

**NOTAT**

Dato: 10. december 2015

Sag: FLID-15/08441-124

Sagsbehandler: /CWA/LFI

**KONKURRENCE- OG  
FORBRUGERSTYRELSEN**

**Godkendelse af Aktieselskabet af 14.10.2012's (et selskab i BESTSELLER-koncernen) erhvervelse af enekontrol med Stylepit A/S**

**ERHVERVS- OG  
VÆKSTMINISTERIET**

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen modtog den 14. oktober 2015 en forenklet anmeldelse af en fusion (der herefter betegnes transaktionen) mellem Aktieselskabet af 14.10.2012 og Stylepit A/S, jf. konkurrencelovens § 12 b.

Den 27. oktober 2015 traf Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen afgørelse om, at transaktionen, selv om den sandsynligvis opfyldte kriterierne for en forenklet anmeldelse, skulle anmeldes almindeligt i henhold til § 3, stk. 2 i bekendtgørelse nr. 1005 af 15. august 2015 om anmeldelse af fusioner.

Den 5. november 2015 modtog Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen en almindelige anmeldelse af transaktionen mellem Aktieselskabet af 14.10.2012 og Stylepit A/S, 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. Anmeldelsen blev erkåret fuldstændig med virkning fra den 5. november 2015, og fristerne begyndte at løbe den 5. november 2015.

**1. Transaktionen**

Parterne i transaktionen er henholdsvis Aktieselskabet af 14.10.2012, som er en del af BESTSELLER-koncernen, der herefter betegnes "BESTSELLER" og Stylepit A/S, der herefter betegnes "Stylepit". BESTSELLER og Stylepit betegnes herefter samlet "parterne".

BESTSELLER ejede inden transaktionen 24,24 pct. af aktierne og stemmerettighederne i Stylepit.

Den 19. august 2015 indgik BESTSELLER en aftale med minoritetsaktionærerne NK Invest ApS, Selskabet af 25. marts 2015 DK ApS og Selskabet af 25. marts 2015 II ApS, om at kunne erhverve disse selskabers aktier i Stylepit - svarende til ca. 24,2 pct. af aktiekapitalen og stemmerettighederne - i forbindelse med BESTSELLERs afgivelse af et frivilligt,

betinget købstilbud på samtlige aktier i Stylepit. Aftalen med minoritetsaktionærerne NK Invest ApS, Selskabet af 25. marts 2015 DK ApS og Selskabet af 25. marts 2015 II ApS var en bindende og uigenkaldelig forpligtelse til at acceptere et af BESTSELLER fremsat frivilligt, betinget købstilbud eller alternativt et pligtmæssigt købstilbud, såfremt BESTSELLER måtte blive pålagt at afgive et sådant.

Endvidere har BESTSELLER i henhold til en optionsaftale en option på køb af 7.569.488 aktier i Stylepit (svarende til 0,9 pct. af aktiekapitalen i Stylepit efter kapitalforhøjelsen i august 2015) fra Las Atalayas ApS. Optionen kunne gøres gældende i perioden 1. – 30. november 2015.

Den 16. september 2015 offentliggjorde BESTSELLER et frivilligt betinget købstilbud til samtlige aktionærer i Stylepit. Købstilbuddet var bl.a. udover de relevante konkurrencemyndigheders godkendelse af transaktionen betinget af, at BESTSELLER opnåede mindst 50,01 pct. af aktierne og stemmerettighederne i Stylepit, inklusive de aktier som BESTSELLER allerede ejede i Stylepit.

Opnår BESTSELLER senest ved tilbudsfristens udløb den 10. december 2015 kl. 16.00 mindst 50,01 pct. af aktierne og stemmerettighederne i Stylepit, vil Stylepit efter transaktionens gennemførelse være underlagt enekontrol af BESTSELLER.

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

## **2. Parterne og deres aktiviteter**

### **2.1. BESTSELLER**

BESTSELLER er ultimativt ejet og kontrolleret af Anders Holch Povlsen.

BESTSELLERs hovedaktivitet er design, markedsføring og salg af tøj, sko, sportstøj og accessories til kvinder, mænd, teenagere og børn af mærker som eksempelvis SELECTED FEMME, VILA, OBJECT COLLECTOR'S ITEM, NOISY MAY, Y.A.S., JUNAROSE, VERO MODA, ONLY, PIECES, MAMALICIOUS, SELECTED HOMME, JACK & JONES, ONLY & SONS, ADPT, NAME IT OG MINIMIZE.

