KONKURRANSE• TILSYNET
The Competition Authority

Mottaker
Offentlighet

Norge

Deres ref.:	*Vår ref.:* 2013/0732	*Saksbehandler:* Kjersti Margrethe Bruaas *Saksansvarlig:* Gjermund Nese	*Dato:* 12.02.2014

Offentlig versjon - Vedtak V2014-2 - Altor Fund III (via ELIXIA Holding IV AS) / TryghedsGruppen smba - ELIXIA Holding III AS/Health & Fitness Nordic AB - konkurranseloven § 16 jf. § 20 - inngrep mot foretakssammenslutning

(1) Konkurransetilsynet viser til fullstendig melding 23. oktober 2013, tilsynets varsel 27. november 2013 om at inngrep mot foretakssammenslutningen kan bli aktuelt, samt partenes forslag til avhjelpende tiltak 22. januar 2014, 4. februar 2014, 6. februar 2014, 7. februar 2014 og 10. februar 2014. Videre vises det til annen skriftlig og muntlig korrespondanse i saken.

(2) Konkurransetilsynet har kommet til at foretakssammenslutningen vedrørende Altor Fund III ("Altor Fund"), via ELIXIA Holding IV AS ("ELIXIA IV"), og TryghedsGruppen smba ("TryghedsGruppen") sitt erverv av felles kontroll over ELIXIA Holding III AS ("ELIXIA III") og Health & Fitness Nordic AB ("HFN"), kan føre til en vesentlig begrensning i konkurransen i treningssentermarkedet i Oslo, Bærum, Stor-Oslo Nord, Bergensområdet og Stavanger- og Sandnesområdet.

(3) Partene har fremsatt forslag til avhjelpende tiltak i samtlige av disse geografiske markedene, og Konkurransetilsynet har funnet at de foreslåtte avhjelpende tiltakene vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til. Tilsynet har på denne bakgrunn fattet vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkår, jf. konkurranseloven[1] § 16 annet ledd, jf. § 20 fjerde ledd.

1 Innledning

1.1 Sakens bakgrunn

(4) Saken gjelder fusjon av ELIXIA III og HFN sin treningssentervirksomhet i Norge, Danmark, Finland og Sverige. Konkurransetilsynets kompetanse er begrenset til å gjelde behandling av saken i det norske markedet (se punkt 3.1). Transaksjonen omfatter sammenslåing av treningssenteraktørene ELIXIA og HFN (med kjedene SATS og Fresh Fitness).

(5) Foretakssammenslutningen er planlagt gjennomført ved at ELIXIA IV overdrar sine aksjer og et aksjonærlån i ELIXIA III til et nyopprettet selskap, HFN Group AS ("HFN Group"). I tillegg vil TryghedsGruppen overdra sine aksjer i HFN til HFN Group. Etter en eventuelt gjennomført transaksjon, vil ELIXIA IV eie 51 prosent av aksjene i det nyopprettede selskapet

[1] Lov 5. mars 2004 nr. 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger.

KONKURRANSETILSYNET.NO • Postboks 439 Sentrum • 5805 Bergen • Tlf: +47 55 59 75 00

HFN Group, mens TryghedsGruppen vil eie de resterende 49 prosentene av aksjene. TryghedsGruppen vil i tillegg motta et aksjonærlån.

(6) Partene opplyser at ELIXIA IV og TryghedsGruppen etter en eventuell transaksjon vil oppnå felles kontroll i HFN Group.

1.2 Konkurransetilsynets saksbehandling

(7) Konkurransetilsynet har i anledning saken innhentet informasjon fra partene, konkurrenter og kunder.

(8) Tilsynet har hatt møter med partene 10. oktober 2013, 15. november 2013 og 21. januar 2014. Videre ble det gjennomført et telefonmøte med partene 11. desember 2013 i forbindelse med Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse. Det ble også avholdt møter med partene 27. januar 2014 og 5. februar 2014 i forbindelse med partenes forslag til avhjelpende tiltak. Konkurransetilsynet har i møtene med partene redegjort for sine foreløpige konkurransemessige bekymringer i saken. I tillegg har det vært løpende kontakt med partenes advokater. Partene har også inngitt skriftlige innspill i saken, herunder blant annet besvart informasjonspålegg fra Konkurransetilsynet. Partene har fått fortløpende innsyn i sakens dokumenter.

(9) Informasjonsinnhenting fra konkurrenter har i hovedsak foregått ved at tilsynet har sendt spørsmålsbrev til i alt 24 av partenes konkurrenter (henholdsvis 14 treningssenterkjeder og 10 frittstående, lokale treningssentre).

(10) Når det gjelder hvordan tilsynet har innhentet informasjon fra partenes kunder, er dette nærmere beskrevet i punkt 4.2.

1.3 Fristberegning

(11) Konkurransetilsynet mottok fullstendig melding 23. oktober 2013. Varsel om at inngrep kan bli aktuelt ble rettidig oversendt partene 27. november 2013, jf. konkurranseloven § 20 annet ledd første punktum.[2]

(12) I henhold til konkurranseloven § 20 fjerde ledd første punktum, må Konkurransetilsynet snarest mulig, og senest innen 70 virkedager fra meldingen er mottatt, fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag om avhjelpende tiltak fra melderne, eller legge frem begrunnet forslag til forbudsvedtak. Frist for begrunnet forslag til forbudsvedtak var 3. februar 2014. Partene fremsatte forslag om avhjelpende tiltak 22. januar 2014. Dersom partene fremsetter forslag om avhjelpende tiltak senere enn 55 virkedager fra melding er mottatt, forlenges Konkurransetilsynets frist tilsvarende jf. konkurranseloven § 20 fjerde ledd annet punktum. Konkurransetilsynet forlenget på denne bakgrunn fristen med 7 virkedager til 12. februar 2014. Fristen for å fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag om avhjelpende tiltak fra melderne eller legge frem begrunnet forslag til forbudsvedtak er etter dette 12. februar 2014, og vedtaket er således rettidig.

2 Partene i saken

2.1 Altor Fund III

(13) Før transaksjonen er Altor Fund, gjennom sin eierandel i ELIXIA IV, den største eieren av ELIXIA III. Selskapet har (indirekte) enekontroll over ELIXIA III.

(14) Altor Fund III består av tre private equity fond (aksjefond) og deres respektive porteføljeselskaper. De tre private aksjefondene er Altor 2003 Fund, Altor Fund II og Altor Fund III.

[2] Slik den lød før lovendringen. 1. januar 2014 trådte flere endringer i konkurranseloven i kraft, herunder endringer i lovens kapittel 4 om kontroll med foretakssammenslutninger mv. Fullstendig melding ble mottatt før lovendringene trådte i kraft. Saksbehandlingen har etter ikrafttredelsen fulgt saksbehandlingsreglene i det reviderte regelverket.

(15) Altor Funds porteføljeselskap har aktiviteter i mange ulike bransjer. Foruten ELIXIA-selskapene er det ingen av porteføljeselskapene som driver med treningssentervirksomhet.

2.1.1 ELIXIA Holding III AS og ELIXIA Holding IV AS

(16) ELIXIA IV er morselskapet i ELIXIA AS' (ELIXIA-gruppen) virksomhet i Norden. I juni 2011 kjøpte ELIXIA IV (via sitt datterselskap ELIXIA III) alle aksjer i ELIXIA Holding II AS og overtok derigjennom eierskapet til ELIXIAs virksomhet i Norden. Selskapet er hovedsakelig kontrollert av Altor Fund, som gjennom selskapet ELIXIA Holding sarl eier 69,84 prosent av aksjene. De resterende aksjene i ELIXIA IV er eid av Maaseide Promotion AS (13,8 prosent) og ansatte (16,4 prosent).

(17) ELIXIA III er et holdingselskap. Før transaksjonen er selskapet heleid av ELIXIA IV.

