelse fremgår således:

> "[…] *Parterne vil derfor som nærmere beskrevet nedenfor under punkt 113 skulle sikre, at udskillelsen påbegyndes i overgangsperioden, dvs. i tiden mellem Kommissionens vedtagelse af sin beslutning og indtil afhændelsen har fundet sted (og virksomheden juridisk og reelt er overdraget til køberen). Dermed vil der ved udløbet af denne overgangsperiode være tale om afhændelse af en rentabel virksomhed, der fungerer selvstændigt.[…].*"[1072]

1800. For at sikre driften af Frasalgsvirksomheden i frasalgsperioden har Uber forpligtet sig til at opretholde Frasalgsvirksomhedens levedygtighed, salgbarhed og konkurrencedygtighed, herunder til ikke at udføre handlinger, der kan have en væsentlig negativ indvirkning på værdien, ledelsen eller konkurrencedygtigheden af Frasalgsvirksomheden.[1073] Uber forpligter sig bl.a. til vedligeholdelse af Dantaxi-appen, opretholdelse af callcenter 4x48 med uændret serviceniveau og med instruktion om, at alt personale, der bemander callcenteret, ikke proaktivt må mersælge, markedsføre eller opfordre privatkunder, der ringer til 4x48-nummeret, til at skifte til Uber. Uber skal desuden indstille alle kampagner m.v., der har til formål at tilskynde Dantaxi-kunder til at anvende Uber-appen.[1074]

1801. Som i tidligere tilsagn forpligter Uber sig til at øge de månedlige markedsføringsudgifter til Dantaxi-appen til [xxx] Dette beløb svarer til en stigning på [xxx] pct. sammenlignet med Dantaxis gennemsnitlige, månedlige markedsføringsbudget i den forudgående tolvmåneders periode og overstiger ligeledes niveauet for udgifterne forud for fusionen.[1075] Dette beløb skal anvendes til foranstaltninger, der skal opretholde og forbedre synligheden og søgbarheden af Dantaxi-appen, herunder app store-optimering og betalt søgeannoncering. Idet Uber siden fusionen har ydet [xxx] rabatter til Dantaxi-kunder, der skifter til Uber-appen, jf. punkt 1566-1567, har Uber – for at kompensere herfor - i tilsagnet af 14. august 2026 tilføjet yderligere finansiering på [xxx] [xxx]., der skal stå til rådighed for Frasalgsvirksomheden med henblik på at finansiere salgsfremmende rabatter og kundeincitamenter.[1076] Beløbet svarer ifølge Uber til de udgifter til kampagnekoder, der er anvendt til at konvertere brugere af Dantaxi-appen til Uber-appen mellem juni 2025 og august 2026.[1077]

[1072] Jf. Kommissionens tilsagnsmeddelelse, punkt 36.
[1073] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 19.
[1074] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 20.
[1075] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af 6. juli 2026.
[1076] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 20.
[1077] Jf. Ubers følgebrev til tilsagn af 7. august 2026, punkt 29.

1802. I tilsagnet af 14. august 2026 forpligter Uber sig – som tidligere – til ikke at sende direkte markedsføring til Dantaxi-brugerbasen. Uber har anført, at der med "direkte" menes al markedsføring sendt til Dantaxi-brugerbasen, modsat indirekte eksponering for markedsføring som eksempelvis skiltning i lufthavnen.[1078]

1803. Uber forpligter sig endvidere til ikke offentligt at lancere, markedsføre eller kommercielt drive et nyt telefonnummer, der har til formål at erstatte telefonnummeret 4x48.[1079]

1804. Uber vil desuden instruere alt personale – og ikke kun Dantaxi-personale som i tidligere tilsagn – om ikke at sælge eller overføre nogen Dantaxi-kunder til Uber – med undtagelse af offentlige kunder og erhvervskunder, der ikke er inkluderet i Frasalgsvirksomheden.[1080]

1805. For at sikre, at Frasalgsvirksomheden holdes adskilt fra de forretninger, Uber beholder, skal Uber bistå en Tilsynsførende Trustee med at sikre, at Frasalgsvirksomheden ledes som en særskilt og salgbar enhed, adskilt fra den/de forretning(er), som Uber beholder. Som led heri skal Uber umiddelbart efter Konkurrencerådets afgørelse udpege en Hold Separate Manager. Hold Separate Manageren skal være [xxx].[1081]

1806. Hold Separate Manageren skal lede Frasalgsvirksomheden som en uafhængig virksomhed og i virksomhedens bedste interesse med henblik på at sikre dens fortsatte økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne samt dens uafhængighed af de forretninger, som Uber beholder.[1082] Uber forpligter sig til ikke at [xxx] Hold Separate Manageren i Uber eller de til Uber tilknyttede virksomheder i en periode på [xxx] efter gennemførelse af frasalget af Frasalgsvirksomheden. Denne forpligtelse gælder ikke, hvis køberen af Frasalgsvirksomheden [xxx].[1083]

1807. Uber forpligter sig i tilsagnet af 14. august 2026 til inden for en uge efter Konkurrencerådets afgørelse at anmode vognmændene om at fjerne Uber-mærkede rabatklistermærker fra alle Dantaxi-køretøjerne.[1084]

1808. Styrelsen var tidligere betænkelig ved, om vognmændene kunne beholde øvrig Uber-branding på taxierne, og om det skulle være muligt for vognmænd inkluderet i Frasalgsvirksomheden at køre ture for Uber frem til frasalget, jf. punkt 1721-1722. [xxx].[1085]

1809. [xxx]. Uber har anført, at muligheden for, at vognmænd i Frasalgsvirksomheden kan forblive på Ubers app frem til frasalget, medvirker til at opretholde værdien af Frasalgsvirksomheden. Ved at fastholde det nuværende forhold beholder vognmændene deres turvolumen, hvilket medvirker til at sikre, at en køber overtager en "going concern", da der ellers ville være en periode med inaktivitet.[1086]

1810. Styrelsen vurderer, at Uber med ovenstående tiltag i tilstrækkelig grad har sikret Frasalgsvirksomhedens drift i frasalgsperioden.

[1078] Jf. Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 70.
[1079] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 20.
[1080] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 20.
[1081] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 22.
[1082] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 23.
[1083] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 24.
[1084] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 20 samt afsnit 2 i Ubers svar af 13. august på styrelsens spørgsmål af 12. august 2026.
[1085] Jf. referat af møde med Uber den 6. august 2026.
[1086] Jf. Ubers svar på styrelsens spørgsmål tilsendt 12. august 2026, punkt 75-76.

5.4.6.2.1.5 Der vil blive ydet den nødvendige assistance til overdragelse af Frasalgsvirksomheden

1811. Uber har – som i tilsagnet af den 3. august 2026 – inkluderet muligheden for, at en køber af Frasalgsvirksomheden kan indgå en TSA, hvorved Uber forpligter sig til at stille en række ydelser til rådighed for at sikre en effektiv overdragelse af Frasalgsvirksomheden.

1812. Uber har *for det første* udvidet TSA'ens varighed fra [xxx] til [xxx]. *For det andet* har Uber i tilsagnet af den 14. august 2026 forpligtet sig til at udvide TSA'en til at omfatte yderligere tjenester, der med rimelighed er nødvendige for driften af Frasalgsvirksomheden, mod rimelig omkostningsdækning. Det vil være Tilsynsførende Trustee, der kan træffe en bindende beslutning, såfremt der er uenighed mellem Uber og køberen om, hvorvidt en tjeneste med rimelighed er nødvendig.[1087]

1813. Det er styrelsens vurdering, at der med disse justeringer af TSA'en er tale om, at en køber vil være sikret muligheden for at fortsætte driften af Frasalgsvirksomheden og have tilstrækkelig tid til at opbygge sin egen driftskapacitet.

