

**NOTAT**

Dato: 14. juni 2018  
Sag: 18/12265-4  
Sagsbehandler: /MMW

**Rådssag om GlobalConnects erhvervelse af enekontrol over Nianet**

**KONKURRENCE- OG  
FORBRUGERSTYRELSEN**

<p><b>Indstilling (ændres til ”Beslutning” efter chef- og DIR-godkendelse)</b></p>	<p><i>Ved indstilling:</i> Det <u>indstilles</u>, at projekt GlobalConnect/Nianet-fusionen afsluttes og nedenstående erfaringer formidles i styrelsen.</p> <p><i>Efter beslutning:</i> Projekt GlobalConnect/Nianet-fusionen er afsluttet (bortset fra tilsagnsopfølgning) og slettet fra porteføljen.</p>
<p><b>Erfaringer (punktform)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Overvej hvordan den indledende håndtering af anmeldelsen skal ske – fx ift. udfordring af parterne ang. markedsbeskrivelse og mulige segmenteringer</li><li>• Indtænk inter partes-fortrolighed fra start – en generel/fast tilgang fra KFST’s side?</li><li>• Afgørelserne kan forkortes ved at sætte fx teoriafsnit og diverse metodebeskrivelser i bilag</li><li>• Der overvejes diverse initiativer til håndtering af udfordringer ved markedsundersøgelser i SurveyXact</li><li>• Gode erfaringer med ”nye” modeltilsagn</li></ul>
<p><b>Resumé af rådssagen</b></p>	<p>KFST modtog den 13. november 2017 en anmeldelse af GlobalConnect A/S’ (”GC”) erhvervelse af enekontrol over Nianet A/S, inklusive dets to helejede datterselskaber Fuzion A/S og Zen Systems A/S (herefter ”NN”). Parterne havde været i kontakt med styrelsen siden juli 2017.</p> <p>Den 15. marts 2018 anmodede parterne om forlængelse af fristen for behandlingen af fusionen med 20 hverdage, jf. konkurrencelovens § 12 d, stk. 4. Fristen for behandlingen af fusionen blev forlænget til den 1. juni 2018. Styrelsen sendte den 30. april 2018 udkast til afgørelse i høring hos parterne, og den 30. maj 2018 godkendte Konkurrencerådet fusionen med tilsagn på baggrund af styrelsens indstilling.</p> <p>Både GC og NN havde aktiviteter inden for engros- og detailsalg af bredbåndsforbindelser (til erhvervsdrivende), salg af housing-tjenester samt salg af diverse IT-løsninger, og styrelsen afgrænsede følgende berørte markeder:</p>

**ERHVERVS MINISTERIET**

- Engrossalg af internet access i Danmark
- Engrossalg af leased lines i Danmark
- Detailsalg af bredbåndsforbindelser i Danmark
- Salg af housing-tjenester i hhv. Aarhusområdet og Københavnsområdet

Det var styrelsens vurdering, at fusionen ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt inden for salg af housing-tjenester i Aarhusområdet. Her ville parterne få en betydelig kombineret markedsandel på >60 pct. Bl.a. pga. netværkseffekter og øvrige aktørers meget begrænsede størrelse var det styrelsens vurdering, at fusionen ville øge risikoen for ensidige virkninger.

Mht. de øvrige markeder var det styrelsens vurdering, at fusionen ikke ville hæmme den effektive konkurrence betydeligt. Det skyldtes bl.a. tilstedeværelsen af en række andre aktører, herunder Nianets tidligere ejere, som især på bredbåndsmarkederne kan lægge et vist konkurrencepres i de områder, hvor de har infrastruktur, ligesom de efter fusionen vil have større incitament til selv at agere på markederne. Der var i øvrigt ikke tegn på, at Nianet havde spillet en særlig rolle for konkurrencen eller prissætningen på markederne inden fusionen.

