

**MOTTATT**

29 AUG. 2012

Konkurransetilsynet



**Nor Tekstil**

2012/10642-1

Konkurransetilsynet  
Postboks 439 Sentrum

5805 BERGEN

Nor Tekstil AS  
Industrivegen 24  
Postboks 81, 6901 Florø  
Tel: +47 415 67 000  
Fax: +47 57 75 24 23  
E-post: post@nortekstil.no

nortekstil.no

27. august 2012

## **FULLSTENDIG MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING – FELLES MELDING**

Det meldes herved om at følgende parter har inngått avtale om sammenslåing.

### **1. MELDERE**

#### **1.1. OVERTAKENDE SELSKAP**

Foretaksnavn: Nor Tekstil AS  
Org.nr: 988 023 868  
Forretningsadresse: Industrivegen 24, 6900 Florø  
Postadresse: Postboks 81, 6901 Florø  
Telefon: 415 67 000  
Telefaks: 57 75 24 23  
E-post: post@nortekstil.no  
Kontaktperson: Leif Belsvik

#### **1.2. OVERDRAGENDE SELSKAP**

Foretaksnavn: Sentralvaskeriene AS  
Org.nr: 997 851 382  
Forretningsadresse: Strandveien 50 C, 1366 Lysaker  
Postadresse:  
Telefon: 671 29 798  
Telefaks: 67 12 97 95  
E-post: kristian@bohme.no  
Kontaktperson: Kristian Gaasrud

Melding av foretakssammenslutning på vegne av selskapene sendes inn av:

Nor Tekstil AS  
v/ daglig leder Leif Belsvik  
Postboks 81  
6901 Florø  
Tlf: 915 455 11  
E-post: leif@nortekstil.no

Partene har valgt å sende inn fullstendig melding da det er av stor betydning for melderne å få avklart saken med Konkurransetilsynet så snart som mulig. Ved å sende inn fullstendig melding vil man kunne spare tid for det tilfelle at tilsynet likevel ber om fullstendig melding.

## **2. BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN**

Nor Tekstil AS (988 023 868) har den 20. juli 2012 inngått en avtale om sammenslåing med Otto Christian Bøhme (27.4.1956) og Wenche Charlotte Bøhme (4.7.1954) sitt indirekte eide selskap Sentralvaskeriene AS (997 851 382), heretter i fellesskap omtalt som «Bøhme».

Partene er enige om å samle sine vaskerivirksomheter under felles eierskap ved at Sentralvaskeriene AS fusjoneres inn i Nor Tekstil AS med vederlag i aksjer i Nor Tekstil AS.

Den selskapsrettslige beslutning av fusjonen er planlagt i løpet av august 2012. Fusjonen vil umiddelbart etter behandling i selskapenes generalforsamling bli meldt til Foretaksregisteret. Etter kunngjøring i foretaksregisteret løper en to måneder kreditorfrist, jf. aksjeloven § 13-14. Melding om ikrafttredelse til Foretaksregisteret kan tidligst sendes etter utløpet av kreditorfristen og etter at forholdet til eventuelle kreditorer som har fremmet innsigelser er avklart.

Gjennomføring av fusjonen er også betinget av at forholdet til Konkurransetilsynet er avklart. Melding om ikrafttredelse vil ikke bli sendt Foretaksregisteret før Konkurransetilsynet har behandlet saken.

Etter gjennomføring av fusjonen vil aksjene i Nor Tekstil AS være eid som følger:

<b>Aksjonær</b>	<b>Eierandel</b>
Optivask AS	90,00 %
Skibsaktieselskapet Manitowoc	10,00 %

Ingen tredjepersoner har noen rettigheter (opsjoner, tegningsretter mv) til aksjene i Nor Tekstil AS.



## **3. BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE OG FORETAK I SAMME KONSERN**

### **3.1. NOR TEKSTIL AS**

Nor Tekstil AS (988 023 868) var tidligere et holdingselskap for driftsselskapet Nor Tekstil AS (982 221 587). Nor Tekstil AS (988 023 868) har i 2012 fusjonert med Nor Tekstil AS (982 221 587), med sistnevnte som overdragende selskap.

Nor Tekstil AS var inntil nylig eid med en halvdel hver av LEO AS og Bergens Vaskeriet AS. Nevnte aksjonærers eierandeler er overført til holdingselskapet Optivask AS (998 293 472) – som nytt holdingselskap til det fusjonerte Nor Tekstil AS. Eierforholdet i Optivask AS er tilsvarende disse aksjonærenes tidligere eierandel i Nor Tekstil AS (det vil si med en halvdel hver på LEO AS og Bergens Vaskeriet AS).

Nor Tekstil AS driver vaskerivirksomhet som tilbyr vask og utleie av tekstiler fra 21 egne anlegg. Selskapets hovedkontor ligger i Florø og selskapet sysselsetter ca. 700 ansatte.



