

NOTAT

Dato: 8. februar 2013

Sag: BITE-13/00442

Sagsbehandler: / SAH, CARF
og CHJ

**KONKURRENCE- OG FORBRU-
GERSTYRELSEN**

**ERHVERVS- OG VÆKSTMINISTE-
RIET**

SYD ENERGI'S OVERTAGELSE AF STOFA

1. TRANSAKTIONEN

Indledning

Syd Energi A.m.b.a. anmeldte den 10. januar 2013, at Syd Energi Holding A/S erhverver enekontrol med Stofa Holding A/S. Anmeldelsen blev erklæret fuldstændig samme dato.

Den planlagte fusion indebærer, at Syd Energi A.m.b.a. erhverver enekontrol med Stofa A/S. Fusionen sker ved, at Syd Energi A.m.b.a gennem sit helejede datterselskab Syd Energi Holding A/S køber 100 pct. af aktierne i Stofa Holding A/S og dermed også overtager Stofa A/S og dette selskabs datterselskaber.

Sælgeren er Stofa Holdings nuværende ejer, Ratos Kabel Holding AB, som er 100 pct. ejet af den svenskbaserede kapitalfond Ratos AB.

Syd Energi A.m.b.a og dette selskabs datterselskaber betegnes herefter "SE" og Stofa Holding A/S, Stofa A/S og dette selskabs datterselskaber betegnes herefter "Stofa".

Parterne har indgået en bindende transaktionsaftale, "Share Purchase Agreement", den 24. oktober 2012, der bl.a. er betinget af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens godkendelse. Transaktionen blev godkendt af SE's repræsentantskab den 13. november 2012.

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

De deltagende virksomheder i den anmeldte fusionen er SE og Stofa.

Økonomisk rationale bag fusionen

SE har i anmeldelsen redegjort for den økonomiske baggrund for transaktionen. Ifølge SE er [..].

SE agter således efter fusionen at opnå fordele ved at kombinere Stofas tv-pakker og tv-ydelser (OTT¹) med SE's fiberbaseret internetadgang.

2. PARTERNE OG DERES AKTIVITETER

SE

SE er et energiselskab, hvis primære aktivitet består i at drive elforsyningsvirksomhed i henhold til bevilling efter elforsyningsloven. SE har også en række andre aktiviteter som bl.a. levering af naturgas, forhandling af solcelleanlæg og varmepumper samt rådgivning om energibesparelse.

SE's energiaktiviteter har udgangspunkt i Syd- og Sønderjylland, hvor SE's fibernet er nedgravet. I det område, som SE forsyner med energi, er der anslået 300.000 husstande, og SE's fibernet når i øjeblikket ca. [XX] af disse.

SE udbygger fortsat nettet, og en del af koncernens aktiviteter er bl.a. at tilbyde bredbånd via koncernens eget fibernet, hvilket sker gennem selskabet Syd Energi Bredbånd, der anlægger, vedligeholder og driver et fiberbaseret tilslutningsnet. Ifølge anmeldelsen har Syd Energi Bredbånd minoritetsaktieposter i følgende selskaber, Waoo A/S og Nianet A/S, på [..].

¹ OTT er en forkortelse af "Over the top", hvilket i telekommunikationssammenhænge anvendes som betegnelse for, at en distributør leverer enten flow-tv (tv, der sendes på bestemte fastlagte tidspunkter) eller Video-on-demand (tv, som brugeren selv kan bestemme, hvor og hvornår denne ønsker at se) via en anden leverandørs internetforbindelse.

Stofa

Stofa er et 100 pct. ejet datterselskab af Stofa Holding A/S, som er kontrolleret af det svenske selskab Ratos Kabel Holding AB, som kontrolleres af den svenske kapitalfond Ratos AB. Stofa ejes således med 98,89 pct.'s vedkommende af den svenske kapitalfond, Ratos AB, mens de resterende under 2 pct. af Stofa ejes af bestyrelsen og medarbejdere.

Stofa er aktiv indenfor distribution af tv-kanaler via især kabel, hvor Stofa distribuerer tv-kanaler kollektivt til antenneforeninger. Stofa leverer også bredbånd og fastnettelefoni til slutbrugere samt administrationstjeneste (fakturering). Endelig udbyder Stofa el-virksomhed, der består i at projektere, udbygge, installere og vedligeholde antenneanlæg til antenneforeninger.

Stofa ejer kabelnettet (distributionsnettet) ud til ca. [XX] husstande, hvor Stofa direkte forestår pakkesammensætningen af tv-programmer til slutbrugere. Derudover forsyner Stofa ca. [XX] husstande gennem antenneforeninger, hvor antenneforeningerne ejer kabelnettet og forestår kontakten til slutbrugere. For [XX] husstande af de [XX] husstande gælder det, at kabelnettet er ejet af antenneforeningen og Stofa i fællesskab.

Kontrolforhold i Waoo

Waoo driver virksomhed inden for bredbånd (fiberbredbånd, tv, telefoni og mobil). Waoo blev etableret i 2010 og ejes af 14 energiselskaber i fællesskab. SE har anført i anmeldelsen, at Waoo fungerer som et indkøbs- og markedsførings samarbejde, [..].

[..].

[..].

[..].

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens undersøgelser tyder ikke på, at SE har *de jure* eller *de facto* ene- eller fælleskontrol over Waoo. Samtidig kan det dog ikke udelukkes, at der sker en koordinering af Waoo-ejernes adfærd på de relevante markeder. Derfor medtages markedsandelene for samtlige medejere af Waoo ved vurderingen af fusionens virkninger, jf. vurderingen nedenfor.

3. JURISDIKTION

SE-koncernen omsatte i 2011 for 2,9 mia. DKK, som udelukkende stammer fra Danmark.

Stofa omsatte for godt 1,1 mia. DKK i 2011. I denne omsætning indgår omsætning fra aktiver, som Stofa overtog fra Canal Digital i 2011, idet Stofa pr. 1. oktober 2011 købte en del af det Telenor-ejede Canal Digital².

På den baggrund konkluderes det, at fusionen overstiger tærskelværdierne i konkurrencelovens § 12, stk. 1, nr. 1.

SE's overtagelse af Stofa er ikke omfattet af EU fusionsreglerne, idet parternes omsætning ikke opfylder fusionsforordningens omsætnings-tærskler i artikel 1.

4. HORIZONTALT OG VERTIKALT FORBINDELSER

Den anmeldte fusion medfører **horisontale overlap** mellem SE's og Stofas aktiviteter for en række aktiviteter, men giver umiddelbart kun anledning til ét teknisk berørt marked³:

- (i) Distribution af tv-kanaler til foreninger (eventuelt segmenteret yderligere i forhold til distribution af tv-kanaler til hhv. antenneforeninger og boligforeninger)

Det kan ikke udelukkes, at der er en risiko for koordinering mellem SE's adfærd på den ene side og de øvrige Waoo-ejeres adfærd på den anden side på nogle af de øvrige relevante markeder, hvor der er overlap mellem parternes og de øvrige Waoo-ejeres aktiviteter. Risikoen for koordinering mellem Waoo-ejerne vurderes umiddelbart at være begrænset. Da denne risiko imidlertid ikke kan udelukkes, kan det tilsvarende ikke udelukkes, at der er en risiko for koordinerede virkninger mellem Waoo-ejerne, inklusiv SE, og den fusionerede enhed af SE og Stofa. Skulle der være en sådan risiko for koordinerede virkninger mellem Waoo-ejerne og den fusionerede enhed, overstiger de samlede markedsandele for parterne samt de øvrige medejere af Waoo 15 pct. på følgende markeder udover ovennævnte marked for salg af tv-kanaler til foreninger:

- (ii) Indkøb af tv-enkeltkanaler (engrosdistribution af tv-kanaler)
- (iii) Video-On-Demand (alle platforme)
- (iv) Bredbånd til private kunder og små erhvervsdrivende

² Dette skete efter, at Stofa havde forsøgt at opkøbe hele Canal Digital's virksomhed, men havde opgivet dette opkøb og trukket anmeldelsen tilbage. Anmeldelsen blev trukket tilbage efter at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen havde indledt en uddybende undersøgelse (Fase II).