5.4.6.2.1.6 Delkonklusion – rentabel og konkurrencedygtig virksomhed

1814. Det er styrelsens samlede vurdering, at Frasalgsvirksomheden i lyset af ovenstående inkluderer alle de nødvendige aktiver [xxx] til at udgøre et selvstændigt fungerende kørselskontor med den påkrævede licens. Det er desuden styrelsens vurdering, at Frasalgsvirksomheden indeholder et tilstrækkeligt antal vognmænd/køretøjer og omsætning på passagersiden til, at der er tale om en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed i hænderne på en egnet køber. Afslutningsvist er det styrelsens vurdering, at Uber har forpligtet sig til tilstrækkelige foranstaltninger til, at driften af Frasalgsvirksomheden er sikret frem til frasalget.

5.4.6.2.2 Ændrede kontraktvilkår for vognmænd

1815. Udover at inkludere vognmænd i Frasalgsvirksomheden har Uber i tilsagnet af 14. august 2026 – som i de tidligere tilsagn – forpligtet sig til at forkorte vognmændenes tidligst mulige opsigelsesperiode fra [xxx] til højst seks måneder og til ikke at måtte pålægge vognmænd en opsigelsesperiode på over seks måneder. Derudover forkortes varslingsperioden til højst tre måneder. Disse ændringer vil gælde i en periode på [xxx] fra gennemførelse af salget.[1088]

1816. Det er styrelsens vurdering, at opsigelsesperioden fortsat er relativt lang. Det er dog samtidig styrelsens vurdering, at de ændrede kontraktvilkår for Dantaxi-vognmændene kan bidrage til at reducere nogle af hindringerne (skiftebarriererne) for effektiv konkurrence, som er identificeret af styrelsen. Det er således muligt, at de kortere perioder i en vis grad kan øge mobiliteten blandt vognmændene og gøre det nemmere for de øvrige kørselskontorer, og køberen af Frasalgsvirksomheden, at konkurrere om disse vognmænd og dermed være i stand til at øge deres udbud og det konkurrencepres, de kan lægge i markedet.

5.4.6.2.3 Tilsagnet kan implementeres effektivt

Hold Separate Manager og trustees

1817. Uber forpligter sig – som nævnt ovenfor - med tilsagnet af 14. august 2026 til umiddelbart efter Konkurrencerådets afgørelse at udpege en Hold Separate Manager, der skal sikre, at Frasalgsvirksomheden ledes som en uafhængig virksomhed med henblik på at sikre dens fortsatte øko-

---

[1087] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 10-11.
[1088] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 34.

nomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne samt dens uafhængighed af de forretninger, som Uber beholder.[1089]

1818. Uber forpligter sig desuden til senest to uger efter Konkurrencerådets afgørelse at forelægge navnet eller navnene på en eller flere fysiske eller juridiske personer, der foreslås som Tilsynsførende Trustee, til Konkurrencerådets godkendelse. Den Tilsynsførende Trustee skal føre tilsyn med overholdelsen af de forpligtelser og betingelser, der er knyttet til Konkurrencerådets afgørelse, herunder i tæt samarbejde med Hold Separate Manageren føre tilsyn med den løbende ledelse af Frasalgsvirksomheden med henblik på at sikre dens fortsatte økonomiske levedygtighed, salgbarhed og konkurrenceevne frem til gennemførelsen af salget. Herudover skal Tilsynsførende Trustee bl.a. føre tilsyn med, at Uber ikke foretager sig noget, der kan have en negativ indvirkning på værdien eller konkurrenceevnen i Frasalgsvirksomheden. Øvrige opgaver omfatter bl.a.:

- at føre tilsyn med, at Frasalgsvirksomheden ledes som en særskilt og salgbar enhed;
- at fastsætte alle nødvendige foranstaltninger for at sikre, at Uber efter Konkurrencerådets afgørelse ikke tilegner sig nogen fortrolige oplysninger vedrørende Frasalgsvirksomheden
- at føre tilsyn med fordelingen af aktiver [xxx] i Frasalgsvirksomheden mellem Frasalgsvirksomheden og Uber eller tilknyttede virksomheder;
- at foreslå Uber sådanne foranstaltninger, som den Tilsynsførende Trustee skønner nødvendige for at sikre Ubers overholdelse af de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til afgørelsen;
- at overvåge og vurdere potentielle købere og fremdriften i frasalgsprocessen;
- at give Konkurrencerådet en skriftlig rapport inden for 15 dage efter udgangen af hver måned – og samtidig sende en ikke-fortrolig kopi til Uber – om opretholdelsen af Frasalgsvirksomheden og fremdriften i frasalgsprocessen;
- at forelægge Konkurrencerådet en begrundet udtalelse om egnetheden og uafhængigheden af den foreslåede køber, om levedygtigheden i Frasalgsvirksomheden efter salget, og om hvorvidt Frasalgsvirksomheden sælges på en måde, der er i overensstemmelse med de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Konkurrencerådets afgørelse.

1819. Hvis Uber ikke har indgået en bindende aftale vedrørende Frasalgsvirksomheden en måned før udløbet af Frasalgsperioden, eller hvis Konkurrencerådet har afvist en køber foreslået af Uber på det tidspunkt eller derefter, skal Uber udpege en Frasalgstrustee. Frasalgstrustee skal, uden krav om mindstepris, sælge Frasalgsvirksomheden til en køber, forudsat at Konkurrencerådet har godkendt både Køberen og den endelige og bindende aftale om salg af Frasalgsvirksomheden (samt accessoriske aftaler).[1090]

1820. Det er styrelsens vurdering, at udpegelsen af Hold Separate Manager, Tilsynsførende Trustee samt eventuelt Frasalgstrustee og deres forpligtelser medvirker til at sikre, at tilsagnet kan implementeres effektivt.

Perioden for implementering af tilsagnet

1821. I forbindelse med markedstesten af tilsagnet af 6. juli fremhævede flere kørselskontorer, at de mente, at perioderne for frasalg og for gennemførelse af salget var for lange. Det var ligeledes styrelsens vurdering, at perioderne var for lange og indebar en risiko for, at værdien af Frasalgsvirksomheden kunne blive forringet betydeligt, jf. afsnit 5.4.3.1.7.3.

1822. Uber har i tilsagnet af 14. august 2026 nedsat perioden for implementeringen af tilsagnet. I forhold til tilsagnet af 6. juli 2026 har Uber i tilsagnet af 14. august 2026 nedsat henholdsvis Fra-

[1089] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 22-23.
[1090] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 36, og Bilag – Udpegelse af Trustee, afsnit 2.2.

salgsperioden fra [xxx] til [xxx] og perioden for gennemførelse af salget fra [xxx] til [xxx] måneder.

1823. Det er styrelsens vurdering, at forkortelsen af Frasalgsperioden og perioden for gennemførelse af salget er tilstrækkelig til at medvirke til en effektiv implementering af tilsagnet. Dette skal ses i lyset af fusionens særlige karakter, hvor fusionen allerede er gennemført, og der derfor er behov for at udskille aktiviteter. Det skal også ses i lyset af, at det er styrelsens vurdering, at Uber med tilsagnet har tilbudt tilstrækkelige foranstaltninger til at sikre driften af Frasalgsvirksomheden, så der på frasalgstidspunktet fortsat vil være tale om en rentabel og konkurrencedygtig virksomhed i hænderne på en egnet køber.

5.4.6.2.4 Horisontale ensidige virkninger

1824. Det er styrelsens vurdering, at fusionen giver anledning til horisontale ensidige virkninger på et marked for formidling/salg af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, idet fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne sammenlignet med det tilfælde, hvor fusionen ikke blev gennemført. Styrelsens vurdering bygger primært på, at fusionen eliminerer et væsentligt konkurrencepres, som Uber (via Drivr) lagde på Dantaxi før fusionen, jf. afsnit 5.2.4.5. Det er ligeledes styrelsens vurdering, at fusionens virkninger på markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder også får effekter inden for salg af taxikørsel til erhvervskunder og offentlige kunder. Det skyldes, at fusionen – som følge af indirekte netværkseffekter – også øger parternes markedsstyrke inden for salg til disse kundesegmenter, jf. punkt 583-585.