(18) ELIXIA III hadde ingen driftsinntekter i 2012. ELIXIA IV hadde i 2012 en omsetning på 1 119 millioner norske kroner. I Norge hadde ELIXIA IV en omsetning på [redacted] norske kroner.[3]

(19) ELIXIA-gruppen har per 30. januar 2014 totalt 61 ELIXIA treningssentre[4] i Norge, Finland og Sverige. Hovedvekten av virksomheten er i Norge, hvor det er 43 ELIXIA treningssentre.[5] Ved årsskiftet 2012/2013 hadde ELIXIAs treningssentre til sammen ca. [redacted] medlemmer[6] her i landet.

(20) ELIXIA tilbyr ulike tjenester ved sine treningssentre. Tjenestene inkluderer gruppetrening i sal, personlig trening og individuell trening i form av styrketrening med apparater og frie vekter, og kondisjons- og utholdenhetstrening. De fleste nye treningssentrene har også et spatilbud, det vil si tjenester som badstu, dampbadstu, solarium og massasjefasiliteter. Videre tilbyr alle ELIXIA-sentrene skreddersydde vektreduksjonsprogram (ELIXIA Light). Samtlige sentre tilbyr tilleggstjenester som salg av treningstøy og barnepass.

(21) ELIXIA har et eget utdanningsprogram for instruktører som heter ELIXIA Education. ELIXIA Education tilbyr ulike grunnkurs (Grunnkurs Teori, Grunnkurs Xycling og Grunnkurs Pilates og Yoga), samt spesialiserte ELIXIA-kurs innenfor styrke og kjernemuskulatur.

2.2 TryghedsGruppen smba

(22) TryghedsGruppen er morselskapet til HFN.

(23) TryghedsGruppens aktiviteter inkluderer en aksjemajoritet i Tryg forsikringsgruppe, i tillegg til enkelte direkteinvesteringer i selskaper og i kapitalforvaltning, herunder HFN. Deler av TryghedsGruppens overskudd går til veldedige formål gjennom TrygFonden. TryghedsGruppen er en medlemsbasert organisasjon med over en million medlemmer hvor alle er poliseeiere i Tryg og Nordea Liv & Pension.

(24) Foruten HFN er det ingen av TryghedsGruppens porteføljeselskap som har aktivitet i treningssentermarkedet.

2.2.1 Health & Fitness Nordic AB

(25) HFN med datterselskap driver treningssentre i Norge, Danmark, Finland og Sverige. I Norge tilbyr HFN to ulike varemerker; SATS og Fresh Fitness. I det følgende vil SATS og Fresh Fitness omtales samlet som HFN.

(26) HFN hadde i 2012 en omsetning på [redacted] svenske kroner. I Norge hadde HFN en omsetning på [redacted] norske kroner.[7]

(27) HFN har gjennom varemerket SATS per 30. januar 2014 totalt 108 treningssentre i Norden[8], hvorav 39 er i Norge.[9] Gjennom varemerket Fresh Fitness har HFN per 30. januar 2014 totalt 34 treningssentre[10], hvorav 21 er i Norge.[11]

---

[3] Jf. e-post fra Advokatfirmaet Wiersholm AS 4. februar 2014.
[4] Jf. ELIXIAs hjemmeside http://www.elixia.no/info/?menu=15000014&id=150000599
[5] Jf. ELIXIAs hjemmeside http://www.elixia.no/senteroversikt/.
[6] Se fullstendig melding s. 14
[7] Se fullstendig melding, vedlegg 6.2.ii " Omsetning for TryghedsGruppen/HFN"

(28) Ved årsslutt 2012 hadde HFNs treningssentre rundt [redacted] medlemmer[12] i Norge, hvorav SATS hadde ca. [redacted][13] og Fresh Fitness ca. [redacted][14] medlemmer.

(29) HFN har et eget utdanningssystem for treningsinstruktører, personlige trenere og kostholdsveiledere, som heter SAFE (Scandinavian Academy of Fitness Education).

2.2.1.1 SATS

(30) SATS tilbyr ulike tjenester ved sine treningssentre. Tjenestene inkluderer blant annet gruppetrening i sal, personlig trening, samt individuell styrketrening med apparater og frie vekter og kondisjons- og utholdenhetstrening. En del av treningssentrene har også tjenester som for eksempel badstu og dampbadstu. SATS tilbyr også tilpassede program for vektreduksjon (SATS Small Group Weight Loss). Samtlige SATS' treningssentre tilbyr salg av treningsklær, og de fleste av sentrene tilbyr også barnepass.

2.2.1.2 Fresh Fitness

(31) Fresh Fitness ble opprettet i 2010. I Norge er kjeden lokalisert i Sør-Norge.

(32) Fresh Fitness tilbyr et enklere treningskonsept enn SATS. Treningstilbudet inkluderer individuell styrketrening med apparater og frie vekter, kondisjons- og utholdenhetstrening, noen gruppetimer og personlig trening. Av gruppetrening tilbys det virtuell gruppetrening hele åpningstiden, mens gruppetimer med instruktør kun tilbys i begrenset omfang.

3 Rettslige utgangspunkter – Konkurransetilsynets kompetanse

3.1 Særlig om forholdet til konkurranseregelene i EU og EØS

(33) EØS-avtalen artikkel 57 fastsetter regler for kompetansefordeling mellom Europakommisjonen, EFTAs overvåkingsorgan og nasjonale konkurransemyndigheter. Konkurransetilsynet har bare kompetanse til å føre tilsyn med foretakssammenslutninger som ikke er av fellesskaps- eller EFTA-dimensjon.

(34) De berørte foretak har en omsetning som medfører at foretakssammenslutningen har en fellesskapsdimensjon og således er underlagt EU-Kommisjonens kompetanseområde jf. EØS-avtalens artikkel 57 (2) som regulerer kompetansefordelingen mellom EU- Kommisjonen og EFTAs overvåkningsorgan. EU-Kommisjonen kan med hjemmel i rådsforordning 139/2004/EF (fusjonsforordningen) artikkel 4(4) og EØS-avtalens protokoll 24 artikkel 6 på nærmere bestemte vilkår, helt eller delvis, overføre saken til nasjonale konkurransemyndigheter. Ved Kommisjonens vedtak av 23. oktober 2013 i sak COMP7M.6982 ELIXIA HOLDING/TRYGHEDSGRUPPEN/HFN GROUP ble den del av saken som omhandler det norske markedet, overført til Konkurransetilsynet.

(35) Konkurransetilsynet er med dette kompetent til å behandle saken i det norske markedet.

3.2 Vilkårene for inngrep

3.2.1 Generelt

(36) Etter konkurranseloven § 16 første ledd skal Konkurransetilsynet forby en foretakssammenslutning dersom tilsynet finner at den vil "føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål". Lovens formål er å fremme

---

[8] Jf. SATS' hjemmeside http://www.sats.no/senter/.
[9] Jf. SATS' hjemmeside http://www.sats.no/senter/. I fullstendig melding er det opplyst at [redacted]
[10] Jf. Fresh Fitness' hjemmesider http://freshfitness.no/Vaare-senter/ og http://www.freshfitness.dk/centre
[11] Jf. Fresh Fitness' hjemmeside http://freshfitness.no/Vaare-senter/. I tillegg åpner Fresh Fitness et senter i Sandvika (Bærum) 13. mars 2014.
[12] Se fullstendig melding s. 16
[13] Se fullstendig melding s. 23
[14] Se fullstendig melding s. 23

konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser, jf. konkurranseloven § 1 første ledd. Ved anvendelsen av loven skal det tas "særlig hensyn til forbrukernes interesser", jf. konkurranseloven § 1 annet ledd.

