

Fusion mellem Dendek og Ditas

Journal nr 3:1120-0401-27/Industri/jec.

Rådsmødet den 24. april 2002

Resumé

1. Dendek A.m.b.a. og Ditas A/S har den 27. marts 2002 anmeldt en fusion mellem de to indkøbsforeninger. Fusionen gennemføres ved en sammenlægning af Dendeks og Ditas' aktiviteter i et nystiftet selskab, Ditas A.m.b.a. Selve fusionsaftalen er indgået mellem de to selskabers bestyrelser den 9. april 2002.
2. Dendek A.m.b.a. har 47 andelshavere, der driver ca. 120 tømmerhandlere. Dendeks hovedaktivitet er at virke som indkøbsforening for medlemmerne og indgå samhandelsaftaler med leverandørerne af byggematerialer. Dendek driver desuden bl.a. kæderne Dendek – Det rigtige byggemarked og Håndværkeren. Dendek har en omsætning på ca. 2,5 mia. kr.
3. Ditas A/S, der ejes af 85 selvstændige tømmerhandlere, som driver ca. 150 tømmerhandler/byggemarkeder, virker ligeledes som indkøbsforening og indgår samhandelsaftaler med leverandørerne. I Ditas-gruppen indgår de to byggemarkedskæder RÅD & DÅD og Byggekrum. Ditas har en omsætning på godt 3 mia. kr.
4. Engroshandelens forsyning med byggematerialer er foruden Dendek og Ditas domineret af kapitalkæden Danske Trælast, der bl.a. driver Silvan-kæden. Herudover findes en mindre indkøbsforening, Danbuy.
5. Inden for byggematerialer findes et stort antal forskelligartede produkter og et tilsvarende antal relevante markeder på såvel indkøbssiden som salgssiden. De konkurrencemæssige virkninger af fusionen udspiller sig i første række på markedet for indkøb af byggematerialer, der afsættes gennem trælast- og tømmerhandlere og på markedet for trælast- og tømmerhandlers forsyning af det professionelle marked (entreprenører og håndværkere) med byggematerialer, hvilket derfor er lagt til grund ved vurderingen af fusionen.
6. På sidstnævnte marked udgør Dendeks og Ditas' samlede markedsandel [50-60\%], Danske Trælast [20-30\%], Danbuy [10-20\%] og andre trælast- og tømmerhandlere [0-10\%]. For indkøbsmarkedet findes der ikke nøjagtige tal; men skønsmæssigt er markedsandelene nogenlunde de samme som på salgssiden. Det vil sige, at Dendeks og Ditas samlede andel må anslås til omkring halvdelen af indkøbene til det danske marked.
7. Hver især har disse grupperinger i engrosledet indgået samhandelsaftaler med leverandørerne, hvilket præger hele markedet. Indkøbsforeningernes samhandelsaftaler indebærer, at medlemmernes indkøb sker med gennemfakturering via foreningen.
8. Konkurrencestyrelsens undersøgelser har vist, at det danske marked for byggematerialer er præget af høje priser og en stivnet struktur. Langt hovedparten af leverandørerne sælger deres

produkter til entreprenører og håndværkere gennem trælast- og tømmerhandelen. Det direkte salg fra leverandør til entreprenør/håndværker er beskedent.

9. Indkøbsforeningerne har en klar interesse i, at leverandørerne afsætter deres produkter gennem foreningen til trælast- og tømmerhandelen og ikke sælger direkte til forretningerne eller direkte til entreprenør/håndværker. Dette har bl.a. fundet udtryk i klare udmeldinger især fra Ditas om, at "vi satser på de leverandører, der satser på os". Endvidere har det ifølge Ditas' hidtidige samhandelsaftaler været en forudsætning, at al handel på vareområdet, der er omfattet af aftalen, sker med gennemfakturering over Ditas. Dette har været understøttet af brancheforeningen TUN, der ifølge nogle leverandører har udelukket dem fra foreningens fagmesse "Byggeri 2002", fordi de handler direkte med entreprenører og håndværkere.

10. Medvirkende til den stivnede struktur har været loyalitetsvirkningen af bonussystemerne i indkøbsforeningernes samhandelsaftaler med leverandørerne, der har virket som adgangsbarriere for nye leverandører. I indkøbsforeningernes samhandelsaftaler anvendes bl.a. progressiv, individuel bonus til medlemmerne beregnet på basis af medlemmets samlede årskøb. Ved at bruge loyalitetsbonus knytter den enkelte trælasthandler sig tæt til sin eksisterende leverandør, og gør det vanskeligt for nye leverandører at komme ind på markedet. Nye leverandører skal ikke alene kunne matche de hidtidige leverandører på prisen, men skal derudover kompensere trælasthandleren for et bonustab på hele omsætningen beregnet på den høje del af bonusskalaen.

11. Fusionen mellem Dendek og Ditas er omfattet af reglerne om fusionskontrol i konkurrencelovens kap. 4. Det må vurderes, at fusionen vil skabe en dominerende stilling på de nævnte markeder, der vil hæmme den effektive konkurrence betydeligt, medmindre dette imødegås gennem nødvendige og relevante tilsagn fra parterne.

12. Dendek og Ditas har til brug for Konkurrencerådets godkendelse af fusionen afgivet tilsagn, der sikrer,

- at det fusionerede selskabs medlemmer – uanset om en leverandør har indgået samhandelsaftale eller ej - altid har ret til at foretage indkøb direkte fra leverandøren udenom indkøbsforeningen,
- at leverandørerne hverken direkte eller indirekte er forpligtet til at lade al handel gå igennem indkøbssamarbejdet,
- at det fusionerede selskab hverken direkte eller indirekte søger at påvirke leverandørernes valg af andre kunder og samhandelsvilkår med disse,
- at det fusionerede selskab ikke i samhandelsaftaler med leverandører anvender optjeningsperioder for individuel bonus, der overstiger et kvartal, og ikke anvender rabatspænd, der overstiger 0-5\%,
- at det fusionerede selskab ikke på forhånd må afvise nogen ansøgere, alene fordi de er Internethandlere, men skal på saglige og ikke-diskriminerende vilkår vurdere, om disse kan optages som nye medlemmer, samt
- at det kommer til at fremgå af optagelsesbetingelserne, at det er forhold vedrørende ansøgeren og ikke virkningen på andre andelshavere mv., der lægges til grund for bestyrelsens vurdering.

13. Konkurrencestyrelsen finder, at de givne tilsagn sikrer, at de skadelige virkninger for konkurrencen ved fusionen herved fjernes, og at fusionen herefter kan godkendes.

Afgørelse

14. Det meddeles Dendek A.m.b.a. og Ditas A/S,

at sammenlægningen af Dendeks og Ditas' aktiviteter i et nystiftet andelsselskab med begrænset ansvar, Ditas A.m.b.a., udgør en fusion omfattet af konkurrenceloven, jf. lovens § 12 a, stk. 1, nr. 1, jf. § 12, stk. 1, nr. 1, samt

at fusionen godkendes, jf. § 12 c, stk. 2, jf. § 12 d, stk. 1, på det vilkår, jf. § 12 e, stk. 1, jf. stk. 2, nr. 3, at parterne opfylder de tilsagn, de har givet over for Konkurrencerådet for at fjerne de skadelige virkninger af fusionen, jf. pkt. 108-115.

Sagsfremstilling

Sagens baggrund

15. Advokat Erik Bertelsen har den 27. marts 2002 på parternes vegne anmeldt, at de to indkøbsforeninger Dendek A.m.b.a. og Ditas A/S fusionerer. Fusionen gennemføres ved en sammenlægning af Dendeks og Ditas' aktiviteter i et andelsselskab med begrænset ansvar (A.m.b.a.).

16. Generalforsamlingerne i Dendek og Ditas har den 16. januar 2002 meddelt deres respektive bestyrelser mandat til at forhandle vilkårene for en fusion.

17. Bestyrelserne i Ditas og Dendek har på den baggrund den 9. april 2002 indgået aftale om med virkning senest fra den 31. december 2002 at sammenlægge aktiviteterne i Ditas og Dendek.

18. Der har mellem fusionsparterne og Konkurrencestyrelsen været enighed om, at bestyrelsernes indgåelse af aftale om fusion udgør en anmeldelsespligtig aftale i henhold til konkurrencelovens § 12 b, stk. 1.

