

Konkurrencerådsafgørelse den 29. november 2023

# Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS



---

**Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen**

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

Journal nr. 23/02945 / MMW, ESI, MLCS, CHAR, HASA

Afgørelsen er udarbejdet af  
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen.

---

# Indholdsfortegnelse

---

<b>1.</b>	<b>RESUMÉ.....</b>	<b>7</b>
1.1	Anmeldelsen.....	7
1.2	Transaktionen.....	7
1.3	Parterne.....	7
1.4	De relevante markeder.....	8
1.5	Det kontrafaktiske scenarie.....	8
1.6	Fusionens virkninger.....	9
1.7	Tilsagn.....	11
1.8	Konklusion.....	11
<b>2.</b>	<b>AFGØRELSE.....</b>	<b>12</b>
2.1	Tilsagn.....	12
<b>3.</b>	<b>SAGSFREMSTILLING.....</b>	<b>24</b>
3.1	Indledning.....	24
3.2	Parterne og deres aktiviteter.....	24
3.2.1	Salling.....	24
3.2.2	ALDI.....	24
3.3	Transaktionen.....	25
3.4	Jurisdiktion og anmeldelsespligt.....	25
<b>4.</b>	<b>MARKEDSBESKRIVELSE.....</b>	<b>27</b>
4.1	Analysegrundlag/Markedsundersøgelse.....	27
4.1.1	Om forbrugerundersøgelsen.....	27
4.2	Dagligvarehandel.....	28
4.2.1	Indkøb af dagligvarer.....	29
4.2.2	Engrossalg af dagligvarer.....	29
4.2.3	Detailsalg af dagligvarer.....	29
4.3	Høring.....	33
4.3.1	Parternes høringssvar.....	33
4.3.1.1	Styrelsens behandling af lukkede butikker og butikprojekter.....	33
4.3.1.2	Styrelsens skadeteorier om prisstigning og forværring af kvalitet.....	35
4.3.1.2.1	Styrelsens vurdering.....	35
4.3.1.3	Styrelsens betænkeligheder i Stubbekøbing.....	36
4.3.1.3.1	Styrelsens vurdering.....	36
4.3.1.4	Styrelsens betænkeligheder i Rødbyhavn.....	36
4.3.1.4.1	Styrelsens vurdering.....	36
<b>5.</b>	<b>VURDERINGEN.....</b>	<b>38</b>
5.1	Afgrænsningen af de relevante markeder.....	38
5.1.1	Dagligvaremarkedet.....	38
5.1.2	Dagligvaredetailmarkedet.....	40
5.1.2.1	Det relevante produktmarked.....	40

---

5.1.2.1.1	Mulig segmentering efter butiksformat .....	42
5.1.2.2	Delkonklusion – afgrænsning af det relevante produktmarked .....	45
5.1.2.3	Det relevante geografiske marked .....	46
5.1.2.4	Delkonklusion – afgrænsning af det relevante geografiske marked .....	49
5.1.2.5	Konklusion – dagligvaredetailmarkedet .....	49
5.1.3	Dagligvareindkøbsmarkedet .....	50
5.1.3.1	Det relevante produktmarked .....	50
5.1.3.2	Det relevante geografiske marked .....	50
5.1.3.3	Konklusion – dagligvareindkøbsmarkedet .....	51
5.2	Vurderingen af fusionens konkurrencemæssige virkninger .....	51
5.2.1	Vurderingen af det kontrafaktiske scenarie .....	51
5.2.1.1	Det retlige grundlag .....	51
5.2.1.1.1	[xxx] .....	53
5.2.1.2	ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked .....	54
5.2.1.2.1	Parternes anbringender vedr. ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked .....	54
5.2.1.2.1.1	Salgsproces - ALDI's danske aktiviteter .....	55
5.2.1.2.2	Styrelsens vurdering af ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked .....	55
5.2.1.2.3	Delkonklusion .....	57
5.2.1.3	ALDI's forventede ageren såfremt fusionen ikke gennemføres .....	57
5.2.1.3.1	ALDI's anbringender vedr. det kontrafaktisk scenarie .....	57
5.2.1.3.2	Styrelsens vurdering af det kontrafaktiske scenarie .....	58
5.2.1.3.2.1	Rødbyhavn .....	59
5.2.1.3.2.2	Stubbekøbing .....	60
5.2.1.3.3	Samlet konklusion .....	61
5.2.2	Berørte markeder .....	61
5.2.3	Target fortsætter ikke med ALDI-brandet .....	62
5.2.4	Fusionen hæmmer ikke konkurrencen på et nationalt marked for detailsalg af dagligvarer .....	62
5.2.5	Fusionens effekter på lokale markeder .....	63
5.2.5.1	Konkurrencen udspiller sig også lokalt .....	64

---

5.2.5.2	Lokale diversion ratios måler det lokale konkurrencepres mellem Parterne.....	66
5.2.5.3	Mekanisk screening af områder.....	68
5.2.5.4	Køretid omkring storbyer.....	70
5.2.5.5	Områder, hvor Target er ved at opføre butikker .....	70
5.2.5.5.1	Randers.....	72
5.2.5.5.2	Høje Taastrup .....	74
5.2.5.5.3	Vejle.....	77
5.2.5.5.4	Konklusion – butiksp projekter .....	79
5.2.5.6	Online forhandleres betydning nationalt og på lokale markeder .....	79
5.2.5.7	Lokale områder, hvor fusionen ikke giver anledning til betænkeligheder efter en nærmere vurdering af de lokale konkurrenceforhold .....	80
5.2.5.7.1	Viborg.....	80
5.2.5.7.2	Frederiksberg.....	83
5.2.5.7.3	Esbjerg.....	86
5.2.5.7.4	Slagelse .....	90
5.2.5.7.5	Kastrup.....	93
5.2.5.7.6	Viby.....	96
5.2.5.8	Lokale områder, hvor fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.....	98
5.2.5.8.1	Rødbyhavn.....	98
5.2.5.8.1.1	Markedsandele og HHI .....	100
5.2.5.8.1.2	Kundernes transportvillighed.....	102
5.2.5.8.1.3	Konkurrencepres.....	104
5.2.5.8.1.4	Fusionen fjerner en uafhængig konkurrent i lokalområdet .....	105
5.2.5.8.1.5	Potentiel konkurrence.....	105
5.2.5.8.1.6	Konklusion .....	109
5.2.5.8.2	Stubbekøbing.....	110
5.2.5.8.2.1	Markedsandele og HHI .....	111

---

5.2.5.8.2.2	Kundernes transportvillighed.....	113
5.2.5.8.2.3	Konkurrencepres.....	115
5.2.5.8.2.4	Fusionen fjerner en uafhængig konkurrent i lokalområdet.....	117
5.2.5.8.2.5	Potentiel konkurrence.....	117
5.2.5.8.2.6	Konklusion.....	119
5.3	Tilsagn.....	120
5.3.1	Indhold af tilsagn.....	120
5.3.2	Vurdering af tilsagnet om frasalg og fremleje.....	121
5.3.2.1	Rødbyhavn.....	121
5.3.2.1.1	Vurdering af Lidl som egnet køber.....	122
5.3.2.2	Stubbekøbing.....	123
5.3.2.2.1	Vurdering af Dagrofa som egnet fremlejer.....	123
5.3.2.3	Samlet vurdering.....	124
5.3.3	Konklusion af tilsagnsvurdering.....	125
<b>6.</b>	<b>KONKLUSION.....</b>	<b>126</b>
<b>7.</b>	<b>BILAG.....</b>	<b>127</b>
7.1	Vurderingskriterier.....	127
7.1.1	Det kontrafaktiske scenarie.....	128
7.1.2	Den tidsmæssige ramme for vurdering af fusionen.....	129
7.2	Horisontale forbindelser.....	130
7.2.1	Markedsandele og HHI.....	131
7.2.2	Ensidige virkninger.....	132
7.3	Metode til estimering af omsætning i butikprojekterne og kannibalisering af omsætningen i omkringliggende butikker.....	133
7.3.1	Graden af kannibalisering for eksisterende Salling-butikker.....	134
7.3.2	Metode.....	134
7.3.2.1.1	Eksempel – butikprojekt i Vejle.....	134

# 1. Resumé

---

## 1.1 Anmeldelsen

1. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (herefter også "styrelsen") modtog den 3. juli 2023 en anmeldelse af en fusion mellem Salling Group A/S (herefter "Salling") og dele af ALDI Danmark ApS (herefter "ALDI"), jf. konkurrencelovens § 12 b. Anmeldelsen var fuldstændig at regne fra den 3. juli 2023. Den 7. august 2023 overgik sagsbehandlingen til fase II, idet der var behov for en særskilt undersøgelse af fusionen.
2. Salling afgav endelige tilsagn i underskrevet tilstand den 23. november 2023. Idet Salling har afgivet tilsagn, og der er forløbet 70 hverdage eller derover fra beslutningen om at indlede en særskilt undersøgelse, forlænges fristen for at træffe beslutning om, hvorvidt fusionen kan godkendes med 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 3. Fristen for at træffe afgørelse er således den 11. januar 2024.

## 1.2 Transaktionen

3. Den anmeldte transaktion indebærer, at Salling erhverver kontrol over dele af ALDI, bestående af 13 af ALDI's butikslokaler i Odense C, Stubbekøbing (under ombygning), Rødbyhavn, Esbjerg N, Viby J, Risskov, Viborg, Skanderborg, Slagelse, Kastrup, Højbjerg, Svendborg og Frederiksberg samt otte af ALDI's butiksprojekter i Vejle, Rødovre, Høje Taastrup, Vallensbæk, Skive, Varde, Randers NØ og København NV. De anførte aktiver betegnes herefter som "Target". Salling og Target betegnes herefter samlet som "Parterne".
4. Den anmeldte fusion medfører et kontrolskifte i form af erhvervelse af enekontrol og udgør en fusion jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

## 1.3 Parterne

5. Salling er en dansk dagligvarekoncern. Salling driver supermarkeder, discountbutikker og hypermarkeder med butikkerne Netto, Føtex og Bilka. Tilsammen ejer Salling over 600 butikker i Danmark bestående af omkring 500 Netto butikker, 107 Føtex supermarkeder og 19 Bilka hypermarkeder.
  6. Salling ejer endvidere BR, Flowr, stormagasinerne Salling, Skagenfood A/S og driver franchisekæderne Starbucks og Carl's Jr. i Danmark.
  7. Salling indkøber sine varer direkte fra leverandørerne til brug for egne butikker. Distributionen til Sallings butikker sker enten direkte fra leverandørerne, fx mælk fra Arla, eller gennem Sallings centrale varehuse i Århus, Vejle, Køge og Ishøj. Salling har begrænset aktivitet med eksternt engrossalg af dagligvarer. Aktiviteterne relaterer sig primært til engrossalg af TV og andet elektronik samt legetøj. Herudover har Salling aktiviteter med engrossalg af dagligvarer til kantiner og hoteller.
  8. ALDI er en dagligvarekæde, der tidligere har haft ca. 187 aktive butikker i Danmark. ALDI er en del af ALDI Nord, som ud over Danmark er repræsenteret i otte lande; Tyskland, Belgien, Frankrig, Luxembourg, Holland, Spanien, Polen og Portugal. ALDI Nord er ultimativt kontrollet af selskabet ALDI Einkauf GmbH & Co.
-

- 
9. ALDI har indkøbt dagligvarer direkte fra leverandørerne. Indkøbet sker dels via interne rammeaftaler indgået af ALDI Nord, men primært via egne aftaler indgået mellem ALDI og leverandørerne. ALDI distribuerer varerne til sine butikker gennem tre distributionscentre i Danmark. ALDI foretager ikke engrossalg eller distribution til tredjeparter.<sup>1</sup>

#### 1.4 De relevante markeder

10. Parterne er begge aktive inden for indkøb og detailsalg af dagligvarer i Danmark.
11. Styrelsen har afgrænset de relevante markeder til:
- » *Dagligvareindkøbsmarkedet i Danmark*  
Det er styrelsens vurdering, at der til brug for denne afgørelse kan tages udgangspunkt i et marked for indkøb af dagligvarer afgrænset til Danmark. Eftersom fusionen ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder på et marked for indkøb af dagligvarer, kan markedsafgrænsningen i denne afgørelse dog stå åben.
  - » *Et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset nationalt til Danmark og lokalt på baggrund af køretider*  
Det er styrelsens vurdering, at der til brug for denne afgørelse kan afgrænses et marked for detailsalg af dagligvarer fra fysiske dagligvarebutikker som eksempelvis supermarkeder, discountbutikker og større supermarkeder/varehuse (ikke omfattende kiosker, servicestationer og specialforretninger eller online-salg). Det er endvidere styrelsens vurdering, at dagligvaredetailmarkedet både har en national og en lokal dimension, og at der i henhold til efterspørgslen fra kunderne og i overensstemmelse med nyere praksis fra bl.a. Konkurrencerådet og Kommissionen formentligt kan afgrænses lokale markeder, fx med udgangspunkt i kørselstid i bil på 10 minutter omkring hver af Parternes butikker, idet kørselstiden bl.a. vil afhænge af, om butikken ligger i et by- eller landområde. Den endelige afgrænsning af det relevante marked kan dog i denne afgørelse stå åben – bl.a. i lyset af Parternes afgivne tilsagn.

#### 1.5 Det kontrafaktiske scenarie

12. Styrelsen skal ved vurderingen af, om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, foretage en undersøgelse, som består i dels en analyse af situationen, hvor fusionen ikke gennemføres (det kontrafaktiske scenarie) og dels en analyse af situationen, hvor fusionen gennemføres (fusionsscenariet). Styrelsen sammenligner de to scenarier for derved at vurdere, om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.
13. For så vidt angår 19 ud af de samlede 21 butikker og butikprojekter, som Salling erhverver fra ALDI, kan fastlæggelsen af det kontrafaktiske scenarie holdes åben, da fusionen, uanset hvilket kontrafaktisk scenarie der lægges til grund for vurderingen, ikke hæmmer den lokale effektive konkurrence betydeligt.
14. For to af Target-butikkerne i henholdsvis Stubbekøbing og Rødbyhavn, som Salling erhverver ved fusionen, har styrelsens foretaget særskilte vurderinger af, hvad der sker med butikkerne, hvis fusionen ikke gennemføres. Det er styrelsens vurdering, at det kontrafaktiske scenarie er, at ALDI [xxx] i Stubbekøbing, og at ALDI [xxx] i Rødbyhavn.

---

<sup>1</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 8.

---



---

## 1.6 Fusionens virkninger

### *Engrosindkøb af dagligvarer*

15. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder på et marked for engrosindkøb af dagligvarer i Danmark. Det skyldes primært, at fusionen alene giver anledning til en helt marginal forøgelse i Sallings markedsstyrke, bl.a. som følge af, at de ALDI-butikker, der overtages, udgør en mindre andel af det samlede indkøbsmarked.

### *Detailsalg af dagligvarer*

16. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset bredt til Danmark, idet Salling med fusionen ikke opnår en væsentlig forøgelse i sin markedsstyrke nationalt.
17. Til brug for vurderingen af fusionens virkninger på lokale markeder har styrelsen taget udgangspunkt i en mekanisk screening af fusionens virkninger i områder afgrænset til en køretid på 10 minutter i bil omkring hver af Parternes butikker i de områder, hvor Parterne har overlappende aktiviteter. De 21 butikker og butiksjakter skaber i alt 41 områder, der skal undersøges, da hver af Parternes butikker har sit eget catchment område<sup>2</sup> bortset fra Stubbekøbing, hvor Parternes butikker ligger så tæt på hinanden, at der er tale om det samme catchment område.
18. Det er styrelsens vurdering, at det er *usandsynligt*, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i lokalområder afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Parternes butikker, hvis et eller flere af følgende forhold er opfyldt:
- (i) Filter 1: Hvis Parternes samlede markedsandele ikke overstiger 25 pct. i området,
  - (ii) Filter 2: Hvis Parternes samlede markedsandele ikke overstiger 40 pct. i området og fusionen ikke øger Sallings markedsandel med mere end 5 pct.
19. Filterkriterierne i screeningen er dels inspireret af, hvordan konkurrencen på detailhandelsmarkeder, herunder dagligvaremarkedet, tidligere er blevet undersøgt af konkurrencemyndigheder, herunder i Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, og dels inspireret af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>3</sup>
20. Styrelsen har desuden i centrale byområder gennemført yderligere screening/undersøgelse af områder baseret på køretid på op til fem minutters kørsel.
21. På baggrund af screeningen har styrelsen identificeret 25 lokale områder afgrænset til en køretid i bil på 10 minutter omkring hver af Parternes butikker, hvor det ikke på baggrund af de anvendte filtre kan udelukkes, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.
22. Efter en nærmere undersøgelse af fusionens konkurrencemæssige virkninger i hvert af de 25 områder, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den lokale effektive konkurrence betydeligt i 23 af områderne. Dette skyldes en række forhold, som gør sig gældende i alle eller flere af områderne, herunder bl.a. Targets størrelse og begrænsede markedsandel, antal

---

<sup>2</sup> Parternes catchment område er et afgrænset område på – som udgangspunkt – 10 minutters kørsel i bil fra henholdsvis Target- og Sallings butik.

<sup>3</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/03), punkt 17-19.

---

konkurrenter, konkurrencepresset fra konkurrenter i og uden for området samt den geografiske afstand mellem Parternes og konkurrenternes butikker.

23. Det er styrelsens vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag vil hæmme den lokale effektive konkurrence betydeligt i to af områderne, Stubbekøbing og Rødbyhavn, jf. herunder.

#### *Stubbekøbing*

24. Både Target og Salling drev forud for fusionen butikker i Stubbekøbing. Salling har en Netto-butik på Vestergade 32 A. Targets butik i Stubbekøbing lukkede i september 2022 pga. ombygning og er ikke blevet genåbnet, efter at ombygningen blev færdiggjort, da ALDI forud for genåbningen havde indgået aftale med Salling om overdragelse af butikken. Inden for et område afgrænset til fem minutters køretid i bil fra hver af Parternes butikker lå i 2022 endvidere en Fakta-butik. Fakta-butikken lukkede i november 2022. Da Target-butikken har været lukket pga. ombygning siden september 2022, og Fakta-butikken lukkede i november 2022, er Salling med Netto-butikken den eneste dagligvareaktør centralt i Stubbekøbing i dag.
25. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid i bil på 10 minutter omkring Targets butik i Stubbekøbing, havde Target forud for fusionen en markedsandel på minimum [10-2] pct., mens Salling havde en markedsandel på minimum [40-50] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på minimum [60-70] pct. HHI efter fusionen vil være på [4.000-5.000] med en ændring i HHI på  $[\geq 150]$ .<sup>4</sup>
26. Det er styrelsens vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag vil hæmme den lokale effektive konkurrence betydeligt i Stubbekøbing. Det skyldes bl.a., at i) Parternes høje markedsandele i Stubbekøbing indikerer, at fusionen vil berøre en stor andel af kunderne i Stubbekøbing, ii) fusionen indebærer, at kunderne mister en væsentlig aktør i lokalområdet, der også er det geografisk nærmeste alternativ til Netto-butikken i Stubbekøbing, og iii) variationen i udbuddet af dagligvarebutikker allerede er begrænset i Stubbekøbing.
27. Idet Salling har afgivet tilsagn om at fremleje Netto-butikken i Stubbekøbing til Dagrofa, og det horisontale overlap mellem Parterne i Stubbekøbing dermed forsvinder, er det styrelsens vurdering, at fusionen med de afgivne tilsagn, ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i Stubbekøbing.

#### *Rødbyhavn*

28. Forud for fusionen driver Target en butik i Rødbyhavn, mens Salling driver en Netto-butik i Rødby. Foruden Parterne ligger der en REMA 1000 i Rødbyhavn. Der lå endvidere en Dagli'Brugsen, der blev lukket i september 2023.
29. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid i bil på 10 minutter omkring Targets butik i Rødbyhavn, havde Target forud for fusionen en markedsandel på [10-20] pct.,

---

<sup>4</sup> Targets butik i Stubbekøbing lukkede i september 2022 for ombygning og har ikke været åben siden. Markedsandelen for Target er beregnet på baggrund af omsætningen i Targets butik for den del af 2022, hvor Targets butik var åben. Coop drev en Fakta i Stubbekøbing, som lukkede i november 2022. Markedsandele for Coop er baseret på omsætning fra denne Fakta. Hvis Faktas omsætning blev fordelt på de øvrige aktører, forholdsmæssigt ud fra aktørernes markedsandele i Stubbekøbing i 2022, inden for et catchment område på 10 minutter fra Target, vil Parterne have en samlet markedsandel på [70-80] pct. med et overlap på [20-30] procentpoint. HHI vil efter fusionen være på [6.000-7.000] med en ændring i HHI på  $[\geq 150]$ .

---

mens Salling havde en markedsandel på [20-30] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [40-50] pct. HHI efter fusionen vil være på [3.000-4.000] med en ændring i HHI på  $\geq 150$ .<sup>56</sup>

30. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid i bil på 10 minutter omkring Nettos butik i Rødby, havde Target forud for fusionen en markedsandel på [10-20] pct., mens Salling havde en markedsandel på [20-30] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [30-40] pct. HHI efter fusionen vil være på [2.000-3.000] med en ændring i HHI på  $\geq 150$ .
31. Det er styrelsens vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag vil hæmme den lokale effektive konkurrence betydeligt i Rødbyhavn. Det skyldes bl.a., at i) Parternes høje markedsandele i Rødbyhavn indikerer, at fusionen vil berøre en stor andel af kunderne i Rødbyhavn og Rødby, ii) fusionen indebærer, at kunderne mister en væsentlig aktør i lokalområdet og iii) variationen i udbuddet af dagligvarebutikker allerede er begrænset i Rødbyhavn.
32. Idet Salling har afgivet tilsagn om frasalg, der indebærer et frasalg af Targets butikslokale i Rødbyhavn, og det horisontale overlap mellem Parterne i Rødbyhavn dermed forsvinder, er det styrelsens vurdering, at fusionen med de afgivne tilsagn, ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i Rødbyhavn.

## 1.7 Tilsagn

33. Salling har på baggrund af de identificerede konkurrenceproblemer afgivet tilsagn om at frasælge Target-butikken i Rødbyhavn på Færgevej 2, og fremleje Sallings butik i Stubbekøbing på Vestergade 32A. Der er tale om en "fix-it-first"-løsning, hvilket indebærer, at køber identificeres og godkendes af Konkurrencerådet inden fusionen godkendes.
34. Salling har konkret forpligtet sig til at sælge butikken i Rødbyhavn til Lidl og fremleje butikken i Stubbekøbing til Dagrofa. Aftalen om fremleje af butikken i Stubbekøbing omfatter en seksårig fremlejeperiode, hvorefter Salling udtræder af lejemålet. Dagrofa har herefter mulighed for at indgå en fornyet lejeaftale med udlejer af butikken.
35. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens samlede vurdering, at tilsagnet om frasalg i Rødbyhavn samt fremleje af butikken i Stubbekøbing effektivt fjerner de identificerede konkurrencemæssige problemer på de berørte markeder. Derudover er det styrelsens vurdering, at Lidl er egnet køber af butikken i Rødbyhavn, og at Dagrofa er egnet fremlejer af butikken i Stubbekøbing.

## 1.8 Konklusion

36. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Parterne har afgivet tilsagn, som imødekommer de skadelige virkninger af den anmeldte fusion. På den baggrund er det styrelsens vurdering, at den anmeldte fusion skal godkendes ved, at de af Parterne afgivne tilsagn samtidig gøres til vilkår for fusionens godkendelse.

<sup>5</sup> Markedsandelene er beregnet på baggrund af omsætningsdata for 2022. Coop drev i 2022 en Dagli'Brugsen i Rødbyhavn, der lukkede i september 2023. Hvis Dagli'Brugsens omsætning fordeles ud på de øvrige aktører, forholdsmæssigt ud fra aktørernes markedsandele i Rødby i 2022, inden for et catchment område på 10 minutter fra Netto-butikken, vil Parterne have en samlet markedsandel på [30-40] pct. med et overlap på [10-20] procentpoint efter fusionen. HHI vil efter fusionen være på [2.000-3.000] med en ændring i HHI på  $\geq 150$ .

<sup>6</sup> Markedsandelene er beregnet på baggrund af omsætningsdata for 2022. Coop drev i 2022 en Dagli'Brugsen i Rødbyhavn, der lukkede i september 2023. Hvis Dagli'Brugsens omsætning fordeles ud på de øvrige aktører, forholdsmæssigt ud fra aktørernes markedsandele i Rødbyhavn i 2022, inden for et catchment område på 10 minutter fra Target, vil Parterne have en samlet markedsandel på [40-50] pct. med et overlap på [10-20] procentpoint efter fusionen. HHI vil efter fusionen være på [3.000-4.000] med en ændring i HHI på  $\geq 150$ .

## 2. Afgørelse

---

37. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:
38. Det meddeles fusionsparterne, at Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS godkendes med de af Parterne afgivne tilsagn, der samtidig gøres til vilkår for fusionens gennemførelse, jf. konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, jf. § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.

### 2.1 Tilsagn

39. Salling Group A/S har den 23. november 2023 afgivet nedenstående tilsagn. Tilsagnene er i henhold til fuldmagt fra ledelsen i Salling Group A/S underskrevet af Jakob Røddik, General Counsel i Salling Group A/S, den 23. november 2023 og er i sin helhed gengivet nedenfor:
-

23. november 2023

**Sag MTF-23/02945 - Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI  
Danmark**

**TILSAGN TIL KONKURRENCERÅDET**

I henhold til Konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, afgiver Salling Group A/S ("*Den Anmeldende Part*") hermed følgende tilsagn ("*Tilsagnene*") til Konkurrencerådet med henblik på at Den Anmeldende Parts erhvervelse enecontrol over dele af ALDI Danmark ApS som endeligt anmeldt til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen 3. juli 2023 ("*Fusionen*") erklæres forenelig med Konkurrenceloven.

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

**Afsnit A. Definitioner**

1. I Tilsagnene har følgende termer følgende betydning:

**Bilaget:** bilaget til Tilsagnene, som mere detaljeret beskriver Frasalgsvirksomheden.

**Closing:** I forhold til tilsagnet i Bilaget, pkt. 1(a) datoen for overdragelse af ejendomsretten til Frasalgsvirksomheden til køberen og i forhold til tilsagnet i Bilaget, pkt. 1(b) datoen for købers indtræden i fremlejeaftalen.

**Closing-perioden:** perioden på [redacted] måneder fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens ("*KFST*") godkendelse af Køberen og salgsbetingelserne.

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

**Frasalgstrustee:** én eller flere fysisk(e) eller juridisk(e) person(er), som er godkendt af KFST og udpeget af Salling, og som fra Salling har modtaget en eksklusiv Trusteefuldmagt til at sælge Frasalgsvirksomheden til en køber, [redacted].

**Frasalgsvirksomheden:** virksomheden eller virksomhederne, som defineret i Afsnit B og i Bilaget, som Den Anmeldende Part forpligter sig til at afstå henholdsvis fremleje.

**Første Frasalgsperiode:** perioden på ■ måneder fra Ikrafttrædelsesdatoen. Hvis Salling på Ikrafttrædelsesdatoen har indgået en aftale om salg af Frasalgsvirksomheden, løber perioden dog først fra KFST's eventuelle afvisning af denne køber.

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

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

**Køber:** den enhed, der er godkendt af KFST, som erhverver af Frasalgsvirksomheden i overensstemmelse med kriterierne angivet i Afsnit D.

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

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

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

**Tilsynsførende Trustee:** én eller flere fysisk(e) eller juridisk(e) person(er), som er godkendt af KFST og udpeget af Salling, og som har til opgave at føre tilsyn med Salling's overholdelse af de betingelser og forpligtelser, der er knyttet til Afgørelsen.

**Trustee(s):** Den Tilsynsførende Trustee og/eller Frasalgstrustee – afhængigt af den konkrete sag.

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

**Salling:** Salling Group A/S med hjemsted på Rosbjergvej 33, Årslev, 8220 Brabrand og registreret med følgende CVR-nummer 35954716.

## Afsnit B. Tilsagn om frasalg og Frasalgsvirksomheden

### Tilsagn om frasalg

2. Med henblik på at opretholde effektiv konkurrence forpligter Salling sig til at afstå – eller foranledige afståelse af – Frasalgsvirksomheden til en køber på salgsbetingelser godkendt af KFST i overensstemmelse med den procedure, der er beskrevet i pkt. 12 i Tilsagnene. For at gennemføre frasalget forpligter Salling sig til at finde en køber og til at indgå en endelig og bindende aftale om salg af Frasalgsvirksomheden. Det skal i overdragelsesaftalen med køberen vedrørende Frasalgsvirksomheden indføres, at hverken køberen eller Salling ensidigt kan opsige aftalen før Closing, og at Salling ikke uden KFST's godkendelse kan aftale, at Closing ikke finder sted (andet end hvis hovedtransaktionen ikke gennemføres).



3. Salling forventer, at der allerede på Ikrafttrædelsesdatoen foreligger en underskrevet aftale med en køber. Såfremt dette ikke er tilfældet (eller KFST måtte afvise køberen) skal Salling indgå en aftale med en anden køber inden for den Første Frasalgsperiode. Hvis Salling ikke har indgået en sådan aftale ved afslutningen af den Første Frasalgsperiode (eller KFST måtte afvise køberen), skal Salling give Frasalgstrustee eksklusiv fuldmagt til at sælge Frasalgsvirksomheden i Trustee-perioden, i overensstemmelse med proceduren beskrevet i pkt. 24.
4. Salling anses for at have efterkommet Tilsagnene, såfremt:
  - (a) Salling eller Frasalgstrustee inden Trustee-periodens afslutning har indgået en endelig og bindende aftale om salg af Frasalgsvirksomheden, og KFST godkender den foreslåede køber og salgsbetingelserne som stemmende overens med Tilsagnene i overensstemmelse med proceduren beskrevet i pkt. 12 og den foreslåede køber har opnået eventuelle fusionsgodkendelser fra KFST; og
  - (b) Closing finder sted inden for Closing-perioden.
5. For at bevare Tilsagnenes strukturelle effekt må Den Anmeldende Part i en periode på 10 år efter Closing ikke – hverken direkte eller indirekte – erhverve eller opnå indflydelse (som defineret i pkt. 43 i Meddelelse om Løsningsforslag, fodnote 3) over hele eller dele af Frasalgsvirksomheden, medmindre KFST, efter at De(n) Anmeldende Part(er) har indgivet en begrundet anmodning (der viser, at der er en saglig begrundelse), der, hvor en sådan er udpeget, er ledsaget af en rapport fra den Tilsynsførende Trustee (jf. pkt. 38 i Tilsagnene), finder at markedsstrukturen har ændret sig i sådan en grad, at fraværet af indflydelse på Frasalgsvirksomheden ikke længere er nødvendig for at gøre den omhandlede fusion forenelig med konkurrenceloven.

#### Struktur og definition på Frasalgsvirksomheden

6. Frasalgsvirksomheden er defineret i Bilaget og består primært af ejendomme indrettet til dagligvarehandel. Frasalgsvirksomheden – beskrevet mere detaljeret i Bilaget – omfatter brugsretten til ejendommene (henholdsvis som ejer og fremlejetager) samt løsøre, som anvendes i forbindelse med driften af ejendommene (medmindre løsøret er ejet af tredjemand) og med undtagelse af soft- og hardware.

#### **Afsnit C. Relaterede tilsagn**

7. Fra Ikrafttrædelsesdatoen indtil Closing skal Den Anmeldende Part 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. Salling Group forpligter sig særligt til:
  - (a) 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 i Frasalgsvirksomheden;
  - (b) opfylde alle forpligtelser i henhold til alle aftaler vedrørende Frasalgsvirksomheden, herunder opretholde forsikringer vedrørende Frasalgsvirksomheden;

- (c) ikke foretage fysiske ændringer af Frasalgsvirksomheden; og
- (d) holde Frasalgsvirksomheden i samme stand som på underskriftstidspunktet (for så vidt angår ejendomme, Salling Group allerede har dispositionsret over), henholdsvis tidspunktet hvor Salling Group erhverver dispositionsret over ejendommene (for så vidt angår ejendomme, Salling Group ikke har dispositionsret over på underskriftstidspunktet).

#### Due diligence

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

#### Rapportering

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

#### **Afsnit D. Køber**

11. For at blive godkendt af KFST skal køber opfylde følgende kriterier:
- (a) Køber skal være uafhængig af og uden nogen forbindelse til Den Anmeldende Part 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.



12. Den endelige, bindende aftale (såvel som accessoriske aftaler) vedrørende afståelsen af Frasalgsvirksomheden er betinget af KFST's godkendelse. Når Salling har indgået en aftale med en køber, skal denne indgive et fuldt dokumenteret og begrundet forslag, herunder en kopi af de(n) endelige aftale(r), til KFST og – hvor en sådan er udnævnt – den Tilsynsførende Trustee inden for en uge. Salling skal kunne godtgøre over for KFST, at køberen opfylder Køberkriterierne, og at Frasalgsvirksomheden bliver solgt på en måde, der er i overensstemmelse med Konkurrencerådets Afgørelse og Tilsagnene. For at godkende skal KFST kontrollere, at køberen opfylder Køberkriterierne, og at Frasalgsvirksomheden bliver solgt på en måde, der stemmer overens med Tilsagnene, herunder Tilsagnenes formål om skabe en varig strukturændring på markedet. Indtil KFST har godkendt eller afvist at godkende en Køber, suspenderes alle frister i tilsagnene.

#### Afsnit E. Trustee

##### I. Udpegelsesprocedure

13. Hvis Salling ikke har indgået en bindende aftale vedrørende Frasalgsvirksomheden inden Ikrafttrædelsesdatoen, eller hvis KFST afviser denne køber foreslået af Salling på dette senere tidspunkt, skal Salling foranledige udpegelse af en Tilsynsførende Trustee til at udføre de funktioner, der er angivet i Tilsagnene for en Tilsynsførende Trustee.
14. Hvis Salling ikke har indgået en bindende aftale angående Frasalgsvirksomheden en måned før afslutningen af den Første Frasalgsperiode, eller hvis KFST har afvist en køber foreslået af Salling på det tidspunkt eller derefter, skal Salling udpege en Frasalgstrustee. Udpegelsen af Frasalgstrustee skal træde i kraft ved Trustee-periodens begyndelse.
15. Trustee skal:
- (i) på tidspunktet for udpegelsen være uafhængig af Den Anmeldende Part og dens/deres Tilknyttede Virksomheder;
  - (ii) besidde de nødvendige kvalifikationer til at udføre sin fuldmagt, for eksempel have tilstrækkelig relevant erfaring som investment banker, konsulent eller revisor; og
  - (iii) hverken have været eller blive impliceret i en Interessekonflikt.
16. Trustee skal aflønnes af Den Anmeldende Part på en måde, som ikke hæmmer Trustee's uafhængighed og effektive varetagelse af sin fuldmagt. Særligt hvor aflønningspakken for en Frasalgstrustee indeholder en succesbonus, der er knyttet op på den endelige salgsværdi af Frasalgsvirksomheden, må en sådan succesbonus kun opnås, såfremt frasalget finder sted inden for Trustee-perioden.

##### *Forslag fra Salling*

17. Salling skal indsende navnet eller navnene på én eller flere fysisk(e) eller juridisk(e) person(er), som Salling foreslår udnævnt til Tilsynsførende Trustee, til KFST's godkendelse senest to uger efter forpligtelsen til at udpege en trustee indtræder. Senest en måned før afslutningen af den Første Frasalgsperiode eller efter anmodning fra KFST, skal Salling indsende en liste med én eller flere personer, som Salling foreslår udnævnt til Frasalgstrustee, til KFST's godkendelse. Forslaget skal

indeholde tilstrækkelige oplysninger til, at KFST kan kontrollere, at de(n) person(er) der er blevet foreslået som Trustee(s), opfylder de krav, der er angivet i pkt. 15, og skal omfatte:

- (a) de komplette vilkår for den foreslåede fuldmagt, som skal indeholde alle de bestemmelser, der er nødvendige for at gøre det muligt for Trustee at opfylde sine forpligtelser i henhold til Tilsagnene;
- (b) et udkast til en arbejdsplan, der beskriver, hvordan Trustee har til hensigt at udføre sine tildelte opgaver;
- (c) en angivelse af, hvorvidt den foreslåede Trustee skal fungere som både Tilsynsførende Trustee og Frasalghostee, eller om der foreslås forskellige Trustees til disse to funktioner.

*KFST's godkendelse eller afvisning*

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

*Nyt forslag fra Salling*

19. Hvis alle de foreslåede Trustees afvises, skal Salling – inden for en uge efter at denne er blevet informeret om afvisningen – indsende navnene på mindst to flere fysiske eller juridiske personer, i overensstemmelse med pkt. 17 i Tilsagnene.

*Trustee indstillet af KFST*

20. Hvis alle yderligere foreslåede Trustees afvises af KFST, skal KFST indstille en Trustee, som Salling skal udpege – eller foranledige udpegelse af – i overensstemmelse med en trusteefuldmagt godkendt af KFST.

**II. Trustee's funktioner**

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

*Den Tilsynsførende Trustee's forpligtelser*

22. Den Tilsynsførende Trustee skal:
- (i) i sin første rapport til KFST foreslå en detaljeret arbejdsplan, der beskriver, hvorledes Trustee har til hensigt at føre tilsyn med overholdelsen af forpligtelserne og betingelserne knyttet til Afgørelsen.

- (ii) føre tilsyn med Salling's overholdelse af betingelserne og forpligtelserne knyttet til Afgørelsen.
  - (iii) foreslå over for Salling sådanne foranstaltninger, som den Tilsynsførende Trustee skønner nødvendige for at sikre Salling's overholdelse af betingelserne og forpligtelserne knyttet til Afgørelsen;
  - (iv) overvåge og vurdere potentielle købere samt fremgangen i frasalgsprocessen og – afhængigt af stadiet i frasalgsprocessen – kontrollere, at potentielle købere modtager tilstrækkelige og korrekte oplysninger vedrørende Frasalgsvirksomheden, særligt ved at gennemgå – hvis det er tilgængeligt – datarumsdokumentationen, informationsmemorandum og due diligence-processen.
  - (v) fungere som kontakt for alle forespørgsler fra tredjeparter, særligt potentielle købere, i forhold til Tilsagnene;
  - (vi) give KFST en skriftlig rapport inden 15 dage efter udgangen af hver måned – og samtidig sende en ikke-fortrolig kopi til Salling – der vurderer fremgangen i frasalgsprocessen samt potentielle købere;
  - (vii) omgående rapportere skriftligt til KFST – og samtidig sende en ikke-fortrolig kopi til Salling – såfremt Trustee på rimeligt grundlag konkluderer, at Salling ikke overholder Tilsagnene;
  - (viii) inden for en uge efter modtagelse af det dokumenterede forslag, der er henvist til i pkt. 12 i Tilsagnene, indgive en begrundet udtalelse til KFST – samtidig med at der sendes en ikke-fortrolig kopi til Salling – om den foreslåede købers egnethed og uafhængighed, og om levedygtigheden i Frasalgsvirksomheden efter salget, og om hvorvidt Frasalgsvirksomheden sælges på en måde, der er i overensstemmelse med betingelserne og forpligtelserne knyttet til Afgørelsen;
  - (ix) påtage sig de øvrige funktioner, der er tildelt den Tilsynsførende Trustee, i henhold til betingelserne og forpligtelserne knyttet til Afgørelsen.
23. Såfremt den Tilsynsførende Trustee og Frasalgstrustee ikke er de(n) samme juridiske eller fysiske person(er), skal den Tilsynsførende Trustee og Frasalgstrustee arbejde tæt sammen under – og i forbindelse med – forberedelsen af Trustee-perioden, for derved at facilitere hinandens opgaver.

*Frasalgstrustee's forpligtelser*

24. Inden for Trustee-perioden skal Frasalgstrustee [REDACTED] sælge Frasalgsvirksomheden til en køber, forudsat at KFST har godkendt både køber og den endelige og bindende aftale om salg af Frasalgsvirksomheden (og accessoriske aftaler) som værende i tråd med Konkurrencerådets afgørelse og Tilsagnene, i overensstemmelse med pkt. 11 og pkt. 12 i Tilsagnene. Frasalgstrustee skal i aftalen (samt i accessoriske aftaler) indføre sådanne vilkår og betingelser, som Frasalgstrustee finder nødvendige for et hensigtsmæssigt salg i Trustee-perioden. Særligt må Frasalgstrustee indføre sædvanlige erklæringer, garantier og erstatningsbetingelser i



aftalen, som med rimelighed kan kræves for at effektuere salget

25. I Trustee-perioden (eller i øvrigt efter anmodning fra KFST) skal FrasalgsTrustee til KFST levere en omfattende månedlig rapport om fremdriften i frasalgsprocessen. Sådanne rapporter skal indgives inden for 15 dage efter udgangen af hver måned, samtidig med at en kopi leveres til den Tilsynsførende Trustee og en ikke-fortrolig kopi leveres til Den Anmeldende Part.

### III. Parternes forpligtelser

26. Salling skal yde – og foranledige at dennes rådgivere yder – Trustee en sådan grad af samarbejde, bistand og oplysninger, som Trustee med rimelighed kan forlange for at udføre sine opgaver. Trustee skal have fuld adgang til alle Salling's og Frasalgsvirksomhedens bøger, fortegnelser, dokumenter, ledelsen eller andre medarbejdere, faciliteter, steder og tekniske oplysninger, som er nødvendige for udførelsen af Trustee's forpligtelser i henhold til Tilsagnene. Salling og Frasalgsvirksomheden skal give Trustee kopier af ethvert dokument, hvis Trustee anmoder herom. Salling og Frasalgsvirksomheden skal blandt deres lokaler stille et eller flere kontorer til rådighed for Trustee og skal være til rådighed for møder med henblik på at give Trustee alle de oplysninger, der er nødvendige for udførelsen af dennes opgaver.
27. Salling skal give den Tilsynsførende Trustee al den ledelsesmæssige og administrative support, 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. Salling skal på anmodning give – og foranledige at dennes rådgivere giver – den Tilsynsførende Trustee oplysninger, som er givet til potentielle købere, herunder særligt give den Tilsynsførende Trustee adgang til datarumsdokumentation og alle øvrige oplysninger givet til potentielle købere i forbindelse med due diligenceprocessen. Salling 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, samt holde den Tilsynsførende Trustee informeret om alle udviklinger i frasalgsprocessen.
28. Salling skal give – eller foranledige at Tilknyttede Virksomheder giver – omfattende fuldmagter, behørigt udfærdiget til FrasalgsTrustee (herunder dertil knyttede aftaler), for at effektuere salget, Closing og alle handlinger og erklæringer som FrasalgsTrustee finder nødvendige eller passende for at opnå salget og Closing, herunder udpegelsen af rådgivere til at bistå i salgsprocessen. Efter anmodning fra FrasalgsTrustee skal Salling sørge for, at de dokumenter der er nødvendige for effektivering af salget og Closing, behørigt udfærdiges.
29. Salling skal holde Trustee og dennes medarbejdere og agenter skadesløse ("*Skadesløsholdt Part*") og erklære sig enig i, at en Skadesløsholdt Part ikke skal holdes erstatningsansvarlig over for Salling for ethvert erstatningsansvar, der opstår ved udførelsen af Trustee's pligter i henhold til Tilsagnene, bortset fra i det omfang at et sådant erstatningsansvar opstår som følge af forsætlig misligholdelse, skadesløshed, grov eller simpel uagtsomhed eller ond tro fra Trustee, dennes medarbejdere, agenter eller rådgivere.

30. Trustee kan på Salling's regning udpege rådgivere (især til corporate finance eller juridisk rådgivning), hvis Salling's godkender det (denne godkendelse må ikke uberettiget tilbageholdes eller forsinkes), såfremt Trustee finder udpegelsen af sådanne rådgivere nødvendig eller passende for udførelsen af sine forpligtelser i henhold til Fuldmagten, forudsat at eventuelle gebyrer og øvrige udgifter afholdt af Trustee hertil er rimelige. Såfremt Salling nægter at godkende de rådgivere, som Trustee har foreslået, kan KFST i stedet – efter høring af Salling – godkende udpegelsen af sådanne rådgivere. Alene Trustee skal være berettiget til at give instrukser til rådgiverne. Pkt. 29 i Tilsagnene gælder *mutatis mutandis*. I Trustee-perioden må Frasalgstrustee anvende rådgivere, som har arbejdet for Salling i Første Frasalgsperiode, hvis Frasalgstrustee finder dette fornuftigt for et hensigtsmæssigt salg.
31. Salling indvilliger i, at KFST må dele fortroligt materiale, som tilhører Salling, med Trustee. Trustee må ikke videregive sådanne oplysninger.<sup>1</sup>
32. Den Anmeldende Part indvilliger i, at kontaktoplysningerne på den Tilsynsførende Trustee oplyses på KFST's hjemmeside, og de skal oplyse interesserede tredjeparter, herunder særligt potentielle købere, om den Tilsynsførendes identitet og opgaver.
33. KFST må i en periode på 10 år fra Closing anmode om alle oplysninger fra Parterne, som er nødvendige for at føre tilsyn med den effektive implementering af Tilsagnene.

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

34. Såfremt Trustee ophører med at udføre sine funktioner i henhold til Tilsagnene eller af en anden god grund, herunder hvis Trustee udsættes for en interessekonflikt:
- (a) kan KFST, efter høring af Trustee og Salling, kræve at Salling udskifter Trustee; eller
- (b) kan Salling, med KFST's forudgående godkendelse, udskifte Trustee.
35. Såfremt Trustee fjernes i henhold til pkt. 34 i Tilsagnene, kan Trustee blive pålagt at fortsætte i sin funktion indtil en ny Trustee er på plads, til hvem Trustee har gennemført en fuld overdragelse af alle relevante oplysninger. Den nye Trustee skal udpeges i overensstemmelse med proceduren henvist til i pkt. 13-20 i Tilsagnene.
36. Medmindre Trustee fjernes i overensstemmelse med pkt. 34 i Tilsagnene, skal Trustee først ophøre med at agere som Trustee, efter KFST har fritaget denne fra sine pligter, efter at alle Tilsagnene som Trustee er blevet betroet, er blevet gennemført. KFST kan dog til hver en tid kræve en genudpegelse af den Tilsynsførende Trustee, hvis det efterfølgende viser sig, at de relevante foranstaltninger ikke er blevet fuldt ud og korrekt implementeret.

#### Afsnit F. **Revisionsklausul**

37. KFST kan forlænge de planlagte tidsperioder i Tilsagnene, efter begrundet anmodning fra Salling eller – i passende tilfælde – på eget initiativ, Sallings begrundede anmodning om en forlængelse af en tidsperiode skal indgives til KFST senest én måned før udløbet af denne periode (KFST kan

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

---

acceptere anmodninger med kortere frist, hvis omstændighederne begrundet det). Denne anmodning skal – hvor en sådan er udpeget – ledsages af en rapport fra den Tilsynsførende Trustee, som samtidig skal sende en ikke-fortrolig kopi af rapporten til Den Anmeldende Part. Kun under særlige omstændigheder kan KFST tillade en anmodning om en forlængelse inden for den sidste måned i en periode.

38. Endvidere må KFST som svar på en begrundet anmodning fra Den Anmeldende Part, under særlige omstændigheder, give afkald på, ændre eller erstatte én eller flere af forpligtelser i Tilsagnene. Denne anmodning skal – hvor en sådan er udpeget – ledsages af en rapport fra den Tilsynsførende Trustee, som samtidig skal sende en ikke-fortrolig kopi af rapporten til Den Anmeldende Part. Anmodningen skal ikke have den virkning, at forpligtelsens anvendelse suspenderes, og særligt ikke at udløbet af en tidsperiode, inden for hvilken forpligtelsen skal efterkommes, suspenderes.

