

NOTAT

Dato: 6. maj 2016

Sag: FLID-16/02966

Sagsbehandler: /SBJ/PMO/MNI

Godkendelse af Viking Malt Oy's erhvervelse af Danish Malting Group A/S

**KONKURRENCE- OG
FORBRUGERSTYRELSEN**

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 24. februar 2016 en anmeldelse af Viking Malt Oy's ("Viking Malt") erhvervelse af Danish Malting Group A/S ("DMG"), 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 30. marts 2016.

**ERHVERVS- OG
VÆKSTMINISTERIET**

Viking Malt og DMG betegnes herefter samlet "parterne".

1. Parterne og deres aktiviteter

1.1. Viking Malt

Viking Malt er en finsk virksomhed, som producerer og sælger malt samt relaterede services til bryggerier, drikkevarer og bagerbranchen.

Viking Malt har tre malterier med følgende produktionskapaciteter:

- Halmstad (Sverige): 220.000 tons malt årligt.
- Lahti (Finland): 75.000 tons malt årligt.
- Panevezys (Litauen): 75.000 tons malt årligt.

Viking Malt producerer både basismalt og ristet malt¹. Produktionen af ristet malt foregår dog udelukkende på malteriet i Lahti, Finland.

En stor del af den pilsnermalt, som produceres i Halmstad, Sverige, går til eksport, hvoraf en begrænset del eksporteres til bryggerier i Danmark.

Viking Malt er delvist ejet af Polttimo Oy ("Polttimo") (62,5 pct.) og Lantmännen ek för ("Lantmännen") (37,5 pct.).

¹ Det specificeres i afsnit 4.1, hvad der betegnes som basismalt og ristet malt.

1.2. DMG

DMG er en dansk virksomhed som producerer og sælger malt primært til ølproduktion.

DMG har tre malterier med følgende produktionskapaciteter:

- Ørslev ved Vordingborg (Danmark): 120.000 tons malt årligt.
- Sierpc (Polen): 78.000 tons malt årligt.
- Strzegom (Polen): 20.000 tons malt årligt.

DMG producerer både basismalt og ristet malt. Produktionen af ristet malt foregår dog udelukkende på malteriet i Strzegom, Polen.

Inden fusionen ejer Carlsberg Breweries A/S ("Carlsberg") 100 pct. af kapitalandelene i DMG.

DMG's største kunde er Carlsberg, som inden fusionen aftog omkring 80 pct. af DMG's produktion.

2. Transaktionen og jurisdiktion

Viking Malt og Carlsberg indgik den 4. januar 2016 bl.a. en bindende aftale om overdragelse af 100 pct. af aktierne i DMG.

Den planlagte transaktion indebærer, at Viking Malt overtager 100 pct. af aktierne i DMG fra Carlsberg, og dermed erhverver Viking Malt enekontrol med DMG.

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

Viking Malt er delvist ejet af Polttime (62,5 pct.) og Lantmännen (37,5 pct.). Polttime og Lantmännen har fælleskontrol over Viking Malt.

Parterne har oplyst, at Viking Malts fusionsrelevante omsætning² i 2014 udgjorde [...] mia. kr., heraf en samlet omsætning på [...] mia. kr. i EU og på ca. [...] mia. kr. i Danmark.

DMG havde i 2014 en samlet omsætning på ca. [...] mio. kr., hvoraf omsætningen i EU udgjorde [...] mio. kr. og i Danmark [...] mio. kr.

Eftersom de deltagende virksomheders omsætning overstiger omsætningstærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, er der tale om en

² I opgørelsen af denne omsætning indgår ud over Viking Malts omsætning også den relevante omsætning fra Viking Malts kontrollerende ejere.

fusion omfattet af konkurrencelovens regler om fusionskontrol, jf. konkurrencelovens kapitel 4.

3. Analysegrundlag

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med vurderingen af fusionen, ud over fusionsanmeldelsen, parternes interne strategidokumenter og et site-visit hos DMGs malteri i Vordingborg, taget udgangspunkt i følgende analyser og interviews:

- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens spørgeskemaundersøgelser:
 - Spørgeskemaundersøgelse blandt bryggerier med aktiviteter i Danmark. Spørgeskemaet blev sendt til en række af de største bryggerier i Danmark og flere mindre bryggerier i Danmark. 16 bryggerier besvarede spørgeskemaet.
 - Spørgeskemaundersøgelse blandt malterier i Europa. Alle malterierne har anlæg placeret i enten Nordeuropa, Holland eller Tyskland. 10 malterier besvarede spørgeskemaet.
- Møder og telefonmøder med relevante aktører på de respektive markeder, herunder maltleverandører og bryggerier.

4. Det relevante marked

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.³

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.⁴

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 konkur-

³ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), pkt. 2.