Fusionens gennemførelse

19. Med virkning fra senest 1. januar 2003 stiftes et andelsselskab med en andelskapital på minimum 15 mio. kr.

20. De nuværende andelshavere i Dendek A.m.b.a. og de nuværende aktionærer i Ditas A/S tegnet andele i det nystiftede selskab ved, dels at erlægge et fast indskud på minimum 25.000 kr., dels at erlægge et varierende indskud beregnet i forhold til den pågældende andelshavers omsætning.

21. Alle relevante aktiviteter i de to nuværende indkøbsforeninger overdrages det nystiftede andelsselskab til vurderingspris mod kontant betaling.

22. Den fremtidige virksomheds navn er Ditas A.m.b.a., og virksomheden skal drives fra Ditas' nuværende forretningsadresse.

23. Det er en betingelse for fusionsaftalens gennemførelse, at generalforsamlingerne i henholdsvis Dendek og Ditas godkender aftalen senest den 30. maj 2002.

Parterne

24. Dendek A.m.b.a. ejes af 47 andelshavere, der driver ca. 120 tømmerhandler. Dendeks hovedaktivitet er at virke som indkøbsforening for medlemmerne (andelshaverne). Som led heri har Dendek etableret en række samhandelsaftaler med leverandører af byggematerialer. Dendek driver tillige kæderne "Dendek – Det rigtige byggemarked", "Kæden med lokal profil" og håndværkerkæden "Håndværkeren". Dendek har en omsætning på knap 2,5 mia. kr.

25. Ditas' aktionærkreds består af 85 selvstændige tømmerhandlere, der tilsammen ejer ca. 150 tømmerhandler/byggemarkeder. Ditas' hovedaktivitet er at virke som indkøbsselskab af byggematerialer for medlemmerne (aktionærerne). Ditas har ligeledes indgået en række samhandelsaftaler med leverandører af byggematerialer. I Ditas-gruppen indgår de to byggemarkedskæder, RÅD & DÅD Byggecenter a/s og Byggekrum a/s samt håndværkerkæden PROFFEN, der henvender sig til det professionelle marked. Ditas har en omsætning på godt ca. 3 mia. kr.

Indkøbsforeningernes rolle

26. Indkøbsforeningerne inden for handlen med byggematerialer har til opgave at indgå samhandelsaftaler med leverandørerne af byggematerialer, men også af andre produkter på medlemmernes vegne. Samhandlen foregår direkte mellem aktionær (andelshaver) og leverandør, men fakturering sker gennem indkøbsforeningen (gennemfakturering).

27. Indkøbsforeningerne indgår indkøbsaftaler dels om byggevarer og andre varer (værktøj, haveartikler, fritids- og autoudstyr) til medlemmernes videresalg, dels om varer, der bruges i medlemmernes egen drift af deres forretninger fx brændstof og telefoni.

28. Leverandørerne sender deres fakturaer for levering til foreningens medlemmer til foreningen, som sørger for rettidig betaling til leverandørerne (med et a conto fradrag for forventet bonus). For leverandørerne er det en fordel, at de kan sende en samlet faktura for leverancer for en given periode, ligesom de får en samlet afregning til tiden.

29. Foreningen sender på sin side en samlet faktura til hver af medlemmerne for hver periode. Denne faktura indeholder samtidig et a conto fradrag for forventet bonus.

30. Foreningen opkræver et kontingent af medlemmerne. Et eventuelt overskud tilbageføres til foreningens medlemmer.

Parternes angivelse af relevante markeder og markedsandele

31. Dendeks og Ditas' hovedaktiviteter er at virke som indkøbsforening for byggematerialer og byggemarkedsvarer for medlemmerne (trælast- og tømmerhandlere). Byggematerialerne

videresælges (gennemfaktureres) til medlemmerne, der sælger til både professionelle aftagere (håndværkere og entreprenører) og private forbrugere (gør-det-selv-kunder).

32. På denne baggrund er det parternes opfattelse, at fusionen har virkning dels på markedet for indkøb af byggematerialer og byggemarkedsvarer, dels på markedet for trælast- og tømmerhandlers salg af byggematerialer til professionelle og private kunder.

33. Det anføres videre i anmeldelsen, at Ditas og Dendek ikke er aktive på downstream-markederne vedrørende salg til professionelle og private kunder, da alene medlemmerne er aktive på dette marked. Parterne er alene aktive som mellemhandlere til deres medlemmer. Da dette salg sker til samme pris som parterne køber ind til, påvirker de ikke dette marked. Uanset, at parterne ikke er aktive på downstream-markederne for medlemmers salg af byggematerialer og byggemarkedsvarer, har parterne givet oplysninger om medlemmerne stilling herpå efter ønske fra Konkurrencestyrelsen

Markedet for indkøb af byggematerialer og byggemarkedsvarer til trælast- og tømmerhandlere

Produktmarkedet

34. Markedet for indkøb af byggematerialer til trælast- og tømmerhandlere omfatter varer som eksempelvis cement, mørtel, grus og sten, betonvarer og betonelementer, fabriksbeton, konstruktionstræ, tagspær, spånplader, krydsfinér, eternit, gipsplader, isoleringsmaterialer, mursten og tegltagsten, betontagsten og anden tagbeklædning, byggeblokke, døre og vinduer, gulvbelægning af træ og kunstmaterialer, planglas, farve, træbeskyttelse, lakker, lim og fugemasse, søm, skruer, bolte og låse, beslag, tagrender og plastrør.

35. Undtaget fra dette marked er elinstallations- og VVS-materialer, der ikke forhandles gennem trælast- og tømmerhandlere, men som forhandles gennem specialgrossister. De største elgrossister er Nordisk Solar Kompagni A/S og Louis Poulsen A/S, mens de største VVS-grossister er Brdr. Dahl A/S, Sanistål A/S og Brdr. A. & O. Johansen A/S.

36. Leverandører af byggematerialer har hidtil kun i begrænset omfang handlet direkte med håndværkere og entreprenører. Dette skyldes ifølge parterne primært, at entreprenører og håndværkere ikke hidtil har haft de fornødne ressourcer og den fornødne logistik til at handle direkte med leverandører af byggematerialer.

37. Det er parternes opfattelse, at entreprenører og større håndværkere i stigende omfang indkøber byggematerialer direkte fra leverandørerne, og at direkte indkøb som en konsekvens heraf udgør en del af det relevante produktmarked.

38. Tilsvarende udgør medlemmernes direkte indkøb – dvs. indkøb uden om indkøbssamarbejdet – efter parternes opfattelse en del af det relevante produktmarked.

Det geografiske marked

39. Ditas og Dendek indkøber både byggematerialer af danske og udenlandske producenter, de sidste dog hovedsageligt gennem importører og agenter i Danmark.

40. Det er parternes opfattelse, at markedet for indkøb af byggematerialer og byggemarkedsvarer er bredere end Danmark, da en betydelig del importeres fra udlandet. Konkurrencestyrelsen har ønsket oplysninger også vedrørende Danmark, hvorfor parterne også giver tal herfor.

41. Parterne har opgjort det samlede marked for indkøb af byggematerialer og byggemarkedsvarer til trælast- og tømmerhandlere i 2001 til [25-35 mia. kr.]. Dendeks og Ditas samlede indkøb er opgjort til kr. svarende til [10-20\%] heraf, jf. nedenstående tabel 1.

Tabel 1. Markedet for indkøb af byggematerialer og byggemarkedsvarer til trælast- og tømmerhandlere

	Omsætning 2001 mia. kr.	Markedsandel i \%
Dendek
Ditas
<i>Fusionsdeltagerne ekskl. Medlemmernes direkte indkøb</i>	...	[10-20]
Medlemmernes direkte indkøb	...	[10-15]
Danske Trælast	...	[10-20]
Danbuy	...	[5-10]
Andre trælast- og tømmerhandlere)	...	[5-10]
Direkte indkøb	...	[25-30]
Andre salgskanaler	...	[5-10]
Total

Markedet for trælast- og tømmerhandlernes salg af byggematerialer

Produktmarkedet

42. Trælast- og tømmerhandlere afsætter hovedsageligt byggematerialerne til professionelle (håndværkere og entreprenører), men en mindre del sælges gennem byggemarkeder til forbrugere (gør-det-selv-kunder). En mindre del af byggematerialerne afsættes gennem andre detailhandlere som f.eks. lavprisvarehuse til private forbrugere.

43. Det er ifølge parterne ikke muligt at skelne præcist mellem salg til henholdsvis professionelle aftagere og private forbrugere, da de fleste trælast- og tømmerhandlere i varierende omfang sælger til både professionelle aftagere og private forbrugere. Derudover sælges der også til private forbrugere gennem kæder og lavprisvarehuse m.v., der i praksis ikke har noget større salg til professionelle.