#### Afsnit G. Ikrafttrædelse

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



.....

behørigt underskrevet for og på vegne af  
Salling Group A/S

---

BILAGET

1. I overensstemmelse med pkt. 5 i Tilsagnene omfatter Frasalgsvirksomheden:
  - (a) Salg af ALDI Danmark ApS' faste ejendom beliggende Færgevej 2, 4970 Rødby. Overdragelsen finder sted som en aktivoverdragelse, hvorved den faste ejendom overdrages til Køberen.
  - (b) Fremleje af Salling Group A/S' lejemål beliggende Vestergade 32, A, 4850 Stubbekøbing i en periode på 6 år. Overdragelsen finder sted ved indgåelsen af en fremlejeaftale, hvorved Køberen overtager brugsretten ifølge den lejeaftale, som Salling har med udlejer. Salling Group A/S forpligter sig til at bringe aftalen med udlejer til ophør ved udløb af seksårsperioden.
2. For både (a) og (b) indgår
  - de på adressen værende bygninger med grund, mur og nagelfast tilbehør, herunder varmeanlæg og alle slags ledninger og installationer, træer og planter;
  - løsøre som anvendes i forbindelse med driften og vedligeholdelse af ejendommene, medmindre løsøret er ejet af tredjemand.

## 3. Sagsfremstilling

---

### 3.1 Indledning

40. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen (herefter "styrelsen") modtog den 3. juli 2023 en anmeldelse af en fusion mellem Salling Group A/S (herefter "Salling") og ALDI Danmark ApS (herefter "ALDI"), jf. konkurrencelovens § 12 b. Ifølge § 12 h, stk. 5, 3. pkt., løber fristerne i § 12 d, stk. 1, fra den dag, hvor styrelsen udover en fuldstændig anmeldelse har modtaget dokumentation for betaling af gebyret for anmeldelsen. Fristerne begyndte at løbe den 3. juli 2023.
41. Salling og ALDI blev den 7. august 2023 orienteret om, at fusionen overgik til fase II, idet der var behov for en særskilt undersøgelse af fusionen. Fristen for behandling af fusionen i fase II er derfor den 11. december 2023. Idet Salling har afgivet tilsagn, og der er forløbet 70 hverdage eller derover fra beslutningen om at indlede en særskilt undersøgelse, forlænges fristen for at træffe beslutning om, hvorvidt fusionen kan godkendes med 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 3. Fristen for at træffe afgørelse er således den 11. januar 2024.

### 3.2 Parterne og deres aktiviteter

42. De deltagende virksomheder i fusionen er Salling og dele af ALDI (herefter samlet "Parterne"). Parterne og deres aktiviteter beskrives i afsnittene nedenfor.

#### 3.2.1 Salling

43. Salling er en dansk dagligvarekoncern. Salling driver supermarkeder, discountbutikker og hypermarkeder under butikskæderne Netto, Føtex og Bilka. Tilsammen ejer Salling over 600 butikker i Danmark bestående af ca. 530 Netto butikker, 107 Føtex supermarkeder og 19 Bilka hypermarkeder.
44. Salling ejer endvidere BR, Flowr, stormagasinerne Salling, Skagenfood A/S og driver franchisekæderne Starbucks og Carl's Jr. i Danmark.
45. Salling har endvidere en stor ejendomsportefølje gennem Salling Group Ejendomme A/S. Ejendommene bruges til Sallings egne aktiviteter samt udlejning af butikslokaler til fx apotekere og optikere.
46. Salling er ejet af F. Salling Holding A/S og F. Salling Invest A/S, der ultimativt er ejet af Salling Fondene: Købmand Herman Sallings Fond og Købmand Ferdinand Sallings Mindefond.
47. Salling indkøber sine varer direkte fra leverandørerne til brug for egne butikker. Distributionen til Sallings butikker sker enten direkte fra leverandørerne, fx mælk fra Arla, eller gennem Sallings centrale varehuse i Århus, Vejle, Køge og Ishøj. Salling har begrænset aktivitet med engrossalg af dagligvarer herunder til kantiner og hoteller. Sallings eksterne engrosaktiviteter relaterer sig primært til engrossalg af TV og andet elektronik samt legetøj.

#### 3.2.2 ALDI

48. ALDI er en dagligvarekæde, der indtil for nyligt har haft ca. 187 aktive butikker i Danmark. ALDI er en del af ALDI Nord, som ud over Danmark er repræsenteret i otte lande; Tyskland, Belgien, Frankrig, Luxembourg, Holland, Spanien, Polen og Portugal. ALDI åbnede sin første butik i Danmark i 1977. ALDI Nord er ultimativt kontrolleret af selskabet ALDI Einkauf GmbH & Co.
-



49. ALDI har forud for salget af sine danske butikker anvendt egenkontrolleret dagligvareindkøb, hvor ALDI indkøber dagligvarer direkte fra leverandørerne. Indkøbet er dels sket via interne rammeaftaler indgået af ALDI Nord, men primært via egne aftaler indgået mellem ALDI og leverandørerne. ALDI har distribueret varerne til sine butikker gennem tre distributionscentre i Danmark.<sup>7</sup> ALDI har ikke foretaget engrossalg eller distribution til tredjeparter.<sup>8</sup>

### 3.3 Transaktionen

50. Den anmeldte transaktion indebærer, at Salling erhverver kontrol over dele af ALDI, bestående af 13 af ALDI's butiklokaler i henholdsvis Odense C, Stubbekøbing (under ombygning), Rødbyhavn, Esbjerg N, Viby J, Risskov, Viborg, Skanderborg, Slagelse, Kastrup, Højbjerg, Svendborg og Frederiksberg, samt otte af ALDI's butikprojekter i henholdsvis Vejle, Rødovre, Høje Taastrup, Vallensbæk, Skive, Varde, Randers NØ og København NV. De anførte aktiver betegnes herefter samlet som "Target".
51. Den anmeldte fusion medfører et kontrolskifte i form af erhvervelse af enekontrol og udgør en fusion jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

### 3.4 Jurisdiktion og anmeldelsespligt

52. Ved vurderingen af om en fusion opfylder kravene til omsætningstærsklerne i konkurrenceloven, er det de deltagende virksomheders koncernomsætning, der er relevant. For sælgerens vedkommende tages kun hensyn til den del af omsætningen, der vedrører de overtagne aktiver, jf. konkurrencelovens § 12, stk. 2. Begrebet deltagende virksomheder i konkurrencelovens § 12 skal fortolkes i overensstemmelse med EU-Kommissionens praksis, som bl.a. er udtrykt i afsnit C.II i Kommissionens jurisdiktionsmeddelelse.<sup>9</sup>
53. De deltagende virksomheder er Salling og Target. Parterne underskrev en business transfer agreement den 8. februar 2023.
54. Ifølge det oplyste havde Salling i 2021 en omsætning på DKK 47.410 mio. i Danmark, og Target havde en omsætning på DKK [xxx].<sup>10</sup> i Danmark i 2021, jf. Tabel 3.1.

Tabel 3.1 De deltagende virksomheders omsætning i regnskabsåret 2021 (DKK mio.)

	Danmark	EU	Verden
Salling	47.410	66.202	66.202
Target	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Total	[xxx]	[xxx]	[xxx]

<sup>7</sup> Disse tre distributionscentre er blevet købt af REMA 1000, jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

<sup>8</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 152.

<sup>9</sup> Kommissionens konsoliderede meddelelse af 16. april 2008 om jurisdiktion efter Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser (2008/C 95/01) ("jurisdiktionsmeddelelsen")

<sup>10</sup> Targets oplyste omsætning i 2021 er opgjort ud fra omsætningen i de åbne butikker samt en enkelt butik under ombygning. De lukkede butikker havde i 2021 en omsætning på DKK [xxx], og Target havde dermed i 2021 en samlet omsætning i Danmark på DKK [xxx].

---

*Kilde: Parternes fusionsanmeldelse, punkt 60*

---

55. Eftersom de deltagende virksomheders omsætning overstiger omsætningstærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, er der tale om en fusion omfattet af konkurrencelovens regler om fusionskontrol, jf. konkurrencelovens kapitel 4.
  56. De deltagende virksomheders omsætning overstiger derimod ikke tærsklerne i fusionskontrolforordningen.
  57. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen er derfor rette myndighed til at behandle den anmeldte fusion.
-

## 4. Markedsbeskrivelse

---

### 4.1 Analysegrundlag/Markedsundersøgelse

58. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen offentliggjorde den 26. april 2023 fusionen på styrelsens hjemmeside, [www.kfst.dk](http://www.kfst.dk). Styrelsen opfordrede ved den lejlighed alle interesserede til at komme med eventuelle bemærkninger senest den 8. maj 2023, kl. 12:00. Styrelsen modtog i den forbindelse bemærkninger fra REMA 1000 Danmark A/S (herefter REMA 1000), Coop Danmark A/S (herefter Coop) og Lidl Danmark K/S (herefter Lidl).
59. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med vurderingen af fusionen taget udgangspunkt i fusionsanmeldelsen med dertilhørende bilag, supplerende bemærkninger fra Parterne samt relevant praksis.
60. Derudover har styrelsen foretaget en forbrugerundersøgelse blandt Parternes kunder på tværs af seks områder, hvor Parterne har overlappende aktiviteter. Herudover foretog styrelsen en forbrugerundersøgelse blandt Sallings kunder i Stubbekøbing, hvor Targets aktiviteter har været lukket pga. ombygning.
61. Endelig har styrelsen indhentet omsætningstal på butiksniveau fra Parternes konkurrenter: REMA 1000, Dagrofa, Lidl, ABC-lavpris, Løvbjerg Supermarked (herefter "Løvbjerg"), Coma Discount (herefter "Coma"), nemlig.com og Coop.

#### 4.1.1 Om forbrugerundersøgelsen

62. Styrelsen har til brug for vurderingen af de konkurrencemæssige virkninger af fusionen gennemført en forbrugerundersøgelse blandt et udsnit af Parternes kunder. Undersøgelsen er foretaget i syv områder, i seks Target-butikker samt i 14 Salling-butikker, bestående af 4 Føtex- og 10 Netto-butikker. I Stubbekøbing er der udelukkende foretaget undersøgelse i Netto-butikken, da Target har været lukket pga. ombygning siden september 2022. Undersøgelsen blev gennemført i perioden 6. juni til 10. juli 2023.
63. Kunderne i de udvalgte butikker havde mulighed for at tilgå undersøgelsen ved at scanne en QR-kode med deres mobiltelefon i den af Parternes butikker, hvor de netop havde foretaget deres indkøb.
64. Spørgeskemaundersøgelsen blev fuldført af i alt 388 respondenter fra de seks Target-butikker og i alt 494 respondenter fra de 14 udvalgte Salling-butikker.<sup>11</sup>
65. Forbrugerundersøgelsen havde primært til formål at undersøge, hvorledes konkurrencen udspiller sig i de udvalgte lokalområder,<sup>12</sup> og herunder belyse hvor nære konkurrenter Parterne er, samt hvilke forhandlere af dagligvarer Parterne er i konkurrence med i lokalområderne.

---

<sup>11</sup> Respondenterne blev indledningsvis stillet et screenings spørgsmål om hvilket beløb, respondenterne havde handlet for i butikken. Kun de respondenter, der svarede et beløb, fik stillet alle spørgeskemaets spørgsmål og indgår i Styrelsens analyser af markedsundersøgelserne.

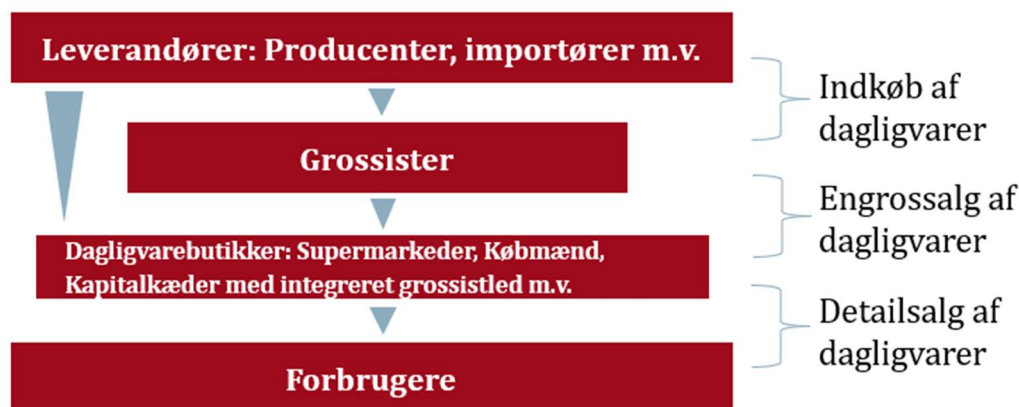
<sup>12</sup> Herunder hvilke parametre kunderne i undersøgelsen vælger dagligvarebutik ud fra.

66. Herudover havde forbrugerundersøgelsen også til formål at belyse, hvor langt Parternes kunder typisk transporterer sig i forbindelse med deres indkøb af dagligvarer. Kunderne blev i styrelsens undersøgelse bedt om at oplyse, i intervaller på fem minutter, hvor lang tid de havde brugt på transport til deres indkøb.<sup>13</sup>

## 4.2 Dagligvarehandel

67. Denne fusion omhandler detailsalg af dagligvarer, engrossalg af dagligvarer og indkøb af dagligvarer.
68. Dagligvarer omfatter et stort antal varegrupper som fx fødevarer (friske, forarbejdede, frosne mv.), nærings- og nydelsesmidler, rengøringsartikler, vaskemidler, personlig pleje, toiletartikler osv.<sup>14</sup>
69. Markedsføringen af dagligvarer foregår typisk i et samspil mellem en række leverandører, grossister og dagligvarebutikker.
70. Værdikæden for salg af dagligvarer er illustreret i Figur 4.1.

Figur 4.1 Værdikæden for salg af dagligvarer



Note: Grossister omfatter specialgrossister og grossister.

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens egen tabel

71. Figur 4.1 er en forsimplet illustration af værdikæden. I praksis kan flere aktører være aktive i flere niveauer af værdikæden. Eksempelvis er både Salling og ALDI vertikalt integreret med

<sup>13</sup> Kunderne blev yderligere spurgt ind til, hvordan de havde transporteret sig, samt om de foretog indkøbet i forbindelse med transport til eller fra arbejde/uddannelse eller fritidsaktivitet.

<sup>14</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 68.

---

grossistledet, så dagligvarekæderne selv står for indkøb af varer fra leverandørerne i stedet for at købe varerne gennem en uafhængig grossist.<sup>15</sup>

#### 4.2.1 Indkøb af dagligvarer

72. Leverandørerne af dagligvarer, som bliver solgt i de danske dagligvareforretninger, er både danske virksomheder – herunder danske importører af udenlandske produkter og danske producenter af dagligvarer – og udenlandske producenter af dagligvarer. Der er både tale om store multinationale mærkevareleverandører og små nicheprægede producenter såsom mikrobryggerier og lokale producenter fx med et smalt sortiment.
73. Leverandørerne sælger deres varer til en række indkøbere af dagligvarer. De vigtigste indkøbere er kapitalkæderne, dagligvaregrossisterne og en række specialgrossister. Dertil kommer bl.a. catering-grossister og andre foodservice-virksomheder.<sup>16</sup>

#### 4.2.2 Engrossalg af dagligvarer

74. Inden for engrossalg af dagligvarer kan der overordnet set sondres mellem fuldsortiments- og specialgrossister.
75. Fuldsortimentsgrossisterne er karakteriseret ved at kunne levere produkter inden for hele detailbutikkens sortiment og kan således dække varebehovet hos de dagligvarebutikker, der har behov for at kunne købe et sammensat dagligvaresortiment.<sup>17</sup> Reitan Distribution og Dagrofas grossistselskab Dagrofa Logistik er de eneste fuldsortimentsgrossister, som selvstændige købmænd og frivillige kæder kan indkøbe varer fra i Danmark.
76. Specialgrossisterne adskiller sig fra fuldsortimentsgrossisterne ved, at de fører et snævrere sortiment, fx frugt og grønt eller kød, og sælger til de mindste butikker (specialfødevarebutikker og kiosker) eller supplerende til større dagligvarebutikker.<sup>18</sup> Som eksempel på specialgrossister kan nævnes fx Inco og Sügro.
77. Størstedelen af detailsalget af dagligvarer i Danmark sker gennem kapitalkæder – som eksempelvis ALDI og Salling – med integreret grossist- og detailfunktion, hvor kapitalkæderne varetager grossistfunktionerne for kædernes egen dagligvarebutikker.

#### 4.2.3 Detailsalg af dagligvarer

78. Dagligvaredetailledet omfatter forskellige typer butikker af forskellig størrelse og med varierende sortimentsbredde.
79. Dagligvarehandlen i detailledet er på nationalt plan kendetegnet ved to store dagligvarekoncerner (Salling og Coop), to mellemstore koncerner (Dagrofa og REMA 1000), og en række mindre koncerner herunder fx Lidl, ALDI, Løvbjerg, ABC Lavpris og nemlig.com (online supermarked). Dagligvarekoncernerne Salling, Coop og Dagrofa er kendetegnet ved at omfatte en række forskellige butikskæder, jf. Tabel 4.1.

---

<sup>15</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, *Fremtidens Detailhandel*, 2014, side 15.

<sup>16</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 72.

<sup>17</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 78.

<sup>18</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 78.

---

Tabel 4.1 Oversigt over primære aktører med detailsalg af dagligvarer i Danmark

Tilhørende koncern	Navn på butikskæde	Antal butikker i 2022*
Salling Group	Netto	[xxx]
Salling Group	Føtex	[xxx]
Salling Group	Bilka	[xxx]
Salling Group	Basalt (under lukning i 2023)	[xxx]
Salling Group	Salling	[xxx]
ALDI Nord	ALDI	[xxx]
Reitan Gruppen	REMA 1000	[xxx]
Coop	365dicount/Fakta	[xxx]
Coop	Kvickly	[xxx]
Coop	SuperBrugsen	[xxx]
Coop	Dagli'Brugsen	[xxx]
Coop	Irma (under lukning i 2023)	[xxx]
Dagrofa	Meny	[xxx]
Dagrofa	Spar	[xxx]
Dagrofa	Min købmand	[xxx]
Dagrofa	Let-Køb	[xxx]
Lidl	Lidl	[xxx]
ABC lavpris	ABC lavpris	[xxx]
Løvbjerg	Løvbjerg	[xxx]
nemlig.com	nemlig.com	[xxx]
<b>Total</b>		[xxx]

**Note:** For både Irma og Basalt er det gældende, at enkelte butikker drives videre i 2023 efter, at kæderne lukkes, men at disse enkelte butikker drives videre som en anden butikskæde indenfor samme koncern, mens de resterende butikslokationer helt vil ophøre.

\* Antal butikker er opgjort på baggrund af antallet af butikker med omsætning i 2022. Det bemærkes at tallene kan variere, idet enkelte butikker kan være lukket i 2022.

Kilde: Oplysningerne er modtaget fra Parterne og deres konkurrenter.

80. Butikkerne i koncernerne Salling, Lidl og ALDI er rene kapitalkæder, hvor alle butikker i den individuelle butikskæde ejes af koncernen, og hvor indkøb af varer, sortiment, prissætning, markedsføring m.v., styres centralt.<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, *Fremtidens Detailhandel*, 2014, side 15.

- 
81. Coop minder i sin form om en kapitalkæde, men en del af koncernens butikker ejes af brugsforeninger, der har visse begrænsede selvstændige muligheder i forbindelse med indkøb.<sup>20</sup>
82. Løvbjerg og ABC Lavpris er kæder, hvor butikkerne har samme ejer, men grossistledet er ikke en integreret del af kæderne.<sup>21</sup>
83. Butikkerne tilknyttet Reitan Retail er drevet af selvstændige købmænd på franchisebasis, hvor hver REMA 1000-butik er drevet af en købmand, som skal overholde visse forpligtelser, heriblandt [xxx], [xxx] m.m.<sup>22</sup>
84. Butikkerne tilknyttet Dagrofa er primært drevet af selvstændige købmænd på franchiselignende vilkår, omend Dagrofa ejer og driver et antal butikker i Spar- og Meny-kæderne.<sup>23</sup> Dagrofa sætter vejledende priser, og de selvstændige købmænd sætter selv priserne lokalt. Dagrofa gennemfører ikke landsdækkende tilbudskampagner, da førpriserne kan variere fra butik til butik som følge af Dagrofas forretningsmodel som frivillig kæde.<sup>24</sup>
85. Dagligvarebutikker fordeler sig blandt en række butikskoncepter, som eksempelvis kan kategoriseres i: i) hypermarkeder, ii) supermarkeder, iii) discountmarkeder og iv) minimarkeder, som det fremgår af Tabel 4.2, der stammer fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse fra 2014, *Fremtidens Detailhandel*. Derudover er der en række specialbutikker, der dækker enkelte områder indenfor dagligvarehandlen, fx slagtere og bagere.<sup>25</sup>
86. Dagligvarebutikker er kendetegnet ved, at de tilbyder et bredt sortiment, således at forbrugerne kan dække størstedelen af husholdningens behov i én og samme butik.<sup>26</sup> Udvalget af produkter er et af de parametre, som de forskellige butikskoncepter differentierer sig på. Eksempelvis har meget små dagligvarebutikker, som minimarkeder og nærbutikker, generelt et mere snævert sortiment.
87. Som følge af et begrænset vareudbud i specialbutikker, kan disse butikker typisk ikke tilbyde "one-stop shopping", hvor alle de dagligvarer, som kunden efterspørger, findes på ét sted.<sup>27</sup> Specialbutikker kan tilbyde en vis grad af komplementaritet til dagligvarebutikkernes, men produktsortimentet og/eller servicen, der tilbydes af specialbutikker, er typisk anderledes end den, der tilbydes af dagligvarebutikker.<sup>28</sup>

---

<sup>20</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 88.

<sup>21</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 89.

<sup>22</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 89.

<sup>23</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 91. Meny-kæden er den tidligere SuperBedst-kæde.

<sup>24</sup> Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 91.

<sup>25</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 92.

<sup>26</sup> Konkurrentensverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*, punkt 77.

<sup>27</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 28. marts 2001, *Netto A/S' overtagelse af SUMA Dagligvarer A/S*, punkt 20.

<sup>28</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 13. november 2001 i sag M.2604, *ICA Ahold/ Dansk Supermarked*, punkt 10.

---

Tabel 4.2 **Aktører på Dagligvaredetailmarkedet fordelt på butikskoncepter fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse *Fremtidens detailhandel* udgivet i 2014**

Butikskoncept	Coop	Dansk supermarked <sup>1)</sup>	Dagrofa	Reitan	ALDI	Lidl	Øvrige
Hypermarked		Bilka					
Supermarked	Kvickly	Føtex	Superbest				Løvbjerg
	SuperBrugsen		EUROSPAR				ABC Lavpris
	Irma		SuperSPAR				
Discount	Fakta	Netto	Kiwi	REMA 1000	ALDI	Lidl	
Minimarked	Dagli' Brugsen		SPAR				Øvrige
	Lokalbrugsen		KVIKSPAR				

**Note 1:** Dansk Supermarked hedder i dag Salling Group.

**Anm. 1:** Hypermarkeder er store butikker med et omfattende salg af non-food dagligvarer og udvalgsvarer som tøj og elektronik. Supermarkeder er defineret ved dagligvarebutikker med et omfattende fødevarsortiment på mere end 400 kvm. Minimarkeder er defineret som supermarkeder, men med et salgsareal på mindre end 400 kvm. Discountbutikker er karakteriseret ved lave priser og mindre sortiment. Enkelte kæder kan have butikker, der dels tilhører supermarkeds-kategorien, dels tilhører minimarkeder – det gælder særligt for Spar og Dagli' Brugsen, jf. den oprindelige tabel i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse fra 2014.

**Anm. 2:** I 2014 analysen er det udelukkende butikkerne i Bilka-kæden, der karakteriseres som hypermarkeder. Enkelte butikker tilknyttet Føtex- og Kvickly-kæderne kan også karakteriseres som hypermarkeder, men størstedelen af butikkerne i disse butikskæder falder ind under supermarkedsdefinitionen. Jf. den oprindelige tabel i 2014-analysen.

**Anm. 3:** Det gælder for nogle af butikkerne, at de har skiftet navn (fx er SuperBest i dag Meny, mens en del Fakta-butikker er blevet til 365discount), eller er trådt ud af markedet (fx KIWI).

Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse *Fremtidens, detailhandel*, Tabel 2.1, side 49 og egen tilvirkning.

88. Selvom analysen, der henvises til i Tabel 4.2, er fra 2014 og dermed ikke er fuldstændig aktuel, er kategoriseringen af butikkerne efter styrelsens opfattelse også brugbar i dag. Eksempelvis anvender Retail Institute Scandinavia en lignende kategorisering<sup>29</sup> i en analyse fra november 2022,<sup>30</sup> hvor lavprissupermarkeder i analysen omfatter Fakta/365discount, Netto, ALDI, Lidl og REMA 1000.
89. Forbrugerne har mulighed for at indkøbe dagligvarer i fysiske dagligvarebutikker eller online. Størstedelen af kunderne foretrækker at handle dagligvarer i fysiske butikker og planlægger typisk deres indkøb fra gang til gang.<sup>31</sup> En af de vigtigste parametre for forbrugerne er butikkens placering i forhold til kundens bopæl. I analysen foretaget af Retail Institute Scandinavia fremgår det, at omkring halvdelen af danskerne handler tre til fire gange om ugen,<sup>32</sup> og at omkring hver fjerde dansker handler i mindst syv forskellige dagligvarebutikker.

<sup>29</sup> I analysen skelnes mellem i) hypermarkeder, ii) små hypermarkeder, iii) store supermarkeder, iv) små supermarkeder, v) nærbutikker og vi) lavprissupermarkeder.

<sup>30</sup> Jf. Retail Institute Scandinavia, *Kampen om Kurven i Dagligvarehandlen*, november 2022, side 49-51.

<sup>31</sup> 86 pct. af forbrugere angiver i udgangen af 2022, at de foretrækker at handle dagligvarer i fysiske butikker, og 57 pct. af forbrugere angiver, at de planlægger indkøb fra gang til gang, jf. Retail Institute Scandinavia, *Kampen om Kurven i Dagligvarehandlen*, november 2022 side 8 og side 14.

<sup>32</sup> Jf. Retail Institute Scandinavia, *Kampen om Kurven i Dagligvarehandlen*, november 2022.



- 
90. Udover butikstyperne nævnt i Tabel 4.2 kan forbrugerne, i et mere begrænset omfang, også købe dagligvarer hos bl.a. bagere, servicestationer eller kiosker.

### 4.3 Høring

91. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen sendte udkast til afgørelse i høring hos Salling og Target den 30. oktober 2023.

#### 4.3.1 Parternes hørings svar

92. Parterne svarede på styrelsens høring henholdsvis den 2. og 13. november 2023. Parterne henviste i høringsbemærkningerne af 13. november 2023 til tidligere bemærkninger om, at Parterne er uenige i styrelsens konklusioner. I det følgende opsummeres de tidligere bemærkninger, Parterne har anført:

- » Styrelsens behandling af lukkede butikker og butiksjprojekter
- » Styrelsens skadesteorier om prisstigning, forværring af kvalitet samt begrænsning af udvalg for forbrugerne
- » Styrelsens betænkeligheder i Stubbekøbing
- » Styrelsens betænkeligheder i Rødbyhavn

##### 4.3.1.1 Styrelsens behandling af lukkede butikker og butiksjprojekter

93. Parterne har løbende under sagsbehandlingen over for styrelsen gjort gældende, at Parterne ikke mener, at de lukkede butikker samt butiksjprojekterne, der er omfattet af Transaktionen, bør være underlagt fusionskontrol, da de ikke udgør hele eller dele af en virksomhed med markedstilstedeværelse og en tilhørende omsætning.
94. Parterne har i forhold til de lukkede butikker gjort gældende, at:
- » ALDI Danmark ensidigt og uafhængigt af Transaktionen har besluttet at lukke butikkerne.
  - » Medarbejderne er blevet afskediget med sædvanlig 3-måneders opsigelsesvarsel.
  - » Butikkerne er tomme på tidspunktet, hvor Salling Group overtager butikkerne (med undtagelse af Bake-off udstyr).
  - » Butikkerne er lukket mere end 5 måneder forud for Salling Groups overtagelse, hvilket udelukker, at der overføres nogen form for goodwill. ALDI har ikke forpligtet sig til at fastholde kundebasen eller beskytte eventuel goodwill tilknyttet butikkerne.
  - » Kommissionens praksis tilsiger, at overtagelse af en ejendom – under lignende forhold som de lukkede ALDI-butikker – ikke udgør en virksomhedshandel (M.7940, Netto/Grocery store at Armitage Avenue Little Hulton, pkt. 11-15).
95. Parterne har i forhold til butiksjprojekterne gjort gældende, at:
- » Udviklingsprojekterne ikke er åbnet for drift og derfor ikke har nogen omsætning.
  - » ALDI ikke driver butikker i nærheden af udviklingsprojekterne, hvilket udelukker, at der overføres goodwill relateret til en given kundebase. Dette understøttes også af, at Salling Group overtager udviklingsprojekterne vederlagsfrit.<sup>33</sup> I enkelte tilfælde kompenseres Salling Group for at overtage udviklingsprojekterne og de dertilhørende forpligtelser.
96. Parterne har henvist til M.7940, Netto/Grocery store at Armitage Avenue Little Hulton, pkt. 11-15. Der er tale om en afgørelse fra Kommissionen om jurisdiktion i en sag, som udelukkende vedrørte ét enkelt butikslokale, og hvor der bl.a. bliver lagt vægt på, at hvis der udelukkende er

---

<sup>33</sup> Det fremgår af Parternes BTA, punkt 5.2.1, at Salling betaler en samlet pris på EUR [xxx] for Pipeline Projects.

---

tale om et tomt butikslokale, der har været lukket i over 5 måneder, og der ikke er tilknyttet nogen goodwill, er der ikke tale om en virksomhed omfattet af virksomhedsbegrebet.

97. Ovenstående praksis relaterer sig til spørgsmålet om jurisdiktion, og ikke hvad styrelsen skal tage i betragtning i forbindelse med den materielle vurdering af en fusion, som er anmeldt, jf. nærmere herom nedenfor.
98. I nærværende fusion har styrelsen jurisdiktion til at behandle fusionen baseret på omsætningen fra de åbne butikker samt en enkelt butik, der er lukket pga. ombygning. Styrelsen har ikke taget stilling til, hvorvidt de lukkede butikker samt butiksp projekter skal inddrages i omsætningen i forhold til jurisdiktionsspørgsmålet, da det vil kræve en konkret vurdering af hvert enkelt butikslokale og projektgrund, herunder særligt i forhold til jurisdiktionsmeddelelsens pkt. 24.
99. Da styrelsen allerede på baggrund af de åbne butikker samt butikken under ombygning har jurisdiktion til at behandle fusionen, har styrelsen ikke foretaget denne konkrete vurdering af de øvrige butikslokaler og projektgrunde.

#### *Styrelsens vurdering*

100. Det fremgår bl.a. af jurisdiktionsmeddelelsens punkt 127, at:

*"Formålet med tærsklerne er at fastlægge, hvem der har jurisdiktion, og ikke at vurdere fusionsparternes markedsstilling eller fusionens virkninger. De gælder derfor for parternes omsætning og anvendte ressourcer på alle deres aktivitetsområder og ikke blot på de områder, der berøres direkte af fusionen".<sup>34</sup>*

101. Det er styrelsens vurdering, at når styrelsen har jurisdiktion til at behandle en fusion, skal styrelsen behandle alle dele af den anmeldte transaktion. Dette gælder også, uanset om fx en del af transaktionen ikke i sig selv ville være anmeldelsespligtig, da styrelsen vurderer den samlede transaktion, som fusionsaftalen vedrører. Det gælder eksempelvis, hvis en anmeldt transaktion indebærer erhvervelsen af et forretningsområde eller et aktiv, som (endnu) ikke genererer en omsætning, men som har et markedspotentiale, og hvor fusionen dermed kan medføre en strukturel ændring i konkurrenceforholdene på markedet.

102. Det fremgår således af de horisontale retningslinjer om fusion med en potentiel konkurrent, at:

*"Når en virksomhed, der i forvejen opererer på det relevante marked, fusionerer med en potentiel konkurrent på dette marked, kan fusionen få tilsvarende konkurrencebegrænsende virkninger som fusioner mellem to virksomheder, der i forvejen opererer på det samme relevante marked, og vil derved kunne hindre den effektive konkurrence betydeligt, især gennem etablering eller styrkelse af en dominerende stilling."<sup>35</sup>*

Og

*"En fusion med en potentiel konkurrent kan få horisontale konkurrencebegrænsende virkninger, hvad enten disse er koordinerede eller ikke-koordinerede, hvis den potentielle konkurrent i forvejen begrænser de eksisterende virksomheders markedsadfærd betydeligt. Dette er tilfældet, hvis den potentielle konkurrent er i besiddelse af aktiver, som den*

---

<sup>34</sup> Jf. Jurisdiktionsmeddelelsen, punkt 127.

<sup>35</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 58.

---

*let kan benytte til at komme ind på markedet uden at skulle afholde betragtelige irreversible omkostninger.”<sup>36</sup>*

103. Som det fremgår i afsnit 5.2.5.5 nedenfor, vil en fremtidig Target-butik indebære et nyt butiksareal og en ny dagligvarebutik. Med fusionen får Salling kontrol over butiksarealet, og fusionen vil dermed begrænse et fremtidigt konkurrencepres mellem Parterne i området, og Target-butikkens vareudbud, kampagner, tilbudsaviser m.v. vil forsvinde i områderne. Den aktivitet som følger, når butiksprojekterne er opført og åbner for salg af dagligvarer, vil få Parternes samlede omsætning i lokalområdet til at stige, da butiksprojektet vil generere en omsætning efter åbning. Dermed påvirkes markedsandelene i lokalområder afgrænset omkring butiksprojekterne, men også markedsandele omkring Parternes etablerede butikker i lokalområdet.
104. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at den materielle vurdering af en fusion også skal omfatte eventuelle markeder, hvor fusionen potentielt kan hindre den effektive konkurrence, da fusionen potentielt kan medføre horisontale konkurrencebegrænsende virkninger. Dette vil således gøre sig gældende for de områder, hvor Salling overtager butiksprojekter fra ALDI, hvor Target (endnu) ikke er aktiv, og de områder hvor Salling overtager lukkede butikker.

#### **4.3.1.2 Styrelsens skadeteorier om prisstigning og forværring af kvalitet**

105. Parterne har løbende under sagsbehandlingen over for styrelsen gjort gældende, at ingen af styrelsens skadesteorier bør give anledning til fusionskontrolretlige betænkeligheder.
106. Parterne har anført, at styrelsens skadesteorier om, at der er risiko for prisstigninger og forværring af kvaliteten ved købsoplevelsen ikke tager højde for, at Netto er en kapitalkæde, hvor alle centrale konkurrenceparametre fastsættes centralt.
107. Parterne har redegjort for, at der har været et naturligt eksperiment i Stubbekøbing efter Fakta-butikken lukkede, og Target har været lukket pga. ombygning. Siden november 2022 har Netto været den eneste butik til stede centralt i Stubbekøbing. Salling har angivet, at i denne periode, er der ikke ændret på hverken priser, åbningstider, bemanning eller bredden og dybden af sortimentet.

##### **4.3.1.2.1 Styrelsens vurdering**

108. Styrelsens skadesteorier angår ikke kun risiko for prisstigninger og forværring af kvalitet. Styrelsens skadesteorier angår også udvalget af dagligvarebutikker og koncerner for kunderne, herunder at når Target forsvinder fra et område, forsvinder også Targets vareudbud, kampagner, tilbudsaviser osv. for kunderne.
109. Det er styrelsens vurdering, at fusionen kan medføre risiko for prisstigninger, reducere af kvaliteten af service eller produktudbudet eller reducere af investeringer i de relevante butikker, jf. også afsnit 5.2.5 nedenfor, da dagligvarebutikker har mulighed for at variere centrale konkurrenceparametre lokalt ved eksempelvis at lave lokale prisnedsættelser eller lokale tilbudskampagner, ved at ændre på kvaliteten af service eller ved at ændre de lokale åbningstider

---

<sup>36</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 59.

- 
110. Det er styrelsens vurdering, at selv hvis Salling ikke i dag sætter lokale priser eller justerer andre konkurrenceparametre, udelukker det ikke, at Salling efter fusionen – hvis der er incitament til det – kan forhøje lokale priser eller justere andre konkurrenceparametre, se nærmere i afsnit 5.2.5.1.

#### **4.3.1.3 Styrelsens betænkeligheder i Stubbekøbing**

111. Parterne har anført, at Sallings overtagelse af Target-butikken i Stubbekøbing ikke bør give anledning til fusionskontrolretlige betænkeligheder, da
- » Der er tale om en lukket butik, der derfor ikke er underlagt fusionskontrol.
  - » Der er gode muligheder for at etablere sig i Stubbekøbing.
  - » Dagligvarebutikkerne i Nr. Alslev lægger et konkurrencepres på Salling i Stubbekøbing, der kan tale for et større catchment område.

##### **4.3.1.3.1 Styrelsens vurdering**

112. Styrelsens samlede vurdering af fusionens virkninger i Stubbekøbing behandles i afsnit 5.2.5.8.2 nedenfor.
113. I forhold til Parternes bemærkning om, at der er tale om en lukket butik, var Target-butikken ikke endeligt lukket, men var lukket pga. ombygning med planer om, at butikken igen skulle åbne som en ALDI-butik.
114. Styrelsen har i afsnit 5.2.5.8.2.5 nedenfor inddraget de etableringsmuligheder, Parterne har anført for Stubbekøbing. Det er styrelsens vurdering, at selvom der umiddelbart er etableringsmuligheder i Stubbekøbing, er det [xxx]. Det er derfor styrelsens vurdering, at etableringsmulighederne i Stubbekøbing ikke er tilstrækkelige til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.
115. I vurderingen af de lokale områder har styrelsen taget udgangspunkt i de faktiske køretider fra styrelsens markedsundersøgelse i vurderingen af det relevante catchment område. I Stubbekøbing viste styrelsens markedsundersøgelse, at [80-90] pct. af omsætningen i Netto-butikken foretages af kunder, der har transporteret sig i op til 10 minutters køretid i bil fra butikken. Der er derfor taget udgangspunkt i et catchment område på 10 minutter, jf. afsnit 5.2.5.8.2.2 nedenfor, men styrelsen har også inddraget betydningen af konkurrencepreset fra butikkerne i Nr. Alslev i styrelsens vurdering.

#### **4.3.1.4 Styrelsens betænkeligheder i Rødbyhavn**

116. Parterne har anført, at Sallings overtagelse af Target-butikken i Rødbyhavn ikke bør give anledning til fusionskontrolretlige betænkeligheder, da
- » Der er gode muligheder for at etablere sig i Rødbyhavn.
  - » Dagligvarebutikkerne i Maribo lægger et konkurrencepres på butikkerne i Rødby og Rødbyhavn, der kan tale for et større catchment område.

##### **4.3.1.4.1 Styrelsens vurdering**

117. Styrelsens samlede vurdering af fusionens virkninger i Rødbyhavn behandles i afsnit 5.2.5.8.1 nedenfor.
118. Styrelsen har i afsnit 5.2.5.8.1.5 nedenfor inddraget de etableringsmuligheder, Parterne har anført for Rødby og Rødbyhavn. Det er styrelsens vurdering, at selvom der umiddelbart er etableringsmuligheder i Rødby og Rødbyhavn, kan de eksisterende butikslokaler i området
-

---

ikke anses for at være attraktive og anvendelige, herunder grundet det begrænsede tilgængelige butiksareal. Herudover er det styrelsens vurdering, at [xxx], hvis fusionen gennemføres, og at en sådan [xxx]. Det er derfor styrelsens vurdering, at etableringsmulighederne i Rødby og Rødbyhavn ikke er tilstrækkelige til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.

119. I vurderingen af de lokale områder har styrelsen taget udgangspunkt i de faktiske køretider fra styrelsens markedsundersøgelse i vurderingen af det relevante catchment område. I Rødbyhavn viste styrelsens markedsundersøgelse, at [80-90] pct. af omsætningen i Parternes butikker foretages af kunder, der har transporteret sig i op til 10 minutters køretid i bil fra butikken. Der er derfor taget udgangspunkt i et catchment område på 10 minutter, jf. afsnit 5.2.5.8.1.2 nedenfor, men styrelsen har også inddraget betydningen af konkurrencepresset fra butikkerne i Maribo i styrelsens vurdering.

## 5. Vurderingen

### 5.1 Afgrænsningen af de relevante markeder

120. For at vurdere om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, er det nødvendigt at afgrænse det eller de relevante markeder, som fusionen berører.
121. Det relevante marked består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked. Formålet med at afgrænse et marked både som produktmarked og som geografisk marked er at fastslå hvilke egentlige konkurrenter, der er i stand til at begrænse de involverede virksomheders adfærd og forhindre dem i at handle uafhængigt af et effektivt konkurrencemæssigt pres.<sup>37</sup>
122. Ved *det relevante produktmarked* forstås markedet for alle de produkter og/eller tjenesteydelser, som forbrugeren anser for indbyrdes substituerbare på grund af deres egenskaber, pris og anvendelsesformål.<sup>38</sup>
123. Ved *det relevante geografiske marked* forstås det område, hvor de deltagende virksomheder er involveret i udbud af og efterspørgsel efter produkter eller tjenesteydelser, og som har tilstrækkelig ensartede konkurrencevilkår og kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er meget anderledes.<sup>39</sup>
124. Udgangspunktet for markedsafgrænsningen er en analyse af efterspørgsels- og udbudssubstitution.<sup>40</sup> De relevante produktmarkeder og geografiske markeder vil blive undersøgt i det følgende.
125. Parterne er begge aktive indenfor detailsalg af dagligvarer i Danmark samt indkøb af dagligvarer, hvor Parterne anvender egenkontrolleret indkøb af dagligvarer og indgår aftaler med leverandører af dagligvarer til salg i deres respektive butikker.<sup>41</sup>

#### 5.1.1 Dagligvaremarkedet

126. For så vidt angår dagligvaremarkedet og handel med dagligvarer, har både Kommissionen og Konkurrencerådet i tidligere sager undersøgt tre overordnede relevante markeder på forskellige led i værdikæden;
  - (i) et marked for salg af dagligvarer til forbrugere, herefter betegnet "dagligvaredetailmarkedet"<sup>42</sup>,

---

<sup>37</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), punkt 2.

<sup>38</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), punkt 7.

<sup>39</sup> Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), punkt 8.

<sup>40</sup> Jf. Konkurrencelovens § 5 a, stk. 1 og Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), punkt 13, første punktum.

<sup>41</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 73.

<sup>42</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, afsnit 4.1.2., Kommissionens afgørelse af 20. november 1996 i sag IV/M.784 *Kesko/Tuko*, punkt 18-20 samt Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury m.fl.*, punkt 15.

- (ii) et marked for salg af dagligvarer til detailhandlen, herefter betegnet "dagligvaregrossistmarkedet"<sup>43</sup>, og
- (iii) et marked for indkøb af dagligvarer, herefter kaldet "dagligvareindkøbsmarkedet"<sup>44</sup>.
127. Parterne har anført, at de relevante markeder relateret til denne fusion er i) dagligvaredetailmarkedet og iii) dagligvareindkøbsmarkedet, hvor der på begge markeder er horisontale overlap mellem Parternes aktiviteter.<sup>45</sup>
128. For så vidt angår dagligvaregrossistmarkedet har Parterne oplyst, at Salling har begrænsede eksterne grossistaktiviteter, hvorefter nærværende fusion ikke vil påvirke dette marked i væsentlig grad.<sup>46</sup> Styrelsen bemærker, at det i den forbindelse kan overvejes, om fusionen giver anledning til en vertikal forbindelse mellem Sallings aktiviteter på dagligvaregrossistmarkedet og Sallings salg af varer på dagligvaredetailmarkedet.
129. I relation til denne mulige vertikale forbindelse har Parterne oplyst, at Salling primært fungerer som intern grossist og indkøber dagligvarer til deres egne detailkæder, og at Sallings eksterne grossistaktiviteter udgjorde DKK [xxx] i 2021.<sup>47</sup> Parterne har derudover oplyst, at de fleste af Sallings eksterne grossistaktiviteter vedrører tv og anden elektronik samt legetøj, samt at Salling kun sporadisk optræder som grossist til kantiner og hoteller og i begrænsede tilfælde overfor andre detailforhandlere, primært vedrørende overskudslagervarer eller lignende.<sup>48</sup>
130. Både Kommissionen, Konkurrencerådet og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i tidligere praksis vurderet, at der kan afgrænses et særskilt marked for grossistsalg af dagligvarer, og at dagligvaregrossistmarkedet skal afgrænses nationalt.<sup>49</sup> Konkurrencerådet har i sin tidligere praksis umiddelbart vurderet, at dagligvaregrossistmarkedet omfattede grossistsalg til selvstændige købmænd, eksklusive brugsforeninger, men at den interne grossistomsætning i kapitalkæderne ikke var omfattet. Konkurrencerådet lod dog den endelige afgrænsning af dagligvaregrossistmarkedet stå åben.<sup>50</sup>
131. Styrelsen bemærker, at ALDI forud for fusionen ikke har foretaget engrossalg eller distribution til tredjeparter.<sup>51</sup> Såfremt den interne grossistomsætning i en kapitalkæde ikke skal indgå i opgørelsen af dagligvaregrossistmarkedet, vil nærværende fusion ikke medføre ændringer på dagligvaregrossistmarkedet i Danmark. Styrelsen bemærker herudover, at dagligvaregrossistmarkedet er vertikalt forbundet med dagligvaredetailmarkedet, og at fusionen medfører, at Sallings aktiviteter inden for detailsalg af dagligvarer alene øges marginalt set på nationalt plan. Salling overtager 13 Target-butikker og 8 butiksp projekter svarende til [0-5] pct. af omsætningen på det

<sup>43</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, afsnit 4.1.1.

<sup>44</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury m.fl.*, punkt 19-20.

<sup>45</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 73.

<sup>46</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 75.

<sup>47</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 111.

<sup>48</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 112.

<sup>49</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 23. oktober 2000 i sag M.2161, *Ahold/Superdiplo*, punkt 15 og 21-22, Kommissionens afgørelse af 26. juli 2001 i sag M.2425, *COOP NORDEN*, punkt 18 og 21, Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 229, Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 233-234, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *Norgesgruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, punkt 5.1.2.2.

<sup>50</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 23. oktober 2013, *Aftaler om omstrukturering af kædesamarbejde i Dagrofa ApS*, punkt 222.

<sup>51</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 152.

samlede nationale marked for detailsalg af dagligvarer, jf. nedenstående afsnit 5.2.4. Sallings erhvervelse af Target vil således føre til en marginal ændring i markedsandelen på et nationalt dagligvaredetailmarked, og styrelsen vurderer således, at fusionen ikke medfører nogen væsentlig ændring af Sallings position på dagligvaregrossistmarkedet, samt at fusionen ikke øger incitamentet til input- eller kundeafskærmning. Dagligvaregrossistmarkedet behandles således ikke nærmere nedenfor.

132. Dagligvaredetailmarkedet og dagligvareindkøbsmarkedet gennemgås nærmere nedenfor.

## 5.1.2 Dagligvaredetailmarkedet

### 5.1.2.1 Det relevante produktmarked

133. Kommissionen har i sin praksis på detailområdet afgrænset et produktmarked for detailsalg af dagligvarer til forbrugere gennem såkaldte "moderne distributionskanaler", omfattende hypermarkeder, supermarkeder og discountbutikker<sup>52</sup>, som forhandler varer, der indgår i en husholdnings daglige fornødenheder, og som forbrugerne forventes at kunne købe på en gang (one-stop-shop).<sup>53</sup>
134. I *ITM/ MESTDAGH* bemærkede Kommissionen fx, at Kommissionen generelt har anset såkaldte specialforretninger, som fx bagere og slagtere, kiosker og tankstationer for ikke at være en del af det relevante dagligvaredetailmarked, med henvisning til at disse forretninger typisk supplerer, men ikke erstatter, indkøb via de "moderne distributionskanaler".<sup>54</sup>
135. Kommissionen har i tidligere afgørelser, herunder i *Tesco/Carrefour*, overvejet at segmentere dagligvaredetailmarkedet yderligere efter forhandlertype/butiksformat, herunder henholdsvis i) discountbutikker, ii) supermarkeder og iii) hypermarkeder<sup>55</sup>. Kommissionen fandt, at der i sagen var tale om ét samlet marked for detailsalg af dagligvarer inklusive salg fra hypermarkeder, supermarkeder og discountbutikker, da "*hypermarkets seem to offer a non-food product range which is wider than the non-food product range offered by supermarkets and discounters. Despite this difference in the product range all three formats are considered as directly competing with each other and being part of the same product market*".<sup>56</sup> Kommissionen lod dog den endelige afgrænsning stå åben.
136. Kommissionen har også overvejet at segmentere dagligvaredetailmarkedet yderligere efter størrelsen af butikker ud fra kvadratmeter, herunder i) hypermarkeder på over 2.500 kvm, ii) supermarkeder på mellem 400 og 2.500 kvm, iii) "convenience stores" på mindre end 400 kvm og iv) store maxi-discountbutikker.<sup>57</sup> Kommissionen har dog generelt ladet spørgsmålet om, hvorvidt der bør sondres yderligere efter butiksareal, stå åbent.