(37) Dersom Konkurransetilsynet finner at avhjelpende tiltak foreslått av partene vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, skal tilsynet i stedet fatte vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkår, jf. konkurranseloven § 16 annet ledd. Bestemmelsen innebærer en redusert utredningsplikt for tilsynet der vedtak fattes etter denne bestemmelsen. Det er tilstrekkelig at Konkurransetilsynet finner at forslaget til avhjelpende tiltak vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene transaksjonen kan føre til.[15]

3.2.2 Foretakssammenslutning

(38) For at Konkurransetilsynet skal kunne gripe inn mot fusjonen, enten i form av vedtak som stadfester forslag om avhjelpende tiltak fra partene eller i form av et forbudsvedtak, må det foreligge en foretakssammenslutning, jf. konkurranseloven § 17. Det følger av konkurranseloven § 17 første ledd bokstav b at det foreligger en foretakssammenslutning dersom ett eller flere foretak direkte eller indirekte, helt eller delvis, varig overtar kontrollen over ett eller flere andre foretak. Etter § 17 annet ledd foreligger det en foretakssammenslutning i henhold til første ledd bokstav b når det opprettes et fellesforetak som på varig grunnlag ivaretar alle funksjoner som hører inn under en uavhengig økonomisk enhet.

(39) Det fremgår av konkurranseloven § 17 tredje ledd at kontroll oppnås gjennom rettigheter, avtaler eller andre midler som enkeltvis eller sammen, de faktiske eller juridiske forhold tatt i betraktning, gir mulighet til å utøve avgjørende innflytelse over et foretaks virksomhet. Ifølge EU-Kommisjonens jurisdiksjonsmeddelelse[16] avsnitt 62 foreligger felles kontroll dersom to eller flere foretak har mulighet til å utøve avgjørende innflytelse over et annet foretak. Med avgjørende innflytelse menes her normalt muligheten for å blokkere for disposisjoner som er bestemmende for et foretaks kommersielle strategiske atferd.

(40) En eventuell transaksjon vil innebære at ELIXIA IVs og TryghedsGruppens aksjer i henholdsvis ELIXIA III og HFN overføres til det nyopprettede selskapet HFN Group. Partene har opplyst at ELIXIA IV og TryghedsGruppen etter en eventuell transaksjon vil oppnå felles kontroll i HFN Group. Styret i HFN Group skal bestå av seks styremedlemmer. Av disse skal ELIXIA IV og TryghedsGruppen nominere to medlemmer hver. I tillegg vil partene i fellesskap oppnevne to uavhengige styremedlemmer. Alle avgjørelser i styret skal fattes med simpelt flertall. Ingen av styremedlemmene vil ha vetorett og det er ingen styresaker som kan forelegges generalforsamlingen for avgjørelse.[17]

(41) Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at ELIXIA IV og TryghedsGruppen etter en eventuell transaksjon vil oppnå felles kontroll i HFN Group. Det foreligger følgelig en foretakssammenslutning i konkurranselovens forstand, jf. § 17 annet ledd jf. første ledd bokstav b.

3.2.3 Konkurransebegrensningskriteriet

(42) Konkurransetilsynet skal forby en foretakssammenslutning som vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål, jf. konkurranseloven § 16 første ledd. Partene har fremsatt forslag om avhjelpende tiltak. Dersom tilsynet finner at avhjelpende tiltak foreslått av partene vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, skal tilsynet fatte vedtak hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkår. Spørsmålet om foretakssammenslutningen vedrørende Altor Fund, via ELIXIA IV, og TryghedsGruppen sitt erverv av felles kontroll

[15] Se Prop. 75 L (2012-2013) Endringer i konkurranseloven s. 144

[16] Commission Consolidated Jurisdictional Notice under Council Regulation (EC) No 139/2004 on the control of concentrations between undertakings (2008/C 95/01).

[17] Se fullstendig melding, vedlegg 5.1.3.i "Combination Agreement between Elixia Holding IV AS And TryghedsGruppen smba Regarding the combination of Elixia and HFN business 13. juni 2013".

over ELIXIA III og HFN, vil kunne føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen behandles under punkt 6.

3.2.4 Effektivitetsgevinster

(43) Dersom foretakssammenslutningen vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen, må det videre avklares om foretakssammenslutningen medfører effektivitetsgevinster som kan oppveie eventuelle negative virkninger av foretakssammenslutningen, jf. formålsbestemmelsen i konkurranseloven § 1. Mulige effektivitetsgevinster drøftes i punkt 7.

4 Om treningssentermarkedet, Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse og beregninger av diversjonsrater og prispress

4.1 Om treningssentermarkedet

(44) Treningssentermarkedet i Norge består i dag av omkring 850 treningssentre, og markedet kan deles inn i tre segmenter: fullsortiment, lavpris og nisje.[18] Over 900 000 personer er medlemmer av et treningssenter, og i 2012 omsatte treningssentrene for rundt 4,3 milliarder kroner.[19]

(45) I de senere årene har treningssentermarkedet vært preget av økt etablering og en framvekst av lavprissegmentet. Det er anslått at det i 2013 ble åpnet vel 50 treningssentre, hvor flesteparten av etableringene var knyttet til lavprissegmentet.[20]

4.1.1 Segmenter og aktører

(46) De tre segmentene i treningssentermarkedet kan inndeles på bakgrunn av variasjoner i følgende faktorer; treningstilbud, pris, antall ansatte, areal og tilleggstjenester. I det følgende beskrives de ulike segmentene nærmere.

4.1.1.1 Fullsortiment

(47) Treningssentrene som faller inn under fullsortiment-, eller premiumsegmentet har lokaler med relativt stort areal, vanligvis mellom 1000 og 3000 kvadratmeter. Treningstilbudet er variert, og dekker blant annet gruppetrening i sal og individuell trening på apparater og med frivekter. De fleste tilbyr også personlig trener mot ekstra betaling. Fullsortimentsentrene tilbyr også ofte en rekke tilleggstjenester, eksempelvis badstu, spa, barnepass, frokost, betjent resepsjon og salg av treningsklær. Medlemsavgiften varierer normalt mellom 400 og 800 kroner i måneden.

(48) Fullsortimentsegmentet er det største segmentet, og omfatter 74 prosent av alle treningssentrene.[21] Her finner man blant annet SATS og ELIXIA, sammen med andre aktører som Stamina Trening, Actic, Studentsamskipnadene, 3T, Spenst og Avancia.

4.1.1.2 Lavpris

(49) Lavprissentrene tilbyr et enklere treningstilbud enn fullsortimentsentrene. Treningstilbudet omfatter individuell trening på apparater og med frivekter, og mange tilbyr også personlig trener mot ekstra betaling. Noen tilbyr også gruppetimer, men utover dette er tjenestetilbudet begrenset. Månedsprisen for et abonnement varierer normalt mellom 199 og 299 kroner.

(50) Lavprissegmentet er det raskest voksende segmentet i markedet, og omfatter i dag 19 prosent av treningssentrene i Norge.[22] Her finner vi blant annet Fresh Fitness, sammen med andre aktører som EVO Fitness, Fitness24Seven, Bare Trening og Avancia Xpress.

---

[18] Virke opererer med et fjerde segment, kompaktsegmentet, i rapporten "*Treningssenterbransjen 2013"*.
[19] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"
[20] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"
[21] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"
[22] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"

4.1.1.3 Nisje

(51) Treningssentrene i dette segmentet har gjerne spesialisert seg innenfor en spesiell treningsform, eller tilbyr kun tjenester til én bestemt kundegruppe. Eksempler på dette er treningssentre som tilbyr treningsformer som kampsport eller pilates, eller som kun retter seg mot kvinner. Andre nisjesentre tilbyr kun personlig trening.

(52) Nisjesegmentet omfatter syv prosent av treningssentrene i Norge.[23] Et eksempel på en treningssenterkjede i nisjesegmentet er Mudo Gym og Kampsport.