Nor Tekstil AS sine anlegg er beliggende på følgende steder sortert på fylke:

- Møre og Romsdal:
  - Molde
  - Ålesund
- Sogn og Fjordane:
  - Florø
  - Sogndal
  - Vadheim
- Hordaland
  - Voss
  - Mongstad
  - Bergen
  - Valen
- Buskerud
  - Drammen (2 avd.)
- Akershus
  - Ski
- Oslo
  - Oslo
- Nordland:
  - Glomfjord
  - Bodø
- Nord Trøndelag:
  - Levanger
- Sør Trøndelag:
  - Rognes
- Rogaland
  - Stavanger
- Vest Agder
  - Kristiansand
- Telemark
  - Skien (2 avd.)

### **3.2. SENTRALVASKERIENE AS OG FORETAK I SAMME KONSERN**

Sentralvaskeriene AS er et nyopprettet holdingselskap som 22.5.2012 overtok samtlige aksjer i selskapene Grøm & Manitowoc AS (990 022 747), Sentralvaskeriet for Østlandet AS (917 203 660), Agder Sentralvaskeri AS (931 627 953) og Nesvask Tekstilservice AS (914 555 639).

Selskapene Sentralvaskeriet for Østlandet AS, Agder Sentralvaskeri AS og Nesvask Tekstilservice AS driver vaskerivirksomhet som tilbyr vask og utleie av tekstiler fra anlegg i Rakkestad, Ås, Tvedestrand og Nes. Selskapene sysselsetter i underkant av 200 ansatte.

I tillegg til datterselskapene som nevnt ovenfor overtok Sentralvaskeriene AS en beholdning av aksjer i Jotun Vask AS (971 189 975) på 38 %, samt en eierandel i Breeze Gruppen AS på 32,8 %. Nesvask Tekstilservice AS er også aksjonær i Breeze Gruppen AS med en eierandel på 9,4 %. Total eierandel i Breeze Gruppen AS for konsernet er følgelig 42,20 %. Breeze Gruppen AS er et selskap som fremstår som en overordnet struktur i et samarbeid mellom frittstående vaskeriselskaper (medlemmer). Samarbeidet styres av medlemmene ved at disse har styringsrett/-kontroll på Breeze Gruppen AS. Hensikten med samarbeidet er å foreta markedsføring samt inngår kontrakter som de enkelte vaskeriselskapene ikke er i stand til å levere til på egen hånd. Samarbeidet er begrenset til å gjelde nasjonale rammeavtaler primært knyttet til flatt tøy til hoteller og helseinstitusjoner. Breeze Gruppen AS er en videreføring av det tidligere prissamarbeidet innenfor Tekstil Partner Nor AS, som før ny konkurranselov, var innvilget dispensasjon til prissamarbeid. I enkelte tilfeller har Breeze Gruppen AS eid egne vaskerier. Breeze Gruppen AS er i dag i konkurranse med Nor Tekstil AS på slike nasjonale kontrakter– og vil også være det i fremtiden. Nor Tekstil AS har følgelig ingen interesse i å opprettholde eierandelen etter fusjon. Eierandelen vil derfor bli søkt avhendet/realisert så snart praktisk mulig etter ikrafttredelse av fusjonen. Det vises til mer om Breeze Gruppen AS nedenfor.

Sentralvaskeriene AS er i dag eid 100 % av selskapet Skibsaktieselskapet Manitowoc (930 331 856).

Sentralvaskeriene AS sine anlegg er beliggende på følgende steder sortert på fylke:

- Hedmark
  - Nes
- Østfold
  - Rakkestad
- Aust Agder
  - Tvedestrand
- Akershus
  - Ås

Det er følgelig kun i Akershus at både Nor Tekstil AS og Sentralvaskeriene AS er etablert i samme fylke.

### 3.3. MEDLEMSKAP I BRANSJEORGANISASJONER

De involverte foretakene er medlem av Norsk Renseri og Vaskeriforbund.

### 3.4. OMSETNING OG DRIFTSRESULTAT

Selskap	Omsetning i tusen kroner	Driftsresultat i tusen kroner
Nor Tekstil AS	654 500	53 200
Sentralvaskeriene AS	0	0
Grøm & Manitowoc AS	16 300	3 559
Sentralvaskeriet for Østlandet AS	99 622	- 2 454
Agder Sentralvaskeri AS	26 518	- 970
Nesvask Tekstilservice AS	36 275	- 1 642