BESTSELLER markedsfører og sælger tøj, sko, sportstøj og accessories i hele verden, herunder særligt i Europa, Mellemøsten, Asien og Canada samt globalt via internettet.

BESTSELLER er én af Danmarks største tøjvirksomheder. I Danmark sælger BESTSELLER i engrosledet til en lang række forhandlere, der

via egne fysiske og/eller online butikker videresælger BESTSELLERs produkter. I engrosleddet strækker kundesegmentet sig fra kædebutikker ejet af samarbejdspartnere, der kun fører BESTSELLERs mærker, og forhandlere inden for andre kæder og stormagasiner, til kunder, der koncentrerer sig om enkelte butikker og/eller hjemmesider.

I detailledet i Danmark er BESTSELLER aktiv såvel via egne kædebutikker (konceptbutikker, der kun fører BESTSELLER mærker), som online gennem bl.a. bestseller.dk, bestseller.com samt fra de enkelte brands' respektive hjemmesider, der krydshenviser internt. Derudover er BESTSELLER bl.a. aktiv via hjemmesiderne mandmdirect.dk og mandmdirect.com.

I Danmark udøver BESTSELLER også indirekte aktiviteter inden for detailsalg af personlig pleje gennem BESTSELLERs ejerinteresser i bl.a. nemlig.com og Normal A/S.

Anders Holch Povlsen ejer også ene- eller fælles-kontrollerende ejerandele i følgende selskaber: WhiteAway Group A/S ([....] pct.), Normal A/S ([...] pct.), [agenturhandel med tekstiler, fodtøj mv.] ([...] pct.), Intervare A/S ([...] pct.), [salg af møbler og boliginteriør] ([...] pct.) og MandM Ltd. ([...] pct.).

Parterne har herudover oplyst, at Anders Holch Povlsen indirekte ejer aktieposter i henholdsvis ASOS Ltd., Zalando SE, [J. Lindeberg selskab] og [J. Lindeberg selskab], [tekstilproducent] og MatHem i Sverige AB samt target selskabet Stylepit A/S.

Da Anders Holch Povlsens aktieposter i disse selskaber ikke har væsentlig betydning for hverken den juridiktionelle vurdering eller den materielle vurdering af transaktionen, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen alene lagt parternes vurdering af kontrolforholdene til grund.

Nedenfor ses Anders Holch Povlsens ejerandel samt kontrolforhold for hvert af disse selskaber, som oplyst af parterne.

- 1) I ASOS Ltd. der bl.a. sælger tøj, sko, skønhedsartikler og accessories online i detailledet ejer Anders Holch Povlsen indirekte [...] pct. af aktierne. [...]
- 2) I Zalando SE der hovedsageligt sælger tøj og sko online, ejer Anders Holch Povlsen [...] pct. af aktierne. [...].
- 3) I [J. Lindeberg selskab] der hovedsageligt designer, får produceret og sælger tøj og accessories under mærket J. Lindeberg ejer Anders Holch Povlsen indirekte [...] pct. af aktierne. [J. Lindeberg selskab]. indgår i J. Lindeberg-koncernen. [...]

- 4) I [J. Lindeberg selskab] der lige som [det i pkt.3 nævnte J. Lindeberg selskab] J. Lindeberg Holding (Singapore) Pte. Ltd. er et selskab i J. Lindeberg-koncernen, ejer Anders Holch Povlsen [...] pct. af aktierne. J. Lindeberg-koncernen får produceret og markedsfører tøj under mærket J. Lindeberg. Anders Holch Povlsen har fælleskontrol med dette selskab.
- 5) I [tekstilproducent], som er en børsnoteret indisk tekstil producent, hvis kundegruppe bl.a. omfatter BESTSELLER, ejer Anders Holch Povlsen indirekte [...] pct. af aktierne. [...]
- 6) I MatHem i Sverige AB, som driver salg af dagligvarer på internettet til svenske kunder, ejer Anders Holch Povlsen indirekte [...] pct. af aktierne. [...].

Derudover ejer Anders Holch Povlsen som tidligere nævnt indirekte en ejerandel af target selskabet Stylepit inden transaktionens gennemførelse, for så vidt angår denne ejerandel henvises til beskrivelsen af Stylepit nedenfor.