44. Det er parternes opfattelse, at det både ud fra en udbuds- og efterspørgselssubstitutionsanalyse er rigtigst at betragte salget af byggematerialer og byggemarkedsvarer under ét. For

fuldstændighedens skyld giver parterne dog endvidere oplysninger om medlemmernes stilling på undersegmenterne for salg til henholdsvis private forbrugere og professionelle.

Det geografiske marked

45. Det geografiske marked for trælast- og tømmerhandlers salg af byggematerialer og byggemarkedsvarer kan afgrænses til Danmark.

46. Parterne har opgjort det samlede marked af salg af byggematerialer og byggemarkedsvarer fra trælast- og tømmerhandlere mv. i 2001 til [35-45 mia. kr.]. Dendeks og Ditas samlede salg er opgjort til kr. svarende til [25-35\%] heraf, jf. nedenstående tabel 2.

Tabel 2. Det totale marked for trælast- og tømmerhandlers salg af byggematerialer og byggemarkedsvarer

	Omsætning 2001 mia. kr.	Markedsandel i \%
Dendek
Ditas
<i>Fusionsdeltagerne</i>	...	[25-35]
Danske Trælast	...	[15-20]
jem & fix og Harald Nyborg	...	[0-5]
Bauhaus	...	[0-5]
Danbuy	...	[5-10]
Andre trælast- og tømmerhandlere	...	[0-5]
Direkte salg	...	[20-30]
Andre salgskanaler	...	[10-20]
Total	[35-45]	...

47. Parterne har opgjort det samlede marked af salg af byggematerialer og byggemarkedsvarer fra trælast- og tømmerhandlere mv. til entreprenør og håndværkere mv. i 2001 til [20-30 mia. kr.]. Dendeks og Ditas samlede salg er opgjort til kr. svarende til [30-40\%] heraf, jf. nedenstående tabel 3.

Tabel 3. Markedet for engrossalg af byggematerialer og byggemarkedsvarer (professionelle) inklusive direkte salg fra leverandør til entreprenør/håndværker

	Omsætning 2001 mia. kr.	Markedsandel i \%
Dendek
Ditas

<i>Fusionsdeltagerne</i>	...	[30-40]
Danske Trælast	...	[10-20]
jem & fix og Harald Nyborg	0	0
Bauhaus	0	0
Danbuy	...	[5-10]
Andre trælast- og tømmerhandlere	...	[0-5]
Direkte salg	..	[35-45]
Andre salgskanaler	0	0
Total	[20-30]	...

48. Parterne har opgjort det samlede marked for detailsalg af byggematerialer og byggemarkedsvarer til private forbrugere i 2001 til [15-20 mia. kr.]. Dendeks og Ditas samlede salg på dette marked er opgjort til kr. svarende til [25-35\%] heraf, jf. nedenstående tabel 4.

Tabel 4. Markedet for trælast- og tømmerhandlers salg af byggematerialer og byggemarkedsvarer til private forbrugere (gør-det-selv-markedet).

	Omsætning 2001 Mia. kr.	Markedsandel i \%
Dendek
Ditas
<i>Fusionsdeltagerne</i>	...	[25-35]
Danske Trælast	...	[15-25]
jem & fix og Harald Nyborg	...	[5-10]
Bauhaus	...	[5-10]
Danbuy	...	[0-5]
Andre trælast- og tømmerhandlere	...	[0-5]
Direkte salg	0	0
Andre salgskanaler	...	[25-35]
Total	[15-20]	...

Markedet for trælast- og tømmerhandlers salg til professionelle aftagere

49. De konkurrenceretlige problemer i sagen knytter sig især til salget af byggematerialer til entreprenør/håndværker via trælast/tømmerhandlere. Beregnes markedsandelene på dette marked ud fra parternes oplysninger, jf. tabel 3, udgør Dendeks og Ditas' samlede markedsandele [50-60\%], Danske Trælast [20-30\%], Danbuy [10-20\%] og andre trælast- og tømmerhandlere [0-10\%].

Tabel 5. Markedet for trælast- og tømmerhandlers engrossalg af byggematerialer og byggemarkedsvarer (professionelle)

	Omsætning 2001 Mia. kr.	Markedsandel i \%
Dendek
Ditas
<i>Fusionsdeltagerne</i>	...	<i>[50-60]</i>
Danske Trælast	...	[20-30]
jem & fix og Harald Nyborg	0	0
Bauhaus	0	0
Danbuy	...	[10-20]
Andre trælast- og tømmerhandlere	...	[0-10]
Andre salgskanaler	0	0
Total	[10-20]	...

Note: Udarbejdet af Konkurrencestyrelsen på basis af parternes oplysninger i øvrigt

Markedet for indkøb af byggematerialer til trælast- og tømmerhandlere

50. På tilsvarende vis er det relevant i den konkurrenceretlige analyse at se på indkøbet af byggematerialer via trælast- og tømmerhandlere til de professionelle aftagere – entreprenører og håndværkere. Dette findes der ikke direkte tal for, men et godt skøn over markedsandelene må være markedsandelene for salget af de samme varer til de professionelle kunder. Ditas' og Dendeks betydning på dette marked må derfor svare til deres betydning på markedet for salg til de professionelle kunder, jf. ovenstående tabel 5.

Indkøbssamarbejdets formål og virke ifølge parterne

51. Frivillige indkøbssamarbejder som Dendek og Ditas har ifølge fusionsanmeldelsen til formål at sikre medlemmerne optimale indkøbsvilkår gennem samhandelsaftaler med leverandører og producenter af byggematerialer. Den følgende beskrivelse af indkøbssamarbejdets formål og virke er i det væsentligste et uddrag af anmeldelsen.

52. Samhandelsaftalerne omfatter både direkte leverancer, leverancer til lager og leverancer af varer, som forbruges af medlemmerne i driften.

53. Ordreafgivelse og levering foregår direkte mellem medlemmet og leverandøren, men fakturering sker gennem indkøbssamarbejdet (gennemfakturering), som også forestår det administrative arbejde.

54. Gennemfakturering forekommer både ved leverancer til trælast- og tømmerhandlerne og ved direkte leverancer af byggematerialer til entreprenører og håndværkere. De sidstnævnte leverancer omfatter typisk byggematerialer, der efter deres egenskaber ikke egner sig til at blive opbevaret (f.eks. færdigblandet beton og asfalt), og som derfor kun kan leveres direkte fra producenten/leverandøren til byggepladsen.

55. Ved siden af at medlemmerne får gennemfaktureret leverancer gennem indkøbsforeningerne, indgår medlemmerne aftale direkte med producenten/importør om levering af byggematerialer m.v. Både Dendeks og Ditas' medlemmer har således også en betydelig omsætning direkte med producenterne. For fremtiden vil det i øvrigt udtrykkeligt fremgå af vedtægterne for det fusionerede selskab, at medlemmerne frit kan vælge leverandør, uanset om leverandøren har indgået aftale med det fusionerede selskab eller ej.

56. Samtlige fakturaer vedrørende den pågældende vareleverance afregnes gennem indkøbssamarbejdet. Herved effektiviseres og rationaliseres arbejdsgangen, da leverandøren på det administrative område kun har én kontaktsadresse. Samtidig sikrer indkøbssamarbejdet, at leverandøren får rettidig betaling (med et à conto-fradrag for forventet bonus)¹. For leverandørerne er det en klar fordel, at de kan sende en samlet faktura for leverancer i en given periode, ligesom de får sikkerhed for en samlet afregning til tiden.

57. Leverandøren opkræves et administrationsgebyr, som blandt andet skal dække omkostninger i forbindelse med fakturering og indkøbssamarbejdets overtagelse af kreditrisikoen. Desuden opkræves leverandøren et bidrag til byggeleveranceansvarsforsikring.

58. Indkøbssamarbejdet sender også en samlet faktura til hver af medlemmerne for hver periode, hvilket ligeledes er en klar fordel for medlemmerne.

59. Indkøbssamarbejdet opkræver et kontingent af medlemmerne, som anvendes til dækning af de omkostninger, der medgår til driften af indkøbssamarbejdet.