³ Et horisontalt berørt marked er et marked, hvor parterne har overlappende aktiviteter og tilsammen har en markedsandel, der overstiger 15 pct.

Parterne har anført i anmeldelsen, at den planlagte transaktion efter deres opfattelse ikke giver anledning til **vertikalt berørte markeder**. Parterne har således henvist til, at hverken SE eller Stofa er aktive som leverandører upstream i forhold til de relevante markeder (fx som tv-udbydere eller som udbydere af adgang til infrastruktur) eller downstream, som køber af parternes slutprodukter. Parterne har endvidere henvist til, at det samme forhold gør sig gældende for Waoo.

5. AFGRÆNSNING AF DE RELEVANTE MARKEDER

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 konkurrence-mæssigt pres.⁴

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.⁵

Ved det relevante geografiske marked forstås det område, hvor de deltagende virksomheder er involveret i udbud af og efterspørgsel efter produkter eller tjenesteydelser, og som har tilstrækkelig ensartede konkurrencevilkår og kan skelnes fra de tilstødende områder, fordi konkurrencevilkårene dér er anderledes.⁶

Det følger af konkurrencelovens § 5 a, og af Kommissionens meddelelse om afgrænsning af det relevante marked,⁷ at det relevante marked skal afgrænses på baggrund af undersøgelser af efterspørgsels- og udbudssubstitutionen - suppleret med undersøgelser af den potentielle konkurrence.

Afgrænsningen skal kun foretages på de teknisk berørte markeder. Et teknisk berørt marked er ethvert produktmarked, hvor to eller flere af de deltagende virksomheder opererer, og, uanset fusionen, individuelt eller tilsammen har en markedsandel på 15 pct. eller derover, samt ethvert vertikalt forbundet eller tilstødende produktmarked, hvor en eller flere af

⁴ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), pkt. 2.

⁵ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), pkt. 7.

⁶ Jf. Kommissionens meddelelse af 9. december 1997 om afgrænsning af det relevante marked (97/C 372/03), pkt. 8.

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

fusionsparterne opererer, og hvor de individuelt eller tilsammen har en markedsandel på mindst 25 pct.⁸

5.1. De relevante markeder

5.1.1 Indkøb af tv-enkeltkanaler (engrosdistribution af tv-kanaler)

Engrosdistribution af tv-kanaler omfatter grundlæggende distributørernes indkøb af distributionsrettigheder fra kanaludbyderne, som har købt visningsrettighederne til de specifikke programmer fra rettighedshaverne. Kanaludbyderne sammensætter herefter tv-kanaler med forskelligt eget produceret eller indkøbt indhold og sælger derefter distributionsrettighederne til distributørerne (engrosdistribution).

Indkøb af tv-kanaler kan ske til videresalg på forskellige distributionsteknologier, herunder kabel, IP-TV, DTH og DTT.⁹ Aftalerne mellem kanaludbyderne og distributørerne angiver typisk, hvilke platforme distributøren er berettiget til at sælge til. Derudover gives distributionsretten typisk til en bestemt kundegruppe, fx individuelle husstande eller antenneforeninger. Aftaler om kollektive rettigheder betyder, at kanaludbyderne giver distributøren ret til at distribuere til eksempelvis antenneforeninger.

Produktmarked

For så vidt angår engrosdistribution af tv-kanaler finder styrelsen, at dette marked ifølge praksis er blevet segmenteret i forhold til, om der er tale om distribution af hhv. betalingskanaler eller "free to air"-kanaler. Distributionen af hhv. betalingskanaler og distributionen af "free to air"-kanaler kan yderligere segmenteres i forhold til distributionsplatform, dvs. om kanalerne distribueres via fx kabel, IP-TV, DTH og DTT.¹⁰ I Viasat-afgørelsen fandt Konkurrencerådet, at der kunne afgrænses et separat marked for engrosdistribution af betalingskanaler via kabelnet.¹¹

Parterne har anført, at der ikke vil være overlap mellem parternes aktiviteter på engrosmarkedet, hvis der sker en opdeling efter distributionsform, og at transaktionen i så fald ikke giver anledning til konkurrence-

⁸ Bilag 1 til Kommissionens forordning nr. 802/2004 om gennemførelse af Rådets forordning nr. 139/2004 om kontrol med fusioner og virksomhedsovertagelser.

⁹ Jf. bl.a. Konkurrencerådets afgørelse af d. 19. december 2012 vedrørende Modern Times Group A/S' overtagelse af TV2 Sport A/S. Se også nedenfor under afsnit 5.1.2 om de forskellige distributionsplatforme.

¹⁰ Jf. bl.a. Konkurrencerådets afgørelse af d. 19. december 2012 vedrørende Modern Times Group A/S' overtagelse af TV2 Sport A/S, samt Kommissionens fusionsafgørelse af 21. december 2011 i Sag COMP/M6369, HBO/ ZIGGO/ HBO Nederland, pkt. 22-27.

¹¹ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. september 2009, *Viasats vilkår om placering af TV3 og TV3+*.

mæssige betænkeligheder. Den seneste tids udvikling på engrosmarkedet - særligt etableringen af OTT samt forbedringer af fiber og xDSL-nettet - trækker dog muligvis i retning af, at det på et tidspunkt ikke længere er relevant at segmentere dette marked efter distributionsplatform.

Styrelsen finder, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante produktmarked endeligt skal afgrænses. Dette skyldes, at parterne alene er aktive på indkøbssiden af dette marked, og at fusionen på såvel den bredeste som snævraste markedsafgrænsning i øvrigt ikke giver anledning til fusionsretlige betænkeligheder.

Geografisk marked

Kommissionen har i flere sager ladet den geografiske markedsafgrænsning stå åben i forhold til spørgsmålet om, hvorvidt markederne var nationale eller regionale¹², om end der i nogle sager har været indikationer på, at der kunne afgrænses et nationalt marked.¹³ Den sidste overvejelse har bl.a. været med henvisning til, at tv-kanaler primært udsendes efter nationalitet og er målrettet et enkelt nationalt område. Konkurrencerådet har tidligere afgrænset markedet nationalt.¹⁴

Styrelsen finder, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante geografiske marked endeligt skal afgrænses. Dette skyldes, at parterne alene er aktive på indkøbssiden af dette marked, og at fusionen på såvel den bredeste som snævraste markedsafgrænsning i øvrigt ikke giver anledning til fusionsretlige betænkeligheder.

5.1.2. Distribution af TV-kanaler til foreninger

Distributørerne anvender forskellige distributionsplatforme til at transportere tv-signaler til husstandene. Husstandenes adgang til og valg af distributionsplatform har betydning for de produkter og ydelser, der kan modtages. De vigtigste platforme er:

- Kabel-tv via kabelnet (coax)
- Det jordbaserede (terrestriske) sendenet via master (DTT-Digital Terrestrisk TV)
- Bredbånd, enten via fiber eller kobber (IPTV Internet Protocol TV))

¹² Jf. Bl.a. Kommissionens fusionsafgørelse af 2. juni 2006, i Sag COMP/M.4217 - *Providence/Carlyle/UPC Sweden*.

