

Omsætningen med byggematerialer

- belyst fra leverandørsiden

1. INDLEDNING	3
2. RESUME	5
2.1 Gennemfakturering ved direkte leverancer til byggepladser	5
2.2 Selektivt salg	6
2.3 Brug af vejledende priser	7
2.4 Rabatter og bonus	7
2.5 Brug af Internettet	8
2.6 Generelle bemærkninger til undersøgelsesresultaterne	8
3. SPØRGESKEMAUNDERSØGELSEN	10
3.1 Gennemfakturering ved direkte leverancer til byggepladser	10
3.1.1 Leverandørernes samhandelspartnere	10
3.1.2 Materialernes vej til håndværker og entreprenør	11
3.2 Selektive salgsvilkår	13
3.2.1 Definitioner	13
3.2.2. Styrelsens undersøgelse	14
3.3 Vejledende priser	15
3.3 Rabatter og bonus	15
3.4.1 Rabat	16
3.4.2 Bonus	17
3.4.3 De resulterende nettopriser	17
3.4 Brug af internettet	18
3.4.1 Leverandørernes kontakt med e-markedspladser	19
3.4.2 Leverandørernes sandsynlige bud og udbud på nuværende eller kommende e-markedspladser	19
3.4.3 Leverandørernes synspunkter på udviklingen af internethandlen og anvendelsen af Internettet i øvrigt	20
BILAG 1	21
Markedet for byggematerialer	21
Gennemfakturering	22
Samhandelsaftaler	23
BILAG 2	25

Om styrelsens undersøgelse	25
Oversigt over virksomheder i undersøgelsen	28

Omsætningen med byggematerialer

- belyst fra leverandørsiden

1. Indledning

Konkurrenceredegørelse 2001 angiver koncentration i produktion og handel med byggematerialer som en af forklaringerne på høje priser på byggeri i Danmark.

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.

Disse forsyningsveje har ligget fast gennem årtier. 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. Internettet kan komme til at betyde et opbrud heri.

Styrelsens spørgeskemaundersøgelse

Konkurrencestyrelsen indledte i foråret 2001 en undersøgelse af omsætningen med byggematerialer belyst fra leverandørsiden. Leverandørerne er samlebetegnelse for producenter og importører af byggematerialer, som afsætter deres produkter i første række til engrosledet inden for forsyningen med byggematerialer. Trælast- og tømmerhandler står for en betydelig del af handlen med almindelige byggematerialer; medens der er specialgrossister inden for engroshandelen med elinstallationsmateriel og med vvs-materiel, som forhandler disse produkter i første række til el- og vvs-installatører.

Derudover sælger og leverer mange af leverandørerne byggematerialer direkte til udførende håndværkere og entreprenører, til industrivirksomheder og til andre kunder uden om engrosledet.

Konkurrencestyrelsen anmodede 77 virksomheder om at udfylde et spørgeskema og indsende det til Konkurrencestyrelsen.

Det var hensigten hermed især at belyse anvendelsen af gennemfakturering ved direkte leverancer til byggepladser, anvendelsen af vejledende priser, kortlægge rabatter og bonus samt udbredelsen af selektivt salg.

Resultaterne af undersøgelsen skulle endvidere indgå i vurderingen af kommende konkrete sager på området. I september 2001 udsendte styrelsen

en vejledning til virksomheder i byggematerialebranchen¹. I det omfang virksomhederne har indrettet deres adfærd efter vejledningens anbefalinger er en række af oplysningerne i undersøgelsen ikke længere dækkende.

Endelig skulle der offentliggøres en redegørelse for undersøgelsesresultaterne.

I bilag 1 til redegørelsen er givet en beskrivelse af markedet for byggematerialer som baggrund for styrelsens undersøgelse.

¹ "Barrierer for konkurrence og udvikling i byggematerialebranchen skal fjernes", Konkurrencestyrelsen 2001.

2. Resume

2.1 Gennemfakturering ved direkte leverancer til byggepladser

Leverandørerne er forskellige med hensyn til, om de sælger og leverer direkte til entreprenører og håndværkere, eller om de gennemfakturerer disse leverancer gennem tømmerhandlen. Men der er nogle hovedtendenser der kan beskrives som følger:

Styrelsen udsendte spørgeskemaet til 77 virksomheder blandt leverandører af byggematerialer til engros-handlen og til udførende håndværksvirksomheder og entreprenører. Leverandører er både producenter og importører af byggematerialer. Styrelsen modtog brugbare svar fra 66 af de spurgte virksomheder.

Leverandørernes samhandelspartnere fremgår af tabel 1 nedenfor:

Tabel 1. Leverandørernes samhandelspartnere

Samhandelspartnere	Antal leverandører
Handler kun med tømmerhandel/grossist	24
Handler overvejende med tømmerhandel/grossist	9
Handler både med tømmerhandel/grossist og direkte med entreprenører mv.	25
Handler overvejende direkte med entreprenører mv.	4
Handler kun direkte med entreprenører mv.	4
I alt	66

Halvdelen af leverandørerne handler udelukkende eller næsten udelukkende med engrosleddet (tømmerhandel og specialgrossister). 24 ud af de 66 leverandører handler kun med engrosleddet og andre 9 handler kun i ubetydeligt omfang (med fra 1 til 5 pct. af deres omsætning) uden om tømmerhandlere og specialgrossister. Den anden halvdel af leverandørerne handler direkte med håndværkere og entreprenører. Af disse handler 25 leverandører handler såvel med tømmerhandlere og/eller grossister som med håndværkere og entreprenører. 4 leverandører handler kun med tømmerhandlere og grossister i ubetydeligt omfang (fra 1 til 5 pct. af deres omsætning). Endelig handler 4 leverandører hverken med tømmerhandlere eller grossister.

I tabel 2 er vist om leverandørerne leverer direkte til byggeplads eller via grossist.

Tabel 2. Leveranceform

Fysisk levering	Antal leverandører
Hovedparten til tømmerhandler eller grossisten lager	27
Hovedparten til byggepladsen	35
Heraf direkte salg til entreprenør og håndværker	25
Lige meget til byggeplads og til lager	4
I alt	66

27 leverandører (godt 40 pct.) svarer, at hovedparten af leverancerne til den professionelle kunde går over grossistens lager. Det er typisk vvs- og elmateriel (i alt 10); men det gælder dog også traditionelle byggematerialer som gipsplader, eternit, pakket cement, kemisk tekniske produkter, byggeblokke og skorstenselementer.