1825. Derudover er det styrelsens vurdering, at fusionen giver Uber mulighed for og incitament til at hæve priserne på et marked for salg af kørselskontorydelser. Det skyldes, at Uber opnår en øget markedsstyrke på dette marked, som følge af stærke indirekte netværkseffekter til markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder, hvor Uber i særdeleshed har styrket sin markedsposition, jf. afsnit 5.2.4.5.

1826. Endelig er det styrelsens vurdering, at fusionen mellem Uber og Dantaxi øger risikoen for market tipping betydeligt, samt at en mulig market tipping vil forstærke de horisontale ensidige virkninger i form af højere priser på taxikørsel og højere pladsleje og/eller servicegebyr, jf. afsnit 5.2.5.6. Dette skyldes bl.a., at fusionen fjerner en vigtig konkurrent i Dantaxi, der i kraft af sin størrelse og markedsposition, ville have været blandt de kørselskontorer, der var bedst placeret til at udfordre og konkurrere mod Ubers (via Drivr) eventuelle opbygning af kritisk masse af kunder.

1827. Det er styrelsens vurdering, at tilsagnet af 14. august 2026 er tilstrækkeligt til at fjerne disse konkurrenceproblemer. Styrelsen redegør nærmere herfor i de følgende afsnit.

5.4.6.2.4.1 Frasalget fjerner overlappet i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner

1828. Med tilsagnet af 14. august 2026 er der - som redegjort for ovenfor - efter styrelsens vurdering tale om et frasalg af en "going concern". Der er dermed tale om et tilsagn, der vil medføre en varig, strukturel ændring på de relevante markeder.

1829. For at sikre tilsagnets strukturelle virkning har Uber forpligtet sig til i en periode på [xxx] år efter gennemførelsen af salget ikke at erhverve muligheden for at udøve indflydelse over hele eller en del af Frasalgsvirksomheden, medmindre Konkurrencerådet, efter en begrundet anmodning fra Uber, finder, at markedsstrukturen har ændret sig i en sådan grad, at fraværet af indflydelse over hele eller en del af Frasalgsvirksomheden ikke længere er nødvendigt for at gøre fusionen forenelig med konkurrenceloven.

1830. I Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner vil Uber, som følge af tilsagnet, frasælge en enhed, der indeholder en omsætning og et antal vognmænd, der svarer til den position, Uber (via Drivr) havde på fusionstidspunktet. Tilsagnet fjerner dermed det overlap, der opstod som følge af fusionen. Dertil kommer de lempede kontraktvilkår for Dantaxi-vognmænd, der i en vis grad kan øge mobiliteten blandt vognmændene og gøre det nemmere for de øvrige kørselskontorer at konkurrere om disse vognmænd og dermed være i stand til at øge deres udbud og det konkurrencepres, de kan lægge i markedet.

1831. På baggrund af Ubers oplysninger om Frasalgsvirksomhedens omsætning viser styrelsens beregninger, at omsætningens i Frasalgsvirksomheden svarer til ca. [10-20] pct. af markedet for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn, og at konsekvensen af udskillelsen af Frasalgsvirksomheden dermed er, at Ubers markedsandel på dette marked falder med omkring [10-20] procentpoint, jf. Tabel 5.25. Dertil kommer, at det må forventes, at Ubers markedsandel via salg i Ubers app også falder yderligere, når [xxx] vogne sælges fra.

Tabel 5.25 **Estimat over markedsandele efter udskillelse af Frasalgsvirksomheden fra Uber**

	Markedsandel (pct.)
Frasalgsvirksomheden	[10-20]
Ubers app	[20-30]
Dantaxis salgskanaler	[0-5]
Parterne samlet	**[30-40]**
Drivr (egne salgskanaler)	[0-5]
Taxa 4x35	[20-30]
Bolt via Bolts eget kørselskontor	[10-20]
Bolt via Taxi 4x27	[0-5]
Taxi 4x27 (egne salgskanaler)	[5-10]

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af oplysninger modtaget fra parterne 7. august 2026 og 21. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxi 4x27 den 20. april 2026, oplysninger modtaget fra Bolt den 16. april 2026, oplysninger modtaget fra Drivr den 13. april 2026 og oplysninger modtaget fra Taxa 4x35 den 4. marts 2026.

1832. Udskillelsen af Frasalgsvirksomheden vil dermed reducere Ubers samlede markedsandel betydeligt. Uber vil efter udskillelsen opnå en samlet markedsandel på omkring [30-40] pct. stammende fra formidling via Ubers app og salg via Dantaxis salgskanaler, jf. Tabel 5.25. Denne markedsandel svarer nogenlunde til gennemsnittet af Dantaxis markedsandel i månederne (januar til maj 2025) op til fusionen, jf. Tabel 5.4. [xxx].

1833. Uber har i sit høringssvar af 17. august 2026 gjort gældende, at Green SM's indtræden på det danske marked medfører, at Green SM bør medtages i Tabel 5.25 ovenfor. [1091] Som beskrevet i

[1091] Jf. Ubers høringssvar af 17. august 2026 til styrelsens udkast til afsnit om potentiel konkurrence af 14. august 2026, punkt 19.

afsnit 5.2.4.4.1.2 har Green SM været aktiv i Danmark i en meget kort periode og med [xxx], hvorfor det ikke er meningsfuldt at tilføje dem i tabellen.

1834. For så vidt angår et eventuelt markedssegment for formidling/salg af taxikørsel via apps, vil frasalget af Dantaxi appen – med en årlig omsætning på omkring [xxx]. [xxx]. i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner – ligeledes reducere Ubers markedsstyrke betydeligt. Efter udskillelsen af Frasalgsvirksomheden vil Uber eksempelvis ikke kunne opsamle taxikunder, som måtte skifte til Dantaxis app, som følge af eventuelle prisstigninger på Ubers egen app, og omvendt. Dertil kommer at Uber i henhold til tilsagnet er forpligtet til at tilføre Frasalgsvirksomheden knap [xxx] [xxx] til salgsfremmende rabatter og kundeincitamenter. Tilføjelsen af disse midler kan ligeledes bidrage til, at køberen af Frasalgsvirksomheden kan fastholde eller udbygge sin position i markedet, herunder styrke kendskabet til og udbredelsen af Dantaxis app.

1835. På den anden side af markedet – markedet for salg af kørselskontorydelser – vil udskillelsen af Frasalgsvirksomheden ligeledes reducere Ubers markedsstyrke betydeligt. På fusionstidspunktet havde Uber [xxx] taxier til rådighed via Drivr, jf. Tabel 5.6. Frasalgsvirksomheden indeholder dermed flere taxier, end overlappet var på fusionstidspunktet (maj 2025) og dermed fjerner tilsagnet overlappet. Udvælgelseskriterierne for de [xxx] taxier sikrer desuden, at de kan dække den frasolgte omsætning.

1836. Baseret på det samlede antal biler tilknyttet Uber via Dantaxi i Østdanmark og Drivr i første kvartal 2026 er der tale om en reduktion på over [xxx] pct., og en reduktion på [xxx] pct., hvis der alene ses på vogne tilknyttet Uber/Dantaxi – et tal, der vil være væsentligt større, hvis der alene ses på Storkøbenhavn og omegn.[1092] I den forbindelse bemærkes også, at en betydelig del af de tilbageværende vognmænd hos Uber vil være allokeret til offentlige kontrakter, [xxx] [xxx]. Derudover bemærker styrelsen, at [xxx] Uber har mulighed for at formidle taxikørsel, som udføres af biler tilknyttet Drivr, [xxx] [xxx]. Drivr har således i et vist omfang mulighed for at forfølge en strategi, hvor de forsøger at fremme salget via andre salgskanaler og salg til erhvervskunder og offentlige kunder.