⁴ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), pkt. 7.

rencevilkår og kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er meget anderledes.⁵

Det følger af konkurrencelovens § 5 a, stk. 1, og af Kommissionens markedsafgrænsningsmeddelelse⁶, at det relevante marked skal afgrænses på baggrund af undersøgelser af efterspørgsels- og udbudssubstitution.

4.1. Det relevante produktmarked

Fusionen vedrører produktion og salg af malt.

Ifølge parterne er det relevante produktmarked, som bør tages i betragtning i fusionen, markedet for produktion og salg af malt.

Konkurrencerådet har ikke tidligere afgrænset et marked for produktion og salg af malt.

Der findes en række forskellige typer malt, som hver især har forskellige egenskaber. Typisk inddeles maltyperne i kategorierne *basismalt* og *ristet malt*. Basismalt dækker blandt andet over maltypen pilsnermalt.

Pilsnermalt anvendes til produktion af pilsnerøl og kan ligeledes anvendes som basismalt i produktionen af specialøl. Pilsnermalt kan blandt andet også bruges til produktion af whisky.

Ristet malt omfatter en lang række forskellige typer malt. Ristet malt anvendes primært i produktionen af specialøl og tilføjes blandt andet for at give øllet smag og farve. Ristet malt kan også bruges til produktion af brød og maltekstrakt.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med vurderingen af fusionen undersøgt, hvorvidt et eventuelt produktmarked for malt kan segmenteres yderligere efter maltype.

4.1.1 Efterspørgselssubstitution

Ifølge parterne kan pilsnermalt ikke substitueres med ristet malt.

Dette bekræftes i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse blandt bryggerier med aktiviteter i Danmark. Af besvarelserne til undersøgelsen fremgår det, at 87 pct. af bryggerierne ikke ville ændre deres indkøbsvaner, hvis prisen på alt pilsnermalt steg 5-10 pct., samtidigt med at prisen på øvrige maltyper forblev uændret.

⁵ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), pkt. 8.

⁶Jf. Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked i forbindelse med Fællesskabets konkurrenceret (97/C 372 /03), pkt. 13, 1. punktum.

Alene med udgangspunkt i efterspørgselssubstitution indikerer dette, at det kunne være relevant at segmentere markederne efter malttype, dvs. at afgrænse et relevant marked for pilsnermalt.

4.1.2 Udbudssubstitution

Ifølge parterne kan pilsnermalt og ristet malt produceres på samme malteri. Produktionsprocessen for henholdsvis pilsnermalt og ristet malt varierer dog til en vis grad, blandt andet fordi produktion af ristet malt tager længere tid og kræver ekstra udstyr.

Parterne har angivet, at malterier relativt nemt kan ændre produktionsfaciliteterne til at producere forskellige typer malt. Investeringsomkostningerne forbundet ved at konvertere produktionsfaciliteterne fra pilsnermalt til ristet malt anslås at udgøre ca. [...] kr. Endvidere ligger investeringsomkostningerne ved at etablere et nyt malteri med en kapacitet på ca. 100.000 tons ifølge parterne i omegnen af [...] kr.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer umiddelbart, at investeringsbehovet ved at konvertere produktionsfaciliteterne fra pilsnermalt til ristet malt sammenholdt med udgifterne til et nyt malteri, virker begrænset. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer dog også umiddelbart, at en investering i omegnen af [...] kr. kan være betydelig i forhold til omsætningspotentialet.

I forhold til udbudssubstitution, vurderer Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, at det er uklart, hvorvidt der skal afgrænses et samlet marked for malt, som omfatter både pilsnermalt og ristet malt.

4.1.3 Konklusion vedr. det relevante produktmarked

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer umiddelbart, at den mest sandsynlige afgrænsning af det relevante produktmarked vil være en segmentering efter malttype, dvs. for denne fusion især et relevant produktmarked for pilsnermalt.

Da fusionen under alle omstændigheder ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder, uanset afgrænsningen af de relevante produktmarkeder, har styrelsen ikke foretaget en endelig afgrænsning af det relevante produktmarked.

Det kan således i nærværende sag stå åbent, hvorvidt det relevante marked kan afgrænses til produktion og salg af malt, eller hvorvidt markedet skal segmenteres efter malttype, fx pilsnermalt og ristet malt.

Parterne har oplyst, at de ikke producerer ristet malt på anlæggene i Vordingborg (DMG) og Halmstad (Viking Malt). Styrelsen har derfor pri-

mært undersøgt fusionens virkninger på markedet for produktion og salg af pilsnermalt.

4.2. Det relevante geografiske marked

Parterne har i anmeldelsen anført, at det geografiske marked som minimum skal afgrænses til EU.

Konkurrencerådet har ikke tidligere afgrænset et geografisk marked for produktion og salg af malt.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelser har ikke bekræftet parternes vurdering af det geografiske marked. En række indikatorer peger i retning af, at markedet skal afgrænses nationalt. Samtidig peger en række indikatorer i retning af, at det geografiske marked skal afgrænses bredere end Danmark.