¹³ Jf. Bl.a. Kommissionens fusionsafgørelse af 6. september 2006, i Sag COMP/M.4338 - *Cinven/ Warburg/ Casema/ Multikabel*.

¹⁴ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. september 2009, *Viasats vilkår om placering af TV3 og TV3+* og senest Konkurrencerådets afgørelse af d. 19. december 2012 vedrørende Modern Times Group A/S' overtagelse af TV2 Sport A/S.

- Satellit (DTH= Direkte til hjem)

TV-kanaler distribueres både i pakker og på en måde, så foreningerne selv kan pakke tv-kanaler til deres medlemmer. De foreninger, der aftager pakked løsninger til deres medlemmer, får af tv-distributørerne typisk tilbudt en grundpakke, som kan suppleres med mellem- eller premiumpakker.

Produktmarked

Parterne anfører, at markedet for detaildistribution af tv-kanaler omfatter ikke bare distributionen til enkelthusstandskunderne men også distributionen til foreninger.¹⁵

Der er ikke i dansk eller EU-praksis tidligere blevet afgrænset et marked for distribution af tv-kanaler til foreninger (herunder antenneforeninger og boligforeninger). Den svenske konkurrencemyndighed har dog afgrænset et særskilt marked for distribution af tv-kanaler til "flerhusstandskunder", dvs. kunder der køber deres tv-abonnement gennem kollektive aftaler.¹⁶

Styrelsen har i forbindelse med vurderingen af SE's overtagelse af Stofa foretaget en markedsundersøgelse blandt de 9 tv-distributører (heraf har 7 svaret) samt 20 antenneforeninger (heraf har 14 svaret) og 4 boligforeninger (heraf har 3 svaret).

Styrelsens undersøgelse bekræfter, at der er væsentlige forskelle på distribution til enkelthusstande og foreninger. De vigtigste forskelle er, at (i) distributionen ikke sker ved en direkte distribution til slutkunder (ii) at prissætningen for husstande, der er omfattet af en foreningsaftale, er anderledes, idet foreninger opnår andre priser end enkelthusstandskunder, der køber direkte fra en tv-distributør og (iii) at en del antenneforeninger ofte selv sammensætter deres tv-pakker til deres medlemmer.

Styrelsen finder derfor ikke umiddelbart, at distributionen af tv-kanaler til foreninger og distributionen af tv-kanaler til enkelthusstandskunder er ét samlet marked, men derimod to forskellige markeder.

Parterne anfører videre, at såfremt markedet for detaildistribution af tv-kanaler skulle kunne segmenteres i hhv. et marked for detaildistribution

¹⁵ Parterne henviser i denne forbindelse til Kommissionens afgørelser i sagerne Sag COMP/M.4521 - LGI/Telenet, Sag COMP/M.4338 - Cinven/Warburg/Pincus/Casema/Multikabel, Sag COMP/M.5152 - News Corp/Premiere, Sag COMP/M.5932 - News Corp/BSkyB og Sag COMP/M.6369 - HBO/Ziggo/HBO Nederland, samt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens redegørelse "Distribution af TV-kanaler" fra 2011.

¹⁶ Jf. – Det svenske Konkurrenceverks stævning af 24.11.2011 til markedsretten vedr. den planlagte ComHem/Canal Digital-transaktion. Efter stævningen blev indgivet, blev transaktionen opgivet.

til enkelthusstande og i et marked for distributionen til foreninger, skal sidstnævnte undersegmenteres i et marked for distribution til antenneforeninger og et marked for distribution til boligforeninger. Parternes væsentligste argumenter er:

- (i) at antenneforeningers hovedformål er at indkøbe og pakketere tv-kanaler til antenneforeningens medlemmer, hvorimod boligforeninger har flere formål,
- (ii) at langt størstedelen af antenneforeningerne ejer egen infrastruktur, hvorimod boligforeninger ikke ejer egen infrastruktur, og
- (iii) at aftaleforholdene og aftaleindgåelsesprocesserne for hhv. antenneforeninger og boligforeninger er væsentligt forskellige, fx i forhold til pakketeringsmulighederne.

Det kan overvejes, om det er relevant at afgrænse et særskilt marked for salg af tv-kanaler til antenneforeninger, der ikke omfatter salg af tv-kanaler til boligforeninger. Styrelsens markedsundersøgelse viser, at ingen af de øvrige tv-distributører eller de antenne- og boligforeninger, som har svaret, mener, at salg af tv-kanaler til antenneforeninger udgør et særskilt marked, der kan adskilles fra salget til boligforeninger.

Styrelsen finder derfor ikke umiddelbart, at distributionen af tv-kanaler til foreninger skal undersegmenteres i hhv. et marked for distribution af tv-kanaler til antenneforeninger og et marked for distribution af tv-kanaler til boligforeninger.

For så vidt angår, hvorvidt markedet for distribution af tv-kanaler til foreninger kan segmenteres efter distributionsplatform, dvs. om der distribueres via kobber-, kabel- eller fibernet, har Kommissionen ladet afgrænsningen stå åben.¹⁷ Parterne har anført, at der ikke vil være overlap mellem deres aktiviteter, såfremt markedet undersegmenteres i forhold til de forskellige distributionsplatforme. Parterne har dog anført, at dette forhold kan lades stå åbent i nærværende sag.

Styrelsen skal henvise til, at Konkurrencerådet senest i sin afgørelse af d. 19. december 2012 vedrørende *Modern Times Group A/S' overtagelse af TV2 Sport A/S* fandt, at markedet for detaildistribution af tv-kanaler til enkelthusstande kan afgrænses i forhold til distributionsplatform. I tidligere sager vedrørende både engros- og detaildistribution, er markederne herfor enten blevet undersegmenteret i forhold til distributionsplatform

¹⁷ Jf. bl.a. Sag COMP/M.4521 - LGI/Telenet, Sag COMP/M.4338 - Cinen/Warburg/Pincus/Casema/Multikabel, Sag COMP/M.5152 - News Corp/Premiere, Sag COMP/M.5932 - News Corp/BSkyB og Sag COMP/M.6369 - HBO/Ziggo/HBO Nederland, samt Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens redegørelse "Distribution af TV-kanaler" fra 2011.

eller markedsafgrænsningen er blevet ladet åben.¹⁸ Det kan derfor også være relevant at afgrænse foreningsmarkedet efter distributionsplatform.

Styrelsen finder, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante produktmarked endeligt skal afgrænses. Dette skyldes, at fusionen på såvel den bredeste som snævrreste markedsafgrænsning ikke giver anledning til fusionsretlige betænkeligheder.

Geografisk marked

Styrelsen finder det umiddelbart nærliggende, at det geografiske marked afgrænses til Danmark, fordi alle aktørerne er landsdækkende.¹⁹ Parterne har ligeledes anført, at det geografiske marked kan afgrænses nationalt til Danmark. Parterne og nogle af de øvrige markedsaktører har anført, at det også er muligt, at markedet kan undersegmenteres regionalt i forhold til, hvor de forskellige aktørers infrastrukturer er beliggende.