Parterne afgav tilsagn om frasalg af begge Nianets data-centre (housing-tjenester) i Aarhusområdet, hvorefter der ikke længere vil være overlap på dette marked. Frasalget skal ske under overvågning af en tilsynsførende trustee, som evt. også skal stå for frasalget, hvis dette ikke gennemføres i 1. runde.

**Væsentligste problemer**

- i) Anmeldelsens beskrivelse af berørte markeder var på visse punkter for overfladisk og misvisende

Særligt mulige segmenteringer blev behandlet meget overfladisk i lyset af parternes indledende tilgang til sagen. Caseteamet tjekkede overordnet op på praksis, men det kunne med fordel være gjort mere systematisk (skete først omkring MOB).

- ii) Diverse definitions- og dataproblemer

Parterne og deres konkurrenter viste sig at anvende meget forskellige definitioner for fagudtryk og for forskellige produkttyper, herunder kategorisering af detail- og engrossalg. Der blev brugt en del ressourcer på afklaring af

	<p>fx definitioner, ligesom spørgeskemaer var i høring hos parter og tredjeparter. Alligevel viste der sig visse uoverensstemmelser i resultaterne, som må skyldes usikkerhed/uenighed om fx skelnen mellem produkter.</p> <p>iii) Data fra parterne var flere gange fejlbehæftet og/eller blev korrigeret</p> <p>Dette skete i hele sagsforløbet (fra første udkast til anmeldelse og flere gange i fase 2). Særligt problematisk ift. analysearbejdet, fx fordi et hidtil uproblematisk undersegment pludselig blev justeret til at have en betydelig kombineret markedsandel. Det satte også caseteamet under yderligere tidspres i en i forvejen presset sag.</p> <p>iv) Svært at få (brugbare) input fra parterne i forbindelse med dataforespørgsler</p> <p>Det gjaldt særligt deres diversion ratio-undersøgelse, opgørelsen af bruttoavancer samt effektivitetsgevinster, hvor styrelsen problematiserede parternes opgørelser og opfordrede til korrektioner, men hvor parternes svar ikke bidrog til at kunne forbedre opgørelserne. Hvis fx UPP eller effektivitetsgevinster havde været afgørende for sagen havde parterne måske bidraget mere.</p>
<b>Succes-kriterier og leverancer</b>	<p>Succeskriterierne fra projektbeskrivelsen blev opfyldt, idet milepælsplanen dog blev justeret løbende og bl.a. blev afvejet efter forlængelsen af tidsfristen.</p> <p>Projektets leverancer blev leveret efter planen. Parterne havde meget få høringsbemærkninger, og Rådet havde også begrænsede kommentarer og ændringer ift. udkast til afgørelse (høring).</p>
<b>Fremdrift</b>	<p>Fremdriften i sagen har været fin – særligt i fase 2, hvor en omfattende markedsundersøgelse blev gennemført sideløbende med arbejdet på udkast til afgørelse. Visse opgaver kunne med fordel være påbegyndt/gennemført i prænotifikation/fase 1. Fx havde en tidligere igangsættelse af den udvidede markedsundersøgelse været at foretrække, så flere ressourcer var blevet frigivet til analyse- og skrivearbejdet i fase 2.</p>
<b>Ressourcer</b>	<p>Budget (fra medio januar 2018 til godkendelse): 1300</p>

timer i MTF og 300 timer i MØK.

Forbrug: 1957 timer i MTF (heraf 288 for studenter) og 426 timer i MØK.<sup>1</sup>

Det bemærkes, at sagsbehandlingen blev forlænget med en måned – bl.a. til behandling af tilsagn.

Der blev først knyttet en jurist til sagen efter endelig anmeldelse – det havde været fordelagtigt med jurist tilknyttet tidligere til bl.a. at se og vurdere praksis. Med en relativt ny jurist er det en fordel at være tilknyttet to jurister ift. løbende sparring.