35 virksomheder svarer, at hovedparten af leverancerne til den professionelle kunde går direkte til byggepladsen.

De sidste fire virksomheder af de 66 leverer lige meget til grossistens lager og direkte til den professionelle kunde med eller uden gennemfakturering.

Af de 35 leverandører der svarer, at hovedparten af omsætningen til den professionelle kunde leveres direkte til entreprenør og håndværker på byggepladsen, leverer og fakturerer 25 virksomheder halvdelen eller mere af deres omsætning direkte til den professionelle kunde.

2.2 Selektivt salg

Mere end en tredjedel af leverandørerne afsætter udelukkende deres produkter gennem tømmerhandel og specialgrossister. Dette er en mere grundlæggende form for selektiv distribution.

Selektive forhandlerantagelsesbetingelser er ifølge besvarelserne ikke særlig udbredt blandt leverandørerne af byggematerialer til tømmerhandlere og specialgrossister.

Af svarene fremgår, at 14 (godt 20 pct.) af leverandørerne anvender selektive forhandlerantagelsesbetingelser. Nogle få virksomheder udtrykker dette lige ud, og de har typisk også formuleret disse betingelser skriftligt på forhånd.

Disse leverandører er blandt de største, og har tilsyneladende kendt til de gældende principper for hvilke typer af krav, de er berettiget til at stille til

deres forhandlere, forudsat at de pågældende produkter kan berettigge, at der stilles særlige krav til forhandlere.

Vurderet efter EU-retten er det tvivlsomt, om byggematerialer, der sælges gennem tømmerhandelen til professionelle aftagere, håndværkere og entreprenører, berettiger leverandørerne til at anvende selektive forhandlerantagelsesbetingelser.

2.3 Brug af vejledende priser

Vejledende priser indgår kun i begrænset omfang i de virkemidler leverandørerne i byggematerialebranchen gør brug af. Direkte adspurgt har kun 15 af leverandørerne i styrelsens udvalg svaret, at de har fastsat vejledende priser for efterfølgende omsætningsled. Det svarer til godt 20 pct. af leverandørerne.

Herudover er der en række virksomheder (især inden for vvs- og elmateriel), der sætter deres listepreiser så højt, at der i disse er indregnet et stort spillerum for at yde de efterfølgende omsætningsled betragtelige rabatter. Det er styrelsens opfattelse, at sådanne priser kan have den virkning, at de i praksis vejleder sidste led (håndværker eller detaillist) om niveauet for salgspriser.

2.4 Rabatter og bonus

Der tegner sig et meget forskelligartet billede. Enkelte af virksomhederne oplyser, at når de sælger til det professionelle segment, sker det hovedsagelig ved tilbud og licitation. Andre oplyser, at de sælger til nettopriser stort set uden rabat og bonus, medmindre der er en indkøbsforening med i billedet. Hos de virksomheder, der anvender rabatter, går disse lige fra ganske lave rabat- og bonusydelse på produkter, som hovedsagelig sælges gennem tømmerhandelen til meget høje rabat- og bonusydelse især på vvs- og elinstallationsmateriel, der sælges gennem specialgrossisterne.

Bonus udenfor samhandelen med indkøbsforeninger er ikke særlig høj for almindelige byggematerialer. Inden for vvs og elinstallationsmateriel giver leverandørerne høje bonusydelse til grossisterne. Inden for vvs som nævnt ovenfor mellem 7 og 18 pct.

Bestemmelser om bonus har særlig betydning i forbindelse med leverandørernes samhandelsaftaler med indkøbsforeningerne. Individuel bonus og foreningsbonus er meget forskellig inden for forskellige produkter. Basisbyggematerialer ligger typisk lavt. Medens produkter som farve, lak og træbeskyttelse, visse isoleringsprodukter og visse produkter af plast ligger højt.

2.5 Brug af Internettet

Der er ingen af de 66 leverandører, der anvender e-markedsplads som distributionsform i april 2001.

Der er en forsigtig positiv holdning til brug af Internettet til at udbyde leverandørernes produkter. Virksomhederne har ikke særlig mange erfaringer med internethandel; men de fleste er overbevist om, at det bliver en afsætningskanal, der får betydning i en ikke fjern fremtid.

2.6 Generelle bemærkninger til undersøgelsesresultaterne

Byggematerialeområdet er for inhomogent til en kort generelt dækkende beskrivelse og vurdering, og formålet med undersøgelsen var især at kortlægge virksomhedernes konkurrencemæssige adfærd og lade dette indgå ved vurderingen af kommende konkrete sager på området, jf. pkt. 1.2 ovenfor.

Undersøgelsens resultater stemmer godt overens med det indtryk af branchen, som styrelsen har dannet sig gennem deltagelse i brancheseminarer mv., ved bilaterale drøftelser med vigtige aktører i markedet og ud fra offentliggjorte rapporter mv. om branchen og dens udfordringer. Det billede, der efter styrelsens opfattelse tegner sig, er:

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. Halvdelen af leverandørerne distribuerer således i al væsentlighed udelukkende deres produkter gennem engrosledet.

Det afskærer markedet for at afprøve, om andre måder at gøre tingene på er mere effektive. Fx om der er økonomi i at byggematerialer, som leveres direkte fra fabrikanten til byggepladsen i hele læs, handles direkte mellem leverandøren og den udførende entreprenør- eller håndværksvirksomhed.

De mange samhandelsaftaler med loyalitetsskabende bonussystemer er et problem for konkurrencen på byggematerialer.

For nogle produkter er der 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 tømmerhandel 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 prisdannel-

sen og sikre at prisen ikke falder under et vist niveau afgjort af listeprisen eventuelt efter fradrag af leverings- og fakturarabatter.