4.2 Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse

(53) Konkurransetilsynet har i sakens anledning gjennomført en spørreundersøkelse rettet mot SATS' og ELIXIAs medlemmer. Formålet med undersøkelsen var å få nærmere informasjon om hvor nære konkurrenter SATS og ELIXIA er i treningssentermarkedet. Konkurransetilsynet har utformet spørreskjemaet som ble benyttet i undersøkelsen.[24]

(54) Respons Analyse gjennomførte undersøkelsen i tidsrommet 17–20. desember 2013. Undersøkelsen ble gjennomført ved telefonintervju, basert på et tilfeldig utvalg respondenter fra medlemslistene til tre SATS- og tre ELIXIA-sentre. Spørreundersøkelsen ble gjennomført ved ELIXIA Kokstad og SATS Sandsli i Bergen, ELIXIA Carl Berner og SATS Schous plass i Oslo og ELIXIA Tunejordet og SATS Sarpsborg i Sarpsborg. De seks sentrene ble valgt ut for å undersøke geografiske områder med en forventet ulik grad av konkurranse fra andre aktører. Det ble gjennomført intervjuer med 200 respondenter ved hvert av de seks treningssentrene.[25]

(55) Spørreundersøkelsen omfattet blant annet en kartlegging av hvilke tjenester respondentene benyttet seg av sist gang de trente på det aktuelle treningssenteret. Videre ble det stilt spørsmål om hvor respondentene reiste fra, reisemåte og reisetid, samt hvilke egenskaper respondentene anså som viktige for deres valg av treningssenter. Respondentene ble også forespurt om de hadde byttet treningssenter de siste 12 månedene, og eventuelt hvilket senter de byttet fra.

(56) Et sentralt spørsmål i undersøkelsen er hva kunden ville gjort dersom de fikk vite at alle sentrene i den aktuelle treningssenterkjeden ikke lenger ville være tilgjengelig, og hvilket treningssenter kunden da ville valgt. Denne spørsmålsformuleringen er benyttet av Konkurransetilsynet til å utlede kunde- og inntektsdiversjonsrater for de seks treningssentrene.[26]

(57) Partene har blant annet anført at det å benytte resultatene fra spørreundersøkelsen til å generalisere over flere markeder vil kunne gi uriktige resultater i forhold til vurdering av transaksjonens mulige virkninger, og at undersøkelsen kun er egnet til å kunne si noe om konkurransen i de geografiske områdene hvor denne er gjennomført. Konkurransetilsynet har i utformingen av undersøkelsen vært oppmerksom på denne problemstillingen og har derfor valgt tre geografiske områder hvor konkurranseforholdene antas å være forskjellige. På bakgrunn av ovennevnte er Konkurransetilsynet av den oppfatning at i foreliggende sak er undersøkelsen egnet til å si noe om hvor nære konkurrenter SATS og ELIXIA er, også i andre geografiske områder enn de som er omfattet av undersøkelsen.

(58) Partene har i tillegg anført at det er en stor fare for at respondentene i diversjonsspørsmålet svarer ut fra hvilket varemerke de kjenner best til, i stedet for å oppgi hva som vil være deres faktiske valg. Konkurransetilsynet er imidlertid av den oppfatning at kundene er godt informert om aktørene i markedet. Et medlemskap er kostbart og kan innebære lengre bindingstid, noe som innebærer at kundene hadde insentiver til å orientere seg i markedet før de valgte sitt nåværende treningssenter. Konkurransetilsynet er derfor av den oppfatning at estimert diversjon, slik den fremkommer gjennom spørreundersøkelsen, samsvarer med faktisk diversjon.

---

[23] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"
[24] Spørreskjemaet følger som vedlegg 1 til vedtaket.
[25] Gjennomsnittlig responsrate for treningssentrene var 43 prosent.
[26] Med kunde- og inntektsdiversjon forstås henholdsvis hvor mange kunder eller hvor stor andel av inntekten som tilfaller et annet treningssenter som følge av at den første treningssenterkjeden ikke lenger er tilgjengelig.

(59) Partene har fremlagt en generell spørreundersøkelse foretatt blant tidligere kunder av SATS og ELIXIA.[27] Konkurransetilsynet er av den oppfatning at tilsynets spørreundersøkelse er mer egnet til å undersøke diversjonen til de kunder som er medlem av partenes treningssentre.

4.3 Beregning av diversjonsrater og prispress

(60) Som en del av vurderingen om partene kan gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning uten at omsatt kvantum synker så mye at prisøkningen blir ulønnsom, har Konkurransetilsynet sett på diversjonsrater og profittmargin.

(61) Diversjonsrater indikerer hvor nære substitutter partenes produkter er, ved å gi et anslag på hvor mange av kundene som har partenes produkt som andrevalg. Høye diversjonsrater indikerer at partenes produkter er nære substitutter. Dersom partene i tillegg har høye variable pris-kostnadsmarginer, vil det være lønnsomt å sette opp prisen etter foretakssammenslutningen.

(62) Konkurransetilsynet har benyttet diversjonsrater i kombinasjon med partenes variable pris-kostnadsmarginer[28] for å kalkulere Gross Upward Pricing Pressure Index (GUPPI). GUPPI måler partenes insentiv til å øke prisen på produkt 1, gitt at prisen på produkt 2 holdes konstant.[29] Dette gjøres på samme måte for det andre produktet. En positiv GUPPI-verdi gir en indikasjon på at partene har insentiver til å gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning som følge av foretakssammenslutningen.

(63) Som grunnlag for beregningene har Konkurransetilsynet benyttet årsregnskapene for 2012 for hvert enkelt treningssenter omfattet av spørreundersøkelsen.

(64) Konkurransetilsynet har kalkulert den variable pris-kostnadsmarginen SATS og ELIXIA ville forventet å oppnå ved en endring i medlemsmassen, hvor den variable pris-kostnadsmarginen er rapportert i form av en nedre og en øvre grense. Forskjellen i den nedre og øvre grensen er knyttet til forutsetninger om hvilke kostnader som endres når det skjer en endring i medlemsmassen. Den viktigste forskjellen er at tilsynet i beregningen av den nedre grensen har antatt at alle lønnskostnadene er variable og reduseres proporsjonalt med endringen i medlemsmasse, mens tilsynet ved beregningen av den øvre grensen har antatt at alle lønnskostnader er faste og uavhengig av endringen i medlemsmassen.

(65) Etter Konkurransetilsynets oppfatning vil den variable pris-kostnadsmarginen ligge et sted mellom nedre og øvre grense. Det har imidlertid i foreliggende sak ikke vært nødvendig å fastslå den variable pris-kostnadsmarginen eksakt, da det ikke har betydning for tilsynets konklusjon. I det følgende vil derfor Konkurransetilsynet legge til grunn den nedre grensen for den variable pris-kostnadsmarginen i prispressberegningene.

(66) Tabellene 1 og 2 oppsummerer beregninger av diversjon[30], marginer[31] og GUPPI for de relevante treningssentrene.

---

[27] Jf. brev 7. november 2013 fra Advokatfirmaet Wiersholm AS, vedlegg 1 "Resultater fra spørreundersøkelse utført i samarbeid med Quartz September 2013".

[28] $Margin = (Salgsinntekt - Variable\ kostnader)/Salgsinntekt$

[29] GUPPI for produkt 1 er beregnet som følger: $GUPPI_1 = m_2 * d_{12} * P_2/P_1$, hvor m_2 er den relative pris-kostnadsmarginen for produkt 2, d_{12} er diversjonsraten fra produkt 1 til 2, og P_1 og P_2 er pris for henholdvis produkt 1 og 2. Tilsvarende GUPPI beregning er gjort for produkt 2.

[30] Tabellene 1 og 2 viser henholdsvis samlet diversjon fra et enkelt SATS-senter til alle ELIXIA-sentre, og fra et enkelt ELIXIA-senter til alle SATS-sentre.

[31] I de geografiske markedene hvor det er diversjon fra et senter til flere andre sentre, er det benyttet vektede marginer, hvor diversjonsratene er benyttet som vekt.

Tabell 1: Diversjonsrater, relative pris-kostnadsmarginer og GUPPI for SATS-sentrene

		Margin - nedre grense		Margin - øvre grense	
	Diversjon til ELIXIA	Margin	GUPPI	Margin	GUPPI
SATS Sandsli	[redacted]				
SATS Tunejordet					
SATS Schous Plass					

(67) Diversjonsratene fra SATS til ELIXIA ligger mellom [redacted] prosent, og indikerer at ELIXIA er et nært substitutt til SATS, jf. tabell 1. Den variable pris-kostnadsmarginen til ELIXIA er beregnet til å ligge mellom [redacted] prosent. Samlet gir dette en GUPPI på mellom [redacted] prosent, noe som indikerer et prispress oppover.