4.2.1 Efterspørgselssubstitution

Blandt de bryggerier som har deltaget i markedsundersøgelsen, angiver 2/3 af respondenterne Danmark som det geografiske område, hvor bryggeriet finder det rentabelt at indkøbe pilsnermalt på nuværende tidspunkt.

Af bryggeriernes besvarelser fremgår det, at hvis priserne hos danske maltleverandører steg med 5-10 pct., mens priserne hos udenlandske maltleverandører forblev uændrede, ville 54 pct. af bryggerierne fortsat købe hele deres forbrug af malt fra danske maltleverandører.

Det fremgår dog ligeledes af bryggeriernes besvarelser, at 60 pct. af respondenterne vurderer, at prisen på pilsnermalt produceret i Danmark pt. ikke adskiller sig væsentligt fra prisen på pilsnermalt produceret i udlandet. Størstedelen af bryggerierne mener, at der ikke er væsentlige handelsbarrierer forbundet med indkøb af pilsnermalt fra malterier uden for Danmarks grænser, og en relativ stor andel af bryggerierne indhenter tilbud fra flere maltleverandører i Europa.

Med udgangspunkt i efterspørgselssubstitution alene vurderer Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, at det er uklart, hvor snævert det relevante geografiske marked skal afgrænses. Flere forhold taler dog for en mere snæver geografisk markedsafgrænsning, dvs. eksempelvis Danmark eller Norden.

4.2.2 Udbudssubstitution

Af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse blandt malterierne fremgår det, at kun to af de adspurgte malterier, med produktion i udlandet, har overvejet at eksportere malt til Danmark i løbet af de sidste fem år.

Størstedelen af de udenlandske malterier i undersøgelsen ville ikke opstarte eksport til Danmark, hvis prisen på pilsnermalt steg med 5-10 pct. i Danmark, samtidig med at prisen på pilsnermalt i alle andre lande forblev uændret. 33 pct. af de udenlandske malterier i undersøgelsen har dog angivet, at de ville opstarte eksport eller øge eksporten til Danmark, hvis prisen steg som beskrevet herover. Disse malterier er primært placeret i Nordtyskland.

Malterierne har i markedsundersøgelsen ligeledes angivet den maksimale afstand, hvortil de er villige til at levere malt med lastbil, hvis de selv skulle afholde omkostningerne til transport. Tre udenlandske malterier, har angivet afstande, som omfatter Danmark.

Ovenstående forhold indikerer, at der kan være en vis grad af udbudssubstitution fra anlæg uden for Danmark, hvorfor markedet muligvis og i et vist omfang kan afgrænses bredere end Danmark.

4.2.3 Konklusion vedr. det relevante geografiske marked

Resultaterne af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelser i fase 1 giver ikke et entydigt svar på afgrænsningen af det relevante geografiske marked. Set fra efterspørgselssiden alene er der forhold, der indikerer en snæver afgrænsning til Danmark, mens forhold på udbudssiden indikerer, at markedet kan være bredere og blandt andet også omfatte Nordtyskland. Flere forhold peger på, at nogle malterier, geografisk tæt placeret på Danmark, kan lægge et vist konkurrencepres på danske maltproducenter.

Da styrelsen vurderer, at fusionen ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder, uanset afgrænsningen af det geografiske marked, kan den geografiske markedsafgrænsning i denne sag stå åben.

5. Vurdering af fusionen

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

Parterne har anført, at fusionen alene giver anledning til horisontalt berørte markeder og ikke vertikalt berørte markeder.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering af fusionens virkninger tager udgangspunkt i analysegrundlaget oplyst i afsnit 3 ovenfor.

5.1. Horisontale virkninger

Viking Malt og DMG er begge aktive inden for produktion og salg af malt. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har vurderet de horisontale virkninger af fusionen med udgangspunkt i det snævreste berørte pro-

duktmarked (pilsnermalt) samt på et eventuelt marked for ristet malt og et eventuelt samlet marked for malt.

5.1.1 Frigivelse af kapacitet

Fusionen giver anledning til at overveje, hvordan in-house produktionskapacitet skal behandles i en fusionskontrolvurdering. Hvis vurderingen af fusionen tager udgangspunkt i et marked for eksternt salg af malt ("merchant market"), vil fusionen medføre en vis frigivelse af in-house produktion af malt ("captive market").

Som led i fusionsbehandlingen har Konkurrence- og Forbruger undersøgt omfanget af den kapacitet der bliver frigivet som følge af fusionen. Dette berøres nedenfor.

Fusionen medfører, at DMG ikke længere vil være Carlsbergs in-house malteri. En direkte følge af fusionen er derfor en frigivelse af in-house produktionskapacitet til merchant markedet.

Parterne har imidlertid sammen med fusionsaftalen indgået en leveringsaftale frem til [...], som forpligter Viking Malt til at levere [...] malt til Carlsbergs bryggerier. Aftalen er [...] for parterne.