Bemandingen i fase 2 var til tider lidt lav pga. to andre større fusionssager, der kørte sideløbende, samt barsler. Det gælder især ift. belastningen (særligt pga. markedsundersøgelsen). Meget fleksible studenter løftede dog en del praktiske opgaver ift. markedsundersøgelsen.

Udover sædvanligt dataarbejde bidrog MØK bl.a. til effektivt at "rense" datasæt med respondenter, stikprøveudtrækning m.v. Især mht. det første kunne vi med fordel have været opmærksomme på muligheden tidligere.

Teamsamarbejdet har fungeret rigtig godt, og teammedlemmerne har været gode til at supplere og hjælpe hinanden. Ift. KJUR har der primært været samarbejde i forbindelse med deres relevante og brugbare bemærkninger ved peer review. Ift. MØK har der været et godt, løbende samarbejde i en svær sag, hvor MØK – foruden detaljerede og konstruktive bemærkninger ved peer review – bl.a. har bidraget med en kritisk tilgang og konkrete bemærkninger til parternes data og databehandling (fx diversions og bruttoavancer/effektivitetsgevinster).

**Erfaringer til udbredelse i styrelsen**

i) Indledende håndtering af anmeldelse

I lyset af sagens udvikling havde det været hensigtsmæssigt tidligere i forløbet at udfordre parterne på beskrivelsen af markederne samt mulige segmenteringer, selvom de angav, at det ikke var relevant. Det kunne være sket ved i) nærmere gennemgang af praksis tidligt i forløbet og ved at ii) "tvinge" parterne til at forholde sig meget konkret til alle segmenteringer i stedet for at afvente en markedsundersøgelse. Tilgangen vil være sagsafhængig, men det kan

<sup>1</sup> Pr. 8/6 2018 er der i alt registreret 3672 timer på sagen.

være relevant at tage mere eksplicit stilling til, hvilke segmenteringer, der skal undersøges nærmere.

ii) Håndtering af inter partes-fortrolighed

I hele sagen foregik korrespondancen med parterne med begge parter's rådgivere i kopi. I forbindelse med høring og afgørelse opstod dog spørgsmål om, hvorvidt KFST har pligt til at lave separate versioner af udkast til afgørelse og endelig afgørelse til hver enkelt af parterne for sikre, at der ikke sker udveksling af fortrolige oplysninger, eller om dette (også ved udkast til afgørelse og endelig afgørelse) kan overlades til rådgiverne. Der kan med fordel tages stilling til, hvordan det generelt skal håndteres fremover – evt. ved orientering af/aftale med parterne om processen fra start. I andre sager kan det være mere oplagt, at der skal laves separate versioner.

iii) Kortere version af afgørelse

Vi har på forsøgsbasis indsat teoriafsnit og metode m.v. om markedsundersøgelse som bilag for at forkorte afgørelsen, hvilket Rådet tog godt imod. Det kan med fordel gøres i alle fremtidige sager, og det kan overvejes, om andre afsnit også kan placeres i bilag.

iv) Input fra markedsundersøgelsen

Caseteamet er i forbindelse med markedsundersøgelsen stødt på en række udfordringer og problemstillinger, herunder særligt ift. den praktiske gennemførelse via spørgeskema-program. Der overvejes en række initiativer til håndtering af udfordringerne – se evt. vedlagte interne evaluering, som er indsat nederst i dette dokument.

v) Modeltilsagn

Forløbet omkring brugen af de nye modeltilsagn har været meget positivt. Det er både en hjælp for KFST og parterne at have dem som udgangspunkt. Det kan overvejes, om der på andre områder kan indføres lignende redskaber

Ansvarlig for denne formidling er SBR/MMW.

**Opfølgingsplan**

- Der følges op på de afgivne tilsagn om frasalg via møder med trustee, gennemgang af løbende trustee-rapporter samt godkendelse af køber.
- Caseteamet foreslår at følge op over for relevante kunder – såvel kritiske som ukritiske engroskun-

der fra markedsundersøgelsen – ca. et år efter  
godkendelsen af fusionen for at få deres vurdering  
af fusionens virkninger.