60. Det særlige ved frivillige indkøbssamarbejder som Dendeks og Ditas' i forhold til kapitalkæder som f.eks. Danske Trælast A/S er blandt andet, at de frivillige indkøbssamarbejder ikke akkumulerer egenkapital, da et eventuelt overskud af driften fordeles og tilbageføres til indkøbssamarbejdets medlemmer. Dette omfatter også indbetalt kontingent og administrationsgebyrer efter fradrag af administrationsomkostninger. Bonus, som opsamles over en periode i indkøbssamarbejdet, fordeles også efterfølgende til medlemmerne. Egenkapitalen i Dendek og Ditas var således henholdsvis godt 8 mio. kr. (pr. 31. december 2000) og godt 12 mio. kr. (pr. 31. december 2001).

61. Herudover er der den væsentlige forskel, at indkøbssammenslutningens medlemmer ikke er forpligtet til at aftage byggematerialer fra udvalgte leverandører. En frivillig indkøbssammenslutning kan således ikke bestemme, hvilke leverandører, medlemmerne skal bruge, men alene foreslå leverandører på de enkelte udvalgte vareområder.

62. Dette bevirker, at en samhandelsaftale med et frivilligt indkøbssamarbejde kun er økonomisk fordelagtigt for leverandøren under den forudsætning, at medlemmerne aftager leverandørens produkter. Omvendt opnår medlemmerne typisk kun optimale indkøbsvilkår ved at samle indkøbet hos den enkelte leverandør, og loyalitet er derfor et vigtigt element i et frivilligt indkøbssamarbejde.

63. Kerneformålet med et indkøbssamarbejde er således netop at samle medlemmernes indkøb. Bonusordninger er ifølge fusionsanmeldelsen i den forbindelse et vigtigt element, som giver medlemmerne et økonomisk incitament til at samle deres indkøb i indkøbssamarbejdet, da en spredning af medlemmernes indkøb på sigt vil gøre indkøbssamarbejdet mindre interessant for leverandørerne.

64. En reducere af leverandørernes interesse i at indgå samhandelsaftaler vil ifølge fusionsanmeldelsen både være til skade for medlemmerne, der derved mister evnen til at konkurrere effektivt med kapitalkæderne, og for medlemmernes kunder i form af højere priser på byggematerialer og byggemarkedsvarer.

Parternes beskrivelse af rationalet bag fusionen

65. Indtjeningen inden for tømmerhandelen er ifølge parterne i de seneste år stagneret, hvilket kombineret med oparbejdede generationsskifteproblemer har bevirket, at mange selvstændige tømmerhandlere har valgt at afhænde deres virksomhed. Dette er typisk sket til kapitalkæderne inden for branchen med Danske Trælast A/S som det bedste eksempel herpå.

66. Fællesskabet i de frivillige sammenslutninger af tømmerhandlere i indkøbsselskaber har på denne baggrund lidt betydelig skade i de seneste år.

67. Hertil kommer, at de frivillige indkøbssammenslutninger i de senere år har oplevet et stigende omkostningsniveau, hvor især IT-området har stillet stadig større krav til ressourcerne. På grund af medlemsafgangen er det tilsvarende blevet vanskeligere at vælte de stigende omkostninger over på de deltagende medlemmer.

68. Særligt for Ditas blev denne problematik aktuel, da en større gruppe af selskabets medlemmer i år 2000 valgte at udtræde af Ditas for at danne deres eget indkøbsselskab, Danbuy A.m.b.A. De nævnte medlemmer udgjorde omkring [15-25\%] af Ditas' daværende omsætning.

69. Endeligt stiller den forøgede koncentration inden for entreprenørbranchen stadig større krav til leverandører af byggematerialer, herunder Dendek og Ditas.

70. Det er i lyset af denne udvikling, at fusionen mellem Ditas og Dendek efter parternes opfattelse skal vurderes. Såfremt Ditas og Dendek fortsat skal udfylde deres rolle som frivillige indkøbssammenslutninger og varetage medlemmernes interesser, er det nødvendigt, at Ditas og Dendek tilpasser sig strukturudviklingen. I den fremtidige konkurrence på det danske marked bliver de frivillige indkøbssammenslutningers størrelse, særligt med henblik på at opnå bedre skalaøkonomi på omkostningssiden, således afgørende for evnen til at klare sig i konkurrencen, herunder i konkurrencen med kapitalkæder som f.eks. Danske Trælast A/S.

Høring

71. I forbindelse med anmeldelsen af fusionen og afklaringen af dens virkninger har Konkurrencestyrelsen spurgt leverandører, konkurrenter og aftagere af byggematerialer (udførende entreprenører og håndværkere og deres organisationer), deres brancheorganisationer (Byggematerialeindustrien, Byggevareleverandørforeningen, Danske Entreprenører, BYG, Håndværksrådet, Trælasthanterunionen, Danske Trælast og Danbuy) samt repræsentanter for bygherrer (Bygherreforeningen og Byggedirektoratet) om, hvordan den påtænkte fusion vil påvirke deres konkurrenceforhold eller forhold som bygherrer. Styrelsen har desuden spurgt nogle af de mindre eller ” alternative” leverandører om, hvordan en fusion vil påvirke deres vilkår i markedet.

72. En række af de hørte parter, der har reageret på Konkurrencestyrelsens henvendelse, har ikke haft kommentarer til fusionen. Det drejer sig om Bauhaus Danmark A/S, A/S Harald Nyborg, Palsgaard Gruppen samt Byggematerialeindustrien.

73. Danbuy A.m.b.a. og Moland Byggematerialer A/S har udtrykt sig direkte positivt om fusionen.

74. BLF-ByggevareLeverandørForeningen anfører, at fusionen vil medføre en duopol-situation i både engrosledet og detailledet, men at det er for tidligt at sige, hvilke konsekvenser en sådan koncentration vil få for konkurrencen.

75. BYG, Byggeriets Arbejdsgivere, peger på, at den planlagte sammenlægning vil få en dominerende rolle på markedet for byggevarer. Samtidig mener BYG dog ikke at kunne argumentere for, at dette nødvendigvis vil medføre en fordyrelse af håndværkeres og entreprenørers køb af byggevarer. BYG har derfor ikke umiddelbart nogle indvendinger imod den planlagte sammenlægning.

76. En konkurrerende virksomhed anfører, at sammenlægningen vil betyde en dominerende stilling over for leverandørerne på markedet, hvilket kan betyde at leverandører kan få valget, om de vil sælge til den fusionerede virksomhed eller til den konkurrerende virksomhed. Alt i alt finder virksomheden, at fusionen vil betyde mindre konkurrence på markedet.

77. Håndværksrådet fremhæver, at der i forvejen er oligopol-lignende forhold på området, og at en fusion nærmest vil skabe et duopol. Efter Håndværksrådets opfattelse er en fusion på det foreliggende grundlag egnet til at svække den i forvejen begrænsede konkurrence på markedet for byggematerialer. Håndværksrådet finder ikke, at det vil være en tilstrækkelig løsning, at fusionen godkendes på visse betingelser vedrørende rabatter mv.

78. Fra aktørerne i markedet er de væsentligste indvendinger kommet fra en mindre, ”alternativ” importør af polsk mineraluld, Paroc A/S. Paroc peger på den igangværende strukturudvikling, der medfører, at antallet af tømmerhandler uden tilknytning til kædesamarbejde er faldende. Denne tendens vil forstærkes ved en sammenslutning. Branchen vil derfor blive fuldstændig domineret af Danske Trælast og Ditas, der vil få afgørende indflydelse på, hvilke producenter der vil få adgang til markedet. Paroc har erfaring for, at kæderne i forvejen foretrækker store danske producenter. Samtidig har kæderne tilkendegivet, at de ønsker at reducere antallet af leverandører. Sammenlægningen vil derfor øge presset på medlemmerne og mindske deres muligheder for at skifte leverandør. Dette understøttes i forvejen af loyalitetspresset i producenternes bonussystemer.

Offentliggørelse

79. Konkurrencestyrelsen har den 27. marts 2002 i henhold til konkurrencelovens § 12 b, stk. 2, offentliggjort fusionen mellem Dendek og Ditas med opfordring til alle parter til at komme med bemærkninger til den planlagte fusion. Styrelsen har ingen reaktioner modtaget herpå.

Konkurrenceproblemer på området

Faste mønstre

80. Den anmeldte fusion finder sted på et marked, som i de senere år i forskellige sammenhænge er blevet beskrevet som præget af høje priser (sammenlignet med andre lande), stivnede strukturer mv. Da en fusion nødvendigvis også må vurderes på denne baggrund, omtales nedenfor de kritikpunkter, der har været anført.

81. Konkurrenceredegørelse 2001 angiver bl.a. forsinkelsen i arbejdet med harmoniserede standarder til byggevarer og koncentration i produktion og handel med byggematerialer som forklaring på høje priser på byggematerialer.