<sup>52</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 15, Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury m.fl.*, punkt 15.

<sup>53</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 15, Kommissionens afgørelse af 20. november 1996 i sag IV/M.784 *Kesko/Tuko*, punkt 20, og Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury m.fl.*, punkt 15.

<sup>54</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 16, samt Kommissionens afgørelse af 4. juni 2020 i sag M.9847, *ALDI/Fplph Assets* (forefindes på fransk), punkt 14.

<sup>55</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 22. december 2005 i sag M.3905, *TESCO/CARREFOUR*, punkt 10.

<sup>56</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 22. december 2005 i sag M.3905, *TESCO/CARREFOUR*, punkt 17.

<sup>57</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 4. april 2020 i sag M.9847, *Aldi/Fplph Assets*, punkt 15, og Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 17.



137. Kommissionen har således i et stort antal sager vedrørende dagligvaremarkedet i forskellige medlemsstater lagt til grund, at dagligvaredetailmarkedet består af ét samlet marked omfattende salg af dagligvarer fra dagligvarebutikker og blot overvejet at segmentere markedet efter butiksformat eller -størrelse (ikke omfattende kiosker, servicestationer og specialforretninger), men har ladet den endelige afgrænsning stå åben.<sup>58</sup>
138. Konkurrencerådet har senest i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* vurderet, at der kan afgrænses et separat dagligvaredetailmarked omfattende detailsalg fra dagligvarebutikker (ikke omfattende kiosker, servicestationer og specialforretninger).<sup>59</sup> Konkurrencerådet overvejede, om dagligvaredetailmarkedet skulle segmenteres yderligere efter butiksformat, men fandt at der i den konkrete sag ikke var grundlag for yderligere segmentering i et eventuelt discountsegment. Konkurrencerådet vurderede endvidere, at online-butikkers salg af dagligvarer ikke umiddelbart var en del af det relevante marked for detailsalg af dagligvarer, men lod den endelige afgrænsning stå åben.<sup>60</sup>
139. Den svenske konkurrencemyndighed, Konkurrentverket, og den norske konkurrencemyndighed, Konkurransetilsynet, har ligeledes i tidligere afgørelser taget udgangspunkt i et særskilt marked for detailsalg af daglige forbrugsvarer.<sup>61</sup> De svenske og norske konkurrencemyndigheder har i tråd med Konkurrencerådet, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Kommissionen afgrænset dagligvaredetailmarkedet til at omfatte salg gennem dagligvareforretninger, dvs. supermarkeder, discountkæder og hypermarkeder.<sup>62</sup>
140. Konkurrentverket har i *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling* udtalt, at e-handel med dagligvarer kunne udgøre et segment inden for det bredere produktmarked omfattende detailsalg af dagligvarer fra fuldsortimentsbutikker, herunder supermarkeder og discountbutikker, men fandt det ikke nødvendigt at tage endelig stilling hertil.<sup>63</sup>
141. Den engelske konkurrencemyndighed, Competition and Markets Authority, har i tidligere praksis fundet, at det var relevant at segmentere dagligvaredetailmarkedet efter butiksstørrelse.<sup>64</sup>
142. Parterne har i anmeldelsen angivet, at online-handel med dagligvarer efter Parternes vurdering udgør en del af produktmarkedet for dagligvaredetailmarkedet. Parterne har bemærket, at for

<sup>58</sup> Jf. eksempelvis Kommissionens afgørelse af 3. februar 1999 i sag M.1221, *Rewe/Meinl*, punkt 10 og 12, Kommissionens afgørelse af 6. april 2000 i sag M.1832, *Ahold/ICA Förbundet/Canica*, punkt 11, Kommissionens afgørelse af 22. december 2015 i sag M.3905, *Tesco/Carrefour*, punkt 10-11, Kommissionens afgørelse af 25. april 2007 i sag M.4590, *Rewe/Delvita*, punkt 12-13, Kommissionens afgørelse af 28. juni 2010 i sag M.5790, *Lidl/Plus Romania/Plus Bulgaria*, punkt 13, Kommissionens afgørelse af 21. september 2020 i sag M.9495, *Fortenova Grupa/Poslovni Sistemi Mercator*, punkt 90-91, og Kommissionens afgørelse af 15. november 2021 i sag M.10459, *CVC/Stock Spirits Group*, punkt 31.

<sup>59</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 192.

<sup>60</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 193-194. Jf. hertil også den i Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 165-166 angivne tidligere praksis fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen; Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 28. marts 2001, *Netto A/S' overtagelse af SUMA Dagligvarer A/S*, punkt 20, 39 og 43-44, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 2. maj 2012, *Dagrofa A/S' overtagelse af Nærum Stormarked A/S*, afsnit 4, afsnit 4.1 og punkt 4.1.1.

<sup>61</sup> Jf. Konkurrentverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr 361/2021 *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*, punkt 71, og Konkurransetilsynets afgørelse af 4. marts 2015 i sag V2015-24 - *Coop Norge Handel AS - ICA Norge AS*, punkt 62.

<sup>62</sup> Jf. Konkurransetilsynets afgørelse af 30. maj 2008 i sag 2008/277, *REMA 1000 ApS - Lidl Norge GmbH* og Konkurrentverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr. 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*.

<sup>63</sup> Jf. Konkurrentverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr 361/2021 *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*, punkt 90-91.

<sup>64</sup> Jf. Competition and Markets Authority's rapport af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 7.7 og 7.37.

så vidt angår udbudssubstitution er nogle af de samme aktører på dagligvaredetailmarkedet aktive med både fysiske butikker og online-handel, som fx Salling og REMA 1000, der har "click and collect"-funktioner. Det er dog Parternes vurdering, at den endelige afgrænsning kan stå åben, da fusionen, efter Parternes mening, ikke giver anledning til konkurrencebegrænsninger, uanset om online-handel med dagligvarer indgår i det relevante produktmarked eller ikke.<sup>65</sup>

#### 5.1.2.1.1 Mulig segmentering efter butiksformat

143. Som redegjort for ovenfor er det i praksis blevet overvejet at segmentere dagligvaredetailmarkedet yderligere baseret på butiksformater, jf. punkt 135 og 140.

##### *Muligt discountsegment*

144. Konkurrencerådet fandt senest i *REMA 1000s erhvervelse af dele af ALDI Danmark*, at der ikke var grundlag for at segmentere dagligvaredetailmarkedet yderligere i et discountsegment.<sup>66</sup> Konkurrencerådet lagde i den forbindelse vægt på, at dagligvarebutikker generelt tilbyder et bredt sortiment, således at kunderne kan dække størstedelen af deres dagligvarebehov i én butik, og at flere forskellige butikskæder brander sig som værende discount eller anvender discountpriser. Konkurrencerådet lagde endvidere vægt på, at diversion ratios i sagen understøttede, at fusionsparternes kunder anså forskellige butikskoncepter inden for dagligvarebutikker som alternativer til hinanden, samt at kundernes vurdering af relevante alternativer i høj grad afhænger af hvilke butikker, der er placeret i det for kunden relevante område.
145. Det er styrelsens vurdering, at ovenstående argumenter vedrørende et muligt discountsegment også gør sig gældende i nærværende sag. Styrelsen har med udgangspunkt i markedsundersøgelsen blandt Parternes kunder i de omfattede Salling- og Target-butikker, jf. afsnit 4.1.1, beregnet diversion ratios fra Parternes butikker til andre dagligvarebutikker, specialbutikker og online-butikker. Det skal dog hertil bemærkes, at styrelsens undersøgelse er foretaget i Parternes butikker i udvalgte områder, og at det derfor ikke er alle kunder, der har haft adgang til alle de butikker/alternativer, som fremgår i Tabel 5.1., da det ikke er alle butikker/alternativer, der er til stede i alle de undersøgte områder.
146. Beregningerne viser de højeste diversion ratios fra både Salling og Target til andre dagligvarebutikker, herunder både butikker, der traditionelt er blevet betragtet som discountbutikker, og butikker, der traditionelt er blevet betragtet som supermarkeder, mens der for både Salling og Target er meget begrænsede diversion ratios på [0-5] pct. til kiosker, specialforretninger og andre fysiske butikker, jf. Tabel 5.1. Styrelsens undersøgelse viser fx også en betydelig diversion ratio fra Føtex til Netto på [30-40] pct., selvom Netto traditionelt er blevet betragtet som en discountbutik, mens Føtex er blevet betragtet som et supermarked, samt en diversion ratio fra Føtex til REMA 1000 på [20-30] pct. Diversion ratios mellem kæderne vil dog afspejle en række andre forhold, som gør sig gældende for de givne butikker (fx afstand), og diversion ratios skal derfor ses i lyset heraf.

**Tabel 5.1 Diversion ratios fra Salling og Target – Alle butikker i markedsundersøgelsen blandt 855 kunder**

Til/fra (pct.)	Netto	Føtex	Salling samlet	Target
Netto	-	[30-40]	-	[30-40]
Føtex	[5-10]	-	-	[5-10]

<sup>65</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 102.

<sup>66</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 195.

Bilka	[0-5]	[0-5]	-	[0-5]
Basalt	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
ALDI	[0-5]	[0-5]	[0-5]	-
REMA 1000	[50-60]	[20-30]	[50-60]	[20-30]
365discount/fakta	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
Lidl	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[20-30]
SuperBrugsen	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Dagli'Brugsen	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
ABC Lavpris	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Meny	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]
Kvickly	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]
Løvbjerg	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Irma	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Spar	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Let-Køb	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Min Købmand	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
En online-butik (fx nemlig.com)	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[0-5]
En kiosk	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Specialforretninger (fx bager, slagter eller fiskeforretning)	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
En anden fysisk butik	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Jeg ville ikke have foretaget indkøbet	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]

**Note:** De beregnede diversion ratios er vægtet på baggrund af respondenternes seneste indkøb netop foretaget i den relevante Salling- eller Target-butik før gennemførslen af undersøgelsen.

**Anm.:** Diversion ratios er beregnet på baggrund af "lukkespørgsmål". Dvs. respondenterne er blevet bedt om at tage stilling til, hvad respondenterne ville foretage sig, hvis den relevante Salling- eller Target-butik ikke fandtes (og der heller ikke lå andre butikker på adressen), samt hvad respondenterne ville foretage sig, hvis Salling- eller Target-butikskæden var permanent lukket. "Ved ikke"-besvarelser er fjernet. "Ved ikke"-besvarelser udgør [0-5] pct. af det samlede antal besvarelser (N=855).

Kilde: Styrelsens markedsundersøgelse blandt Parternes kunder.

147. I de syv områder, hvor styrelsen har gennemført en forbrugerundersøgelse, ses der generelt et stort antal af butikker, der traditionelt er blevet betragtet som discountbutikker i henhold til koncepterne i Tabel 4.2, jf. nedenstående Tabel 5.2. De af styrelsen beregnede diversion ratios skal således også ses dette i lys.

**Tabel 5.2 Antal butikker inden for henholdsvis 5 og 10 minutters køretid fra Targets butik, der traditionelt er blevet betragtet som discountbutikker (2022)**

	Antal butikker inden for 5 min.	Discountbutikker inden for 5 min.	Antal butikker inden for 10 min.	Discountbutikker inden for 10 min.
Esbjerg	7	5	33	25

Odense	13	11	46	34
Risskov	9	8	29	20
Rødbyhavn	3	2	5	3
Stubbekøbing	3	3	4	3
Viborg	8	6	20	12
Viby	12	8	38	27

**Note:** Antal butikker er opgjort på baggrund af antallet af butikker med omsætning i 2022. Det bemærkes, at tallene kan variere for de enkelte områder i styrelsens vurdering i afsnit 5.2.5, idet enkelte butikker kan være lukket i 2022.

*Kilde: Styrelsens opgørelse på baggrund af oplysninger modtaget fra Parterne og deres konkurrenter.*

148. Det er styrelsens vurdering, at dagligvaredetailmarkedet i nærværende sag ikke skal segmenteres yderligere i et discountsegment. Dette skyldes bl.a., at markedsundersøgelsens diversion ratios umiddelbart understøtter, at kunderne anser forskellige butikskoncepter inden for dagligvarebutikker som alternativer for hinanden, alt efter hvilke butikker, der er tilgængelige for kunden i lokalområdet, og at dette ikke kun drejer sig om butikker i et eventuelt discountsegment. Derudover vurderes der at være en vis grad af substitution mellem de forskellige butikskoncepter, da kunderne efterspørger et fuldsortiment, som alle de forskellige dagligvarekoncepter tilbyder og konkurrerer på prismæssigt.

*Muligt segment for online-handel med dagligvarer*

149. For så vidt angår en eventuel segmentering efter, om detailsalget sker i fysiske dagligvarebutikker eller online, som de svenske konkurrencemyndigheder har overvejet i *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*, viser styrelsens undersøgelse, at kun en begrænset andel af både Sallings og Targets kunder i stedet ville foretage deres indkøb i en online-butik som fx nemlig.com, jf. Tabel 5.1.
150. Styrelsens beregninger viser, at diversion ratios fra henholdsvis Salling og Target til online-butikker er henholdsvis [5-10] pct. og [0-5] pct., mens de resterende af de adspurgte Salling og Target-kunder i stedet ville vælge en anden fysisk dagligvarebutik, jf. Tabel 5.1.
151. Styrelsen bemærker, at én respondent i Stubbekøbing, som har handlet for i alt [xxx] kr., havde valgt en online-butik fx nemlig.com, såfremt Netto-butikken ikke eksisterede. Beløbet, som respondenteren har handlet for, er betydeligt højere end respondenternes gennemsnitlige indkøb på tværs af alle Sallings butikker, som i styrelsens markedsundersøgelse har været [xxx] kr. Uden denne respondent er der en diversion ratio fra Sallings butikker til online-butikker på [0-5] pct.
152. Online-handel med dagligvarer er muligvis heller ikke et alternativ for alle kunder. Fx brander nemlig.com sig som "Danmarks første og største online supermarked"<sup>67</sup>, men det er ikke muligt for alle husstande i Danmark at få leveret dagligvarer fra nemlig.com. Nemlig.com leverer, ifølge deres hjemmeside, dagligvarer til 90 pct. af de danske husstande beliggende på Sjælland, Fyn og i dele af Jylland,<sup>68</sup> men leverer fx ikke til hele postnummer 4970, Rødby.<sup>69</sup> Derudover skal en

<sup>67</sup> Jf. <https://www.nemlig.com/om-nemlig> (tilgået den 25. august 2023).

<sup>68</sup> Jf. <https://www.nemlig.com/om-nemlig/kundeservice/leveringstyper> (tilgået den 25. august 2023).

<sup>69</sup> Jf. <https://www.nemlig.com/>, tjek af postnummer 4970 i leveringstidsvælgeren (tilgået den 25. august 2023).

---

kundes ordre have en vis størrelse, før det er muligt at få leveret dagligvarer, og der bliver tillagt gebyrer for levering.<sup>70</sup>

153. Derudover viser styrelsens undersøgelser, at nemlig.com har en [xxx] aktivitet på landsplan og en [xxx] aktivitet i hvert af de områder identificeret ved screeningen i afsnit 5.2.5.3.
154. Eksempelvis viser styrelsens beregninger, at nemlig.com på et eventuelt marked for detailsalg af dagligvarer i Danmark omfattende salg fra både fysiske butikker såvel som onlinebutikker i 2022 havde en markedsandel på [0-5] pct. De tre største online supermarkeder nemlig.com, Føtex Hjemmelevering og Coop.dk MAD havde en markedsandel på [0-5] pct. i 2022. Føtex Hjemmelevering og Coop.dk MAD er begge lukket i januar 2023, jf. hertil også afsnit 5.2.5.6.
155. Desuden viser styrelsens beregninger, at nemlig.com ikke har salg til kunder i ét<sup>71</sup> af de i alt syv områder<sup>72</sup>, hvor styrelsen har gennemført sine markedsundersøgelser til brug for fusionen.
156. Diversion ratios fra styrelsens markedsundersøgelse understøtter således, at kunderne i begrænset omfang anser online-handel med dagligvarer for værende det nærmeste alternativ til de fysiske dagligvarebutikker.
157. Det er styrelsens vurdering, at online-handel med dagligvarer ikke umiddelbart er en del af det relevante dagligvaredetailmarked, men styrelsen finder det i nærværende sag ikke nødvendigt at tage endelig stilling til, hvorvidt online-handel med dagligvarer udgør sit eget relevante produktmarked. Betydningen af online-handel med dagligvarer vil under alle omstændigheder blive inddraget i vurderingen af fusionens lokale virkninger nedenfor.

#### 5.1.2.2 Delkonklusion – afgrænsning af det relevante produktmarked

158. Det er styrelsens vurdering, at det relevante produktmarked i overensstemmelse med praksis kan afgrænses til markedet for detailsalg af dagligvarer fra dagligvarebutikker (ikke omfattende kiosker, servicestationer og specialforretninger). Det er styrelsens vurdering, at dagligvaredetailmarkedet i nærværende sag ikke skal segmenteres yderligere i et eventuelt dis-countsegment.
159. Det er endvidere styrelsens vurdering, at online-butikkens salg af dagligvarer ikke umiddelbart er en del af det relevante marked for detailsalg af dagligvarer, selvom disse aktører kan være relevante alternativer for nogle kunders køb af dagligvarer. Det vil dog ikke have nogen betydning for vurderingen af fusionen, selv hvis online-handel med dagligvarer inddrages som en del af det relevante produktmarked. Til brug for vurderingen af fusionen tages der udgangspunkt i et dagligvaredetailmarked omfattende salg af dagligvarer fra fysiske dagligvarebutikker, men betydningen af online-handel med dagligvarer inddrages undervejs.
160. Det er styrelsens vurdering, at den endelige afgrænsning af produktmarkedet dog kan stå åben, idet fusionen, som følge af de afgivne tilsagn, ikke vil hæmme den effektive konkurrence på dagligvaredetailmarkedet betydeligt, uanset om markedet afgrænses bredt til også at omfatte online-handel eller mere snævert efter butikksformat.

---

<sup>70</sup> Jf. <https://www.nemlig.com/om-nemlig/kundeservice/leveringstyper> (tilgået den 25. august 2023)

<sup>71</sup> Området er Rødbyhavn/Rødby, hvor nemlig.com ikke leverer til hele postnummer 4970 Rødby.

<sup>72</sup> De syv områder er Rødbyhavn/Rødby, Stubbekøbing, Viborg, Viby, Esbjerg, Risskov og Odense.

### 5.1.2.3 Det relevante geografiske marked

161. Kommissionen har i sin praksis afgrænset det geografiske marked for detailsalg af dagligvarer, som værende lokalt og afgrænset nærmere baseret på køretid i bil fra en given butik.<sup>73</sup> Kommissionen har i den forbindelse vurderet forskellige rejsetider på 10, 20 eller 30 minutter i bil fra en given butik, baseret på størrelsen af butikken og særlige lokale forhold (generelt har Kommissionen for relativt mindre forretninger, som fx supermarkeder, kigget på rejsetider på 10 til 20 minutter og for større forretninger, som fx hypermarkeder defineret som butikker med et areal på over 2.500 kvm, på 20 til 30 minutter).<sup>74</sup>
162. I *Kesko/ICA/JV* fra 2004 overvejede Kommissionen, om dagligvaredetailmarkedet kunne afgrænses nationalt, da Kommissionens undersøgelser viste, at de fleste dagligvarebutikker (hypermarkeder, supermarkeder og discountbutikker) er aktive på nationalt niveau og træffer beslutninger om produktsortiment og annoncering på landsplan. Kommissionen lod dog den endelige markedsafgrænsning stå åben.<sup>75</sup>
163. Konkurrencerådet har senest i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, som var en afgørelse med tilsagn, umiddelbart vurderet, at det geografiske marked for detailsalg af dagligvarer ikke er bredere end nationalt, bl.a. grundet nationale konkurrenceparametre, og har elementer af lokal konkurrence. Konkurrencerådet vurderede umiddelbart, at der til brug for vurderingen af fusionen, og i overensstemmelse med bl.a. Kommissionens praksis, kunne afgrænses lokale markeder, fx med udgangspunkt i 10 minutters køretid i bil fra hver af parternes butikker afhængigt af, om butikken ligger i et by- eller landområde.<sup>76</sup> Den endelige afgrænsning stod dog åben.
164. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i tidligere praksis generelt taget udgangspunkt i et nationalt eller regionalt marked ved vurdering af transaktioner på dagligvaredetailmarkedet, men har ladet den endelige geografiske markedsafgrænsning stå åben.<sup>77</sup>
165. Den engelske konkurrencemyndighed, den norske konkurrencemyndighed og den svenske konkurrencemyndighed har i tidligere praksis afgrænset det geografiske marked for dagligvarebutikker til en radius på 5 til 20 minutters køretid fra butikkerne afhængigt af bl.a. om butikkerne er placeret i by- eller landområder<sup>78</sup> og afhængigt af butikstypen (fx klassiske supermarkeder henholdsvis discountbutikker)<sup>79</sup> eller butiksstørrelsen<sup>80</sup>. Fx den norske konkurrence-

<sup>73</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 20.

<sup>74</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 20, samt den i afgørelsens fodnote 12, anførte praksis.

<sup>75</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. november 2004 i sag M.3464, *Kesko/ICA/JV*, punkt 17.

<sup>76</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 215.

<sup>77</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *NorgesGruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, punkt 5.1.3.2, Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 2. maj 2012, *Dagrofa A/S' overtagelse af Nærum Stormarked A/S*, punkt 5.1, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 28. marts 2001, *Netto A/S' overtagelse af SUMA Dagligvarer A/S*, punkt 48.

<sup>78</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 20. december 2017, *Tesco/Booker*, punkt 6.24, Konkurransetilsynets afgørelse af 4. marts 2015 i sag V2015-24, *Coop Norge AS – ICA Norge AS*, punkt 90 og Konkurrenceverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr. 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*, punkt 101.

<sup>79</sup> Jf. Konkurrenceverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr. 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*, punkt 101.

<sup>80</sup> Jf. Competition and Markets Authority's afgørelse af 5. juli 2016 i sag ME/6588/16, *Co-operative Foodstores/Booker*, punkt 33.

---

myndighed, Konkurransetilsynet, har defineret den enkelte butiks dækningsområde eller catchment område som den maksimale køretid for de kunder, der står for mindst 80 pct. af butikkens omsætning.<sup>81</sup>

166. Parterne har i anmeldelsen angivet, at dagligvaredetailmarkedet efter Parternes vurdering er nationalt, da detailkæder generelt opererer på nationalt plan. Parterne har angivet, at beslutninger relateret til priser, sortiment, kvalitet af produkter, reklamekampagner, åbningstider og udvalg træffes på nationalt niveau. Det er dog Parternes vurdering, at den endelige afgrænsning kan stå åben, da fusionen efter Parternes mening ikke giver anledning til konkurrencebegrænsninger, hverken på et nationalt marked eller inden for de relevante lokale områder.<sup>82</sup>
167. Styrelsen har, med udgangspunkt i Konkurrencerådets vurdering i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, undersøgt, om der i denne sag ligeledes kan afgrænses lokale markeder ud fra handelsoplandet og kundernes transportvillighed.
168. Det skyldes, at selvom konkurrencen udspiller sig nationalt på visse konkurrenceparametre såsom nationale maksimumpriser, basissortiment og nationalt markedsføringsmateriale som fx tilbudsaviser, ses der også elementer af lokal fastsættelse af konkurrenceparametre. Nogle dagligvarebutikker/-kæder har mulighed for eksempelvis at lave lokale prisnedsættelser eller lokale tilbudskampagner, og der kan være forskelle i åbningstider, bemanding og lokalt sortiment mellem forskellige lokalområder.
169. For at kunne vurdere, om der kan afgrænses lokale markeder, eller om en fusion har virkninger på lokale markeder, kan det være relevant at undersøge handelsoplandet og kundernes transportvillighed.
170. Styrelsen har i sin markedsundersøgelse spurgt henholdsvis Sallings og Targets kunder om, hvor lang tid kunden har brugt på at transportere sig til den pågældende Salling- eller Target-butik. Styrelsens undersøgelse viser, at den gennemsnitlige transporttid for både Sallings og Targets kunder til de udvalgte butikker er ca. ni minutter uanset transportmiddel og by, jf. Tabel 5.3.

---

<sup>81</sup> Jf. Konkurransetilsynets afgørelse af 4. marts 2015 i sag V2015-24, Coop Norge AS – ICA Norge AS, punkt 89.

<sup>82</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 106.

---



Tabel 5.3 Gennemsnitlig transporttid for Parternes kunder

Antal minutter	Netto	Føtex	Salling samlet	Target	Samlet
Gennemsnit uanset transportmiddel og by	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Transportmiddel, bil	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-20]	[10-20]
Transportmiddel, andet end bil	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Storby	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Ikke-storby	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-20]	[10-20]

**Note:** De beregnede transporttider er vægtet på baggrund af respondenternes seneste indkøb netop foretaget i de undersøgte Netto-, Føtex- eller Target-butikker før respondentens gennemførelse af styrelsens undersøgelse. De gennemsnitlige transporttider er afrundet til nærmeste hele minuttal.

**Anm.:** De gennemsnitlige transporttider er beregnet ud fra spørgsmål om, hvordan respondenterne er kommet hen til den relevante butik (transportmiddel), og hvor lang tid respondenterne har brugt på at transportere sig hen til butikken. "Ved ikke"-besvarelser er fjernet. "Ved ikke"-besvarelser udgør under [0-5] pct. af det samlede antal besvarelser (N=855).

\*"Storby" er i markedsundersøgelsen kategoriseret ved at have et indbyggertal på mere end 50.000 indbyggere i byen.

Kilde: Styrelsens markedsundersøgelse blandt Parternes kunder.

171. Styrelsens undersøgelse tyder på, at både Sallings og Targets kunder er villige til at transportere sig lidt længere med bil for at handle dagligvarer, end hvis de anvender andre transportmidler, som her inkluderer cykel, til fods, løbehjul eller lign. og offentlig transport. Styrelsens undersøgelse indikerer derudover, at kunderne er villige til at transportere sig længere uden for storbyer, end de er i tættere befolkede områder. Kundernes gennemsnitlige transporttid ligger dog mellem 5 og 12 minutter uanset transportmiddel og byområde.
172. Styrelsen har derudover spurgt samtlige Targets og Sallings kunder i undersøgelsen om, hvor meget ekstra tid de ville være villige til at bruge på transport, hvis det kunne spare kunden 5-10 pct. på det indkøb, som de netop havde foretaget. Styrelsens undersøgelse viser, at gennemsnitligt ville [20-30] pct. af kunderne ikke være villige til at bruge yderligere tid på transport, mens [40-50] pct. af kunderne er villige til at bruge op til syv minutter ekstra på transport, såfremt det ville spare dem 5-10 pct. på deres indkøb.
173. I det enkelte lokalområde vil styrelsen ved beregningen af det relevante catchment-område tage udgangspunkt i det område omkring Parternes butikker, der indkredser mindst 80 pct. af Parternes butiksomsætning. Da respondenterne har angivet transporttider ud fra deres benyttede transportmiddel, har styrelsen omregnet tiderne, så de giver et samlet billede af, hvor stor afstanden til butikkerne har været. Det betyder, at de respondenter, som fx har transporteret sig på cykel eller via gåben, løbehjul eller lignende, vil få omregnet deres transporttid til den tid, som samme tur ville tage i bil.<sup>83</sup>
174. Styrelsens undersøgelse viser, at [70-80] pct. af omsætningen i Targets butikker i undersøgelsen kommer fra kunder, der transporterer sig i hvad der svarer til op til 10 minutters køretid i bil, mens [70-80] pct. af omsætningen i Targets butikker kommer fra kunder, der transporterer sig i hvad der svarer til op til 15 minutters køretid i bil. [70-80] pct. af omsætningen i Sallings

<sup>83</sup> Omregningen af transporttider på henholdsvis gåben eller cykel til transporttid i bil tager udgangspunkt i, at afrejsetidspunktet finder sted en onsdag eftermiddag klokken 15:00

---

butikker kommer fra kunder, der transporterer sig i hvad der svarer til op til 10 minutters køretid i bil, mens [90-100] pct. af omsætningen i Sallings butikker kommer fra kunder, der transporterer sig i op til 15 minutters køretid i bil. Undersøgelsen viser derudover, at [70-80] pct. af omsætningen i Føtex-butikker kommer fra kunder, som har transporteret sig i op til 10 minutters køretid i bil, mens [90-100] pct. af omsætningen i Føtex-butikker kommer fra kunder, som har transporteret sig i op til 15 minutters kørsel i bil. I Netto-butikkerne kommer [80-90] pct. af omsætningen fra kunder, der har transporteret sig i op til 10 minutters køretid i bil.

175. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at områder omkring Parternes butikker afgrænset til en køretid på 10 eller 15 minutter i bil kan anses som relevante geografiske områder i denne sag. Der kan dog være lokale forhold, som medfører, at det kan være relevant at afgrænse et givent område til en distance kortere eller længere end de anførte køretider i bil omkring Parternes butikker. For større byer kan fx fem minutters køretid i bil være mere retvisende, mens det for områder uden for storbyer/i landområder kan være mere retvisende med en køretid på fx 15 minutter i bil.
176. Styrelsen vil i den følgende vurdering af fusionens virkninger vurdere konkurrencesituationen med udgangspunkt i hvor lang tid det vil tage, at dække mindst 80 pct. af omsætningen fra hver af Parternes butikker. Køretiden tager udgangspunkt i den ovenfor beskrevne metode vedrørende kundernes faktiske transporttid samt praksis. De ovenfor anførte køretider omkring Parternes butikker på nationalt niveau skal ikke ses som en fast grænse for det område, hvorfra den enkelte dagligvarebutik oplever et konkurrencepres fra andre dagligvarebutikker. Afstanden giver dog, efter styrelsens vurdering, en indikation på størrelsen af det område hvor de væsentligste konkurrenter til den enkelte dagligvarebutik kan befinde sig. Styrelsen vil under alle omstændigheder i vurderingen af fusionens virkninger i hvert enkelt geografisk område inddrage betydningen af eventuelt konkurrencepres fra butikker, som ligger længere væk end den opgjorte køreafstand.

#### **5.1.2.4 Delkonklusion – afgrænsning af det relevante geografiske marked**

177. På baggrund af praksis samt styrelsens markedsundersøgelse er det styrelsens umiddelbare vurdering, at det geografiske marked for detailsalg af dagligvarer indeholder både nationale konkurrenceparametre, men også har elementer af lokal konkurrence. Det er styrelsens umiddelbare vurdering, at der kan afgrænses lokale markeder, fx med udgangspunkt i 10 minutters køretid i bil fra hver af Parternes butikker afhængigt af, om butikken ligger i et by- eller landområde.

#### **5.1.2.5 Konklusion – dagligvaredetailmarkedet**

178. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der kan afgrænses et marked for detailsalg af dagligvarer. Det er endvidere styrelsens vurdering, at dagligvaredetailmarkedet både har en national og en lokal dimension, og at der i henhold til efterspørgslen fra kunderne og i overensstemmelse med nyere praksis fra fx Konkurrencerådet og Kommissionen kan afgrænses lokale markeder, fx med udgangspunkt i kørselstid i bil på 10 minutter omkring hver af Parternes butikker. Den endelige afgrænsning af det relevante marked kan dog – bl.a. i lyset af Parternes afgivne tilsagn – stå åben i denne sag.
179. Styrelsen vil i sin vurdering af nærværende sag tage udgangspunkt i et dagligvaredetailmarked omfattende salg af dagligvarer fra fysiske dagligvarebutikker (ikke omfattende kiosker, servicestationer og specialforretninger eller online-salg) afgrænset til lokale markeder målt ud fra kørselstid i bil på fx 10 minutter omkring hver af Parternes butikker. Styrelsen vil dog vurdere fusionen i forhold til både risiko for nationale og lokale virkninger.

### 5.1.3 Dagligvareindkøbsmarkedet

#### 5.1.3.1 Det relevante produktmarked

180. Kommissionen har i tidligere praksis afgrænset et særskilt marked for indkøb af dagligvarer, omfattende indkøb af dagligvarer til salg via forhandlere såsom grossister, detailhandlere og andre virksomheder.<sup>84</sup>
181. Kommissionen har overvejet, men ladet det stå åbent, om der skulle skelnes yderligere mellem forskellige salgskanaler som fx fødevedetailhandel, specialhandel, delikatesseforretninger, "cash and carry"-butikker og andre grossister, apoteker og eksporthandel. Kommissionen har også overvejet, men ligeledes ladet det stå åbent, om dagligvareindkøbsmarkedet på baggrund af begrænset udbudssubstitution mellem forskellige produktkategorier skulle segmenteres yderligere i 19 produktkategorier som fx mejeriprodukter, frisk frugt, grøntsager, frosne fødevarer og vaske- og rengøringsmidler.<sup>85</sup>
182. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ligeledes tidligere afgrænset et separat dagligvareindkøbsmarked. Styrelsen lod dog den præcise definition af dagligvareindkøbsmarkedet stå åben.<sup>86</sup>
183. Parterne har angivet, at det relevante produktmarked, efter Parternes vurdering, er indkøb af dagligvarer, omfattende indkøb af alle dagligvarer til kunder såsom grossister og detailhandlere og andre virksomheder. Parterne har dog endvidere angivet, at den endelige markedsafgrænsning kan stå åben, da fusionen ikke giver anledning til betænkeligheder ved nogen plausibel segmentering.<sup>87</sup>
184. Det er styrelsens vurdering, at det relevante produktmarked i overensstemmelse med praksis kan afgrænses til markedet for indkøb af dagligvarer. Den endelige afgrænsning af produktmarkedet kan dog stå åben, idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på dagligvareindkøbsmarkedet, uanset om markedet afgrænses mere snævert efter fx salgskanal eller produktkategorier, eller markedet afgrænses bredere, jf. afsnit 5.2.2.

#### 5.1.3.2 Det relevante geografiske marked

185. Kommissionen har tidligere afgrænset dagligvareindkøbsmarkedet som værende nationalt. De primære grunde til, at Kommissionen tidligere har defineret markedet for indkøb af dagligvarer som værende nationalt i stedet for regionalt (altså omfattende flere lande) eller EØS-dækkende, er, at forbrugernes præferencer vedrører nationale produkter, og at leverandører generelt forhandler på nationalt plan.<sup>88</sup>
186. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har tidligere vurderet, at dagligvareindkøbsmarkedet geografisk kan afgrænses til Danmark med henvisning til, at Konkurrencerådet i en tidligere afgørelse bl.a. har lagt vægt på, at leverandørerne til dagligvaremarkedet gennemgående er danske virksomheder inkl. danske importører af udenlandske varer. Styrelsen lod dog den endelige geografiske afgrænsning stå åben.<sup>89</sup>

---

<sup>84</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 13.

<sup>85</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 14.

<sup>86</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *NorgesGruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, side 10.

<sup>87</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 83.

<sup>88</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 14.

<sup>89</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens afgørelse af 25. oktober 2013, *NorgesGruppen Danmark ApS' erhvervelse af fælles kontrol sammen med KFI Erhvervsdrivende Fond over Dagrofa ApS*, side 10.

187. Parterne har angivet, at Parterne anser det geografiske marked for dagligvareindkøb for værende nationalt.<sup>90</sup>
188. Det er styrelsens vurdering, at det relevante geografiske marked i overensstemmelse med praksis kan afgrænses til nationalt til Danmark. Den endelige afgrænsning af det geografiske marked kan dog stå åben, idet fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på dagligvareindkøbsmarkedet, uanset om markedet afgrænses snævert nationalt eller bredere, jf. afsnit 5.2.2.

### 5.1.3.3 Konklusion – dagligvareindkøbsmarkedet

189. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at der i overensstemmelse med tidligere praksis kan afgrænses et nationalt marked for indkøb af dagligvarer. Styrelsen finder ikke anledning til at afvige fra praksis i nærværende sag.
190. Eftersom fusionen ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder på dagligvareindkøbsmarkedet, kan markedsafgrænsningen i denne afgørelse dog stå åben.

## 5.2 Vurderingen af fusionens konkurrencemæssige virkninger

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

### 5.2.1 Vurderingen af det kontrafaktiske scenarie

#### 5.2.1.1 Det retlige grundlag

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

*”Når Kommissionen vurderer en fusions konkurrencemæssige virkninger, sammenligner den de konkurrenceforhold, som den anmeldte fusion ville medføre, med de forhold, der ville gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemføres.”<sup>91</sup> [styrelsens understregning].*

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

194. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner angiver at:

*“(...) I de fleste tilfælde er det mest relevant at sammenligne med de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet, når man skal vurdere en fusions virkninger (...)”<sup>92</sup> [styrelsens understregning].*

<sup>90</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 86.

<sup>91</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser, (2004 C 31/5), punkt 9 (“Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner”), og Kommissionens retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2008/C 265/07) (“Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner”), punkt 20.

<sup>92</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9, 2. punktum.

195. Dette er også fastslået i Kommissionens afgørelse i sagen *ArcelorMittal/Ilva*<sup>93</sup>:

*"(...) In principle, the competitive conditions existing at the time of notification constitute the relevant framework of comparison for evaluating the effects of a concentration. (...)"*<sup>94</sup> [styrelsens understregning]

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

*"Under visse omstændigheder kan Kommissionen dog tage hensyn til de forventede fremtidige ændringer på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges. Når den skal vurdere, hvad der er en relevant sammenligning, kan den især tage hensyn til den sandsynlige virksomhedstilgang eller -afgang, hvis fusionen ikke gennemføres."*<sup>95</sup> [styrelsens understregning].

197. Dette understøttes også af praksis.<sup>96</sup>

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

*"på grundlag af de faktiske og retlige omstændigheder, der foreligger på tidspunktet for anmeldelsen af fusionen, og ikke på grundlag af hypotetiske forhold, hvis økonomiske rækkevidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor beslutningen træffes."*<sup>97</sup> [styrelsens understregning].

199. Fastlæggelsen af det kontrafaktiske scenarie beror dermed på en konkret vurdering af de faktiske og retlige omstændigheder, som i rimelig grad kan forudsiges.<sup>98</sup>

200. Konkurrencerådet fandt i *Volvo Danmark A/S' erhvervelse af aktiver og rettigheder fra Titan Lastvogne A/S*<sup>99</sup>, at der på baggrund af en konkret vurdering var grundlag for at fravige status quo som det relevante kontrafaktiske scenarie. Det skete på baggrund af oplysninger, som parterne havde sendt til styrelsen, om forhold forud for transaktionen, som ville have betydning for konkurrenceforholdene i fravær af transaktionen.

201. Konkurrencerådet fandt senest i *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, at der var grundlag for at fravige status quo som det relevante kontrafaktiske scenarie i de lokalområder, hvor fusionen potentielt kunne hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Det skete bl.a. på baggrund af ALDI's strategiske beslutning om at forlade det danske marked for dagligvaredetailhandel.<sup>100</sup>

<sup>93</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*.

<sup>94</sup> Jf. fx Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 409 samt den i fodnote 284 nævnte praksis.

<sup>95</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9.

<sup>96</sup> Jf. fx Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 409.

<sup>97</sup> Jf. Retten i Første Instans' dom af 19. maj 1994 i sag T-2/93, *Air France*, punkt 70. Sagen omhandler dog jurisdiktions-spørgsmål, men formuleres i generelle vendinger, som Retten senere hen henviser til.

<sup>98</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 9 og fx Kommissionens afgørelse af 7. maj 2021 i sag M.8444, *ArcelorMittal/Ilva*, punkt 409.

<sup>99</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 28. september 2022, *Volvo Danmark A/S' erhvervelse af aktiver og rettigheder fra Titan Lastvogne A/S*.

<sup>100</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, afsnit 5.2.1.

202. En gennemgang af relevant tidligere praksis fra Konkurrencerådet viser, at status quo er blevet fraveget som kontrafaktisk scenarie, når det af forskellige årsager ikke har været muligt at opretholde de konkurrence- og markedsforhold, der gjorde sig gældende før fusionen, fx når målvirksomheden ville være nødt til at forlade markedet uden en fusion.<sup>101</sup>
203. Kommissionen har i sin praksis også taget højde for ændringer i konkurrence- og markedsforhold som følge af en markedsaktørs beslutning om at forlade markedet,<sup>102</sup> jf. nærmere nedenfor i afsnit 5.2.1.1.1.
204. Derudover følger det af praksis, at *"i det omfang, der er foretaget fusionsspecifikke dispositioner, skal uden-fusionsscenariet fastlægges uden inddragelse af disse."*<sup>103</sup> Hvis der imidlertid er tale om *"dispositioner, der ville være blevet gennemført også uden fusionen, vil de skulle medgå i uden-fusionsscenariet"*.<sup>104</sup>

#### 5.2.1.1.1 [xxx]

205. [xxx]<sup>105</sup>
206. [xxx]<sup>106</sup>
- (i) [xxx]
- (ii) [xxx]
- (iii) [xxx].<sup>107</sup>
207. [xxx]<sup>108</sup>
208. [xxx]<sup>109</sup> [xxx].
209. [xxx].<sup>110</sup> [xxx].<sup>111</sup>
210. [xxx].<sup>112</sup> [xxx].<sup>113</sup> [xxx].<sup>114</sup>
211. [xxx].

<sup>101</sup> Jf. fx Konkurrencerådets afgørelse af 25. september 2013, *Jysks erhvervelse af enekontrol med IDdesign A/S*, afsnit 5.3.

<sup>102</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 2. september 2013 i sag M.6360, *Nynas/Shell/Harburg Refinery*, punkt 310.

<sup>103</sup> Jf. Konkurrencerådets godkendelse af 28. maj 2014, *EY's overtagelse af KPMG Danmark*, punkt 374, jf. Kommissionens afgørelse af 26. januar 2011 i sagen M.5830, *Olympic/Aegean Airlines*.

<sup>104</sup> Jf. Konkurrencerådets godkendelse af 28. maj 2014, *EY's overtagelse af KPMG Danmark*, punkt 374, jf. Kommissionens afgørelse af 26. januar 2011 i sagen M.5830, *Olympic/Aegean Airlines*.

<sup>105</sup> Jf. [xxx]

<sup>106</sup> Jf. [xxx]

<sup>107</sup> Jf. [xxx]

<sup>108</sup> Jf. [xxx]

<sup>109</sup> Jf. [xxx]

<sup>110</sup> Jf. [xxx]

<sup>111</sup> Jf. [xxx]

<sup>112</sup> Jf. [xxx]

<sup>113</sup> Jf. [xxx]

<sup>114</sup> Jf. [xxx]

- 
212. [xxx]:
213. [xxx]:
214. [xxx]<sup>115</sup>, [xxx].<sup>116</sup> [xxx].<sup>117</sup>
215. [xxx].<sup>118</sup>
216. [xxx].<sup>119</sup> [xxx]<sup>120</sup>, [xxx].
217. I det følgende gennemgås først i afsnit 5.2.1.2 ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked, og i afsnit 5.2.1.3 gennemgås ALDI's forventede ageren i tilfælde af, at fusionen ikke gennemføres, herunder styrelsens vurdering af det relevante kontrafaktiske scenarie for de enkelte relevante områder.

### 5.2.1.2 ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked

218. I det følgende gennemgås først i afsnit 5.2.1.2.1 Parternes anbringender vedr. ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked, herunder den salgsproces, der har været i forbindelse med ALDI's beslutning. Herefter følger styrelsens vurdering af ALDI's beslutning i afsnit 5.2.1.2.2.

#### 5.2.1.2.1 Parternes anbringender vedr. ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked

219. ALDI har oplyst, at ALDI's ejerkreds, [xxx], traf beslutning om ikke at fortsætte ALDI's aktiviteter på det danske marked den [xxx], samt at ALDI's butikker i Danmark skulle sælges, og i tilfælde af manglende salg skulle butikkerne lukkes [xxx].<sup>121</sup> ALDI's danske aktiviteter bestod på dette tidspunkt af ca. 187 butikker og butikprojekter samt tre distributionscentre.<sup>122</sup>
220. Som dokumentation for den mundtlige aftale har ALDI fremlagt [xxx]:
- [xxx]<sup>123</sup>
221. ALDI har herudover fremlagt [xxx].<sup>124</sup>
222. ALDI har forklaret, at årsagen til beslutningen om at lukke ALDI's aktiviteter i Danmark og forlade det danske marked var, [xxx].<sup>125</sup> [xxx].<sup>126</sup>

---

<sup>115</sup> Jf. [xxx]

<sup>116</sup> Jf. [xxx]

<sup>117</sup> Jf. [xxx]

<sup>118</sup> Jf. [xxx]

<sup>119</sup> Jf. [xxx]

<sup>120</sup> Jf. [xxx]

<sup>121</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. marts 2023 samt [xxx]

<sup>122</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. marts 2023 samt [xxx]

<sup>123</sup> Jf. [xxx]

<sup>124</sup> Jf. [xxx]

<sup>125</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. marts 2023 samt [xxx]

<sup>126</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. marts 2023 samt [xxx]

---



223. ALDI har anført, at ALDI siden [xxx].<sup>127</sup> [xxx].<sup>128</sup>

224. ALDI har anført, at salgsprocessen af ALDI's butikker blev indledt [xxx].<sup>129</sup>

#### 5.2.1.2.1.1 Salgsproces - ALDI's danske aktiviteter

225. ALDI har anført, at ALDI afsøgte mulighederne for et salg af ALDI's danske aktiviteter [xxx].<sup>130</sup>

226. ALDI har videre anført, at ALDI ønskede [xxx]. [xxx].<sup>131</sup>

227. ALDI [xxx].<sup>132</sup>

228. [xxx]. ALDI indgik aftale med REMA 1000 i december 2022 om 114 butikker, syv butikksprojekter samt tre distributionscentre.<sup>133</sup>

229. ALDI besluttede herefter at lukke 59 butikker, der ikke var omfattet af aftalen med REMA 1000, [xxx].<sup>134</sup> [xxx] indgik ALDI aftale med henholdsvis Salling, Coop og Lidl om salg af ALDI's resterende butikker samt butikksprojekter.

230. ALDI har indgået aftale med Coop om én butik og med Lidl om fire butikker. [xxx].<sup>135</sup>

#### 5.2.1.2.2 Styrelsens vurdering af ALDI's beslutning om at forlade det danske dagligvaredetailmarked

231. Det er styrelsens vurdering, at det på baggrund af ALDI's forklaring, offentlige udmeldinger og interne dokumenter kan lægges til grund, at der i ejerkredsen i ALDI er truffet endelig beslutning om at forlade det danske marked [xxx].

232. ALDI har redegjort for, at der [xxx].

233. ALDI har derfor med en rimelig grad af sikkerhed redegjort for, at ALDI's ejerkreds på et rationelt grundlag har besluttet af afhænde ALDI's danske aktiviteter.

234. ALDI har endvidere indledt en struktureret proces for at afhænde aktiverne [xxx]. Herunder har ALDI indgået aftale med REMA 1000 om at overtage 114 butikker, syv butikksprojekter samt tre distributionscentre. REMA 1000's køb af ALDI's butikker, butikksprojekter og distributionscentre blev godkendt af Konkurrencerådet den 30. august 2023 ved afgivelse af tilsagn om frasalgs af [xxx].<sup>136</sup> Herudover har ALDI solgt henholdsvis én og fire butikker til Coop og Lidl. Endeligt har ALDI lukket de butikker, der forventeligt ikke kunne blive solgt [xxx]. ALDI's aktiviteter består derfor på nuværende tidspunkt udelukkende af lukkede ALDI-butikker samt de butikker og butikksprojekter, der er omfattet af nærværende transaktion.

<sup>127</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. marts 2023.

<sup>128</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. marts 2023 samt [xxx].