1837. Det er styrelsens vurdering, at særligt adgang til vognmænd – som følge af indirekte netværkseffekter – har afgørende betydning for, at en køber kan lægge et tilstrækkeligt øget konkurrencepres til, at det kan fjerne de skadelige virkninger af fusionen, jf. afsnit 5.4.6.2.1.3.

1838. Frasalgsvirksomheden indeholder som nævnt [xxx] taxier, hvilket er [xxx] biler, end fx Bolts eget kørselskontor hhv. Taxi 4x27 har til rådighed, jf. Figur 4.3. Det er styrelsens vurdering, at overtagelsen af vognmænd af et sådant omfang vil sætte en køber i stand til at lægge et betydeligt konkurrencemæssigt pres på markederne for salg/formidling af taxikørsel til privatpassagerer i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner samt markedet for salg af kørselskontorydelser. Det er desuden styrelsens vurdering, at en køber vil blive styrket betydeligt i forhold til konkurrencen om erhvervskunder og offentlige kunder via tilførslen af det betydelige antal vognmænd.

1839. Med det øgede konkurrencepres, en køber kan lægge – og med reduktionen af Ubers position på markederne – er det styrelsens vurdering, at Ubers incitament til at hæve priserne på markedet for formidling/salg af taxikørsel til privatkunder i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner – og til at hæve priserne over for erhvervskunder og offentlige kunder - begrænses i tilstrækkeligt omfang. Det samme gælder Ubers prissætning på et marked for salg af kørselskontorydelser.

[1092] Ifølge Færdselsstyrelsens statistik over antal tilknyttede biler, var der i første kvartal 2026 tilknyttet [xxx] biler til Uber via Dantaxis kørselskontor i Østdanmark, mens [xxx] biler var tilknyttet Drivr på landsplan, jf. Tabel 5.7. Styrelsen har ikke mulighed for isoleret at opgøre antallet af køretøjer allokeret i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, men dette tal vil være noget lavere.

5.4.6.2.4.2 Risikoen for market tipping reduceres

1840. Tilsagnet skaber et nyt kørselskontor med en betydelig markedsposition i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Det gælder både Frasalgsvirksomheden i sig selv, men også i hænderne på en egnet køber, der allerede har aktiviteter på markederne, eller som samarbejdspartner for en konkurrerende mobilitetsplatform. Samtidigt reduceres Ubers markedsstyrke tilsvarende, både på passagersiden og på vognmandssiden. Begge forhold reducerer risikoen for, at Uber som følge af fusionen - betinget af tilsagnet - opnår den kritiske masse af kunder og vognmænd, der skal til for, at koncentrationstendensen bliver selvforstærkende over tid.

1841. Det er dog ikke dermed styrelsens vurdering, at tilsagnet fuldstændigt eliminerer risikoen for market tipping til fordel for Uber. Uber har fortsat mulighed for at opbygge en stærk markedsposition gennem aktiv konkurrence, men det er efter styrelsens vurdering ikke sandsynligt, at fusionen betinget af tilsagnet vil være udslagsgivende for denne proces.

1842. Det er samlet set styrelsens vurdering, at tilsagnet sikrer, at fusionen ikke betydeligt øger risikoen for market tipping til fordel for Uber.

5.4.6.2.4.3 [xxx]

1843. Uber vil i lighed med de tidligere tilbudte tilsagn [xxx].

1844. Som nævnt i punkterne 1551-1552 var det i forbindelse med de tidligere afgivne tilsagn, at de ikke [xxx]. Dette skyldtes, [xxx]. Denne mulighed kunne efter styrelsens vurdering [xxx]. Dermed var styrelsens vurdering, [xxx]. [1093]

1845. Uber har med tilsagnet af 14. august 2026 forpligtet sig til [xxx].[1094]

1846. Det er styrelsens vurdering, at tilsagnet med denne tilføjelse sikrer, at Uber ikke [xxx], at Drivr i tilstrækkelig grad kan agere som en uafhængig konkurrent til Uber.

5.4.6.2.4.4 Delkonklusion – ensidige horisontale virkninger

1847. Samlet er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at tilsagnet af 14. august 2026 er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af ensidige horisontale virkninger.

5.4.6.2.5 Inputafskærmning

1848. For at imødekomme styrelsens vurdering af, at fusionen medfører risiko for ensidige vertikale virkninger i form af hel eller delvis inputafskærmning, jf. afsnit 5.2.6, har Uber afgivet en række tilsagn vedr. deres samarbejdsrelation med Drivr, som styrelsen har vurderet direkte løser konkurrenceproblemerne vedrørende risikoen for hel inputafskærmning og risikoen for delvis inputafskærmning i form af højere Uber Service Fee og teknisk diskrimination mellem Dantaxi og Drivr i forbindelse med formidling af taxiture via Uber-appen, jf. afsnit 5.4.3.2.

1849. Som anført i vurderingerne af Ubers tilsagn af den 6. juli 2026 og den 3. august 2026 var det styrelsens vurdering, at disse tilsagn ikke var tilstrækkelige til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af øget risiko for økonomisk afskærmning af Drivr på Uber-appen, jf. punkt

---

[1093] [xxx].
[1094] Jf. Ubers tilsagn af 14. august 2026, punkt 29.

1639 og punkt 1732. Risikoen for inputafskærmning understøttes bl.a. af Ubers øgede markedsstyrke efter fusionen.

1850. Uber har i tilsagnet af den 14. august 2026 yderligere forpligtet sig til at ændre samarbejdsaftalen med Drivr, [xxx] [xxx].

1851. Det er styrelsens samlede vurdering, at kombinationen af Ubers forpligtelser i det reviderede tilsagn af 14. august 2026, hvor Uber navnlig har øget omfanget af Frasalgsvirksomheden til at indeholde tilstrækkelig omsætning og et tilstrækkelig antal vognmænd, kombineret med Ubers øvrige tilsagn i forhold til Drivr, samlet sikrer, at Uber ikke som følge af fusionen har incitament til at nedsætte kommissionsbetalingen for Dantaxi vognmænd i en sådan grad, at det betydeligt vil forringe Drivrs mulighed for at konkurrere.

1852. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at vurderingen af risikoen for inputafskærmning bygger på alle faktiske omstændigheder på fusionstidspunktet, samt en analyse af Ubers mulighed for og incitamenter til at inputafskærme Drivr efter fusionen, jf. afsnit 5.2.6.1. Styrelsen har i denne vurdering – og i ovenstående vurdering af tilsagnet - ikke lagt afgørende vægt på den faktiske udvikling i Ubers kommissionssatser efter fusionens gennemførsel, idet Ubers adfærd efter fusionens gennemførelse og mens fusionen stadig er under fusionsbehandling, efter styrelsens vurdering skal fortolkes varsomt, jf. afsnit 4.3.1.

1853. Samlet er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at tilsagnet af 14. august 2026 er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af inputafskærmning.

5.4.6.2.6 Koordinerede virkninger

1854. Med tilsagnet af 14. august 2026 er det som nævnt ovenfor styrelsens vurdering, at der er tale om et frasalg, der vil være tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen, for så vidt angår ensidige horisontale virkninger. Dette skyldes bl.a., at et køb af Frasalgsvirksomheden efter styrelsens vurdering er af en sådan størrelse, at den vil sætte en egnet køber i stand til at yde et tilstrækkeligt konkurrencepres på Uber efter fusionen. Samtidig vil afhændelsen af Frasalgsvirksomheden mindske Ubers position på de relevante markeder.

1855. Det er styrelsens vurdering, at salget af Frasalgsvirksomheden betyder, at overlappet som følge af fusionen elimineres. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at fusionen ikke længere giver anledning til strukturelle ændringer i de generelle markedsforhold af en karakter, der medfører, at fusionen vil øge risikoen for stiltiende koordinering.

1856. [xxx].