Derudover knytter de akkumulerende bonussystemer den enkelte trælasthandler tæt til sin leverandør, og gør det vanskeligt for nye leverandører at komme ind på markedet. Nye leverandører skal kunne matche de hidtidige leverandører på prisen, men skal derudover kompensere kunden for et bonustab på hele omsætningen beregnet på den høje del af bonusskalaen. Dette bliver så meget mere vanskeligt at gøre, fordi indkøbsforeningerne for tiden søger at reducere antallet af samhandelspartnere.

De høje listepreiser med tilhørende høje rabatter til de efterfølgende afsætningsled – tømmerhandel og specialgrossister – kan have en prisforhøjende effekt på nogle byggevarer.

3. Spørgeskemaundersøgelsen

Styrelsen udsendte spørgeskemaet til 77 virksomheder blandt leverandører af byggematerialer til engroshandlen og til udførende håndværksvirksomheder og entreprenører. Leverandører er både producenter og importører af byggematerialer.

Styrelsen modtog brugbare svar fra 66 af de spurgte virksomheder.

Der redegøres nærmere i bilag 2 for disse virksomheders plads indenfor forsyningen med byggematerialer.

3.1 Gennemfakturering ved direkte leverancer til byggepladser

Styrelsen har spurgt producenter og importører om de leverer direkte til det professionelle segment, entreprenør eller håndværker, og om disse leverancer gennemfaktureres af tømmerhandlen eller sælges direkte til entreprenør og håndværker.

Der er indkommet 66 brugbare besvarelser. Heraf fremgår, at leverandørerne er meget forskellige med hensyn til, om de samhandler både med mellemhandlere og med udførende håndværkere og entreprenører eller om de gennemfakturerer leverancerne til håndværkere og entreprenører. Derudover er det forskelligt, om de leverer byggematerialer direkte til entreprenører og håndværkere.

3.1.1 Leverandørernes samhandelspartnere

24 af leverandørerne handler kun med engrosleddet (tømmerhandel og specialgrossister). Andre 9 handler kun i ubetydeligt omfang (fra 1 til 5 pct. af deres omsætning) uden om tømmerhandlere og grossister. 33 leverandører handler direkte med håndværkere og entreprenører. 4 leverandører handler ikke med tømmerhandlere eller med grossister og andre 4 handler kun med tømmerhandlere og grossister i ubetydeligt omfang (fra 1 til 5 pct. af deres omsætning). De resterende 25 leverandører handler såvel med tømmerhandlere og/eller grossister som med håndværkere og entreprenører.

Tabel 3 viser, hvem leverandørerne i de forskellige produktgrupper samhandler med.

Tabel 3. Leverandørernes samhandelskanaler

Produktgruppe	Antal virksomheder	Handler kun eller i meget betydeligt omfang med tømmerhandel mv.	Handler direkte med håndværker og entreprenør
Elmateriel	3	2	1
VVS-materiel	7	6	1
Cement, beton, betonvarer og betonelementer	10	2	8
Mur- og tagsten og byggeblokke	7	6	1
Træ, træspær mv.	3	2	1
Gips- og træplader	3	3	0
Tagmaterialer	5	0	4
Gulvbelægning	4	2	2
Vinduer og døre	7	1	5
Isolering	4	1	3
Maling	4	0	4
Andet ¹	9	8	3
I alt	66	33	33

¹ Kemisk-teknisk, plastrør, tagrender, søm og beslag

3.1.2 Materialernes vej til håndværker og entreprenør

27 leverandører (godt 40 pct.) svarer, at hovedparten af leverancerne til den professionelle kunde går over grossistens lager. Det er typisk vvs- og elmateriel (i alt 10); men det gælder dog også traditionelle byggematerialer som gipsplader, eternit, pakket cement, kemisk tekniske produkter, byggeblokke og skorstenselementer.

35 virksomheder svarer, at hovedparten af leverancerne til den professionelle kunde går direkte til byggepladsen.

De sidste fire virksomheder af de 66 leverer lige meget til grossistens lager og direkte til den professionelle kunde med eller uden gennemfakturering.

Direkte leverancer fordelt på de forskellige vareområder fremgår af nedenstående tabel 4.

Tabel 4. Direkte leverancer, antal virksomheder i de forskellige kategorier

Produktgruppe	Sælger mest uden gennemfakturering	Sælger kun med gennemfakturering
El- materiel	1	0
VVS-materiel	2	2
Cement, beton, betonvarer og betonelementer	6	2
Mur- og tagsten og byggeblokke	0	5
Træ, træspær mv.	1	2
Gips- og træplader	0	3
Tagmaterialer	3	0
Gulvbelægning	2	2
Vinduer og døre	3	0
Isolering	1	1
Maling	4	0
Andet ¹	2	4
I alt	25	21

¹ Kemisk-teknisk, plastrør, tagrender, søm og beslag

Af de 35 leverandører, der leverer hovedparten af materialerne direkte på byggepladsen sælger de 25 halvdelen eller mere af deres omsætning direkte til den professionelle kunde. Det drejer sig om så forskellige produkter som maling, beton, betonvarer og betonelementer, tagprodukter, gulvbelægning, ventilationsmateriel, isoleringsmateriale og vinduer.

Endelig er der 21 leverandører, der kun leverer med gennemfakturering, når de leverer direkte på byggepladsen.

Andelen af direkte leverance og leverance til lager varierer for den enkelte leverandør mellem 0 og 100 pct. Det summariske gennemsnit - hvor vægten i sammenvæjningen for hver virksomhed er sat lig 1 - af besvarelserne viser, at de direkte leverancer udgør ca. 55 pct. af omsætningen til det professionelle segment, medens varer der går over trælasthandelens eller specialgrossisternes lager udgør de sidste ca. 45 pct.

3.2 Selektive salgsvilkår

3.2.1 Definitioner

Konkurrenceretligt tales der om selektiv distribution, når en virksomhed udpeger sine distributører ud fra nærmere angivne kriterier, således at kun distributører, der overholder disse kriterier, kan blive distributør af virksomhedens produkter. En godkendt forhandler forpligter sig til ikke at sælge varen til andre end den endelige forbruger eller en anden godkendt forhandler.

