

NOTAT

Dato: 29. juni 2020
Sag: 19/13209-174
Sagsbehandler: /MAR

HusCompagniet/eurodan-fusionen

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

ERHVERVS MINISTERIET

Beslutning	Projektet ” HusCompagniet/eurodan-fusionen ” afsluttes, og nedenstående erfaringer formidles i styrelsen.
Erfaringer (punktform)	<ul style="list-style-type: none">• God markedsundersøgelse blandt forbrugere med en svarprocent på 49 pct. Her har FORCEs udsendelsesmail samt udlodningen af biografbilletter/gavekort til Saxo bidraget til en høj svarprocent.• Det er særdeles vigtigt at henvise til GDPR, når der udsendes markedsundersøgelser til forbrugere.• Caseteamet fik udarbejdet en god måde, hvorpå aktindsigt kan håndteres i markedsundersøgelser.
Resumé af rådssagen	<p>Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 17. december 2019 en almindelige anmeldelse af HusCompagniet A/S’ erhvervelse af eurodan-huse A/S, som begge opfører og sælger parcelhuse og byggegrunde til privatkunder i Danmark.</p> <p>Styrelsen har foreløbigt vurderet, at der kan afgrænses følgende markeder:</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Markedet for nybyggede parcelhuse i Danmark, der muligvis kan segmenteres i henholdsvis et marked for Østdanmark og et marked for Vestdanmark➤ Markedet for opkøb af jord med henblik på opførelse og salg af bygninger i Danmark, som muligvis kan segmenteres i forhold til bygningens anvendelse, herunder erhvervsbyggeri eller boligbyggeri, samt i forhold til den pågældende boligtype, der skal opføres på grunden, fx parcelhuse, rækkehuse eller etagebygninger. Endvidere kan markedet muligvis segmenteres i regionale eller lokale markeder➤ Markedet for salg af grunde med henblik på opførelse og salg af bygninger i Danmark, som muligvis kan segmenteres i forhold til den pågældende boligtype, der skal opføres på grunden, fx parcelhuse, rækkehuse eller etagebygninger. Endvidere kan markedet muligvis segmenteres i regionale eller lokale markeder <p>Styrelsen har foreløbigt vurderet, at den planlagte fusion som følge af ensidige virkninger hæmmer den effektive konkurrence betydeligt på markedet for nybyggede par-</p>

celhuse i Danmark.

Styrelsen har endvidere foreløbigt vurderet, at fusionsparternes anvendelse af byggepligt på grunde, solgt af fusionsparterne, udgør en adgangs- eller ekspansionsbarriere over for potentielle og eksisterende aktører på markedet for nybyggede parcelhuse.

Endelig har styrelsen foreløbigt vurderet, at de påberåbte effektivitetsgevinster ikke opfylder de kumulative betingelser, samt at de ikke er tilstrækkelige til at opveje de konkurrenceproblemer, som styrelsen har identificeret. Styrelsen har videre foreløbigt vurderet, at de tilbudte tilsagn hverken hver især eller tilsammen fuldstændigt fjerner de konkurrenceskadelige virkninger af fusionen.

På baggrund heraf er det styrelsens foreløbige vurdering, at den planlagte fusion vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, og at fusionen derfor skal forbydes.

Fusionen overgik den 29. januar 2020 til fase II, som grundet COVID-19 blev forlænget fra den 11. juni 2020 til den 20. august 2020.

Udkast til afgørelse blev sendt i partshøring den 15. maj 2020, og den 8. juni 2020 oplyste fusionsparterne, at de trak fusionsanmeldelsen tilbage.

Væsentligste problemer

Markedsafgrænsning

Caseteamet har været udfordret på afgrænsningen af markedet for nybyggede parcelhuse. For det første var der yderst begrænset praksis på området. For det andet gav resultaterne fra SSNIP-spørgsmålet samt den beregnede CLA ikke et entydigt svar ift., hvorledes markedet skulle afgrænses. Caseteamet var således nødsaget til at undersøge, hvorvidt produkterne på baggrund af egenskaber, pris og anvendelsesformål ansås for indbyrdes substituerbare af forbrugerne.