## Evaluering af markedsundersøgelse i GlobalConnect/Nianet fusionen

– med fokus på SurveyXact

### 1. Spørgsmålene

Generelt har Word udgaverne af spørgsmålene været gode rammer for at lave spørgeskemaerne i SurveyXact. De studerende bør dog være opmærksomme på, at det ikke nødvendigvis er hensigtsmæssigt at følge dem én-til-én. Nogle spørgsmål, især hvis de er designet som tabeller i Word, kan være svære at give samme layout i SurveyXact uden at ende med et u hensigtsmæssigt output senere i processen.

Det er blevet foreslået, at de studerende får en introduktion af spørgeskemaerne inden indtastningen således, at den studerende er bedre klædt på til at vurdere, hvordan spørgsmålene bør designes, så det endelige output bedst kan svare på de fuldmægtiges spørgsmål.

Det er også blevet foreslået, at udarbejde en liste over hvilke spørgsmålstyper der er hensigtsmæssige, og hvad der kan lade sig gøre i SurveyXact, så de fuldmægtige har en form for menu at vælge ud fra, når de udarbejder spørgsmålene.

Der går generelt en del tid med diverse praktiske ting ved gennemførelse af SX-markedsundersøgelser – og mange ting går igen i alle undersøgelser.

Det kan overvejes, om vi kan gøre noget andet/mere for at begrænse tidsforbruget. Fx

- Indledende: Fx spørgsmålspakker til diverse problemstillinger (som minimum standardspørsmål til markedsafgrænsning med korrekt formatering etc i SX) – kan evt gøres som viderebygning på hypotesetræer
- Opsætning af skemaerne. Det er pt ret tilfældigt, hvordan spørgsmål sættes op, og skemaernes udseende er mildest talt ikke særligt tjekket
- Involvering af FORCE ift de elektroniske skemaer – noget grundlæggende i tilgang og format, som kan give os flere svar/færre kritiske tilbagemeldinger.

### 2. Indtastning

De studerendes erfaring er at Rambølls indledende kursus ”Den Gode Undersøgelse” ikke klæder én fyldestgørende på, til at designe de skemaer der blev udarbejdet til denne markedsundersøgelse.

Kurset underviser i Quickquest, men erfaringen er, at man er nødt til at kunne bruge Quickquestplus.

Indtastningsfasen har altså været præget, af at de studerende har lært pro-

grammet ud fra KFSTs guide ”Vejledning til spørgeskemaundersøgelser i SurveyXact”, og ikke haft en forhåndsviden til at vurdere begrænsninger og muligheder i programmet. Dette har gjort indtastningen langsommere og ikke designmæssigt optimalt, da det har været en læringsproces.

De studerende kan altså med fordel klædes bedre på inden en markedsundersøgelse af et sådant omfang (se punkt 6).

Det har været en god hjælp at bruge Rambølls support, når der har været konkrete problemer med kodning og lign. Der kan derfor opfordres til at ringe direkte til supporten og/eller bruge en officiel hjælpeside med fx diverse syntax (der bør indsættes henvisning til det i KFST-guide).

### **3. Testfasen**

Grundet tidspres blev der givet feedback på skemaerne, så snart der lå et udkast klar. Da der var syv skemaer betød dette at man var i gang med at designe næste skema, når der kom feedback på det forrige. Derfor fungerede det bedst i denne proces at printe skemaerne ud og skrive bemærkninger og rettelser ind på papir, så når de studerende modtog feedback, kunne de se præcis hvor i skemaerne, der var problemer og havde nemmere ved at finde tilbage og rette fejl og mangler.

### **4. Databehandling**

SurveyXacts analyse værktøj er ikke særlig fleksibelt, så det er begrænset hvor mange beregninger, det giver mening at lave, før man trækker output ud og behandler det i Excel.