Et selektivt distributionssystem vil være i strid med konkurrencelovens § 6, hvis det indeholder kvantitative kriterier for optagelse af forhandlere.²

Begrebet er her anvendt i den betydning, at leverandøren anvender salgsvilkår, der stiller kvalitative eller kvantitative krav til det efterfølgende omsætningsled i henseende til forretningstype og indretning, produktkendskab, kvalifikationer i øvrigt hos medarbejdere, beliggenhed herunder afstand til andre forretninger osv.

Ifølge bemærkningerne til konkurrenceloven skal loven fortolkes i overensstemmelse med EU-retten. EF-domstolen tog for første gang stilling til lovligheden af selektive distributionssystemer i Metro (I)-sagen.

EF-domstolen udtalte, at selektive distributionssystemer udgør en blandt flere konkurrenceformer, som er i overensstemmelse med traktatens artikel 85, stk. 1, såfremt udvælgelsen af videreforhandlere sker på grundlag af objektive kvalitetskriterier for videreforhandlerens og hans personales faglige dygtighed og hans salgsløkalers beskaffenhed, og såfremt disse betingelser fastsættes ens for alle potentielle forhandlere og anvendes uden diskriminering.

² Den generelle gruppefritagelse for vertikale aftaler, jf. Bekendtgørelse nr. 553 af 15. maj 2000 om gruppefritagelse for kategorier af vertikale aftaler og samordnet praksis, fritager visse aftaler fra forbudet i konkurrencelovens § 6, såfremt leverandøren har en markedsandel under 30 pct. Denne gruppefritagelse gælder dog kun for aftaler med forhandlere, som videresælger de varer aftalen vedrører til forbrugere (detailsalg). I byggematerialebranchen sælger forhandlerne hovedsagelig til håndværkere og entreprenører. Gruppefritagelsen for vertikale aftaler gælder derfor, som hovedregel, ikke for leverandørernes aftaler med trælast- og tømmerhandler, disses indkøbsforeninger eller specialgrossister indenfor omsætning med byggematerialer. Desuden vil der kunne gribes ind over for leverandører også med markedsandele under 30 pct. på områder, hvor markedet afskærmes fra konkurrence udefra. Det kan være, hvis flere mindre leverandørers ensartede aftaler tilsammen bevirker, at adgangen til markedet eller konkurrencen på markedet begrænses i væsentlig grad.

Derimod er et selektivt distributionssystem omfattet af Traktatens art. 81, stk. 1, og konkurrencelovens § 6, såfremt aftalen indeholder bestemmelser af kvantitativ karakter.

Ved vurderingen af, hvorvidt et kriterium skal anses for at være kvantitativt, er det afgørende, om kravet direkte eller indirekte begrænser antallet af distributører.

3.2.2. Styrelsens undersøgelse

Det fremgik af svarene på spørgsmålene om direkte leverancer og gennemfakturering, at 24 af i alt 66 virksomheder, der har leveret brugbare besvarelser om dette emne, kun leverer gennem tømmerhandelen eller specialgrossister og ikke direkte til håndværker eller entreprenør. Yderligere 9 leverede kun mellem 1 og 5 pct. af omsætningen uden om engrosleddet. Det er altså halvdelen af udvalget, der i praksis kun handler med engrosleddet.

Det vil sige, at disse leverandører har besluttet sig for kun at sælge gennem mellemhandler. Dette er en mere grundlæggende form for selektiv distribution.

I undersøgelsen er spurgt om, hvilke vilkår leverandørerne stiller for at handle med deres kunder. I forbindelse hermed er spurgt, om virksomhederne samhandler med alle på disse vilkår, eller om der gælder særlige vilkår for særlige kunder. I bekræftende fald er leverandørerne anmodet om at redegøre herfor.

Endvidere er spurgt, om de leverer deres sortiment af produkter til bygge- markeder mv. og om det sker i særlige pakninger.

Af svarene fremgår, at 14 leverandører, af de i alt 62 leverandører, der leverer gennem engrosleddet, oplyser at de anvender selektive forhandlerantagelsesbetingelser. Nogle få virksomheder udtrykker dette lige ud, og de har typisk også formuleret disse betingelser skriftligt på forhånd. Disse leverandører er blandt de største, og de har tilsyneladende kendt til de gældende principper for hvilke typer af krav, de er berettiget til at stille, forudsat at de pågældende produkter kan berettige, at der stilles særlige krav til forhandlere.

Det må ud fra besvarelserne af andre spørgsmål i undersøgelsen vurderes, at en række af de andre leverandører praktiserer antagelsesbetingelser fx ved kun at sælge igennem grossist, der i praksis må anses for at være selektive vilkår, selv om leverandørerne ikke selv har betegnet dette som sådanne.

Spørgsmålet, om produkterne er af en karakter så det er acceptabelt, at leverandøren opbygger et system med selektive antagelsesbetingelser, kan ikke afgøres ud fra undersøgelsens resultater³.

3.3 Vejledende priser

Undersøgelsen afslører, at leverandørerne generelt ikke fastsætter vejledende priser for efterfølgende omsætningsled. Kun 15 af de i alt 66 virksomheder, hvorfra der foreligger svar, har svaret udtrykkeligt, at det gør de.⁴

Fire af disse virksomheder har fremsat uddybende bemærkninger hertil. To har svaret, at de både har en bruttoprisliste og en nettoprisliste. Heraf er den første er til brug for forhandlerens salg til sine kunder. Den anden er udgangspunktet for leverandørens samhandel med sine egne kunder - forhandlere/håndværkere.

Én leverandør svarer, at virksomheden har fastsat vejledende priser svarende til salgsprisen til installatør med et tillæg på 20 pct. En anden svarer, at den har en detailprisliste, der gælder salg i egne forretninger.

51 virksomheder svarer, at de ikke fastsætter vejledende priser.

Nogle af prislisterne indeholder så høje rabat- og bonussatser, at prislisten reelt kan komme til at tjene som vejledning for det sidste leds prisfastsættelse over for forbrugerne – selvom leverandøren ikke har angivet, at priserne er vejledende.