1857. [xxx].

1858. [xxx].

1859. [xxx].

1860. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at tilsagnet af 14. august 2026 er tilstrækkeligt til at fjerne de skadelige virkninger af fusionen i form af koordinerede virkninger.

5.4.6.2.7 Konklusion – tilsagnet af 14. august 2026

1861. Samlet er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at tilsagnet af 14. august 2026 opfylder de grundlæggende betingelser for, at tilsagn kan accepteres. Det er således styrelsens vurdering, at tilsagnet i) fuldstændigt fjerner konkurrenceproblemerne, ii) er komplette og effektive, og iii) kan implementeres effektivt på kort tid, eftersom konkurrencen på markedet ikke vil blive bevaret, før tilsagnene er opfyldt.

6. Konklusion

1862. Det er styrelsens vurdering, at Uber har afgivet tilsagn, som fjerner de skadelige virkninger af den anmeldte fusion. På den baggrund er det styrelsens vurdering, at den anmeldte fusion skal godkendes ved, at de af Uber 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.

1863. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:

1864. Det meddeles Uber International Holding B.V., at deres køb af Greenfleet Holding A/S godkendes med deres 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

1865. De danske regler om fusionskontrol fremgår af konkurrencelovens kapitel 4.

1866. Fusionskontrollen består i en undersøgelse af, om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. SIEC-testen[1095], 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."*

1867. 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.

1868. 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.[1096]

1869. Retten i Første Instans og EF-Domstolen har ved flere lejligheder udtalt sig om beviskrav i fusionssager. Blandt andet har Generaladvokaten 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."* [1097, 1098]

1870. 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 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 godken-*

[1095] SIEC er en forkortelse for Significant Impediment of Effective Competition.

[1096] Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 14. maj 2008, *Lemvigh-Müllers overtagelse af Brdr. A & O Johansen*, punkt 769.

[1097] Jf. Opinion of advocate general Kokott af 13. december 2007 i sag C-413/06 P, *Bertelsmann/Sony*,præmis 216.

[1098] 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.

delse 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."[1099]

1871. 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.[1100]

1872. 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."*[1101] 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.

1873. 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*".[1102]

1874. 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

1875. I den kontrafaktiske analyse 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). Hvis det vurderes, at konkurrencesituationen på markedet med fusionens gennemførelse ikke hæmmes betydeligt sammenlignet med en situation uden fusionen, skal fusionen godkendes.

1876. 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.[1103]

1877. Kommissionen har bl.a. i afgørelsen vedrørende *EDF/Segebel* anført, at:

[1099] Jf. Retten i Første Instans' dom af 14. december 2005 i sag T-210/01, *General Electric*, præmis 61.
[1100] Jf. FT 2004-05, Tillæg A, side 1647, v.sp.
[1101] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9 og Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 20.
[1102] Jf. Retten i Første Instans' dom af 3. april 2003 i sag T-342/00, *Petrolessence SA*, præmis 102.
[1103] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9.

"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."[1104]

1878. Af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner fremgår af punkt 9 og den tilhørende fodnote:

"Analogt hermed vil Kommissionen i det tilfælde, hvor en fusion er blevet gennemført uden at være anmeldt, vurdere fusionen på grundlag af de konkurrenceforhold, der ville have gjort sig gældende, hvis ikke fusionen var blevet gennemført."[1105] [styrelsens understregning].

1879. 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.

1880. 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.[1106]

7.1.2 Den tidsmæssige ramme for vurdering af fusionen

1881. Det følger af Kommissionens retningslinjer for 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."*[1107] [styrelsens fremhævning]

1882. 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 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."*.[1108] [styrelsens fremhævning]

1883. 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,*

[1104] Jf. Kommissionens afgørelse af 12. november 2009 i sag COMP/M.5549, *EDF/Segebel*, punkt 66.

[1105] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9, fodnote 8, samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 20, fodnote 5.

[1106] 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.

[1107] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9, samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 20.

[1108] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9 samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 20.

hvis økonomiske rækkevidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor beslutningen træffes".[1109] [styrelsens fremhævning]

1884. 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 at udbyderne derfor ikke straks kunne gå over til at sælge europæiske mærker uden at tabe markedsandele.[1110]

1885. 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."*[1111] [styrelsens fremhævning]

1886. 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.

1887. 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 1883 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

1888. 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:[1112]

(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)

[1109] Jf. Retten i Første Instans' kendelse i sag T-2/93, *Air France*, præmis 70. Sagen omhandler dog jurisdiktionsspørgsmål, men formuleres i generelle vendinger og som Retten senere hen henviser til.

[1110] Jf. Kommissionens beslutning af 21. juni 1994 i sag IV/M.430, *Procter & Gamble*, punkt 104.

[1111] Jf. Kommissionens beslutning af 21. juni 1994 i sag IV/M.430, *Procter & Gamble*, punkt 104.

[1112] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 22.

(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).

1889. 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 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

1890. Som nævnt er en strukturel indikator for konkurrencepresset 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.

1891. 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[1113]:

(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

1892. 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.[1114]

1893. 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

[1113] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 17-18.
[1114] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 19-20.

om, at der bliver skabt en formodning for, at der foreligger sådanne problemer, hvis de relevante niveauer og værdier overskrides.[1115]

1894. Markedsandele og HHI efter fusionen skal sammenholdes med situationen i det kontrafaktiske scenarie.

7.2.2 Ensidige virkninger

1895. 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.[1116]

1896. 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.[1117]

1897. 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.

1898. 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.[1118] *Fusionsparterne er nære – men ikke nødvendigvis nærmeste – konkurrenter; jo større substitutionsgrad mellem fusionsdeltagernes produkter, desto større sandsynlighed for, at prisen øges.*[1119] *Kundernes muligheder for at skifte leverandør er begrænsede, især hvis et skifte er forbundet med store omkostninger, eller der kun er få alternative leverandører.*[1120] *Konkurrenterne vil sandsynligvis ikke forøge udbuddet, hvis priserne stiger, eksempelvis fordi konkurrenterne møder adgangsbarrierer, herunder kapacitetsbegrænsninger.*[1121] *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 finansiel styrke.*[1122] *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*

[1115] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 21.
[1116] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 25, 1. punktum.
[1117] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 25, 2. punktum og fusionsforordningens betragtning 25.
[1118] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 27.
[1119] 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.
[1120] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 31.
[1121] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 32-34.
[1122] 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.[1123]

1899. Ovenstående faktorer behøver ikke alle være til stede, for at ensidige virkninger er sandsynlige, og det skal ikke betragtes som en udtømmende liste.[1124]

1900. 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 var gennemført.

7.2.3 Koordinerede virkninger

1901. Ved koordinerede virkninger er der 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.

1902. 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.

1903. 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)."*[1125]

1904. 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.

1905. I *Airtours* opstillede Retten tre kumulative betingelser for, hvornår der er tale om koordinerede virkninger[1126]. Kommissionen har i sine retningslinjer for horisontale fusioner præciseret de tre *Airtours*-betingelser, således at retningslinjerne opstiller fire kriterier, der dækker alle tre be-

---

[1123] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 37.
[1124] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 26.
[1125] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 22.
[1126] 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*.

tingelser fra *Airtours*. Disse fire kriterier skal således alle være opfyldt, for at der er tale om koordinerede virkninger[1127]. 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.

1906. 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.[1128]

(i) Etablering af koordineringsbetingelser

1907. Det er ikke tilstrækkeligt, at virksomheder, der ønsker at koordinere, har stor gennemsigtighed 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.[1129] Derfor er opfyldelsen af denne betingelse nødvendig for, at koordinering overhovedet kan opstå.