Umiddelbart finder styrelsen, at der er mest, som taler for at afgrænse markedet nationalt uagtet, at aktørernes infrastrukturer ikke er fuldt ud geografisk overlappende på nationalt plan. Dette skyldes, at aktørerne konkurrerer nationalt, at de markedsfører sig nationalt, og for så vidt angår parterne og deres største konkurrenter, at de er eller har til hensigt at være landsdækkende. Konkurrencerådet har endvidere fast praksis for, at det geografiske marked for distribution af tv-kanaler afgrænses nationalt.²⁰

Styrelsen finder, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante geografiske marked endeligt skal afgrænses. Det skyldes, at fusionen ikke giver anledning til fusionsretlige betænkeligheder, når det geografiske marked afgrænses nationalt på såvel den bredeste som snævrreste markedsafgrænsning.

5.1.3. Video-on-Demand

Video-on-Demand (VoD) er en betegnelse for systemer, der gør det muligt for forbrugere at se de tv-programmer, som de ønsker, når de ønsker det. VoD er således en modsætning til tv, som vi kender det i dag, dvs. flow-tv, hvor tv-programmer sendes på forud fastlagte tidspunkter. I til-læg til VoD findes også ”pay per view”-tjenester (PPV), hvor forbrugerne

¹⁸ Konkurrencerådets afgørelse af d. 19. december 2012 vedrørende Modern Times Group A/S’ overtagelse af TV2 Sport A/S.

¹⁹ Jf. desuden Konkurrencerådets afgørelse af d. 19. december 2012 vedrørende *Modern Times Group A/S’ overtagelse af TV2 Sport A/S*, pkt. 210.

²⁰ Jf. Konkurrencerådets afgørelse af 30. september 2009, *Viasats vilkår om placering af TV3 og TV3+* og senest Konkurrencerådets afgørelse af d. 19. december 2012 vedrørende Modern Times Group A/S’ overtagelse af TV2 Sport A/S.

ligeledes kan se de tv-programmer mv., som de ønsker, og når de ønsker det. Ved PPV bliver forbrugerne dog, til forskel fra VoD, afregnet på ydelsesbasis. Således betaler forbrugerne særskilt for hvert tv-program el. lign., som de ser. Det skal dog bemærkes, at skillelinjen mellem VoD og PPV i praksis ikke er skarp. Det skyldes, at flere af tjenesterne har elementer fra både VoD og PPV.

Karakteristisk for VoD-tjenester er, at det ofte er rettighedshaverne selv, der udbyder tjenesterne direkte til slutkunderne. Eksempelvis udbyder MTG VoD-tjenesten Viaplay, mens TV 2 udbyder tjenesten TV 2 Play. Begge de to tjenester omfatter endvidere tv-programmer m.v., hvor forbrugerne afregnes på ydelsesbasis. Således omfatter tjenesterne elementer af PPV i tillæg til VoD.

VoD er i hastig udvikling, idet der er et stadigt stigende antal aktører i Danmark, som leverer disse ydelser. Således har YouSee lanceret YouBio, som ligeledes indeholder elementer fra både VoD og PPV. Endvidere er Netflix og HBO trådt ind på det danske marked. Google TV forventes formentlig også at træde ind på det danske marked.

Produktmarked

Ifølge Kommissionens praksis er det muligt, (i) at der kan afgrænses et relevant marked for VoD alene, (ii) at der kan afgrænses et bredere marked, der omfatter både Pay-Per-View (PPV) og VoD, og (iii) at det er muligt, at salget af VoD-ydelserne indgår i det brede marked for detaildistribution af betalingstv-kanaler.²¹

Parterne er enige i ovennævnte overvejelser fra Kommissionens side om markedsafgrænsning af VoD-tjenester.

Styrelsen finder ligesom parterne, at det er muligt at afgrænse VoD-tjenester i overensstemmelse med Kommissionens praksis. Styrelsen finder imidlertid, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante produktmarked endeligt skal afgrænses. Dette skyldes, at fusionen på selv på det snævrere marked ikke giver anledning til fusionsretlige betænkeligheder.

²¹ I sagen M.2876 - Newscorp/Telepiu fandt Kommissionen, at VOD tilhørte et segment inden for markedet for distribution af betalings-tv. I en efterfølgende sag, sagen M.5932 - News Corp/BSkyB, nåede Kommissionen dog frem til, at VOD adskilte sig fra detaildistribution af tv-kanaler, for så vidt angik UK. Der blev dog ikke taget stilling til, hvorvidt VOD i stedet tilhørte et andet marked inklusiv fx leje og salg af film og tv-serier.

Geografisk marked

For så vidt angår den distribution af VoD og PPV fandt Kommissionen i *NewsCorp/BSkyB*,²² at markedet for distribution af VoD og PPV skulle afgrænses nationalt eller til samme sproglige område.²³

Parterne har anført, at det i nærværende sag vil være relevant at afgrænse markedet til nationalt og muligvis bredere.

Styrelsen finder, at det i overensstemmelse med Kommissionens praksis er sandsynligt, at markedet for VoD kan afgrænses nationalt eller til samme sproglige område. Styrelsen finder imidlertid, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante geografiske marked endeligt skal afgrænses. Dette skyldes, at fusionen på såvel den bredeste som snævraste markedsafgrænsning ikke giver anledning til fusionsretlige betæneligheder.

5.1.4. Bredbånd

Bredbånd er en fællesbetegnelse for kabler med hurtige up- og download hastigheder og leveres over en række af de samme platforme som tv-kanalerne distribueres over.

Produktmarked

Kommissionen har senest i *Telefónica* konstateret, at der kan sondres mellem et marked for standardbredbånd til private kunder samt ”små erhvervskunder” på den ene side og et marked for ”skræddersyede løsninger” til store erhvervskunder på den anden side. Kommissionen har i en række senere fusionssager opretholdt, at der er et marked for detaildistribution af bredbånd til private og små erhvervsdrivende.²⁴

Parterne anfører i tillæg til Kommissionens praksis,²⁵ at det snævrere relevante marked i forhold til nærværende fusion er markedet for bredbånd til private, og at der er substituerbarhed på tværs af tekniske platforme, dvs. mellem de forskellige infrastrukturer (fx kabel, fibernetforbindelse).

²² Sag COMP/M.5932 - *NewsCorp/BSkyB*.

²³ Sag COMP/M.5932 - *NewsCorp/BSkyB*, pkt. 110.

²⁴ Jf. fx Kommissionens fusionssag COMP/M.5532, *Carphone Warehouse/Tiscali UK*, af d. 29. juni 2009, pkt. 26-27, og Kommissionens fusionssag COMP/M.5730, *Telefonica/Hansanet Telekommunikation* af d. 29. januar 2010, pkt. 6-14.

²⁵ Se fx Kommissionens afgørelse i sagen COMP/38.233 - *Wanadoo Interactive* samt Sag COMP/M.5730 - *Telefonica/Hansenet Telekommunikation*.

Konkurrencerådet har tidligere afgrænset et samlet marked for udbud af højhastighedsforbindelser (dvs. bredbånd), jf. Konkurrencerådet afgørelse af 29. januar 2003 vedrørende *TDC's priser på bredbånd*.

Styrelsen finder umiddelbart, at der kan afgrænses et relevant marked for detaildistribution af bredbånd til private og små erhvervsdrivende. Det er muligt, at markedet for detaildistribution af bredbånd til private og små erhvervsdrivende kan segmenteres yderligere. Styrelsen finder imidlertid, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante produktmarked endeligt skal afgrænses. Dette skyldes, at fusionen på såvel den bredeste som snævraste markedsafgrænsning ikke giver anledning til fusionsretlige betænkeligheder.