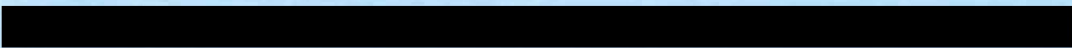
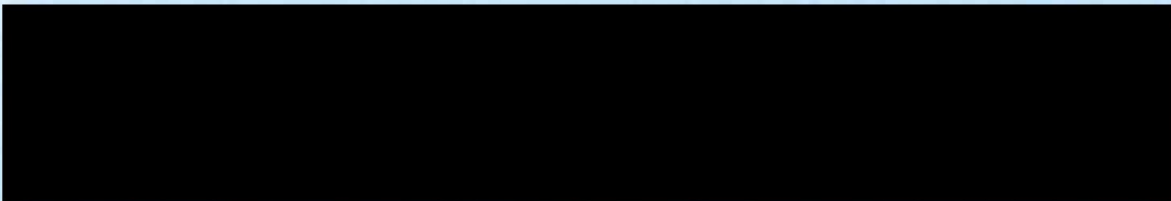
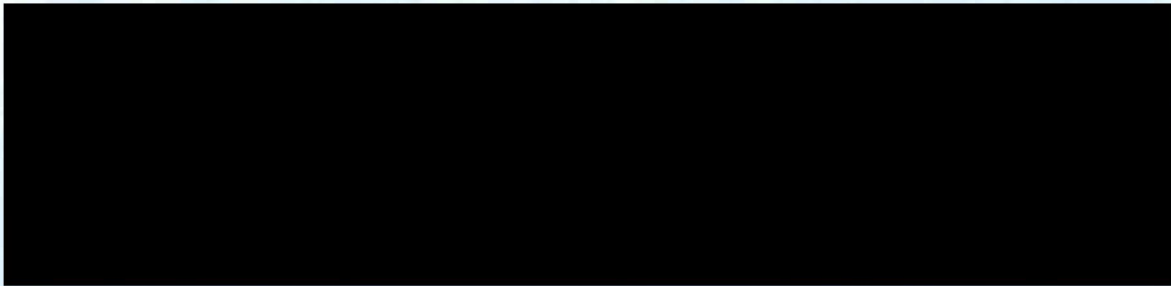
Omsetning som vist ovenfor er pr. 31.12.2011. Omsetningen for konsernselskapet Grøm & Manitowoc AS er ikke vaskerirelatert omsetning. Grøm & Manitowoc AS driver utelukkende virksomhet med utleie og leasing av maskiner og utstyr til andre konsernselskaper. Omsetningen ville blitt eliminert dersom det skjedde en fusjon mellom konsernselskapene. Omsetningen har derfor ingen konkurransemessig betydning.

## 4. DEN STRATEGISKE OG ØKONOMISKE BEGRUNNELSE FOR FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

### 4.1. BAKGRUNN

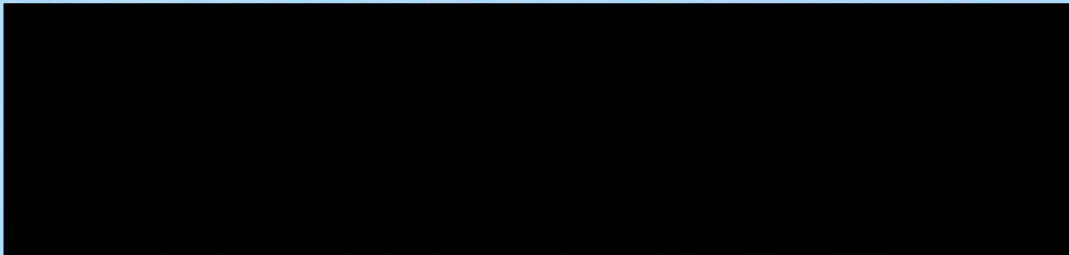






#### **4.2. OPPSUMMERING**

Basert på ovennevnte ønsker man å oppsummere de sentrale forhold som lå til grunn for å inngå avtalen:



## 5. MARKEDER SOM BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Det relevante markedet i dette tilfellet er de profesjonelle kundene.

Det norske vaskerimarkedet kan videre deles inn i to hovedsegmenter, flatt tøy for helse, hotell, restaurant og overnattingsbedrifter (duker, servietter, sengetøy osv), samt MMA (matter, mopper og arbeidstøy). Normalt eier ikke kundene tekstilene selv. En del av produktet er derfor også utleie av tekstiler.

Flatt tøy markedet i Norge avgrenses både lokalt og nasjonalt. Det nasjonale markedet domineres av noen få store kjøpere. Disse består enten av store innkjøpssammenslutninger som ivaretar større kjøperes interesser i form av å tilby enkeltkontrakter og felles prisforhandlinger, samt større kunder som ber om nasjonale kontrakter. Se mer nedenfor. For disse kjøperne er det flatt tøy som er det interessante.

Når det gjelder markedet for MMA er en liten del av dette markedet regulert inn i storkundeavtaler, mens den vesentligste delen av markedet er preget av mange enkeltstående kjøpere (butikker, kontorer etc). MMA markedet må derfor sies å være primært lokalt begrenset og preges derfor av lokal konkurranse. Når det gjelder volumkontrakter av arbeidstøy til helse, næringsmiddel og offshore, er disse en del av flatt tøy segmentet. Konkurransetutting er følgelig både geografisk og nasjonalt avgrenset.