DMG har fra sit anlæg i Vordingborg hidtil haft [...] eksternt salg til bryggerier uden for Carlsberg-koncernen. Dette salg udgjorde i 2015 [...] tons malt.

Tages der højde for den i fremtiden bundne mængde omfattet af leveringsaftalen, vil fusionen medføre, at der fra år [...] vil blive frigivet [...] tons malt til merchant markedet. Leveringsaftalen vil frem til [...] omfatte [...] mængder, hvilket betyder, at der i det sidste år omfattet af leveringsaftalen vil være frigivet [...] tons malt, såfremt anlægget i Vordingborg [...] produktionskapaciteten.

Sammenlignes det eksterne salg fra Vordingborg inden fusionen med den [...] frigivne mængde efter fusionen, fremgår det, at der fra år [...] kan afsættes en større produktion malt til merchant markedet end det eksterne salg udgjorde fra Vordingborg inden fusionen. Som følge heraf vil anlægget [...] udbyde ekstra mængder malt på merchant markedet.

På den anden side vil bryggerier i Carlsberg-koncernen skulle dække dele af deres maltbehov fra andre malterier, hvis de efter fusionen køber mindre malt fra DMG.

5.1.2 Pilsnermalt

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har undersøgt, hvorvidt fusionen kan give anledning til ensidige eller koordinerede virkninger på markedet for pilsnermalt.

Vurderingen af de horisontale virkninger afhænger i en vis grad af, hvordan det geografiske marked afgrænses. Som tidligere nævnt, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ladet den endelige geografiske markedsafgrænsning stå åben. Styrelsen har derfor arbejdet ud fra tre scenarier omkring afgrænsningen af det geografiske marked. Fusionens virkninger i disse tre scenarier beskrives herunder.

5.1.2.1 Ensidede virkninger

Scenarie 1 – Danmark

Parterne har oplyst, at omsætningen på et marked for produktion og salg af malt i Danmark i 2015 udgjorde 316 mio. kr.

Inden fusionen er DMG og Sophus Fuglsang Export-Maltfabrik A/S ("Fuglsang") de primære maltleverandører i Danmark, jf. tabel 1. Viking Malts anlæg i Halmstad er i et mindre omfang en aktuel konkurrent til maltleverandører i Danmark, og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har derfor undersøgt, om Viking Malt i kraft af den beskedne eksport til Danmark kan betragtes som en potentiel konkurrent i Danmark.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i forbindelse med behandlingen af fusionen modtaget indsigelser fra forskellige markedsaktører vedrørende fusionen. Indsigelserne vedrører blandt andet, at antallet af mulige maltleverandører til Danmark indskrænkes som følge af fusionen.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har blandt andet på baggrund af ovenstående særligt undersøgt, hvilken rolle Viking Malt har spillet på et geografisk marked afgrænset til Danmark.

Ad 1 – Markedsandele og HHI

Af tabel 1 fremgår det, at maltmarkedet i Danmark er et koncentreret marked med få nationale udbydere.

På et dansk marked havde DMG og Viking Malt i 2015 markedsandele på henholdsvis [40-50] pct. og [0-5] pct. (målt i volumen). Efter fusionen vil parterne have en kombineret markedsandel på [40-55] pct. (målt i volumen), jf. tabel 1.

Tabel 1. Salg af malt og markedsandele i Danmark i 2015

	Salg, tons	Markedsandele, pct.
DMG	[...]	[40-50]
Viking Malt	[...]	[0-5]
Parterne samlet	[...]	[40-55]
Fuglsang	[...]	[40-50]
Import (ekskl. Viking Malt og DMG Strzegom)	[...]	[0-5]
Total marked	101.277	100
HHI inden fusionen		[4.400-4.600]
HHI efter fusionen		[4.500-4.700]
Δ HHI		[0-200]

Note: Markedsandele er beregnet på baggrund af oplysninger om salg (målt i volumen). Udover merchant salg indeholder opgørelsen også captive salg. Udover pilsnermalt indgår andre malttyper også i opgørelsen. På baggrund af de foreliggende oplysninger er der dog alt overvejende tale om pilsnermalt.

Kilde: Parterne.

På et geografisk marked afgrænset til Danmark giver parternes aktiviteter anledning til et beskedent overlap. Det fremgår dog også af tabel 1, at parternes kombinerede markedsandel ikke forøges væsentligt som følge af fusionen, da Viking Malt kun i et beskedent omfang har været en aktuel konkurrent på et evt. dansk marked.

Størstedelen af bryggerierne i Konkurrence og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse vurderer, at det ikke er nødvendigt for dem med flere leverandører på samme tid, og at de pt. ikke har en politik om altid at indkøbe pilsnermalt fra mere end én leverandør.

Ad 2 – Konkurrencepresset mellem parterne

Selvom Viking Malts tilstedeværelse på det danske marked er begrænset, er det i vurderingen af ensidige virkninger relevant at undersøge om Viking Malt er en vigtig potentiel konkurrent til malterier i Danmark – herunder særligt om virksomheden pålægger DMG et væsentligt konkurrencepres.