<sup>129</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023.

<sup>130</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023.

<sup>131</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023.

<sup>132</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023 og ALDI's mail til styrelsen af 26. april 2023.

<sup>133</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023.

<sup>134</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023 og ALDI's mail til styrelsen af 26. april 2023.

<sup>135</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 19. juli 2023.

<sup>136</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

235. ALDI har herudover også gjort det tydeligt for offentligheden, herunder ALDI's danske kunder, at ALDI ikke længere vil være aktiv på det danske marked. ALDI udsendte således den 9. december 2022 en pressemeddelelse, hvor det fremgår, at:

*"(...) ALDI har besluttet at trække sig fra det danske marked og indgået en aftale med REMA 1000 Danmark, der køber 114 af ALDI Danmarks 188 butikker. ALDI lukker eller sælger de øvrige butikker fortløbende i løbet af 2023.*

*Beslutningen om at forlade det danske marked er truffet som led i ALDI Nord Group of Companies' transformationsstrategi med henblik på at fokusere indsatsen på de øvrige Europæiske markeder, hvor ALDI oplever stærk vækst, skaber bedre resultatet og ser et langsigtet potentiale. Den Europæiske discountkæde har derfor indgået en betinget aftale med REMA 1000 Danmark, der er en del af Reitan Retail, om overdragelse af 114 danske ALDI-butikker. Transaktionen er betinget af de danske konkurrencemyndigheders godkendelse."<sup>137</sup>*

236. ALDI udsendte endvidere den 20. december 2022 en pressemeddelelse, hvoraf det bl.a. fremgår, at "ALDI lukker 59 butikker i starten af 2023..."<sup>138</sup> ALDI har herefter lukket disse butikker og afholdt ophørsudsalg i udvalgte butikker:

*"Ophørsudsalg i udvalgte butikker*

*(...)*

*Der er 120 butikker der fortsat holder åbent, som de plejer. **Alle butikker vil dog lukke i løbet af 2023**, dog kan vi desværre endnu ikke oplyse om datoerne for lukning af disse butikker, da det afhænger af, hvornår konkurrencemyndighederne godkender handlen mellem ALDI og REMA 1000 eller Netto."<sup>139</sup> [Styrelsens understregning og fremhævet her]*

237. Herudover udsendte ALDI en pressemeddelelse den 9. februar 2023, hvor det fremgår, at:

***"ALDI afhænder 16 butikker og afslutter salgsproces***

*ALDI har indgået aftale med Salling Group, Lidl og Coop, der overtager 16 butikker og 134 medarbejdere. Solgte butikker holder åben frem til overdragelsen, mens ALDI lukker øvrige butikker som tidligere meddelt."<sup>140</sup>*

238. Det er styrelsens vurdering, at ALDI vil forlade det danske dagligvaredetailmarked. Det er styrelsens vurdering, at det ikke er realistisk og sandsynligt, at ALDI vil ændre beslutningen af [xxx] om at afvikle ALDI's danske aktiviteter, for at fortsætte aktiviteterne i Danmark med transaktionens 21 butikker. Ud af de 21 butikker er syv butikker åbne, bortset fra butikken i Stubbekøbing, der er lukket pga. ombygning, otte er butikksprojekter og seks er butikker, som ALDI lukkede i februar 2023 [xxx]. Herudover har ALDI solgt sine tre distributionscentre til REMA 1000.<sup>141</sup>

<sup>137</sup> Jf. ALDI's pressemeddelelse af 9. december 2022: [REMA 1000 overtager hovedparten af ALDI's danske aktiviteter](#) (tilgået 10. juli 2023).

<sup>138</sup> Jf. ALDI's pressemeddelelse af 20. december 2022: [ALDI lukker 59 butikker](#) (tilgået 10. juli 2023).

<sup>139</sup> Jf. ALDI's hjemmeside: [Ophørsudsalg i udvalgte ALDI butikker](#) (tilgået 10. juli 2023).

<sup>140</sup> Jf. ALDI's pressemeddelelse af 9. februar 2023: [ALDI afhænder 16 butikker og afslutter salgsproces](#) (tilgået 10. juli 2023).

<sup>141</sup> Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

239. Styrelsen konkluderer på den baggrund, [xxx] da der er truffet endelig beslutning om at ALDI forlader det danske dagligvaremarked, samt at ALDI allerede har foretaget dispositioner, der har væsentlig betydning for ALDI's tilstedeværelse på markedet, herunder salget af 114 butikker til REMA 1000.

#### 5.2.1.2.3 Delkonklusion

240. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at ALDI vil forlade det danske dagligvaremarked og dermed afvikle sine resterende danske aktiviteter, hvis fusionen ikke gennemføres. ALDI har truffet intern beslutning om at forlade det danske dagligvaremarked, der ikke er en fusionsspecifik beslutning, samt foretaget dispositioner, gennem frasalg og nedlukning af butikker, der tydeligt viser, at ALDI har til hensigt at forlade det danske marked.
241. Det er endvidere styrelsens vurdering, at det ikke er sandsynligt, at ALDI vil ændre beslutningen og fortsætte de danske aktiviteter udelukkende med de 21 butikker og butiksprojekter, der er omfattet af transaktionen, hvoraf kun seks butikker er i drift, og én har været lukket pga. ombygning, på tidspunktet for fusionen, samt de butikker ALDI har valgt at lukke.
242. Det forhold, at ALDI trækker sig fra det danske marked, er dog ikke ensbetydende med, at det ved fastlæggelsen af det kontrafaktiske scenarie automatisk kan lægges til grund, at ALDI's butikker forsvinder fra markedet. For at styrelsen skal kunne lægge et givent kontrafaktisk scenarie til grund, er det nødvendigt, at styrelsen med en tilstrækkelig grad af sikkerhed kan forudsige, hvordan konkurrenceforholdene vil arte sig, og hvad der vil ske med aktiverne i Target. Det skal derfor vurderes, hvad der vil ske med Target, hvis fusionen ikke gennemføres.
243. I det følgende gennemgås ALDI's forventede ageren, hvis fusionen ikke gennemføres, samt styrelsens vurdering af det kontrafaktiske scenarie.

#### 5.2.1.3 ALDI's forventede ageren såfremt fusionen ikke gennemføres

244. I det følgende gennemgås først ALDI's anbringender vedrørende det kontrafaktiske scenarie i afsnit 5.2.1.3.1. Herefter følger styrelsens vurdering af det kontrafaktiske scenarie i afsnit 5.2.1.3.2.

##### 5.2.1.3.1 ALDI's anbringender vedr. det kontrafaktisk scenarie

245. ALDI har anført, at det kontrafaktiske scenarie er, at [xxx].<sup>142</sup> [xxx].<sup>143</sup>
246. ALDI har anført, [xxx].<sup>144</sup>
247. ALDI har [xxx].<sup>145</sup> [xxx].<sup>146</sup> [xxx].<sup>147</sup> Oversigten i Tabel 5.4 nedenfor viser de butikker, [xxx].

<sup>142</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023.

<sup>143</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 9. maj 2023.

<sup>144</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 18. april 2023.

<sup>145</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 26. april samt [xxx]

<sup>146</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 9. maj 2023.

<sup>147</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 25. juli 2023

Tabel 5.4 [xxx]

Adresse		[xxx]	[xxx]	[xxx]
Havnegade 8a, Odense C	Åben	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Nykøbingvej 42, Stubbekøbing	Under om- bygning	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Færgevej 2, Rødbyhavn	Åben	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Østervangsvej 1B, Esbjerg N	Åben	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Nordbyvej 4, Viby J	Åben	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Ravnsøvej 15B, Risskov	Åben	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Vestervangsvej 12, Viborg	Åben	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Borups Alle 113, Frederiksberg	Lukket	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Højvang Centret 2, Skanderborg	Lukket	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Idagårdsvej 7, Slagelse	Lukket	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Kastrupvej 326, Kastrup	Lukket	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Stenvej 3, Højbjerg	Lukket	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Vestergade 115, Svendborg	Lukket	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Vestre Landevej 78-80, Varde	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Hadsundvej 164, Randers NØ	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Frederiksborgvej 59, København	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Egerisvej 2, Brårupvej 50 og 56, Skive	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Vejlegårdsvej 2a, Vallensbæk	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Bornholms Allé 14a, Høje Taastrup	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Kaffevej 3, Rødovre	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]
Flegmade 17, Boulevarden 15-17, Vejle	Projekt	[xxx]	[xxx]	[xxx]

Kilde: [xxx]

248. ALDI har anført, [xxx] i Tabel 5.4), [xxx].<sup>148</sup> [xxx].<sup>149</sup>

### 5.2.1.3.2 Styrelsens vurdering af det kontrafaktiske scenarie

249. ALDI har, som anført ovenfor, bl.a. gjort gældende, [xxx]. ALDI har fremlagt oplysninger om salgsprocessen forud for transaktionen, som viser, [xxx].

<sup>148</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 25. juli 2023, hvoraf det ses, at [xxx].

<sup>149</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 9. maj 2023 og ALDI's mail til styrelsen af 19. juli 2023.

250. For at kunne vurdere, hvilket kontrafaktiske scenarie, der skal lægges til grund for vurderingen i sagen, er det nødvendigt at vurdere lokale markedsforhold, da væsentlige konkurrencehæmmende virkninger ellers kan overses.
251. Ved vurderingen af det kontrafaktiske scenarie i de enkelte lokalområder fokuserer styrelsen på de to områder, hvor det kontrafaktiske scenarie har betydning for styrelsens vurdering af fusionens virkninger i området, jf. afsnit 5.2.5.8 nedenfor om Rødbyhavn og Stubbekøbing. Begge områder gennemgås nedenfor.
252. Vurderingen af det kontrafaktiske scenarie lades således stå åben for så vidt angår lokalområder, hvor styrelsen vurderer, at det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. afsnit 5.2.5.3 nedenfor.

#### 5.2.1.3.2.1 Rødbyhavn

253. Som angivet ovenfor i punkt 247 har ALDI fremsendt [xxx].
254. Det er styrelsens vurdering, at ALDI [xxx].<sup>150</sup> [xxx].
255. [xxx]. [xxx].<sup>151</sup> [xxx], [xxx].<sup>152</sup> [xxx].
256. [xxx], [xxx]<sup>153</sup> [xxx].
257. [xxx].
258. [xxx].<sup>154</sup>
259. Det er styrelsens vurdering, at det er sandsynligt, at [xxx] vil være interesseret i at overtage butiklokalet i Rødbyhavn, hvis fusionen ikke gennemføres. Det er derfor styrelsens vurdering, at uanset hvilket kontrafaktisk scenarie, der tages udgangspunkt i, medfører det kontrafaktiske scenarie, at en ny uafhængig aktør vil træde ind på markedet, da [xxx], se afsnit 5.2.5.8.1 nedenfor.
260. Det kontrafaktiske scenarie i Rødbyhavn er derfor bedre for konkurrencen end fusionsscena-riet, da det kontrafaktiske scenarie svarer til en status quo lignende situation, da der stadig vil være tre uafhængige aktører i området omkring Rødbyhavn i form af REMA 1000, Salling og [xxx], hvorimod fusionsscena-riet medfører, at der vil være én uafhængig aktør mindre, idet det udelukkende vil være Salling [xxx] og REMA 1000, der vil være til stede i området omkring Rødbyhavn.<sup>155</sup>
261. Styrelsen konkluderer på baggrund af ovenstående, [xxx].
262. I styrelsens vurdering i afsnit 5.2.5.8.1 nedenfor sammenlignes fusionsscena-riet derfor med et kontrafaktisk scenarie, hvor [xxx] ville overtage Target.

<sup>150</sup> Jf. [xxx]

<sup>151</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 25. juli 2023.

<sup>152</sup> Jf. [xxx]

<sup>153</sup> Jf. [xxx]

<sup>154</sup> Jf. [xxx].

<sup>155</sup> Hvis der tages udgangspunkt i et 10 minutters catchment område fra Netto-butikken i Rødby, er Coma også omfattet, hvorfor der vil være fire aktører i det kontrafaktiske scenarie og tre aktører i fusionsscena-riet.

---

### 5.2.1.3.2.2 Stubbekøbing

263. Det fremgår af ALDI's [xxx].  
[xxx]
264. Det er styrelsens vurdering, at ALDI stadig har interesse i at sælge butikskloalet i Stubbekøbing til [xxx].
265. [xxx], [xxx].
266. [xxx].<sup>156</sup> [xxx].<sup>157</sup>
267. [xxx],<sup>158</sup> [xxx].<sup>159</sup>
268. [xxx].<sup>160</sup> [xxx].<sup>161</sup> [xxx].<sup>162</sup>
269. [xxx].<sup>163</sup> [xxx].
270. [xxx].  
[xxx]
271. [xxx].<sup>164</sup>
272. [xxx].<sup>165</sup> [xxx].<sup>166</sup> [xxx].<sup>167</sup>
273. [xxx].  
[xxx]
274. [xxx].<sup>168</sup>  
[xxx]
275. [xxx].<sup>169</sup>

### *Konklusion*

---

<sup>156</sup> Jf. [xxx].

<sup>157</sup> Jf. [xxx].

<sup>158</sup> Jf. [xxx].

<sup>159</sup> Jf. [xxx].

<sup>160</sup> Jf. [xxx].

<sup>161</sup> Jf. [xxx].

<sup>162</sup> Jf. [xxx].

<sup>163</sup> Jf. [xxx].

<sup>164</sup> Jf. [xxx].

<sup>165</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. juli 2023.

<sup>166</sup> Jf. ALDI's mail til styrelsen af 27. juli 2023.

<sup>167</sup> Jf. [xxx].

<sup>168</sup> Jf. [xxx].

<sup>169</sup> Jf. [xxx].

---

- 
276. Som anført ovenfor har ALDI forklaret [xxx]. [xxx]. [xxx].
277. Det kontrafaktiske scenarie i Stubbekøbing er derfor, at [xxx] ville overtage Target. Det kontrafaktiske scenarie er derfor bedre for konkurrencen end fusionsscenariet, da det kontrafaktiske scenarie svarer til en status quo lignende situation, da der vil være to uafhængige aktører i Stubbekøbing i form af [xxx] og Salling, hvorimod fusionsscenariet medfører, at der vil være én uafhængig aktør mindre, idet det udelukkende vil være Salling, der vil være til stede i Stubbekøbing.
278. Styrelsen konkluderer på baggrund af ovenstående, [xxx].
279. I styrelsens vurdering af det kontrafaktiske scenarie i afsnit 5.2.5.8.2 nedenfor sammenlignes fusionsscenariet derfor med et kontrafaktisk scenarie, hvor [xxx] ville overtage Target i Stubbekøbing.

#### 5.2.1.3.3 Samlet konklusion

280. I vurderingen af fusionen i afsnit 5.2.5 nedenfor skal fusionsscenariet sammenholdes med det relevante kontrafaktiske scenarie for det enkelte lokalområde.
281. Det kontrafaktiske scenarie i Rødbyhavn er, at der vil komme en ny uafhængig aktør ind i Targets butikslokale.
282. Det kontrafaktiske scenarie i Stubbekøbing er, at der vil komme en ny uafhængig aktør ind i Targets butikslokale.

#### 5.2.2 Berørte markeder

283. I vurderingen af fusionens virkninger tager styrelsen udgangspunkt i et nationalt marked for detailsalg af dagligvarer og i områder afgrænset lokalt til 10 minutters køretid i bil med udgangspunkt i hver af Parternes butikker, jf. punkt 179.
284. Transaktionen omfatter 13 eksisterende ALDI-butikker (syv åbne butikker, hvoraf én butik er lukket pga. ombygning og seks lukkede butikker), hvilket medfører, at styrelsen skal undersøge disse 13 områder. Det er udelukkende i Stubbekøbing, at Parterne har det samme catchment område, da butikkerne ligger meget tæt på hinanden. Dette medfører, at for de øvrige 12 områder, hvor Target-butikken og den nærmeste Salling-butik ikke ligger helt lige så tæt på hinanden, er der tale om to forskellige catchment områder i samme by. Styrelsens undersøgelse af fusionens virkninger skal laves for alle relevante catchment områder afgrænset til 10 minutters kørsel fra henholdsvis Target-butikken og den nærmeste Salling-butik, hvilket sammenlagt giver 25 områder, der skal undersøges.
285. Styrelsens undersøgelser viser, at Parterne har overlappende aktiviteter i alle 25 områder afgrænset til en køretid på 10 minutter i bil.
286. Styrelsens undersøgelser viser derudover, at Parternes samlede markedsandele er over 15 pct. i alle 25 områder afgrænset til en køretid på 10 minutter i bil, hvorfor disse 25 områder umiddelbart anses for berørte markeder og derfor giver anledning til nærmere undersøgelse. Vurderingen af fusionens effekter i disse områder håndteres i afsnit 5.2.5.
287. Dertil omfatter transaktionen endvidere otte områder, hvor Target er ved at opføre butikker. For alle disse områder ligger Targets projektbutik og den nærmeste Salling-butik ikketæt på hinanden, hvorfor der er tale om to forskellige catchment områder i samme by. Dette medfører, at styrelsens undersøgelse tager udgangspunkt i 16 områder, hvor Target er ved at opføre butikker.
-



288. I disse 16 områder er det ikke muligt at beregne markedsandele for Target, da butikkerne er under opførelse og dermed ikke har genereret nogen omsætning, der kan beregnes markedsandele på baggrund af. Områderne vil blive behandlet særskilt i afsnit 5.2.5.4 nedenfor.
289. Begge Parter har aktiviteter på dagligvareindkøbsmarkedet forud for transaktionen. Som følge af dette giver fusionen anledning til et horisontalt overlap på dagligvareindkøbsmarkedet. Det er dog styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til fusionsspecifikke betænkeligheder på dagligvareindkøbsmarkedet.
290. Dette skyldes, at forøgelsen af Sallings markedsstyrke på et nationalt dagligvareindkøbsmarked vil være begrænset. Sallings markedsandel på dagligvareindkøbsmarkedet forventes at stige tilsvarende som på detailmarkedet, idet det lægges til grund, at Sallings aktiviteter inden for *dagligvareindkøbsmarkedet* vil stige svarende til det antal dagligvarebutikker, som Salling overtager fra ALDI, og som Salling efter fusionen vil skulle købe dagligvarer til. Sallings erhvervelse af Target vil således udelukkende føre til en [xxx] ændring i markedsandelen på et nationalt marked for dagligvareindkøb, hvor Sallings markedsandel øges med [0-5] procentpoint til en samlet markedsandel på [30-40] pct., jf. Tabel 5.5 nedenfor, og vil derfor efter styrelsens vurdering ikke give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder.
291. Styrelsen vil på den baggrund ikke behandle dagligvareindkøbsmarkedet yderligere.

### 5.2.3 Target fortsætter ikke med ALDI-brandet

292. Transaktionen medfører, at ALDI-butikkerne lukker, og Target derfor ikke fortsætter med ALDI-brandet. Salling har oplyst, at de vil åbne butikker på Target-lokationer som [xxx].<sup>170</sup>

### 5.2.4 Fusionen hæmmer ikke konkurrencen på et nationalt marked for detailsalg af dagligvarer

293. På et marked for detailsalg af dagligvarer i Danmark havde Salling en markedsandel på [30-40] pct. i 2022 og tilsvarende havde ALDI en markedsandel på [0-5] pct., jf. Tabel 5.5 nedenfor.<sup>171</sup> Som anført i punkt 234 ovenfor har ALDI solgt størstedelen af sine butikker til REMA 1000 samt solgt enkelte butikker til Coop og Lidl. I Tabel 5.5 nedenfor har styrelsen beregnet markedsandele, hvor disse frasalg er inkluderet under de nye ejere.
294. Efter fusionen opkøber Salling 13 Target-butikker, der alle var åbne 2022<sup>172</sup>, samt 8 butikksprojekter svarende til [0-5] pct. af det samlede nationale marked for detailsalg af dagligvarer, og hermed opnår Salling en samlet markedsandel på [30-40] pct. efter fusionen, jf. Tabel 5.5 nedenfor.<sup>173</sup>

Tabel 5.5 Markedsandele og HHI – Detailsalg af dagligvarer fra fysiske butikker i Danmark (2022)

Koncern	Markedsandele før fusionen (pct.)	Markedsandele efter fusionen (pct.)
---------	-----------------------------------	-------------------------------------

<sup>170</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, appendix 11.

<sup>171</sup> Markedsandelene i tabellen er korrigeret efter REMA 1000's køb af dele af ALDI. Før salget til REMA 1000 havde ALDI en markedsandel på [0-5] pct.

<sup>172</sup> ALDI lukkede 6 af disse 13 butikker henholdsvis den 2. og 9. februar 2023.

<sup>173</sup> Som beskrevet i afsnit 5.2.1.3.2 ovenfor er det styrelsens vurderingen, at fusionen skal vurderes ud fra et alternativt kontrafaktiske scenarie frem for status quo i de enkelte lokalområder. Der er dog tale om meget små forskelle set i et nationalt perspektiv, hvorfor der i vurderingen af det nationale marked tages udgangspunkt i status quo.

Salling	[30-40]	[30-40]
Target	[0-5]	[0-5]
<b>Parterne samlet</b>	-	<b>[30-40]</b>
ALDI (out of scope)	[0-5]	[0-5]
REMA 1000	[10-20]	[10-20]
Coop	[20-30]	[20-30]
Dagrofa	[10-20]	[10-20]
Lidl	[5-10]	[5-10]
ABC-Lavpris	[0-5]	[0-5]
Løvbjerg	[0-5]	[0-5]
<b>Total</b>	100	100
<b>HHI</b>	[2.000-2.500]	[2.000-2.500]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[<150]

**Note:** Totalmarkedet er opgjort ud fra den omsætning som er realiseret i fysiske butikker i 2022. I opgørelsen er der korrigeret for REMA 1000's køb af dele af ALDI.

*Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022.*

295. Efter fusionen stiger HHI til et niveau på [2.000-2.500] med en ændring i HHI på [<150]. Niveaulet for HHI sammen med ændringen heri ligger således under de af Kommissionen fastsatte grænser for hvornår, det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>174</sup>
296. Efter fusionen vil Salling fortsat være den største aktør på nationalt niveau, efterfulgt af Coop med en markedsandel på [20-30] pct. på koncernniveau og REMA 1000 med en markedsandel på [10-20] pct.
297. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence på et marked afgrænset til detailsalg af dagligvarer fra fysiske butikker i Danmark. Det er endvidere styrelsens vurdering, at fusionen heller ikke vil hæmme konkurrencen på et bredere marked omfattende onlinesalg af dagligvarer, idet Parternes markedsandele vil være lavere på et bredere marked omfattende onlinesalg af dagligvarer.

### 5.2.5 Fusionens effekter på lokale markeder

298. Konkurrencebegrænsende virkninger på lokale markeder kan opstå ved, at fusionen eliminerer den konkurrence, der tidligere var mellem Sallings og Targets butikker i de enkelte lokale områder. Dette kan resultere i, at Salling efter fusionen kan øge priserne, reducere kvaliteten af

<sup>174</sup> Af retningslinjernes punkt 19 fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder.

service eller produktudbuddet eller reducere investeringer i de relevante butikker.<sup>175</sup> Derudover vil fusionen begrænse variationen i udbuddet for forbrugerne i de berørte områder, da forbrugerne efter fusionen vil miste en alternativ, uafhængig konkurrent, når de skal foretage deres indkøb.

299. På mange berørte lokale markeder er det ikke alle koncerner, der er til stede. Markedsandele og HHI på lokalt niveau kan derfor være markant højere end markedsandelene og HHI på nationalt niveau.
300. Aktørerne på dagligvaredetailmarkedet tilbyder differentierede produkter fx i form af differentierede butikskoncepter og serviceniveau, jf. afsnit 5.1.2.1.1 ovenfor. Derudover har den fysiske afstand mellem aktørerne i et givent område også betydning for, i hvor høj grad aktørerne er i konkurrence med hinanden. Sandsynligheden for, at fusionen vil hæmme konkurrencen, er større, jo tættere konkurrenter Salling og Target er.<sup>176</sup> For at vurdere om fusionen vil hæmme konkurrencen, er det derfor bl.a. nødvendigt at vurdere, hvilken position Parterne har i de berørte områder, samt hvor tætte konkurrenter Salling og Target er.
301. Til brug for vurderingen af lokale virkninger vil styrelsen inddrage diversion ratios mellem Parterne og fra Parterne til deres konkurrenter i de områder, hvor styrelsen har gennemført en markedsundersøgelse.

#### 5.2.5.1 Konkurrencen udspiller sig også lokalt

302. På baggrund af styrelsens markedsundersøgelse blandt Parternes kunder er det styrelsens vurdering, at dagligvarer oftest handles lokalt, og at tid og omkostninger til transport lægger en begrænsning på, hvor langt kunderne er villige til at transportere sig for at købe ind.
303. Dagligvarebutikker har samtidig mulighed for at variere centrale konkurrenceparametre lokalt ved eksempelvis at lave lokale prisnedsættelser eller lokale tilbudskampanjer, ved at ændre på kvaliteten af service eller ved at ændre de lokale åbningstider.
304. Parterne har anført, at konkurrencen primært udspiller sig på nationalt plan. ALDI har oplyst, at [xxx].<sup>177</sup> Salling har oplyst, at Salling tager forretningsstrategiske beslutninger på nationalt plan, herunder i forhold til prissætning, åbningstider, vareudbud og butiksudtryk. Salling har eksempelvis udrullet sit "Netto 3.0"-koncept i hele landet uagtet lokale forhold.<sup>178</sup> Salling uddyber videre, at de [xxx].<sup>179</sup> Salling påpeger, at en uniform prissætning er en integreret del af forretningsmodellen, eksemplificeret ved nationale tilbudsaviser, og at antallet af varenumre og butikker gør lokal prissætning kompliceret og omkostningsfyldt. Ifølge Salling vil en øget lokal

<sup>175</sup> Konkurrencerådet har i tidligere sager lagt til grund, at sådanne virkninger kan opstå i forbindelse med fusioner i detailhandlen, se eksempelvis: Konkurrencerådets afgørelse af 16. august 2017 i sagen *Imerco Holding A/S' erhvervelse af enekontrol over Inspiration A/S*. Kommissionen har i tidligere sager lagt til grund, at sådanne virkninger kan opstå i forbindelse med fusioner i dagligvaredetailhandlen, se eksempelvis: Kommissionens afgørelse af 22. december 2005 i M.3905, *Tesco/Carrefour*, Kommissionens afgørelse af 22. januar 2016 i sag M.7920, *Netto/J Sainsbury/Dansk Supermarked/New Edlington/Hedon/Roundhay*, punkt 25, Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, punkt 25. Den norske konkurrencemyndighed, *Konkurransetilsynet*, har ligeledes lagt til grund, at sådanne virkninger kan opstå i forbindelse med fusioner i dagligvaredetailhandlen, se eksempelvis Konkurransetilsynets afgørelse af 4. marts 2015 i sagen Vedtak V2015-24 - *Coop Norge Handel AS - ICA Norge AS*, Konkurrensverkets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr. 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*. Den britiske konkurrencemyndighed har ligeledes ligeledes lagt til grund, at sådanne virkninger kan opstå i forbindelse med fusioner i dagligvaredetailhandlen, se eksempelvis: Competition and Markets Authority's rapport af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, punkt 20.

<sup>176</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 28.

<sup>177</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 121

<sup>178</sup> Jf. Parternes bemærkninger til meddelelse om betænkeligheder af 23. august 2023.

<sup>179</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 120.

---

markedskoncentration derfor ikke medføre højere lokale priser. Dette understøttes ifølge Salling af, at priserne i dag stort set udelukkende fastsættes nationalt, selvom Salling har butikker, der ligger i områder, hvor der er færre konkurrenter. Slutteligt peger Salling på, at transaktionen blot medfører et begrænset overlap og tilvækst i Sallings markedsandele og dermed kun i meget begrænset omfang vil øge fordelene ved at prissætte lokalt.<sup>180</sup>

305. Hertil bemærker styrelsen *for det første*, at selv hvis butikkerne i dag ikke reagerer på lokale forhold, udelukker det ikke, at Parterne efter fusionen vil reagere på de lokale incitament til at ændre den effektive pris. Selv hvis Parterne i dag ikke sætter lokale priser forskelligt, så udelukker det ikke, at Parterne - hvis der er incitament til det - kan forhøje lokale priser eller justere andre konkurrenceparametre efter fusionen. Styrelsen bemærker dog, at fusionen [xxx], og dermed må forventes også [xxx].
306. *For det andet* er styrelsen enig i, at noget af konkurrencen udspiller sig på et nationalt marked, eftersom flere aktører sætter nationale priser, sortimentsrammer og markedsføringskampagner. Samtidig er det styrelsens vurdering, at noget af konkurrencen udspiller sig lokalt. Hvad angår den lokale konkurrence bemærker styrelsen, at der er andre relevante konkurrenceparametre end pris og åbningstid. Praksis på området nævner generelt pris, kvalitet, sortiment og service.<sup>181</sup> Højere priser er således ikke den eneste mulige skadelige effekt for forbrugerne som følge af mindre konkurrencepres. Hvis konkurrencepresset i et lokalområde falder, kan konsekvensen være, at omkostninger, som ellers ville have forøget den generelle kvalitet af kundernes indkøbsoplevelse, bliver sparet væk. Det kan eksempelvis ske ved at have færre omkostninger til svind og varedestruktion ved at reducere bredden af sortimentet, så kunderne har færre produkter at vælge imellem. Det kan ligeledes ske ved at reducere dybden af sortimentet, hvorved kunderne ikke har den samme garanti for, at en vare ikke er udsolgt – eller friskheden af sortimentet ved eksempelvis at være mindre tilbøjelig til at kassere frugt og grønt, når det har ligget fremme et stykke tid. Ligeledes kan omkostningerne reduceres ved at bruge færre medarbejderressourcer til eksempelvis at hjælpe kunderne i butikken og til at sikre korte køer ved kassen.
307. *For det tredje* bemærker styrelsen, at der kan være lokale skadevirkninger af fusionen, selv hvis der ses bort fra, hvordan konkurrencen i et lokalområde påvirker lokale konkurrenceparametre såsom pris, sortiment, kvalitet og service. Det skyldes, at kundernes lokale udvalg af dagligvarebutikker kan blive begrænset af fusionen, da Salling ikke fører ALDI-brandet videre efter fusionen. Dette svarer reelt til en "uendelig" prisstigning lokalt for Targets vedkommende (som dog ikke er ensbetydende med en "uendelig" skadevirkning), idet kunderne uanset deres betalingsvillighed ikke vil være i stand til at handle i Target på de pågældende lokationer efter fusionen. En fusion mellem Target og Salling i et lokalområde, hvor Parternes handelsopland overlapper, vil således føre til, at kunderne mister en valgmulighed, herunder Targets varesortiment, kampagner og tilbudsaviser, når de skal købe ind lokalt. Det kan især være skadeligt i et område, hvor der allerede inden fusionen er et begrænset udvalg af andre dagligvarebutikker, og hvor de lokale markedsandele indikerer, at mange kunder inden fusionen har foretrukket at handle i Target. For de kunder, hvor lukningen af Targets butik i lokalområdet fører til, at det lokale udvalg af dagligvarebutikker bliver begrænset af fusionen, vil kunderne opleve et tab i forhold til variation i udbuddet.

---

<sup>180</sup> Jf. Parternes bemærkninger til tredjepartshenvendelser, mødereferater og KFST's markedsundersøgelse af 1. august 2023.

<sup>181</sup> Jf. Konkurransetsynets afgørelse af 4. marts 2015 i sag V2015-24 - *Coop Norge Handel AS - ICA Norge AS*, punkt 81 og punkt 189, Office Of Fair Trading's afgørelse af 2007, *CGL/United*, punkt 103 og 104, Office Of Fair Trading's afgørelse af 5. marts 2004 i ME/1582/04, *Anticipated acquisition by Tesco Plc of 45 outlets from Adminstore Ltd*, punkt 11; Office Of Fair Trading, *Safeway report*, punkt 2.65, Office Of Fair Trading's afgørelse af 23. september 2010 i ME.4551.10, *Asda/Netto*, punkt 34, Jf. Office of Fair Trading's afgørelse af 20. oktober 2008 i ME/3777/08, *Anticipated acquisition by Co-operative Group Limited of Somerfield Limited*, punkt 45.

- 
308. Dertil kommer, at den potentielle konkurrence fra aktører, der ikke i dag er til stede i lokalområdet, kan være påvirket af adgangsbarrierer forbundet med at etablere sig lokalt, eksempelvis i form af adgang til egnede butikslokaler, som kan begrænses af lokalplaner, planloven og andre restriktioner i forhold til, hvor der må etableres dagligvarebutikker. Lidl har fx oplyst til styrelsen, at *"Adgangsbarriererne består i, at det er vanskeligt at få adgang til egnede bygninger og vanskeligt at få adgang til egnede grunde, hvor der kan opnås byggetilladelse til at etablere et discountsupermarked."*<sup>182</sup>
309. Salling har oplyst, at etableringsomkostninger afhænger af, om der er egnede lejelokaler til rådighed, eller om der skal etableres en ny butik fra bunden. Salling har angivet, at det typisk koster omkring [xxx] at åbne en butik i et lejet lokale. Omkostningerne til at etablere en ny butik fra grunden estimerer Salling til typisk at være omkring [xxx].<sup>183</sup> Parterne bemærker endvidere, at der kan være visse regulatoriske adgangsbarrierer i form af eksempelvis lokalplaner, Planloven, byggetilladelser etc. Det er dog Parternes vurdering, at der ikke findes betydelige adgangsbarrierer, og selvom planlovgivningen sætter visse begrænsninger i konkrete tilfælde, er det ifølge Parterne ikke i praksis en reel begrænsning for etablering.<sup>184</sup>
310. Alt i alt er det på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at det er relevant at vurdere, om fusionen giver anledning til lokale virkninger.

#### **5.2.5.2 Lokale diversion ratios måler det lokale konkurrencepres mellem Parterne**

311. Det er muligt, at Parternes lokale markedsandele i de lokale områder ikke til fulde måler det lokale konkurrencepres mellem Parterne. Det kan eksempelvis være tilfældet, hvis kunderne er mere tilbøjelige til at handle basisvarer i Parternes butikker, og mere tilbøjelige til at foretage indkøb af eksempelvis specialvarer og husholdningsartikler m.v. i andre butikker. Det kan også være tilfældet, hvis Parternes butikker i et lokalområde ligger enten meget tæt eller langt fra hinanden sammenlignet med beliggenheden af Parternes øvrige konkurrenter. For at måle det lokale konkurrencepres mellem Parterne har styrelsen foretaget en markedsundersøgelse blandt Parternes kunder i seks Target-butikker og syv Salling-butikker jf. afsnit 4.1. Kunderne er i markedsundersøgelsen bl.a. blevet spurgt, hvor de ville handle dagligvarer, hvis den butik, de handlede i den pågældende dag, var lukket. På baggrund af kundernes svar på dette har styrelsen beregnet lokale diversion ratios mellem Parterne.
312. Diversion ratios angiver det umiddelbare konkurrencepres mellem Parterne inden fusionen. Diversion ratios er endvidere uafhængige af afgrænsningen af det lokale marked og bliver dermed ikke påvirket af, om det lokale marked afgrænses snævrere eller bredere. Diversion ratios er relevante for vurderingen af fusionens lokale virkninger, fordi Sallings incitament til eksempelvis at føre lokale tilbudskampanjer o. lign. i såvel eksisterende Salling-butikker som tidligere Target-butikker efter fusionen vil være afhængig af størrelsen på den diversion, der er mellem Target og Salling inden fusionen.
313. Det er derfor styrelsens vurdering, at en højere diversion ratio fra Salling til en Target-butik alt andet lige øger Sallings incitament til at forhøje priserne (eller forringe kvaliteten). Dette vil typisk især være gældende i lokalområder med høj koncentration.

---

<sup>182</sup> Jf. Lidl's supplerende bemærkninger af 30. maj 2023, side 5.

<sup>183</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 160.

<sup>184</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 161 og Parternes bemærkninger til tredjepartshenvendelser, mødereferater og KFST's markedsundersøgelse af 1. august 2023.

- 
314. Salling har, jf. punkt 304 ovenfor, angivet, at forretningsstrategiske beslutninger tages på nationalt plan, herunder i forhold til prissætning, åbningstider, vareudbud og butiksudtryk, og endvidere at transaktionen blot medfører et begrænset overlap og tilvækst i Sallings markedsandele og dermed kun i meget begrænset omfang vil øge fordelene ved at prissætte lokalt.<sup>185</sup>
315. Konkret til styrelsens markedsundersøgelse påpeger Parterne indledningsvist, at resultaterne af markedsundersøgelsen skal fortolkes med en vis grad af forsigtighed, da undersøgelsen er baseret på få respondenter, som udgør et spinkelt grundlag for at sige noget generelt om kundernes substitutionsmønstre.<sup>186</sup>
316. Hertil bemærker styrelsen for det første, at der jf. punkt 64 er indsamlet 388 besvarelser fra Targets butikker i markedsundersøgelsen og 494 besvarelser fra Sallings butikker i markedsundersøgelsen. Det samlede antal observationer er således forholdsvist højt, og det er styrelsens vurdering, at markedsundersøgelsen samlet set kan give en retvisende indikation af bl.a. forbrugernes transportvaner og skifteadfærd. Styrelsen bemærker dog også, at der, for visse butikker i markedsundersøgelsen, er indsamlet forholdsvis få besvarelser. Eksempelvis er der for Netto i Rødby blot indsamlet otte besvarelser. Det er således også styrelsens vurdering, at antallet af besvarelser for nogle kæder i nogle områder er for lavt til, at der kan lægges vægt på undersøgelsens resultater i de specifikke situationer. Styrelsen har taget stilling til antallet af besvarelser for de enkelte lokalområder i vurderingen af fusionens effekter på lokale markeder og har taget forbehold for resultater i tilfælde af meget få besvarelser.
317. Parterne har endvidere anført, at diversion ratios i styrelsens markedsundersøgelse typisk peger på lav skifteadfærd fra Target til Salling og endnu lavere skifteadfærd i modsat retning.<sup>187</sup>
318. Styrelsen er enig i, at markedsundersøgelsen peger på en asymmetrisk skifteadfærd, hvor Targets kunder i højere grad vil skifte til Salling end den anden vej rundt. Styrelsen bemærker dog, at diversion fra Target til Salling samlet set for hele markedsundersøgelse er [30-40] pct., og diversion fra Target til Netto er [30-40] pct., hvilket er højere end Sallings nationale markedsandel tilsiger, og dermed efter styrelsens vurdering ikke overordnet set kan betegnes som "lave" diversion ratios. Diversion fra Salling til Target samlet set for hele markedsundersøgelsen er omvendt [0-5] pct., hvilket styrelsen er enig i, umiddelbart er en forholdsvis lav diversion ratio. Styrelsen bemærker dog også, at [0-5] pct. er højere end ALDI's nationale markedsandel, og at diversion ratios i lokale områder, hvor Parternes butikker eksempelvis er placeret tæt på hinanden, i nogle tilfælde er en smule højere. Der er foretaget en mere detaljeret analyse og vurdering af lokale diversion ratios i udvalgte lokalområder senere i vurderingen.
319. Specifikt for Stubbekøbing påpeger Parterne, at markedsundersøgelsen er hæmmet af, at Targets butik i Stubbekøbing har været lukket pga. ombygning. Styrelsen har således ikke kunne udføre en markedsundersøgelse i Targets butik, men har i stedet spurgt, hvorvidt kunderne i Netto-butikken tidligere har handlet i Targets butik. Parterne påpeger i den forbindelse, at skifteadfærden fra Targets butik til Netto overvurderes, idet stikprøven alene består af Netto-butikkens kunder, hvor Target-butikkens kunder, der ikke handler i Netto under ombygningen, ikke indgår.
320. Styrelsen er enig i, at skifteadfærden fra Targets butik i Stubbekøbing til Nettos butik i Stubbekøbing kan være overvurderet i markedsundersøgelsen. Ligeledes påpeger styrelsen, at skifteadfærden fra Netto til Targets butik i Stubbekøbing kan være undervurderet, idet Targets butik

---

<sup>185</sup> Jf. Parternes bemærkninger til tredjepartshenvendelser, mødereferater og KFST's markedsundersøgelse af 1. august 2023.

<sup>186</sup> Jf. Parternes bemærkninger til tredjepartshenvendelser, mødereferater og KFST's markedsundersøgelse af 1. august 2023.

<sup>187</sup> Jf. Parternes bemærkninger til tredjepartshenvendelser, mødereferater og KFST's markedsundersøgelse af 1. august 2023.

---

har været lukket pga. ombygning, hvilket kan have påvirket respondenternes svar. Disse forhold inddrages i vurderingen af lokalområdet nedenfor.

### 5.2.5.3 Mekanisk screening af områder

321. Styrelsen har til brug for vurderingen af fusionens lokale virkninger foretaget en screening af de 25 lokale områder afgrænset til 10 minutters køretid omkring hver af Parternes butikker, hvor Parterne inden for hvert område har kombineret markedsandel på 15 pct. eller mere, jf. punkt 286.<sup>188</sup>
322. Hovedformålet med at udføre screeningen er at identificere lokale markeder, hvor det er usandsynligt at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence.
323. Andre konkurrencemyndigheder har anvendt lignende tilgange i forbindelse med fusionsvurderinger på dagligvaremarkedet.<sup>189</sup> I den britiske afgørelse GCL-Somerfield, udtalte den britiske konkurrencemyndighed, *OFT*, følgende:

*“In the context of this local analysis work, it is important to understand the role of the initial filtering exercise undertaken, which is to reduce the number of local areas for investigation to a manageable number. The stage one filtering rules are therefore deliberately conservative, making it likely that the actual number of local areas ultimately posing competition concerns is lower than the number of local areas that fail the initial filtering tests, once the usual aspects of competition (such as ease of entry, ease of customer switching, countervailing buyer power and – most importantly – closeness of competition between the merging parties as measured by diversion ratios) have been examined”<sup>190</sup>*

324. Metoden til screening af lokale markeder er baseret på hver enkelt butik. Ud fra rejsetid fra butikken defineres et dækningsområde (en isokron). Isokronen angiver, hvor langt kunderne er villige til at rejse for at handle i den enkelte butik. Det er styrelsens vurdering, at der til brug for vurderingen af denne fusion tages udgangspunkt i områder afgrænset til en køretid på 10 minutter i bil ud fra hver af Parternes butikker.
325. Med henblik på at identificere lokale markeder, hvor det er usandsynligt, at fusionen vil føre til eller forstærke en væsentlig konkurrencebegrænsning, har styrelsen anvendt to filtre i de lokalområder, hvor både Salling og Target er tilstede.

<sup>188</sup> Samme metode er anvendt i Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

<sup>189</sup> Se fx Kommissionens afgørelse af 22. december 2005 i M.3905, *Tesco/Carrefour*, punkt 25, Kommissionens afgørelse af 3. juli 2004 i M.5112, *Rewe Plus/Discount*, punkt 24 og frem, Kommissionens afgørelse af 25. januar 2010 i M.5677, *Schuitema/Super de Boer Assets*, punkt 25 og frem, Kommissionens afgørelse af 6. maj 2014 i M.7224, *Koninklijke Ahold/Spar CZ*, punkt 11, Kommissionens afgørelse af 15. juni 2022 i sag M.10631, *ITM/Mestdagh*, Office of Fair Trading's afgørelse af 20. oktober 2008 i ME/3777/08, *Anticipated acquisition by Co-operative Group Limited of Somerfield Limited*, punkt 47, Office of Fair Trading's afgørelse af 23. september 2010 i ME.4551.10, *Asda/Netto*, punkt 36, Office of Fair Trading's afgørelse af 18. september 2013 i ME.6131.13, *Tesco/Alfred Jones*, punkt 17, Competition and Markets Authority's rapport af 25. april 2019 i sag *Anticipated merger between J Sainsbury PLC and Asda Group Ltd*, Konkurransetilsynets afgørelse af 4. marts 2015 i Vedtak V2015-24 - *Coop Norge Handel AS - ICA Norge AS*, afsnit 7.3.6 og Konkurrencerådets afgørelse af 16. september 2021 i sag Dnr. 361/2021, *Dagab Inköp & Logistik AB/Axfood Investering och Utveckling*.

<sup>190</sup> Jf. Office of Fair Trading's afgørelse af 20. oktober 2008 i ME/3777/08, *Anticipated acquisition by Co-operative Group Limited of Somerfield Limited*, punkt 48.



326. Filter 1 består i at identificere områder, hvor Parternes aktiviteter overlapper, men hvor Parternes samlede markedsandele ikke overstiger 25 pct. I disse områder er det styrelsens vurdering, at det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.<sup>191</sup> En anvendelse af Filter 1 viser, at Parternes samlede markedsandele overstiger 25 pct. i alle områderne inden for 10 minutters kørsel i bil. Filter 1 reducerer dermed ikke antallet af horisontalt berørte markeder.
327. Filter 2 består i at identificere områder, hvor a) Parternes samlede markedsandele ikke overstiger 40 pct. og b) fusionen ikke fører til en ændring i Sallings markedsandel på mere end 5 procentpoint. I disse områder er det ligeledes styrelsens vurdering, at det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Det skyldes for det første, at Target har begrænsede aktiviteter målt på markedsandele.<sup>192</sup> For det andet vil fusionen lede til begrænsede ændringer i HHI.
328. En anvendelse af Filter 2 viser, at seks områder omkring Targets butikker og seks områder omkring Sallings butikker inden for 10 minutters kørsel kan udelukkes. For disse områder ligger ændringen i HHI under 150<sup>193</sup> i hovedparten af områderne, mens ændringen i HHI i de øvrige områder ligger mellem 150 og 250. Filter 2 reducerer antallet af horisontalt berørte markeder til videre undersøgelser fra 25 til 13.<sup>194195</sup>
329. I den videre sagsbehandling vil styrelsen vurdere, om fusionen vil hæmme konkurrencen i 13 områder bestående af syv områder afgrænset til en køretid på 10 minutter i bil omkring Target-butikker<sup>196</sup> og syv<sup>197</sup> områder afgrænset til en køretid på 10 minutter i bil omkring Salling-butikker.<sup>198</sup> For Stubbekøbing gælder det samme catchment område for både Target og Salling. Der er tale om områder, hvor den fusionerede enhed enten vil opnå en markedsandel i intervallet 25-40 pct. med en forøgelse på mere end 5 procentpoint, eller hvor den fusionerede enhed vil opnå en markedsandel på mere end 40 pct.<sup>199</sup>
330. I Konkurrencerådets afgørelse af *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS* blev den mekaniske screening opfulgt af Filter 3. For områder hvor parternes samlede mar-

<sup>191</sup> Det følger af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 18, at der foreligger et indicium for, at en fusion ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence, hvis fusionsparternes samlede markedsandel ikke overstiger 25 pct.

<sup>192</sup> Som følge af, at Targets markedsandele i områderne ikke overstiger 5 pct.

<sup>193</sup> Det er i henhold til Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 19, usandsynligt, at der kan påvises horisontale konkurrencemæssige problemer ved et HHI efter fusionen der overstiger 2.000 og et delta HHI under 150.

<sup>194</sup> Følgende områder sorteres fra gennem Filter 2 for både Target og Salling: Odense, Risskov, Skanderborg, Højbjerg og Svendborg

<sup>195</sup> Det bemærkes, at både Risskov og Højbjerg er forstæder til Århus, der er defineret som storby, jf. afsnit 5.2.5.4 nedenfor. Det er dog styrelsens vurdering, at hverken Risskov eller Højbjerg skal anses som værende centrale dele af Århus. Det ses endvidere af resultaterne af styrelsens markedsundersøgelse i Viby, der også er en forstad til Århus, at der er tale om et større catchment område end fem minutter, jf. afsnit 5.2.5.7.6 nedenfor. Både Risskov og Højbjerg bliver sorteret fra gennem Filter 2, når der tages udgangspunkt i et catchment område på 10 minutter.