## **2.2. Stylepit**

Stylepit er en del af Stylepit-koncernen. Stylepit består endvidere af de 100 pct. ejede datterselskaber; Stylepit.com A/S (DK) og Stylepit Poland SP.Z.O.O (PL). Stylepit.com A/S (DK) består af de 100 pct. ejede datterselskaber Stylepit AS (NO) og Stylepit GmbH (DE)<sup>1</sup>. Stylepit er børsnoteret på NASDAQ Copenhagen A/S.

Stylepit er én af Danmarks førende e-commerce platforme<sup>2</sup> for modebeklædning inden for herre-, dame- og børnetøj på internettet. Stylepits varesortiment omfatter tøj, sko, sportstøj-, og udstyr, personlig pleje og accessories.

Stylepit er aktiv i detailledet i såvel Danmark som udlandet. Stylepit sælger udelukkende sine produkter online til detailkunder i og uden for Danmark bl.a. via stylepit.dk, stylepit.com og stylepit.de.

Allerede inden transaktionen ejer BESTSELLER som tidligere nævnt aktier i Stylepit.

Ifølge det af parterne oplyste, ejede BESTSELLER inden kapitalforhøjelsen i august 2015 24,24 pct. af aktierne i Stylepit. Af andre ejere, der eje-

---

<sup>1</sup> Under afvikling.

<sup>2</sup> Punkt 8, afsnit 1.1 i den almindelige anmeldelse af BESTSELLER-koncernens erhvervelse af enekontrol over Stylepit A/S

de mere end 10 pct. af aktierne i Stylepit, var Nicolai Kærgaard, der via selskaberne NK Invest ApS, Selskabet af 25. marts 2015 DK ApS og Selskabet af 25. marts 2015 II ApS ejede 24,2 pct. af aktierne, og Christian Bjerre Kusk der via selskabet Las Atalayas ApS ejede ca. 38 pct. af aktierne.

I august 2015 gennemførte Stylepit en kapitalforhøjelse. Efter kapitalforhøjelsen ejede Nicolai Kærgaard via selskaberne NK Invest ApS, Selskabet af 25. marts 2015 DK ApS og Selskabet af 25. marts 2015 II ApS fortsat ca. 24,2 pct. af aktierne i Stylepit, BESTSELLER ejede fortsat 24,24 pct. af aktierne og Las Atalayas ApS ejede ca. 21 pct. aktierne i Stylepit.

I henhold til vedtægterne for Stylepit giver hver aktie én stemme. Det er generalforsamlingen, der vælger selskabets bestyrelse. Bestyrelsen træffer beslutning ved stemmeflertal og i tilfælde af stemmelighed er formandens stemme afgørende.

Det har ikke været muligt for parterne at oplyse antallet af fremmødte aktionærer på de seneste tre års generalforsamlinger i Stylepit. Ifølge parterne har antallet af tilmeldte aktionærer til de ordinære generalforsamlinger i henholdsvis 2013 og 2015 samt den ekstraordinære generalforsamling i juni 2015 ligget mellem 69 – 88 pct. Parterne har endvidere oplyst, at Stylepit ikke har registreret antallet af tilmeldte aktionærer til selskabets ekstraordinære generalforsamlinger i 2014.

Parterne har oplyst, at BESTSELLER ikke har indgået ejerftaler med andre aktionærer i Stylepit. Parterne har ligeledes oplyst, at de ikke har kendskab til, at der skulle foreligge ejerftaler indgået mellem de andre aktionærer i Stylepit.

Baseret på ovenstående oplysninger sammenholdt med parternes egne erklærede oplysninger om, at BESTSELLER hverken før eller efter kapitalforhøjelsen havde de jure enekontrol eller de jure fælleskontrol, og at ingen af aktionæerne i Stylepit havde de facto ene- eller de facto fælleskontrol, må det lægges til grund, at BESTSELLER ikke havde kontrol over Stylepit inden den planlagte transaktion.

Opnår BESTSELLER mindst 50,01 pct. af aktierne og stemmerettighederne i Stylepit, opnår BESTSELLER enekontrol med Stylepit. Der vil i så fald være tale om et kontrolskifte i Stylepit og dermed en fusion i henhold til konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 2.