De malterier og bryggerier, der har deltaget i Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelser, angiver overordnet ikke Viking Malt som væsentlig aktuel eller potentiel konkurrent i Danmark og vurderer heller ikke fusionsparterne som tætte konkurrenter.

Markedsundersøgelserne blandt bryggerierne og malterierne viser primært, at malteriet Fuglsang bliver betragtet, som den nærmeste konkurrent til parternes anlæg i henholdsvis Vordingborg og Halmstad.

Ad 3 – Potentiel konkurrence og reaktioner fra konkurrenter

Af tabel 1 fremgår det, at maltmarkedet i Danmark er et koncentreret marked med få nationale udbydere. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser viser imidlertid, at bryggerierne hverken finder det vanskeligt at finde egnede leverandører af pilsnermalt til deres anlæg i Danmark eller finder det vanskeligt eller omkostningsfyldt at erstatte nuværende leverandør med andre.

Af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse blandt malterierne fremgår det ligeledes, at nogle malterier uden for Danmark har angivet, at de vil starte eksport af pilsnermalt til Danmark, hvis prisen skulle stige i Danmark, samtidig med at den forblev uændret uden for Danmark. Antallet af malterier som har angivet dette er begrænset, men de er primært beliggende i Nordtyskland, og har dermed gode geografiske forudsætninger for at levere til Danmark.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens analyse viser dermed, at selvom antallet af mulige leverandører i Danmark aktuelt er lavt, så er det sandsynligt, at visse malterier beliggende udenfor, men tæt på Danmarks grænser er i stand og villige til at eksportere til Danmark, hvis prisen på pilsnermalt i Danmark skulle stige.

Konklusion vedr. ensidige virkninger

Baseret på ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen på et marked afgrænset til Danmark ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af ensidige virkninger.

Scenarie 2 – Skandinavien og Nordtyskland

Parterne har oplyst, at omsætningen på et marked for produktion og salg af malt i Skandinavien og Nordtyskland i 2015 udgjorde 1.2 mia. kr.

Ad 1 – Markedsandele og HHI

Af tabel 2 fremgår det, at maltmarkedet i Skandinavien og Nordtyskland er et relativt koncentreret marked med et moderat antal nationale udbydere.

På et marked afgrænset til Skandinavien og Nordtyskland, havde DMG og Viking Malt i 2015 markedsandele på henholdsvis [20-30] pct. og [10-20] pct. (målt i volumen). Efter fusionen vil parternes kombinerede markedsandel være [30-50] pct. (målt i volumen), jf. tabel 2.

Tabel 2. Salg af malt og markedsandele i Skandinavien og Nordtyskland i 2015

	Salg, tons	Markedsandele, pct.
Viking Malt	[...]	[10-20]
DMG	[...]	[20-30]
Parterne samlet	[...]	[30-50]
Fuglsang	-	[20-30]
Global Malt GmbH & Co. KG	-	[10-20]
Malteurop Group	-	[10-20]
Erfurter Malzwerke GmbH	-	[10-20]
Avangard Malz AG	-	[0-10]
Øvrige	-	[0-10]
Total marked	441.024	100
Δ HHI		[500-700]

Note: Markedsandele er beregnet på baggrund af oplysninger om salg (målt i volumen) Udover merchant salg indeholder opgørelsen også captive salg. Udover pilsnermalt indgår andre maltyper også i opgørelsen. På baggrund af de foreliggende oplysninger er der dog alt overvejende tale om pilsnermalt.

Kilde: Parterne.

Det fremgår af tabel 2, at parterne har betydelige markedsandele på et marked afgrænset til Skandinavien og Nordtyskland, og at de efter fusionen bliver den største leverandør på sådan et marked. Det fremgår dog også, at der er i det mindste 5 aktuelle konkurrenter i Skandinavien og Nordtyskland.

Ad 2 – Konkurrencepresset mellem parterne

Da DMG hidtil har været Carlsbergs in-house malteri, har DMG leveret omkring 80 pct. af produktionen til bryggerier i Carlsberg-koncernen. Grundet det betydelige interne salg, har DMG haft en begrænset kapacitet at tilbyde til kunder uden for Carlsberg-koncernen. Inden fusionen har DMG derfor haft begrænset kapacitet til at konkurrere om kunder uden for Carlsberg-koncernen, herunder med Viking Malt på et skandinavisk/nordtysk marked.

Viking Malt har, også i kraft af DMG's rolle som betydeligt in-house malteri, haft vanskeligere ved at konkurrere om levering af malt til bryggerier i Carlsberg-koncernen på et skandinavisk/nordtysk marked.

Markedsundersøgelserne blandt bryggerierne og malterierne viser, at primært Fuglsang bliver betragtet som den nærmeste konkurrent til henholdsvis DMGs anlæg i Vordingborg og Viking Malts anlæg i Halmstad.