I forbindelse med ovenstående har caseteamet drøftet, om der er behov for at genoverveje, hvordan vi stiller SSNIP-spørgsmålet.

Den første overvejelse er, om KFST skal følge CMA's spørgetilgang¹ og stille SSNIP-spørgsmålet todelt. Fx:

1

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/708169/Survey_good_practice.pdf

Spørgsmål 1

”Forestil dig, at prisen på *Produktet* havde været 5-10 pct. højere end den pris du rent faktisk endte med at betale. Hvad ville du da have gjort?

- i) Jeg ville fortsat have købt produktet
- ii) Jeg ville ikke have købt produktet
- iii) Ved ikke”

Spørgsmål 2

De respondenter, der svarer ”Jeg ville fortsat have købt produktet” i spørgsmål 1, skal herefter stilles følgende spørgsmål:

”Forestil dig nu, at det ikke var mulige at vælge at købe dit produkt hos *Producent A*. Hvilken af følgende virksomheder ville du så mest sandsynligt vælge?”

En anden overvejelse er, om SSNIP-spørgsmålet skal stilles af to omgange. Således at respondenterne først spørges ind til, hvad de ville gøre ved en 5 pct. prisstigning og herefter en 10 pct. prisstigning. Komplexiteten i vores spørgeskemaer skal dog også overvejes i den forbindelse.

Ovenstående bør undersøges nærmere, da vi ind i mellem oplever, at resultaterne fra SSNIP'en samt CLA'en ikke giver et entydigt svar.

Endelig skal det afklares, hvorledes vi fremover skal håndtere ”ved ikke” besvarelser i vores markedsundersøgelser.

Markedsundersøgelser – spørgsmål til konkurrenter

En anden udfordring, som caseteamet stødte på, var konkurrenternes forventning til fusionens effekter på markedet.

I markedsundersøgelsen blev konkurrenterne spurgt ind til deres forventning til, hvorledes fusionen ville påvirke i) konkurrencen, ii) priserne og iii) konkurrenten selv.

Især konkurrenternes forventning til fusionens påvirkning på konkurrencen voldte problemer, idet konkurrenterne havde forstået spørgsmålet på forskellige måder. Hvilket også er oplevet i andre tidligere sager.

Fremadrettet bør det overvejes, om dette spørgsmål skal medtages i markedsundersøgelser blandt konkurrenter. Hvis spørgsmålet medtages bør det præciseres, hvad styrelsen mener med, ”fusionens påvirkning på konkurrencen”.

Afhængig af sagen og de berørte markeder kan det endvidere være relevant at spørge ind til konkurrenternes forventning til om fusionen vil påvirke innovationen eller kvaliteten af produkterne på markedet/erne.

Udvidelse af markedsundersøgelse

Efter KFST's gennemførelse af markedsundersøgelsen blandt fusionsparternes kunder, anmodede fusionsparterne styrelsen om at gennemføre en udvidet markedsundersøgelse blandt fusionsparternes nyeste kunder.

I nærværende sag, herunder henset til tidspunktet for henvendelsen, valgte caseteamet at imødekomme denne anmodning.

Det er dog vigtigt at være påpasselig hermed, således at der ikke kommer en forventning fra fusionsparternes side om, at markedsundersøgelser kan udvides og/eller ændres, hvis resultaterne ikke er som parterne forventer.

Succes- kriterier og leverancer

De fastsatte succeskriterier var følgende:

1. Der tilvejebringes et tilstrækkeligt solidt grundlag for en vurdering af fusionens virkninger på konkurrencen.
2. Der er truffet afgørelse på det rigtige niveau (Konkurrenceråd/KFST).
3. Projektgruppen har overholdt milepælsplanen og leveret de fastsatte leverancer.
4. Fusionsbehandlingen gennemføres uden at møde væsentlig berettiget kritik.