<sup>196</sup> Stubbekøbing, Rødbyhavn, Viby, Viborg, Frederiksberg, Slagelse og Kastrup

<sup>197</sup> Det bemærkes, at der for Stubbekøbing gælder samme catchment område for både Target og Salling

<sup>198</sup> Stubbekøbing, Rødbyhavn, Viby, Frederiksberg, Kastrup, Slagelse og Esbjerg

<sup>199</sup> 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, jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 17.

kedsandele lå i intervallet 25-40 pct., og hvor fusionen gav anledning til en stigning i den samlede markedsandel på over 5 procentpoint, inkluderede styrelsen en vurdering af antal koncer-  
ner og parternes tætte konkurrenter.<sup>200</sup>

331. Da Parternes samlede markedsandel overstiger 40 pct. i de resterende syv områder omkring Targets butikker og seks områder ud af syv områder omkring Sallings butikker, jf. ovenfor, vil en tilsvarende anvendelse af Filter 3 i denne sag ikke betyde, at yderligere områder ville blive undtaget fra en nærmere vurdering.<sup>201</sup>

#### 5.2.5.4 Køretid omkring storbyer

332. Det følger af den geografiske markedsafgrænsning i afsnit 5.1.2.4 ovenfor samt undersøgelserne foretaget i Konkurrencerådets afgørelse af fusionen mellem REMA 1000 og dele af ALDI<sup>202</sup>, at det kan være relevant at tage udgangspunkt i et område afgrænset til fem minutters kørsel fra Parternes butikker, når det vedrører butikker placeret centralt i storbyer.<sup>203</sup>
333. Storbyer omfatter byerne; København, Århus, Odense, Aalborg og Esbjerg. Transaktionen omfatter butikker og butiksprojekter beliggende i København, Århus, Odense og Esbjerg, hvor det er relevant at vurdere fusionens effekter.

#### 5.2.5.5 Områder, hvor Target er ved at opføre butikker

334. Som det fremgår af punkt 50, er Target ved at opføre otte butikker, som omtales "butiksprojekter". Opførelsen af butiksprojekter kan få betydning for vurderingen af fusionen, idet der foreligger en forventet fremtidig aktivitet fra butikkerne, som kan lægge et konkurrencepres på de øvrige aktører i lokalområdet, herunder også Salling.
335. I områder, hvor der eksempelvis findes en etableret Salling-butik og eventuelle andre dagligvarebutikker, vil en fremtidig Target-butik indebære et nyt butiksareal og en ny dagligvarebutik. Med fusionen får Salling kontrol over butiksarealet, og fusionen vil dermed begrænse et fremtidigt konkurrencepres mellem Parterne i området, og Target-butikkens vareudbud, kampagner, tilbudsaviser m.v. vil forsvinde i områderne.
336. Den aktivitet som følger, når butiksprojekterne er opført og åbner for salg af dagligvarer, vil få Parternes samlede omsætning i lokalområdet til at stige, da butiksprojektet vil generere en omsætning efter åbning. Dermed påvirkes markedsandelene i lokalområder afgrænset omkring butiksprojekterne, men også markedsandele omkring Parternes etablerede butikker i lokalområdet.
337. Styrelsen har derfor undersøgt fusionens virkninger i områder afgrænset omkring Targets butikksprojekter.

<sup>200</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

<sup>201</sup> Den fælles markedsandel fra Sallings butik i Rødby er [30-40] pct., med et overlap på [10-20] pct. Rødby ville dog ikke blive omfattet af Filter 3, da der inden for et catchment område på 10 minutter ikke er mindst to af Parternes tætte konkurrenter, jf. beskrivelsen i Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

<sup>202</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*.

<sup>203</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*, punkt 490

- 
338. Vurderingen er foretaget på baggrund af samme screeningsmetode, som beskrevet i 5.2.5.3, hvor styrelsen dog har lagt ALDI's egne estimater for den forventede omsætning i butikprojekterne til grund.
339. ALDI har oplyst, at butikprojekterne var planlagt førend ALDI's beslutning om at trække sig ud af det danske marked for salg af dagligvarer, og omsætningen er derfor estimeret ud fra de dækkende forudsætninger.
340. Når en ny butik åbner i et lokalområde, vil de eksisterende butikker i området i større eller mindre omfang opleve, at deres kunder foretager alle eller dele af deres indkøb i den nye butik, hvorfor der flyttes omsætning fra de eksisterende butikker til den nyåbnede butik. Styrelsen har derfor undersøgt i) i hvilken grad Targets butikprojekter forventes at kannibalisere omsætning fra allerede etablerede Target butikker i området, og ii) i hvilken grad butikprojekterne forventes at tage omsætning fra konkurrenter i området. Metoden hertil er beskrevet i bilag 7.3. Styrelsen har i beregningerne antaget, at den totale omsætning i lokalområderne ikke stiger. Det vurderes at være en konservativ antagelse, idet antagelsen alt andet lige indebærer, at kunderne ikke ændrer deres forbrug af dagligvarer som følge af åbningen af en ny dagligvarebutik. Effekten vurderes dog at være begrænset.
341. Styrelsen har taget udgangspunkt i lokalområder afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring de relevante butikprojekter.
342. For ét af de otte områder med butikprojekter, Skive, estimeres Parternes samlede markedsandel til at være under 25 pct. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i dette område, da markedsandelen ligger under tærsklen i Filter 1, jf. beskrivelsen i punkt 326.
343. For et andet af de otte områder, Varde, estimeres Parternes samlede markedsandel til at ligge i intervallet mellem 25 pct. og 40 pct., mens Targets markedsandel estimeres til ikke at overstige 5 pct. Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i disse områder, da Parternes samlede markedsandel og stigningen i Sallings markedsandel ligger under tærsklen i Filter 2, jf. beskrivelsen i punkt 327.
344. For områderne, Randers, Høje Taastrup, Vejle, Vallensbæk, København NV og Rødovre, estimeres Parternes samlede markedsandel til at være over 40 pct., hvorfor det ikke ud fra filtrene kan udelukkes, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område afgrænset til en køretid på henholdsvis fem minutter for storbyområder og 10 minutter for øvrige områder.
345. For tre af områderne, Vallensbæk, København NV og Rødovre, er der midlertidig tale om et [xxx] overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor ændringen i HHI er under 150. Herudover gælder det, at der er mindst fire koncerner udover Parterne til stede i et område inden for fem minutter for Targets butikprojekt i København NV<sup>204</sup> og inden for 10 minutter fra Targets butikprojekt i henholdsvis Vallensbæk og Rødovre, herunder også Parternes tætte konkurrenter.
346. I det følgende gennemgås butikprojekterne i områderne Randers, Høje Taastrup og Vejle.

---

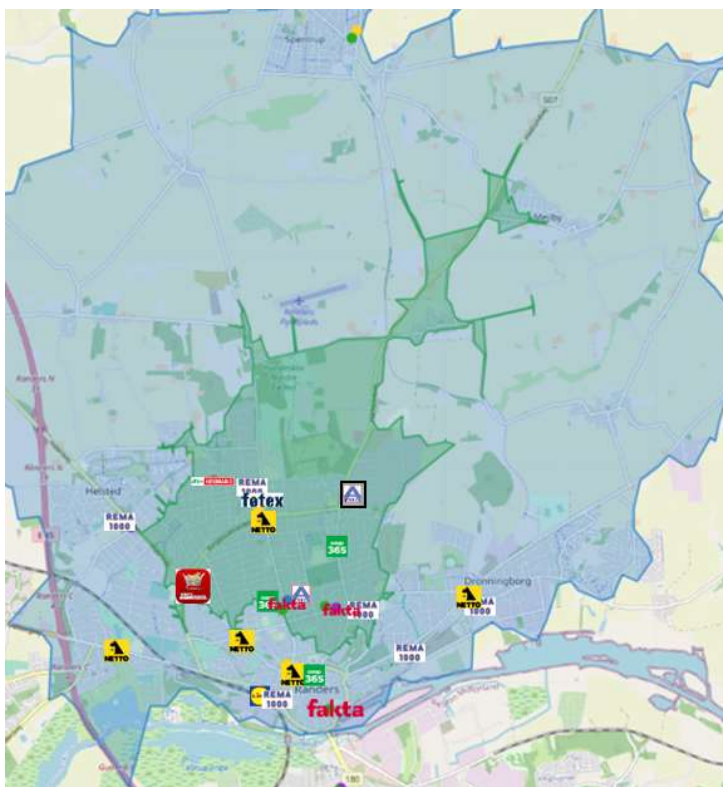
<sup>204</sup> Jf. afsnit 5.2.5.4 ovenfor tager der udgangspunkt i et catchment område på fem minutter, når der er tale om et storbyområde.

---

### 5.2.5.5.1 Randers

347. Før fusionen driver Salling en Netto-butik samt en Føtex inden for fem minutters kørsel fra Target, og yderligere fem Netto-butikker og en Føtex inden for 10 minutters kørsel fra Target. Herudover er der inden for 10 minutters køretid fra Target seks butikskæder foruden Parterne og fem koncerner, jf. kortet i Figur 5.1 nedenfor.

Figur 5.1 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Hadsundvej 164 i Randers



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butikspunkt. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra Target, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra Target. Target er markeret med sort firkant.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

348. For at vurdere hvorledes effekten af et nyåbnet butikspunkt påvirker konkurrencen i nærområdet, har styrelsen bl.a. taget udgangspunkt i Targets forventede omsætning for butikspunktet. ALDI har estimeret, at butikspunktet på Hadsundvej vil have en forventet årlig omsætning på [xxx] kr.
349. Inden fusionen har Salling har en markedsandel på [40-50] pct. Når der ses på et scenarie, hvor butikspunktet på Hadsundvej er opført, estimerer styrelsen, at Parternes samlede markedsandel i et område på 10 minutters kørsel omkring butikspunktet efter fusionen vil udgøre [40-50] pct. med et overlap på [0-5] procentpoint, jf. Tabel 5.6.

Tabel 5.6 Markedsandele og HHI i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Targets butikprojekt i Randers

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
Salling	[40-50]	[40-50]
Target	[0-5]	-
REMA 1000	[20-30]	[20-30]
Coop	[10-20]	[5-10]
Dagrofa	[0-5]	[0-5]
Lidl	[0-5]	[0-5]
ABC Lavpris	[10-20]	[10-20]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.500-3.000]	[3.000-4.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[≥ 150]

Note: Styrelsen har estimeret Parternes markedsandele for Randers ud fra metoden beskrevet i bilag 7.3. Totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

350. Styrelsen bemærker, at Bilka i Randers ligger omkring 15 minutter fra Target.<sup>205</sup> Som anført i punkt 161 ovenfor, er Bilka et hypermarked, hvor Kommissionen har overvejet et catchment område på op til 20-30 minutters kørsel for hypermarkeder. Da Bilka ikke ligger inden for et 10 minutters catchment område fra Target, er omsætningen fra Bilka ikke medregnet i Parternes markedsandel i Tabel 5.6 ovenfor. Sallings omsætning kan dog anses for at være større i et område afgrænset til 10 minutter omkring Target, da Bilkas omsætningen fordeles ud på et område på op til 30 minutter, hvilket også omfatter styrelsens catchment område på 10 minutters kørsel omkring Target. Det er dog styrelsens vurdering, at dette ikke vil have betydning for styrelsens vurdering af området, da overlappet vil være relativt begrænset.
351. Styrelsen bemærker endvidere, at Salling [xxx].
352. I et område afgrænset til 10 minutters kørsel omkring Targets butikprojekt i Randers vil HHI efter fusionen være [3000-4000] med en ændring i HHI på [≥ 150]. HHI og ændringen i HHI ligger dermed over de af Kommissionen fastsatte tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige betænkeligheder.<sup>206</sup>
353. På trods af Parternes [xxx] samlede markedsandel og på trods af niveauet for HHI efter fusionen og ændringen heri, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i området afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik i Randers.

<sup>205</sup> Jf. [Google Maps fra "Hadsundvej 164, 8930 Randers" til "Bilka, Merkurvej 53, 8960 Randers", 20. september 2023, kl. 14](#)

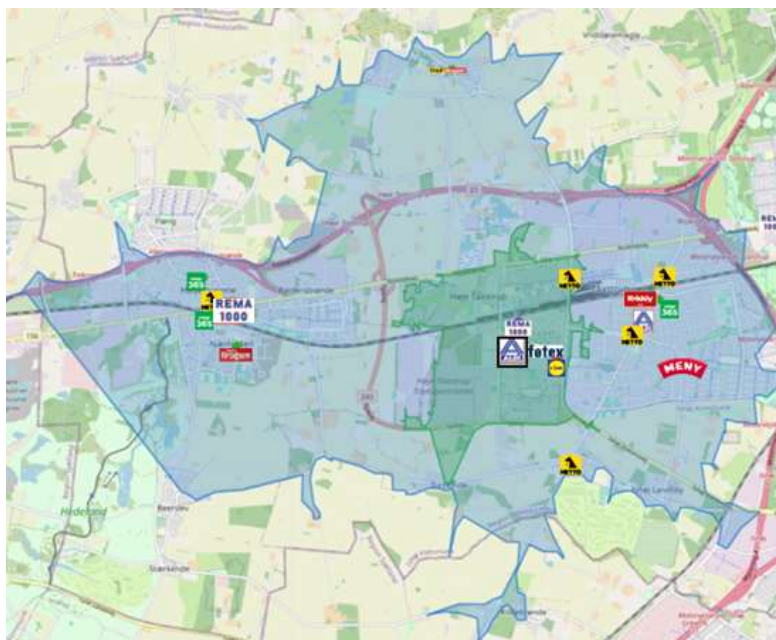
<sup>206</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 20.

- 
354. For det første er der tale om, at Salling allerede inden fusionen har en [xxx] markedsandel, men at fusionen alene indebærer en [xxx] forøgelse af Sallings markedsandel på [0-5] procentpoint, hvorfor ændringen i HHI er relativt tæt på den af Kommissionens fastsatte grænse.
355. Herudover er der tale om et område med henholdsvis fire og fem koncerner udover Parterne inden for henholdsvis fem og 10 minutter omkring Target.
356. I de områder, hvor styrelsen har gennemført sin markedsundersøgelse, og hvor der har været mindst en REMA 1000-butik og andre dagligvarebutikker, har der været en tendens til at diversion ratios har været høje til REMA 1000, jf. styrelsens diversion ratios resultater i Tabel 5.1. REMA 1000 har i alt to butikker inden for fem minutters kørsel omkring Target. Inden for 10 minutters kørsel omkring Target er der yderligere fire REMA 1000-butikker, som alle sammen kan lægge et betydeligt konkurrencepres på Salling. Derudover er der en Lidl-butik inden for 10 minutter, samt en række 365discount-butikker, som også kan lægge et betydeligt konkurrencepres på Sallings butikker.
357. Styrelsen bemærker, at der er en ABC Lavpris-butik inden for fem minutter omkring Target, som ellers optræder i et begrænset antal i styrelsens undersøgelse af de lokale områder. Sammen med ovenstående bekræfter det, at området er kendetegnet ved et bredt udvalg af butikker og dermed indkøbsmuligheder.
358. På baggrund af ovenstående er det derfor styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område på 10 minutter omkring Target i Randers.

#### 5.2.5.5.2 Høje Taastrup

359. Før fusionen driver Salling en Netto- og en Føtex-butik inden for fem minutters kørsel fra Target, og yderligere fire Netto-butikker inden for 10 minutters kørsel fra Target. Herudover er der inden for 10 minutters køretid fra Target seks butikskæder foruden Parterne, fordelt på ni butikker og fire koncerner, jf. kortet i Figur 5.2 nedenfor.
-

Figur 5.2 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Bornholms Allé 14A i Høje Taastrup



Note: Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butikspjunkt. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra Target, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra Target. Target er markeret med sort firkant.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

360. For at vurdere hvorledes effekten af et nyåbnet butikspjunkt påvirker konkurrencen i nærområdet, har styrelsen bl.a. taget udgangspunkt i Targets forventede omsætning for butikspjunktet. ALDI har estimeret, at butikspjunktet på Bornholms Allé vil have en forventet årlig omsætning på [xxx] kr.
361. Inden fusionen har Salling en markedsandel på [40-50] pct. Når der ses på scenariet, hvor butikspjunktet på Bornholms Allé er opført, estimerer styrelsen, at Parternes samlede markedsandel i et område på 10 minutter omkring butikspjunktet efter fusionen vil udgøre [40-50] pct. med et overlap på [0-5] procentpoint, jf. Tabel 5.7.

Tabel 5.7 Markedsandele og HHI i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Targets butikspjunkt i Høje Taastrup

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
Salling	[40-50]	[40-50]
Target	[0-5]	-
REMA 1000	[5-10]	[5-10]
Coop	[20-30]	[20-30]
Dagrofa	[5-10]	[5-10]



Lidl	[5-10]	[5-10]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[3.000-4.000]	[3.000-4.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[≥ 150]

**Note:** Styrelsen har estimeret Parternes markedsandele for Randers ud fra metoden beskrevet i bilag 7.3. Totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

*Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022*

362. Styrelsen bemærker, at Bilka i Fields ligger omkring 21 minutter fra Target<sup>207</sup> og Bilka Ishøj ligger omkring 15 minutters kørsel fra Target<sup>208</sup>. Som anført i punkt 161 ovenfor, er Bilka et hypermarked, hvor Kommissionen har overvejet et catchment område på op til 20-30 minutters kørsel for hypermarkeder. Da Bilka ikke ligger inden for et 10 minutters catchment område fra Target, er omsætningen fra Bilka ikke medregnet i Parternes markedsandel i Tabel 5.7. Sallings omsætning kan derfor anses for at være større i et område afgrænset til 10 minutters kørsel omkring Target, da Bilkas omsætningen fra Fields og fra Ishøj fordeles ud på et område på op til 30 minutter, hvilket også omfatter styrelsens catchment område på 10 minutter omkring Target. Det er dog styrelsens vurdering, at dette ikke vil have betydning for styrelsens vurdering af området, da overlappet samt ændringen i HHI stadig vil være lav.
363. HHI vil efter fusionen i et område afgrænset til 10 minutters kørsel omkring Targets butikprojekt være [3000-4000] med en ændring i HHI på [≥ 150]. Ændringen i HHI er dermed over de af Kommissionen fastsatte tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige betænkeligheder.<sup>209</sup>
364. Det er dog styrelsens vurdering, på trods af Parternes relative høje markedsandele samt ændringen i HHI, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i et område afgrænset til 10 minutters kørsel omkring Targets butikprojekt i Høje Taastrup.
365. Der er for det første tale om et relativt lille overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor ændringen i HHI er [xxx] tæt på den af Kommissionens fastsatte grænse, jf. ovenfor.
366. Dertil kommer, at der er tale om et område med fire koncerner fordelt på i alt ti dagligvarebutikker udover Parterne inden for 10 minutters kørsel omkring Target, herunder også Parternes tætte konkurrenter, fx REMA1000 og Lidl, som begge tilsammen formentlig også lægger et betydeligt konkurrencepres på Salling i Høje Taastrup som på nationalt niveau, jf. Tabel 5.1. De mest nærtliggende butikker på Target er REMA 1000 og Lidl på henholdsvis Høje Taastrup Boulevard og Cityringen, der begge er inden for fem minutters kørsel omkring Target. Det er styrelsens vurdering, at [xxx], vil blive underlagt et væsentligt konkurrencepres fra både REMA 1000 og Lidl.

<sup>207</sup> Jf. [Google Maps fra "Bornholms Allé 14A, 2630, Taastrup" til "Bilka Fields, Arne Jacobsens Allé 24, 2300 København S"](#), 20. september 2023, kl. 14

<sup>208</sup> Jf. [Google Maps fra "Bornholms Allé 14A, 2630, Taastrup" til "Bilka Ishøj, Ishøj Lille Torv 1, 2635 Ishøj"](#), 20. september 2023, kl. 14

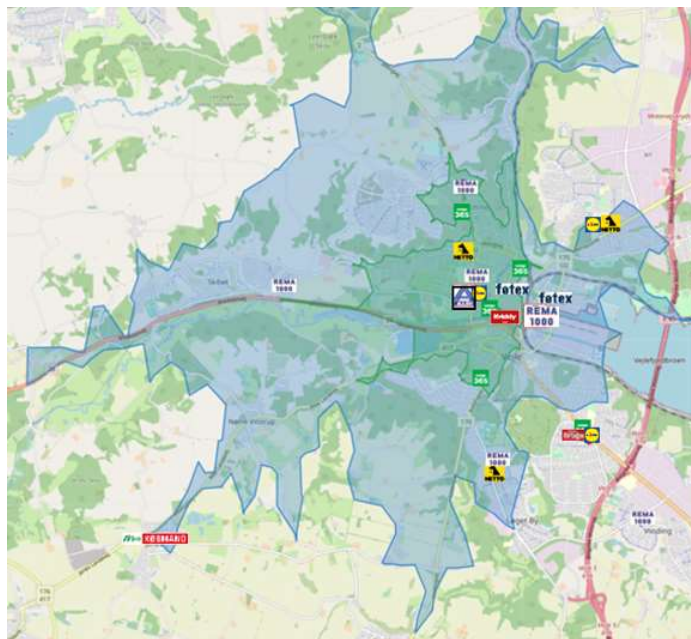
<sup>209</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 20.

367. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område inden for 10 minutters kørsel omkring Targets butikspunkt i Høje Taastrup.

#### 5.2.5.5.3 Vejle

368. Før fusionen driver Salling en Netto- og Føtex-butik inden for fem minutters kørsel fra Target, og yderligere to Netto-butikker og en Føtex-butik inden for 10 minutters kørsel fra Target. Herudover er der inden for 10 minutters kørsel fra Target fem butikskæder foruden Parterne, fordelt på 13 butikker og fire koncerner, jf. kortet i Figur 5.3 nedenfor.

Figur 5.3 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Boulevarden i Vejle



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butikspunkt. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra Target, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra Target.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

369. For at vurdere hvorledes effekten af et nyåbnet butikspunkt påvirker konkurrencen i nærområdet, har styrelsen bl.a. taget udgangspunkt i Targets forventede omsætning for butikspunktet. ALDI har estimeret, at butikspunktet på Boulevarden vil have en forventet årlig omsætning på [xxx] kr.
370. Salling har en markedsandel på [40-50] pct. inden for ti minutter omkring Target før fusionen. Når der ses på et scenarie, hvor butikspunktet på Boulevarden er opført, estimerer styrelsen, at Parternes samlede markedsandel efter fusionen vil udgøre [40-50] pct. inden for 10 minutters kørsel omkring Target med et overlap på [0-5] procentpoint, jf. Tabel 5.8.

Tabel 5.8 Markedsandele og HHI i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Targets butikprojekt i Vejle

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
Salling	[40-50]	[40-50]
Target	[0-5]	-
REMA 1000	[20-30]	[20-30]
Coop	[10-20]	[10-20]
Dagrofa	[0-5]	[0-5]
Lidl	[5-10]	[5-10]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.500-3.000]	[3.000-4.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[≥ 150]

Note: Styrelsen har estimeret Parternes markedsandele for Randers ud fra metoden beskrevet i bilag 7.3. Totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

371. Inden for fem og 10 minutters kørsel omkring Target er der henholdsvis tre og fire koncerner udover Parterne. REMA 1000 har i alt fem butikker inden for både fem og 10 minutter omkring Target, mens Lidl har i alt to butikker inden for 10 minutter omkring Target, som er Sallings tætteste konkurrenter, og dermed de butikker, som lægger et betydeligt konkurrencepres på Sallings butikker, jf. Tabel 5.1. Derudover har Coop i alt fem butikker, mens Dagrofa har en Min Købmand. Tilsammen bekræfter det, at forbrugerne har en bred portefølje af indkøbsmuligheder både inden for fem og 10 minutter omkring Target, herunder Targets tætteste konkurrenter.
372. Styrelsen bemærker, at Bilka i Vejle ligger omkring 13 minutter fra Target.<sup>210</sup> Som anført i punkt 161 ovenfor, er Bilka et hypermarked, hvor Kommissionen har overvejet et catchment område på op til 20-30 minutters kørsel for hypermarkeder. Da Bilka ikke ligger inden for et 10 minutters catchment område fra Target, er omsætningen fra Bilka ikke medregnet i Parternes markedsandel i Tabel 5.8. Sallings omsætning kan derfor anses for at være større i et område afgrænset til 10 minutter omkring Target, da Bilkas omsætningen fordeles ud på et område på op til 30 minutter, hvilket også omfatter styrelsens catchment område på 10 minutter omkring Target. Det er dog styrelsens vurdering, at dette ikke vil have betydning for styrelsens vurdering af området, da Sallings forøgelse i markedsandel inden for 10 minutter omkring Target efter fusionen er [xxx].
373. HHI vil efter fusionen i et område afgrænset til 10 minutter kørsel omkring Targets butikprojekt være [3.000-4.000] med en ændring i HHI på [≥ 150], hvilket er over de af Kommissionens

<sup>210</sup> Jf. [Google Maps fra "Flegmade 17, 7100 Vejle" til "Bilka Vejle, Solkilde Alle 2, 7100 Vejle"](#), 20. september 2023, kl. 14

fastsatte tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige betænkeligheder.<sup>211</sup>

374. Det er styrelsens vurdering, på trods af Parternes relative høje markedsandele samt ændringen i HHI, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i et område afgrænset 10 minutters kørsel omkring Targets butikksprojekt i Vejle.
375. Der er for det første tale om et [xxx] overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor ændringen i HHI er relativt tæt på den af Kommissionens fastsatte grænse, jf. ovenfor.
376. Dertil kommer at der er tale om et område med fire koncerner udover Parterne, herunder også Parternes tætte konkurrenter. Det ses af Figur 5.3 ovenfor, at de geografisk tætteste butikker omkring Target er REMA 1000, Lidl og 365discount. Det er styrelsens vurdering, [xxx], formentlig vil blive underlagt et væsentligt konkurrencepres fra særligt disse aktører, som det var tilfældet på nationalt niveau.
377. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område inden for 10 minutters kørsel omkring Target i Vejle.

#### 5.2.5.5.4 Konklusion – butikksprojekter

Det er styrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i et område afgrænset til 10 minutters kørsel omkring Targets projektbutikker i henholdsvis Randers, Vejle, Vallensbæk, Rødovre, Høje Taastrup, København NV, Skive og Varde.

#### 5.2.5.6 Online forhandlers betydning nationalt og på lokale markeder

378. Udover nemlig.com er det begrænset hvilke forhandlere, der tilbyder levering af dagligvarer via online bestilling. Tidligere har aktører som Føtex Hjemmelevering og Coop.dk MAD tilbudt salg og levering af dagligvarer via deres respektive hjemmesider og via apps, men det blev meldt ud i januar 2023, at deres online dagligvarekæder ville lukke<sup>212</sup>, hvorfor det ikke længere er muligt at bestille dagligvarer hos kæderne til levering.<sup>213</sup> Salling valgte i forbindelse med lukningen af Føtex Hjemmelevering at åbne for et nyt tilbud, BilkaToGo, hvor kunderne har mulighed for at bestille dagligvarer på nettet til afhentning i en Bilka-butik.<sup>214</sup> BilkaToGo har derfor ikke at betragte som en klassisk online forhandler af dagligvarer, men fra den 15. august 2023 blev det muligt at få hjemmelevering af dagligvarer med BilkaToGo.<sup>215</sup> Lukningen af Coop.dk MAD begrundes med dårlig økonomi og underskud i alle 10 år, hvor kæden tilbød hjemmelevering.<sup>216</sup>

<sup>211</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 20.

<sup>212</sup> Jf. Pressemeldelser af henholdsvis 12. januar 2023: <https://via.ritzau.dk/pressemeldelse/salling-group-flytter-arbejdspladser?publisherId=3307957&releaseId=13668384&lang=da>, og 31. januar 2023: <https://via.ritzau.dk/pressemeldelse/coop-samler-tre-kaeder-i-en?publisherId=90407&releaseId=13669538> (tilgået den 19. september 2023).

<sup>213</sup> For så vidt angår Føtex Hjemmelevering, se: <https://hjem.foetex.dk/>. For så vidt angår Coop.dk MAD, se: <https://coop.dk/mad>.

<sup>214</sup> Jf. Beskrivelsen på bilkatogo.dk: <https://www.bilkatogo.dk/>.

<sup>215</sup> Jf. Pressemeldelse fra Salling af 14. august 2023: <https://via.ritzau.dk/pressemeldelse/13710252/salling-groups-investering-er-koreklar-bilkatogo-hjemmelevering-abner?publisherId=3307957&lang=da> (tilgået den 12. oktober 2023).

<sup>216</sup> Jf. Pressemeldelse fra Coop af 31. januar 2023: <https://via.ritzau.dk/pressemeldelse/coop-samler-tre-kaeder-i-en?publisherId=90407&releaseId=13669538>, (tilgået den 19. september 2023).

379. Endelig kan det nævnes, at en tredje aktør, Osuma.dk, i 2021 blev lagt sammen med Coop.dk MAD<sup>217</sup>, som nu er lukket.
380. Wolt er en relativ ny aktør, der leverer udvalgte dagligvarer fra Wolts egen dagligvarekæde, Wolt Market, og udvalgte butikker i Dagrofa-kæden, herunder visse Meny, Spar og Min Købmand butikker. Tilbuddet om hjemmelevering er dog begrænset, bl.a. til en mindre række byer og områder, særligt i større byer.<sup>218</sup>
381. I områderne, hvor styrelsen har gennemført en markedsundersøgelse, er det styrelsens umiddelbare vurdering, at online-butikker lægger et marginalt konkurrencepres på Parterne målt ved diversion ratios. Styrelsens beregninger viser, at diversion ratios fra Target samlet i de syv områder til online-butikker (fx nemlig.com) udgør [0-5] pct.<sup>219 220</sup>, mens diversion ratios fra Salling til online-butikker udgør henholdsvis [5-10] pct. og [20-30] pct. i Risskov og Stubbekøbing og [0-5] pct. for de resterende områder. Den [xxx] diversion ratio i Stubbekøbing skyldes, at en enkelt respondent har haft et relativt højt indkøb og derfor vægtes højt i beregningen, jf. hertil også afsnit 5.1.2.1.1.
382. Det er på baggrund af ovenstående styrelsens vurdering, at nemlig.com – og eventuelle andre onlineforhandlere af dagligvarer – har en begrænset betydning for konkurrencen på et muligt nationalt samt lokalt marked for detailsalg af dagligvarer omfattende salg fra både fysiske butikker såvel som onlinebutikker, og at nemlig.com alene lægger et yderst begrænset konkurrencepres på Parterne. Betydningen af onlinesalg af dagligvarer vil dog blive inddraget i forbindelse med vurderingen af fusionens virkninger i lokalområderne.

#### **5.2.5.7 Lokale områder, hvor fusionen ikke giver anledning til betænkeligheder efter en nærmere vurdering af de lokale konkurrenceforhold**

383. Nedenfor gennemgås områderne Viborg, Frederiksberg, Esbjerg, Slagelse, Kastrup og Viby. Det er på baggrund af en nærmere vurdering af fusionens virkninger i disse områder, styrelsens vurdering, at fusionen ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt i disse områder, jf. de følgende afsnit.

##### **5.2.5.7.1 Viborg**

384. Target og Salling driver før fusionen hver især forretning i Viborg. Salling driver to Netto-butikker og en Føtex inden for fem minutters kørsel fra Target, og en yderligere Netto-butik samt en Bilka inden for 10 minutters kørsel fra Target. Herudover er der inden for 10 minutters køretid fra Target seks butikskæder foruden Parterne, fordelt på 14 butikker og fem koncerner, jf. kortet i Figur 5.4.
385. Catchment området på 10 minutters kørsel fra Salling-butikken på Vesterbrogade, der er Sallings nærmeste butik fra Target, bliver omfattet af Filter 2, jf. styrelsens mekaniske screening i afsnit 5.2.5.3, da den fælles markedsandel er under 40 pct. og et overlap under fem procentpoint. Styrelsens vurdering tager derfor udelukkende udgangspunkt i et catchment område på 10 minutters kørsel fra Target.

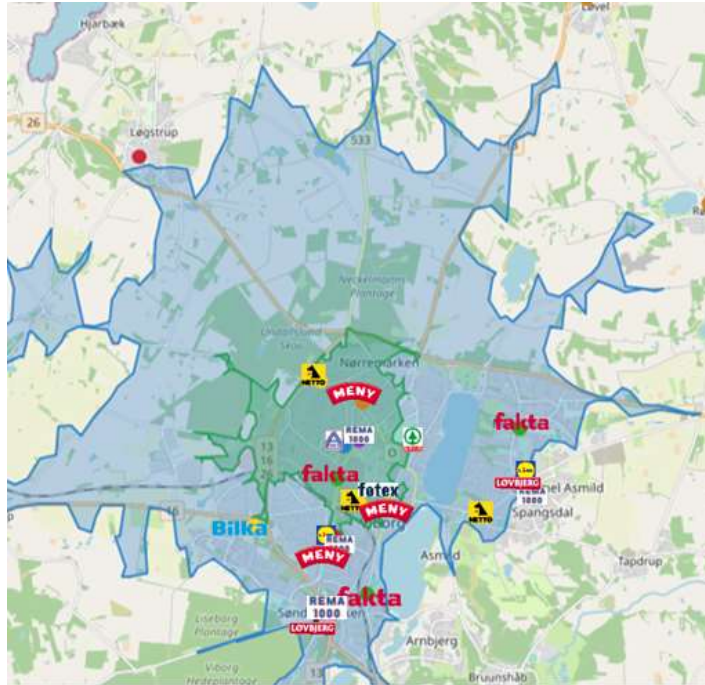
<sup>217</sup> Jf. Coops pressemeddelelse af 26. august 2021: <https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/coopdk-mad-og-osumadk-gar-sammen?publisherId=90407&releaseId=13629538>, (tilgået den 19. september 2023).

<sup>218</sup> Udover Wolt findes et mindre antal aktører, som også tilbyder at levere dagligvarer – eksempelvis foody.dk, som dog kun leverer dagligvarer i visse områder af København og Frederiksberg.

<sup>219</sup> Den højeste diversion ratio fra Target til online-butikker er beregnet i Stubbekøbing. I Stubbekøbing udgør diversion ratio fra Target til online-butikker [20-30] pct. og online-butikker udgør dermed et [xxx] konkurrencepres på Target.

<sup>220</sup> Jf. styrelsens egne beregninger på baggrund af de faktiske omsætningstal i områderne hvor styrelsen har foretaget sine markedsundersøgelser.

Figur 5.4 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Vestervangsvej i Viborg



Note: Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra Target, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra Target.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

386. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid på 10 minutter omkring Targets butik i Viborg havde Target forud for fusionen en markedsandel på [0-5] pct., mens Salling havde en markedsandel på [40-50] pct. fordelt på Netto med [5-10] pct., Føtex med [5-10] pct. og Bilka med [20-30] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [40-50] pct., jf. Tabel 5.9.<sup>221</sup>

<sup>221</sup> Salling påtænker at leje ALDI på Koldingvej 61-69, som ikke er en del af nærværende transaktion, da ALDI har solgt butikken til REMA 1000, jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. august 2023, *REMA 1000 Danmark A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS*. REMA 1000 påtænker at sælge ALDI-butikken til Lidl, jf. <https://fodevarewatch.dk/Detail/article16421695.ece> (tilgået 17. november 2023). Salling vil derfor leje butikken af Lidl. Af Tabel 5.9 fremgår markedsandele for markedet, hvor REMA 1000 overtager ALDI-butikken. Hvis markedsopgørelsen laves ud fra en situation, hvor Lidl i stedet overtager ALDI-butikken, ville Parterne stadig have en markedsandel på [40-50] pct., HHI efter fusionen vil være på [2.000-3.000] med en ændring i HHI på [<150]. I situationen hvor Salling udover Target også overtager ALDI-butikken på Koldingvej, vil Salling opnå en samlet markedsandel på [40-50] pct., HHI efter fusionen vil være på [2.000-3.000] med en ændring i HHI på [≥ 150].

Tabel 5.9 Markedsandele og HHI i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Targets butik i Viborg

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
<b>Salling</b>	[40-50]	[40-50]
Netto	[5-10]	[5-10]
Føtex	[5-10]	[5-10]
Bilka	[20-30]	[20-30]
<b>Target</b>	[0-5]	-
REMA 1000	[10-20]	[10-20]
365discount/Fakta	[5-10]	[5-10]
Meny	[10-20]	[10-20]
Spar	[0-5]	[0-5]
Lidl	[5-10]	[5-10]
Løvbjerg	[10-20]	[10-20]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.000-2.500]	[2.500-3.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	<150]

**Note:** Markedsandele for Viborg angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil fra Targets butik i Viborg, totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

387. I et område afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik i Viborg vil HHI efter fusionen være [2.500-3.000] med en ændring i HHI på [<150]. Ændringen i HHI ligger dermed under de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>222</sup>
388. Salling har allerede inden fusionen den højeste markedsandel i området og er betydeligt større end sine konkurrenter. På trods af Parternes relative høje samlede markedsandele, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i området afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik i Viborg. Dette skyldes bl.a., at der er tale om et lille overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor også ændringen i HHI er under den af Kommissionen fastsatte grænse jf. ovenfor.

<sup>222</sup> Af retningslinjernes punkt 19 fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder.



389. Herudover er der tale om et område med fem koncerner ud over Parterne, herunder også Parternes tætte konkurrenter. Omkring Target ligger REMA 1000 på Farvervej 2 400 meter fra Target.<sup>223</sup> Herudover er de tætteste butikker fra Target Meny på Fabrikvej 2 samt 365discount på Jegstrupvej 21, jf. kortet i Figur 5.4 ovenfor.
390. Styrelsens markedsundersøgelse indikerer, at Netto lægger et relativt begrænset konkurrencepres på Target. Det kan ses af, at diversion ratio fra Target til Netto er [10-20] pct. Til sammenligning er diversion ratio til REMA 1000 på [40-50] pct.<sup>224</sup>
391. Endeligt bemærkes det, at screeningen ikke har identificeret området til yderligere vurdering omkring Netto-butikken på Vesterbrogade i Viborg, der er Sallings nærmeste butik, idet Parternes samlede markedsandele i dette område er [30-40] pct., mens Targets markedsandel i området er [0-5] pct. Dette understøtter, at der er tale om et område, som ligger på grænsen til at blive fanget af styrelsens mekaniske screening over områder, hvor det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.
392. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område omkring Targets butik i Viborg, da Target er underlagt et væsentligt konkurrencepres fra især REMA 1000, samt at Targets markedsandel udgør under 5 pct., og at ændringen i HHI er under den af Kommissionen fastsatte grænse.

#### 5.2.5.7.2 Frederiksberg

393. På Frederiksberg har både Salling og Target forud for fusionen aktiviteter med detailsalg af dagligvarer. Foruden Parterne er en række øvrige aktører aktive i et område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters kørsel i bil omkring Targets butik, herunder bl.a. 365discount, REMA 1000, Lidl og Meny, jf. kortet i Figur 5.5. Frederiksberg har en relativt høj befolkningstæthed, hvilket er afspejlet i antallet af butikker med detailsalg af dagligvarer. I et område afgrænset til fem minutters kørsel i bil omkring Targets butik findes over 20 andre butikker med detailsalg af dagligvarer.
394. De tætteste placerede konkurrenter til Targets butik er henholdsvis en 365discount og en Meny, begge ca. 1 minuts kørsel fra Target.<sup>225</sup> Derefter ligger en Lidl og en REMA 1000 også ca. 1 minuts kørsel fra Target.<sup>226</sup> Den tætteste Salling butik er en Netto på Hillerødsgade 23, ca. 400 meter fra Targets butik.

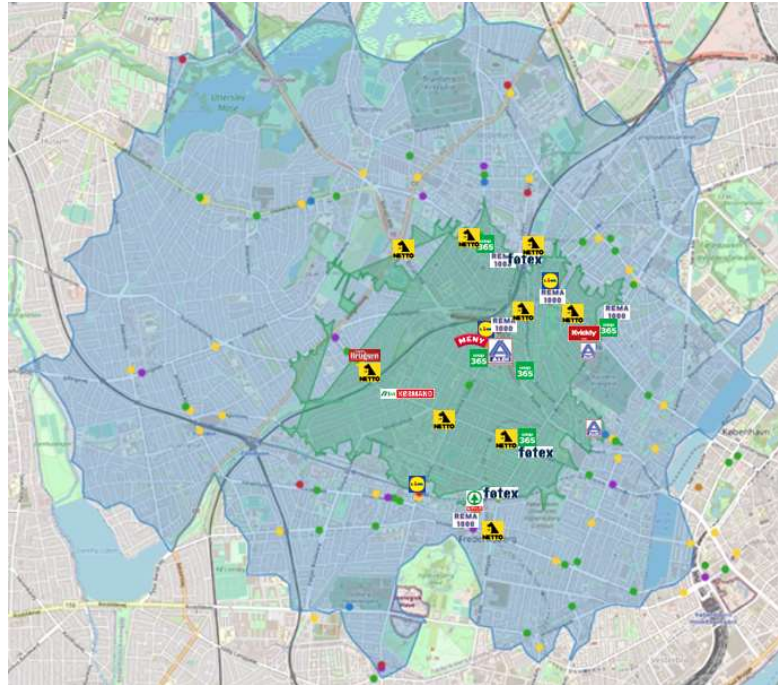
<sup>223</sup> Jf. [Google Maps med afrejse fra "ALDI Vestervangsvej 12, 8800 Viborg" til "REMA 1000, Farvervej 2, 8800 Viborg" mandag den 4. september, kl. 12:15](#)

<sup>224</sup> Resultatet fra styrelsens markedsundersøgelse i Target-butikken er baseret på 45 besvarelser.

<sup>225</sup> Jf. [Google Maps med afrejse fra "ALDI Borups Allé 113, 2000 Frederiksberg" til "Meny, Borups Alle 126, 2000 Frederiksberg" tirsdag d. 12. september kl. 10:00](#)

<sup>226</sup> Jf. [Google Maps med afrejse fra "ALDI Borups Allé 113, 2000 Frederiksberg" til "Lidl, Nordre Fasanvej 207, 2000 Frederiksberg" tirsdag d. 12. september kl. 10:00 og afrejse fra "ALDI Borups Allé 113, 2000 Frederiksberg" til "REMA 1000 Nordre Fasanvej 176, 2000 Frederiksberg" tirsdag d. 12. september kl. 10:00](#)

Figur 5.5 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Borups Allé på Frederiksberg



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken. ALDI er markeret med blå og Sallings butikker er markeret med gul.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

395. Frederiksberg er (en del af) en storby, og det er således styrelsens vurdering, at det er relevant at tage udgangspunkt i en køretid på fem minutter i bil fra Targets butik, da det er styrelsens vurdering, at der er tale om et centralt område i København, jf. afsnit 5.2.5.4.
396. Catchment området på fem minutters kørsel fra Netto-butikken på Hillerødgade er omfattet af Filter 2 beskrevet i afsnit 5.2.5.3 ovenfor. Det er derfor styrelsens vurdering, at der ikke er betænkeligheder inden for fem minutters kørsel fra butikken, da den fælles markedsandel er under 40 pct. og overlappet er under 5 procentpoint. Det er derfor udelukkende relevant at se på fem minutters kørsel fra Targets butik.
397. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid i bil på fem minutter omkring Targets butik på Frederiksberg, havde Target forud for fusionen en markedsandel på [0-5] pct., mens Salling havde en markedsandel på [40-50] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [40-50] pct., jf. Tabel 5.10.
398. Styrelsen bemærker, at Bilka i Fields ligger omkring 23 minutter fra Target.<sup>227</sup> Som anført i punkt 161 ovenfor, er Bilka et hypermarked, hvor Kommissionen har overvejet et catchment

<sup>227</sup> Jf. [Google Maps fra "ALDI, Borups Allé 113" til "Bilka, Fields"](#), 20. september 2023, kl. 14

område på op til 20-30 minutters kørsel. Da Bilka ikke ligger inden for et 10 minutters catchment område fra Target, er omsætningen fra Bilka ikke medregnet i Parternes markedsandel i Tabel 5.10 nedenfor. Sallings omsætning kan dog anses for at være større i et område afgrænset til fem minutter omkring Target, da Bilkas omsætning fra Fields fordeles ud på et område på op til 30 minutter, hvilket også omfatter styrelsens catchment område på fem minutter omkring Target. Det er dog styrelsens vurdering, at dette ikke vil have betydning for styrelsens vurdering af området, da overlappet samt ændringen i HHI stadig vil være lav.

Tabel 5.10 Markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i en køretid på fem minutter i bil omkring Target på Frederiksberg

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
<b>Salling</b>	[40-50]	[40-50]
Netto	[20-30]	[20-30]
Føtex	[10-20]	[10-20]
<b>Target</b>	[0-5]	-
REMA 1000	[5-10]	[5-10]
Coop	[20-30]	[20-30]
Dagrofa	[10-20]	[10-20]
Lidl	[5-10]	[5-10]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.500-3.000]	[2.500-3.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	<150

**Note:** Markedsandele for Frederiksberg angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset op til fem minutters køretid i bil fra Targets butik på Frederiksberg, totalmarkedet for dette område er [xxx]kr.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

399. I et område afgrænset til fem minutters køretid i bil omkring Targets butik på Frederiksberg vil HHI efter fusionen stige til [2.500-3.000] med en ændring i HHI på [<150]. HHI og ændringen i HHI ligger dermed under de af Kommissionen fastsatte tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige betænkeligheder.
400. På baggrund heraf, og til trods for den forholdsvis høje markedsandel, som Salling allerede har inden fusionen, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i området afgrænset til fem minutters køretid i bil omkring Targets butik på Frederiksberg. Dette skyldes bl.a., at der er tale om et [xxx] overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor også ændringen i HHI er under den af Kommissionen fastsatte grænse jf. ovenfor.
401. Herudover er der et relativt højt antal af konkurrenter til stede inden for blot et par hundrede meter fra Targets butik, herunder også Parternes tætte konkurrenter. For at komme til de tættest placerede Salling butikker, skal en potentiel kunde endvidere bevæge sig forbi flere andre konkurrenter, herunder tætte konkurrenter, der ifølge diversion ratios beregnet på baggrund

---

af styrelsens markedsundersøgelse er i stand til at lægge et markant konkurrencepres på Parterne.

402. Endelig bemærkes det, at screeningen ikke har identificeret området til yderligere undersøgelser omkring Netto-butikken på Hillerødgade, der er Sallings nærmeste butik, jf. punkt 396 ovenfor. Dette understøtter, at der er tale om et område, der ligger på grænsen til at blive fanget af styrelsens mekaniske screening over områder, hvor det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.
403. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i området omkring parternes butikker på Frederiksberg.

#### 5.2.5.7.3 Esbjerg

404. I Esbjerg driver både Target og Salling før fusionen hver især forretning. Salling driver en Netto-butik samt en Bilka inden for fem minutters kørsel fra Target, og yderligere fem Netto-butikker samt en Føtex inden for 10 minutters kørsel fra Target. Herudover er der inden for 10 minutters køretid fra Target otte butikskæder foruden Parterne fordelt på fire koncerner, jf. kortet i Figur 5.6. Salling overtager Target og har planer om [xxx]. Under 70 meter fra Target ligger Lidl på Østervangsvej.<sup>228</sup>

---

<sup>228</sup> Jf. [Google Maps "ALDI, Østervangsvej 1b, 6715 Esbjerg" til "Lidl, Østervangsvej 2, 6705 Esbjerg"](#) (tilgået den 8. september 2023)

---

Figur 5.6 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Østervangsvej i Esbjerg.



Note: Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken.