82. Forsyningen med materialer til dansk byggeri sker for mange varers vedkommende fra ganske få producenter og importører over nogle flere grossister til de mange og ofte små udførende håndværksvirksomheder.

83. Forsyningen med byggematerialer er præget af stabile mønstre fx med hensyn til hvilke kanaler, leverandørerne vælger at lade deres produkter følge på vejen frem til den endelige anvendelse. Der er en træghed over for forandringer, over for nye aktører og over for nye måder at forsyne markedet på. Dette gælder både på udbuds- og efterspørgselsiden og i flere led i afsætningskæden. Handel på Internettet kan med tiden måske komme til at betyde et opbrud heri.

Styrelsens brancheundersøgelse i 2001

84. Konkurrencestyrelsen gennemførte i 2001 en undersøgelse af omsætningen med byggematerialer belyst fra leverandørsiden (producenter og importører). Undersøgelsen belyser anvendelsen af gennemfakturering ved direkte leverancer til byggepladser, anvendelsen af vejledende priser, kortlægger rabatter og bonus samt udbredelsen af selektivt salg.

85. Langt hovedparten af leverandørerne sælger deres produkter til entreprenører og håndværkere gennem trælast- og tømmerhandlen. Halvdelen af leverandørerne anvender ikke direkte salg til entreprenører og håndværkere. Det er udbredt, at produkter, der leveres fra producent og direkte til byggepladsen, alligevel sælges og dermed faktureres gennem trælast- og tømmerhandlen. Det direkte salg fra leverandør til entreprenør og håndværker er beskedent, og kun ganske få leverandører anvendte direkte salg til entreprenører og håndværkere som den væsentligste afsætningsvej til byggeriet.

86. Når halvdelen af leverandørerne i al væsentlighed distribuerer deres produkter gennem engrosledet, afskæres markedet for at afprøve, om andre måder at gøre tingene på er mere effektive. Der kunne fx være bedre økonomi i, at byggematerialer, som leveres direkte fra fabrikanten til byggepladsen i hele læs, handles direkte mellem leverandøren og den udførende entreprenør- eller håndværksvirksomhed.

87. Der var ingen af de spurgte leverandører, der anvendte e-markedsplads som distributionsform i april 2001. Men der var en forsigtig positiv holdning til brug af Internettet til at udbyde leverandørernes produkter. Virksomhederne havde ikke særlig mange erfaringer med internethandel; men de fleste er overbevist om, at det bliver en afsætningskanal, der får betydning i en ikke så fjern fremtid.

88. De mange samhandelsaftaler med loyalitetsskabende bonussystemer er et stort problem for konkurrencen på byggematerialer i leverandørleddet, jf. omtalen nedenfor.

89. For nogle produkter yder leverandøren en ganske stor bonus, der tilfalder henholdsvis den enkelte tømmerhandler og dennes indkøbsforening. Disse beløb afregnes endeligt for et år ad gangen samlet for samtlige produkter. Den enkelte tømmerhandler ved derfor ikke, hvad den reelle indkøbspris er for de produkter, som den sælger eller gennemfakturerer igennem året. Det er derfor tvivlsomt, om disse afslag i indkøbspriser helt eller delvis tilfalder tømmerhandlens kunder. I hvert fald er de med til at sløre prisdannelsen og sikre at prisen ikke falder under et vist niveau afgjort af listepriisen eventuelt efter fradrag af leverings- og fakturarabatter.

Indkøbsforeningernes udmeldinger

90. Indkøbsforeningerne - her især Ditas - har ikke hidtil lagt skjul på, at de foretrækker, at deres leverandører afsætter deres produkter gennem trælast- og tømmerhandlen og ikke også handler direkte med trælast- og tømmerhandlens kunder – entreprenører og håndværkere.

91. Det har Ditas udtrykt på den måde, "Har vi valgmulighed, foretrækker vi leverandører, der (selv) har valgt som deres salgspolitik at sælge deres produkter via forhandlere. Det vil sige fx vore og andre danske tømmerhandlere, isenkræmmere, farvehandlere, havecentre o.m.a. Vi satser på de leverandører, der satser på os."

92. Ifølge Ditas hidtidige samhandelsaftaler med leverandørerne er det en forudsætning, at al handel på vareområder, der er omfattet af aftalen, sker med gennemfakturering over Ditas. I en tidligere udgave af aftalen udløste væsentlige, bevidste eller gentagne brud på pligten til at fakturere via Ditas en bod på 50.000 kr., som leverandøren måtte betale til Ditas.

Direkte køb/salg

93. Enkelte leverandører har som nævnt satset på det direkte salg eventuelt ved helt at gå udenom engrosleddet. Det forekommer inden for produkter, der ikke egner sig til at passere trælast- eller tømmerhandlerens lager (beton og betonvarer). Det kendes også fra maling, træbeskyttelses- og lakprodukter, der sælges direkte til bestemte håndværkere (malere) eller til detailhandlen (farvehandlere og byggemarkeder og lavprisvarehuse).

94. Nogle enkelte leverandører fx af vinduer (VELFAC og Velux) sælger en stor del af deres afsætning direkte til entreprenører og håndværkere. Som det fremgår nedenfor, er det ikke problemfrit, hvis man vil kunne præsentere sine produkter i branchen.

95. Kunderne – entreprenører og håndværkere - kan have et ønske om at spare nogle omkostninger ved at handle direkte hos leverandørerne. Det kan være helt generelt for mange produkter eller blot for nogle enkelte, f.eks. dem der allerede leveres direkte fra producenten til byggepladsen.

96. For at få mulighed for direkte køb hos leverandørerne har den største entreprenør NCC Danmark A/S oprettet sin egen tømmerhandel, som ikke er en lagerførende tømmerhandel, som de øvrige i branchen, men blot et (indkøbs)kontor i koncernen. Herved opnår NCC Danmark A/S at kunne købe ind reelt direkte fra producent/importør, men formelt ved at følge det traditionelle krav om handel via tømmerhandel.

97. Mindre byggevirksomheder har typisk ikke denne mulighed og er meget sårbare over for også at kunne købe materialer ind og især at få finansieret disse indkøb gennem trælast- og tømmerhandlen. Denne nøgleposition i markedet giver trælast- og tømmerhandlen mulighed for at presse virksomheder til ikke at handle udenom. Derved bliver tilskyndelsen til at forsøge at købe direkte ind mindre for de mindre virksomheder.

Deltagelse i Byggeri 2002

98. I tiden op til afholdelse af "Byggeri 2002" (12.- 16. marts 2002) modtog styrelsen flere henvendelser fra organisationer, virksomheder og pressen, om hvorvidt det kunne være rimeligt, at leverandører der handlede direkte med entreprenører og håndværkere ikke kunne få lov at udstille på fagmessen "Byggeri 2002".

99. "Byggeri 2002" arrangeres af Danske Fagmesser A/S og Trælasthandlerunionen i forening. Danske Fagmesser er teknisk arrangør og Trælasthandlerunionen er faglig ansvarlig. Det er Trælasthandlerunionen, der afgør, hvem der skal have invitation til at udstille, og der er leverandører, der har fået besked om, at deres deltagelse var uønsket på grund af deres valg af afsætningsmetoder. Mest kendt af de afviste, som styrelsen har kendskab til, er vinduesproducenten VELFAC.

100. Dette kan formentlig kun ses som et forsøg fra den etablerede branche på - gennem sin brancheorganisations afgørende indflydelse på, hvem der kan deltage i "Byggeri 2002" - at disciplinere leverandørerne til at vælge afsætning gennem trælasthandlen. Vælger de andre fremgangsmåder for afsætning af deres produkter, sælger de direkte, kan de ikke være sikre på at få lov at deltage.

101. At dette er en bevidst strategi fra brancheorganisationen synes bl.a. at fremgå af en pressemeddelelse fra TUN af 19. november 2001. Heri gøres der reklame for "Byggeri 2002", som betegnes som en fagmesse for fagfolk. Samtidig advarer Trælasthandlerunionen sine medlemmer mod at deltage i messen "HI Byggeri & Håndværk 2002", hvor der deltager leverandører "der sælger direkte uden om kendte distributionskanaler". Trælasthandlerunionen udtrykker det endvidere på den måde, "Enhver fremme af HI Byggeri & Håndværk 2002" vil derfor være at betragte som fremme af egne konkurrenter".

102. Sagen, der indebærer en mulig overtrædelse af konkurrencelovens § 6 og/eller § 11, er for tiden under behandling i Konkurrencestyrelsen.