Det eksisterer ikke gode tall på fordeling av de to markedene (omsetning). Noe av grunnen til dette er at de ulike kundegruppene har behov i begge segmentene (et sykehus har behov for matter, mopper, teknisk arbeidstøy, senge- og pasienttekstiler, m.v). Et rimelig estimat på segmentfordeling er trolig 2/3 av totalomsetning skjer innen flatt tøy, og 1/3 innen MMA. Vi har da forutsatt at volumkontrakter for arbeidstøy til næringsmiddelindustrien og helsemarkedet er en del av flatt tøy markedet.

Det tilgrensede markedet er i dag forholdvis begrenset. Substituerbare produkter er engangs tekstiler. Dette benyttes på enkelte områder spesielt innenfor helse, restaurant og næringsmiddel. Engangsartikler vurderes av markedet som et alternativ til vaskbare tekstiler. Dette er med på å holde prisnivået nede. Det er ikke uvanlig at kunder i vaskeribransjen avtalefester retten til også å benytte engangstekstiler. Som eksempel kan nevnes følgende engangstekstiler:

- Papirduker
- Papirservietter
- Engangsartikler til sykehus
- Engangsarbeidstøy i plast og papir
- Sengetekstiler i papir

Da Bøhme har et prissamarbeid med de øvrige medlemmene i Breeze Gruppen AS for de nasjonale kontraktene, vil det relevante markedet for disse kontraktene være nasjonalt.

For Bøhmes omsetning utenfor Breeze Gruppen AS, vil det relevante markedet være lokalt, i dette tilfellet primært Østlandsområdet. Konkurransen skjer da mot Nor Tekstil AS sine lokale anlegg.



Østlandsområdet er her definert som følgende fylker:

- Østfold
- Akershus
- Oslo
- Hedmark
- Oppland
- Buskerud
- Vestfold
- Telemark

### **5.1. FLATT TØY**

Denne produktgruppen inneholder som nevnt primært følgende enkeltartikler: sengetøy, håndduker, duker, servietter, brikker, kluter, samt ulike særlige produkter til helsesektoren som krever vasking og rulling/heltørk som bearbeidingsmetode. Sistnevnte inneholder typisk tekstiler som babytøy, operasjonstekstiler samt ulike pasienttekstiler.

Kjøperne av disse produktene er bedrifter som leverer helsetjenester, overnattingstjenester, serveringsbedrifter, industribedrifter, servicebedrifter og handelsbedrifter. Noen av kjøperne, eksempelvis sykehus, inntar arbeidstøy i samme kontrakt som flatt tøy. Arbeidstøy til disse kjøperne anses derfor som nevnt som en del av flatt tøy markedet.

Fremveksten av de store kjøperne/innkjøpssammenslutningene over de senere år har medført betydelig konkurranse i markedet for flatt tøy. Denne konkurransen har på leverandørsiden satt store krav til effektivitet, herunder gode logistikk-løsninger, samt samarbeid med andre (enten i form av foreningen Breeze Gruppen AS, eller ved bruk av underleverandører).

### **5.2. MMA**

Produktene som inngår i MMA segmentet er som nevnt i hovedsak matter, mopper, kluter, filler og arbeidstøy. Kundene for disse produktene er samtlige bedrifter i Norge. Matter benyttes stort sett ved inngangspartiet til alle kontorbygninger og butikker, samt av industribedrifter for å begrense transport av fukt og smuss. Arbeidstøy er et økende marked da stadig flere bedrifter tariffester rett til arbeidstøy for de ansatte.

Markedet for MMA er i motsetning til markedet for flatt tøy mer profitabelt og, etter Nor Tekstil AS sin oppfatning, mindre utsatt for priskonkurranse enn flatt tøy markedet. Årsaken til dette er som nevnt at kjøperne er mange. De er dermed mindre prisbevisste og mindre profesjonelle i innkjøpssituasjonen – noe som igjen blant annet har sammenheng med at kontrakten har mindre verdi for den enkelte kjøper.

## **6. MARKEDSSTRUKTUREN I DE BERØRTE MARKEDENE**

Omsetning innenfor vaskeri og renseri for hele Norge var i 2011 NOK 2 520 000 000. Dette tallet viser kommersiell omsetning hvor tallene er offentlig tilgjengelig via informasjonstjenester som ravninfo.no. Totalt er det 446 enheter som er registret innen bransjen «Vaskeri- og renserivirksomhet». En rekke brukere har egne vaskerier, typisk innen helsesektoren. Omsetningen på brukernes egne vaskerier, samt omsetning for enkeltmannsforetak er ikke med i tallgrunnlaget. Leveranser fra bedrifter som ligger under andre bransjekoder er heller ikke med. Dette er eksempelvis renholds firmaer som vasker matter, mopper og arbeidstøy i egen regi. Nor Tekstil AS antar at hvis all vask hadde vært konkurranseutsatt



ville markedet vært mellom 3 og 3,5 milliarder pr år. Som følge av at flere bedrifter enn tidligere tilbyr sine ansatte vask av arbeidstøy, økt produksjon av helsetjenester og antatt videre vekst i reiselivssektoren anser Nor Tekstil AS at det ligger et potensiale for ytterligere utvikling av markedet på mellom 10 og 20 %.