Dertil kommer at malterierne i markedsundersøgelsen også har angivet nordtyske malterier som værende tætte konkurrenter til både DMGs anlæg i Vordingborg og Viking Malts anlæg i Halmstad.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer umiddelbart, at der ikke er indikationer for, at fusionsparterne lægger et betydeligt konkurrencepres på hinanden på et skandinavisk/nordtysk marked.

Ad 3 – Potentiel konkurrence og reaktioner fra konkurrenter

Markedsundersøgelserne viser, at et leverandørskifte er muligt og ikke umiddelbart medfører væsentlige omkostninger for bryggerierne.

Af tabel 3 fremgår det, at udvalgte malterier i Skandinavien og Nordtyskland samlet har en produktionskapacitet på 852.000 tons, som overstiger den afsatte mængde i Skandinavien og Nordtyskland på 441.024 tons jf. tabel 3. Denne overproduktion kan indikere, at konkurrerende malterier i området vil være i stand til at omdirigere maltleverancer til Skandinavien og Nordtyskland, hvis eksempelvis konkurrenterne prøver at hæve deres priser. På et aggregeret niveau kan det indikere, at malterierne i Skandinavien og Nordtyskland efter fusionen vil pålægge parterne et potentielt konkurrencepres.

Tabel 3. Produktionskapacitet i Skandinavien og Nordtyskland i 2015

	Produktionskapacitet, tons
Viking Malt (Halmstad)	220.000
DMG (Vordingborg)	120.000
Fuglsang (Thisted)	110.000
Fuglsang (Haderslev)	47.000
Global Malt GmbH & Co. KG (Hamborg)	110.000
Erfurter Malzwerke GmbH (Hamborg)	75.000
Avangard Malz AG (Bremem)	70.000
Malteurop Group (Rostock)	100.000
<i>Samlet</i>	<i>852.000</i>

Kilde: Parterne og www.firstkey.com.

Konklusion vedr. ensidige virkninger

Baseret på ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen på et marked for pilsnermalt afgrænset til Skandinavien og Nordtyskland ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af ensidige virkninger.

Scenarie 3 – EU

Parterne har oplyst, at omsætningen på et marked for produktion og salg af malt i EU i 2015 udgjorde 16,5 mia. kr.

Ad 1 – Markedsandele og HHI

På et marked afgrænset til EU havde DMG og Viking Malt i 2015 markedsandele på henholdsvis [0-5] pct. og [0-5] pct. (målt i volumen). Efter fusionen vil parternes kombinerede markedsandel være på [0-10] pct.⁷

På et marked afgrænset til EU er parternes kombinerede markedsandele moderat og giver ikke anledning til berørte markeder.

På det europæiske pilsnermalt marked er der derudover også en række konkurrenter som f.eks. Malteries Soufflet og Boortmalt, der har betydelige produktionskapaciteter. Bryggerierne, herunder også i Danmark, har derfor flere alternativer ved køb af pilsnermalt på et marked afgrænset til EU.

Konklusion vedr. ensidige virkninger

Baseret på ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen på et marked afgrænset til EU ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af ensidige virkninger.

5.1.2.2 Koordinerede virkninger

Et led i vurderingen af, om en given fusion skal godkendes, er at afgøre, om der er risiko for, at markedets aktører som følge af fusionen vil have muligheder for at koordinere deres adfærd.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser viser, at pilsnermalt er et relativt homogent produkt. Et homogent produkt øger gennemsigtigheden i markedet, men er i sig selv ikke nok til, at en fusion giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af koordinerede virkninger.

Betingelserne for koordinering afhænger også af andre strukturelle forhold på markedet. Kommissionen har i sine retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner opstillet fire kumulative betingelser, der skal være opfyldt, for at der er risiko for koordinerede virkninger.⁸ Disse fire for-

⁷ Udover pilsnermalt indgår andre malttyper også i opgørelsen. På baggrund af de foreliggende oplysninger er der dog alt overvejende tale om pilsnermalt. Uanset eventuelle unøjagtigheder er opgørelsen Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens bedste skøn for parternes markedsandele på et EU marked for pilsnermalt.

⁸ Kommissionens retningslinjer for vurdering af horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (2004/C 31/03), pkt. 41 ff.

hold omfatter (i) virksomhedernes muligheder for at etablere koordineringsbetingelser på markedet, (ii) virksomhedernes muligheder for at kontrollere afvigende adfærd, (iii) virksomhedernes muligheder for at foretage disciplinære foranstaltninger og (iv) reaktioner fra udenforstående parter.

Da den geografiske markedsafgrænsning kan stå åben i denne fusion, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen analyseret risikoen for koordinerede virkninger ud fra de førnævnte tre scenarier.