3.4 Rabatter og bonus

Leverandørerne har oplyst om, hvilke generelle rabat- og bonusbetingelser de anvender. Endvidere har de fremsendt kopier af samhandelsaftaler med

³ De varer, hvor EU-Kommissionen har accepteret selektiv distribution, er 1) Varer, hvor bevarelsen af et særligt luksus- eller prestigeimage er en afgørende konkurrencefaktor, som det er for parfume og luksuskosmetik. 2) Varer, som kræver en særlig kvalificeret vejledning ved anskaffelsen om brugen. Det er fx avanceret underholdningselektronik og edb-udstyr. 3) Desuden har Kommissionen accepteret selektivt salg for kunst- og serviceporcelæn, hvor den lagde vægt på eftersalgsservicen ved supplerende varer. Det drejer sig i alle tilfælde om detailsalg til private forbrugere og ikke om salg til professionelle erhvervs-mæssige anvendelse.

⁴ Det kan tilføjes, at selv om antallet er omtrent det samme som antallet af virksomheder, der angiver, at de har selektive forhandlerantagelsesbetingelser, er det ikke i nævneværdigt grad de samme virksomheder.

større kunder, herunder også med indkøbsforeninger, der illustrerer hvilke rabatter og bonusydelser mv. de giver.

Endvidere er leverandørerne anmodet om at angive typiske samlede rabatter, som de selv yder deres kunder, samt hvis det er muligt, hvilke priser og rabatter deres kunder - forhandlere og håndværkere - anvender over for deres kunder.

3.4.1 Rabat

Der tegner sig et meget forskelligartet billede af leverandørernes rabatgivning.

Enkelte af virksomhederne oplyser, at de ikke giver rabatter, fordi de hovedsagelig sælger direkte til det professionelle segment efter tilbud eller licitation.

Andre oplyser, at de sælger til nettopriser stort set uden rabat og bonus, medmindre der er en indkøbsforening med i billedet. Nærmere om indkøbsforeningerne nedenfor.

Hos de virksomheder, der anvender rabatter, går disse lige fra ganske lave rabat- og bonusydelser på produkter, som hovedsagelig sælges gennem tømmerhandlen til meget høje rabat- og bonusydelser især på vvs- og elinstallationsmateriel, der sælges gennem specialgrossisterne.

De lave rabatter til byggematerialehandlere med satser op til 10 pct. finder man blandt følgende produkter: pakket cement, gipsplader, byggeblokke, mursten og tegltagsten, betontagsten, eternit, isoleringsmaterialer og tagrender.

Høje rabatter med satser i intervallet 10-25 pct. finder man blandt andet blandt følgende produkter: trapper, farve, lak og træbeskyttelsesmidler, døre og vinduer, vinyl- og trægulvbelægning, betonvarer - rør og fliser og plastrør.

De højeste rabatter har man inden for vvs- og elinstallationsmateriel. Om rabatniveauerne inden for vvs gælder der følgende fællestræk. Flere af leverandørerne af vvs-armaturer, sanitet mv. anvender rabatter til forhandler (grossist) på 32-48 pct. hvortil kommer yderligere fakturarabat på 15 pct. og bonus på op til fra 7-18 pct. Dette resulterer i salgspriser til grossist på ned til 45 pct. af listepriisen før beregningen af bonus, som normalt udbetales en gang om året.

3.4.2 Bonus

Bonus udenfor samhandelen med indkøbsforeninger er ikke særlig høj for almindelige byggematerialer fx er op til ca. 5 pct. ved mursten og tegl, træ og træplader, træspær og mineraliseringsuld.

Inden for vvs- og elinstallationsmateriel giver leverandørerne også høj bonus til grossisterne. Inden for vvs som nævnt ovenfor mellem 7 og 18 pct.

Bestemmelser om bonus har særlig betydning i forbindelse med leverandørernes samhandelsaftaler med indkøbsforeningerne jf. nedenfor, idet der er indeholdt bestemmelser om både individuel bonus og bonus til foreningen.

Der er store forskelle på, hvor meget bonus, der tilfalder indkøbsforeningen. Lavt (op til ca. 3 pct.) ligger pakket cement, eternit, byggeblokke og letbetonplader og elementer, trægulve og bordplader.

Højt ligger farve, lak og træbeskyttelsesmiddel samt visse produkter af plast med fra 5-10 pct.

Konkurrencestyrelsen anser det for betænkeligt, at der for nogle produkter ydes en ganske stor bonus. Bonus, der afregnes endeligt for et år ad gangen og samlet for samtlige produkter, slører den reelle indkøbspris for produkterne. Det er derfor tvivlsomt, om disse afslag i indkøbspriserne helt eller delvis gives videre til trælasthandlens kunder.

Derudover knytter de akkumulerende bonussystemer den enkelte trælasthandler tæt til sin leverandør, og gør det vanskeligt for nye leverandører at komme ind på markedet. De skal kunne matche de hidtidige leverandører på den høje del af bonusskalaen og kompensere for et bonustab på hele omsætningen. Dette bliver så meget mere vanskeligt, fordi indkøbsforeningerne for tiden søger at reducere antallet af samhandelspartnere.

3.4.3 De resulterende nettopriser

Som nævnt er leverandørerne bedt om at angive nogle typiske nettosalgspriser ved deres salg til forskellige aftagergrupper.

Det er i alt 51 virksomheder som besvarer spørgsmålet med procentangivelser, eventuelt opgivet som et interval inden for hvilke nettopriserne til trælast- og tømmerhandel ligger. Det tegner et billede, der svarer til de ovenfor anførte tendenser for de forskellige materialer.

Igen er vvs-materiel det produktområde, hvor de resulterende nettopriser er lavest. Til grossist er niveauet typisk omkring 45 pct. af listepriiserne. Elin-

stallationsområdet har på visse produkter tilsvarende lave nettopriser til grossist.

Grossistens netto- indkøbspris i pct. af leverandørens liste- pris	Under 50 pct.	50-75 pct.	75-85 pct.	Over 85 pct.
Antal virksomheder i intervallet	9	9	19	14

For øvrige byggematerialer ligger nettopriserne til grossist for 9 leverandører under 50 pct. for 9 leverandører på 50-75 pct. af leverandørens listepri. 19 leverandører ligger på 75-85 pct. af leverandørens listepri, og endelig ligger 14 leverandører med nettopriser over 85 pct. af leverandørens listepri.