Nor Tekstil AS hadde i 2011 en totalomsetning på NOK 654 500 000 som tilsvarer en markedsandel på 26 % av dagens kommersielle omsetning i det synlige markedet.

Forutsatt at dagens totale marked er nærmere MNOK 3 000, vil dette gi en markedsandel på 21 %. Etter sammenslutning med Bøhme antas markedsandelen å bli henholdsvis 32 % i det synlige markedet og 26 % av det antatt totale marked.

Nor Tekstil AS anser et totalt marked på MNOK 3 000 [redacted] Merk at tallgrunnlaget som vist ovenfor er hentet fra offentlig tilgjengelig regnskapstall. For enheter som ikke har levert regnskap for regnskapsåret 2011 er det benyttet tall fra regnskapsåret 2010.

Vi anser at markedet for Østlandet, som definert ovenfor, står for ca [redacted] % av det synlige markedet i Norge.

Nor Tekstil AS har i dag følgende omsetning på Østlandet:

Fylke	Omsetning 2011
Akershus	[redacted]
Oslo	[redacted]
Telemark	[redacted]
Buskerud	[redacted]
	[redacted]
Sum omsetning	[redacted]

Tabellen ovenfor viser at Nor Tekstil AS har en markedsandel på [redacted] % i det synlige markedet. Av omsetningen på [redacted] er det [redacted] som stammer fra avtaler som er en del av det lokale markedet. Av Nor Tekstil AS sin omsetning på Østlandet er følgende [redacted] knyttet til nasjonale avtaler.

Bøhme har i dag følgende omsetning på Østlandet:

Fylke	Omsetning 2011
Østfold / Akershus	[redacted]
Hedmark	[redacted]
	[redacted]
Sum omsetning	[redacted]

Tabellen ovenfor viser at Bøhme har en markedsandel på [redacted] % i det synlige markedet. På Østlandet vil Nor Tekstil AS følgelig øke sin omsetning med [redacted] til [redacted] hvilket gir en markedsandel på [redacted] %.



Salgskanalene i det norske vaskerimarkedet er i hovedsak:

- Offentlige anskaffelser publisert på Doffin
- Nasjonale forespørsler fra kjedemarkedet
- Oppsøkende salg

## 7. VIKTIGSTE KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER I DE BERØRTE MARKEDENE

Nor Tekstil AS

Fem viktigste konkurrenter	Markedsandel
Berendsen Tekstil Service AS	21 %
Breeze (uten Bøhme)	11 %
Bøhme (3 vaskeri)	6 %
Stil Tekstilservice AS	3 %
Tekstilvask Innlandet AS	2 %
Lillrent AS	2 %

Fem største kunder	Andel av salg

Fem største leverandører	Andel av totalt innkjøp

Bøhme

Fem viktigste konkurrenter	Markedsandel
Nor Tekstil AS	26 %
Berendsen Tekstil Service AS	21 %
Breeze (uten Bøhme)	11 %
Lillrent AS	2 %
Tekstilvask Innlandet AS	2 %
Norrøna-vask AS	1 %

Fem største kunder	Andel av salg

Fem største leverandører	Andel av totalt innkjøp

Merk at andel som oppgitt ovenfor er omtrentlig.

## 8. FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ANTATTE VIRKNINGER FOR MARKEDSSTRUKTUREN OG DE INVOLVERTE SELSKAPER

### 8.1. ØKT KONKURRANSE I MARKEDET FOR MMA

I markedet for MMA vil virkningen av fusjonen primært være for Østlandet. Se ovenfor hva som er nevnt om det relevante markedet. Som vi beskriver nedenfor, mener vi virkningen vil være økt konkurranse med antatt reduserte priser til kjøper over tid.

Som nevnt antas profitten i markedet for MMA på Østlandet å være høy som følge av relativ lav konkurranse om pris. Markedet for MMA bærer preg av at enkelte store lokale aktører dominerer leveransen. Eksempelvis har Stil Tekstilservice AS hatt en resultatgrad på mellom 18,49 % og 23,57 % de siste 5 regnskapsårene. En annen stor aktør i markedet for MMA er Berendsen Tekstil Service AS som i 2009 gjennomførte oppkjøp av vaskerivirksomheten til ISS Facility Service AS. I følge regnskapene for 2009 hadde Berendsen Tekstil Service AS en resultatgrad på 17,46 %. Fallet i resultatgrad for 2010 antas å skyldes regnskapsmessig behandling av oppkjøpet av ISS Facility Service AS. Berendsen er et internasjonalt konsern med over 16 000 ansatte fordelt på 15 land i Europa. Berendsen Tekstilservice AS hadde i 2011 en omsetning i Norge på over MNOK 500.