Tabell 2: Diversjonsrater, relative pris-kostnadsmarginer og GUPPI for ELIXIA-sentrene

		Margin - nedre grense		Margin - øvre grense	
	Diversjon til SATS	Margin	GUPPI	Margin	GUPPI
ELIXIA Kokstad	[redacted]				
ELIXIA Tunejordet					
ELIXIA Carl Berner					

(68) Diversjonsratene fra ELIXIA til SATS ligger mellom [redacted] prosent, og indikerer at SATS er et nært substitutt til ELIXIA, jf. tabell 2. Den variable pris-kostnadsmarginen til SATS er beregnet til å ligge mellom [redacted] prosent. Samlet gir dette en GUPPI på mellom [redacted] prosent, noe som indikerer et prispress oppover.

(69) Etter Konkurransetilsynets vurdering gir tilsynets beregninger av diversjonsrater og profittmargin en indikasjon på at partene er nære konkurrenter, og har insentiver til å gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning som følge av foretakssammenslutningen.

5 Det relevante marked

5.1 Innledning

(70) For å kunne vurdere foretakssammenslutningens konkurransemessige virkninger, må Konkurransetilsynet avgjøre hvilke markeder som berøres av foretakssammenslutningen. Generelt vil kjøper ta beslutninger basert på egenskapene ved produktene og tilbydernes lokalisering. Det avgrenses derfor et såkalt relevant marked som deles inn i det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet. I avgrensningen henter Konkurransetilsynet veiledning fra EFTAs overvåkningsorgans kunngjøring om avgrensningen av det relevante marked (heretter kalt EFTAs kunngjøring).[32]

(71) Markedsavgrensningen er i konkurranseretten ikke et mål i seg selv, men et middel for å trekke opp grensene for konkurransen mellom foretak. Hovedformålet med markedsavgrensningen er på en systematisk måte å identifisere begrensninger i den konkurransemessige handlefrihet som de berørte foretak står overfor. Formålet med å avgrense et marked både som produktmarked og som geografisk marked, er å identifisere hvilke

[32] EF-Tidende 1998 L200/48 og EØS-tillegget 1998 28/3 C 372 av 9. desember 1997.

faktiske konkurrenter som er i stand til å begrense de berørte foretakenes markedsatferd og hindre dem i å opptre uavhengig av et effektivt konkurransetrykk. Det er ut fra denne synsvinkel at en markedsavgrensning gjør det mulig bl.a. å beregne markedsandeler og konsentrasjon.[33]

5.2 Det relevante produktmarkedet

5.2.1 Innledning

(72) Avgrensningen av det relevante produktmarkedet foretas som hovedregel ut fra en vurdering av hvorvidt etterspørrerne anser produktene som innbyrdes substituerbare.[34] Med substituerbarhet menes at etterspørrerne anser et sett produkter for å dekke samme behov basert på produktenes egenskaper, priser og anvendelsesformål. Jo bedre substitutt et produkt er til produktet partene tilbyr, desto større sannsynlighet for at dette produktet inngår i det relevante produktmarkedet.

(73) I EFTAs kunngjøring tas det utgangspunkt i SSNIP[35]-testen ved avgrensning av det relevante produktmarkedet. Det vesentlige spørsmålet er ifølge denne testen om en hypotetisk monopolist lønnsomt kan gjennomføre en 5 til 10 prosent varig prisøkning. Dersom dette er lønnsomt, vil andre produkter normalt ikke inkluderes i det relevante marked. Er prisøkningen ulønnsom ved at effekten av tapt omsetning overstiger merverdien av økt pris, vil det nærmeste alternative produktet inngå i det relevante markedet. Denne testen vil bli gjentatt inntil man står igjen med et sett produkter der små varige prisøkninger vil være lønnsomme.

(74) Det kan være vanskelig å utføre en SSNIP-test direkte ettersom de nødvendige kvantitative dataene sjelden er tilgjengelige. I praksis vil derfor Konkurransetilsynet forsøke å utlede hva som er sannsynlig utfall av en SSNIP-test, basert på tilgjengelig informasjon og en vurdering av denne.[36]

(75) Dette er også bakgrunnen for at det i EFTAs kunngjøring fremheves at en rekke momenter er relevante ved vurderingen av om to produkter er substituerbare på etterspørselssiden. Særlig fremheves opplysninger om substitusjon i den senere tid, synspunkter fra kunder og konkurrenter, forbrukerpreferanser, hindringer for og omkostninger ved kanalisering av etterspørselen til substituerbare produkter, samt prisdifferensiering.[37]

(76) Substitusjon på tilbudssiden kan også tas i betraktning ved markedsavgrensningen dersom den har de samme umiddelbare og direkte virkninger som etterspørselssubstitusjon. Dette forutsetter at leverandørene som reaksjon på små og varige endringer i relative priser, kan omstille produksjonen til de produktene det gjelder og tilby dem på kort sikt uten at det medfører betydelige kostnader eller vesentlig risiko. Slike umiddelbare og direkte virkninger tilsvarer virkningene av etterspørselssubstitusjon.[38]

(77) De nødvendige kvantitative data til å gjennomføre en SSNIP-test direkte er som tidligere nevnt sjelden tilgjengelig, og dette har ført til at konkurransemyndighetene i flere land i større grad har begynt å vektlegge bruken av spørreundersøkelser blant partenes kunder for å utlede såkalte diversjonsrater. Gjennom diversjonsrateundersøkelser vurderes i hvilken grad to produkter er innbyrdes substituerbare ved å spørre kunder om deres andrevalg av produkt. Vanligvis fokuseres det på diversjon mellom de fusjonerende parters produkter, hvor det kan skilles mellom kunde- og inntektsdiversjon.

(78) Høy diversjon indikerer at de to produktene er nære substitutter. Hvis to produkter er nære substitutter, er det større sannsynlighet for at en 5 til 10 prosents prisøkning vil være lønnsom ettersom en hypotetisk monopolist vil fange opp en signifikant andel av det tapte salget i respons til en varig prisøkning. Hvis produktene i tillegg har en høy variabel pris-

[33] Jf. EFTAs kunngjøring s. 3.
[34] Jf. EFTAs kunngjøring punkt 15.
[35] Small but Significant Non-transitory Increase in Price.
[36] Competition Commission, "Merger References: Competition Commission Guidelines", June 2003 punkt 2.11.
[37] Jf. EFTAs kunngjøring punkt 57 flg.
[38] Jf. EFTAs kunngjøring punkt 20 flg.

kostnadsmargin, øker dette sannsynligheten for at en slik prisøkning vil være lønnsom, ettersom verdien av gjenvunnet salg vil være større for den hypotetiske monopolisten.

5.2.2 Konkurransetilsynets vurdering av det relevante produktmarked for treningssentertjenester

5.2.2.1 Det samlede tjenestetilbudet som relevant produktmarked

(79) Oversikten i punkt 4.1 viser at treningssentrene i de ulike segmentene tilbyr ulik grad av tilleggstjenester. Tjenestetilbudet omfatter både tjenester som er inkludert i medlemsavgiften og tjenester som krever ekstrabetaling. De ulike tilleggstjenestene vil i de fleste tilfeller være med på å heve kvaliteten på treningstilbudet som tilbys ved treningssentrene. Konkurransetilsynet legger til grunn at medlemmene etterspør et samlet tjenestetilbud, uavhengig av om de må betale ekstra for noen tjenester. Tilsynet er derfor av den oppfatning at det vil være riktig å ta utgangspunkt i det samlede tjenestetilbudet ved avgrensningen av det relevante produktmarkedet.

5.2.2.2 Vurdering av fullsortimentsegmentet som relevant produktmarked

(80) En sammenligning av segmentene viser at treningstilbudet varierer fra et basis treningstilbud i lavprissegmentet, til et mer spisset treningstilbud i nisjesegmentet, og til et treningstilbud med et stort spekter av tjenester i fullsortimentsegmentet. SATS og ELIXIA har overlappende virksomhet i fullsortimentsegmentet, og spørsmålet er hvorvidt denne type treningssentre inngår i samme marked som lavpris- og nisjesentre.