Priserne til håndværker opgives af i alt 28 leverandører og fordeler sig som vist i nedenstående oversigt.

Andel af leverandø- rens liste- pris	Under 50 pct.	50-75 pct.	75-85 pct.	Over 85 pct.	Mellem 50 og 80 pct.
Antal virksomheder i intervallet	0	9	9	6	4

9 af leverandørerne har givet deres bud på, hvilke priser de tror, at slutbrugeren af de pågældende produkter betaler ved køb hos detaillisten.

Kun én af disse anslår, at den private kunder betaler en pris, som er lig leverandørens listepri, som i øvrigt af den pågældende leverandør er angivet at være vejledende. Af de øvrige anslår én, at den er lidt mindre og én, at den er lidt højere end listepri.

De sidste seks leverandører anslår, at den er højere – fra indeks 120 til indeks 235.

3.5 Brug af internettet

De 66 virksomheders besvarelse af spørgsmålene om brug af Internettet i salgsøjemed fordeler sig som vist i nedenstående tabel 5.

Tabel 5. Leverandørernes brug af Internet i salgsøjemed

Spørgsmål/ Svar	Deltager i e- markeds- plads	Kontaktet af e-markeds- plads	Vil være interesseret i	
			udbud på e- markeds- plads	bud på e- markeds- plads
Ja	0	22	17	22
Nej	62	36	16	18
Ikke besvaret	4	8	12	16
Tvivl, ikke afklaret eller lignende			21	10
I alt	66	66	66	66

Ingen af de 66 virksomheder anvendte e-markedsplads som distributionsform i april 2001.

3.5.1 Leverandørernes kontakt med e-markedspladser

Af de 22 virksomheder, der har haft kontakt med en e-markedsplads, har de 20 virksomheder begrundet, hvorfor de ikke anvender denne markedsplads.

Begrundelserne er angivet som en af følgende:

1. Virksomheden/kunderne har ikke udtrykt behov for en e-markedsplads som distributionsform. 2 virksomheder.
2. Produktet er ikke egnet til salg på e-markedsplads. 2 virksomheder
3. Den pågældende e-markedsplads er ikke interessant at anvende. 4 virksomheder.
4. Virksomhedens politik på området er ikke afklaret.
5. Virksomheden er ikke klar til at anvende e-markedsplads som distributionsform. 3 virksomheder
6. Virksomheden ønsker at se tiden an. 4 virksomheder.
7. Mangler baggrundsviden om e-markedsplads som distributionsform.
8. Foretrækker e-handel (inklusive ordremodtagelse) over egen hjemmeside. 3 virksomheder.

3.5.2 Leverandørernes sandsynlige bud og udbud på nuværende eller kommende e-markedspladser

Virksomhedernes besvarelser af spørgsmålene om henholdsvis sandsynlige udbud og bud på nuværende eller kommende e-markedspladser er præget af en betydelig usikkerhed, men det er dog værd at bemærke, at lidt flere virksomheder vil byde end udbyde på e-markedspladser.

Dette forhold kan skyldes, at virksomhederne åbne over for konkrete salgsmuligheder, selvom virksomhederne generelt har en afventende holdning til e-markedspladser.

3.5.3 Leverandørernes synspunkter på udviklingen af internethandlen og anvendelsen af Internettet i øvrigt

Flere af virksomhederne har allerede i dag egne handelssystemer med produktpræsentation og mulighed for ordreafgivelse over Internettet. I alt 14 af undersøgelsens virksomheder ser muligheden for ordreafgivelse over Internettet som en faktor, der har bevirket/vil bevirke betydelig anvendelse af elektronisk handel.

Yderligere 5 af undersøgelsens virksomheder finder, at Internettet er velegnet til produktpræsentation og generel markedsføring, men finder ikke, at det umiddelbart er hensigtsmæssigt at optage ordre over Internettet, idet ordreafgivelsen typisk kræver en del vejledning.

Endvidere er 5 virksomheder af den opfattelse, at handel over Internettet er mest hensigtsmæssig for standardprodukter og ikke velegnet for de pågældende virksomheders specialprodukter.

Endelig fremhæver 3 virksomheder, at forhandlerne udfører væsentlige logistikopgaver ved forhandling af virksomhedens produkter til de endelige forbrugere, og finder derfor de nuværende distributionsform mest velegnet.

De resterende virksomheder afventer generelt et pres fra kundeside og/eller væsentlige omkostningsbesparelser, før de aktivt vil anvende Internettet som distributionsform.

Bilag 1

Markedet for byggematerialer

Producent og importør afsætter typisk sine byggevarer gennem branchens grossister, trælast- eller tømmerhandler⁵. Deres fælles brancheforening er Trælasthandlerunionen (TUN).

Derudover findes specialgrossister for blandt andet glas, vvs- og elinstallationsmateriel. Inden for elinstallationsmateriel og vvs-artikler er der nogle få store specialgrossister, hvoraf der er tre store landsdækkende, der typisk kun har enten el- eller vvs-artikler. Derudover findes en række mindre grossister hovedsagelig af lokal betydning. Den seneste udvikling på installationsområdet er, at enkelte grossister tilbyder både el- og vvs-artikler⁶.

Nogle byggevarer afsætter producenterne og importørerne direkte til entreprenører og andre udførende håndværksvirksomheder og leverer dem direkte på byggepladsen. Endelig afsætter leverandørerne byggevarer til industrielt brug, hvor de ofte indgår i yderligere forarbejdede byggevarer.

Producenters og importørers samhandel med grossisterne foregår sædvanligvis på grundlag af etårige samhandelsaftaler, der fastlægger de nærmere vilkår for leverancer.

Inden for trælast- og tømmerhandelen findes både kapitalkæder og indkøbsforeninger. Blandt kapitalkæderne er Danske Trælast med ca. 80 forretninger og Bygma med godt 20 forretninger de største. Der er to store indkøbsforeninger, hvoraf Ditas er størst med 86 medlemmer med ca. 150 forretninger. Dendek har ca. 40 medlemmer. I 2000 har 10 tidligere medlemmer af Ditas dannet indkøbsforeningen Danbuy. De mindre kapitalkæder er medlemmer af indkøbsforeningerne.

Det samlede antal engrosudsalgssteder af byggematerialer er ca. 450.