Loyalitetsrabatter

103. Ditas' samhandelsaftaler med leverandørerne af byggematerialer indebærer, at al handel på vareområder, der er omfattet af aftalerne, skal ske med gennemfakturering over Ditas. Leverandøraftalerne indeholder bestemmelser om individuel rabat, individuel bonus,

foreningsbonus og præstationsbonus. Fælles for de tre typer bonus, individuel, forenings- og præstationsbonus er, at bonussen beregnes på årsbasis efter en progressiv, akkumulerende skala.

104. Det gælder helt generelt, at en dominerende virksomhed ikke må anvende loyalitetsrabatter. Dette gælder også i samhandelsaftaler, som en leverandør indgår med en indkøbsforening. Dette er meldt klart ud i den vejledning, som styrelsen udsendte til branchen i efteråret 2001. Det er oplyst over for styrelsen at indtil nu har [flere] leverandører til indkøbsforeningerne fjernet loyalitetsbonus efter denne udmelding.

105. Når det drejer sig om brugen af loyalitetsrabatter i en indkøbsforenings samarbejdsaftaler med leverandører, hvoraf nogle ikke er dominerende, befinder man sig i en gråzone. Det må anses for stærkt betænkeligt, at en indkøbsforening med stor markedsstyrke i sit standardkoncept for samhandelsaftaler med sine leverandører anvender loyalitetsskabende rabatter og bonus.

106. Ved at bruge loyalitetsbonus knytter den enkelte trælasthandler sig tæt til sin eksisterende leverandør, og gør det vanskeligt for nye leverandører at komme ind på markedet. Nye leverandører skal ikke alene kunne matche de hidtidige leverandører på prisen, men skal derudover kompensere trælasthandleren for et bonustab på hele omsætningen beregnet på den høje del af bonusskalaen. (Den nye leverandør skal tilbyde kunden den samme listepriis, rabat og bonus som den gamle. Hvis den flyttede ordre bringer det samlede salg til den hidtidige leverandør ned på et lavere bonustrin, skal den nye leverandør derudover kompensere trælasthandleren for et skift nedad på bonusskalaen på hele omsætningen). Dette bliver så meget mere vanskeligt at gøre, fordi indkøbsforeningerne for tiden søger at reducere antallet af samhandelspartnere. En tendens der formentlig forstærkes ved fusionen.

107. Eksempler på loyalitetsrabatter er årsbonus, som især er konkurrencebegrænsende, hvis progressive bonussatser beregnes af det totale køb. Andre eksempler er progressive rabatter og meromsætningsrabatter eller salgsmålsrabatter samt rabatter, der er betinget af, at kunden alene foretager sine indkøb hos den pågældende leverandør.

Tilsagn

108. Efter drøftelser mellem fusionsparterne, Dendek og Ditas, og Konkurrencestyrelsen har fusionsparterne til brug for Konkurrencerådets godkendelse af fusionen mellem Dendek og Ditas afgivet følgende tilsagn vedrørende medlemmernes indkøb, leverandørernes adgang til at sælge direkte til entreprenører og håndværkere, bonus- og rabatordninger samt ændrede vedtægtsbestemmelser om optagelse af nye medlemmer:

Medlemmernes indkøb

109. Den fusionerede virksomhed forpligtes til at indføje følgende bestemmelse i sine vedtægter:

”Andelshaverne har altid ret til at foretage indkøb direkte hos leverandører. Dette gælder såvel leverandører, som har indgået aftale med Selskabet, som leverandører, der ikke har indgået aftale med Selskabet.

Andelshaverne er ikke pålagt købspligt, og de kan ikke pålægges pligt til at handle med bestemte leverandører.”

Leverandørernes stilling

110. Den fusionerede virksomhed forpligtes til i sine samhandelsvilkår og samhandelsaftaler med leverandører af byggematerialer ikke – hverken direkte eller indirekte – at forpligte leverandørerne til at lade al handel gå igennem indkøbssamarbejdet.

111. Den fusionerede virksomhed forpligtes til ikke – hverken direkte eller indirekte – at påvirke leverandørernes valg af andre kunder og leverandørens valg af samhandelsvilkår og –metoder med disse kunder, herunder f.eks. salg til entreprenører og håndværkere og salg via Internetmarkedspladser.

112. Den fusionerede virksomhed forpligtes til i sine samhandelsvilkår og samhandelsaftaler, der gælder fra 2003 og fremover, at indføje følgende bestemmelse:

”Samhandelsaftalen/vilkårene er ikke til hinder for leverandørens salg til andre.”

Bonus- og rabatorordninger

113. Den fusionerede virksomhed forpligtes til i sine samhandelsvilkår og samhandelsaftaler, der gælder fra 2003 og fremover, med leverandører af byggematerialer, vedrørende individuel rabat eller bonus til andelshaverne maksimalt at anvende kvartalsvise optjeningsperioder og maksimalt at anvende rabatspænd på mellem 0-5%. Med hensyn til begrebet ”byggematerialer” henvises til bilag.

Optagelse af nye medlemmer

114. Den fusionerede virksomhed forpligtes til at udforme sine vedtægter, således at det fremgår, at den fusionerede virksomhed ikke på forhånd må afvise nogen alene fordi de er Internethandlere, men skal vurdere på saglige og ikke-diskriminerende vilkår, hvorvidt disse skal optages, og hvilke regler der skal gælde for disse medlemmer. De nævnte regler skal godkendes af Konkurrencestyrelsen i forhold til, hvorvidt de er saglige og Konkurrencestyrelsens afgørelse herom kan påklages til Konkurrenceankenævnet, idet denne afgørelse træffes i henhold til konkurrencelovens § 12 e, stk. 2 og 3.

115. Den fusionerede virksomhed forpligtes til at ophæve vedtægtsudkastets pkt. 4.9, der bl.a. inddrog virkningerne på andre andelshavere mv. ved bestyrelsens vurdering af optagelse af nye medlemmer.

Vurdering

116. Der er tale om en sammenlægning af to hidtil uafhængige virksomheder til én virksomhed, jf. konkurrencelovens § 12 a, stk. 1, nr. 1. Parternes samlede omsætning overstiger 3,8 mia. kr., og hver af parterne har en omsætning i Danmark på mindst 300 mio. kr. Fusionen er ikke omfattet af EU's fusionskontrolforordning, jf. forordningens art. 1. Fusionen skal derfor behandles efter konkurrencelovens kapitel 4 om fusionskontrol, jf. konkurrencelovens § 12, stk. 5.

117. Fusionen må ikke gennemføres, før Konkurrencerådet har godkendt den, jf. konkurrencelovens § 12 c, stk. 1, jf. stk. 5. Ifølge § 12 c, stk. 2, skal Konkurrencerådet godkende en fusion, som ikke

skaber eller styrker en dominerende stilling, der bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydelig. Konkurrencerådet kan ifølge § 12 e, stk. 1, til godkendelsen af en fusion, jf. § 12 c, stk. 2, bl.a. knytte vilkår for at sikre, at de deltagende virksomheder opfylder de tilsagn, de har givet for at fjerne de skadelige virkninger af fusionen, herunder foranstaltninger, der kan fremme en effektiv konkurrence, jf. § 12 e, stk. 2, nr. 3 .

118. Spørgsmålet er herefter, om fusionen skaber eller styrker en dominerende stilling, og om en sådan dominerende stilling bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt.

De relevante markeder og parternes stilling

119. Inden for byggematerialer eksisterer der et stort antal produkter, og derfor findes der et stort antal relevante markeder på såvel indkøbssiden som salgssiden. Der er f.eks. ingen substitution mellem gipsplader, plastrør, glasuld, vinduer, døre etc.

120. Analytisk kan man vælge at slå produkter, der følger de samme omsætningsveje og har samme udbydere og efterspørgere, sammen, fordi en samlet analyse vil give samme resultat som analyse af produkterne hver for sig. Men byggematerialer – og byggemarkedsvarer – kan ikke analytisk slås sammen til et samlet ”relevant marked” af flere grunde:

121. Således er der f.eks. for nogle produkter forskellige geografiske markeder. Der er endvidere forskel på de veje, som produkterne følger fra leverandør (producent eller importør) og til den enkelte håndværker og entreprenør. Nogle produkter sælges direkte af producenten til håndværker og entreprenør og leveres direkte til byggepladsen. Nogle produkter sælges til trælast- og tømmerhandlen og går over dennes lager. Andre produkter sælges gennem trælast- og tømmerhandlen, men leveres direkte til byggepladsen.