(ii) Kontrol af afvigelser

1908. Betingelsen kan kun være opfyldt, hvis gennemsigtigheden omkring referencepunktet for koordineringen, fx priser, er tilstrækkelig stor til, at eventuelle afvigelser fra koordineringen hurtigt vil blive opdaget.[1130] 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

1909. 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[1131]. 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

1910. 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 op-

---

[1127] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 41.
[1128] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 44-57.
[1129] Jf. fx Kommissionens beslutning af 31. januar 2001 i sag COMP/M.2097, *SCA/Metsä Tissue*, punkt 148.
[1130] Jf. fx Kommissionens beslutning af 20. december 2002 i sag COMP/M.2389, *Shell/DEA*, punkt 112-115.
[1131] Jf. fx Kommissionens beslutning af 16. april 2008 i sag COMP/M.4980, *ABF/GBI Business* punkt 244-246.

fyldt, 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

1911. 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[1132]. I Boks 7.1 nedenfor gennemgås en række markedskarakteristika, som skal inddrages i en sådan vurdering.

Boks 7.1 Markedskarakteristika

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 afveget 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 afveget fra koordineringen, eller om den generelle efterspørgsel er faldet.

[1132] Jf. Domstolens afgørelse af 10. juli 2008 i dommen Bertelmann and Sony v. Impala, Case C-413/06 P, punkt 125-126.

3b) Størrelse og hyppighed af transaktioner
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 at 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[1133]. 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.

[1133] Jf. Rettens afgørelse i *Impala v. Commission*, Case T-464/04, dom af 13. juli 2006, præmis 466.

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.

7.3 Vertikale forbindelser

1912. Fusioner med vertikale forbindelser kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt gennem ensidige og/eller koordinerede virkninger.

1913. De konkurrenceskadelige virkninger kan bl.a. skyldes afskærmning. Med afskærmning menes, at konkurrenter hindres adgang til leverancer eller markeder. Afskærmning kan være problematisk, selvom konkurrenterne ikke tvinges helt ud af markedet. Det er tilstrækkeligt, at de kommer i en situation, hvor de kan konkurrere mindre effektivt. Udgangspunktet for vurderingen af, hvorvidt en afskærmning kan siges at være problematisk, er, om fusionsparterne – eller øvrige konkurrenter – som følge af afskærmningen får mulighed for at hæve priserne over for forbrugerne.

1914. Når en vertikal fusion medfører afskærmning, kan den medføre et fald i antallet af effektive konkurrenter på såvel upstream- som downstreammarkedet, hvilket normalt gør det lettere for de resterende virksomheder at koordinere deres adfærd.

1915. Ved vertikale fusioner (ligesom ved horisontale fusioner) giver markedsandele og koncentrationsgraden beregnet ved HHI et nyttigt første fingerpeg om både fusionsparternes og deres konkurrenters markedsstyrke og konkurrencemæssige betydning.

7.3.1 Markedsandele og HHI

1916. Markedsandelene og HHI bruges bl.a. til at vurdere, om den fusionerede virksomhed opnår en betydelig markedsstyrke (hvilket ikke nødvendigvis betyder dominans) på mindst ét af de berørte markeder.

1917. Det følger af Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, at det er usandsynligt at en vertikal fusion vil give anledning til konkurrencemæssige problemer, hvis (i) den fusionerede virksomheds markedsandele er under 30 pct. på de berørte markeder, og (ii) HHI efter fusionen er under 2000.[1134]

1918. Hvis begge betingelser er opfyldt, fremgår det endvidere, at Kommissionen i praksis ikke vil foretage en indgående undersøgelse af sådanne fusioner, medmindre der gør sig særlige forhold gældende, fx at et eller flere af følgende forhold er til stede:

(i) en af de fusionerede parter vil sandsynligvis ekspandere betydeligt i den nærmeste fremtid,

(ii) der er væsentlige krydsejerskab eller krydslederskab mellem aktørerne på markedet,

[1134] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 25.

(iii) en af fusionsparterne er en virksomhed, som højst sandsynligt vil ødelægge den koordinerede adfærd,

(iv) der er tegn på tidligere eller eksisterende koordinering i praksis, som letter koordinering, på markedet efter fusionen.[1135]

1919. Markedsandele og HHI anvendes som et første tegn på, at der ikke er tale om konkurrencemæssige problemer, men det indebærer ikke nogen retlig formodning.[1136]

7.3.2 Ensidige virkninger

1920. Med hensyn til ensidige virkninger i fusioner med vertikale forbindelser kan der være tale om to former for afskærmning. For det første kan der opstå *inputafskærmning*, hvilket vil sige, at downstream-konkurrenter får begrænset adgangen til vigtige leverancer. For det andet kan der opstå *kundeafskærmning*, hvis fusionen medfører, at upstream-konkurrenter får begrænset adgangen til et tilstrækkeligt kundegrundlag. Derudover kan den fusionerede enhed få adgang til *kommercielt følsomme oplysninger* om konkurrenternes upstream- eller downstream-aktiviteter.

7.3.2.1 Inputafskærmning

1921. Inputafskærmning kan opstå, hvis den fusionerede virksomhed får mulighed for at begrænse adgangen til sine inputprodukter og dermed gøre det vanskeligt for downstream-konkurrenter at opnå adgang til de pågældende produkter til samme priser og på samme vilkår som før fusionen (og dermed øge deres omkostninger).

1922. Der er tre forhold, der skal undersøges i forbindelse med vurderingen af, om en konkurrenceskadelig inputafskærmning er sandsynlig:

(i) om den fusionerede virksomhed har mulighed for at afskærme adgangen til input,

(ii) om den fusionerede enhed vil have incitament til det og

(iii) om det vil skade konkurrencen downstream betydeligt.[1137]

1923. I praksis undersøges faktorerne ofte sammen, fordi de er nært forbundne. Nedenfor foretages en nærmere gennemgang af betingelserne, som er beskrevet i Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner.

(i) Mulighed for at afskærme adgangen til input

1924. Inputafskærmning kan kun medføre konkurrenceskadelige problemer, hvis den vedrører et vigtigt input for downstream-konkurrenterne. Derudover er det også nødvendigt, at den fusionerede virksomhed har en betydelig markedsstyrke på upstream-markedet, for at inputafskærmning kan skabe konkurrencemæssige problemer.

1925. Den fusionerede virksomhed vil kun have mulighed for inputafskærmning, hvis den ved at begrænse adgangen til sine upstreamprodukter kan påvirke det samlede udbud af produktet negativt med hensyn til pris eller kvalitet. Dette kan være tilfældet, hvis de øvrige upstreamudby-

[1135] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 26.
[1136] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 27.
[1137] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 32.

dere er mindre effektive, udbyder produkter af ringere kvalitet, eller er ude af stand til at øge produktionen, fx på grund af kapacitetsbegrænsninger.

1926. Hvis konkurrencen på upstream-markedet er oligopolistisk, vil den fusionerede virksomheds beslutning om at begrænse adgangen til sit input mindske konkurrencepresset på de øvrige udbydere upstream, som hermed vil kunne hæve deres priser over for downstream-aktører, der ikke er vertikalt integrerede. Denne stigning i udeforstående virksomheders markedsstyrke vil være større, jo mindre produktdifferentieringen og jo større koncentrationsgraden er.[1138]

(ii) Incitament til at afskærme adgangen til input

1927. Incitamentet til inputafskærmning afhænger af, om afskærmningen vil være rentabel. Rentabiliteten afhænger af afvejningen mellem den fortjeneste, der går tabt upstream som følge af en lavere afsætning af input til downstream-konkurrenter, og den øgede fortjeneste på kortere eller længere sigt ved øget salg downstream (eller eventuelt muligheden for at hæve priserne). Jo lavere upstream-avancerne er (det vil sige mindre tab som følge af begrænsningen i input-afsætningen), og jo større downstream-avancerne er (det vil sige højere fortjeneste ved en forøgelse af markedsandelen downstream på bekostning af de konkurrenter, der udsættes for afskærmning), jo større vil incitamentet til afskærmning være.[1139]

1928. Incitamentet til inputafskærmning afhænger derudover også af, hvor sandsynligt det er, at efterspørgslen ledes væk fra de afskærmede downstream-konkurrenter og over til den fusionerede virksomhed. Denne andel vil normalt være højere, jo større substitutionsmuligheder der er mellem den fusionerede virksomheds og de pågældende konkurrenters produkter.[1140]

(iii) Den sandsynlige virkning for den effektive konkurrence

1929. I det følgende gennemgås en række scenarier og faktorer, der i praksis kan indebære, at fusioner, hvorved adgangen til inputmarkedet afskærmes, hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.[1141]

1930. Normalt skal de virksomheder, der udsættes for afskærmning, spille en tilstrækkelig vigtig rolle på downstream-markedet, for at der kan ske betydelig skade på den effektive konkurrence. En virksomhed med en forholdsvis lille markedsandel i forhold til andre aktører kan på trods heraf spille en vigtig rolle i konkurrencen, fx hvis den er en særligt aggressiv konkurrent.