### **3. Jurisdiktion**

De deltagende virksomheder er Aktieselskabet af 14.10.2012 og Stylepit A/S. Aktieselskabet af 14.10.2012 indgår i BESTSELLER-koncernen. Parterne har oplyst, at BESTSELLER-koncernen samt de andre relevante

virksomheder, som BESTSELLER-koncernen eller Anders Holch Povlsen kontrollerer, havde en omsætning i det seneste regnskabsår på DKK [...] i Danmark, DKK [...] i EU og DKK [...] på verdensplan.

Stylepit havde en omsætning i det seneste regnskabsår på DKK [...] i Danmark, DKK [...] i EU og DKK [...] på verdensplan.

Da transaktionen ikke opfylder betingelserne for at have fællesskabsdimension, skal transaktionen vurderes efter reglerne om fusionskontrol i konkurrenceloven.

De deltagende virksomheders samlede årlige omsætning i Danmark overstiger omsætningstærsklerne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1, og der er derfor tale om en fusion omfattet af reglerne om fusionskontrol i konkurrencelovens kapitel 4.

#### **4. De relevante markeder**

##### **4.1. Markedsbeskrivelse**

BESTSELLERs erhvervelse af enekontrol med Stylepit vedrører henholdsvis engros- og detailmarkedet for salg af tøj, sko, accessories og personlig pleje.

Markederne for salg af personlig pleje er efter parternes opfattelse ikke relevante for transaktionen, da BESTSELLER og Stylepits aktiviteter på detailmarkederne her er marginale. Det samme gør sig ifølge parterne gældende for et muligt separat marked for salg af sportstøj.

Da BESTSELLER er aktiv på både engros- og detailmarkedet for salg af tøj og sko og Stylepit er aktiv på detailmarkedet, indebærer transaktionen både horisontale og vertikale forbindelser.

Parterne oplyser, at detailmarkedet for salg af tøj og sko er karakteriseret ved især et højt antal kædebutikker, ca. 4.000 tøj- og skobutikker, dagligvarebutikker og stormagasiner.

Parterne oplyser, at online markedet præges af mange fysiske butikker, der også er til stede online som [toejeksperten.dk](http://toejeksperten.dk), [Change.com](http://Change.com) og [Bianco.dk](http://Bianco.dk) samt store danske og udenlandske aktører som Zalando, Boozt og Nelly. Ifølge parterne er online markedet præget af høj konkurrence.

##### **4.2. De relevante markeder**

De relevante markeder består af det relevante produktmarked og det relevante geografiske marked. Formålet med at afgrænse 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>3</sup>

### ***De relevante produktmarkeder***

#### Engrosmarkedet for salg af tøj og sko

Parterne henviser til, at Konkurrencerådet i tidligere praksis har givet udtryk for, at det ikke er relevant at sondre mellem forskellige produktkategorier (fx herretøj, dametøj, børnetøj), men at der i stedet eksisterer et samlet marked for engrossalg af tøj og sko.<sup>4</sup> Parterne har dog angivet deres markedsandele for mulige separate markeder for engrossalg på de nedenstående kategorier.

- Engrosmarkedet for salg af herretøj
- Engrosmarkedet for salg af dametøj
- Engrosmarkedet for salg af børnetøj
- Engrosmarkedet for salg af accessories
- Engrosmarkedet for salg af sko

#### Detailmarkedet for salg af tøj og sko

Parterne oplyser, at transaktionen vedrører følgende relevante undermarkeder for detailsalg af tøj og sko.

- Detailmarkedet for salg af herretøj
- Detailmarkedet for salg af dametøj
- Detailmarkedet for salg af børnetøj
- Detailmarkedet for salg af accessories
- Detailmarkedet for salg af sko

Det er efter parternes opfattelse mest hensigtsmæssigt, at en mulig underkategori for undertøj fordeles på produktkategorierne herretøj, dametøj og børnetøj, henholdsvis.

Der er desuden efter parternes opfattelse ikke grundlag for at opdele detailmarkedet yderligere. Parterne har dog angivet deres markedsandele for et muligt separat marked for fjernsalg af tøj og sko på de nedenstående kategorier.

- Detailmarkedet for fjernsalg af herretøj
- Detailmarkedet for fjernsalg af dametøj

---

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

<sup>4</sup> Konkurrencerådets afgørelse af 24. marts 2010 ”Bestseller – indberetning af prisoplysninger, pr. 149”

- Detailmarkedet for fjernsalg af børnetøj
- Detailmarkedet for fjernsalg af accessories
- Detailmarkedet for fjernsalg af sko

Det er efter parternes opfattelse ikke relevant at sondre mellem forskellige former for fjernsalg som fjernsalg via internet eller postordrekataloger. Dette er i overensstemmelse med Kommissionens praksis<sup>5</sup>.