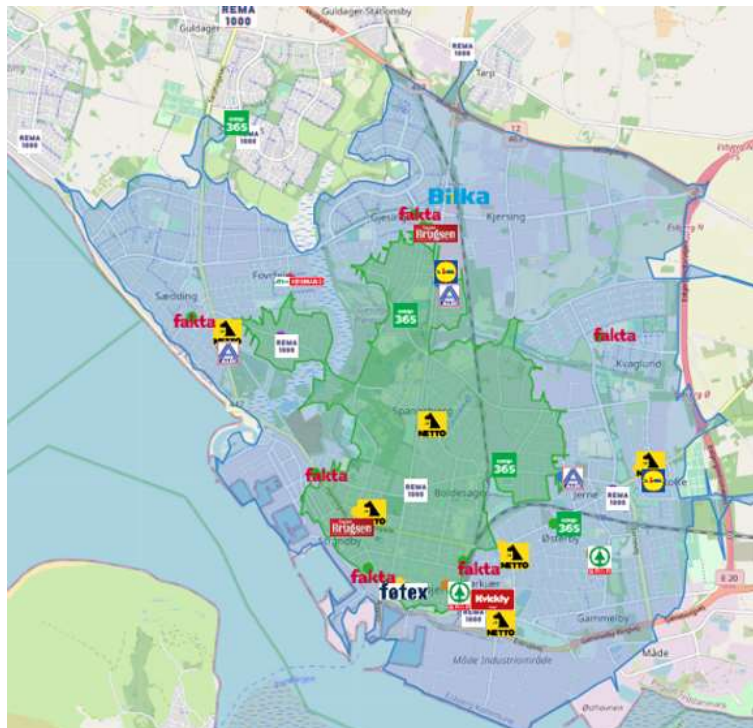
Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

405. Som anført i afsnit 5.2.5.4 betegnes Esbjerg som en storby, hvor det som udgangspunkt er relevant at se på et catchment område på fem minutter. Styrelsens markedsundersøgelse viser, at [70-80] pct. af omsætningen kommer fra kunder, der transporterer sig i op til 10 minutters køretid i bil omkring Target, mens [80-90] pct. omsætningen i Targets butik kommer fra kunder, der har transporteret sig i op til 25 minutters køretid i bil omkring Target. Det skal dog tolkes med det forbehold, at styrelsen har 19 respondenter, samt en enkeltkunde, der udvider catchment-området betydeligt på grund af kundens forbrug og transporttid i bil. Såfremt der tages udgangspunkt i respondenternes køretider i bil alene, har [50-60] pct. af respondenterne transporteret sig i op til fem minutters kørsel i bil, mens [80-90] pct. af respondenterne har transporteret sig i op til 10 minutters kørsel i bil. Markedsundersøgelsen peger altså på en afgrænsning på mere end fem minutter. Det ses også af kortet ovenfor, at Target ikke er placeret centralt i Esbjerg, hvilket også indikerer, at der ikke er tale om et centralt område i en storby, og at der derfor skal ses på et større catchment område end fem minutter, jf. afsnit 5.2.5.4 ovenfor.
406. Det ses endvidere af styrelsens markedsundersøgelse, at der i Esbjerg er en diversion ratio fra Target til REMA 1000 på [20-30] pct.<sup>229</sup> Der ligger tre REMA 1000-butikker omkring Target, der alle tre befinder sig i området mellem fem og 10 minutters kørsel fra Target.

<sup>229</sup> Resultatet fra styrelsens markedsundersøgelse i Target-butikken er baseret på 19 besvarelser.

407. Styrelsen tager i det følgende udgangspunkt i et område afgrænset til 10 minutter i bil omkring Targets butik i Esbjerg, da styrelsen allerede på baggrund af et catchment område på 10 minutter ikke har nogen betæneligheder i området, jf. nedenfor.
408. Catchment området på 10 minutters kørsel fra Target er omfattet af Filter 2 beskrevet i afsnit 5.2.5.3 ovenfor. Det er derfor styrelsens vurdering, at der ikke er betæneligheder inden for 10 minutters kørsel fra Target, da den fælles markedsandel er under 40 pct. og overlappet er under 5 procentpoint. Det er derfor udelukkende relevant at se på 10 minutters kørsel fra Netto-butikken på Højtoftevej. Catchment området fra Netto-butikken ses af kortet i Figur 5.7 nedenfor.

Figur 5.7 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Salling på Højtoftevej i Esbjerg



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Salling's butik. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

409. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid på 10 minutter omkring Salling's butik i Esbjerg havde Target forud for fusionen en markedsandel på [0-5] pct., mens Salling havde en markedsandel på [30-40] pct. fordelt på Netto med [10-20] pct. Føtex med [5-10] pct. og Bilka med [20-30] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [40-50] pct., jf. Tabel 5.11.



Tabel 5.11 Markedsandele og HHI i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Sallings butik i Esbjerg

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
<b>Salling</b>	[30-40]	[40-50]
Netto	[10-20]	[10-20]
Føtex	[5-10]	[5-10]
Bilka	[20-30]	[20-30]
<b>Target</b>	[0-5]	-
REMA 1000	[10-20]	[10-20]
365discount/Fakta	[10-20]	[10-20]
SuperBrugsen	[5-10]	[5-10]
Kvickly	[0-5]	[0-5]
Spar	[0-5]	[0-5]
Min Købmand	[0-5]	[0-5]
Lidl	[5-10]	[5-10]
Løvbjerg	[10-20]	[10-20]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.500-3.000]	[2.500-3.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[<150]

**Note:** Markedsandele for Esbjerg angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset op til 10 minutters køretid i bil fra Sallings butik i Esbjerg, totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

410. I et område afgrænset til 10 minutter omkring Sallings butik i Esbjerg vil HHI efter fusionen være [2.500-3.000] med en ændring i HHI på [<150]. Niveauet for HHI sammen med ændringen heri ligger dermed under de af Kommissionens fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>230</sup>
411. Salling har allerede inden fusionen den højeste markedsandel i området og er betydeligt større end sine konkurrenter. På trods af Parternes relativt høje samlede markedsandel, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i området afgrænset til 10 minutter omkring Sallings butik i Esbjerg. Dette skyldes bl.a., at der er tale om et

<sup>230</sup> Af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 19, fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder.



---

[xxx] overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor også ændringen i HHI er under den af Kommissionens fastsatte grænse, jf. ovenfor.

412. Det er endvidere relevant at bemærke, jf. punkt 161 ovenfor, at Bilka er et hypermarked, hvor Kommissionen har overvejet et catchment område på op til 20-30 minutters kørsel. Dette kan derfor tale for, at Bilkas samlede omsætning er overvurderet for et catchment område på 10 minutter, da en stor del af Bilkas kunder, og dermed Bilkas omsætning, stammer fra områder, der ligger mere end 10 minutters kørsel fra Sallings butik. Hvis der blev korrigeret for dette, ville Sallings omsætning falde for opgørelsen af markedsandele på 10 minutter, og Parternes samlede markedsandel ville være under 40 pct., da Bilkas omsætning udgør [20-30] procentpoint af Sallings samlede markedsandel på [30-40] pct.
413. Herudover er det tale om et område med fire koncerner ud over Parterne, herunder også Parternes tætte konkurrenter. Som det fremgår af kortet ovenfor i Figur 5.7 er de tætteste butikker på Netto-butikken REMA 1000 på Stormgade og 365discount på Niels Lambertsens Vej. Styrelsens undersøgelse viser endvidere, at Target [xxx] konkurrencepres på Netto, da der er en diversion ratio fra Netto til ALDI på [0-5] pct. Fra Target til Netto er der en diversion ratio på [30-40] pct. Hvilket ikke adskiller sig væsentligt fra Parternes markedsandele i området. Styrelsens undersøgelse i Esbjerg viser, at Sallings tætteste konkurrenter er REMA 1000, 365discount og Lidl<sup>231</sup> og Targets tætteste konkurrenter er REMA 1000 og Lidl.<sup>232</sup> Diversion ratio til disse konkurrenter er større, end hvad markedsandelene tilsiger og viser, at både Netto og Target er underlagt et [xxx] konkurrencepres fra disse aktører.
414. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område på 10 minutters kørsel omkring Sallings butik i Esbjerg, da Targets markedsandel er [xxx] og udgør under 5 pct., og ændringen i HHI er under den af Kommissionen fastsatte grænse.

#### 5.2.5.7.4 Slagelse

415. Både Target og Salling driver før fusionen forretning i Slagelse. Salling driver to Netto-butikker og en Bilka inden for 5 minutters kørsel fra Target og yderligere 4 Netto-butikker inden for 10 minutters kørsel fra Target. Herudover er der inden for 10 minutters køretid fra Target 7 butikskæder foruden Parterne fordelt på 4 koncerner, jf. kortet i Figur 5.8.
416. Styrelsen har ikke foretaget markedsundersøgelse i Slagelse, da Target-butikken blev lukket forud for anmeldelsestidspunktet.

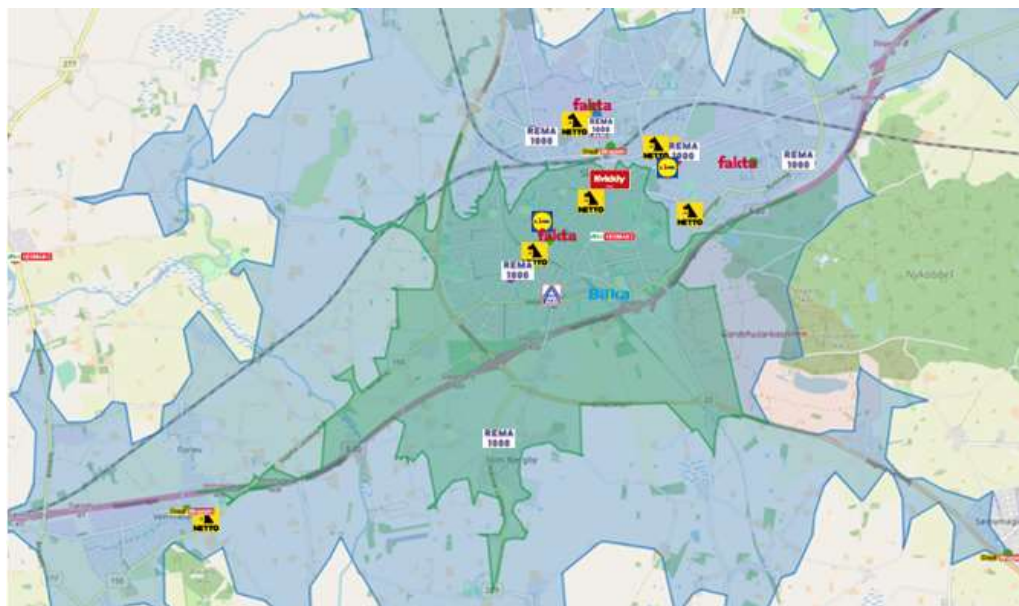
---

<sup>231</sup> Styrelsens undersøgelse viser, at der er diversion ratio fra Salling til REMA 1000 på [50-60] pct., til 365discount på [20-30] pct. og til Lidl på [10-20] pct. og fra Netto til REMA 1000 på [40-50] pct., til 365discount på [10-20] pct. og til Lidl på [10-20] pct.

<sup>232</sup> Styrelsens undersøgelse viser, at der er en diversion ratio fra Target til REMA 1000 på [20-30] pct. og til Lidl på og [30-40] pct.

---

Figur 5.8 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Idagårdsvej i Slagelse



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

417. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid på 10 minutter omkring Targets butik i Slagelse havde Target forud for fusionen en markedsandel på [0-5] pct., mens Salling havde en markedsandel på [40-50] pct. fordelt på Netto med [20-30] procentpoint og Bilka med [20-30] procentpoint. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [40-50] pct., jf. Tabel 5.12.

Tabel 5.12 Markedsandele og HHI i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Targets butik i Slagelse

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
Salling	[40-50]	[40-50]
Netto	[20-30]	[20-30]
Bilka	[20-30]	[20-30]
Target	[0-5]	-
REMA 1000	[20-30]	[20-30]
365discount/Fakta	[0-5]	[0-5]
Kvickly	[10-20]	[10-20]
Dagli'Brugsen	[0-5]	[0-5]
Min Købmand	[0-5]	[0-5]

Lidl	[5-10]	[5-10]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[3.000-4.000]	[3.000-4.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[≥ 150]

**Note:** Markedsandele for Slagelse angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset op til 10 minutters køretid i bil fra Targets butik i Slagelse, totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

*Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022*

418. I et område afgrænset til 10 minutters kørsel omkring Targets butik i Slagelse vil HHI efter fusionen være [3.000-4.000] med en ændring i HHI på [≥ 150]. HHI og ændringen i HHI ligger dermed over de af Kommissionen fastsatte tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige betænkeligheder.<sup>233</sup>
419. Salling har allerede inden fusionen den højeste markedsandel i området og er betydeligt større end sine konkurrenter. På trods af Parternes relativt høje samlede markedsandel og på trods af niveauet for HHI efter fusionen og ændringen heri, er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i området afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik i Slagelse.
420. For det første er der tale om et [xxx] overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor ændringen i HHI er meget tæt på den af Kommissionen fastsatte grænse, jf. ovenfor.
421. For det andet stammer en del af Sallings omsætning fra Bilka på Idagårdsvej. Bilkas omsætning udgør [20-30] procentpoint af Sallings samlede markedsandel på [40-50] pct. Som anført i punkt 161 ovenfor, er Bilka et hypermarked, hvor Kommissionen har overvejet et catchment område på op til 20-30 minutters kørsel. Dette kan derfor tale for, at Bilkas samlede omsætning er overvurderet for et catchment område på 10 minutter, da en stor del af Bilkas kunder, og dermed Bilkas omsætning, stammer fra områder, der også ligger uden for 10 minutters kørsel fra Targets butik.
422. Salling har estimeret, hvor stor en del af Bilkas omsætning, der stammer fra et område på 10 minutters kørsel fra Target. Salling har estimeret<sup>234</sup>, at [30-40] pct. af Bilkas samlede omsætning

<sup>233</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 20.

<sup>234</sup> Sallings estimering er baseret på en postnummerundersøgelse blandt Bilka-kunder fra perioden 2019-2022 i Bilka i Slagelse. Formålet med estimeringen er at vurdere, hvor stor en andel af Bilka i Slagelses omsætning, der stammer fra kunder i et område på 10 minutters kørsel fra Targets butik i Slagelse. Salling har først justeret for den del af Bilkas omsætning, der kan henføres til kunder bosat uden for Slagelse kommune, da kunder bosat uden for Slagelse Kommune må formodes også at være bosat uden for et område på 10 minutters kørsel fra Targets butik i Slagelse. Sallings postnummerundersøgelse viser, at [80-90] pct. af Bilkas omsætning i Slagelse stammer fra kunder med postnummer i Slagelse kommune. Herefter har Salling estimeret, hvor stor en andel af omsætningen fra kunder i Slagelse kommune, der kan tilskrives styrelsens catchment område på 10 minutter. Denne estimering er baseret på befolkningstal i Slagelse by i forhold til Slagelse kommune. Styrelsen vurderer, at Slagelse by i mangel på mere detaljeret data er en udmærket proxy for et område på 10 minutters kørsel fra Targets butik i Slagelse. Ifølge Danmarks Statistik bor 43,5 pct. af borgerne i Slagelse kommune i Slagelse by. Salling har på baggrund af dette antaget, at når borgerne i Slagelse by udgør 43,5 pct. af borgerne i Slagelse Kommune, står disse borgere også for 43,5 pct. af omsætningen. Styrelsen har efterprøvet denne antagelse ved at beregne, hvor stor en andel af Bilkas omsætning borgerne i Slagelse Kommune står for i forhold til, hvor stor en andel af kunderne disse borgere udgør. Andelen er næsten

på [xxx] kr. for 2022 kan henføres til et område svarende til 10 minutters kørsel fra Target. Dette svarer til en estimeret omsætning på [xxx] kr. Hvis dette estimat blev lagt til grund ville Salling have en samlet markedsandel på [30-40] pct., hvoraf Bilkas omsætning ville falde til [10-20] procentpoint. Parternes samlede markedsandel ville være på [30-40] pct. med et overlap på [0-5] procentpoint. Området ville dermed have været omfattet af Filter 2, jf. punkt 327 ovenfor, da Parternes fælles markedsandel er under 40 pct. og overlappet er under 5 procentpoint, og det ville dermed være styrelsens vurdering, at det er usandsynligt, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt. I dette tilfælde ville HHI og ændringen heri også ligge under Kommissionens fastsatte tærskler.

423. Uanset håndteringen af Bilkas omsætning i lokalområdet bemærker styrelsen herudover, at der er tale om et område med fire koncerner ud over Parterne, herunder også Parternes tætte konkurrenter i form af Lidl, REMA 1000 og 365discount. Det gælder således, at der allerede inden for en afstand på fem minutters kørsel fra Targets butik ligger en Lidl, REMA 1000, 365discount, Min Købmand og Kvickly.
424. På baggrund af ovenstående er det derfor styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område på 10 minutters kørsel omkring Targets butik i Slagelse. Styrelsen har samme vurdering af Slagelse, hvis der tages udgangspunkt i et catchment område på 10 minutters kørsel omkring Salling-butikken på Korsørvej, hvor Parterne har en samlet markedsandel på [40-50] pct. med et overlap på [0-5] procentpoint

#### 5.2.5.7.5 Kastrup

425. Både Target og Salling driver før fusionen hver især forretning i Kastrup. Salling driver seks Netto-butikker og en Føtex inden for fem minutters kørsel fra Target, samt yderligere otte Netto-butikker, to Føtex og en Bilka inden for 10 minutters kørsel fra Target. Herudover er der inden for 10 minutters køretid fra Target 9 butikskæder foruden Parterne fordelt på fire koncerner, jf. kortet i Figur 5.9.
426. Styrelsen har ikke foretaget markedsundersøgelse i Kastrup, da Target-butikken blev lukket forud for anmeldelsestidspunktet.
427. Kastrup er en bydel i Tårnby Kommune på Amager på grænsen til København, og kan derfor som udgangspunkt anses som værende en del af en storby, hvorfor udgangspunktet er, at vurderingen af området foretages ud fra et catchment område på fem minutter, jf. 5.2.5.4 ovenfor. Det er dog styrelsens vurdering, at det konkrete catchment område omkring både Target og den nærmeste Salling-butik ikke udgør en del af centrum i København, hvorfor styrelsens vurdering tager udgangspunkt i et catchment område på 10 minutter.
428. Dette understøttes bl.a. af styrelsens markedsundersøgelse i og omkring øvrige storbyer, hvor respondenternes angivne køretider peger i retning af, at 10 minutters køretid er mere relevant end fem minutter. Hvis der blev taget udgangspunkt i et catchment område på fem minutter,

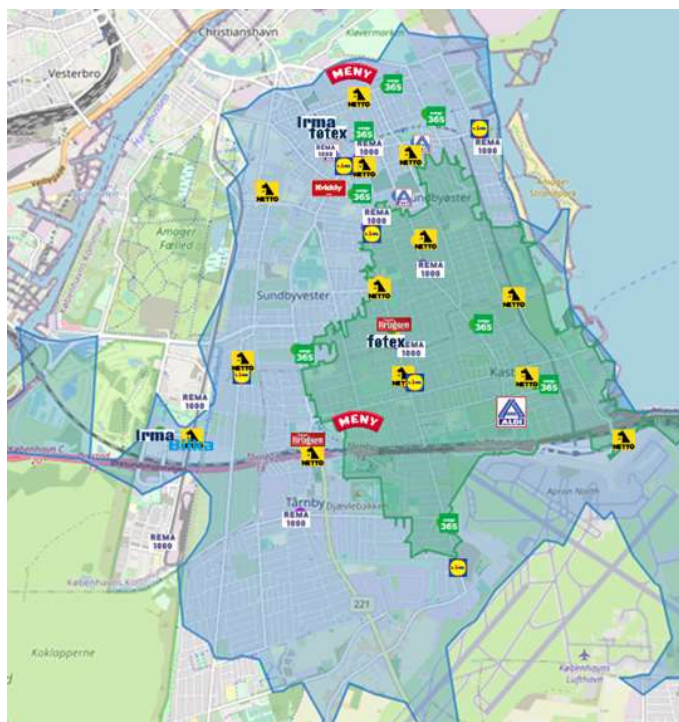
---

identiske (borgerne i Slagelse kommune udgør [80-90] pct. af kunderne og [80-90] pct. af omsætningen). På den baggrund vurderer styrelsen, at Sallings antagelse er rimelig. Samlet set har Salling således tilskrevet [30-40] pct. af Bilkas omsætning til styrelsens catchment område på 10 minutter ([80-90] pct. x [40-50] pct.), og det er styrelsens vurdering, at der med rimelighed kan tages udgangspunkt i Sallings beregninger. I den samlede opgørelse af markedsandele inddrages de øvrige aktørers samlede omsætning i området inden for 10 minutters kørsel fra Target. Der tages derfor ikke højde for, at en del af disse aktørers omsætning ligeledes kan stamme fra kunder, der kommer fra et område længere væk end 10 minutters kørsel fra Target. Styrelsen har i korrektionen udelukkende fokuseret på at korrigere Bilkas omsætning, da Bilka er det eneste hypermarked i området og således den eneste butik, hvor praksis angiver, at catchment området typisk vil være større end de 10 minutter. Der er dermed en implicit antagelse om, at omsætningen i alle de øvrige butikker i området kommer 100 pct. fra kunder i det givne catchment område på 10 minutter fra Parternes butikker. Det er styrelsens vurdering, at denne implicitte antagelse ikke har betydning for den samlede vurdering af fusionens virkninger i Slagelse.

---

har Parterne en samlet markedsandel på [40-50] pct., ligesom for et catchment område på 10 minutter, jf. Tabel 5.13 nedenfor.

Figur 5.9 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Kastrupvej i Kastrup



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik i Kastrup. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

429. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid på 10 minutter omkring Targets butik i Kastrup havde Target forud for fusionen en markedsandel på [0-5] pct., mens Salling havde en markedsandel på [40-50] pct., fordelt på Netto med [20-30] pct., Bilka med [10-20] pct. og Føtex med [5-10] pct., jf. Tabel 5.13.

Tabel 5.13 Markedsandele og HHi i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil omkring Targets butik i Kastrup

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
Salling	[40-50]	[40-50]
Netto	[20-30]	[20-30]
Føtex	[5-10]	[5-10]
Bilka	[10-20]	[10-20]
Target	[0-5]	-

REMA 1000	[10-20]	[10-20]
365discount/Fakta	[5-10]	[5-10]
Irma	[0-5]	[0-5]
SuperBrugsen	[0-5]	[0-5]
Kvickly	[5-10]	[5-10]
Lidl	[5-10]	[5-10]
Meny	[5-10]	[5-10]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.500-3.000]	[3.000-4.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[<150]

**Note:** Markedsandele for Fredensborg angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset op til 10 minutters køretid i bil fra Targets butik i Fredensborg, totalmarkedet for dette område er [xxx]kr.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

430. I et område afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik i Kastrup vil HHI efter fusionen være [3.000-4.000] med en ændring i HHI på [<150]. Niveauet for HHI sammen med ændringen heri ligger dermed under de af Kommissionens fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>235</sup>
431. Salling har allerede inden fusionen den højeste markedsandel i området og er betydeligt større end sine konkurrenter. På trods af Parternes relativt høje samlede markedsandel er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke fører til konkurrencemæssige betænkeligheder i området afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik i Kastrup. Dette skyldes bl.a., at der er tale om et [xxx] overlap på [0-5] procentpoint, hvorfor også ændringen i HHI er under den af Kommissions fastsatte grænse jf. ovenfor.
432. Herudover er der tale om et område med fire koncerner ud over Parterne, herunder også Parternes tætte konkurrenter, fordelt på syv butikskæder. Det er derfor styrelsens vurdering, at Salling på Targets lokation efter fusionen stadig vil være præget af et væsentligt konkurrencepres, da bl.a. 365discount og Lidl ligger forholdsvis tæt på Target.<sup>236</sup> Herudover ligger Meny, SuperBrugsen og REMA 1000 også inden for fem minutters kørsel fra Target.
433. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i et område omkring Targets butik i Kastrup, da Target er underlagt et væsentligt konkurrencepres, og da Targets markedsandel udgør under 5 pct. og ændringen i

<sup>235</sup> Af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 19, fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – med mindre der foreligger særlige omstændigheder.

<sup>236</sup> Jf. [Google Maps fra "ALDI på Kastrupvej 326, 2700 Kastrup" til "365discount på Kastruplundgade 23, 2700 Kastrup"](#) og [Google Maps fra "ALDI på Kastrupvej 326, 2700 Kastrup" til "Lidl på Amager Landevej 42, 2700 Kastrup"](#) tager det henholdsvis 2 og 3 minutter i bil at køre til butikkerne.



---

HHI er under den af Kommissionen fastsatte grænse. Styrelsen har samme vurdering af Kastrup, hvis der tages udgangspunkt i et catchment område på 10 minutters kørsel omkring Salling-butikken på Kastruplundgade, hvor Parterne har en samlet markedsandel på [40-50] pct. med et overlap på [0-5] procentpoint

#### 5.2.5.7.6 Viby

434. I Viby har både Salling og Targetet forud for fusionen aktiviteter med detailsalg af dagligvarer. Den nærmeste Salling-butik i forhold til Targets butik er en Føtex på Viby Ringvej 10 ca. 300 meter fra Targets butik<sup>237</sup>. Derudover er der også en Netto-butik i et område afgrænset til fem minutters kørsel i bil fra Targets butik. Foruden Parterne er en række øvrige aktører aktive i et område afgrænset til fem minutters kørsel i bil omkring Targets butik, herunder bl.a. to 365-discount-butikker, to REMA 1000-butikker og en Lidl, jf. kortet i Figur 5.10.
435. Store dele af Århus kan nås på en køretid på 10 minutter fra Targets butik, og der er således et forholdsvist højt antal butikker med detailsalg af dagligvarer i et område afgrænset til 10 minutters kørsel fra Targets butik i Viby, herunder også flere Føtex- og Netto-butikker.
436. Viby er en forstad til Århus, som er en storby, hvor der skal tages udgangspunkt i et område afgrænset til fem minutters kørsel fra Target, jf. afsnit 5.2.5.4. Derudover er området omkring Targets butik omkranset af henholdsvis en motorvej og en jernbane.
437. På baggrund af data fra styrelsens markedsundersøgelse er det dog styrelsens vurdering, at området omkring Parternes butikker ikke skal afgrænses til fem minutter, men i stedet til minimum 10 minutter for at dække mindst 80 pct. af omsætningen. 56 pct. af omsætningen i Parternes butikker i Viby kommer fra kunder, der har transporteret sig i op til 10 minutters køretid i bil, mens 86 pct. af omsætningen kommer fra kunder, der har transporteret sig i op til 20 minutters køretid i bil omkring Parternes butikker.
438. Styrelsen tager dog udgangspunkt i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil fra henholdsvis Targets butik i Viby og Netto på Wilhelm Becks Vej 83 i Viby, da styrelsen allerede på baggrund af et catchment område på 10 minutter ikke har nogen betænkeligheder i området, jf. nedenfor.<sup>238</sup>

---

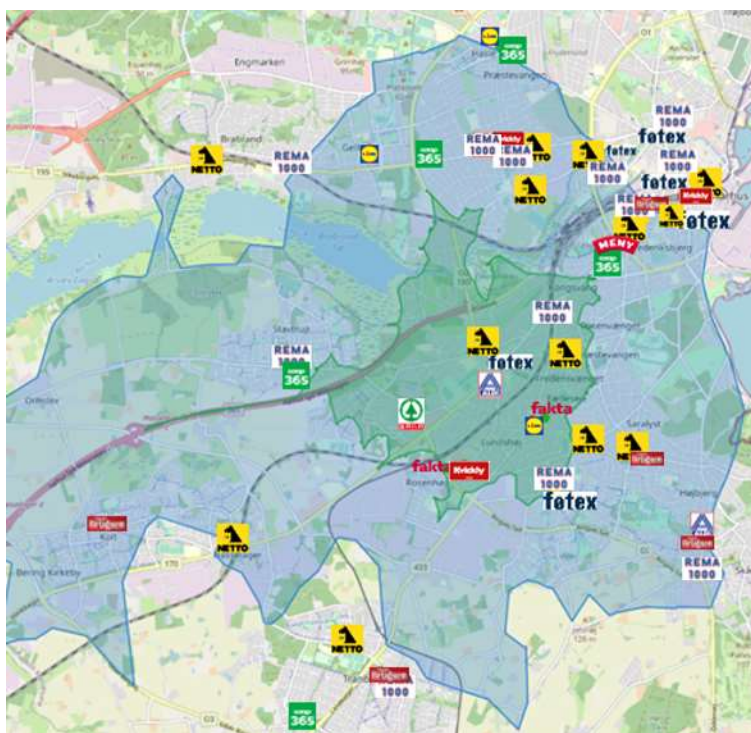
<sup>237</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, appendix 4, side 25.

<sup>238</sup> Hvis der ses på Parternes markedsandele i et catchment område på 15 minutters kørsel fra Target, vil Parterne have en samlet markedsandel på [40-50] pct. med et overlap på [0-5] procentpoint. HHI vil efter fusionen være på [2.500-3.000] med en ændring i HHI på [<150].

---



Figur 5.10 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Nordbyvej 4 i Viby



Note: Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik. Det grønne område svarer til 5 minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

439. I et område afgrænset til 10 minutters kørsel fra Targets butik har Salling forud for fusionen en markedsandel på [30-40] pct., mens Target havde en markedsandel på [0-5] pct. Efter fusionen vil Salling opnå en markedsandel på [40-50] pct., jf. Tabel 5.14.
440. I et område afgrænset til 10 minutters kørsel fra Netto på Wilhelm Becks Vej 83 har Salling forud for fusionen en markedsandel på [40-50] pct., mens Target havde en markedsandel på [0-5] pct. Efter fusionen vil Salling opnå en markedsandel på [40-50] pct.

Tabel 5.14 Markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter i bil omkring Target i Viby

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
Salling	[30-40]	[40-50]
Netto	[10-20]	[10-20]
Føtex	[20-30]	[20-30]
Target	[0-5]	-
REMA 1000	[10-20]	[10-20]

Coop	[20-30]	[20-30]
Dagrofa	[5-10]	[5-10]
Lidl	[5-10]	[5-10]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.500-3.000]	[2.500-3.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[<150]

Note: Markedsandele for Frederiksberg angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset op til 10 minutters køretid i bil fra Targets butik på Viby, totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

441. I et område afgrænset til 10 minutters køretid omkring Targets butik i Viby vil HHI efter fusionen stige til [2.500-3.000] med en ændring i HHI på [<150]. HHI og ændringen i HHI ligger dermed under de af Kommissionen fastsatte tærskler for, hvornår det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige betænkeligheder.<sup>239</sup> Det samme gør sig gældende for området afgrænset til 10 minutters køretid omkring Sallings Netto-butik i Viby. For dette område vil HHI stige til [3.000-4.000] med end ændring på [<150].
442. Salling har allerede inden fusionen den højeste markedsandel i området og er betydeligt større end sine konkurrenter, men fusionen medfører kun en [xxx] stigning i Sallings markedsandel. Dertil kommer, at alle tre af Parternes tætteste konkurrenter - Lidl, REMA 1000 og 365discount - er til stede inden for et område afgrænset til fem minutters køretid i bil fra Parternes butikker.
443. Slutteligt har Århus Byråd, ifølge Parterne, vedtaget to nye lokalplaner for henholdsvis Vestergårdsvej 16-24 (ca. tre minutters køretid i bil fra Targets butik i Viby) og Rosenhøj (ca. seks minutters køretid i bil fra Targets butik i Viby). Lokalplanerne omfatter to nye boligkomplekser, hver med plads til et supermarked.<sup>240</sup>
444. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i området omkring Parternes butikker i Viby, da Targets markedsandel [xxx] udgør [0-5] pct., og ændringen i HHI er under den af Kommissionen fastsatte grænse, samt at der allerede inden for fem minutters køretid fra Parternes butikker er fire konkurrenter ud over Parterne, herunder også Parternes tætte konkurrenter.

### 5.2.5.8 Lokale områder, hvor fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt

#### 5.2.5.8.1 Rødbyhavn

445. Forud for fusionen driver Target en butik i Rødbyhavn, mens Salling driver en Netto-butik i Rødby, ca. syv minutters kørsel fra Targets butik.<sup>241</sup> Efter fusionen vil Salling [xxx]. Targets butik i Rødbyhavn på Færgevej 2 åbnede i december 2022. Tidligere lå denne butik på Østergade 58 i Rødby. I dag er der således intet overlap mellem Parterne, hvis catchment området afgrænses

<sup>239</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, punkt 20.

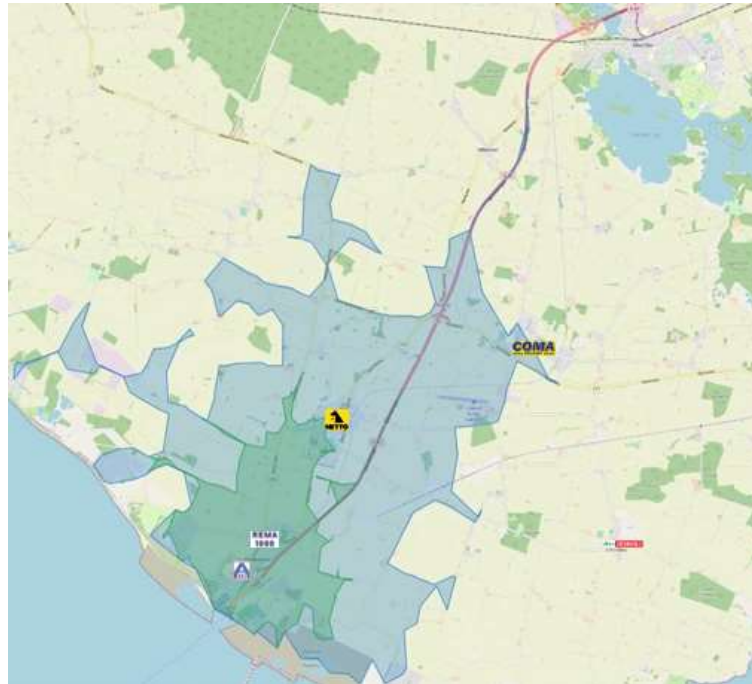
<sup>240</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, Bilag 4, punkt 80.

<sup>241</sup> Jf. Google Maps med afrejse fra "ALDI Færgevej 2, 4970 Rødby" til "Netto Årbyesvej 22, 4970 Rødby" tirsdag d. 12. september kl. 12:30.

til fem minutters køretid i bil med udgangspunkt i henholdsvis Targets butik i Rødbyhavn og Netto i Rødby. Der er styrelsens vurdering, at der skal tages udgangspunkt i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil fra Parternes butikker, jf. nærmere herom nedenfor om kundernes transporttid.

446. Parterne var forud for fusionen henholdsvis [xxx] aktør i Rødbyhavn inden for et område afgrænset til 10 minutter fra Target, jf. Tabel 5.15 nedenfor. Target har en markedsandel på [10-20] pct. forud for fusionen, hvilket indikerer, at Target er en væsentlig aktør for kunderne i Rødbyhavn.
447. I Rødbyhavn er der foruden Targets butik også en REMA 1000 ca. to minutters køretid fra Targets butik.<sup>242</sup> Frem til september 2023 lå der også en Dagli'Brugsen ca. ét minuts kørsel fra Targets butik, som derefter blev lukket.<sup>243</sup> Inden for 10 minutter af Targets butik er der endvidere Netto-butikken samt en Coma, jf. kortet i Figur 5.11 nedenfor.

Figur 5.11 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target på Færgevej 2 i Rødbyhavn



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken.

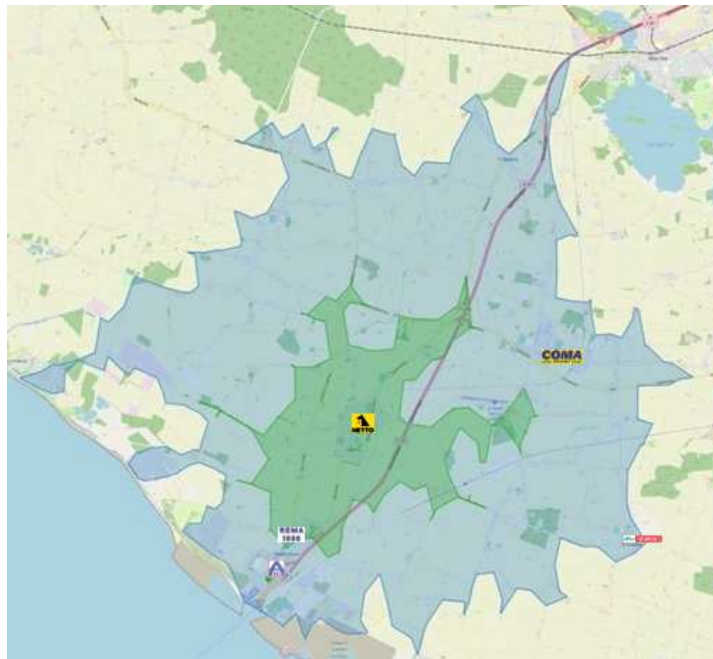
Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

<sup>242</sup> Jf. Google Maps med afrejse fra "ALDI Færgevej 2, 4970 Rødby" til "REMA 1000 Kongeledet 54, 4970 Rødby" tirsdag d. 11. september kl. 12:30

<sup>243</sup> Jf. <https://folketidende.dk/lolland/aergrer-sig-over-brugslukning-svaer-konkurrence> (tilgået 25. september 2023) Saksjøbing Brugsforeningen har udtalt, at de lukker butikken i Rødbyhavn bl.a. da de mener, det er et område med stærk konkurrence, særligt med REMA 1000 og en kommende Netto-butik.

448. I et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil med udgangspunkt i Netto-butikken i Rødby ligger der, foruden de ovenfor nævnte butikker, også en Min Købmand i Errindlev, jf. kortet i Figur 5.12 nedenfor.
449. Inden for knap 15 minutters køretid i bil fra både Targets butik og Netto-butikken er det endvidere muligt at nå til Maribo, som er en relativt større by med flere indkøbsmuligheder, herunder en REMA 1000, Lidl, Meny, Dagli'Brugsen, Min Købmand og SuperBrugsen samt en Netto.

Figur 5.12 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Netto på Årbyesvej i Rødby



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Salling's butik. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikken, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikken.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

#### 5.2.5.8.1.1 Markedsandele og HHI

450. I styrelsens vurdering sammenlignes fusionsscenariet med det kontrafaktiske scenarie. Det er styrelsens vurdering, jf. afsnit 5.2.1.3.2.1 ovenfor, at det kontrafaktiske scenarie svarer til en status quo lignende situation, da der vil komme en ny uafhængig aktør ind på markedet, der ikke allerede er til stede, som vil erstatte Target. Der tages derfor udgangspunkt i Targets markedsandele før fusionen. Som anført nedenfor tages der udgangspunkt i omsætningstal fra 2022, hvor Dagli'Brugsen stadig var åben. De reelle markedsandele, HHI samt ændringen i HHI vil derfor være højere, hvis omsætningen fra Dagli'Brugsen fordeles ud på de øvrige aktører.
451. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid i bil på 10 minutter omkring Targets butik i Rødbyhavn, havde Target forud for fusionen en markedsandel på [10-20] pct., mens Salling havde en markedsandel på [20-30] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [40-50] pct., jf. Tabel 5.15.

452. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid i bil på 10 minutter omkring Netto-butikken i Rødby, havde Target forud for fusionen en markedsandel på [10-20] pct., mens Salling havde en markedsandel på [20-30] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på [30-40] pct. jf. Tabel 5.16.

Tabel 5.15 Markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter i bil omkring Target i Rødbyhavn, 2022

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
<b>Salling</b>	[20-30]	[30-40]
Netto	[20-30]	[30-40]
<b>Target</b>	[10-20]	-
REMA 1000	[30-40]	[30-40]
Dagli'Brugsen <sup>1</sup>	[10-20]	[10-20]
Coma	[10-20]	[10-20]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.000-2.500]	[3.000-4.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[≥ 150]

**Note:** Markedsandele for Rødbyhavn angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil fra Targets butik i Rødbyhavn, totalmarkedet for dette område er [xxx] kr.

**Anm.:** (1) Markedsandelene i tabellen er beregnet på baggrund af omsætningsdata for 2022. Coop drev i 2022 en Dagli'Brugsen i Rødbyhavn, der lukkede i september 2023. Hvis Dagli'Brugsens omsætning fordeles ud på de øvrige aktører, forholdsmæssigt ud fra aktørernes markedsandele i Rødbyhavn i 2022, inden for et catchment område på 10 minutter fra Target, vil Parterne have en samlet markedsandel på [40-50] pct. med et overlap på [10-20] procentpoint efter fusionen. HHI vil efter fusionen være på [3.000-4.000] med en ændring i HHI på [≥ 150].

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

Tabel 5.16 Markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter i bil omkring Netto-butikken i Rødby, 2022

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
<b>Salling</b>	[20-30]	[30-40]
Netto	[20-30]	[30-40]
<b>Target</b>	[10-20]	-
REMA 1000	[20-30]	[20-30]
Dagli'Brugsen <sup>1</sup>	[20-30]	[20-30]
Coma	[10-20]	[10-20]
Min Købmand	[0-5]	[0-5]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.000-2.500]	[2.500-3.000]

## Ændring i HHI

-

[≥ 150]

**Note:** Markedsandele for Rødby angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset til 10 minutters køretid i bil fra Netto-butikken i Rødby, totalmarkedet for dette område er [xxx]. kr.

**Anm.:** (1) Markedsandelene i tabellen er beregnet på baggrund af omsætningsdata for 2022. Coop drev i 2022 en Dagli'Brugsen i Rødbyhavn, der lukkede i september 2023. Hvis Dagli'Brugsens omsætning fordeles ud på de øvrige aktører, forholdsmæssigt ud fra aktørernes markedsandele i Rødby i 2022, inden for et catchment område på 10 minutter fra Netto-butikken, vil Parterne have en samlet markedsandel på [30-40] pct. med et overlap på [10-20] procentpoint efter fusionen. HHI vil efter fusionen være på [2.500-3.000] med en ændring i HHI på [≥ 150].

*Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022*

453. I et område afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik i Rødbyhavn vil HHI efter fusionen være [3.000-4.000] med en ændring i HHI på [≥ 150]. I et område afgrænset til 10 minutter omkring Nettos butik i Rødby vil HHI efter fusionen være [2.500-3.000] med en ændring i HHI på [≥ 150]. Uanset om der tages udgangspunkt i Nettos butik i Rødby eller Targets butik i Rødbyhavn, ligger niveauet for HHI sammen med ændringen heri således betydeligt over de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>244</sup>
454. Før fusionen er REMA 1000 den største aktør med en markedsandel på [30-40] pct. med udgangspunkt i catchment området fra Target, og [20-30] pct. med udgangspunkt i catchment området fra Netto-butikken. Efter fusionen vil Salling være den største aktør inden for begge catchment områder.

#### 5.2.5.8.1.2 Kundernes transportvillighed

455. Styrelsens markedsundersøgelse fra Target i Rødbyhavn viser, at [80-90] pct. af omsætningen i Target skyldes kunder, der har transporteret sig i op til 10 minutters køretid i bil fra Target.<sup>245</sup> Styrelsens undersøgelse indikerer derfor, at området skal vurderes ud fra et catchment område på 10 minutters køretid.
456. Parterne har i uge 38 og 39 i 2023 foretaget en yderligere undersøgelse i en række Salling-butikker på Lolland-Falster, hvor kunderne i forbindelse med deres køb er blevet bedt om at oplyse deres postnummer. Denne undersøgelse viser, at [90-100] pct. af omsætningen i Netto-butikken i Rødby stammer fra kunder bosat i Rødby.<sup>246</sup> Dette understøtter, at området skal vurderes ud fra et catchment område på 10 minutters køretid.

#### *Overvejelse om større geografisk område end 10 minutters kørsel*

457. Resultaterne i styrelsens markedsundersøgelse viser dog også, at nogle af respondenterne er villige til at transportere sig længere end 10 minutter, hvis Target havde været lukket ved deres seneste indkøb. Dette indikerer derfor også, at kunderne er nødt til at transportere sig længere for deres dagligvareindkøb, når der er færre alternativer og udvalg af dagligvarebutikker for kunderne.

<sup>244</sup> Af retningslinjernes punkt 19 fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder.

<sup>245</sup> Resultatet er baseret på 60 respondenter fra Targets butik i Rødbyhavn.

<sup>246</sup> Jf. Parternes markedsundersøgelse foretaget i uge 38/39 2023. Antal respondenter i Netto i Rødby er 779.



458. I forbindelse med styrelsens markedsundersøgelse i Rødbyhavn blev respondenterne spurgt til, hvor meget ekstra tid, de ville være villige til at bruge på transport, hvis det kunne spare dem 5-10 pct. på det køb, de netop havde foretaget. Undersøgelsen viste, at respondenterne samlet set er villige til at køre en smule længere som reaktion på en eventuel prisstigning. Den tid, som respondenterne *i alt* vil være villige til at køre (dvs. den faktiske køretid plus den ekstra køretid som reaktion på en prisstigning) viser, at [80-90] pct. af omsætningen foretages af kunder, der vil være villige til at rejse i op til 15 minutters kørsel samlet set. [20-30] pct. af respondenterne i området svarede, at de ikke var villige til at transportere sig yderligere.
459. Herudover viser styrelsens undersøgelse, at der er en diversion ratio fra Target i Rødbyhavn til Lidl på [10-20] pct., jf. Tabel 5.17 nedenfor. Den Lidl, der ligger tættest på Target og Netto, er placeret i Maribo. Maribo ligger uden for 10 minutters området, men inden for et område på 15 minutters køretid. Styrelsens undersøgelse i Netto-butikken i Rødby indikerer også, at der er en diversion ratio fra Netto til Lidl på [10-20] pct., men det bemærkes dog, at beregningen er baseret på ni besvarelser, hvoraf kun [xxx] har angivet Lidl som tætteste alternativ. Styrelsens undersøgelse viser, at [20-30] pct. af respondenterne ville transportere sig til en butik, der ligger længere væk end 10 minutters kørsel fra Target, hvis Target var lukket.<sup>247</sup> Det ses samtidig, at der er størst diversion ratios til butikker, som ligger inden for 10 minutters køretid fra Target, herunder Netto og REMA 1000.

Tabel 5.17 Diversion ratio fra Target i Rødbyhavn (60 besvarelser)

Diversion fra Target til:	Pct.	Afstand fra Target <sup>248</sup>
Netto	[20-30]	7 minutter
REMA 1000	[20-30]	2 minutter
Dagli'Brugsen	[10-20]	1 minut
Lidl	[10-20]	12 minutter
365discount	[0-5]	18 minutter
En kiosk	[0-5]	-
Min Købmand	[0-5]	13 minutter
SuperBrugsen	[0-5]	14 minutter
"Jeg ville ikke have fortaget købet, hvis denne ALDI ikke fandtes"	[0-5]	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	

Kilde: Styrelsens undersøgelse blandt Targets kunder, 2023

460. Hvis der ses på et geografisk område på 15 minutters køretid omkring Target, vil HHI og ændringen heri fortsat være over de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. ovenfor. Der vil dog være tale om et [xxx] overlap samt en mere begrænset ændring i HHI end inden for 10 minutters

<sup>247</sup> Det ses af Tabel 5.17, at [10-20] pct. ville handle i Lidl, [0-5] pct. ville handle i 365discount, [0-5] pct. ville handle i Min Købmand og [0-5] pct. ville handle i SuperBrugsen, der alle ligger i et område uden for 10 minutter fra Parterne.

<sup>248</sup> Jf. Google Maps, 27. september kl. 22, 2023.



køretid. Parternes samlede markedsandel vil være på [20-30] pct., med et overlap på [5-10] procentpoint. HHI vil efter fusionen være på [2.500-3.000] med en ændring i HHI på  $\geq 150$ .<sup>249</sup>

*Overvejelse om mindre geografisk område end 10 minutters kørsel*

461. Der er også forhold, der kan tale for, at vurderingen af området skal laves ud fra et snævrere område end 10 minutters kørsel.
462. Salling har i deres interne dokumenter [xxx].<sup>250</sup>
463. I styrelsens drøftelser med Parternes konkurrenter ses det bl.a., at der er stor forskel på interessen i henholdsvis Rødbyhavn og Rødby. Der er bl.a. lagt vægt på, at Rødbyhavn er et område i udvikling, særligt pga. Femern-forbindelsen.<sup>251</sup> Herudover er der i forbindelse med byggeriet af Femern-forbindelsen etableret en fabrik i Rødbyhavn, der har skabt mange arbejdspladser.
464. [xxx].<sup>252</sup>
465. Hvis der ses på et catchment område på fem minutter fra Target, er der ikke noget overlap mellem Parterne inden for området, men den største diversion ratio fra Target vil være til Netto, jf. ovenfor. Salling vil efter fusionen inden for et catchment område på fem minutter i Rødbyhavn få en markedsandel på [30-40] pct. og REMA 1000 vil være den største aktør med [60-70] pct.<sup>253</sup>

*Konklusion på geografisk område*

466. Det er styrelsens vurdering, at der skal tages udgangspunkt i et catchment område på 10 minutters kørsel fra Parternes butikker, da styrelsens undersøgelse viser, at [80-90] pct. af respondenterne har rejst i op til 10 minutter i bil, og Parternes undersøgelse viser, at [90-100] pct. af omsætningen i Netto-butikken i Rødby stammer fra kunder bosat i Rødby. Styrelsens undersøgelse viser, at kun [50-60] pct. af omsætningen stammer fra respondenter, der har kørt op til fem minutter i bil, hvorfor der ikke skal tages udgangspunkt i et område afgrænset til fem minutters kørsel i bil fra Target. Området baseret på 10 minutters kørsel fra Parternes butikker udgør således rammen for vurderingen, herunder opgørelse af markedsandele m.v., idet konkurrencepres fra butikker beliggende uden for området dog også inddrages i vurderingen, jf. nedenfor, men at der ses et større konkurrencepres fra de konkurrenter, der ligger tættest på Parterne.