1931. Den effektive konkurrence kan også hæmmes betydeligt gennem adgangsbarrierer. En vertikal fusion kan afskærme potentielle konkurrenter på downstream-markedet, hvis den fusionerede virksomhed sandsynligvis ikke vil forsyne potentielle aktører på downstream-markedet eller kun vil gøre dette på ringere vilkår, end det ville være tilfældet uden fusionen. Alene sandsynligheden for, at den fusionerede virksomhed vil gennemføre en afskærmningsstrategi efter fusionen, kan virke afskrækkende på potentielle markedsdeltagere. Den effektive konkurrence på downstream-markedet kan hæmmes betydeligt gennem adgangsbarrierer, især hvis inputafskærmning vil betyde, at sådanne potentielle konkurrenter bliver nødt til at komme ind på både downstream- og upstream-markedet for at kunne konkurrere effektivt på de enkelte markeder.

1932. Inputafskærmning vil have størst virkning, hvis det berørte input udgør en betydelig andel af downstream-konkurrenternes omkostninger, eller hvis det berørte input er en afgørende komponent i downstream-produktet.

[1138] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 38.
[1139] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 40-41.
[1140] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 42.
[1141] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 47-57.

1933. Virkningen for konkurrencen på downstream-markedet skal også vurderes på grundlag af faktorer, der vil kunne opveje denne virkning, fx køberstyrke eller sandsynligheden for, at tilgang af nye virksomheder på upstream-markedet vil opretholde den effektive konkurrence.

7.3.2.2 Kundeafskærmning

1934. Kundeafskærmning kan forekomme, når en udbyder upstream fusionerer med en stor kunde på downstream-markedet. Dette kan give den fusionerede virksomhed mulighed for at hindre konkurrenterne på upstream-markedet i at få adgang til et tilstrækkeligt kundegrundlag og dermed mindske deres evne eller incitament til at konkurrere.

1935. Ved vurderingen af om en konkurrenceskadelig kundeafskærmning er sandsynlig, skal det undersøges:

(i) om den fusionerede virksomhed har mulighed for at afskærme adgangen til downstream-markederne,

(ii) om den ville have incitament til at afskærme downstream-markederne og

(iii) om det ville skade kunderne på downstream-markedet betydeligt.

1936. Nedenfor foretages en nærmere gennemgang af betingelserne, som er beskrevet i Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner.[1142]

(i) Mulighed for at afskærme adgangen til downstream-markederne

1937. Kundeafskærmning kan fx forekomme, hvis den fusionerede virksomhed beslutter at købe hele sin mængde inputs hos sin egen upstream-afdeling og dermed undlader at købe fra upstream-konkurrenterne. Den kan også mindske sine indkøb hos upstream-konkurrenterne eller foretage indkøb hos dem på mindre favorable vilkår, end den ville have gjort uden fusionen.

1938. For at kundeafskærmning kan give anledning til problemer, skal den vertikale fusion involvere en virksomhed, som er en betydelig kunde på downstream-markedet. Hvis der efter fusionen fortsat er et tilstrækkeligt tilgængeligt kundegrundlag, vil der typisk ikke opstå konkurrenceproblemer.

(ii) Incitament til at afskærme adgangen til downstream-markederne

1939. Incitamentet til afskærmning afhænger af, om det vil være en rentabel strategi. Den fusionerede virksomhed skal afveje de mulige omkostninger ved ikke at købe produkterne hos upstream-konkurrenter og de mulige indtægtsfordele ved at gøre det.

1940. Derudover afhænger incitamentet til kundeafskærmning af, om den fusionerede virksomheds upstream-afdeling kan profitere fra et eventuelt højere prisniveau som følge af afskærmningen af upstream-konkurrenterne fra et tilstrækkeligt kundegrundlag. Incitamentet bliver også større, jo mere den fusionerede virksomheds downstream-afdeling kan forventes at profitere fra højere priser på downstream-markederne som følge af afskærmningen.

(iii) Den sandsynlige virkning for den effektive konkurrence

1941. Ved at hindre upstream-konkurrenternes adgang til et betydeligt kundegrundlag, kan fusionen forringe deres konkurrencemuligheder. Dette kan øge input-omkostningerne for downstream-konkurrenterne og dermed stille dem dårligere i konkurrencen. Dermed kan den fusionerede

[1142] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 58-77.

virksomhed få mulighed for at hæve priserne på downstream-markedet og herigennem hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

1942. Kun i de tilfælde hvor en tilstrækkelig del af upstream-produktionen berøres af den vertikale fusion, kan fusionen hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Hvis der fortsat er en række upstream-konkurrenter, som ikke berøres, kan disse virksomheder sikre et tilstrækkeligt konkurrencemæssigt pres og hindre en prisforhøjelse på henholdsvis upstream- og downstream-markedet.

7.3.2.3 Adgang til kommercielt følsomme oplysninger

1943. Gennem en vertikal fusion kan den fusionerede virksomhed få adgang til kommercielt følsomme oplysninger om konkurrenternes upstream- eller downstream-aktiviteter. Ved fx at blive leverandør til en downstream-konkurrent kan en virksomhed få afgørende oplysninger, som giver den mulighed for at føre en mindre aggressiv prispolitik på downstream-markedet til skade for forbrugerne. Det kan også stille konkurrenterne dårligt i konkurrencen og dermed afskrække dem fra at trænge ind og ekspandere på markedet.[1143]

7.3.3 Koordinerede virkninger

1944. Vertikale fusioner kan medføre øget symmetri mellem virksomhederne på markedet. Dette kan gøre koordinering mere sandsynlig, idet det bliver lettere at nå frem til en fælles forståelse af koordineringsbetingelserne. Tilsvarende kan en vertikal fusion øge gennemsigtigheden på markedet og dermed lette koordinering mellem de resterende markedsaktører.

1945. Koordinerede virkninger i vertikale fusioner vurderes på samme måde som ved horisontale fusioner. Det skal således undersøges, hvorvidt de fire betingelser, som er beskrevet i Kommissionens retningslinjer for horisontale såvel som ikke-horisontale fusioner, er opfyldt:

(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.[1144]

1946. Analysen af betingelserne er gennemgået under afsnittet om horisontale fusioner, og der henvises derfor til afsnit 7.2.3 for en nærmere gennemgang af betingelserne.

7.4 Effektivitetsgevinster

1947. Der er tre kumulative betingelser, der skal være opfyldt, før der kan tages hensyn til eventuelle effektivitetsgevinster ved vurderingen af en fusion.[1145] Disse betingelser er:

[1143] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 78.
[1144] Jf. Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, punkt 81.
[1145] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 76-88.