(81) Hovedforskjellen mellom fullsortiment- og lavprissegmentet er at man hos fullsortimentsentrene kan velge fra et mye bredere tilbud av treningsformer og tilleggstjenester, enn hva man kan hos et lavprissenter.

(82) Forskjellene mellom fullsortiment- og lavprissegmentet reflekteres også i ulikheter i pris. Prisen varierer fra 199-299 kroner for et abonnement ved et lavprissenter, til 400-800 kroner for et abonnement ved et fullsortimentsenter. I Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse[39] oppgir de fleste respondentene at beliggenhet, utvalg av treningsapparater og gode fasiliteter er viktigere enn pris. Dette antyder at pris ikke er den viktigste beslutningsparameteren for kundene. Ulik betalingsvillighet kan indikere at de to segmentene er i ulike markeder, men prisforskjeller kan også i noen tilfeller gi uttrykk for en kvalitetsforskjell innen samme marked.

(83) Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse viser at flesteparten av respondentene har et fullsortimentsenter som andrevalg dersom SATS eller ELIXIA ikke lenger er tilgjengelig. Undersøkelsen viser videre at det er relativt få i Bergen og Sarpsborg som har et lavprissenter som andrevalg, henholdsvis [redacted] prosent i Bergen og [redacted] prosent i Sarpsborg. I Oslo er det en større andel av respondentene, [redacted] prosent, som har et lavprissenter som andrevalg.

(84) En sammenligning av fullsortiment- og nisjesegmentet, viser at nisjesentrene skiller seg fra fullsortimentssentrene ved at de er spesialiserte. Dette gjelder for eksempel crossfit-sentre som i hovedsak tilbyr én treningsform. Så langt Konkurransetilsynet kjenner til, er det ikke tilsvarende prisforskjell mellom fullsortiment- og nisjesegmentet som mellom fullsortiment- og lavprissegmentet.

(85) Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse viser at det er få som har et nisjesenter som andrevalg dersom SATS eller ELIXIA ikke lenger er tilgjengelig. Andelen som ville valgt et nisjesenter er [redacted] prosent i Bergen, [redacted] prosent i Oslo og [redacted] prosent i Sarpsborg.

(86) Videre belyser Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse hvilke egenskaper ved SATS og ELIXIA respondentene synes er viktige, samt hvilke deler av tilbudet de benytter seg av. Resultatene fra undersøkelsen viser at [redacted] prosent av respondentene svarer at beliggenhet og gode fasiliteter er viktig eller svært viktig, og [redacted] prosent mener at utvalget av treningsapparater er viktig eller svært viktig. Videre er det mellom [redacted] prosent av respondentene som svarer at et bredt utvalg av gruppetimer og betjent resepsjon er viktig eller svært viktig. Resultater knyttet til den faktiske bruken av tjenester viser at henholdsvis [redacted] og

[39] Jf. punkt 4.2

[redacted]prosent av respondentene benyttet seg av gruppetimer og resepsjon sist de var på trening. Samlet sett gir forbrukerundersøkelsen en indikasjon på at en stor del av SATS og ELIXIA sine kunder etterspør et fullsortimenttilbud.

(87) Partene anfører at kundene etterspør et grunnleggende treningstilbud som kan oppfylles av de fleste treningssentre, uavhengig av hvilket segment treningssenteret tilhører. Videre anfører partene at et treningssenter ikke behøver å tilby alle typer treningssentertjenester for å konkurrere i markedet. Partenes oppfatning er dermed at alle segmentene er i konkurranse med hverandre.

(88) I høringssvarene fra konkurrerende aktører fremgår det at de fleste aktørene oppfatter at fullsortimentsegmentet er i konkurranse med både lavpris- og nisjesegmentet. Videre oppgir aktørene at deres nærmeste konkurrenter i hovedsak tilhører deres eget segment, men de oppgir også at de har nære konkurrenter i andre segmenter.

(89) Etter Konkurransetilsynets oppfatning er det en del momenter som taler for at det kan avgrenses et eget produktmarked for fullsortimentsaktører i treningssentermarkedet. Tilsynet finner det imidlertid ikke nødvendig å ta endelig stilling til dette, ettersom det ikke vil ha avgjørende betydning for konklusjonen i saken.

5.2.2.3 Vurdering av treningssentre tilknyttet det offentlige som en del av det relevante produktmarkedet

(90) Hoveddelen av treningssentrene i Norge er eid og finansiert av private aktører. Enkelte treningssentre har imidlertid en tilknytning til det offentlige, gjennom at disse treningssentrene enten er eid og drevet av det offentlige, eller ved at de mottar offentlige tilskudd.

(91) Spørsmålet er hvorvidt denne type treningssentre inngår i samme marked som private treningssentre. I de relevante geografiske områdene[40], er det kun Friskis & Svettis[41] og studentsamskipnadene som har denne tilknytningen, gjennom at de mottar subsidier.

(92) Studentsamskipnadene driver treningssentre som en del av velferdstilbudet til studenter, og mottar statsstøtte for å drive denne virksomheten. Noen av disse sentrene er åpne for alle, mens andre er kun åpne for studenter og ansatte ved universiteter og høyskoler. Treningssentrene tilbyr sterkt rabatterte medlemskap til studenter og ansatte.

(93) Konkurransetilsynets undersøkelser viser at andelen av medlemsmassen som er studenter eller ansatte ved universiteter og høyskoler, varierer mellom de ulike sentrene. Eksempelvis er det [redacted]prosent av medlemsmassen som ikke er studenter hos Studentsamskipnaden i Stavanger[42], mens det kun er [redacted] prosent av medlemmene til Studentsamskipnaden i Bergen sine sentre som ikke er studenter. [43]

(94) Resultatene fra Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse viser at det er svært få av respondentene som har et av studentsamskipnadenes sentre som sitt andrevalg, henholdsvis [redacted] prosent i Bergen, og [redacted] prosent i Oslo. I Sarpsborg har ikke studentsamskipnaden noen treningssentre.

(95) Partene anfører at både offentlig- og privateide treningssentre skal inkluderes i det relevante produktmarkedet.

(96) I høringssvarene fremgår det også at de fleste aktørene anser offentlig eide treningssentre for å være i konkurranse med privateide treningssentre.

(97) EU-kommisjonen vurderte i sakene *Bridgepoint*[44] og *Virgin*[45] det relevante markedet for treningssentre i Storbritannia. I begge sakene blir det antydet at offentlig eide og privateide

---

[40] Jf. punkt 5.3.3

[41] I telefonsamtale med Friskis & Svettis Norge 3. februar 2014, fremgår det at Friskis & Svettis mottar statsstøtte, men at den går til Friskis & Svettis Norge og ikke til lokallagene som (blant annet) driver treningssentrene. Den delen av støtten som ikke går til Friskis & Svettis Norge er øremerket aktivitetstilbud til funksjonshemmede, barn og unge, og lignende.

[42] Jf. brev fra SiS Sportssenter 11. november 2013

[43] Jf. brev fra Studentsamskipnaden i Bergen 1. november 2013

[44] COMP/M.3169 *Bridgepoint Capital/Permira/Homes Place* ("Bridgepoint").

treningssentre utgjør to ulike markeder. EU-kommisjonen lar imidlertid markedsavgrensningen være åpen i begge sakene.

(98) Etter Konkurransetilsynets oppfatning er det en del momenter som taler for at treningssentre tilknyttet til det offentlige ikke inngår i det samme produktmarkedet som fullsortimentssentre. Tilsynet finner det imidlertid ikke nødvendig å ta endelig stilling til dette, ettersom det ikke vil ha avgjørende betydning for konklusjonen i saken.

5.2.3 Konklusjon

(99) Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at det relevante produktmarkedet er det samlede tilbud av treningssentertjenester uavhengig av segmenttilhørighet og eierskap.