122. De byggematerialer, der afsættes til de professionelle byggevirksomheder, sælges enten direkte fra producent til entreprenør/håndværker eller også sælges de til trælast- og tømmerhandlen med videresalg til entreprenører og håndværkere for øje.

123. For de fleste byggematerialers vedkommende er dette på forhånd lagt fast. Der er i almindelighed ikke tale om, at entreprenøren eller håndværkeren efter egne overvejelser frit kan vælge, om denne vil handle direkte med leverandøren eller hellere vil købe ind hos trælast- og tømmerhandlen.

124. Ved vurderingen af en fusion mellem indkøbsforeninger inden for byggematerialer er det derfor afgørende at analysere de(t) relevante marked(er) for byggematerialer, der overvejende afsættes gennem trælast- og tømmerhandlen.

125. Efter styrelsens opfattelse er de væsentligste relevante markeder i sagen følgende:

Trælast/tømmerhandlers forsyning af det professionelle marked (entreprenører/håndværkere) med byggematerialer.

126. Trælast/tømmerhandlere er nødvendige (og væsentlige, men ikke de eneste) leverandører for alle entreprenører/håndværkere. Dels samler de materialer fra forskellige leverandører til brug ved den enkelte byggeopgave, dels yder de rådgivning ved byggevirksomhedens beregning af

materialeforbrug og –udgifter. Desuden har de en vigtig funktion ved at finansiere materialekøbet, indtil byggevirksomheden får betaling fra bygherren.

127. Konkurrenceproblemerne i sektoren vedrører ikke mindst trælast/tømmerhandlernes og deres indkøbsforeninger/grossisters udnyttelse af denne nøgleposition til forsøg på at få al handel kanaliseret igennem dem, og derfor er styrkeforholdene på dette marked helt afgørende i sagen.

128. Markedsandelene på dette marked kan som vist i tabel 5 (pkt. 49) opgøres ud fra tabel 3 (pkt. 47) i anmeldelsen, idet ”Direkte salg” fra producenter/importører til entreprenører/håndværkere skal udelades af tallene. Dendek og Ditas får herved markedsandele på ... og ..., i alt [50-60\%]. Næststørst bliver Danske Trælast med [20-30\%] og tredjestørst indkøbsforeningen Danbuy med [10-20\%].

129. Tallene viser, at fusionen skaber en dominerende stilling på dette marked.²

Markedet for indkøb af byggematerialer, der hovedsageligt videredistribueres via trælast/tømmerhandlere

130. Tabel 1 (pkt. 41) til belysning af indkøbsmarkedet medregner ”byggemarkedsvarer” og dermed produkter, som sælges i konkurrence med en række andre forretninger - produkter som autoudstyr, gulvtæpper, telte, gødning, cykler, lamper, køkkenelementer, haveudstyr etc. Endvidere vil entreprenørers direkte indkøb i vidt omfang dreje sig om varer, der kun i begrænset omfang sælges igennem trælast/tømmerhandlere.

131. Som nævnt ovenfor er det ved den konkurrenceretlige vurdering afgørende at analysere markedet for indkøb af de byggematerialer, der overvejende afsættes gennem trælast- og tømmerhandlen. Dette findes der ikke direkte tal for, men et godt skøn over markedsandelene må være markedsandelene i salget af de samme varer til professionelle kunder, jf. tabel 5 (pkt. 49). Det fusionerede selskab vil således stå for ca. halvdelen af indkøbene til det danske marked af disse varer.³

Trælast/tømmerhandlers forsyning af forbrugerne (gør-det-selv-markedet)

132. Ditas skøn over markedsandelene på dette marked fremgår af tabel 4 (pkt. 48). Dendek og Ditas har [ifølge denne tabel en samlet markedsandel på 25-35\%]. På dette marked for byggematerialer og byggemarkedsvarer til forbrugere (gør-det-selv markedet), er der en række andre store udbydere. Styrelsen vil ikke anfægte denne opgørelse af markedsandele.

133. Fusionen skaber ikke en dominerende stilling på dette marked.

Konklusion

134. Det må herefter konkluderes, at parterne efter en fusion vil indtage en dominerende stilling på markedet for engrosvirksomheders indkøb af byggematerialer til salg til professionelle aftagere (entreprenører og håndværkere) og indtager sammen med medlemmerne en dominerende stilling i forsyningen af det professionelle marked for byggematerialer.⁴

Konkurrencemæssige virkninger af fusionen

135. De konkurrencemæssige virkninger af fusionen må vurderes på baggrund af de konkurrenceproblemer på området, Konkurrencestyrelsen har identificeret i pkt. 80-107.

136. Problemerne vedrører især adgangen til markedet for nye producenter/importører, adgang for nye grossistvirksomheder, blokering for andre omsætningsveje end de traditionelle (producent-importør-grossist-entreprenør/håndværker) – andre omsætningsveje kunne f.eks. være direkte salg udenom grossistled eller i fremtiden evt. salg over Internettet.

137. Indkøbsforeninger mv. har her spillet en ret aktiv rolle, bl.a. ved udmeldinger om, hvilken adfærd fra producentens/importørens side, der vil være afgørende for valget af leverandør, jf. pkt. 90-97. Se desuden pkt. 98-102 om Trælasthanthandlerunionens vilkår for at acceptere producenter/importører som deltagere i den byggeudstilling, unionen er medarrangør af.

138. Ved fusionen af de to indkøbsforeninger ville det – hvis deres hidtidige adfærd blev fortsat – blive lettere for dem at påvirke producenter/importører til en bestemt adfærd. Men i forbindelse med fusionen kan der tilknyttes vilkår, der mindsker risikoen for sådanne påtryk.

139. Indkøbsforeningernes hidtidige anvendelse af især progressiv, individuel bonus på årsbasis samt individuel præstationsbonus bevirker, at der bliver tale om en direkte loyalitetsvirkning på den disponerende trælast- eller tømmerhandel. Resultatet er, at adgangen til markedet for nye leverandører bliver besværliggjort. Det er ikke tilstrækkeligt, at en ny leverandør kan tilbyde lavere priser end den hidtidige. Det er heller ikke tilstrækkeligt at yde rabat/bonus, der procentvis svarer til den eksisterende leverandørs bonus. Konkurrenten må tage højde for hele det tab af akkumuleret bonus, der kommer af et fald i samhandelen med den hidtidige leverandør. Fusionen vil være egnet til at styrke loyalitetsbindingerne i rabat- og bonussystemer og dermed yderligere besværliggøre adgangen til markedet, hvis disse blev videreført i deres nuværende form.

140. Endelig vil adgangen til markedet for producenter/importører kunne påvirkes negativt af, at der normalt ved fusioner ses en rationalisering (begrænsning) af antallet af produktvarianter/leverandører for at opnå besparelser i håndtering og fordele i indkøb. På byggematerialeområdet vil dette i givet fald forstærke en proces, der allerede er i gang i flere omsætningsled.

141. Herover for står, at fusionsparterne kraftigt har argumenteret for nødvendigheden af en progressiv bonus, jf. blandt andet pkt. 60-63.

142. Fusionsparterne har ved møder med styrelsen yderligere forklaret, at foreningerne har en meget inhomogen medlemsskare, hvoraf de største medlemmer forventer at få bedre rabatter og bonus end de mindre medlemmer. Nogle medlemmer har i øvrigt sluttet sig sammen i ”kaffeklubber”, der forhandler direkte med leverandørerne om yderligere rabatter og bonus.

143. Progressiviteten i bonusskalaerne sigter således også på at give de store medlemmer en indkøbsmæssig fordel i forhold til de mindre.

144. Til det sidste bemærkes, at det må vurderes at være uheldigt, at en differentieret rabatgivning (hvis den ellers er konkurrenceretligt i orden) gennemføres i form af en loyalitetsbonus. Der kunne godt gives større indkøbere en større rabat – f.eks. på fakturaen - uden at den gøres direkte afhængig af det aktuelle indkøb i indeværende periode.

145. Styrelsen kan derimod ikke afvise, at indkøbsforeninger har et behov for at skabe sammenhold omkring indkøb for at kunne matche kapitalkæderne. Det vil være en konkurrencemæssig fordel, at kapitalkæderne ikke konkurrerer de øvrige trælast- og tømmerhandlere ud af markedet. På den anden side er den fusionerede indkøbsforening efter styrelsens opfattelse potentielt stærkere på indkøbssiden end Danske Trælast, jf. pkt. 128-29.