**5.2.5.8.1.3 Konkurrencepres**

467. Som angivet ovenfor ligger REMA 1000 ca. to minutters kørsel fra Target. REMA 1000 anses for at være en af Parternes tætte konkurrenter, da de konceptuelt minder meget om hinanden. Dette understøttes også af diversion ratio fra styrelsens undersøgelse i Rødbyhavn, jf. ovenfor, der viser, at REMA 1000 lægger et betydeligt konkurrencepres på Target, jf. Tabel 5.17. Styrelsens resultater fra Netto-butikken indikerer også, at REMA 1000 er et af de foretrukne alternativer for respondenter. Resultaterne fra undersøgelsen i Netto-butikken er dog udelukkende baseret på ni respondenter.

<sup>249</sup> Der er i opgørelsen af markedsandele på 15 minutter ikke taget højde for, at Dagli'Brugsen er lukket. Markedsandele, HHI og ændringen i HHI vil derfor reelt være højere.

<sup>250</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, appendix 11

<sup>251</sup> Femern-forbindelsen forventes at være klar i 2029.

<sup>252</sup> Jf. [xxx].

<sup>253</sup> Markedsandele når der tages højde for, at Dagli'Brugsen i Rødbyhavn er lukket.

468. Herudover indikerer styrelsens undersøgelse, at Netto lægger et [xxx] konkurrencepres på Target med en diversion ratio på [20-30] pct., jf. Tabel 5.17 ovenfor, hvorimod Target ikke lægger et [xxx] konkurrencepres på Netto, da der er en diversion ratio fra Netto til Target på [0-5] pct.
469. Som anført i punkt 459 ovenfor er der også et vist konkurrencepres fra butikker, der ligger uden for et 10 minutters catchment område fra Parterne. Fra Target er der en samlet diversion ratio til butikker uden for området på [20-30] pct. Det er styrelsens vurdering, at Netto og REMA 1000 er tætte konkurrenter til Target, der derfor lægger et væsentligt konkurrencepres på Target. Det er styrelsens vurdering, at de butikker, der ligger uden for 10 minutters kørsel fra Target ikke lægger et væsentligt konkurrencepres på Parterne baseret på diversion ratios.

#### 5.2.5.8.1.4 Fusionen fjerner en uafhængig konkurrent i lokalområdet

470. Target har forud for fusionen en markedsandel på [10-20] pct., jf. Tabel 5.15 ovenfor. Targets [xxx] markedsandel viser, at Target er en væsentlig uafhængig aktør for kunderne i Rødbyhavn, og at det er en stor andel af kunderne i Rødbyhavn, der bliver berørt af fusionen.
471. Fusionsscenarioet medfører, at det udelukkende vil være Salling med to Netto-butikker og REMA 1000, der er til stede i Rødby/Rødbyhavn.
472. [xxx] har anført over for styrelsen, [xxx], jf. 5.2.1.3.2.1 ovenfor. [xxx]. Dette medfører, at [xxx], der ville overtage Targets butikslokale, vil det kontrafaktiske scenarie være, at der vil komme en ny uafhængig aktør ind i Rødbyhavn, der ikke allerede er til stede. Dette vil skabe et større udvalg og variation af dagligvarer, herunder også tilbudsaviser og kampagner, end i fusionsscenarioet.
473. Fusionsscenarioet medfører således en begrænsning i variationen i vareudbuddet relativt til det kontrafaktiske scenarie. Derudover kan fusionen, bl.a. pga. den forholdsvis høje diversion ration fra Target til Netto, øge incitamentet til en forværring af en række lokale konkurrenceparametre såsom kvalitet, service, udbud af varer, åbningstider osv., der kan have stor betydning for kunderne i lokalområdet.

#### 5.2.5.8.1.5 Potentiel konkurrence

474. Potentiel konkurrence er en relevant faktor i vurderingen af, om en horisontal fusion kan give anledning til ensidige virkninger. Det skyldes, at eksistensen af potentiel konkurrence af tilstrækkelig styrke vil kunne virke disciplinerende på markedets eksisterende aktører og modvirke eventuelle prisstigninger som følge af fusionen.<sup>254</sup> Potentiel konkurrence skal her forstås som etablering af nye aktører på markedet, der ikke aktuelt er til stede på det pågældende marked, samt eksempelvis repositionering eller ekspansion blandt eksisterende aktører på det pågældende marked.
475. For at potentiel konkurrence kan anses for at lægge et tilstrækkeligt konkurrencepres på Parterne, skal det være *sandsynligt, rettidigt og tilstrækkeligt* til at forhindre eller imødegå fusionens potentielle konkurrencebegrænsende virkninger, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>255</sup>
476. Kommissionen har i tidligere praksis endvidere præciseret, at det ikke drejer sig om, hvorvidt nye aktører er i stand til at fremstille og sælge det pågældende produkt, men om *"hvorvidt det er sandsynligt, at de vil gøre det i et sådant omfang og på et sådant prisniveau, at der hurtigt og effektivt bliver sat en stopper for prisforhøjelser eller for opretholdelse af et prisniveau, der ligger*

<sup>254</sup>Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, afsnit VI.

<sup>255</sup>Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 68.

langt over, hvad der ville være gældende under effektive konkurrencevilkår”, (Styrelsens understregning).<sup>256</sup>

477. Kommissionen har for så vidt angår vurderingen af sandsynlighed bl.a. lagt vægt på, om det er rentabelt for potentielle konkurrenter at indtræde på det relevante marked.<sup>257</sup> Kommissionen har anført, at bl.a. adgangsbarrierer er af betydning for denne vurdering.<sup>258</sup>
478. Kommissionen har for så vidt angår vurderingen af rettidighed anført, at virksomhedstilgang vil være rettidig, hvis den er *”tilstrækkelig hurtig og vedvarende til at forhindre eller imødegå udnyttelsen af markedsmagten. Hvilken periode der er rimelig, afhænger af markedets karakteristika og dynamik og de potentielle nye virksomheders muligheder. Virksomhedstilgang betragtes dog normalt kun som rettidig, hvis den sker inden for to år.”*<sup>259</sup>
479. For så vidt angår vurderingen af tilstrækkelighed fremgår det af Kommissionens retningslinjer, at virksomhedstilgangen skal være tilstrækkelig omfattende *”til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.”*<sup>260</sup> Herefter bemærker Kommissionen, at en beskednen virksomhedstilgang, fx til en markedsniche, ”nok ikke” vil være tilstrækkelig.<sup>261</sup>
480. Kommissionen har i *Skanska/Scancem*<sup>262</sup> i overensstemmelse hermed anført følgende i forbindelse med vurderingen af potentiel konkurrence:
- ”I forbindelse med denne vurdering er det relevante spørgsmål imidlertid ikke blot, om en ny virksomhed kan komme ind på markedet, men også om det kan ske i et omfang, der er tilstrækkeligt til at afskære Skanska fra at optræde stort set uafhængigt af sine konkurrenter efter fusionen. I den forbindelse skal det bemærkes, at ingen af de angivne nye markedsdeltagere har været i stand til at sikre sig en væsentlig del af markedet, og at de begrænsede positioner, de har opnået, er taget fra andre mindre producenter eller muligvis fra Strängbetong.”*
481. Konkurrencerådet har ligeledes i overensstemmelse med Kommissionens praksis i tidligere afgørelser vurderet, at virksomhedstilgang ikke var tilstrækkelig til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger, med henvisning til at virksomhedstilgangen ikke ville kunne lægge et tilstrækkeligt konkurrencemæssigt pres, som vil kunne erstatte det pres, der forsvinder som følge af fusionen.<sup>263</sup>
482. Som et led i analysen af potentiel konkurrence vil styrelsen foretage en vurdering af adgangsbarriererne på markedet for detailsalg af dagligvarer i Rødbyhavn, samt sandsynligheden for, at eksisterende aktører eksempelvis vil repositionere sig eller lignende. I det følgende vil dette

<sup>256</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 22. juli 1992 i sag M.190, *Nestle/Perrier*, punkt 91.

<sup>257</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser, (2004 C 31/5), punkt 69.

<sup>258</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser, (2004 C 31/5), punkt 70.

<sup>259</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser, (2004 C 31/5), punkt 74.

<sup>260</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser, (2004 C 31/5), punkt 75.

<sup>261</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsoverdragelser, (2004 C 31/5), punkt 75.

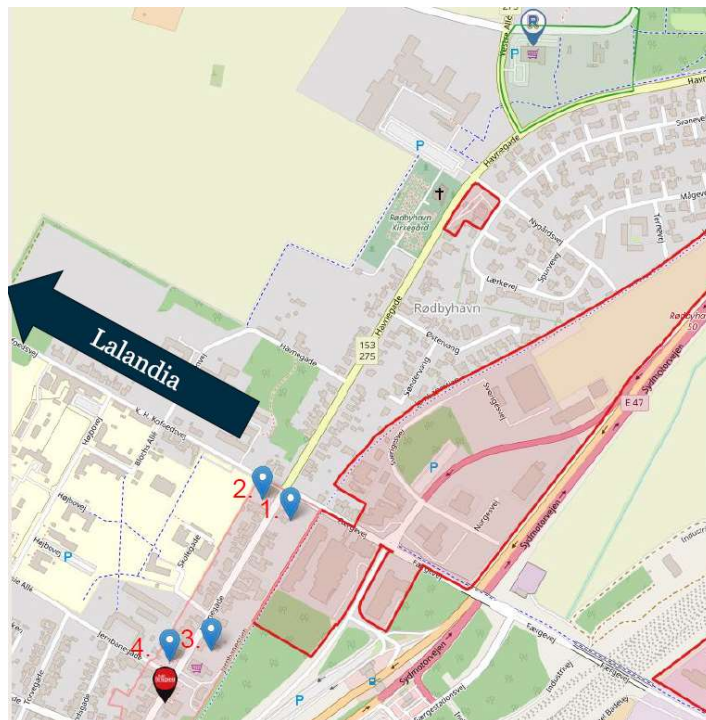
<sup>262</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 11. november 1998 i sag M.1157, *Skanska/Scancem*.

<sup>263</sup> Jf. eksempelvis Konkurrencerådets afgørelse af 24. juni 2020, *SEAS-NVE's køb af Ørsted-selskaber*, punkt 605, samt Konkurrencerådets afgørelse af 28. maj 2014, *EY's erhvervelse af KPMG Danmark*, punkt 34.

samt Parternes bemærkninger blive behandlet i forhold til at vurdere om potentiel konkurrence kan imødegå de konkurrencemæssige betænkeligheder, styrelsen har i Rødbyhavn.

483. For så vidt angår potentiel konkurrence har Parterne anført, at der er lave adgangsbarrierer i Rødby, da ALDI's tidligere butikslokale på Østergade 58 står tomt.<sup>264</sup> Hertil har ALDI bemærket, at ALDI valgte at flytte fra det tidligere butikslokale i Rødby, [xxx].<sup>265</sup> Parterne har herudover henvist til etableringsmuligheder i Rødbyhavn på Havnegade, hvor der ifølge Parterne er tre projektplaceringer tæt på Targets placering, jf. Figur 5.13 nedenfor.

Figur 5.13 Etableringsmuligheder i Rødbyhavn



**Note:** På kortet fremgår Targets butikslokale (1) samt de tre projektplaceringer (2-4)

*Kilde: Parternes illustration, jf. materiale til møde med styrelsen af 5. september 2023.*

484. Parterne har forklaret, at området med de mulige projektplaceringer er godkendt til, at der må etableres dagligvarebutikker op til 1.200 kvm. [xxx].<sup>266</sup>

<sup>264</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, appendix 4, side 18.

<sup>265</sup> Jf. Referat af MOB-møde den 25. august 2023.

<sup>266</sup> Jf. Sallings besvarelse af 13. september 2023 af styrelsens spørgsmål af 5. september 2023.

### 5.2.5.8.1.5.1 Styrelsens vurdering af potentiel konkurrence

485. I det følgende gennemgås styrelsens vurdering af potentiel konkurrence fra nye og eksisterende aktører på markedet, herunder om denne vurderes at kunne imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.
486. Styrelsen har bl.a. spurgt Parternes konkurrenter (Coop, REMA 1000, Dagrofa, Lidl, ABC Lavpris og Løvbjerg), om de har planer for butiksåbninger i 2023 og 2024, og i så fald hvilke adresser butikkerne planlægges at åbne. [xxx].
487. [xxx]. [xxx].<sup>267</sup> [xxx].<sup>268</sup> [xxx].<sup>269</sup> [xxx].
488. Som anført ovenfor lukkede Dagli'Brugsen i Rødbyhavn i september 2023. Styrelsen har hertil adspurgt [xxx], om de kunne være interesseret i at overtage Dagli'Brugsens [xxx].<sup>270</sup> [xxx].<sup>271</sup> Dagli'Brugsen i Rødbyhavn var drevet af Sakskebøbing Brugsforening og ikke af Coop selv. [xxx].<sup>272</sup> [xxx].<sup>273</sup> Det fremgår af Tabel 5.18 nedenfor hvor stort areal butikkerne har inden for et område på 10 minutters kørsel fra Target. [xxx],<sup>274</sup>

Tabel 5.18 Areal på butikker inden for 10 minutters kørsel i bil omkring Target i Rødbyhavn

Kæde	Butik	Adresse	Butiksareal (kvm)
Salling	Netto	Årbyesvej 22, Rødby	1.012
ALDI	Target	Færgevej 2, Rødby	1.200
ALDI	ALDI (lukket)	Østergade 58, Rødby	869
Coop	Dagli'Brugsen (lukket)	Havnegade 28 C, Rødby	614
COMA	COMA	Vestervej 111, Holeby	685
REMA 1000	REMA 1000	Kongeledet 54, Rødby	1.040

Kilde: Bygnings- og Boligregistret, bbr.dk samt oplysninger fra Parterne.

Note: Salgsarealet, som er det område, kunderne har adgang til, er mindre end butiksarealet.

489. På trods af, at Parterne har angivet, at der er flere mulige placeringer i Rødbyhavn, herunder flere projektplaceringer, der har en god placering tæt på Target, Dagli'Brugsens butikslokale i Rødbyhavn og ALDI's gamle butikslokale i Rødby, er det styrelsens vurdering, [xxx]. Femern-

<sup>267</sup> Jf. [xxx].

<sup>268</sup> Jf. [xxx].

<sup>269</sup> Jf. [xxx].

<sup>270</sup> Jf. [xxx].

<sup>271</sup> Jf. [xxx].

<sup>272</sup> Jf. [xxx].

<sup>273</sup> Jf. [xxx].

<sup>274</sup> Jf. [xxx].

---

forbindelsen vil skabe mere trafik i Rødbyhavn, hvilket er attraktivt for aktørerne, men da forbindelsen først er færdig i 2029, er det styrelsens vurdering, at der [xxx].

#### 5.2.5.8.1.5.2 Konklusion vedrørende potentiel konkurrence

490. Det er styrelsens vurdering af potentiel konkurrence, at det er muligt, [xxx], da området anses for attraktivt særligt pga. den trafik, som Femern-forbindelsen vil skabe. Parterne har i den forbindelse peget på ledige butikslokaler samt mulige projektplaceringer, der kan bruges til dagligvarebutikker. Det er dog styrelsens vurdering ud fra de overvejelser og betragtninger, som Parternes konkurrenter samt ALDI har præsenteret, at de eksisterende butikslokaler i området ikke anses for at være attraktive og anvendelige, herunder grundet det begrænsede tilgængelige butiksbareal. For så vidt angår muligheden for at etablere en ny dagligvareforretning i området i form af et butikspjækt, er det styrelsens vurdering, at [xxx], hvis fusionen gennemføres, og at en sådan [xxx].
491. Det er derfor styrelsens vurdering, at den potentielle konkurrence i Rødbyhavn ikke er tilstrækkelig til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.

#### 5.2.5.8.1.6 Konklusion

492. Som anført ovenfor har Parterne en samlet markedsandel på mindst [40-50] pct. inden for et catchment område på 10 minutters kørsel fra Target, hvor Targets markedsandel er [10-20] pct., og fusionen vil således berøre en stor andel af kunderne i Rødbyhavn. Fusionsscenarioet indebærer, at det udelukkende er Netto og REMA 1000, der vil være tilstede i Rødby og Rødbyhavn, hvilket i betydelig grad begrænser kundernes udvalg og variationen i udbuddet.
493. Det kontrafaktiske scenarie medfører, at en ny uafhængig aktør, der ikke allerede er til stede, vil indtræde i et område på 10 minutters kørsel fra Target i Rødbyhavn og dermed skabe et større udvalg og variation af dagligvarer, herunder også tilbudsaviser og kampagner, end i fusionsscenarioet.
494. Variationen i udbuddet af dagligvarebutikker er allerede begrænset i Rødbyhavn og Rødby. Det er kun REMA 1000, der konceptuelt er nære konkurrenter til Parterne, der er tilstede inden for 10 minutters kørsel fra Target. Styrelsens markedsundersøgelse understøtter, at det netop er Netto i Rødby og REMA 1000 i Rødbyhavn, der er de nærmeste alternativer til Target i Rødbyhavn. Samtidig har [xxx].
495. På den baggrund er det samlet set styrelsens vurdering, at fusionen medfører et mindre udvalg og variation i udbuddet af dagligvarebutikker, herunder også tilbudsaviser og kampagner, i Rødbyhavn og Rødby sammenlignet med det kontrafaktiske scenarie. Derudover medfører fusionen også risiko for ensidige virkninger i form af et øget incitament til en forværring af lokale konkurrenceparametre, herunder eksempelvis kvalitet, service, udbud af varer, åbningstider osv. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Rødbyhavn.
496. Idet Salling har afgivet tilsagn om frasalg, der indebærer et frasalg af Targets butikslokale i Rødbyhavn, og det horisontale overlap mellem Parterne i Rødbyhavn dermed forsvinder, er det styrelsens vurdering, at fusionen med de afgivne tilsagn, jf. afsnit 5.3 nedenfor, ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i Rødbyhavn.

---

### 5.2.5.8.2 Stubbekøbing

497. Både Target og Salling drev forud for fusionen butikker i Stubbekøbing. Salling har en Netto-butik på Vestergade 32 A, ca. to minutters køretid i bil fra Targets butik på Nykøbingvej i Stubbekøbing.<sup>275</sup> Targets butik i Stubbekøbing lukkede i september 2022 pga. ombygning og er ikke blevet genåbnet, efter at ombygningen blev færdiggjort, da ALDI forud for genåbningen havde indgået aftale med Salling om overdragelse af butikken.
498. Target og Salling har samme catchment område, jf. også kortet i Figur 5.14 nedenfor. Inden for et område afgrænset til fem minutters køretid i bil fra hver af Parternes butikker, lå i 2022 endvidere en Fakta-butik. Fakta-butikken lukkede i november 2022, og Coop har meldt ud, at Coop ikke har planer om at genåbne butik på denne adresse i Stubbekøbing.<sup>276</sup> Som anført nedenfor blev Fakta-butikken lukket, [xxx]. Fakta-butikken blev lukket i november 2022 sammen med 23 øvrige Fakta-butikker.<sup>277</sup> I et område afgrænset i op til 10 minutters køretid i bil fra Parternes butikker findes der endvidere også en Min Købmand i Horbelev.
499. Da Target-butikken har været lukket pga. ombygning siden september 2022, og Fakta-butikken lukkede i november 2022, er Salling med Netto-butikken den eneste dagligvareaktør centralt i Stubbekøbing i dag. Såfremt fusionen gennemføres, vil Salling fortsat være den eneste dagligvareaktør i Stubbekøbing. Som anført i afsnit 5.2.1.3.2.2 ovenfor, er det kontrafaktiske scenarie, at hvis fusionen ikke gennemføres, vil der komme en ny uafhængig aktør ind på markedet, der ikke allerede er til stede i Stubbekøbing i dag, og det er derfor ud fra dette kontrafaktiske scenarie, at fusionens virkninger skal vurderes.
500. Et område afgrænset op til 15 minutters køretid i bil fra Parternes butikker inkluderer nabo-byen Nr. Alslev, som er en større by med flere indkøbsmuligheder. Her ligger en REMA 1000, en SuperBrugsen, en Netto og en ALDI, som dog lukkede i februar 2023 og ikke er blevet købt af en anden dagligvarekæde.<sup>278</sup>

---

<sup>275</sup> Jf. Google Maps med afrejse fra "ALDI Nykøbingvej 42, 4850 Stubbekøbing" til "Netto Vestergade 32 A, 4850 Stubbekøbing", tirsdag d. 12. september kl. 13:00.

<sup>276</sup> Jf. <https://folketidende.dk/lokal-nyt/fakta-lukker-ny-butik-paa-vej> (tilgået 11. oktober 2023)

<sup>277</sup> Jf. <https://fodevarewatch.dk/Detail/article14563290.ece> (tilgået 29. september 2023)

<sup>278</sup> ALDI-butikken i Nr. Alslev blev lukket den 2. februar 2023. ALDI-butikken er ikke blevet købt af en anden dagligvareaktør.

---



Figur 5.14 Område afgrænset til henholdsvis fem og 10 minutters køretid i bil omkring Target og Netto på henholdsvis Nykøbingvej og Vestergade i Stubbekøbing



**Note:** Lokalområdet er tegnet med udgangspunkt i Targets butik. Target og Netto ligger ca. to minutters køretid i bil fra hinanden, hvorfor der er tale om samme catchment område for begge butikker. Det grønne område svarer til fem minutters køretid i bil fra butikkerne, mens det blå område svarer til 10 minutters køretid i bil fra butikkerne.

Kilde: Kortet er udarbejdet af Styrelsen

#### 5.2.5.8.2.1 Markedsandele og HHI

501. I styrelsens vurdering sammenlignes fusionsscenariet med det kontrafaktiske scenarie. Det er styrelsens vurdering, jf. afsnit 5.2.1.3.2.2 ovenfor, at det kontrafaktiske scenarie medfører, at der vil komme en ny uafhængig aktør ind på markedet, der ikke allerede er til stede, og som vil erstatte Target. Der tages derfor udgangspunkt i Targets markedsandele før fusionen. Som anført nedenfor tages der udgangspunkt i omsætningstal fra 2022, hvor Fakta stadig var åben. De reelle markedsandele, HHI samt ændringen i HHI vil derfor være højere, hvis omsætningen fra Fakta fordeles ud på Netto, Target og Min Købmand.<sup>279</sup>
502. Forud for fusionen er Salling den største aktør i Stubbekøbing, og Target er den tredjestørste aktør, jf. Tabel 5.19 nedenfor. Target havde en markedsandel på [10-20] pct. i 2022, hvilket indikerer, at Target er en væsentlig alternativ aktør for kunderne i Stubbekøbing. ALDI's beslutning om at ombygge butikken viser, at Target havde en væsentlig rolle i Stubbekøbing, og at det var et område, som ALDI prioriterede ved at investere i at bygge en ny, større butik.

<sup>279</sup> Da der tages udgangspunkt i omsætningstal for 2022, vil Parternes fælles markedsandel i fusionsscenarioet blive undervurderet. Der tages derfor udgangspunkt i et scenarie, der er til gunst for Parterne, og det har derfor ikke betydning for styrelsens vurdering af fusionen.

503. Variationen i udbuddet er allerede begrænset i Stubbekøbing, da Fakta-butikken lukkede i november 2022. Fusionsscenariet medfører, at det udelukkende vil være Netto, der er til stede i Stubbekøbing og Min Købmand i Horbelev inden for et område på 10 minutters kørsel fra Target.
504. Som anført i afsnit 5.2.1.3.2.2 ovenfor har [xxx] budt på butikken i Stubbekøbing ud over Salling. [xxx].
505. I det kontrafaktiske scenarie tages der derfor udgangspunkt i scenariet, hvor [xxx] vil overtage Targets butikslokale, hvilket vil medføre, at en ny aktør træder ind i Stubbekøbing.
506. På et marked for detailsalg af dagligvarer afgrænset til en køretid i bil på 10 minutter omkring Targets butik i Stubbekøbing, havde Target forud for fusionen en markedsandel på minimum [10-20] pct., mens Salling havde en markedsandel på minimum [40-50] pct. Salling vil efter fusionen opnå en markedsandel på minimum [60-70] pct., jf. Tabel 5.19. Markedsandelene er identiske, hvis der tages udgangspunkt i et område på 10 minutters køretid i bil omkring Salling Netto-butik i Stubbekøbing.

Tabel 5.19 Markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i en køretid på 10 minutter i bil omkring Target og Netto i Stubbekøbing

	Før fusionen	Efter fusionen
	Markedsandele (pct.)	Markedsandele (pct.)
Salling	[40-50]	[60-70]
Netto	[40-50]	[60-70]
Target <sup>1</sup>	[10-20]	-
Fakta <sup>2</sup>	[20-30]	[20-30]
Dagrofa	[10-20]	[10-20]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>HHI</b>	[2.500-3.000]	[4.000-5.000]
<b>Ændring i HHI</b>	-	[≥ 150]

**Note:** Markedsandele for Stubbekøbing angiver markedsandele og HHI beregnet med udgangspunkt i et område afgrænset op til 10 minutters køretid i bil fra Targets butik i Stubbekøbing, totalmarkedet for dette område er [xxx]. kr. Den estimerede omsætning uden Fakta er [xxx]. kr.

**Anm.:** (1) Targets butik i Stubbekøbing lukkede i september 2022 for ombygning og har ikke været åben siden. Markedsandelen for Target er beregnet på baggrund af omsætningen i Targets butik for den del af 2022, hvor Targets butik var åben. (2) Coop drev en Fakta i Stubbekøbing, som lukkede i november 2022. Markedsandele for Coop er baseret på omsætning fra denne Fakta. Hvis Faktas omsætning blev fordelt på de øvrige aktører, forholdsmæssigt ud fra aktørernes markedsandele i Stubbekøbing i 2022, inden for et catchment område på 10 minutter fra Target, vil Parterne have en samlet markedsandel på [70-80] pct. med et overlap på [20-30] procentpoint. HHI vil efter fusionen være på [6.000-7.000] med en ændring i HHI på [≥ 150].

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022

507. I et område afgrænset til 10 minutter omkring Targets butik og Netto i Stubbekøbing vil HHI efter fusionen være [4.000-5.000] med en ændring i HHI på [≥ 150]. Niveauet for HHI sammen med ændringen heri ligger dermed over de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det

er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner.<sup>280</sup>

508. I første halvdel af 2023 har kun Salling og Dagrofa været aktive inden for 10 minutters kørsel fra Target og Netto i Stubbekøbing, da ALDI's butik i Stubbekøbing ikke er genåbnet efter ombygningen, og Fakta permanent er lukket. Sallings, Targets og Dagrofas markedsandele, HHI samt ændringen i HHI i et område afgrænset til 10 minutter fra Targets og Nettos butikker vurderes derfor i praksis at være højere end angivet i tabellen ovenfor, hvilket gælder både med og uden fusionens gennemførelse, da disse er beregnet på baggrund af omsætningstal for 2022. Det har dog ikke nogen betydning for vurderingen af fusionens virkninger, om der tages højde for, at Target er lukket pga. ombygning, og Fakta er lukket.

#### 5.2.5.8.2.2 Kundernes transportvillighed

509. Styrelsens markedsundersøgelse viser, at [80-90] pct. af omsætningen i Netto-butikken<sup>281</sup> foretages af kunder, der har transporteret sig i op til 10 minutters køretid i bil fra butikken.<sup>282</sup> Styrelsens undersøgelse indikerer derfor, at det er et catchment område på 10 minutter, området skal vurderes ud fra.
510. Styrelsen har udelukkende foretaget markedsundersøgelsen i Netto-butikken i Stubbekøbing, da Target er lukket pga. ombygning. Det er styrelsens vurdering, at det er retvisende at anvende resultaterne for kundernes transporttid fra styrelsens undersøgelse, selvom der udelukkende er data fra Netto-butikken. Dette skyldes bl.a., at Parternes butikker kun ligger to minutters kørsel fra hinanden hvilket, som anført ovenfor, medfører, at Parterne har samme catchment område, og der stort set er samme afstand til de øvrige i dagligvarebutikker i nærområdet. Det skal dog tages i betragtning ved fortolkningen af besvareelserne, at der på svartidspunktet ikke har været en åben, alternativ dagligvareforretning i Stubbekøbing, hvilket adskiller sig fra det relevante kontrafaktiske scenarie, hvor der vil komme en ny uafhængig aktør ind i Stubbekøbing, jf. nærmere herom nedenfor.
511. Parterne har i uge 38 og 39 i 2023 foretaget en yderligere undersøgelse i en række Salling butikker på Lolland-Falster, hvor kunderne i forbindelse med deres køb er blevet bedt om at oplyse deres postnummer. Denne undersøgelse viser, at [80-90] pct. af omsætningen i Netto-butikken i Stubbekøbing stammer fra kunder bosat i Stubbekøbing.<sup>283</sup> Dette understøtter, at området skal vurderes ud fra et catchment område på 10 minutters køretid.

#### *Overvejelse om større geografisk område end 10 minutter*

512. Resultaterne i styrelsens markedsundersøgelse viser dog også, at nogle af respondenterne er villige til at transportere sig længere end 10 minutter, fx i tilfælde af en prisstigning, eller hvis den butik, de netop havde handlet i, var lukket. I styrelsens markedsundersøgelse blev respondenterne spurgt til, hvor meget ekstra tid, de ville være villige til at bruge på transport, hvis det kunne spare dem 5-10 pct. på det køb, de netop havde foretaget. Undersøgelsen viste, at respondenterne samlet set er villige til at køre en smule længere som reaktion på en eventuel prisstigning. Den tid, som respondenterne *i alt* vil være villige til at køre (dvs. den faktiske køretid plus

<sup>280</sup> Af Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 19 fremgår, at det er usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er under 1.000. Af punkt 20 fremgår yderligere, at det også anses for usandsynligt, at en fusion vil medføre konkurrencemæssige problemer, hvis HHI efter fusionen er mellem 1.000 og 2.000, og delta er under 250, eller hvis HHI efter fusionen er over 2.000, men delta er mindre end 150 – medmindre der foreligger særlige omstændigheder.

<sup>281</sup> Det bemærkes, at der er 54 observationer fra Netto-butikken.

<sup>282</sup> Respondenternes svar er vægtet ud fra størrelsen på deres køb.

<sup>283</sup> Jf. Parternes markedsundersøgelse foretaget i uge 38/39 2023. Antal respondenter i Netto i Rødby er 788.

den ekstra køretid som reaktion på en prisstigning) viser, at [80-90] pct. af omsætningen foretages af kunder, der er villige til at køre i op til 15 minutter samlet set. [30-40] pct. af respondenterne er ikke villige til at transportere sig yderligere som reaktion på en prisstigning.

513. Generelt for diversion ratio for Netto-butikken i Stubbekøbing bemærkes det, at kunderne ikke har andre alternative dagligvarebutikker i selve Stubbekøbing. Adspurgt til, hvor kunden alternativt vil handle, er eneste mulighed således at svare en butik uden for Stubbekøbing (dog har det også været muligt at svare "online butik", "ved ikke" eller "Jeg ville ikke have foretaget indkøbet, hvis denne Netto ikke fandtes"). De beregnede diversion ratios skal derfor tolkes med dette forbehold.
514. Styrelsens undersøgelse viser, at der er en diversion ratio fra Netto til REMA 1000 på [50-60] pct., jf. Tabel 5.20 nedenfor. Den tætteste REMA 1000 ligger i Nr. Alslev, der ligger uden for catchment området på 10 minutter. Der er endvidere en diversion ratio til SuperBrugsen på [0-5] pct., der også ligger i Nr. Alslev. Herudover ses det endvidere af tabellen nedenfor, at respondenterne ville vælge butikker, der ligger uden for et 15 minutters område, herunder Meny, Kvickly, ALDI<sup>284</sup>, Føtex og 365discount. Der er således [60-70] pct., der angiver, at de ville handle i butikker, som ligger mere end 10 minutter fra Netto, mens [10-20] pct. angiver at ville handle i butikker, der ligger mere end 15 minutter fra Netto. Der skal i inddragelsen af diversion ratio i Stubbekøbing tages højde for, at kunderne reelt ikke har haft andre butikker at vælge mellem centralt i Stubbekøbing, hvorfor kunderne primært har valgt butikker, der ligger uden for et område på 10 minutters kørsel fra Target

Tabel 5.20 **Diversion ratio fra Netto i Stubbekøbing**

Diversion ratio fra Netto til:	Pct.
REMA 1000	[50-60]
Online	[20-30]
Min Købmand	[5-10]
Meny	[0-5]
ALDI	[0-5]
Jeg ville ikke have foretaget indkøbet, hvis denne Netto ikke fandtes	[0-5]
SuperBrugsen	[0-5]
365discount	[0-5]
Kvickly	[0-5]
Føtex	[0-5]
<b>Total</b>	<b>100</b>

Kilde: Styrelsens undersøgelse blandt Sallings kunder, 2023

<sup>284</sup> ALDI i Nr. Alslev på lukket i februar 2023. Det er derfor styrelsens vurdering, at respondenterne henviser til en ALDI-butik, der ligger uden for et område på 15 minutter.

515. Hvis der blev taget udgangspunkt i et catchment område på 15 minutter, ville Parternes fælles markedsandel, baseret på omsætningstal fra 2022, være minimum [40-50] pct. med et overlap på [5-10] pct. Efter fusionen ville HHI være [2.500-3.000] med en ændring i HHI på  $\geq 150$  sammenholdt med det kontrafaktiske scenarie.<sup>285</sup> I dette tilfælde vil HHI og ændringen heri fortsat være over de af Kommissionen fastsatte grænser for, hvornår det er usandsynligt, at der kan påvises horisontale, konkurrencemæssige problemer, jf. ovenfor. Der vil dog være tale om et mindre overlap samt en mere begrænset ændring i HHI end inden for 10 minutters køretid.

*Konklusion på geografisk område*

516. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at der skal tages udgangspunkt i et catchment område på 10 minutters kørsel fra Parternes butikker, da styrelsens undersøgelse viser, at [80-90] pct. af respondenterne har rejst i op til 10 minutter i bil. Der er desuden tale om et geografisk område, der i vid udstrækning er omkranset af vand, og hvor en del af forbrugerne vil have større afstand til nærmeste by med alternative indkøbsmuligheder, end afstanden hertil fra fx Netto og Target i Stubbekøbing. Området baseret på 10 minutters kørsel fra Parternes butikker udgør således rammen for vurderingen, herunder opgørelse af markedsandele m.v., idet konkurrencepres fra butikker beliggende uden for området dog også inddrages i vurderingen, jf. nedenfor.
517. Det er hertil også relevant at bemærke, at Salling, i deres undersøgelse af Target i Stubbekøbing forud fra styrelsens behandling af fusionen, har estimeret, [xxx].<sup>286</sup>

**5.2.5.8.2.3 Konkurrencepres**

518. Som angivet ovenfor lægger REMA 1000 et væsentligt konkurrencepres på Netto-butikken i Stubbekøbing med en diversion ratio fra Netto på [50-60] pct. Undersøgelsen er dog kun foretaget i Netto, da Target er lukket pga. ombygning, hvorfor det ikke har været muligt at beregne diversion ratio fra Target. Styrelsens markedsundersøgelse viser, at den samlede diversion ratio fra Netto til REMA 1000 på tværs af alle byer i styrelsens markedsundersøgelse er [50-60] pct. REMA 1000 er således, [xxx], den konkurrerende kæde, der lægger det største konkurrencepres på Netto. Diversion ratio i Stubbekøbing stemmer derfor godt overens med den samlede diversion fra Netto, jf. Tabel 5.1 ovenfor, til REMA 1000 på tværs af alle byer i markedsundersøgelsen, selvom undersøgelsen kun er foretaget i Netto-butikken.
519. Som anført ovenfor skal der i inddragelsen af diversion ratio i Stubbekøbing også tages højde for, at kunderne reelt ikke har haft andre butikker at vælge mellem centralt i Stubbekøbing, hvorfor kunderne primært har valgt butikker, der ligger uden for et område på 10 minutters kørsel fra Target. Der er en diversion ratio til Min Købmand i Horbelev på [5-10] pct., jf. Tabel 5.20 ovenfor, der er den eneste butik, der ligger inden for 10 minutters kørsel fra Target. Endvidere er der en diversion ratio til ALDI på [0-5] pct. På tidspunktet for styrelsens undersøgelse var både Target og ALDI i Nr. Alslev lukket, hvilket måske kan begrunde den lave diversion ratio fra Netto til ALDI.<sup>287</sup>
520. Som anført i Tabel 5.20 ovenfor er der en høj diversion til online-handel på [20-30] pct., men denne høje diversion skyldes en enkelt respondent, der har handlet for et beløb på [xxx] kr. og anført, at respondenter ville have handlet i en online-butik, hvis Netto-butikken i Stubbekøbing

<sup>285</sup> Inden for 15 minutter vil Parterne i fusionsscenarioet have en HHI efter fusionen på [2.500-3.000] og en fælles markedsandel på [40-50] pct. I det kontrafaktiske scenarie, hvor [xxx] overtager Targets lokation, vil der være en HHI efter fusionen på [2.500-3.000] og [xxx]. Der er en forskel på ændringen i HHI på  $\geq 150$ . Da Fakta-butikken er lukket, vil ændringen i HHI sammenholdt med det kontrafaktiske scenarie reelt være større end dette.

<sup>286</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, appendix 11, side 22

<sup>287</sup> ALDI i Nr. Alslev blev lukket i februar 2023.

ikke fandtes.<sup>288</sup> Det er styrelsens vurdering, at denne diversion ratio til online-butikker er overvurderet, og at online-butikker ikke er den dagligvarehandel-mulighed, der lægger det næststørste konkurrencepres på Netto-butikken. Til sammenligning er den uvægtede diversion ratio fra Netto i Stubbekøbing til online-butikker [0-5] pct.

521. For yderligere at belyse den lokale konkurrence har styrelsen indhentet omsætningsdata fra aktørerne i Stubbekøbing og Nr. Alslev for første halvår af 2023. I løbet af 2022 er Fakta lukket og Target er lukket pga. ombygning i Stubbekøbing og en yderligere ALDI-butik er lukket i Nr. Alslev i februar 2023. De resterende butikker i Stubbekøbing og Nr. Alslev forventes derfor at have øget deres omsætning som konsekvens af butikslukningerne. Omsætningstal fra første halvår af 2023 viser, at omsætningen i Netto-butikken i Stubbekøbing er [xxx] relativt til 2022, [xxx]. Omsætningen i de tre butikker i Nr. Alslev er [xxx], og her er [xxx]. Omsætningen i Min Købmand i Horbelev er [xxx]. Samlet set er ændringen i omsætningen i butikkerne i Stubbekøbing, Horbelev og Nr. Alslev [xxx], jf. Figur 5.15. [xxx] som reaktion på ændringer i udbuddet af dagligvarer i Stubbekøbing. Omvendt indikerer omsætningstallene også, [xxx].

Figur 5.15 Ændring i omsætning fra 2022 til 2023 for butikkerne i Stubbekøbing og Nr. Alslev

[xxx]

**Anm.:** Target i Stubbekøbing lukkede pga. ombygning i september 2022. Fakta i Stubbekøbing lukkede i november 2022. ALDI i Nr. Alslev lukkede i februar 2023.

**Note:** Figuren viser udelukkende butikkerne i Stubbekøbing og Nr. Alslev. Min Købmand i Horbelev ca. 10 minutters kørsel fra Target i Stubbekøbing har haft en beregnet [xxx] omsætning på [5-10] pct.

*Kilde: Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen på baggrund af data fra aktørerne*

522. At butikkerne uden for Stubbekøbing – og REMA 1000 i særdeleshed – forventes at lægge et konkurrencepres på Netto-butikken i Stubbekøbing understøttes også videre af styrelsens markedsundersøgelse. Styrelsen har spurgt kunder i Netto i Stubbekøbing, om de tidligere har handlet i Target i Stubbekøbing. For de kunder, der har svaret "ja", har styrelsen opfølgende spurgt, hvor de ville have handlet som alternativ til deres seneste indkøb i Target i Stubbekøbing. Til trods for, at markedsundersøgelsen er udført i Netto, og andelen af kunder, der svarer Netto som alternativ derfor forventes at være overvurderet, svarer [30-40] pct., at de ville have handlet i REMA 1000 som alternativ til Target i Stubbekøbing.<sup>289</sup> Adspurgt til, hvilken by kunderne ville have handlet i som alternativ til Target i Stubbekøbing, svarer [40-50] pct. Stubbekøbing, mens de øvrige [50-60] pct. svarer andre byer: [40-50] pct. svarer Nr. Alslev, [5-10] pct. svarer Nykøbing Falster, og [0-5] pct. svarer "en anden by". Der er altså flere kunder, der vil køre ud af Stubbekøbing for at handle, end der er kunder, der vil blive i Stubbekøbing (og antageligvis handle i Netto). Dette understøtter, at Netto er underlagt et konkurrencepres fra især butikkerne i Nr. Alslev, men også til dels i Nykøbing Falster.

<sup>288</sup> Det gennemsnitlige køb i Stubbekøbing er [xxx] kr. Hvis man ændrer denne observation fra [xxx] kr. til [xxx] kr. bliver diversion ration fra Netto til online-butik på [5-10] pct.

<sup>289</sup> Andele beregnet på baggrund af data fra styrelsens markedsundersøgelse i Netto i Stubbekøbing. Nogle kunder har angivet flere svar, eksempelvis både REMA 1000 og Dagli'Brugsen, og har ikke prioriteret disse svar. Hvis alle kunder, der har svaret REMA 1000 tælles som skift til REMA 1000, uanset om der også er svaret andre muligheder, fås en andel på [30-40] pct. Hvis alle, der har svaret både REMA 1000 og en anden aktør ikke tælles som REMA 1000, fås en andel på [30-40] pct.

- 
523. Markedsundersøgelsen viser dog omvendt også, at [xxx] [40-50] pct. af kunderne ville handle i Netto i Stubbekøbing som alternativ til Target i Stubbekøbing. Dette er en høj diversion, som dog skal tolkes med det forbehold, at markedsundersøgelsen har været udført i Netto i Stubbekøbing og således ikke har fanget kunder, der ikke handler i Netto i Stubbekøbing. Det er dog i overensstemmelse med udviklingen i omsætningen i området i første halvår af 2023, som [xxx].
524. Som anført ovenfor, kan fusionsscenarioet skabe øget incitament til prisstigninger eller til forværring af øvrige konkurrenceparametre, herunder kvalitet, service, udbud af varer, varesortiment, åbningstider osv., der kan have stor betydning for kunderne i lokalområdet.
525. Parterne har redegjort for, at der har været et naturligt eksperiment i Stubbekøbing efter Fakta-butikken har været lukket og Target har været lukket pga. ombygning. Siden november 2022 har Netto været den eneste butik til stede centralt i Stubbekøbing. Salling har angivet, at i denne periode, er der ikke ændret på hverken priser, åbningstider, bemanning eller bredden og dybden af sortimentet.<sup>290</sup> Salling har videre anført, at [xxx].<sup>291</sup> Salling mener derfor, at der ikke kan findes grundlag for styrelsens skadesteori om, at en begrænset konkurrence fører til, at Salling slækker på kvaliteten eller hæver priserne.
526. Det er styrelsens vurdering, at selvom Netto-butikken i Stubbekøbing ud fra styrelsens markedsundersøgelse er underlagt et betydeligt konkurrencepres fra butikker, der ligger længere væk end 10 minutters kørsel, er det ikke tilstrækkeligt til at forhindre, at fusionen fører til en forringelse for kunderne i Stubbekøbing. Styrelsens markedsundersøgelse og analysen af omsætningen i 1. halvår af 2023 indikerer, at [xxx] [40-50] pct. af Targets kunder vil vælge Netto i Stubbekøbing som alternativ til Target.

#### 5.2.5.8.2.4 Fusionen fjerner en uafhængig konkurrent i lokalområdet

527. Target har forud for fusionen en markedsandel på [10-20] pct., jf. Tabel 5.19 ovenfor. Targets [xxx] markedsandel viser, at Target er en væsentlig uafhængig aktør for kunderne i Stubbekøbing, og at det er en stor andel af kunderne i Stubbekøbing, der bliver berørt af fusionen.
528. Fusionsscenarioet medfører, at det udelukkende vil være Salling, der vil være til stede i Stubbekøbing. Det kontrafaktiske scenarie medfører, at en ny aktør vil indtræde i Stubbekøbing og dermed skabe et større udvalg og variation af dagligvarer, herunder også tilbudsaviser og kampanjer, end i fusionsscenarioet.
529. Som anført i afsnit 5.2.1.3.2.2 medfører det kontrafaktiske scenarie, at [xxx] vil overtage Targets butikslokale. Det kontrafaktiske scenarie vil derfor være bedre for forbrugerne end fusionsscenarioet, da der i dette tilfælde vil komme en ny uafhængig aktør ind i Stubbekøbing, der ikke allerede er til stede. Dette vil sikre et yderligere udvalg og variation af dagligvarer for kunderne.

#### 5.2.5.8.2.5 Potentiel konkurrence

530. Som anført i punkt 474-481 ovenfor er det relevant at inddrage potentiel konkurrence i vurderingen af, om en horisontal fusion kan give anledning til ensidige virkninger.
531. Styrelsen vil som led i analysen af potentiel konkurrence foretage en vurdering af adgangsbarriererne på markedet for detailsalg af dagligvarer i Stubbekøbing, samt sandsynligheden for, at eksisterende aktører eksempelvis vil repositionere sig eller lignende. I det følgende vil dette

---

<sup>290</sup> Jf. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens referat af styrelsens møde med Salling den 5. september 2023 samt Sallings mail til styrelsen af 13. september 2023.

<sup>291</sup> Jf. Sallings mail til styrelsen af 13. september 2023.

---



samt Parternes bemærkninger blive behandlet i forhold til at vurdere, om potentiel konkurrence kan imødegå de konkurrencemæssige betænkeligheder, styrelsen har i Stubbekøbing.

532. For så vidt angår potentiel konkurrence i Stubbekøbing har Parterne anført, at der er lave adgangsbarrierer, da der er mulighed for, at en ny aktør kan træde ind på markedet. Salling har bl.a. henvist til, at Fakta-butiklokalet ikke bliver benyttet. Herudover har Salling forklaret, [xxx].<sup>292</sup> [xxx].<sup>293</sup>
533. Desuden har Salling oplyst, at Salling i [xxx], se Figur 5.16 nedenfor, [xxx].<sup>294</sup> [xxx].<sup>295</sup> [xxx].<sup>296</sup> [xxx].

---

Figur 5.16 [xxx]

[xxx]

Note: [xxx]

Kilde: [xxx]

---

#### 5.2.5.8.2.5.1 Styrelsens vurdering af potentiel konkurrence

534. I det følgende gennemgås styrelsens vurdering af potentiel konkurrence fra nye og eksisterende aktører på markedet, herunder om denne vurderes at kunne imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.
535. Styrelsen har spurgt Parternes konkurrenter (Coop, REMA 1000, Dagrofa, Lidl, ABC Lavpris og Løvbjerg), om de har planer for butiksåbninger i 2023 og 2024 i Stubbekøbing, og i så fald hvilke adresser butikkerne planlægges at åbne. [xxx].
536. Styrelsen har endvidere spurgt [xxx] til interessen for Stubbekøbing. [xxx].<sup>297</sup> [xxx].<sup>298</sup>
537. [xxx].<sup>299</sup> [xxx].<sup>300</sup>
538. Som anført i afsnit 5.2.1.3.2.2 [xxx].<sup>301</sup> [xxx].