Scenarie 1 – Danmark

På et marked for pilsnermalt afgrænset til Danmark vil fusionen medføre, at en udenlandsk aktør (Viking Malt), med begrænset eksport til Danmark, overtager kontrollen med et dansk malteri (DMG). Antallet af malterier med produktion i Danmark ændres dermed ikke som følge af fusionen.

Ad 1 - Etablering af koordineringsbetingelser

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser viser umiddelbart, at det i lyset af markedsmønstre ikke er forholdsvis enkelt for maltleverandører i Danmark at etablere koordineringsbetingelser for malt.

Malteriernes geografiske placering i Danmark indebærer dog, at Fuglsang både før og efter fusionen vil være det eneste malteri i Jylland, mens Viking Malt (DMG) efter fusionen bliver det eneste malteri på Sjælland. DMG er dog allerede før fusionen det eneste malteri på Sjælland, hvorfor dette forhold ikke ændres af fusionen.

Ad 2 - Kontrol af afvigelser

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser indikerer, at malterierne, i forhold til at kunne kontrollere afvigelser, ikke har et fyldestgørende overblik over, hvor meget malt konkurrerende malterier leverer til bryggerier i Danmark og til hvilke priser.

Ad 3 - Disciplinære foranstaltninger

En fusion vil kun kunne medføre koordinerede virkninger, hvis det er muligt for de virksomheder, der deltager i koordineringen, at gennemføre repressalier over for afvigende adfærd.

Af parternes salgstal fremgår det, at parterne mere eller mindre udnytter deres produktionskapacitet til fulde. Det kan dog ikke udelukkes, at virksomhederne vil have mulighed for at omdirigere mængder fra andre lande til Danmark.

Ad 4 - Reaktioner fra udenforstående parter

Det fremgår af afsnit 5.1.2.1 ovenfor, at nogle udenlandske malterier vil finde det muligt og attraktivt at levere malt til Danmark, hvis prisen på pilsnermalt stiger i Danmark.

Sandsynlighed for koordinerede virkninger

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer umiddelbart, at ovenstående kumulative betingelser for konkurrencemæssige betænkeligheder i form af koordinerede virkninger ikke er opfyldte.

Under alle omstændigheder vurderer Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, at en yderligere vurdering af opfyldelsen af de fire betingelser ikke er nødvendig. Det skyldes primært to forhold:

(i) Viking Malts aktuelle konkurrencepres i Danmark: Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Viking Malts markedsandel i Danmark før fusionen er begrænset, og at fusionen alene medfører en beskedent ændring af den aktuelle konkurrence.

(ii) Viking Malts potentielle konkurrencepres i Danmark: Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at Viking Malt ikke er en væsentlig potentiel konkurrent til malterier i Danmark, og at der uden for, men tæt på Danmarks grænser findes malterier som er i stand og villige til at eksportere pilsnermalt til Danmark.

Konklusion vedr. koordinerede virkninger

Ovenstående to forhold betyder at Viking Malts erhvervelse af DMG ikke vil påvirke de eksisterende forhold, der kendetegner markedet for pilsnermalt i Danmark, væsentligt.

Baseret på ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen på et marked for pilsnermalt afgrænset til Danmark ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af koordinerede virkninger.

Scenarie 2 og Scenarie 3 – Skandinavien/Nordtyskland og EU

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen vurderer, at forholdene på markeder afgrænset til Skandinavien og Nordtyskland samt endnu bredere til EU, ikke gør, at fusionen vil medføre konkurrencemæssige betænkeligheder i form af koordinerede virkninger i Danmark.

En vigtig faktor i denne vurdering er, at der på disse geografiske markeder efter Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering findes et højere antal malterier end på et dansk marked, som mindsker sandsynligheden for koordineret adfærd.

Konklusion vedr. koordinerede virkninger

Baseret på ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen på et marked afgrænset til Skandinavien og Nordtyskland eller EU ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af koordinerede virkninger.

5.1.3 Ristet malt

Parterne har oplyst, at de ikke producerer ristet malt på deres anlæg i Vordingborg og Halmstad.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelser har derudover ikke givet anledning til at foretage yderligere analyser af horisontale virkninger på et marked for produktion og salg af ristet malt.

Uagtet hvordan det geografiske marked afgrænses, vil fusionen ikke give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder på et marked for ristet malt.

5.1.4 Malt som et samlet produktmarked

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har i afsnit 5.1.2 ovenfor analyseret de horisontale virkninger ud fra en betragtning om, at det berørte produktmarked kan afgrænses snævest muligt til et marked segmenteret efter malttyper, særligt pilsnermalt. Da analysen af dette snævre marked viser, at fusionen ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder, vil fusionen heller ikke på baggrund af en analyse foretaget af et bredere produktmarked bestående af malt som et samlet produktmarked (dvs. både pilsnermalt, ristet malt og andre malttyper) give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i Danmark.

5.2. Vertikale virkninger

Viking Malt er som tidligere nævnt delvist ejet af Lantmännen og Polttimo.