⁵ Trælasthandel og tømmerhandel anvendes lidt i flæng i redegørelsen og betyder engros-handel med de traditionelle byggematerialer til husbygning - råhus, vinduer, døre og indretning bortset fra vvs- og installationsmateriel. Betegnelsen byggecentre anvendes af og til om forretninger, der både har engros- og detailsalg, medens byggemarkeder er forretninger, der henvender sig gør-det-selv markedet.

⁶ Det gælder det svenske Ahlsell, der er kommet ind på det danske marked i 2000; men også vvs-grossisten Brødrene A & O Johansen A/S har taget handel med elinstallationsmateriel op i forbindelse med, at man har overtaget en af de mindre elgrossister.

Mange af trælast- og tømmerhandlerne handler tillige med den private kunde (gør-det-selv) eventuelt i en butik adskilt fra engroshandlen. Det private marked forsynes endvidere af byggemarkedskæder som Bauhaus og Jem & Fix, og fra lavprisvarehuse. Disse forsyningskilder betyder ikke noget for forsyningen af det professionelle marked.

Endvidere betjener en række specialforretninger på fx. køkken-, bad- og farve-/lakområdet både private og professionelle kunder.

Gennemfakturering

Gennemfakturering forekommer i to former: 1) Leverancer til trælast/tømmerhandlere gennemfaktureres gennem disses indkøbsforeninger og 2) Direkte leverancer fra leverandør til entreprenør og håndværker gennemfaktureres over trælast/tømmerhandel/indkøbsforening.

Ved den *første* form for gennemfakturering indgår indkøbsforeningerne gennemfaktureringsaftaler med leverandørerne på medlemmernes vegne. Samhandlen foregår direkte mellem medlem (aktionær eller andelshaver) og leverandør, men fakturering sker gennem indkøbsforeningen. 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). Fordelen for leverandørerne er blandt andet at de kan sende en samlet faktura for leverancer for en given periode, ligesom de får en samlet afregning til tiden.

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.

Indkøbsforeningerne indgår samhandelsaftaler, dels om byggevarer til medlemmernes videresalg, dels om varer, der forbruges af medlemmerne i driften af deres forretninger fx brændstof og telefoni.

På Ditas hjemmeside beskriver foreningen sin rolle således: "Efter indgåelse af samhandelsaftalen foregår salg og køb direkte mellem aktionær og leverandør, men fakturering sker altid gennem Ditas, som behandler omkring 800.000 leverandørfakturaer om året. I kraft af det skitserede system kan Ditas Økonomi kontrollere og især sikre hele pengestrømmen. Det er nødvendigt, idet Ditas garanterer såvel korrekt som rettidig betaling i forhold til leverandørerne. Den leverings- og betalingsbetingelse, som er forhandlet og beskrevet i samhandelsaftalen mellem Ditas og leverandøren, gives uændret videre til aktionærerne. Pengestrømmen sikres både i forhold til aktionærerne og i forhold til leverandørerne".

Ditas afregner leverandøren en gang om ugen med de beløb, der er forfaldne til betaling siden sidste betaling. Leverandøren har derfor stor sikkerhed for en hurtig betaling af leverede varer.

Den *anden* form for gennemfakturering vedrører varer, der leveres direkte fra producent eller importør til byggepladsen.

Varer, der efter deres egenskaber ikke egner sig til at blive lagret fx færdigblandet beton eller varmblandet asfalt leveres direkte fra producent til byggepladsen. En stor del af de tunge eller voluminøse varer leveres ligeledes direkte fra producenten eller importøren til den enkelte byggeplads.

Flere store entreprenører har imidlertid tilkendegivet, at mange flere byggematerialer med fordel kunne sælges direkte til entreprenørerne og leveres fra fabrik direkte til de store byggepladser. Det forudsætter, at entreprenørerne forbedrer deres logistik og planlægning for selv at kunne aftale med leverandørerne, at materialerne kommer til pladsen, når de skal bruges. Dette har tømmerhandlen hidtil sørget for.

En stor del af de direkte leverancer køber håndværkere og entreprenører gennem engroshandelen. Tømmerhandelen (inklusive deres indkøbsforeninger) går så at sige imellem producent og entreprenør og håndværker ved at overtage kundeforholdet. Producenten får sin betaling af tømmerhandelen, som tager sig betalt herfor af sin kunde, håndværkeren eller entreprenøren. Herved overtager tømmerhandelen kreditrisikoen ved den enkelte ordre fra producent eller importør.

Samhandelsaftaler

Indkøbsforeningernes samhandelsaftaler med producenterne omhandler alle køb både ved direkte leverancer og til lager. I aftalerne indgår typisk, at alle køb til foreningens medlemmer skal ske efter samhandelsaftalens bestemmelser.

Ditas aftaler med leverandører indeholder en rabat, en individuel bonus, en foreningsbonus og en præstationsbonus. Hertil kommer bestemmelser om markedsføringstilskud, og indkøbsforeningen beregner sig et gebyr for administration og fakturering. Desuden skal leverandøren yde et bidrag for en byggeleveranceansvarsforsikring, som er tegnet af Ditas for alle sine leverandører (uanset om de fleste leverandører er forsikret i forvejen). Det ovenfor nævnte gebyr samt foreningsbonus vedrører kun leverandør og indkøbsforening. De øvrige rabatter, bonus og tilskud tilfalder umiddelbart den enkelte tømmerhandler.

Indkøbsforeningerne opkræver et kontingent af medlemmerne, der sammen med de ydelser, indkøbsforeningen beholder, medgår til drift af indkøbsforeningen. Et eventuelt overskud tilbageføres til foreningens medlemmer.

Rationalet bag indkøbsforeningerne er at forbedre indkøbsvilkårene for medlemmerne. Desuden varetager de som nævnt fakturering og overtager en kreditrisiko, der imidlertid ikke er særligt bekostelig, når der anvendes moderne teknologi og i lyset af, at man kan forsikre sig mod kreditrisikoen for en præmie på i størrelsesordenen 1 pct.