Geografisk marked

Kommissionen har i sagen vedrørende *Telefónica* afgrænset detailmarkedet nationalt.²⁶ Kommissionen anførte, at det geografiske marked i sager på teleområdet traditionelt bestemmes af det område, infrastrukturen dækker samt af regulatoriske forskrifter, dvs. markedet afgrænses nationalt. Denne afgrænsning er opretholdt i nogle af Kommissionens nyere fusionssager. Ligeledes har Konkurrencerådet tidligere afgrænset et nationalt marked²⁷.

Parterne har taget forbehold for en eventuelt bredere geografisk markedsafgrænsning.

Styrelsen finder umiddelbart, at det er mest sandsynligt, at det relevante geografiske marked er Danmark i nærværende sag. Styrelsen finder imidlertid, at det for nærværende sag kan lades åbent, hvorledes det relevante geografiske marked endeligt skal afgrænses. Dette skyldes, at fusionen på såvel den bredeste som snævraste markedsafgrænsning ikke giver anledning til fusionsretlige betænkeligheder.

6. Parternes stilling

1) Indkøb af tv-enkeltkanaler (engrosdistribution af tv-kanaler)

Hverken SE eller Stofa er selv udbydere af betalings-tv kanaler eller gratis tv-kanaler (Free to Air) i Danmark. Det er Waoo heller ikke.

²⁶ Kommissionens beslutning af 4. juli 2007, sag COMP/38.784, *Telefónica*, pkt. 209-219.

²⁷ Jf. Konkurrencerådet afgørelse af 29. januar 2003 vedrørende *TDC's priser på bredbånd*.

SE, Stofa og øvrige Waoos repræsenterer samlet under [25-35] pct. af det samlede indkøb baseret på en skønsmæssig vurdering ud fra svarene i styrelsens markedsundersøgelse.

2) *Distribution af tv-kanaler til foreninger*

Distribution af tv-kanaler til foreninger kan eventuelt segmenteres yderligere i forhold til distribution til hhv. antenneforeninger og boligforeninger. Hvis der alene ses på SE samt Stofas stilling på et marked for distribution af tv-kanaler til antenneforeninger, er dette det eneste berørte marked²⁸.

Hvis markedet afgrænses til markedet for distribution af tv-kanaler udelukkende til antenneforeninger, havde parterne [..]. SE [..], men Stofas markedsandel for salg til antenneforeninger ifølge anmeldelsens oplysninger var ca. [25-35] pct. i 2012. [..].

[..].

Parternes stilling kan også undersøges på et samlet marked for salg af tv-kanaler til både antenne- og boligforeninger. På styrelsens foranledning har parterne opgjort deres markedsandele m.v. for et dette marked. I tabel 1 nedenfor ses aktørernes markedsandele i årene 2011-2012²⁹.

Tabel 1 – Markedsandele for salg af tv-kanaler til antenne- og boligforeninger (2011-2012)				
	2012		2011	
	pct.		pct.	
SE	[0-5]		[0-5]	
Stofa	[15-25]		[15-25]	
-Samlet SE og Stofa		[15-25]		[15-25]
øvrige Waoos	[0-5]		[0-5]	
-Samlet SE, Stofa og øvrige Waoos		[15-25]		[20-30]
TDC /YouSee	[60-70]		[55-65]	
Canal Digital Danmark	[5-10]		[5-15]	
Viasat	[0-5]		[0-5]	
Boxer	[0-5]		[0-5]	
I alt	100		100	

²⁸ Et berørt marked er et marked, hvor parterne har overlappende aktiviteter og tilsammen har en markedsandel, der overstiger 15 pct.

²⁹ Det er kun muligt at udregne HHI for 2012, idet parterne for 2010 og 2011 alene har anført andele særskilt for hhv. Stofa og totale Waoos, mens det resterende marked er opgjort som én samlet aktør.

Kilde: Parternes anmeldelse og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse.

3) *Video-On-Demand (alle platforme)*

Både SE og Stofa tilbyder Video-on-Demand-tjenester (VoD). For så vidt angår markedet for salg af VoD ses parternes stilling af tabel 2.

Tabel 2 – Markedsandele for salg af tv-kanaler til Video-On-Demand (alle platforme) (2011)		
	2011	
	pct.	
SE	[0-5]	
Stofa	[5-15]	
-Samlet SE og Stofa		[5-15]
øvrige Wao	[0-5]	
-Samlet SE, Stofa og øvrige Wao		[10-20]
TDC /YouSee	[60-70]	
Viasat	[10-20]	
I alt	100,0	

Kilde: Parternes anmeldelse og Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens markedsundersøgelse.

4) *Højhastighedsinternet (bredbånd) til private kunder*

Stofa sælger alene til det private segment, hvor langt størstedelen af SE's aktiviteter også ligger, idet SE dog har [...] salg til erhvervsdrivende. SE ejer sin egen infrastruktur i form af bredbånd og fibernet, mens Stofa lejer infrastrukturen (bredbånd hos andre udbydere).

For så vidt angår markedet for salg af bredbånd til private fremgår parternes stilling af tabel 3. Tabellen viser salg af bredbånd til private kunder (uden små erhvervs-kunder), hvilket er den snævrere mulige afgrænsning af markedet. Parterne har anført, at hvis små erhvervs-kunder også inddrages i denne afgrænsning af markedet, [...].

Tabel 3 - Markedsandele for salg af bredbånd, private (2011)		
	2011	
	pct.	
SE	[0-5]	
Stofa	[5-15]	
-Samlet SE og Stofa		[10-20]
Øvrige Waoo	[5-10]	
-Samlet SE, Stofa og Øvrige Waoo		[15-25]
TDC /YouSee	[60-70]	
Telenor	[5-15]	
Telia	[0-5]	
Øvrige	[5-10]	
I alt	100,0	

Kilde: Parternes anmeldelse.

Tabel 3 viser, at SE, Stofa og de øvrige Waoo efter fusionen har en samlet markedsandel på ca. [15-25] pct. i 2011. SE's egen markedsandel er [0-5] pct.. Tages der også højde for markedsandelen for de øvrige energiselskaberne i Waoo, er forøgelsen i markedsandel ifht Stofa's markedsandel på ca. [5-10] procentpoint fra Waoo (inkl. SE).

Lokale virkninger

Nogle høringsparter har anført, at fusionen vil føre til konkurrencebegrænsende virkninger i lokale geografiske områder, hvor (i) Stofa og SE begge leverer ydelser, og hvor (ii) Stofa og de øvrige Waoo-ejere begge leverer ydelser.

Parterne har henvist til både EU og dansk praksis om, at den geografiske udstrækning af markederne for distribution af tv-kanaler er national. Parterne har også anført, at uanset den indirekte relation, som det enkelte energiselskab vil have med SE gennem Waoo ejerskabet, vil de øvrige energi-selskaber alligevel have et klart økonomisk incitament til at vinde kunder fra SE/Stofa.

For så vidt angår eventuel koordinering mellem Stofa og SE, så er der tale om en fusion mellem parterne, hvorefter det er naturligt, hvis parterne efter fusionen sammenlægger deres aktiviteter. Tabel 1-2 ovenfor viser, at SE's markedsandel for distribution af tv er beskednen og derfor kun forøger den markedsandel, som Stofa har i forvejen på de relevante markeder, marginalt. Det er derfor styrelsens vurdering, at effekten heraf ikke vil hæmme konkurrencen betydeligt.