5.3 Det relevante geografiske markedet

5.3.1 Innledning

(100) Et relevant geografisk marked er et område hvor virksomheten ved salg eller etterspørsel av produkter og tjenester møter tilstrekkelig ensartede konkurransevilkår, og som kan holdes atskilt fra tilgrensende områder, særlig fordi konkurransevilkårene der er merkbart forskjellige.

(101) Det relevante geografiske markedet avgrenses med utgangspunkt i etterspørrernes substitusjonsmuligheter. Normalt er transportkostnadene den faktoren som har størst betydning for et markeds geografiske utstrekning. I saker som omhandler salg til forbruker vil normalt sett reisetid til utsalgssted være av stor betydning for markedsavgrensingen.

5.3.2 Konkurransetilsynets vurdering av det relevante geografiske markedet

(102) Treningssentertjenester har en månedspris mellom 199 til 800 kroner. For å kunne benytte seg av tjenesten må kunden fysisk oppsøke treningssenteret, og de fleste kundene trener flere ganger i uken.[46] Av disse grunner vil det normalt ikke være et alternativ for forbrukerne å reise langt for å etterspørre treningssentertjenester, ettersom transportkostnader og tidsbruk forbundet med det å trene vil øke med reiseavstanden. Etter Konkurransetilsynets vurdering tilsier derfor etterspørselssubstitusjon at det relevante produktmarkedet har en lokal utstrekning.

(103) I *Bridgepoint*-saken[47] lar Kommisjonen den eksakte markedsavgrensingen være åpen, men antyder at den snevrest mulige geografiske markedsavgrensningen vil være 15 minutters gange (som tilsvarer ca. 1,5 km).

(104) I fullstendig melding viser partene til at markedsavgrensningen i EU-kommisjonens sak *Bridgepoint*[48] er for snever for det norske markedet. Partene peker på at norske forbrukere er villige til å reise lengre, og at mange trener ved arbeidsplass eller på strekningen mellom jobb og hjemsted. Partene hevder videre at kjedesubstitusjon mellom sentre gjør at de relevante markedene i denne saken i hovedsak vil være byer.

(105) Konkurransetilsynet har innhentet informasjon fra andre aktører i treningssentermarkedet om hvor langt medlemmene deres vanligvis reiser til treningssentrene. Anslagene på reisetid i svarbrevene gir ikke et entydig bilde. Eksempelvis skriver en aktør at en stikkprøve viser at maksimal reisetid er [redacted] med bil, mens en annen aktør skriver at "Mer enn 90 % av medlemsmassen bor innenfor [redacted] med gange, sykkel eller bil".

(106) I Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse svarte over [redacted] prosent av respondentene at de reiser til treningssenteret hjemmefra. En vesentlig mindre andel svarte at de reiste fra jobb/studiested. Dette tilsier at det er geografisk avstand regnet fra hjemsted som er mest relevant for forbrukerne. Videre viste undersøkelsen at over [redacted] prosent av kundene ved SATS Sandsli, ELIXIA Kokstad, SATS Sarpsborg og ELIXIA Tunejordet benyttet bil som

---

[45] COMP/M.6354 *CVC/Virgin Group Holdings/Virgin Active Group* ("Virgin").
[46] Konkurransetilsynets kundeundersøkelser viser at kundene i gjennomsnitt trener to til tre ganger per uke.
[47] COMP/M.3169 *Bridgepoint Capital/Permira/Homes Place* ("Bridgepoint").
[48] COMP/M.3169 *Bridgepoint Capital/Permira/Homes Place* ("Bridgepoint").

transportmiddel, mens [redacted] prosent av kundene ved SATS Schous plass og ELIXIA Carl Berner gikk til trening.

(107) Konkurransetilsynet har videre gjennomført en analyse av reisetid basert på postnummer for samtlige kunder tilknyttet partenes treningssentre.[49] Basert på gjennomsnittlig beregnet reisetid i disse analysene har Konkurransetilsynet tatt utgangspunkt i en kjøreradius på 10,5 minutter fra det enkelte treningssenter i markedsavgrensingen. I den konkrete geografiske markedsavgrensingen har tilsynet imidlertid funnet grunnlag for å differensiere kjøretidsradiusen ut fra sentraliseringsgrad da tilsynets undersøkelser viser at i bykjerner går kundene til trening, mens de ellers i stor grad benytter bil.

(108) Selv om det geografiske markedet i utgangspunktet er lokalt, vil konkurranseforholdene likevel kunne være like innenfor et større geografisk område. I den videre avgrensingen av det relevante markedet har Konkurransetilsynet tatt utgangspunkt i fem geografiske områder hvor konkurranseforholdene etter tilsynets vurdering er tilstrekkelig ensartet. Det relevante markedet kan imidlertid være snevrere. Konkurransetilsynet har imidlertid ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling til om det geografiske markedet skal avgrenses snevrere da dette uansett ikke vil ha betydning for tilsynets konklusjoner i saken.

5.3.3 Konkret avgrensing av de relevante geografiske markedene

5.3.3.1 Oslo

(109) Partene har overlappende virksomhet i det relevante produktmarkedet innenfor Oslo.

(110) Etter det Konkurransetilsynet kjenner til, finnes det 109 treningssentre innenfor Oslo kommune. Høyest konsentrasjon av treningssentre er i Oslo sentrum, men også utover i bydelene er det flere aktører med overlappende nedslagsfelt. ELIXIA har 13 treningssentre i Oslo, SATS har 18 sentre og Fresh Fitness har 6 sentre.

(111) Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse viser at mange i Oslo sentrum går til treningssentrene, dette kan isolert sett tyde på at den geografiske utstrekningen av markedene i Oslo sentrum er snevre. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil konkurranseintensiteten kunne variere noe innenfor det geografiske området. Konkurransetilsynet har ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling om det relevante geografiske markedet er snevrere enn Oslo, da det uansett ikke vil ha betydning for tilsynets konklusjoner i saken.

5.3.3.2 Bærum

(112) Partene har overlappende virksomhet i det relevante produktmarkedet innenfor Bærum kommune.

(113) Etter det Konkurransetilsynet kjenner til, finnes det totalt 13 treningssentre i Bærum kommune. I fullstendig melding skriver partene at ELIXIA har to sentre i Bærum (Bekkestua og Sandvika), SATS har ett senter på Østerås, og Fresh Fitness har ingen sentre i Bærum. Det har imidlertid skjedd flere endringer det siste året. SATS Østerås ble lagt ned 31. desember 2013, og SATS Bekkestua åpnet etter oppussing 4. januar 2014. Fresh Fitness åpner i de gamle lokalene til Friskis og Svettis i mars 2014.

(114) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil konkurranseintensiteten kunne variere noe innenfor det geografiske området. Konkurransetilsynet har imidlertid ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling om det relevante geografiske markedet er snevrere enn Bærum, da det uansett ikke vil ha betydning for tilsynets konklusjoner i saken.

5.3.3.3 Stor-Oslo Nord

(115) Partene har overlappende virksomhet i det relevante produktmarkedet innenfor Stor-Oslo Nord.

(116) Stor-Oslo Nord omfatter kommunene Lørenskog og Skedsmo. Regionen inkluderer tettsteder/byer som Lørenskog, Strømmen, Lillestrøm og Skedsmokorset. Avstanden fra Lørenskog til Lillestrøm er ca. 7,3 km (10 minutters kjøretid), og fra Lillestrøm til Skedsmokorset er det ca. 6,5 km (11 minutters kjøretid).

[49] Konkurransetilsynet har benyttet kartprogrammet GIS/LINE.

(117) Etter det Konkurransetilsynet kjenner til finnes det 18 treningssentre i dette området. ELIXIA har ett treningssenter i dette området, ELIXIA Lillestrøm. SATS har to sentre, ett på Lørenskog og ett på Lillestrøm, og Fresh Fitness har tre sentre lokalisert på Lørenskog, Skedsmokorset og Strømmen.