Nor Tekstil AS sin omsetning i MMA markedet estimeres til [REDACTED].



## 8.2. STØRRE MARKEDSANDEL OG FORVENTET UENDRET KONKURRANSE FOR FLATT TØY

Foretakssammenslutningen antas å påvirke markedet for flatt tøy til helse, hotell og restaurant i mindre grad. Det er stor konkurranse i markedet både nasjonalt og på sentrale Østlandet. Markedet for vaskeritjenester er som nevnt i stor grad preget av ulike innkjøpssammenslutninger hvor store kundegrupper har gått sammen for å øke forhandlingsstyrken ovenfor vaskeriene.

Eksempler på slike sammenslutninger er Gress-gruppen (Rica Hotels, Compass Group Norge, The Rezidor Hotel Group, Gate Gourmet Norway, Hurtigruten, Norlandia, Fjord-Line og Torghatten), Noresavtalen som består av uavhengige restauranter og hoteller (herunder Best Western og First Hotels), og NHO Reiseliv som er landets største grossist- og profilkjedeuavhengige innkjøpsorganisasjon for frittstående bedrifter innen overnattings- og servicenæringen.

På samme måte som de private innkjøpssammenslutningene har også helseforetakene felles regionale innkjøpsavtaler for vaskeritjenester. I tillegg er flere aktører så store at de i seg selv forhandler om innkjøp på et nasjonalt plan. Det nevnes her Choice Hotels og andre hotellkjeder.

Siden etableringen av Gress-gruppen og de øvrige innkjøpssammenslutningene har de enkelte vaskeriene gradvis mistet mye av sin forhandlingsposisjon i markedet. Store vaskerivolum i enkeltkontrakter har medført en ubalanse på leverandørsiden til fordel for innkjøperne. Ved å samle betydelige volum i langsiktige kontrakter setter innkjøperne langt på vei rammene for konkurransen. Store volum og lavere marginer har også medført at flere av de mindre vaskeriene ikke lenger klarer å levere tilbud på disse kontraktene, enten da de er blitt for små, risikoen er for stor, eller at det vil medføre uforholdsmessige finansielle løft dersom man skulle vinne konkurransen. [REDACTED]

Skal man levere på kontrakter til de store innkjøpssammenslutningene eller de store nasjonale kundene, må leverandørene tilpasse seg. En slik tilpasning har skjedd over tid ved at man enten har foretatt konsolideringer i form av oppkjøp (Nor Tekstil AS, Berendsen Tekstil Service AS, Stil Tekstilservice AS) eller ved leveransesamarbeid (Breeze Gruppen AS). Selv om Nor Tekstil AS i dag er en stor aktør, er likevel også Nor Tekstil AS avhengig av å nytte underleverandører for å dekke en nasjonal etterspørsel fra en kunde. Eksempelvis har Nor Tekstil AS som nevnt begrenset produksjonskapasitet på Østlandsområdet. Videre har selskapet ikke anlegg nord for Bodø (når deres nye anlegg i Bodø står ferdig senere i år). I Helgelandsregionen må derfor Nor Tekstil AS også nytte underleverandører for å kunne by på nasjonale kontrakter.

Konsekvensen av at de store innkjøpssammenslutningene og de nasjonale kundene innehar betydelig makt overfor leverandørene, er at disse også i betydelig grad selv kan medvirke til å bestemme konkurransesituasjonen på leverandørsiden ved tiltak fra dem selv. Eksempelvis har kundene mulighet til å dele opp kontraktene i mindre volum etter en geografisk fordeling slik at man øker konkurransen ved at flere aktører får mulighet til å delta. Som eksempel er dette blitt gjort av Universitetssykehuset i Stavanger som delte totalordren på sykehuset i arbeidstøy og flatt tøy. Som eksempel kan også nevnes Helse Sør-Øst som delte sitt volum i to kontrakter, hvor hver kontrakt ble vurdert individuelt, og da uten at leverandørene hadde mulighet for å gi volumrabatter forutsatt at de fikk begge ordrene.

[REDACTED]

Før sammenslutningen har Nor Tekstil AS en omsetning på ca [REDACTED] i flatt tøy markedet. Fordelingen mellom flatt tøy og MMA er for Nor Tekstil AS anslått til ca [REDACTED], man forutsetter tilsvarende tall for Bøhne.



Ved sammenslutningen vil Nor Tekstil AS øke sin omsetning i flatt tøy med [REDACTED]. Markedsandelen antas å bli på ca. [REDACTED]%. Det forutsettes i beregningen at [REDACTED] av det totale markedet er flatt tøy og [REDACTED] av det totale markedet er MMA.