Polttimo ejer, ud over Viking Malt, Senson Oy ("Senson"), som anvender malt til produktion af maltekstrakt. Senson har ingen egenproduktion eller lokale aktiviteter i Danmark, hvorfor deres aktiviteter i Danmark er minimale. Af parternes oplysninger fremgår det, at DMG kun har solgt malt til meget få maltekstraktproducenter i Danmark. Den fusionsspecifikke ændring relateret til denne vertikale forbindelse er derfor meget begrænset. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har desuden ikke modtaget henvendelser, der giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder vedrørende maltekstrakt.

Lantmännen er et andelsselskab med 29.000 svenske landmænd, som blandt andet køber maltbyg fra landmændene. Da Lantmännen er aktiv på et marked for salg af maltbyg, giver fusionen anledning til overvejelser

om vertikale virkninger på de relevante markeder (upstream marked for maltbyg og downstream marked for malt). Det skal derfor vurderes, om fusionen eventuelt kan medføre afskærmning i form af input- eller kundeafskærmning.

5.2.1 Inputafskærmning

Inputafskærmning forekommer, når den fusionerede virksomhed begrænser adgangen til sine produkter og dermed forhøjer sine downstream-konkurrenters omkostninger.⁹

Lantmännen markedsandele er på et eventuelt marked for maltbyg afgrænset til Danmark under 25 pct. Dette viser, at parterne ikke besidder en væsentlig markedsagt på dette marked Lantmännens stilling på det relevante marked, bevirker således, at Lantmännen ikke vil have mulighed for at hindre adgangen til input mærkbart.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har desuden ikke modtaget henvendelser, der giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder vedrørende inputafskærmning.

Baseret på ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke vil give anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af inputafskærmning.

5.2.2 Kundeafskærmning

Kundeafskærmning kan forekomme, når en udbyder fusionerer med en stor kunde på downstream-markedet¹⁰.

Da der efter det oplyste er gode forhold for produktion af maltbyg i Danmark, produceres der mere maltbyg i Danmark, end der anvendes, og der eksporteres således allerede betydelige mængder maltbyg til udlandet. Dette indikerer, at der er andre aftagere af maltbyg end kunder i Danmark.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har desuden ikke modtaget henvendelser, der giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder vedrørende kundeafskærmning.

Selv hvis parterne efter fusionen vælger at handle maltbyg alene fra DMGs efterspørgsel internt i koncernen og dermed kundeafskærme andre maltbygproducenter, vil der som beskrevet ovenfor vedrørende horisonta-

⁹ Kommissionens retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser (KOM C 265/10).

¹⁰ KOM C 265/16 Retningslinjer for vurdering af ikke-horisontale fusioner efter Rådets forordning om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser.

le virkninger være tilstrækkelig potentiel konkurrence fra øvrige malterier. Hvis priserne på malt stiger i Danmark, vil andre malterier efter Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering sandsynligvis indtræde på markedet og øge konkurrencen. Derfor vurderer Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen umiddelbart, at det er sandsynligt, at en strategi om kundeafskærmning hverken vil være rentabel for parterne eller have væsentlig konkurrenceskadelig effekt.

Baseret på ovenstående er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at fusionen ikke giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i form af kundeafskærmning i Danmark.

6. Accessoriske begrænsninger

Fusionsparterne har i forbindelse med indgåelse af fusionsaftalen indgået en [...] -årig [...] aftale om levering af malt fra DMG til Carlsberg ([...]).

Aftalen vil kunne anses som accessorisk til fusionen, hvis den er direkte knyttet til og nødvendig for at opretholde leverancerne af malt til Carlsberg. Aftalen må dog ikke løbe i længere tid, end hvad der er nødvendigt, for at Carlsbergs afhængighedsforhold til DMG kan afløses af en selvstændig stilling på markedet. Aftaler om købs- og leveringsforpligtelser i forbindelse med en fusion vil normalt ikke blive anset som accessoriske til fusionen, hvis de har en varighed på mere end 5 år.¹¹

Allerede da [...] aftalen, der er indgået i forbindelse med denne fusion, har en varighed på [...] år, er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at aftalen ikke er accessorisk til fusionen. Aftalen er derfor ikke omfattet af godkendelsen af fusionen.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ikke foretaget en vurdering af, om aftalen giver anledning til konkurrencemæssige betænkeligheder i forhold til konkurrencelovens regler i øvrigt.

7. Konklusion

På baggrund af de foreliggende oplysninger, er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens samlede vurdering, at fusionen ikke vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har på den baggrund godkendt Viking Malt Oy's erhvervelse af Danish Malting Group A/S, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, 1. punktum.

¹¹ Kommissionens meddelelse om konkurrencebegrænsninger, der er direkte knyttet til og nødvendige for gennemførelsen af fusioner (2005/C 56/03), pkt. 33.

Godkendelsen er givet under forudsætning af, at de oplysninger, som de deltagende virksomheder har afgivet, er korrekte, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 1.