For så vidt angår de områder, hvor henholdsvis Stofa samt de øvrige Waoo-ejere leverer ydelser, finder styrelsen ikke umiddelbart, at fusionen har konkurrencebegrænsende virkninger. Baggrunden herfor er bl.a., at markedsandelene for øvrige Waoo på de relevante markeder for distribution af tv er beskedne ([0-5] procentpoint), jf. tabel 1 og 2 ovenfor. Dette indikerer i sig selv, at fusionen ikke vil hæmme konkurrencen betydeligt. Efter styrelsens vurdering synes de øvrige energiselskaber i Waoo endvidere at have incitament til at øge konkurrencen. Det skyldes bl.a., at udrukning af fibernettet er en dyr investering for energiselskaberne, hvorfor de hver især har et økonomisk incitament til at opnå så mange abonnenter som muligt. [..]. Det vil derfor næppe have den store betydning, om SE og Stofa måtte forsøge at udøve sin indflydelse gennem SE's ejerandel i Waoo. Det er således styrelsens samlede vurdering, at fusionen i de områder, hvor både Stofa samt de øvrige Waoo-ejere leverer ydelser, ikke vil hæmme konkurrencen betydeligt.

7. Kontrafaktiske scenarie

Til brug for vurderingen af fusionen skal der foretages en kontrafaktisk analyse af, hvordan konkurrencesituationen forventes at være på markedet uden fusionens gennemførelse sammenlignet med, hvordan konkurrencesituationen forventes at være med fusionens gennemførelse.

Hvis det vurderes, at konkurrencesituationen på markedet med fusionens gennemførelse ikke hæmmes betydeligt sammenlignet med en situation uden fusionens gennemførelse, skal fusionen godkendes.

Hvis der kan opstilles mere end ét sandsynligt scenarie for, hvordan konkurrencesituationen ville være uden fusionens gennemførelse, skal det mest sandsynlige scenarie lægges til grund. Dette scenarie holdes herefter op mod den forventede konkurrencesituation på markedet med fusionen.

Det skal vurderes, hvilket scenarie der mest sandsynligt vil opstå, hvis den anmeldte fusion ikke gennemføres, og SE således ikke overtager Stofa.

Styrelsen har vurderet de kontrafaktiske scenarier i forholdt til om Stofa (1) bliver på markederne ved eller (2) udgår af markederne.

Styrelsen har vurderet følgende scenarier for, at Stofa forbliver på markedet:

- (i) status quo, eller
- (ii) ved at udvide sin forretning ved at etablere adgang til yderligere kunder

Styrelsen finder det ikke umiddelbart sandsynligt, at Stofa skulle forblive på markedet i en status quo situation. For så vidt angår TV-markederne (indkøb af tv-enkeltkanaler, distribution af tv-kanaler til foreninger, og VoD) har Stofa brug for yderligere volumen for at kunne få bedre indkøbsbetingelser for at kunne sælge bedre produkter (konkurrencedygtig indhold og pris). Derfor forekommer det umiddelbart usandsynligt, at Stofa som alternativ til fusionen alene vil fortsætte med status quo.

Det forekommer umiddelbart som et mere sandsynligt alternativ til salget til SE, at Stofa forbliver i markedet ved at etablere adgang til flere kunder via udvidelse af infrastrukturen og/eller opkøb. Stofa har eksempelvis opkøbt Canal Digital Danmarks kabelaktiviteter i 2011.

Styrelsen har vurderet følgende scenarier for, at Stofa udgår af markederne:

- (i) ved at blive frasolgt til en anden virksomhed end SE, eller
- (ii) ved helt at udgå af markedet

Det forekommer umiddelbart usandsynligt, at Stofa helt skulle udgå af markedet. Da Stofa er ved at blive (forsøgt) solgt til SE, forekommer det mere sandsynligt, at Stofa bliver solgt til en anden konkurrent, fx et af de øvrige energiselskaber bag Waoo.

Samlet set vurderes det, at der er to mest sandsynlige kontrafaktiske scenarier. Det ene vurderes at være, at Stofa forbliver på markedet og udvider infrastrukturen eller opkøber aktiviteter fra andre distributører på tv-markederne, således som Stofa har gjort det ved at opkøbe fra Canal Digital i 2011. Det andet vurderes at være, at Stofa bliver solgt til en anden virksomhed, fx en af de øvrige tv-distributører.

8. VURDERING

Kontrollen med fusioner består i en undersøgelse af, om fusionen hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, jf. SIEC-testen,³⁰ der blev indført med ændringen af konkurrenceloven i 2004. Vurderingskriteriet i konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, har følgende ordlyd:

”En fusion, der ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling, skal godkendes. En fusion, der hæmmer den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling, skal forbydes.”

³⁰ Significant Impediment of Effective Competition.

Det overordnede kriterium for fusioner – hvad enten fusionerne godkendes med eller uden tilsagn eller fusionerne forbydes – er om, fusionen hæmmer eller ikke hæmmer den effektive konkurrence betydeligt. Ved vurderingen af en fusion foretages der en analyse af de begivenheder, der med større eller mindre sandsynlighed vil indtræde i fremtiden.³¹ Denne vurdering tager udgangspunkt i følgende forhold og kriterier:

- (i) Konkurrencen på de relevante og/eller berørte markeder samt den fusionerede enheds markedsstilling på disse markeder (jf. afsnit 6)
- (ii) Hvordan konkurrencesituationen forventes at være på markedet uden fusionens gennemførelse sammenlignet med, hvordan konkurrencesituationen forventes at være med fusionens gennemførelse (det kontrafaktiske scenarium, (jf. afsnit 7)
- (iii) Om fusionen skaber eller styrker en dominerende stilling, og dermed om fusionen leder til konkurrenceskadelige ensidige virkninger
- (iv) Om fusionen leder til markedsforhold, hvorved der er en øget risiko for konkurrenceskadelige koordinerede virkninger, og
- (v) Om fusionen medfører effektivitetsgevinster, som forbrugerne får andel i.

En strukturel indikator for konkurrencepresset er parternes markedsandel i forhold til de andre konkurrenter samt markedets koncentrationsgrad beregnet ved Herfindahl-Hirschman Indekset (HHI). De relative markedsandele og koncentrationsgraden kan give et indledende fingerpeg på det konkurrencepres, som virksomhederne udøver på hinanden.³²

Ved vurderingen af ensidige virkninger indgår, om fusionsparterne til sammen har store markedsandele, om fusionsparterne er nære konkurrenter, om kunderne har/får begrænsede muligheder for at skifte leverandør, om konkurrenterne vil forøge udbuddet ved prisstigninger, og om den

³¹ Sag C-12/03P – Tetra/Laval, præmis 42: ”Fremtidsanalyser som dem, der er nødvendige på området for fusionskontrol, skal udføres med stor omhu, fordi der ikke er tale om en vurdering af begivenheder, der har fundet sted i fortiden, hvorom man ofte har adgang til adskillige oplysninger, der bidrager til forståelsen af årsagerne, og heller ikke en vurdering af nutidige begivenheder, men derimod tale om at forudsige de begivenheder, der med større eller mindre sandsynlighed vil indtræde i fremtiden, hvis der ikke vedtages en beslutning om forbud eller en præcisering af betingelserne for fusionen.”