Derudover bør det overvejes nøje om spørgsmål kategorien ”åbne tekstfelter” er nødvendig, da output fra disse spørgsmål er meget tidskrævende at behandle og få meningsfulde svar ud af både i Excel og SurveyXact.

### **5. Tilbage melding fra respondenter**

Vi har modtaget en del forskellige input fra respondenterne i forbindelse med undersøgelsen. En del af dem kan give anledning til ændringer både internt og eksternt (dvs. over for Rambøll), ligesom de kan give inspiration til, hvad der fx kan være vigtigt at huske ved fremtidige undersøgelser.

- Generelt fungerede det godt med en separat ”survey” mailboks alle i teamet kunne tilgå. Håndteringen af returmails fungerer også generelt godt i SurveyXact, den eneste kommentar til dette var at Rambøll bør gøre det nemmere, at frafalde respondenter, der ikke har sendt en returmail til SurveyXact mailen.

Det var også godt at have en studerende på vagt til at tage imod

telefonopkald, især omkring udsendelse af henholdsvis udsendelsesmailen og rykkermails, da langt de fleste henvendelser gik på at udsendelsesmailen lignede phishing og folk ville forsikres at den virkelig var fra KFST.

Der var en del respondenter, der havde fået mailen i et holdingselskab uden aktiviteter, så det var nødvendigt for dem, der skulle besvare returmails at vide, hvilken virksomhed de faktisk skulle svare på vegne af.

Derudover ville en del også gerne have oplyst, hvor vi havde deres oplysninger fra.

- Det største problem i forbindelse med udsendelsen er, at mailen sendes igennem SurveyXact og ikke fra en KFST mail. Dette får mailen til at se mistroisk ud, og nogle spamfiltre sorterer den fra.

Det har i forbindelse med ovenstående, været diskuteret hvad vi kan gøre internt for at reducere mængden af henvendelser (se punkt 6)

- Mange spørgsmål bar præg af, at respondenter ikke havde gennemlæst udsendelsesmailen ordentligt. F.eks. mange der ikke forstod, at de skulle besvare skemaet, når de ikke var kunde ved parterne, eller når de allerede havde besvaret et skema der lignede. En mulighed kan være at skære ned i teksten i udsendelsesmailen og i stedet henvise til yderligere information om undersøgelsen på KFST.dk (afveje info overload med nødvendig information), så man øger chancen for, at respondenter læser det der står.

Derudover ville det måske være en fordel at involvere FORCE, så skemaerne får forskellige layout – f.eks. tydelig farveforskel – så respondenter nemt kan kende forskel på skemaer, når de modtager mange forskellige skemaer.

Der kan måske med fordel også tilføjes i udsendelsesmailen, at hvis den person vi har fået mailen på ikke er den rigtige til at svare på undersøgelsen, må vedkommende gerne videresende den internt.

- En del tilbagemeldinger gik på manglende bekræftelse efter at have gennemført undersøgelsen. Det er en mulighed at sende respondenterne videre efter at have trykket afslut til en bestemt side, f.eks. kfst.dk, så de ikke ender på en blank side og er usikre på, om de har gjort det rigtigt. Der burde fx relativt nemt kunne laves en særlig underside på kfst.dk, hvor der kort kunne stå en bekræft-

telse på modtagelse og et tak for hjælpen.