Da fusionen under alle omstændigheder ikke vil give anledning til betænkeligheder på de relevante markeder, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ikke foretaget en endelig markedsafgrænsning.

### ***De relevante geografiske markeder***

For detailmarkedet oplyser parterne, med henvisning til Konkurrencerådets praksis<sup>6</sup>, at det geografiske marked som minimum skal afgrænses nationalt. Hvad angår et muligt separat online marked for detailsalg af tøj og sko, er det parternes opfattelse med henvisning til FDIH e-handelsanalyse, at markedet er bredere end nationalt<sup>7</sup>.

For engrosmarkedet oplyser parterne med henvisning til Konkurrencerådets praksis<sup>8</sup>, at det geografiske marked i høj grad er præget af import/eksport og derfor er bredere end nationalt.

Da fusionen under alle omstændigheder ikke vil give anledning til betænkeligheder på de relevante markeder, har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen ikke foretaget en endelig markedsafgrænsning.

## **5. Vurdering af fusionen**

Vurderingen af fusionens effekter på de relevante markeder tager udgangspunkt i parternes oplysninger samt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens oplysninger om markederne, oplysninger der blandt andet er indhentet gennem en markedsundersøgelse.

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

### **5.1. Markedsundersøgelse**

I forbindelse med fusionsanmeldelsen har Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen foretaget en mindre markedsundersøgelse. Ved markedsundersø-

<sup>5</sup> COMP/M.5721 – Otto/Primondo Assets, para. 20-22

<sup>6</sup> Sag IV/M.890 – Blokker/toys'R'Us, para. 38 og Konkurrencerådets afgørelse af 24. marts 2010 "Bestseller – indberetning af prisoplysninger, pr. 157"

<sup>7</sup> FDIH e-handelsanalyse halvårsrapport (light), side 9

<sup>8</sup> Konkurrencerådets afgørelse af 24. marts 2010 "Bestseller – indberetning af prisoplysninger, pr. 154-155"



gelsen undersøgte styrelsen, om parternes oplysninger omkring relevante markeder kan bekræftes, markedsforhold i øvrigt, og om transaktionen vurderes at påvirke markederne betydeligt.

Styrelsen indhentede oplysninger fra parternes største konkurrenter og leverandører på det nationale marked. De markedsforhold, parterne havde oplyst, blev i høj grad bekræftet, og derudover fremkom der ingen væsentlige bekymrende indsigelser relateret til transaktionen.

## 5.2. Horisontale virkninger

### Fysisk salg inkl. fjernsalg på detailmarkedet

Idet både BESTSELLER og Stylepit sælger tøj og sko på detailmarkedet, giver fusionen anledning til horisontale forbindelser på følgende downstream markeder:

- Detailmarkedet for salg af herretøj i Danmark
- Detailmarkedet for salg af dametøj i Danmark
- Detailmarkedet for salg af børnetøj i Danmark
- Detailmarkedet for salg af accessories i Danmark
- Detailmarkedet for salg af sko i Danmark

Stylepits markedsandele vedrører kun fjernsalg, idet Stylepit kun sælger tøj og sko via deres online portaler.

Styrelsen har for hvert af de ovenstående markeder vurderet om fusionen giver anledning til betænkeligheder<sup>9</sup>.

Parterne oplyser, at BESTSELLERs samlede markedsandel på salg af herretøj, dametøj, børnetøj, accessories og sko i Danmark inden fusionen er [0-5] pct. og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel, som ikke overstiger [0-5] pct.<sup>10</sup>.

På detailmarkedet for salg af herretøj oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden transaktionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsan-

---

<sup>9</sup> Parterne har i anmeldelsen anført, at både BESTSELLER, J. Lindeberg og Stylepit er aktive på detailmarkedet for salg af tøj og sko. For hvert af de relevante produktmarkeder med horisontale virkninger, oplyser parterne en markedsandel hos J. Lindeberg på [0-5] pct. J. Lindeberg er derfor ikke medtaget i de nedenstående afsnit om markedsandele.