---

<sup>292</sup> Jf. Parternes fusionsanmeldelse, punkt 28.

<sup>293</sup> Jf. Sallings mail til styrelsen af 13. september 2023, bilag 1.

<sup>294</sup> [xxx].

<sup>295</sup> Jf. Sallings mail til styrelsen af 13. september 2023, bilag 1.

<sup>296</sup> Jf. Sallings mail til styrelsen af 13. september 2023, bilag 1

<sup>297</sup> Jf. [xxx].

<sup>298</sup> Jf. [xxx].

<sup>299</sup> Jf. [xxx].

<sup>300</sup> Jf. [xxx].

<sup>301</sup> Jf. [xxx].

---

539. [xxx].
540. Det fremgår af Tabel 5.21 nedenfor hvor stort areal butikkerne har inden for et område på 10 minutters kørsel fra Target.

Tabel 5.21 **Areal på butikker inden for 10 minutters kørsel i bil omkring Target i Stubbekøbing**

Kæde	Butik	Adresse	Butiksareal (kvm)
Salling	Netto	Vestergade 32A, Stubbekøbing	1.009
ALDI	Target (lukket pga. ombygning)	Nykøbingvej 42, Stubbekøbing	1.327
Coop	Fakta (lukket)	Trojels Gård 2, Stubbekøbing	1.072
Dagrofa	Min Købmand	Grønsundsvej 353, Horbelev	725

Kilde: Bygnings- og Boligregistret, bbr.dk samt oplysninger fra Parterne.

Note: Salgsarealet, som er det område, kunderne har adgang til, er mindre end butiksarealet.

541. På trods af, at Salling har påpeget [xxx], er det styrelsens vurdering, at [xxx]. Det er [xxx], der har vist interesse for Targets butikslokale, men [xxx]. Det er derfor styrelsens vurdering, at [xxx].

#### 5.2.5.8.2.5.2 Konklusion vedrørende potentiel konkurrence

542. Det er styrelsens vurdering af potentiel konkurrence i Stubbekøbing, at det [xxx].
543. Det er derfor styrelsens vurdering, at den potentielle konkurrence i Stubbekøbing ikke er tilstrækkelig til at forhindre eller imødegå fusionens konkurrencebegrænsende virkninger.

#### 5.2.5.8.2.6 Konklusion

544. Som anført ovenfor har Parterne en samlet markedsandel på mindst [60-70] pct. inden for et catchment område på 10 minutters kørsel fra Target, hvilket indikerer, at fusionen vil berøre en stor andel af kunderne i Stubbekøbing. Fusionsscenariet indebærer, at der er en uafhængig aktør mindre i Stubbekøbing end i det kontrafaktiske scenarie, hvilket i betydelig grad begrænser kundernes udvalg og variationen i udbuddet.
545. Det kontrafaktiske scenarie medfører, at en ny afhængig aktør, der ikke allerede er til stede, vil indtræde i Stubbekøbing og dermed skabe et større udvalg og variation af dagligvarer, herunder også tilbudsaviser og kampagner, end i fusionsscenariet.
546. Variationen i udbuddet af dagligvarebutikker er allerede begrænset i Stubbekøbing, da Fakta lukkede i november 2022, og Target blev lukket pga. ombygning i september 2022. Det er kun Min Købmand, der er til stede inden for 10 minutters kørsel, og styrelsens undersøgelse viser, at der er en forholdsvis [xxx] diversion ratio fra Netto til Min Købmand. Samtidig har [xxx].
547. Det er styrelsens vurdering, at fusionen medfører, at kunderne mister en uafhængig aktør med et udvalg og variation i udbuddet af dagligvarebutikker, herunder også tilbudsaviser og kampagner sammenlignet med det kontrafaktiske scenarie, da der uden fusionen vil indtræde en ny

---

uafhængig aktør, der ikke allerede er til stede i Stubbekøbing. Herudover er det endvidere styrelsens vurdering, at fusionen medfører risiko for ensidige virkninger i Stubbekøbing, enten i form af et øget incitament til at hæve priserne eller begrænse rabatter, eller et øget incitament til forværring af øvrige konkurrenceparametre, herunder kvalitet, service, udbud af varer, varer sortiment, åbningstider osv. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at fusionen på det foreliggende grundlag vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Stubbekøbing.

548. Idet Salling har afgivet tilsagn om fremleje, der indebærer, at Salling vil fremleje Sallings butikslokale i Stubbekøbing, og det horisontale overlap mellem Parterne i Stubbekøbing dermed forsvinder, er det styrelsens vurdering, at fusionen med de afgivne tilsagn, jf. afsnit 5.3 nedenfor, ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i Stubbekøbing.

### 5.3 Tilsagn

549. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har, som beskrevet ovenfor, identificeret konkurrencemæssige problemer ved den anmeldte fusion som følge af risiko for ensidige virkninger på lokale markeder for dagligvaredetailsalg i områderne Stubbekøbing og Rødbyhavn, jf. afsnit 5.2.5.8.
550. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at fusionen ikke kan godkendes, medmindre de konkurrenceskadelige virkninger af fusionen kan fjernes med tilsagn, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2 og § 12 e, stk. 1.
551. Salling har på baggrund af de identificerede konkurrenceproblemer afgivet de tilsagn, som fremgår af afsnit 2.1. Tilsagnene gennemgås nedenfor.
552. Såfremt Salling ikke efterkommer de afgivne tilsagn, kan styrelsen tilbagekalde Konkurrencerådets afgørelse, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 2. Derudover kan Salling pålægges tvangsbøder, hvis Salling ikke efterkommer de afgivne tilsagn, jf. konkurrencelovens § 22, stk. 1, nr. 2.
553. Konkurrencerådet kan kun acceptere tilsagn, der forhindrer, at fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Afgivne tilsagn skal fuldstændigt fjerne konkurrenceproblemerne, og de skal i enhver henseende være komplette og effektive. Desuden skal tilsagnene implementeres effektivt på kort sigt, eftersom konkurrencen på markedet ikke vil blive bevaret, før tilsagnene er opfyldt.<sup>302</sup> Tilsagnene må derudover ikke give anledning til nye konkurrenceproblemer.

#### 5.3.1 Indhold af tilsagn

554. Som det fremgår af afsnit 5.2.5.8, er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den planlagte fusion, som følge af ensidige virkninger, vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt på lokale markeder for detailsalg af dagligvarer, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2.
555. Salling har inden fusionen markedsandele på henholdsvis [40-50] pct. og [20-30] pct. i Stubbekøbing og Rødbyhavn, mens Target har en markedsandel på henholdsvis [10-20] pct. og [10-20] pct., jf. Tabel 5.15 og Tabel 5.19. Fusionen giver således anledning til et horisontalt overlap mellem Parternes aktiviteter på markedet for detailsalg af dagligvarer, og Salling opnår markedsandele på [60-70] i Stubbekøbing og [40-50] i Rødbyhavn.

---

<sup>302</sup>Jf. Kommissionens meddelelse om løsningsforslag, der kan accepteres i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 139/2004 og Kommissionens forordning (EF) nr. 802/2004 (2008/C 267/01), punkt 9.

---

556. Med tilsagnet forpligter Salling sig til at frasælge – eller foranledige frasalg af – Targets butikslokale på Færgevej 2 i Rødbyhavn (herefter "frasalgsvirksomheden") og fremleje af Sallings butikslokale på Vestergade 32 A i Stubbekøbing (herefter "fremlejevirkomheden"). Der er dermed tale om strukturelle tilsagn, hvor hele overlappet mellem Parterne i hvert område forsvinder.
557. Der er tale om "fix-it-first"-tilsagn, hvilket vil sige, at køber identificeres og godkendes af Konkurrencerådet inden fusionen godkendes. Køberen skal opfylde de i tilsagnets punkt 11 oplyste køberkrav, som indebærer, at
- i) køber skal være uafhængig af og uden nogen forbindelse til Salling,
  - ii) 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, og
  - iii) køber må hverken forventes at kunne skabe konkurrenceproblemer, eller give anledning til at gennemførelsen af tilsagnene forsinkes.
558. Hvis det ikke lykkes Salling at fjerne styrelsens betænkeligheder i enten Stubbekøbing eller Rødbyhavn med "fix-it-first"-tilsagn, herunder hvis en indstillet køber ikke kan godkendes, har Salling herefter en periode på [xxx] måneder til at indgå en aftale med en anden køber, hvorefter Salling skal give en af styrelsen godkendt frasalgstrustee eksklusiv fuldmagt til at sælge frasalgsvirksomheden [xxx]. Frasalget skal herefter ske inden for en periode på [xxx] måneder.

### 5.3.2 Vurdering af tilsagnet om frasalg og fremleje

559. Salling har indgået aftale med Lidl som køber af Target-butikken i Rødbyhavn og Dagrofa om fremleje af Sallings butik i Stubbekøbing. Salling indgik aftale med Dagrofa om fremleje af Netto-lokalet i Stubbekøbing den 24. november 2023, og med Lidl om salg af Target-lokalet i Rødbyhavn den 24. november 2023.

#### 5.3.2.1 Rødbyhavn

560. I Rødbyhavn indebærer tilsagnet, at Lidl vil overtage Targets butik i Rødbyhavn. Lidl er i dag ikke til stede i Rødbyhavn inden for et catchment område på 10 minutters kørsel fra Target, jf. kortene i Figur 5.11 og Figur 5.12. Tilsagnet medfører derfor, at en ny, uafhængig aktør vil indtræde i området, og dermed vil der fortsat efter fusionen være samme antal alternative dagligvarebutikker og følgelig et større udvalg for kunderne i Rødbyhavn.
561. I forbindelse med aftalen om Lidls erhvervelse af Færgevej 2 påtænker Salling at leje Lidls påtænkte køb af butikslokalet på Koldingvej 61 i Viborg.<sup>303</sup> Sallings overtagelse af butikslokalet i Viborg er ikke i sig selv en anmeldelsespligtig fusion, men styrelsen har undersøgt den konkurrencemæssige betydning af overtagelsen. Styrelsen har således vurderet konkurrencesituationen i Viborg i afsnit 5.2.5.7.1 ovenfor, da Salling overtager Target på Vestervangsvej 12. Det er i den forbindelse styrelsens vurdering, at Sallings overtagelse af butikslokalet på Koldingvej i Viborg ikke medfører konkurrencemæssige betænkeligheder og ændrer ikke ved, at nærværende fusion ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt i Viborg.

<sup>303</sup> Jf. <https://fodevarewatch.dk/Detail/article16421695.ece> (tilgået 22. november 2023).

- 
562. Lidl har overfor styrelsen forklaret, at [xxx].<sup>304</sup>
563. På baggrund af de konkrete konkurrenceforhold inden for detailsalg af dagligvarer i Rødbyhavn er det styrelsens samlede vurdering, at tilsagnet om frasalg af Targets butikslokale i Rødbyhavn er tilstrækkeligt til at imødekomme de konkurrencemæssige betæneligheder i Rødbyhavn. Det skal bl.a. ses i lyset af, at der er tale om et enkelt butikslokale, som frasælges på en måde, så en ny aktør kan etablere sig i området. Lidl forventer, at de ville kunne åbne en Lidl-butik i butikslokalet i Rødbyhavn inden for [xxx], hvilket Lidl [xxx], som Lidl har erhvervet af ALDI.<sup>305</sup>
564. Hvis det ikke lykkes Salling at fjerne styrelsens betæneligheder i Rødbyhavn med "fix-it-first"-tilsagn, herunder hvis en indstillet køber ikke kan godkendes, vil Salling som anført ovenfor have [xxx] måneder til at finde en ny køber, hvorefter en trustee vil have yderligere [xxx] måneder til at sælge butikslokalet. [xxx]. På den baggrund og set i sammenhæng med Frasalgsvirksomhedens art samt tidshorizonten for, hvornår butikslokalet kan tages i brug af en ny ejer, har styrelsen derfor accepteret en trustee periode på [xxx] måneder. Samtidig vil Sallings overtagelse af butikslokalet i Viborg ikke medføre konkurrencemæssige betæneligheder i Viborg.

#### 5.3.2.1.1 Vurdering af Lidl som egnet køber

565. Salling har indstillet Lidl som køber af Target i Rødbyhavn. Lidl's overtagelse af Target er ikke i sig selv en anmeldelsespligtig fusion.
566. Lidl er en del af Schwarz Group, der globalt er aktiv med dagligvarebutikkerne Lidl og Kaufland. Lidl er en discountbutik, og Kaufland er et hypermarked. Det er udelukkende Lidl, der er til stede i Danmark. Der findes ca. 12.000 Lidl-butikker i Europa fordelt på 31 lande. I Danmark har Lidl ca. 139 butikker med omkring 3.600 medarbejdere. Lidl har herudover to logistikcentre i Danmark i Kolding og Køge.
567. Salling har redegjort for, at Lidl er en egnet køber, da Lidl vil åbne en dagligvarebutik på Færgevej 2 i Rødbyhavn samt opfylder betingelserne for at blive godkendt som egnet køber. Salling har redegjort for følgende, jf. tilsagnenes punkt 11:
- » Lidl er uafhængig og uden forbindelse til Salling.
  - » Lidl besidder de finansielle midler, den dokumenterede sagkundskab og det incitament, der skal til for at blive en rentabel og effektiv konkurrent i Rødbyhavn.
  - » Overdragelsen indebærer ikke, at der bliver skabt nye konkurrenceproblemer eller risiko for, at implementeringen af tilsagnene bliver forsinket. Salling har hertil anført, at overdragelsen til Lidl ikke er underlagt fusionskontrol, FSR-ansøgning eller FDI-tilladelse.
568. Lidl har tidligere overfor styrelsen forklaret, [xxx]. Lidl har herudover forklaret, at Target-butikken [xxx].<sup>306</sup>
569. Det er styrelsens vurdering, at Lidl efter gennemførelsen af frasalget vil kunne drive detailsalg af dagligvarer fra ejendommen i konkurrence med de øvrige aktører på markedet, herunder Salling.

---

<sup>304</sup> Jf. Referat af møde med Lidl af 22. november 2023.

<sup>305</sup> Jf. Referat af møde med Lidl af 22. november 2023.

<sup>306</sup> Jf. Referat af møde med Lidl af 13. september 2023.

---

### 5.3.2.2 Stubbekøbing

570. I Stubbekøbing indebærer tilsagnet, at Dagrofa vil overtage Sallings butikslokale i Stubbekøbing på Vestergade 32A. Aftalen mellem Salling og Dagrofa er en aftale om fremleje af Sallings butikslokale i seks år. Salling forpligter sig til at udtræde af lejemålet efter de seks år, hvorefter Dagrofa har mulighed for at forhandle om ny lejeaftale med udlejer. I aftalen mellem Salling og Dagrofa vil Salling [xxx].
571. I Stubbekøbing er Dagrofa allerede i dag aktiv med Min Købmand i Horbelev, der er beliggende i udkanten af et område afgrænset til 10 minutters kørsel fra Sallings butik i Stubbekøbing. Tilsagnet medfører derfor ikke, at der vil komme en ny, uafhængig aktør inden for dette område, men centralt i Stubbekøbing vil det medføre, at kunderne fortsat vil have en dagligvarebutik som alternativ til Salling.
572. Fremlejeperiodens begrænsning på seks år samt Sallings efterfølgende udtræden af lejemålet kan skabe usikkerhed om, hvorvidt der sker en varig ændring i markedet, da tilsagnet umiddelbart kun sikrer, at Dagrofa vil være til stede i Stubbekøbing i en seksårig periode. Dagrofa har [xxx].<sup>307</sup>
573. Det er herudover også relevant at inddrage, at [xxx].
574. På baggrund af de konkrete konkurrenceforhold inden for detailsalg af dagligvarer i Stubbekøbing, er det styrelsens samlede vurdering, at tilsagnet om fremleje i en seksårig periode efterfulgt af Sallings opsigelse af lejemålet er tilstrækkeligt til at imødekomme de konkurrencemæssige betænkeligheder i Stubbekøbing. Det skal bl.a. ses i lyset af, at der er tale om et enkelt butikslokale, som fremlejes på en måde, så en ny aktør kan etablere sig i området. Dagrofa har forklaret, [xxx]. Dagrofa vil skulle tilpasse butikslokalet og forventer at kunne åbne [xxx].<sup>308</sup>
575. Hvis det ikke lykkes Salling at fjerne styrelsens betænkeligheder i Stubbekøbing med "fit-it-first"-tilsagn, herunder hvis en indstillet fremlejer ikke kan godkendes, vil Salling som anført ovenfor have [xxx] måneder til at finde en ny køber, hvorefter en trustee vil have yderligere [xxx] måneder til at fremleje butikslokalet. Det er udelukkende [xxx], der har vist interesse for Target-butikken i Stubbekøbing. [xxx].<sup>309</sup> [xxx].<sup>310</sup> [xxx]. På den baggrund og set i sammenhæng med Frasalgsvirksomhedens art samt tidshorisont for, hvornår butikslokalet kan tages i brug af en ny fremlejer, har styrelsen derfor accepteret en trustee periode på [xxx] måneder.
576. Herudover er det styrelsens vurdering, at der er mulighed for, at [xxx].

#### 5.3.2.2.1 Vurdering af Dagrofa som egnet fremlejer

577. Salling har indstillet Dagrofa som fremlejer af Sallings butikslokale i Stubbekøbing.
578. Dagrofa er aktiv med dagligvarebutikkerne Meny, Spar, Min Købmand og Let-Køb. Størstedelen af butikkerne drives af selvstændige købmænd, herunder alle Let-Køb og Min Købmand-butikker, og de resterende butikker er ejet og drevet af Dagrofa. Der findes [xxx] Spar-, [xxx] Meny-, [xxx] Min Købmand- og [xxx] Let-køb-butikker i Danmark.
579. Salling har redegjort for, at Dagrofa er en egnet fremlejer af Sallings nuværende butikslokale, da Dagrofa vil åbne en [xxx]-butik på adressen i Stubbekøbing samt opfylder betingelserne for

<sup>307</sup> Jf. Referat af møde med Dagrofa af 22. november 2023.

<sup>308</sup> Jf. Referat af møde med Dagrofa af 22. november 2023.

<sup>309</sup> Jf. Referat af møde med Coop af 13. september 2023.

<sup>310</sup> Jf. Referat af møde med Coop af 13. september 2023.

at blive godkendt som egnet fremlejer. Salling har redegjort for følgende, jf. tilsagnenes punkt 11:

- » Dagrofa er uafhængig og uden forbindelse til Salling.
- » Dagrofa besidder de finansielle midler, den dokumenterede sagkundskab og det incitament, der skal til for at blive en rentabel og effektiv konkurrent i Stubbekøbing.
- » Overdragelsen indebærer ikke, at der bliver skabt nye konkurrenceproblemer eller risiko for, at implementeringen af tilsagnene bliver forsinket. Salling har hertil anført, at overdragelsen til Dagrofa ikke er underlagt fusionskontrol, FSR-ansøgning eller FDI-tilladelse.

580. Dagrofa har forklaret, at Dagrofa vil åbne en [xxx].<sup>311</sup>
581. Det er styrelsens vurdering, at Dagrofa vil kunne lægge et betydeligt større konkurrencepres på Salling med en butik beliggende centralt i Stubbekøbing, end det konkurrencepres Dagrofa inden fusionen lægger på Netto fra Min Købmand-butikken i Horbelev. Styrelsens undersøgelse i Stubbekøbing viser således, at der er en begrænset diversion ratio fra Netto til Min Købmand på [5-10] pct., jf. Tabel 5.20, selvom Min Købmand på tidspunktet for undersøgelsen er den geografisk nærmeste konkurrent til Netto. Dagrofa har tidligere forklaret, [xxx].<sup>312</sup> Inden for et område afgrænset til 10 minutters kørsel fra Sallings butik i Stubbekøbing vil Salling få en markedsandel på [40-50] pct., og Dagrofa vil få en markedsandel på [30-40] pct., hvor HHI efter fusionen vil være på [3.000-4.000] med en ændring i HHI på  $[\geq 150]$ .<sup>313</sup> Centralt i Stubbekøbing, svarende til et område afgrænset til fem minutters kørsel fra Sallings butik, vil Salling have en markedsandel på [50-60] pct. og Dagrofa vil have en markedsandel på [20-30] pct., hvor HHI efter fusionen vil være på [3.000-4.000] med en ændring i HHI på  $[<150]$ .<sup>314</sup>
582. Det er styrelsens vurdering, at Dagrofa efter overtagelsen af lejemålet gennem fremleje vil kunne drive detailsalg af dagligvarer fra ejendommen i konkurrence med de øvrige aktører på markedet, herunder Salling.<sup>315</sup> Fremlejeperiodens begrænsning på seks år kan skabe usikkerhed om, hvorvidt Dagrofa kan anses som værende en egnet fremlejer af butiklokalet, da der ikke er sikkerhed for, hvor længe Dagrofa efterfølgende vil være til stede i Stubbekøbing, da det vil afhænge af, [xxx]. Det er herudover styrelsens vurdering, at Dagrofa vil sikre, at kunderne får et større udvalg af dagligvarebutikker samt et andet udvalg af dagligvarer med [xxx]-butikken, samt at Dagrofa vil kunne lægge et større konkurrencepres på Netto-butikken i Stubbekøbing med en tættere geografisk placering end Min Købmand i Horbelev.

### 5.3.2.3 Samlet vurdering

583. På baggrund af ovenstående er det styrelsens vurdering, at tilsagnet medfører, at det horisontale overlap mellem Parternes aktiviteter i henholdsvis Rødbyhavn og Stubbekøbing fjernes, og at konkurrencesituationen forud for fusionen derfor forventeligt må blive fastholdt, da tilsagnene ikke giver anledning til nye konkurrenceproblemer. Styrelsen vurderer dermed, at tilsagnene fjerner de identificerede konkurrenceproblemer ved fusionen i henholdsvis Rødbyhavn og Stubbekøbing.

<sup>311</sup> Jf. Referat af møde med Dagrofa af 22. november 2023.

<sup>312</sup> Jf. Referat af møde med Dagrofa af 22. november 2023.

<sup>313</sup> Beregningen af markedsandele og HHI er baseret på omsætningen i Stubbekøbing for 2022. Coop drev en Fakta-butik i Stubbekøbing, som lukkede i november 2022. Markedsandelene er derfor reelt højere i dag, da det udelukkende er Salling og Dagrofa, der er til stede i et område inden for 10 minutters kørsel fra Sallings butik.

<sup>314</sup> Beregningen af markedsandele og HHI er baseret på omsætningen i Stubbekøbing for 2022. Coop drev en Fakta-butik i Stubbekøbing, som lukkede i november 2022. Markedsandelene er derfor reelt højere i dag, da det udelukkende vil være Salling og Dagrofa, der er til stede i et område inden for fem minutters kørsel fra Sallings butik.

<sup>315</sup> Med udgangspunkt i Min Købmand i Horbelev vil Dagrofa få en markedsandel på [30-40] pct. HHI vil efter fusionen være på [3000-4.000] med en ændring i HHI på  $[\geq 150]$ .



- 
584. Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at tilsagnet om frasalg og fremleje af butikkerne i henholdsvis Rødbyhavn og Stubbekøbing kan anses for at være komplet og effektiv.

### **5.3.3 Konklusion af tilsagnsvurdering**

585. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens samlede vurdering, at tilsagnene effektivt fjerner de identificerede konkurrencemæssige problemer ved fusionen på alle de relevante lokale markeder for detailsalg af dagligvarer, hvor fusionen giver anledning til en væsentlig begrænsning af konkurrencen, jf. afsnit 5.2.5.8.
-

## 6. Konklusion

586. Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Parterne har afgivet tilsagn, som imødekommer de skadelige virkninger af den anmeldte fusion. På den baggrund er det styrelsens vurdering, at den anmeldte fusion skal godkendes ved, at de af Parterne afgivne tilsagn samtidig gøres til vilkår for fusionens godkendelse, jf. konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, jf. § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.

587. Konkurrencerådet træffer følgende afgørelse:

Det meddeles fusionsparterne, at Salling Group A/S' erhvervelse af dele af ALDI Danmark ApS godkendes med de af Parterne afgivne tilsagn, der samtidig gøres til vilkår for fusionens godkendelse, jf. konkurrencelovens § 12 e, stk. 1, jf. § 12 c, stk. 1, jf. stk. 2, 1. pkt.

## 7. Bilag

### 7.1 Vurderingskriterier

588. De danske regler om fusionskontrol fremgår af konkurrencelovens kapitel 4. Det følger heraf, at alle fusioner, der opfylder omsætningsgrænserne i § 12, stk. 1, eller henvises fra Europa-Kommissionen eller Erhvervsstyrelsen til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, skal anmeldes til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og godkendes af Konkurrencerådet forinden de må gennemføres, jf. § 12 c, stk. 5.
589. Fusionskontrollen består i en undersøgelse af, om fusionen vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, jf. SIEC-testen<sup>316</sup>, som blev indført med ændringen af konkurrenceloven i 2004 med virkning fra 1. februar 2005. Vurderingskriteriet fremgår af konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, der har følgende ordlyd:
590. ”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.”
591. 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.
592. Konkurrencerådet har tidligere slået fast, at konkurrencemyndigheden skal fremlægge de fornødne data m.v., der kan begrunde, at myndigheden træffer den pågældende afgørelse. En fusion kan således ikke godkendes blot ud fra en betragtning om, at man ikke har data, der kan begrunde et forbud. En godkendelse forudsætter, at der er fremlagt fornødne faktuelle data m.v., der kan underbygge afgørelsen.<sup>317</sup>
593. Retten i Første Instans og EF-Domstolen har ved flere lejligheder udtalt sig om beviskrav i fusionssager. Bl.a. 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’.*”<sup>318 319</sup>

<sup>316</sup> SIEC er en forkortelse for Significant Impediment of Effective Competition.

<sup>317</sup> Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 14. maj 2008, *Lemvig-Müllers overtagelse af Brdr. A & O Johansen*, pkt. 769.

<sup>318</sup> Jf. Opinion of advocate general Kokott af 13. december 2007 i sag C-413/06 P, *Bertelsmann/Sony*, præmis 216.

<sup>319</sup> Til trods for, at EF-Domstolen ophævede Rettens dom, var det ikke bestridt af parterne, at beviskravene er de samme i en sag om godkendelse af en fusion som ved et forbud, jf. EF-Domstolens dom af 10. juli 2008 i sag C-413/06 P, *Bertelsmann AG og Sony Corporation of America mod Independent Music Publishers and Labels Association (Impala)*, præmis 45, 48 og 51.

594. 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 godkendelse af en fusion, der henhører under dens kompetenceområde, såfremt der er tvivl, men derimod, at Kommissionen altid skal træffe en utvetydig afgørelse i den ene eller den anden retning."*<sup>320</sup>
595. Vurderingen af fusionens effekt foretages ud fra de vurderingskriterier, som fremgår af de danske regler om fusionskontrol, samt Kommissionens meddelelser og fællesskabspraksis, der er vejledende ved styrelsens vurderinger.<sup>321</sup>
596. Det følger af Kommissionens retningslinjer for vurderingen af horisontale og ikke-horisontale fusioner, at: *"Når Kommissionen vurderer en fusions konkurrencemæssige virkninger, sammenligner den de konkurrenceforhold, som den anmeldte fusion ville medføre, med de forhold, der ville gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemføres."*<sup>322</sup> I overensstemmelse hermed skal Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ved vurderingen af, om en fusion hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, foretage en undersøgelse, som består i dels en analyse af det kontrafaktiske scenarie, dels en analyse af hvorledes konkurrencen fremtidigt må forventes at ville se ud efter gennemførelsen af fusionen.
597. Retten i Første Instans har udtalt, at vurderingen af en fusions virkninger indebærer, at der skal foretages en *"en analyse af den forventede situation på det pågældende marked"*, der *"forudsætter [...] en omhyggelig undersøgelse, bl.a. af omstændigheder, som i den konkrete situation findes relevante med henblik på vurderingen af fusionens virkninger på konkurrencevilkårene på referencemarkedet"*.<sup>323</sup>
598. 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

599. I den kontrafaktiske analyse skal det vurderes, hvordan konkurrencesituationen forventes at være på markedet uden fusionen sammenlignet med, hvordan konkurrencesituationen forventes at være med fusionens gennemførelse. Hvis det vurderes, at konkurrencesituationen på markedet med fusionens gennemførelse ikke hæmmes betydeligt sammenlignet med en situation uden fusionen, skal fusionen godkendes.
600. 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

<sup>320</sup> Jf. Retten i Første Instans' dom af 14. december 2005 i sag T-210/01, *General Electric*, præmis 61.

<sup>321</sup> Jf. FT 2004-05, Tillæg A, s. 1647, v.sp.

<sup>322</sup> Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, pkt. 9 og for ikke-horisontale fusioner, pkt. 20.

<sup>323</sup> Jf. Retten i Første Instans' dom af 3. april 2003 i sag T-342/00, *Petrolescence SA*, præmis 102.

der er en relevant sammenligning, kan der især tages hensyn til den sandsynlige virksomhedstilgang eller -afgang, hvis fusionen ikke gennemføres.<sup>324</sup>

601. Kommissionen har bl.a. i afgørelsen vedrørende *EDF/Segebel* anført, at:

*"The assessment of the potential horizontal unilateral effects of the proposed transaction requires a comparison with a counterfactual which describes the most likely market outcome(s) in the absence of the proposed transaction."*<sup>325</sup>

602. Som det fremgår ovenfor, skal vurderingen af det kontrafaktiske scenarie fastlægges ud fra den forventede konkurrencesituation, hvis parterne ikke havde indgået aftale om at fusionere. "At fusionere" skal i den sammenhæng forstås som den transaktion, der gennemfører den sammenlægning af aktiviteter, parterne har aftalt. Dette scenarie holdes herefter op mod den forventede konkurrencesituation på markedet med fusionen.
603. Når det er relevant at vurdere en fusions virkninger i forhold til et andet kontrafaktisk scenarie end status quo, vil styrelsen tage udgangspunkt i det mest sandsynlige, relevante kontrafaktiske scenarie. Hvis der kan opstilles mere end ét sandsynligt, relevant scenarie for, hvordan konkurrencesituationen ville være uden fusionen, skal det mest sandsynlige scenarie lægges til grund.<sup>326</sup>

### 7.1.2 Den tidsmæssige ramme for vurdering af fusionen

604. Det følger af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, at når Kommissionen skal vurdere en fusions konkurrencemæssige virkninger, sammenligner den som udgangspunkt de konkurrenceforhold som den anmeldte fusion ville medføre, med de forhold, der ville gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemførtes. *"I de fleste tilfælde er det mest relevant at sammenligne med de eksisterende konkurrenceforhold på fusionstidspunktet, når man skal vurdere en fusions virkninger."*<sup>327</sup> [styrelsens fremhævning]
605. Under visse omstændigheder kan Kommissionen eller myndigheden dog tage hensyn til forventede fremtidige ændringer på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges. Dette følger af Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner, hvor det fremgår: *"Under visse omstændigheder kan Kommissionen dog tage hensyn til de forventede fremtidige ændringer på markedet, som i rimelig grad kan forudsiges."*<sup>328</sup> [styrelsens fremhævning]
606. Retten har fastslået, at Kommissionens bedømmelse af en fusions forenelighed med fællesmarkedet udelukkende skal foretages *"på grundlag af de faktiske og retlige omstændigheder"*

<sup>324</sup> Kommissionens retningslinjer af 5. februar 2004 for vurderingen af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/03), punkt 9 ("Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner").

<sup>325</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 12. november 2009 i sag COMP/M.5549, *EDF/Segebel*, punkt 66.

<sup>326</sup> Jf. Kommissionens afgørelse af 30. marts 2012 i sag COMP/M.6447, *IAG/bmi*, punkt 133, hvor Kommissionen indledningsvist vurderede, at den eksisterende markedssituation ikke ville kunne opretholdes, og derefter vurderede, hvad det mest sandsynligt scenarie ville være uden fusionen.

<sup>327</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, pkt. 9, samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, pkt. 20.

<sup>328</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, pkt. 9 samt Kommissionens retningslinjer for ikke-horisontale fusioner, pkt. 20.

*der foreligger på tidspunktet for anmeldelsen af fusionen, og ikke på grundlag af hypotetiske forhold, hvis økonomiske rækkevidde ikke kan vurderes på det tidspunkt, hvor beslutningen træffes".<sup>329</sup> [styrelsens fremhævnings]*

607. I Kommissionens sag *Procter & Gamble*, undersøgte Kommissionen, om butiksperspektiverne 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.<sup>330</sup>

608. Kommissionen konkluderer derefter:

*"The timescale for a possible Europeanization of the market exceeds the relevant perspective to be established by the Commission under the Merger Regulation and the assumption that markets will indeed become European at the end of this period must be regarded in the light of the evidence as by no means certain. The fact that, in the longer term, the sanitary towel market may, in fact, become European cannot therefore be taken into account at present."<sup>331</sup> [styrelsens fremhævnings]*

609. 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.

610. 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 pkt. 606 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

611. Der er hovedsageligt to måder, hvorpå fusioner mellem konkurrenter – det vil sige fusioner med horisontale overlap – kan hæmme den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling:<sup>332</sup>

<sup>329</sup> Jf. Retten i Første Instans' kendelse i sag T-2/93, *Air France*, pr. 70. Sagen omhandler dog jurisdiktionsspørgsmål, men formuleres i generelle vendinger og som Retten senere hen henviser til.

<sup>330</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 21. juni 1994 i sag IV/M.430, *Procter & Gamble*, pkt. 104.

<sup>331</sup> Jf. Kommissionens beslutning af 21. juni 1994 i sag IV/M.430, *Procter & Gamble*, pkt. 104.

<sup>332</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 22.

- 
- (i) fusionen kan fjerne et betydeligt konkurrencemæssigt pres på en eller flere virksomheder, som dermed får større markedsmagt uden at anvende en koordineret adfærd (ensidige virkninger)
  - (ii) fusionen kan ændre konkurrencens art, så det bliver betydeligt mere sandsynligt, at virksomheder, der ikke koordinerede deres adfærd tidligere, nu vil foretage en sådan koordinering og forhøje priserne eller på anden måde skade den effektive konkurrence. En fusion kan også lette, stabilisere eller effektivisere koordineringen mellem virksomheder, der allerede koordinerede deres adfærd inden fusionen (koordinerede virkninger).
612. 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

613. Som nævnt er en strukturel indikator for konkurrencepreset parternes markedsandele samt koncentrationsgraden beregnet ved HHI. De relative markedsandele og koncentrationsgraden på de relevante markeder kan give en indledende indikation af det konkurrencepres, som virksomhederne udøver på hinanden.
614. Markedsandelene bruges bl.a. til at vurdere, om den fusionerede virksomhed opnår en dominerende stilling på et eller flere markeder. Kommissionen har i sine retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner anført, at<sup>333</sup>:
- i) Markedsandele på 50 pct. eller mere kan i sig selv være et tegn på en dominerende markedsstilling. Mindre konkurrenter kan dog udøve en tilstrækkelig begrænsende indflydelse, hvis de fx har mulighed for og incitament til at øge deres leverancer
  - ii) Markedsandele på mellem 25 og 40 pct. kan også give anledning til konkurrenceproblemer på grund af andre faktorer, fx antallet af konkurrenter og deres styrke, kapacitetsbegrænsninger eller det forhold, at fusionsparterne eller deres produkter er nære substitutionsprodukter og
  - iii) Markedsandele, der er mindre end 25 pct., kan især være et indicium på, at fusionen ikke kan antages at hæmme den effektive konkurrence
615. 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,

---

<sup>333</sup> Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 17-18.

---



ii) Mellem 1.000 og 2.000 med et delta under 250, eller

iii) Over 2.000 med et delta under 150.<sup>334</sup>

616. Det skal dog fremhæves, at ovennævnte HHI-niveauer og delta-værdier alene kan anvendes som et indledende tegn på, at der ikke er konkurrencemæssige problemer. Der er derfor ikke tale om, at der bliver skabt en formodning for, at der foreligger sådanne problemer, hvis de relevante niveauer og værdier overskrides.<sup>335</sup>
617. Markedsandele og HHI efter fusionen skal sammenholdes med situationen i det kontrafaktiske scenarie. Som nævnt i afsnit 7.1 ovenfor er det efter styrelsens vurdering mest relevant at sammenholde markedsandele og HHI efter fusionen med status quo.

### 7.2.2 Ensidige virkninger

618. Når der er tale om ensidige virkninger, agerer den fusionerede enhed uafhængigt af andre aktører på markedet. Det vil fx være muligt for den fusionerede enhed på profitabel vis at hæve priserne, reducere udbuddet, kvaliteten eller produktudviklingen, uden at denne handling forudsætter, at konkurrenterne samarbejder. Generelt vil en fusion, der medfører ensidige virkninger, hindre den effektive konkurrence betydeligt gennem en enkelt virksomheds etablering eller styrkelse af en dominerende stilling.<sup>336</sup>
619. På oligopolistiske markeder kan fusioner, der medfører en eliminering af et vigtigt konkurrencepres, som bestod mellem fusionsparterne tidligere, samt svækkelse af det konkurrencepres, der hvilede på de resterende konkurrenter, også hæmme konkurrencen betydeligt. Det gælder selvom koordineringen mellem oligopolvirksomhederne ikke er særlig sandsynlig.<sup>337</sup>
620. 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.
621. Følgende faktorer indgår bl.a. i vurderingen af, om horisontale fusioner sandsynligvis vil give anledning til ensidige virkninger. Hvis én eller flere af faktorerne er til stede, vil det kunne indikere en risiko for ensidige virkninger som følge af fusionen:
- Fusionsparterne har store markedsandele; jo større markedsandele og jo mere disse øges ved fusionen, desto mere sandsynligt, at markedsmagten øges.<sup>338</sup>
  - Fusionsparterne er nære – men ikke nødvendigvis nærmeste – konkurrenter; jo større substitutionsgrad mellem fusionsdeltagernes produkter, desto større sandsynlighed for, at prisen øges.<sup>339</sup>

<sup>334</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 19-20.

<sup>335</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 21.

<sup>336</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 25, 1. punktum.

<sup>337</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 25, 2. punktum og fusionsforordningens betragtning 25.

<sup>338</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 27.

<sup>339</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 28-30. Se også Kommissionens beslutning af 24. januar 2006 i sag COMP/M.3942, *Adidas/Reebok*, punkt 37.

- Kundernes muligheder for at skifte leverandør er begrænsede, især hvis et skifte er forbundet med store omkostninger, eller der kun er få alternative leverandører.<sup>340</sup>
  - Konkurrenterne vil sandsynligvis ikke forøge udbuddet, hvis priserne stiger, eksempelvis fordi konkurrenterne møder adgangsbarrierer, herunder kapacitetsbegrænsninger.<sup>341</sup>
  - Fusionsparterne er i stand til at forhindre konkurrenterne i at ekspandere, eksempelvis fordi den fusionerede enhed kontrollerer et vigtigt input, distributionskanaler, er indehaver af intellektuelle ejendomsrettigheder eller har finansiell styrke.<sup>342</sup>
  - Fusionen eliminerer en betydelig konkurrencemæssig faktor, eksempelvis har nogle virksomheder større indflydelse på konkurrenceprocessen end deres markedsandele eller lignende måtte tyde på. En fusion, der involverer en sådan virksomhed, kan ændre dynamiske konkurrenceforhold på en betydelig måde, især når markedet i forvejen er koncentreret.<sup>343</sup>
622. Ovenstående faktorer behøver ikke alle være til stede, for at ensidige virkninger er sandsynlige, og det skal ikke betragtes som en udtømmende liste.<sup>344</sup>
623. Ved vurderingen af, om en fusion giver anledning til ensidige virkninger, skal der sammenlignes med det kontrafaktiske scenarie, det vil sige de forhold, der vil gøre sig gældende, hvis fusionen ikke gennemføres.

### 7.3 Metode til estimering af omsætning i butiksjprojekterne og kannibalisering af omsætningen i omkringliggende butikker

624. Butiksprojekterne indebærer et forventet fremtidigt konkurrencepres. Det er derfor nødvendigt at afdække, hvilken betydning butiksjprojekterne forventes at have for eksisterende butikker i lokalområderne, hvor butiksjprojekterne er planlagt til at åbne.
625. Styrelsen har til brug for vurderingen af butiksjprojekternes betydning for konkurrencen i lokalområderne anvendt Parternes estimering af butiksjprojekternes omsætning og butiksjprojekternes kannibalisering på Parternes eksisterende butikkers omsætning i lokalområderne. Metoden er beskrevet i afsnit 7.3.1.
626. Metoden tager udgangspunkt, i hvor stor en del af omsætningen en nyetableret Salling-butik, [xxx], forventes at ville tage fra nærtliggende Salling-butikker i de lokale områder. Styrelsen tager udgangspunkt i, at en åbning af et butiksjprojekt medfører en omsætningsnedgang for nærtliggende Salling-butikker og øvrige aktørers butikker inden for de respektive køretider, dvs. fem eller 10 minutter. Omsætningsnedgangen i Parternes nærtliggende butikker er fastlagt på baggrund af Sallings interne projekteringer, hvilket er nærmere beskrevet i afsnit 7.3.1. nedenfor.
627. Styrelsen har i beregningerne af butiksjprojekternes forventede fremtidige betydning for konkurrencen i lokalområderne taget udgangspunkt i, at den samlede omsætning blandt dagligvarebutikkerne i lokalområderne ikke forøges som følge af åbningen af en ny dagligvarebutik. Styrelsen bemærker, at med en alternativ antagelse om, at et butiksjprojekt ikke kannibalisere omsætningen fra nærtliggende dagligvarebutikker, men udelukkende forøger den samlede

<sup>340</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 31.

<sup>341</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 32-34.

<sup>342</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 36. Se også Kommissionens beslutning af 25. august 2005 i sag COMP/M. 3686, *Johnson&Johnson/Guidant*, punkt 350.

<sup>343</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 37.

<sup>344</sup> Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner, punkt 26.

omsætning blandt dagligvarebutikkerne, ville Parternes markedsandele blive lavere og koncentrationen på markedet blive lavere, end med den metode styrelsen anvender. Den anvendte metode i nærværende sag giver efter styrelsens vurdering derfor et overkantsskøn af Paternes markedsandele.

### 7.3.1 Graden af kannibalisering for eksisterende Salling-butikker

628. For at vurdere i hvilket omfang nye butikker ejet af Salling kannibalisere på hinanden, har styrelsen taget udgangspunkt i oplysninger fra Sallings. [xxx].
629. Styrelsen bemærker at [xxx]. Således viser [xxx], at Salling forventer at åbningen af en butik vil [xxx]. For [xxx] områder forventer Salling, at åbningen af butikkerne vil [xxx].

### 7.3.2 Metode

630. For at vurdere hvorledes åbningen af fx en Netto-butik i Targets butikprojekt påvirker konkurrencen i butikprojektets nærområde, har styrelsen beregnet den forventede fremtidige omsætning for Parterne samt den forventede fremtidige omsætning for de øvrige aktører i det relevante område omkring butikprojektet. Til brug for denne beregning har styrelsen anvendt omsætningen for aktørerne i de relevante områder, Parternes estimater for den forventede omsætning for butikprojekterne samt Parternes forventede kannibalisering.
631. For Parterne beregner styrelsen den fremtidige omsætning i et givent område som den nuværende omsætning (benævnes  $P$  nedenfor) plus den forventede omsætning i butikprojektet (benævnes  $E$  nedenfor) minus den forventede kannibalisering (benævnes  $k$  nedenfor). Derved bliver Parternes samlede omsætning i lokalområdet noteret  $P_p$ :

$$P_p = P + E - k$$

632. Når et givent butikprojekt åbner, vil dette butikprojekt dels kannibalisere på Sallings butikker i nærområdet. For kannibaliseringen af omsætningen på Sallings egne butikker i nærområdet lægger styrelsen Parternes forventede kannibalisering til grund. Da den samlede forventede omsætning i det givne område antages at være konstant, antages den øvrige forventede omsætning i butikprojektet således at komme fra de øvrige aktører på markedet. Konkret antager styrelsen, at dagligvarebutikkerne inden for det relevante catchment område finansierer butikprojektets forventede omsætning i overensstemmelse med deres markedsandele før åbningen af butikprojektet, da styrelsen antager, at totalmarkedet er uændret, såfremt en ny butik åbner. Eksempelvis vil Salling skulle finansiere 10 pct. af butikprojektets forventede omsætning, såfremt Salling havde en markedsandel på 10 pct. inden for det relevante catchment område inden åbningen af butikprojektet.
633. Som eksempel, hvis et givent butikprojekt har en forventet årlig omsætning på 10 mio. kr. og Salling forventer, at kannibaliseringen på Sallings egne butikker i det givne område er 1 mio. kr., så vil de resterende 9 mio. kr. skulle tages fra andre aktører i området.

#### 7.3.2.1.1 Eksempel – butikprojekt i Vejle

634. I det følgende vil et konkret eksempel på styrelsens metode blive gennemgået for et catchment område på 10 minutters kørsel fra Target. Den samme fremgangsmetode er anvendt for alle butikprojekter for at vurdere, om stigningen i Parternes samlede forventede markedsandele (dvs. inklusive butikprojektets forventede omsætning) kan give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder.
635. I Vejle har Salling tre Netto- og to Føtex-butikker inden for et område på 10 minutters kørsel fra butikprojektet. I et område afgrænset til 10 minutters køretid fra butikprojektet i Vejle

er der i alt 13 dagligvarebutikker udover Parterne, herunder Sallings tætteste konkurrenter, fordelt på i alt fire koncerner.

636. Butiksprojektet i Vejle har en forventet årlig omsætning på [xxx] kr., og Netto og Føtex har en omsætning på henholdsvis [xxx] kr. og [xxx] kr. i 2022. Samlet har Parterne således en omsætning på [xxx] mio. kr. i 2022 fratrukket den af Salling forventet kannibalisering på [xxx] mio. kr. fordelt på Sallings butikker.
637. Totalmarkedet for butiksprojektets catchment område var i 2022 på [xxx] mio. kr. Styrelsen anvender som nævnt en antagelse om, at der ikke vil tilføres mere omsætning til et lokalområde, såfremt en ny dagligvarebutik åbnes. Den samlede forventede fremtidige omsætning efter butiksprojektets åbning er således også [xxx] mio. kr.
638. De resterende [xxx] mio. kr. af den forventede omsætning i butiksprojektet indhentes hos de øvrige aktører i området inden for 10 minutters kørsel fra butiksprojektet i Vejle. Dette medfører, at konkurrenternes omsætning inden for 10 minutter af butiksprojektets lokation reduceres. Konkret fordeles beløbet i forhold til aktørernes markedsandele i 2022, jf. Tabel 7.1

Tabel 7.1 Markedsandele og omsætning i Vejle inden for 10 minutter fra Target

	Før åbningen af butiksprojektet Markedsandele (pct.)	Efter åbningen af butiksprojektet Markedsandele (pct.)	Før åbningen af butiksprojektet Omsætning (mio. kr.)	Efter åbningen af butiksprojektet Omsætning (mio. kr.)
Target	-	[0-5]	-	[xxx]
Salling	[40-50]	[40-50]	[xxx]	[xxx]
<b>Samlet</b>	<b>[40-50]</b>	<b>[40-50]</b>	<b>[xxx]</b>	<b>[xxx]</b>
Coop	[10-20]	[10-20]	[xxx]	[xxx]
Lidl	[10-20]	[5-10]	[xxx]	[xxx]
REMA 1000	[20-30]	[20-30]	[xxx]	[xxx]
Dagrofa	[0-5]	[0-5]	[xxx]	[xxx]
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>[xxx]</b>	<b>[xxx]</b>

Note: Markedsandelene tager udgangspunkt i et område afgrænset af 10 minutters køretid fra Targets lokation i Vejle.

Kilde: Parternes og deres konkurrenters fremsendte omsætningstal for 2022, samt ALDIs forventede omsætning for Target projektbutikken i Vejle.

639. På baggrund af de estimerede omsætninger beregnes de forventede markedsandele. For Salling er der tale om en [xxx] omsætning som følge af, at overtagelsen af butiksprojektet justeres for kannibalisering. For alle øvrige aktører er der tale om en mindre omsætning som konsekvens af åbningen af butiksprojektet.