### 8.3. BEDRE RUSTET TIL Å MØTE INTERNASJONAL KONKURRANSE

Et annet strategisk poeng for fusjonen sett fra Nor Tekstil AS sin side, er økt globalisering. Vaskeribransjen har tradisjonelt vært en bransje med mange små lokale familieeide vaskerier. Slik er det langt på vei ennå. Ved å bygge opp en større organisasjon har Nor Tekstil AS evnet å profesjonalisere og effektivisere driften, noe som til en viss grad har fått betydning for hele bransjen. Dette er nødvendig dersom man også skal kunne møte utenlandske aktører. Etter Nor Tekstil AS sin oppfatning vil det innen få år finne sted en betydelig globalisering også innen dette markedet. Dette har også sammenheng med at flere av kundene i dag er internasjonale, og i stadig større grad tenker globalt. Det må forventes at også disse vil påvirke en slik utvikling.

På leverandørsiden er det allerede noen internasjonale aktører i det norske markedet. Det nevnes Berendsen Tekstil Service AS, som i 2009 overtok vaskerivirksomheten til ISS Facility Service AS, og det danske selskapet De Forenede Dampvaskerier. Eksempelvis tapte Nor Tekstil AS blant annet konkurransen om levering til Nycomed til sistnevnte. Mange utenlandske aktører som kan forventes vil komme til Norge, er store konsern med betydelig finansiell styrke. Eksempelvis nevnes at Berendsen Tekstil Service AS i 2011 bare i Norge hadde en omsetning på over MNOK 500. Berendsen er et internasjonalt konsern med over 16 000 ansatte fordelt på 15 land i Europa. I Norge har Berendsen konsentrert seg om MMA markedet og har blitt en ledende leverandør av MMA. Ved oppkjøp av ISS Facility Service AS styrket de sin posisjon ytterligere. En økt konkurranse fra Berendsen, eller andre store internasjonale aktører, på flatt tøy markedet vil kunne være kritisk for de norske aktørene dersom man ikke evner å omstille seg. Vi antar at terskelen er lav for at Berendsen reetablerer seg i flatt tøy markedet i Norge. De har allerede tilgjengelige ressurser for dette, samt at de operer i dette markedet i øvrige skandinaviske land.

Andre internasjonale aktører som kan tenkes aktuelle for det norske markedet er:

- De Forenede Dampvaskerier:  
Danks vaskerileverandør med totalt 15 vaskeri, ca. 1000 ansatte og omsetning ca. 1 mrd. DKK.
- Lindström:  
Finsk vaskerileverandør som også er etablert i Sverige. Etablerte seg i Sverige for 3 år siden da Scandic inviterte Lindström til å konkurrere på en nasjonal kontrakt. Totalt har Lindström en omsetning på ca. 262 millioner euro og ca. 2500 ansatte fordelt på avdelinger i 21 land.
- CWC  
Internasjonalt selskap representert i 17 europeiske land, deriblant Sverige. Medlem av Rikstvatt i Sverige som består av totalt 14 vaskeri. Totalt har CWC 55 vaskerianlegg med og ca 8000 ansatte.

Skal en norsk aktør være i stand til å møte større utenlandske aktører i konkurranse om det norske markedet, må man ha vekst og en viss tyngde. Lokale mindre familiebedrifter med lokal geografisk tilknytning, vil åpenbart ikke kunne være med å konkurrere på dette nivået.



## 9. ETABLERINGSHINDRINGER I DE BERØRTE MARKEDER

Generelt anser Nor Tekstil AS etableringshindringene i markedet for å være små. Bygging av vaskerier er å sammenligne med «hyllevarer». Har man tilgang til tomt vil bygg og innmat være «standard vare». Nor Tekstil AS har selv, de siste tre år, bygget/bygger tre nye vaskerier beliggende i Bergen, Kristiansand og Bodø.

Teknologien som benyttes er gjennomgående kjent og tilgjengelig. Det foreligger ingen særegen forretningsutvikling eller spesialkunnskap som ikke er kjent for alle i bransjen. Oppstart av et nytt vaskeri krever som nevnt tilgang på kapital, tomt, og et volum innen rimelig tid som forsvarer kostnadsnivået. De ansatte blir i mange tilfeller fremskaffet ved innleie fra vikarbyråer.

Faktisk hender det i flere tilfeller at man byr på kontrakter uten å ha et vaskeri klar for produksjonen. Eksempelvis ble en tilbyder prekvalifisert for levering til en ordre som ble lagt ut til konkurranse fra Helse Sørøst nå i år, selv om vedkommende tilbyder åpent tilkjennga at det ville bli bygget et eget vaskeri for volumet dersom vedkommende vant konkurransen. Dette viser klart at kanskje det viktigste hinderet for etablering er tilgang på kapital.

Ved å tillate at også tilbydere som er avhengig av å bygge et vaskeri for å betjene en ordre er med i konkurransen, ser man at kundene selv også på denne måten i stor grad kan være med og påvirke konkurransesituasjonen. En leverandør kan på denne måten i visse tilfeller gis anledning til å vente med investeringen til man har sikret seg tilstrekkelig volum.