<sup>10</sup> Styrelsen har på baggrund af parternes oplysninger udregnet markedsandele for Asos på hvert af de relevante markeder for så vidt angår fysisk- og fjernsalg. Disse markedsandele er så begrænsede, at de sammenlagt med BESTSELLERs og Stylepits markedsandele ikke når over 15 pct. på nogle af de relevante horisontale markeder.

del er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

På detailmarkedet for salg af dametøj oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden fusionen er [0-5] pct. og Stylepits markedsandel er under [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på under [0-5] pct.

På detailmarkedet for salg af børnetøj oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden fusionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

På detailmarkedet for salg af accessories oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden fusionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel, der ikke overstiger [0-5] pct.

På detailmarkedet for salg af sko oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden fusionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på under [0-5] pct.

#### Fjernsalg på detailmarkedet

Idet både BESTSELLER og Stylepit sælger tøj og sko på detailmarkedet via fjernsalg, giver transaktionen anledning til overvejelser om horisontale virkninger på følgende markeder:

- Detailmarkedet for fjernsalg af herretøj i Danmark
- Detailmarkedet for fjernsalg af dametøj i Danmark
- Detailmarkedet for fjernsalg af børnetøj i Danmark
- Detailmarkedet for fjernsalg af accessories i Danmark
- Detailmarkedet for fjernsalg af sko i Danmark

Parterne har i anmeldelsen anført markedsandelene for et muligt separat marked for fjernsalg. Parterne oplyser, at BESTSELLERs markedsandel inden transaktionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

På detailmarkedet for fjernsalg af herretøj oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden transaktionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

På detailmarkedet for fjernsalg af dametøj oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden transaktionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

På detailmarkedet for fjernsalg af børnetøj oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden transaktionen er [0-5] pct. og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

På detailmarkedet for fjernsalg af accessories oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden transaktionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

På detailmarkedet for fjernsalg af sko oplyser parterne, at BESTSELLERs markedsandel inden transaktionen er [0-5] pct., og Stylepits markedsandel er [0-5] pct. Parterne vil således efter transaktionen have en samlet markedsandel på [0-5] pct.

#### *Konklusion vedrørende horisontale virkninger*

Samlet set, vurderer styrelsen, at de horisontale effekter af transaktionen er begrænset på de relevante detailmarkeder. Dette beror især på, at den transaktionsspecifikke ændring er begrænset på grund af Stylepits begrænsede markedsandele. Derfor er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering at transaktionens horisontale virkninger ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.

### **5.3. Vertikale virkninger**

Idet både BESTSELLER og Stylepit sælger tøj og sko på detailmarkedet og BESTSELLER desuden sælger tøj og sko via engrosmarkedet, giver transaktionen anledning til vertikale forbindelser på de relevante markeder.

Parterne oplyser, at BESTSELLERs markedsandel på engrosmarkedet for herretøj i Danmark udgør [0-5] pct., markedsandelen på engrosmarkedet for dametøj i Danmark udgør [5-10] pct., mens markedsandelene på engrosmarkederne for henholdsvis børnetøj, accessories og sko i Danmark udgør henholdsvis [10-20] pct., [5-10] pct. og [0-5] pct.

På alle relevante engros- og detailmarkeder ligger parternes markedsandele betydeligt under 25 pct. Derudover udgør Stylepits markedsandele på det samlede detailmarked for fysisk- og fjernsalg maksimalt [0-5] pct.

Samlet set, vurderer styrelsen, at de vertikale effekter af transaktionen er begrænsede, og at transaktionen hverken medfører risiko for input- eller kundeafskærmning på de relevante markeder. Dette beror især på, at parternes markedsandele ligger betydeligt under 25 pct. på de relevante markeder, at der heller ikke er andre transaktionsspecifikke faktorer, der medfører en risiko for input- eller kundeafskærmning, og at den transaktionsspecifikke ændring er begrænset på grund af Stylepits begrænsede markedsandele. Derfor er det Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at transaktions vertikale virkninger ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt.

## **6. Konklusion**

Det er Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens vurdering, at den samlede virkning af transaktionen mellem BESTSELLER og Stylepit ikke vil indebære, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har på den baggrund godkendt BESTSELLERs erhvervelse af enekontrol med Stylepit, jf. konkurrence-lovens § 12 c, stk. 2, 1. punktum, jf. stk. 1.

Godkendelsen er givet under forudsætning af, at de oplysninger, der kan tilskrives parterne, er korrekte, jf. konkurrencelovens § 12 f, stk. 1, nr. 1.