³² Jo større markedsandel en virksomhed har, desto større markedsmagt kan en virksomhed formodes at have. Antagelsen om, at virksomhederne udøver et konkurrencepres på hinanden svarende til deres markedsandel, er rimelig, hvis produkterne på markedet er forholdsvis homogene, dvs. hvor produkterne ligner hinanden i form af egenskab, karakteristik og pris, så køberen er indifferent mellem produkterne. På markeder med homogene produkter vil pris og tilgængelighed af varen være de væsentligste konkurrenceparametre.

fusionerede enhed antages at blive i stand til at forhindre konkurrenter i at ekspandere.³³

Ved vurderingen af koordinerede virkninger er der fire overordnede kriterier, der skal vurderes. Kriterierne, der er kumulative, følger af Kommissionens retningslinjer for vurderingen af horisontale fusioner.³⁴

Kriterierne er:

- (i) Fusionen skal medføre etablering af koordineringsbetingelser
- (ii) Afvigelser fra koordineringen skal kunne kontrolleres af de øvrige parter,
- (iii) De øvrige parter skal kunne opstille (troværdige) disciplinære foranstaltninger ved afvigelser, og
- (iv) Markedsaktører, der står uden for koordineringen, må ikke kunne bringe de forventede resultater af koordineringen i fare (fx en "maverick").

Ved afgørelsen af hvorvidt de fire kumulative betingelser er opfyldt, og dermed hvorvidt risikoen for koordinering øges ved fusionen, lægges vægt på en række markedskarakteristika. Det er imidlertid usandsynligt, at alle markedskarakteristika peger i samme retning, dvs. enten peger i retning af eller væk fra risiko for koordinering. Det vil derimod normalt være nødvendigt at foretage en afvejning af de karakteristika, der taler for, og de karakteristika, der taler imod en risiko for koordinering.

For så vidt angår etableringen af koordineringsbetingelser, er de markeder, der har de bedste koordineringsbetingelser, typisk kendetegnet ved flere af følgende karakteristika:

- (i) Højt koncentrationsniveau
- (ii) Høje adgangsbarrierer
- (iii) Omkostningssymmetri
- (iv) Fravær af stærke kunder
- (v) Fravær af en "maverick"
- (vi) Strukturelle forbindelser mellem flere af markedsaktørerne
- (vii) Vertikal integration af nogle eller flere af markedsaktørerne
- (viii) Lav innovation og
- (ix) Kapacitetsbegrænsninger

I de følgende afsnit foretages en vurdering af de mulige ensidige og koordinerede virkninger som følge af SE's overtagelse af Stofa på følgende markeder:

³³ Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner (2004/C 31/03), pkt. 24-38.

³⁴ Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner (2004/C 31/03), pkt. 39-57.

- (i) Distribution af tv-kanaler til foreninger (eventuelt segmenteret yderligere i forhold til distribution til hhv. antenneforeninger og boligforeninger)
- (ii) Video-On-Demand (alle platforme)
- (iii) Bredbånd til private og små erhvervsdrivende

1) Indkøb af tv-enkeltkanaler (engrosdistribution af tv-kanaler)

Som nævnt under parternes stilling ovenfor anslås det, at SE, Stofa og øvrige Waoo's repræsenterer samlet repræsenterer under [25-35] pct. af det samlede indkøb af betalings-tv kanaler. Det anslås videre, at TDC/YouSee repræsenterer minimum ca. [40-50] pct. af det samlede indkøb af tv-kanaler målt i værdi.

På den baggrund kan fusionen ikke i sig selv føre til, at (i) SE og Stofa eller (ii) SE og Stofa samt øvrige Waoo kan udelukke andre distributører fra at få leveret tv-kanaler.

Det er på den baggrund styrelsens vurdering, at fusionen ikke vil hæmme konkurrencen betydelig på dette marked, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling.

2) Distribution af tv-kanaler til foreninger

Ensidige virkninger fsva. distribution af tv-kanaler til foreninger

HHI er udgør [4.950-5.150] før fusionen og Δ HHI stiger kun med [0-10], hvis SE og Stofa vurderes sammen. HHI er således over 2000, men Δ HHI efter fusionen ligger under Kommissionens tærskel på 150.

Tabel 1 (under afsnit 6) viser, at Stofa og Waos (inklusive SE) efter fusionen tilsammen har en markedsandel på ca. [15-25] pct. i 2012. Tabel 1 viser Stofa's markedsandel før fusionen (ca. [15-25] pct.). Hvis der også tages højde for markedsandelen for de øvrige energiselskaberne i Waoo, er forøgelsen i markedsandel for Stofa og Waoo (inkl. SE) beskeden (mellem [0-5] procentpoint), hvorved den samlede markedsandel andrager ca. [15-25] pct. Hvis man alene ser på Stofa og SE, er forøgelsen i den samlede markedsandel også beskeden som følge af fusionen. Endvidere havde TDC/YouSee i 2012 en markedsandel på [60-70] pct., hvorfor TDC/YouSees markedsandel er [...] så stor som SE, Stofa og øvrige Waos samlede markedsandel.

Ifølge styrelsens markedsundersøgelse har hovedparten af høringsparterne svaret, at fusionen vil føre til, at konkurrencen på markedet for salg af

tv-kanaler til foreninger vil være uændret eller øget som følge af fusionen.

SE/Stofa indtager derfor hverken med eller uden Waoo en dominerende stilling, og fusionen fører således ikke til ensidige virkninger.

Koordinerede virkninger fsva. distribution af tv-kanaler til foreninger

Hvis SE, Stofa og Waoo's markedsandele vurderes samlet, er HHI er høj. HHI udgør [4.950-5.150] før fusionen og [5.050-5.200] efter fusionen, og Δ HHI stiger med [50-100]. HHI er således over 2000, men Δ HHI efter fusionen ligger under Kommissionens tærskel på 150.

Hvis der tages udgangspunkt i en markedsafgrænsning, hvor der ikke er substitution mellem de forskellige distributionsplatforme, er der ikke overlap mellem fusionsparterne, idet SE leverer tv-kanaler til foreninger via fibernet, og Stofa leverer tv-kanaler til foreninger via kabel (coax). Skulle der derimod være substitution mellem de forskellige distributionsplatforme, er der overlap mellem fusionsparterne, hvorfor det er relevant at se på, om fusionen giver anledning til koordinerede virkninger.

Styrelsen finder, at fusionen ikke medfører etablering af koordineringsbetingelser. Dette skyldes bl.a., at fusionen kun i ubetydelig grad vil mindske asymmetrien i markedsandele, herunder vil især TDC/YouSee forsat have en markedsandel, der er [...] stor som andelen for SE, Stofa og øvrige Waoo tilsammen. Endvidere er der ikke gennemsigtighed for så vidt angår priserne ved salg til antenne- og boligforeninger, idet priserne fastsættes efter forhandling afhængig af den enkelte forenings størrelse og forhandlingsstyrke.

Styrelsen finder, at fusionsparterne efter fusionens gennemførelse fortsat har incitament til at konkurrere med markedets største aktør TDC/YouSee. Dette skyldes, at antallet af slutkunder udgør det indkøbsvolumen, som danner grundlag for SE/Stofas indkøbspriser hos kanaludbyderne. Jo større indkøbsvolumen en tv-distributør har, desto bedre indkøbspriser og -betingelser (fx pakketeringsrettigheder) kan tv-distributøren opnå. Og jo bedre indkøbspriser og -betingelser, desto bedre priser og pakketeringsmuligheder kan tv-distributøren tilbyde sine aktuelle og potentielle kunder.