Markedet for flatt tøy på sentrale Østlandet vurderes som tilstrekkelig stort til at det ikke vil være nevneverdige problemer å opparbeide nødvendig kritisk masse med kunder og volum for å få en økonomisk drivverdig vaskerierhet. Nor Tekstil AS antar at en langsiktig aktør vil kunne etablere vaskeri i dette markedet uten å ha opparbeidet kritisk masse og volum på tidspunkt for investeringsbeslutningen. Det tar anslagsvis 6-12 måneder å bygge et moderne vaskeri. Dette antas å være tilstrekkelig tidsvindu for etablering av kritisk masse og volum.

Flere mindre vaskerier har også mulighet til å gå sammen for å ta markedsandeler dersom de satser og bygger ut anlegg. Omfattende bruk av underleverandører gjør at også disse i visse tilfeller kan satse på deler av nasjonale storkundeavtaler.

Etableringshindringene for vaskerier som opererer i ulike segment anses også som små. Vaskerier som utelukkende tilbyr flatt tøy har som regel alt tilgjengelig utstyr for å levere MMA. Eventuelle ombygninger for å betjene disse kundegruppene er uansett marginale. Vi anser følgelig at vaskerier



som tilbyr flatt tøy raskt kan tilpasse seg løsninger som gjør at de kan konkurrere profesjonelt innenfor MMA segmentet.

Vaskeriene som utelukkende tilbyr MMA kan også produsere flatt tøy, men dette krever normalt noe mer maskinelle tilpasninger. MMA produktene er ulike flatt tøy produktene. Vaskeriene som leverer tjenestene kan likevel ved enkle ombygginger eller tilpasninger konvertere sin produksjon fra flatt tøy til MMA og omvendt. Det vil dog normalt påløpe noe mer kostnader ved å konvertere et anlegg fra MMA til flatt tøy produksjon enn omvendt.

Det er ingen offentlige reguleringer som påvirker etableringen i dette markedet.

## **10. EFFEKTIVITETSGEVINSTER VED FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN**

Nor Tekstil AS forventer at foretakssammenslutningen vil medføre flere samfunnsøkonomiske effektiviseringsgevinster. Disse oppnås ved reduksjon av den samlede administrasjon, stordriftsfordeler ved produksjonen og andre samordninger som antas å ville medføre rene kostnadsbesparelser for de involverte foretak. Blant annet antas at en samordning mellom anleggene til Bøhme og Nor Tekstil AS vil kunne medføre logistikkmessige fordeler. Det forventes blant annet at kjørte kilometer pr kilo tøy reduseres vesentlig. Til syvende og sist oppnås lønnsomhet i vaskeribransjen ved at man har god logistikk i form av effektive og moderne vaskerier, samt kortest mulig kjørevei til kunden med et volum som muliggjør full bil så langt mulig. En sammenslåing vil derfor medføre omrokkeringer av Nor Tekstil AS og Bøhme sine kunder på Østlandsområdet på en slik måte at dette logistikkmessig gir kostnadsbesparelser. Disse beregningene (i kroner og øre) er ikke klar ennå.

Nor Tekstil AS har de siste årene satses stort på å bli ledende på miljø innen vaskeribransjen i Norge. I løpet av 2011 har Nor Tekstil AS gjennomført vesentlige miljøinvesteringer ved flere anlegg. Ved utgangen av 2011 har 10 av selskapets vaskerianlegg lisens for svanemerking. Ved fusjonen vil anleggene til Bøhme inkluderes i satsingen på miljø som har resultert i betydelig reduksjon i vann- og energiforbruk. For nærmere informasjon vises til selskapets miljøregnskap inntatt i styrets årsberetning for 2011 og selskapets hjemmesider.

## **11. ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP**

De involverte foretak og konsernselskaps årsberetning og årsregnskap er vedlagt denne melding som *Vedlegg 1*.

## **12. AVTALEN**

Avtalen om foretakssammenslutning med vedlegg ligger vedlagt meldingen som *Vedlegg 2*.

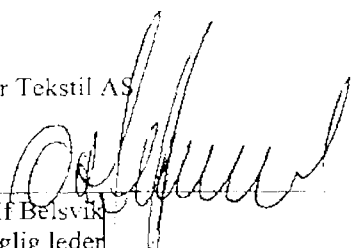


### 13. OFFENTLIG VERSJON AV MELDINGEN

Forslag til offentlig versjon av meldingen blir ettersendt.

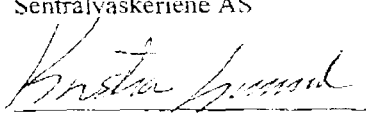
Med vennlig hilsen

Nor Tekstil AS

  
Leif Belsvik  
Daglig leder

Meldingen signeres av

Sentralyaskeriene AS

  
Kristian Gaasrød

- Vedlegg 1: De involverte foretak og konsernselskaps siste årsberetning og årsregnskap
- Vedlegg 2: Avtale om sammenslåing Nor Tekstil AS - «Bøhne Gruppen»
- Vedlegg 3: Forslag til offentlig versjon av meldingen