(i) Gevinsterne skal være til gavn for forbrugerne. Dvs. gevinsterne skal være betydelige, skal kunne realiseres rettidigt og skal principielt gavne forbrugerne på de(t) marked(er), hvor det ellers er sandsynligt, at der ville opstå konkurrencemæssige problemer.[1146]

(ii) Gevinsterne skal være fusionsspecifikke. Dvs. gevinsterne skal direkte skyldes den anmeldte fusion og må ikke kunne realiseres i tilsvarende omfang gennem mindre skadelige alternativer.[1147]

(iii) Gevinsterne skal være påviselige. Dvs. der skal være en rimelig sikkerhed for, at effektivitetsgevinsterne realiseres, og de skal være tilstrækkelige til at opveje en fusions potentielle skadelige virkninger for forbrugerne.[1148]

1948. Det er fusionsparternes opgave at fremvise dokumentation for, at en fusion medfører effektivitetsgevinster, samt at påvise og sandsynliggøre, at gevinsterne opfylder de tre kumulative betingelser.

7.5 Screeningsmetode til udvælgelse af områder

Udvælgelse af geografiske områder

1949. For at identificere de geografiske områder, hvor der er reel lokal konkurrence mellem parterne, har styrelsen anvendt en screeningsmetode.

1950. Som første trin er der foretaget en indledende afgrænsning af kommuner baseret på Drivrs aktivitet via Uber frem til og med maj, dvs. før fusionstidspunktet. Kommuner er i denne fase inkluderet, hvis der har været mindst 300 gennemførte ture i perioden. Dette svarer til et gennemsnit på ca. 60 ture pr. måned, svarende til omkring to ture pr. dag, og anvendes som en proxy for et minimum af løbende lokal aktivitet. Det er samtidig en forudsætning for inddragelse, at parterne begge er aktive i de pågældende områder, således at der kan være et faktisk konkurrenceoverlap.

1951. I andet trin er der foretaget en yderligere afgrænsning baseret på parternes relative styrke i de identificerede kommuner, med henblik på at afgrænse områder med et ikke ubetydeligt konkurrencepres mellem parterne. Konkret er Ubers omsætning opgjort i forhold til Dantaxis omsætning i perioden, og der er alene medtaget kommuner, hvor Ubers aktivitet udgør mindst [xxx] pct. af Dantaxis omsætning.

1952. Styrelsen bemærker i den forbindelse, at Ubers relative aktivitet gradvist aftager jo længere væk fra Storkøbenhavn, hvilket afspejler en tilsvarende reduktion i overlap og konkurrencepres mellem parterne. Tærsklen på [xxx] pct. er fastsat med henblik på at afgrænse de områder, hvor der fortsat er et vist konkurrencepres mellem parterne, og samtidig udelukke områder med begrænset aktivitet.

1953. Styrelsen har i den forbindelse anvendt kommuner som dataproxy for den geografiske analyse, idet disse områder giver et praktisk udgangspunkt for opgørelse af markedsandele og kapacitet og dermed for vurderingen af lokal konkurrence mellem parterne. De kommuner, der på den baggrund er udvalgt, er: Albertslund, Ballerup, Brøndby, København, Dragør, Frederiksberg, Furesø, Gentofte, Gladsaxe, Glostrup, Greve, Helsingør, Herlev, Hvidovre, Høje-Taastrup, Hørsholm, Ishøj, Lyngby-Taarbæk, Rudersdal, Rødovre, Tårnby, Vallensbæk.

[1146] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 79.
[1147] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 85.
[1148] Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 86.

7.6 Oversigt over kommuner, hvor parterne havde horisontalt overlappende aktiviteter på fusionstidspunktet

Tabel 7.1 **Oversigt over antal ture startet hos Uber og Dantaxi i perioden januar til maj 2025**

Udvalgt til nærmere undersøgelse	Kommune	Ture startet, Uber (antal)	Ture startet, Dantaxi (antal)	Antal Uber-ture/Antal Dantaxi-ture (pct.)
x	Københavns	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Tårnby	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Frederiksberg	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Gentofte	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Gladsaxe	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Hvidovre	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Lyngby-Taarbæk	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Rødovre	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Ballerup	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Brøndby	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Herlev	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Rudersdal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Glostrup	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Høje-Taastrup	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Albertslund	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Ishøj	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Roskilde	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Greve	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Vallensbæk	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Furesø	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Hørsholm	[xxx]	[xxx]	[xxx]
x	Dragør	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Fredensborg	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Allerød	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Hillerød	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Egedal	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Helsingør	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Solrød	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Køge	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Lejre	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Frederikssund	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Næstved	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Gribskov	[xxx]	[xxx]	[xxx]
	Ringsted	[xxx]	[xxx]	[xxx]

Holbæk	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Sorø	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Faxe	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Halsnæs	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Slagelse	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Stevns	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Lolland	[xxx]	[xxx]	[xxx]

Kilde: Styrelsens opgørelse på baggrund af Excelark sendt som del af parternes svar af 22. januar 2025 på styrelsens spørgsmål af 15. januar 2025, fanen "Total".

7.7 Markedsandele på et marked for salg/formidling af taxikørsel via apps i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner

Tabel 7.2 **Markedsandele på et marked for salg/formidling af taxikørsel til privatkunder via apps i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner, januar til maj 2025.**

	Omsætning (mio. kr.)	Markedsandel (pct.)
Dantaxi[1] via egne salgskanaler	[xxx]	[20-30]
Ubers omsætning via Drivr	[xxx]	[30-40]
Parterne samlet	**[xxx]**	**[50-60**
Taxa 4x35[2]	[xxx]	[30-40]
Taxi 4x27[2]	[xxx]	[0-5]
Bolt[2]	[xxx]	[10-20]
Drivr[2]	[xxx]	[0-5]
I alt	[xxx]	

Note 1: Styrelsen er bekendt med Dantaxis omsætning fra salg/formidling af taxikørsel til privatkunder via Dantaxis egen app i Danmark. På baggrund heraf har styrelsen estimeret Dantaxis omsætning i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. I estimatet, er det lagt til grund, at [xxx] pct. af Dantaxis omsætning fra salg/formidling af taxikørsel til privatkunder via Dantaxis app i Danmark i 2025 kan allokeres til Storkøbenhavn og de omkringliggende kommuner. Denne fordelingsnøgle er opgjort på baggrund af Dantaxis samlede salg af taxikørsel til privatkunder (på tværs af alle salgskanaler) i Storkøbenhavn i perioden januar til maj 2025 ([xxx]) divideret med Dantaxis samlede salg af taxikørsel til privatkunder (på tværs af alle salgskanaler) i hele Danmark ([xxx]) i perioden januar til maj 2025.

Note 2: Styrelsen er bekendt med parternes konkurrenters omsætning relateret til salg/formidling af taxikørsel til privatkunder via apps i Danmark i perioden januar til maj 2025. Idet Taxa 4x35, Taxi 4x27, Bolt og Drivr på primært er aktive i og omkring København, har styrelsen inkluderet hver af de anførte konkurrenters samlede omsætning relateret til salg/formidling af taxikørsel til privatkunder via apps i Danmark i perioden januar til maj 2025 til opgørelsen i Storkøbenhavn og omkringliggende kommuner. Styrelsen bemærker, at denne antagelse som udgangspunkt vil overvurdere parternes konkurrenters markedsandele og dermed undervurdere parternes markedsandele, hvorfor parternes markedsandele på et segment afgrænset til bestilling via apps reelt vil være større end anført i tabellen.

Kilde: Styrelsens beregninger på baggrund af oplysninger modtaget fra parterne 21. april 2026, oplysninger modtaget fra Taxi 4x27 den 20. april 2026, oplysninger modtaget fra Bolt den 23. april 2026, oplysninger modtaget fra Drivr den 13. april 2026 og oplysninger modtaget fra Taxa 4x35 den 4. marts 2026.

7.8 Bilaget B2B Kundeforhold

1954. Til tilsagnet af 14. august 2026 hører "Bilaget B2B Kundeforhold", med forhold til B2B-kunder, som defineret under punkt 1 i tilsagnet af 14. august 2026. Bilaget B2B Kundeforhold er i sin helhed gengivet nedenfor.

[Bilaget er fortroligt i sin helhed]