Ifølge styrelsens markedsundersøgelse har hovedparten af høringsparterne bekræftet, at fusionen enten vil føre til forøget eller uændret konkurrencen på markedet for salg af tv-kanaler til foreninger.

Da fusionen ikke medfører etablering af koordineringsbetingelser, finder styrelsen heller ikke, at fusionen giver anledning til en øget risiko for koordinerede virkninger for så vidt angår distribution af tv-kanaler til foreninger.

Sammenfattende er det styrelsens vurdering, at der ikke er grund til at antage, at fusionen på dette marked vil kunne hæmme den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling.

3) *Video-on-Demand (alle platforme)*

Ensidige virkninger fsva. Video-on-Demand (alle platforme)

HHI stiger til næsten [4.900-5.100] efter fusionen, men Δ HHI er kun [0-50]. HHI er dermed over 2000, mens Δ HHI er under Kommissionens tærskel på 150.

Det ses af tabel 2 (under afsnit 6), at der er en asymmetri i markedsandelen mellem hhv. YouSee/TDC og SE, Stofa samt øvrige Waoos, idet YouSee/TDC i 2011 havde en markedsandel på knap [60-70] pct., hvilket var [...] stor som SE, Stofa og øvrige Waoos samlede markedsandel.

SE/Stofa indtager derfor hverken med eller uden Waoos en dominerende stilling, og fusionen fører således ikke til ensidige virkninger for så vidt angår VoD-tjenester.

Koordinerede virkninger fsva. Video-on-Demand (alle platforme)

HHI er tæt på [5.000-5.200] efter fusionen, men Δ HHI er [100-150]. HHI er dermed over 2000, mens Δ HHI er under Kommissionens tærskel på 150.

Styrelsen finder, at fusionen ikke medfører etablering af koordineringsbetingelser. Dette skyldes bl.a., at markedet er meget dynamisk og er i hastig teknologisk udvikling, samt at der synes at være relativt lave adgangsbarrierer for aktører på tilsvarende markeder udenfor Danmark samt fra aktører på tilstødende markeder.

Derudover finder styrelsen, at der inden for VoD-tjenester er markedsaktører, der må forventes at stå uden for en eventuel koordinering, og derfor forventes at bringe de forventede resultater af den eventuelle koordinering i fare. Disse aktører er fx Netflix og HBO. Netflix indtræden på markedet indebærer bl.a. en umiddelbar prisreduktion hos Viasat. Parterne har bl.a. henvist til, at Netflix i Storbritannien opnåede en markedsandel på 5 pct. på mindre end 7 måneder.

Ifølge styrelsens markedsundersøgelse har hovedparten af høringsparterne bekræftet, at fusionen enten vil føre til øget eller uændret konkurrence på markedet for salg af VoD-tjenester som følge af fusionen.

Da fusionen ikke medfører etablering af koordineringsbetingelser, og da der inden for VoD er ”mavericks” på markedet, som vil kunne bringe de forventede resultater af en eventuel koordinering i fare, finder styrelsen ikke, at fusionen giver anledning til en øget risiko for koordinerede virkninger for så vidt angår distributionen af VoD-tjenester.

Efter styrelsens vurdering, er der derfor ikke grund til at antage, at fusionen på dette marked vil kunne hæmme den effektive konkurrence betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling.

4) Bredbånd til private kunder og små erhvervsdrivende

Ensidige virkninger fsva. bredbånd til private kunder (og små erhvervsdrivende)

Det ses af tabel 3 (under afsnit 6), at der er en [...] asymmetri i markedsandel mellem YouSee/TDC og SE, Stofa samt øvrige Waoo, idet YouSee/TDC i 2011 havde en markedsandel på [60-70] pct., hvilket er [...] stor som SE, Stofa og øvrige Waoo's samlede markedsandel.

SE/Stofa indtager derfor hverken med eller uden Waoo en dominerende stilling, og fusionen giver således ikke anledning til ensidige virkninger.

Koordinerede virkninger fsva. bredbånd til private kunder (og små erhvervsdrivende)

HHI stiger til [4.350-4.550] efter fusionen, og Δ HHI er [150-200]. HHI er dermed over 2000, mens Δ HHI er over Kommissionens grænse på 150.

Styrelsen finder, at fusionen ikke medfører etablering af koordineringsbetingelser. Dette skyldes bl.a., at fusionen i ubetydelig grad vil mindske asymmetrien i markedsandele, herunder at TDC/YouSee fortsat vil være den største markedsaktør med en markedsandel, der er [...] større end den samlede markedsandel for den fusionerede enhed sammenlagt med markedsandelene for de øvrige Waoo-ejere. Endvidere er den samlede markedsandel for SE, Stofa og øvrige Waoo under [15-25] pct.³⁵

Da fusionen ikke medfører etablering af koordineringsbetingelser, finder styrelsen heller ikke, at fusionen giver anledning til en øget risiko for koordinerede virkninger for så vidt angår distribution af bredbånd til private (og små erhvervsdrivende).

Efter styrelsens vurdering, er der derfor ikke grund til at antage, at fusionen på dette marked vil kunne hæmme den effektive konkurrence betyde-

³⁵ Jf. Kommissionens retningslinjer for horisontale fusioner (2004/C 31/03), pkt. 18.

ligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling.

5) Mulig fremtidig fusion mellem SE, Stofa og øvrige Waoo

En række høringsparter har anført, at SE/Stofa vil overtage eller fusionere med resten af Waoo, hvis SE's overtagelse af Stofa bliver godkendt.

I den forbindelse skal Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen understrege, at der efter parternes oplysninger ikke er indgået nogen aftale mellem SE, Stofa og de øvrige ejere i Waoo om, at SE og Stofa efterfølgende skal overtage resten af Waoo eller andre koordinationer af køb eller salg mellem SE og Stofa og de øvrige ejere af Waoo.

Efter styrelsens opfattelse vil det derfor være for hypotetisk at vurdere, hvorvidt SE/Stofa efter fusionen vil overtage resten af Waoo.

9. Konklusion

Konkurrence- Forbrugerstyrelsens undersøgelse har samlet vist, at flere af de tv-markeder, som SE og Stofa er aktive på, er koncentrerede markeder. Det gælder især markedet for distribution af tv-kanaler til foreninger og markedet for salg af VoD-tjenester. Fusionen øger kun koncentrationen på disse markeder meget lidt, idet SE og Stofa kun øger deres samlede markedsandel marginalt. Dette skyldes, at SE har en helt marginal markedsandel.

Såfremt markedsandelene for de øvrige Waoo-medejere medtages ved vurderingen af risikoen for øgede koordinerede virkninger, opnår den fusionerede enhed SE og Stofa sammen med de øvrige Waoo-medejere [< 25] pct. i markedsandel på de berørte markeder, hvor parterne udbyder distribution af tv-kanaler. Hertil kommer, at TDC/YouSee før og efter fusionen har en markedsandel, som er [...] høj som SE, Stofa samt øvrige Waos samlede markedsandel på markedet for distribution af tv-kanaler til foreninger og markedet for salg af VoD-tjenester. Efter fusionen vil der derfor fortsat være en væsentlig asymmetri mellem de største konkurrenters markedsandele.

Der er derfor Konkurrence- Forbrugerstyrelsens vurdering, at den samlede virkning af fusionen ikke vil indebære, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt, navnlig som følge af skabelsen eller styrkelsen af en dominerende stilling.

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har derfor godkendt Syd Energi erhvervelse af Stofa, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 2, 1. punktum, jf. stk. 1.