Nogle tømmerhandlere mener, at de selv kan købe billigere ind, end gennem de gamle indkøbsforeninger, og har dannet indkøbsforeningen Danbuy. Danbuy er stiftet af ti tidligere medlemmer af Ditas. Den har ikke som Ditas et centralt sekretariat, men lader forskellige af de ti medlemmer om at løse opgaverne inden for deres egen hidtidige administration. Én tager sig af aftalerne om maling, en af aftaler om vvs-produkter og en af aftaler om belysning. Herved opnår foreningen efter egen opfattelse, at det enkelte medlem er tæt på beslutningerne samt fordelene af at samle sine indkøb uden at skulle betale et stort og dyrt lønnet sekretariat.

Tømmerhandelen bidrager udover lagerføring af en lang række materialer tillige med rådgivning og produktkendskab omkring byggematerialer generelt. I tømmerhandelen samles de forskellige materialer, som den enkelte håndværksvirksomhed skal bruge til den enkelte opgave. Tømmerhandelen lever på sin nærhed til markedet og gør det mindre kritisk, om håndværksvirksomheden har tilrettelagt logistikken omkring den enkelte byggeopgave optimalt. Tømmerhandelen har desuden en vigtig funktion ved at finansiere håndværksvirksomhederne.

Nogle af de store entreprenører har givet udtryk for, at tømmerhandelen i forhold til dem stort set ikke bidrager til rådgivning, produktkendskab mv. Det, de ikke selv ved, går de til producenter og importører for at få viden om, for det ved tømmerhandlen heller ikke noget om.

Inden for installationsfagene - el og vvs - foregår næsten hele omsætningen med varer over specialgrossisternes lagre.

Bilag 2

Om styrelsens undersøgelse

Konkurrencestyrelsen udsendte i april 2001 et spørgeskema til 77 leverandører inden for byggematerialer.

Fra disse virksomheder indkom brugbare besvarelser fra i alt 66 virksomheder. Enkelte virksomheder har trods gentagne rykker aldrig svaret. Andre er ikke medtaget, fordi de viste sig at være meget små, eller at de overvejende havde andre funktioner end at være leverandør af byggematerialer.

En oversigt over samtlige 66 virksomheder, der indgår i grundlaget for redegørelsen, er vist i efterfølgende bilag.

Virksomhederne er leverandører af byggematerialer hovedsagelig inden for nedenstående produktområder.

Virksomhedernes markedsandele er i tabellen angivet inden for 25 pct.'s intervaller for de anførte produkter ud fra virksomhedernes egne definitioner af produkter.

Produktgruppe	Antal virksomheder	Produkt og andel ⁷
Elmateriel	3	Stikkontakter over 75 pct. Lavspændingskomponenter under 25 pct.
VVS-materiel	7	Sanitetsporcelæn 50-75 pct. Armaturer 50-75 pct.
Cement, beton, betonvarer og betonelementer	10	Cement over 75 pct. Færdigblandet beton 50-75 pct. Betonvarer over 75 pct. Betonelementer under 25 pct.
Mur- og tagsten og byggeblokke	7	Mursten 50-75 pct. Tagsten 50-75 pct.
Træ, træspær mv.	3	Under 25 pct.
Gips- og træplader	3	Gipsplader over 75 pct. Spånplader under 25 pct.
Tagmaterialer	5	Tagpap 25-50 pct.
Gulvbelægning	4	Trægulve 25-50 pct.
Vinduer og døre	7	Vinduer under 25 pct. Ovenlysvinduer over 75 pct. Døre under 25 pct.
Isolering	4	Over 75 pct.
Maling	4	Over 75 pct.
Andet ²	9	Kemisk-teknisk under 25 pct. Plastrør 50-75 pct. Tagrender over 75 pct. Søm 50-75 pct.
I alt	66	

² Kemisk-teknisk, plastrør, tagrender, søm og beslag

⁷ Baseret på leverandørernes egne skøn

Virksomhederne fordeler sig med omsætning i intervallerne som vist i nedenstående oversigt.

Omsætning seneste regnskabsår	< 100 mio. kr.	100-300 mio. kr.	300-500 mio. kr.	> 500 mio. kr.
Antal virksomheder	33	17	9	7

De 66 virksomheders årlige salg af byggematerialer i Danmark oversteg i seneste regnskabsår 12 mia. kr. De eksporterede tilsammen byggematerialer for mere end 6 mia. kr. En række af virksomhederne har desuden aktiviteter udenfor produktion af byggematerialer.

Oversigt over virksomheder i undersøgelsen

A/S Forenede TrappeFabrikker	Hetag Tagmaterialer A/S
A/S HYGÆA – Farver og Lakker	Hørning Parket Fabrik
A/S Randers Tegl	Icopal A/S
ABB Komponent A/S	Idé-døren A/S
Akzo Nobel Decorative Coatings A/S	Lafarge Braas Dansk Tag A/S
Betonelement A/S	Langeskov Beton
BMG Bygningsbeslag A/S	Lindab
Broen A/S	LK A/S
Bøjsø Døre og Vinduer A/S	Max Sibbern
Børma A/S	Multiplast Vinduer A/S
Damixa A/S	NKT Cabels A/S
Danfoss A/S	NKT Trådværket A/S
Danogips A/S	Nordisk Wavin A/S
Dansk Eternit	Nordparquet ApS
Dansk Isokern A/S	OPTIROC A/S
Dansk Leca A/S	Paroc A/S
Dan-Spær A/S	Palsgaard Træ
De Forenede Teglværker	Perstorp A/S
DLH A/S	PL Beton A/S
Dyrup A/S	Plastmo A/S
Eurotag Danmark A/S	Primo Danmark A/S
F. Junckers Industrier A/S	Rias A/S
Flügger	Rockwool A/S
Forbo-Forshaga A/S	Roust Spær
Fårup Betonindustri A/S	Saint-Gobain Isover A/S
GH Beton	Sika Danmark A/S
Grindsted Betonvarefabrik A/S	Skjern Vinduer A/S
Gustavsberg VVS A/S	Sundolitt A/S
Gyproc A/S	Unicon Beton A/S
H+H Celcon A/S	Uponor A/S
H+H Fiboment	Velfac A/S
Henkel Byggeteknik A/S	Velux AS
Aalborg Portland A/S	Wirsbo