De aftalte leverancer var følgende:

1. Udsendelse af MOB
2. Gennemførelse af markedsundersøgelser blandt parternes konkurrenter og privatkunder
3. Udsendelse af udkast til afgørelse
4. Udsendelse af Konkurrencerådets/KFST's afgørelse om fusionen.

Caseteamet har udsendt MOB og gennemført markedsun-

dersøgelser inden for de aftalte frister. Udkast til afgørelse blev sendt i partshøring den 19. maj 2020.

Idet fusionsparterne endte med at trække fusionsanmeldelsen tilbage, har caseteamet ikke kunne opfylde den sidste leverance.

Det skal nævnes, at fusionsparterne i forbindelse med den eksterne udmeldelse af, at parterne trak fusionsanmeldelsen tilbage, ikke har udsat KFST for hverken uberettiget eller berettiget kritik, men blot har oplyst, at parterne ikke var enige i KFST's vurdering af fusionens virkninger.

Fremdrift

Der har generelt været en god fremdrift i sagen. Fra starten var det tydeligt, at sagen kunne være problematisk, hvorfor der allerede fra starten blev allokeret ressourcer fra både MTF, BET og MØK.

I løbet af projektets levetid gik en af projektdeltager på forældreorlov, mens en anden opsagde sin stilling i styrelsen, hvilket medførte at tidsplanen blev presset for de resterende projektdeltagere.

Derudover har der været en god dialog med fusionsparterne og deres advokater hele processen igennem, hvilket har resulteret i et godt samarbejde, som styrelsen efterfølgende er blevet rost for.

Ressourcer

Der var estimeret et samlet ressourceforbrug på 3.000 timer, som fordelte sig således:

MTF: 2.000

BET: 600

MØK: 400

KJUR: ?

Det samlede faktiske ressourceforbrug i hele projektets levetid (inkl. prænotifikationen) er 3.507,97 timer, som fordeler sig således:

MTF: 2.177,67

BET: 643,25

MØK: 643,75

KJUR: 43,4

BET og MØK har igennem hele projektet været særdeles aktive projektdeltagere i sagen og har i stort omfang bidraget til de indledende undersøgelser samt skriveproces-

sen. KJUR har alene været involveret i et mindre omfang samt i forbindelse med peer review.

Erfaringer til udbredelse i styrelsen

- God markedsundersøgelse blandt forbrugere med en svarprocent på 49 pct. I forbindelse med udsendelse af markedsundersøgelsen hjalp FORCE med at udarbejde en udsendelsesmail, hvor bl.a. antallet af spørgsmål og den forventede tid fremgik. Derudover besluttede vi at udlodde to biografbilletter/gavekort til Saxo blandt respondenterne.
- Det er særdeles vigtigt at henvise til GDPR, når der udsendes markedsundersøgelser til forbrugere. Fx: *"Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ifølge konkurrenceloven ret til at få udleveret bl.a. kontaktoplysninger for at vurdere en potentiel fusion. På baggrund af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens anmodning har XX derfor videregivet dine kontaktoplysninger til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen. XX har hertil oplyst, at udleveringen af kontaktoplysningerne er sket i overensstemmelse med anmodningens indhold og persondataretlige regler, herunder persondataforordningen og databeskyttelsesloven."*
- Caseteamet fik i forbindelse med sagsbehandlingen indsamlet en stor mængde data fra flere markedsundersøgelser, fusionsparterne samt Danmarks Statistik. Dette gjorde det muligt at udarbejde en meget underbygget afgørelse samt foretage en lang række beregninger.
- Caseteamet fik udarbejdet en god måde, hvorpå aktindsigt kan håndteres i markedsundersøgelser. Ved at anonymisere alle respondenter (både kunder og konkurrenter) havde styrelsen mulighed for at give parterne indsigt i flere oplysninger end ellers muligt. Det er dog vigtigt, at tænke helheden ind, når der gives aktindsigt i fx diversion ratios.

Ansvarlig for denne formidling er Maria Rossmann.

Opfølgingsplan

Det overvejes, hvorvidt det er muligt for styrelsen at skrive en artikel, hvori noget af styrelsens viden fra fusionen kan indgå.