- Der har været tilbagemeldinger på problemer med printfunktionen i skemaerne, og det er bekræftet internt efterfølgende at nogle spørgsmål og figurer bliver væk eller reduceret når man printer dem, og dermed har vi ikke haft en god måde til at give respondenterne adgang til en oversigt over alle spørgsmål. Det er hverken professionelt eller særlig optimalt, at funktionen ikke virker ordentligt. Indtil problemet bliver løst, bør vi derfor i stedet fx lave den bedst mulige pdf-udskrift af spørgeskemaet, som der i stedet kan linkes til fra det enkelte spørgeskema. Respondenten skal stadig kunne printe sine udfyldte svar til sidst (i et muligvis mangelfuldt format).
- Nogle respondenter har behov for at kunne fordele forskellige dele af besvarelsen mellem flere personer. Det kan p.t. være vanskeligt i SurveyXact, hvis man ”tvinger” respondenter til at besvare hver enkelt spørgsmål undervejs. Brugen af spring m.v. kan også vanskeliggøre det. Det kan overvejes fx i) at informere yderligere om disse muligheder/om det er muligt, ii) kun gøre det muligt at afslutte skemaet, når alle spørgsmål er besvaret (dvs. ingen ”tvang” undervejs), iii) tydeliggøre hvilke spørgsmål der mangler besvarelse af – evt med link/klik mulighed mellem de forskellige dele af skemaet.

## **6. Forslag til andre mulige fremtidige tiltag i KFST**

- Da det forbliver et centralt problem at vores udsendelsesmail ligner spam, har der været mange forslag til at forsøge at give den mere troværdighed.  
Ville det være en mulighed at udsendelsesmailen indeholdte et link til en lukket side på KFST.dk samt en unik respondentkode, som kan bruges til at få adgang til respondentens spørgeskema – det blev gjort under JP/Pol. Som minimum bør der være en henvisning til en KFST.dk side, hvor der er yderligere oplysninger om undersøgelsen:  
F.eks. hvem der er blevet udvalgt til at skulle besvare de forskellige skemaer (stikprøve/indhentet fra virksomhed x, y, z m..v), hvordan vi har indhentet oplysninger og en forsikring om at undersøgelsen er ægte.
- Det er blevet erfaret, at nogle funktioner i SurveyXact ikke fungerer i browseren ”Internet Explorer” da SurveyXact er optimeret til Chrome og Firefox. Det drejer sig konkret om fortrolighedsfunktionen ”tekst spørgsmål – kommentar spørgsmål”, hvor respondenter har mulighed for at markere fortrolighed i fritekst. Da vi

designede skemaerne til denne undersøgelse kunne man slet ikke skrive i tekstfeltet, hvis man brugte Internet Explorer. Det kan være, at dette bliver forbedret med tiden, men man bør være opmærksom, hvis man anvender denne funktion. Som minimum bør det skrives ind som en "OBS" ind i den interne guide.

- For at klæde studerende bedre på fremadrettet foreslår de studerende, at man enten supplerer "Den Gode Undersøgelse"-kurset med et videregående kursus ved Rambøll, eller at man alternativt måske med fordel kunne designe et lille kursus internt – og endnu vigtigere – en opgave, der forberedte nye studerende på de væsentligste ting. Så kurset og opgaven sammen med den interne guide "Vejledning til spørgeskemaundersøgelser i SurveyXact" kunne stå i stedet for et eksternt kursus. Opgaven kunne fokusere på korrekt indsætning af fortrolighedsmarkeringer, samt nyttig brug af kode til aktiveringer, valideringer og spring, samt gode fifs til opbygning og layout. De studerende tror at en sådan opgave med noget konstruktiv feedback bagefter og evt. hjælp under udarbejdelsen kan være lige så godt eller bedre end et eksternt kursus, da det vigtige er at sidde og prøve programmet af selvstændigt.

## **7. Problemer, der bør diskuteres med Rambøll**

- Det har været foreslået, at vi sender direkte til virksomheders e-boks, da det giver udsendelsen mere troværdighed, og så vi ikke risikerer, at mailen ender i en mail, der ikke bliver tjekket. Ville dette være muligt?
- Såfremt vi ikke selv kan finde en løsning på problemerne med printfunktionen, bør løsninger på dette diskuteres med Rambøll.
- Er udsendelse fra eget domæne/subdomæne en mulighed? – f.eks. fra @survey.kfst.dk – ifølge nogle respondenter kan "enhver p.t. spoofe mails fra os"
- Kan det gøres nemmere, at fratage respondenter, der ikke har sendt en returmail til SurveyXact mailen?