146. Konklusionen må være en afvejning af de modgående hensyn, hvorved der må lægges begrænsninger på Ditas' brug af loyalitetslementer, om end ikke så vidtgående som svarende til praksis over for dominerende leverandørers brug af loyalitetsbonus.

Konklusion

147. Det må konkluderes, at fusionen bevirker, at den effektive konkurrence hæmmes betydeligt, medmindre parterne afgiver tilsagn om den fremtidige adfærd på følgende områder:

- Det skal stå klart, at andelshaverne er frit stillet med hensyn, om de vil købe det hele ind hos leverandører, som Ditas har aftaler med. Det skal være frit, om de vil købe ind hos de pågældende efter Ditas samhandelsaftaler eller på anden vis, og endelig skal de være frit stillet til at købe ind hos leverandører, som Ditas ikke har aftale med.
- Det skal endvidere være klart, at leverandørerne er frit stillet. Ditas skal ikke hverken direkte eller indirekte⁵ blande sig i, hvem leverandørerne, ellers handler med, og hvilke vilkår leverandørerne bruger over for disse kunder.
- Begrænsning af troskabsvirkningen i rabatter og bonus indeholdt i samhandelsaftalerne med leverandørerne.
- Indtræden og udtræden af andelsselskabet skal foregå på saglige, objektive og konsekvent praktiserede betingelser.

Vurdering af parternes tilsagn

148. Fusionsparterne har efter forhandling med Konkurrencestyrelsen afgivet tilsagn vedrørende medlemmernes indkøb, leverandørernes stilling, bonus- og rabatorordninger samt betingelserne for optagelse af nye medlemmer.

Ad Medlemmernes indkøb

149. Fusionsparterne vil i vedtægten for Ditas præcisere, at andelshaverne altid har ret til at foretage indkøb direkte hos leverandører. Dette gælder såvel leverandører, som har indgået aftale med selskabet, som leverandører, der ikke har indgået aftale med selskabet. Derudover vil det fremgå af vedtægten, at andelshaverne ikke er underlagt købspligt, og at de kan ikke pålægges pligt til ikke at handle med bestemte leverandører.

150. Herved fremgår, at andelshaverne er sikret frihed til at vælge at samhandle med alle leverandører af byggematerialer.

Ad leverandørernes stilling

151. Herudover forpligter den fusionerede virksomhed i sine samhandelsvilkår med leverandører af byggematerialer til ikke - hverken direkte eller indirekte - at forpligte leverandørerne til at lade al handel gå igennem indkøbssamarbejdet.

152. Endvidere forpligter den fusionerede virksomhed til ikke – hverken direkte eller indirekte – at påvirke leverandørernes valg af andre kunder og leverandørens valg af samhandelsvilkår og metoder med disse kunder, herunder f.eks. salg til entreprenører, håndværkere og salg via Internet-markedspladser.

153. Endelig forpligter den fusionerede virksomhed sig til i sine samhandelsvilkår og samhandelsaftaler, der gælder for 2003 og fremover, at indføre, at samhandelsaftalen/vilkårene ikke er til hinder for leverandørens salg til andre kunder.

154. Dette tilsagn er væsentligt for at fastslå, at blandt andet direkte handel mellem leverandører og entreprenører og håndværkere ikke må begrænses, hvilket har været et af de væsentligste konkurrencemæssige problemer på området. Ditas kan herefter ikke, hverken direkte eller indirekte blande sig i, hvem leverandøren i øvrigt samhandler med.

155. For så vidt angår den ”indirekte” påvirkning sigtes til påvirkning via brancheforeninger eller andet branchesamarbejde.

Ad bonus- og rabatordninger

156. Den fusionerede virksomhed forpligter sig til fra 2003 ikke at anvende optjeningsperioder, der overstiger et kvartal, i samhandelsaftaler med leverandører af byggematerialer ved beregning og opgørelse af individuelle rabatter og bonus. Desuden forpligter den fusionerede virksomhed sig til i disse samhandelsaftaler ikke at indføre et rabatspænd, der overstiger 0-5%.

157. Styrelsen finder, at disse tilsagn er udtryk for en rimelig afvejning af hensynet til styrelsens ønske om en begrænsning af troskabsvirkninger og den fusionerede virksomheds interesse i at skaffe medlemmerne indkøbsvilkår, der giver bedre mulighed i konkurrencen med kapitalkæden. Optjeningsperioden er i forhold til i dag reduceret fra 1 år til maksimalt et kvartal. Desuden er der lagt loft over rabatspændet. På den anden side har styrelsen accepteret, at den opnåede rabatsats anvendes på hele medlemmets køb i det pågældende kvartal.

158. Begrænsningen af troskabsvirkningen er ikke helt så vidtgående som Konkurrencerådets praksis efter konkurrencelovens § 11 i forbindelse med dominerende virksomheders anvendelse af troskabsrabatter og –bonus. Styrelsen finder imidlertid, at tilsagnene må kunne accepteres set i lyset af, at medlemmerne ikke er pålagt købspligt, og at en frivillig kæde må levnes muligheder for at fungere i konkurrencen med en kapitalkæde som Danske Trælast. Det skal samtidig bemærkes, at en del af den fusionerede virksomheds samhandelsaftaler vil blive indgået med leverandører, der indtager en dominerende stilling på deres respektive produktmarked. Tilsagnet indbærer således ikke en blåstempling af, at disse leverandører kan anvende troskabsrabatter i forhold til den fusionerede virksomhed. Disse forhold skal bedømmes selvstændigt efter konkurrencelovens § 11.

159. De fusionerede parter foreslår, at ved ”samhandelsaftaler” forstås alene selskabets indkøbsaftaler med leverandører af byggematerialer og ikke andre indkøbsaftaler, herunder aftaler om indkøb af byggemarkedsvarer.

160. Konkurrencestyrelsen finder det acceptabelt, at tilsagnene indskrænkes, til at omfatte ”byggematerialer”, da de konkurrencemæssige problemer knytter sig til dette område og ikke til området for ”byggemarkedsvarer”. Der er mellem styrelsen og de fusionerende parter opnået enighed om fastlæggelsen af omfanget af begrebet ”byggematerialer, jf. bilag.

Ad optagelse af nye medlemmer

161. Den fusionerede virksomhed forpligter sig til at udforme vedtægterne, således at det fremgår, at den fusionerede virksomhed ikke på forhånd må afvise nogen alene, fordi de er Internethandlere og evt. ikke lagerførende.

162. Styrelsen finder det væsentligt, at den fusionerede virksomheds vedtægter ikke virker som adgangsbarriere for virksomheder, der ønsker at anvende nye afsætningsformer. Salg via Internettet er en salgsform med et stort fremtidigt potentiale. Virksomheder, der ønsker at starte denne form for salg i konkurrence med den traditionelle salgsform, må have samme adgang til at skaffe sig rimelige indkøbsvilkår som andre virksomheder.

163. Desuden forpligter den fusionerede virksomhed sig til at udforme vedtægterne, således at det af optagelsesbetingelserne fremgår, at det er ansøgerens forhold og ikke virkningerne for andre andelshavere, der lægges til grund ved bestyrelsens vurdering.

164. Dette tilsagn må anses for væsentligt, da det for mange trælast- og tømmerhandlere er af afgørende betydning at kunne blive medlem af en indkøbsforening for at skaffe sig rimelige indkøbsvilkår. Efter en fusion vil der ikke være mange alternative muligheder, og den fusionerede virksomhed vil være den helt dominerende indkøbsforening.

Konklusion

165. Konkurrencestyrelsen finder, at de givne tilsagn sikrer, at de skadelige virkninger for konkurrencen ved fusionen mellem Dendek og Ditas herved fjernes, og at fusionen herefter vil kunne godkendes af Konkurrencerådet.

1 I forbindelse med leverancer til medlemmerne må der sondres mellem rabat, som ydes direkte på fakturaen, og som umiddelbart tilfalder medlemmet, og bonus, som opsamles i indkøbssamarbejdet, og som efterfølgende fordeles til medlemmerne krone for krone.

2 Dendek og Ditas er ikke enig i, at fusionen skaber en dominerende stilling på markedet for trælast- og tømmerhandlers salg af byggematerialer til entreprenører/håndværkere, da direkte salg både udfra en udbuds- og efterspørgselssubstitutionsanalyse skal medregnes.

3 Dendek og Ditas er ikke enig med Konkurrencestyrelsen på dette punkt.

4 Dendek og Ditas er ikke enig med Konkurrencestyrelsen på disse punkter.

5 F.eks. igennem brancheforeninger eller andet branchesamarbejde.