(118) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil konkurranseintensiteten kunne variere noe innenfor det geografiske området. Konkurransetilsynet har imidlertid ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling om det relevante geografiske markedet er snevrere enn Stor-Oslo Nord, da det uansett ikke vil ha betydning for tilsynets konklusjoner i saken.

5.3.3.4 Bergensområdet

(119) Partene har overlappende virksomhet i det relevante produktmarkedet innenfor Bergen kommune.

(120) ELIXIA har to treningssentre i Bergensområdet, ett på Kokstad og ett på Laksevåg. SATS har seks sentre lokalisert i Bergensområdet, herunder Bergen sentrum, Nesttun, Sandsli, Vestkanten, Sandviken og Åsane. Fresh Fitness har ingen sentre i Bergen. For utenom partenes sentre, finnes det ytterligere 35 treningssentre.

(121) Det er uklart om det går et skille mellom sentrene i Bergen sentrum og sentrene på Sandsli/Kokstad. Sandsli/Kokstad er en nærings- og boligområde sørvest for Bergen sentrum i Ytrebygda bydel, ca. 22 minutters kjøring fra Bergen sentrum. Omtrent 10 000 mennesker jobber i dette området. Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse viser at de fleste kundene kjører bil til treningssentrene på Sandsli/Kokstad. Det geografiske nedslagsfeltet til treningssentrene i dette området overlapper noe med treningssentre i området mellom Bergen Sentrum og Sandsli/Kokstad, jf. Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse.

(122) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil konkurranseintensiteten kunne variere noe innenfor det geografiske området. Konkurransetilsynet har imidlertid ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling om det relevante geografiske markedet er snevrere enn Bergensområdet, da det uansett ikke vil ha betydning for tilsynets konklusjoner i saken.

5.3.3.5 Stavanger- og Sandnesområdet

(123) Partene har overlappende virksomhet i det relevante produktmarkedet innenfor Stavanger- og Sandnesområdet.

(124) SATS har fire treningssentre i regionen, ett lokalisert på Forus, ett i Sandnes og to i Stavanger. Fresh Fitness åpnet sitt første senter 9. november 2013 på Forus. ELIXIA har fem sentre som befinner seg på Forus, Sandnes, Madla, Hillevåg og i Stavanger sentrum (St Olav). I tillegg til partenes 10 sentre er det ytterligere 17 treningssentre i Stavanger- og Sandnesområdet.

(125) Etter Konkurransetilsynets vurdering vil konkurranseintensiteten kunne variere noe innenfor det geografiske området. Konkurransetilsynet har imidlertid ikke funnet det nødvendig å ta endelig stilling om det relevante geografiske markedet er snevrere enn Stavanger- og Sandnesområdet, da det uansett ikke vil ha betydning for tilsynets konklusjoner i saken.

6 Konkurranseanalyse

6.1 Innledning

(126) Konkurransetilsynet skal forby en foretakssammenslutning som "vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål", jf. konkurranseloven § 16 første ledd, jf. § 1. Dersom konkurransen er vesentlig begrenset, vil de involverte foretak kunne utøve markedsmakt. Med markedsmakt menes vanligvis en bedrifts evne til å kunne gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning, uten at omsatt kvantum synker så mye at det blir ulønnsomt.

(127) En aktør med markedsmakt kan i større eller mindre grad opptre uavhengig av sine konkurrenter, kunder og leverandører. Markedsmakt kommer først og fremst til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi utslag i dårligere service, kvalitet og produktutvalg, og begrenset produktutvikling. Utøvelse av markedsmakt innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand, idet markedstilpasningen

gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den ville ha vært med virksom konkurranse.

(128) Det er flere forhold som er relevante i vurderingen av graden av konkurranseintensiteten i et marked, og dermed for aktørenes muligheter til å utøve markedsmakt. Sentrale momenter er produktenes substituerbarhet, konkurrenters responsmuligheter, etableringsmuligheter, potensiell konkurranse og kjøpermakt. Disse faktorene virker sammen og påvirker graden av konkurranse.

(129) Markedsandeler brukes til å beregne konsentrasjonen i markedet. Konkurransetilsynet legger til grunn at høy markedskonsentrasjon normalt vil være en nødvendig, men ikke tilstrekkelig betingelse for å fastslå at konkurransen er begrenset. Beskrivelsen av konsentrasjonen i markedet er derfor et utgangspunkt for en nærmere analyse av de konkurransemessige virkningene av foretakssammenslutningen.

(130) Dersom konkurransen er vesentlig begrenset allerede før foretakssammenslutningen, er det tilstrekkelig at foretakssammenslutningen vil forsterke den vesentlige konkurransebegrensningen. Det følger av forarbeidende til konkurranseloven at det i tilfeller hvor konkurransen allerede før foretakssammenslutningen er vesentlig begrenset, ikke stilles noen minimumskrav til hvor mye foretakssammenslutningen må forsterke denne begrensningen.[50]

(131) Konkurransetilsynet vil i det følgende vurdere foretakssammenslutningens virkninger på konkurransen i de ulike relevante markedene.

6.2 Treningssentermarkedet i Oslo

6.2.1 Konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

6.2.1.1 Antall aktører, markedsandeler og konsentrasjon

(132) Tabellen nedenfor viser omsetning og markedsandeler fordelt på de enkelte aktørene i treningssentermarkedet i Oslo.

Tabell 3: Omsetning og markedsandel i Oslo, 2012 (1000 kroner)

	Segment	Antall sentre	Omsetning	Markedsandel (%)
ELIXIA	Fullsortiment	13	[redacted]	[30-40]
SATS	Fullsortiment	18	[redacted]	[20-30]
Fresh Fitness	Lavpris	6	[redacted]	[0-5]
Actic	Fullsortiment	6	[redacted]	[0-5]
Condis	Fullsortiment	3	15 753	[0-5]
EVO Fitness[51]	Lavpris	8	[redacted]	[0-5]
Fitness24Seven	Lavpris	5	[redacted]	[0-5]
Fitness Xpress	Lavpris	4	29 174	[0-5]
Friskis & Svettis	Fullsortiment	1	15 682	[0-5]
Mudo Gym og Kampsport	Nisje	4	21 112	[0-5]
Myrens Sportssenter	Fullsortiment	1	17 928	[0-5]
Skullerud Sportssenter	Fullsortiment	1	16 286	[0-5]
SiO	Fullsortiment	4	[redacted]	[5-10]
Treningshuset	Fullsortiment	1	19 093	[0-5]
Artesia	Nisje	1	27 625	[0-5]

[50] Jf. Ot.prp. nr. 6 (2003-2004), s. 229.
[51] Tall på omsetning for EVO Fitness er fra 2013.

Vallhall trenings- og terapisenter	Fullsortiment	1	11 452	[0-5]
Øvrige treningssentre[52]	Fullsortiment	13	36 601	[0-5]
	Lavpris	7	11 939	[0-5]
	Nisje	12	32 753	[0-5]
Totalt		109	[redacted]	100,00

(133) Det fremgår av tabellen at ELIXIA og HFN er de største aktørene i Oslo med en markedsandel på henholdsvis [redacted] prosent og [redacted] prosent. Den nest største aktøren er Studentskipnaden i Oslo (SiO), med en markedsandel på [redacted] prosent. Ingen av de øvrige aktørene har en markedsandel på over [redacted] prosent.

(134) Konkurransetilsynet benytter Hirschman-Herfindahl-indeksen (HHI[53]) som en indikator på konsentrasjonsgraden i markedet. HHI basert på omsetning er på [redacted], hvilket impliserer at markedet har moderat konsentrasjon før sammenslutningen. Det at markedet har moderat konsentrasjon kan indikere at konkurransen er begrenset, men det er ikke alene tilstrekkelig for en slik konklusjon.

(135) Konkurransetilsynet vil derfor foreta en nærmere vurdering av hvorvidt de ulike aktørene i Oslo kan utøve markedsmakt. Kundene i treningssentermarkedet er forbrukere. Konkurransetilsynet legger derfor til grunn at det ikke eksisterer kjøpermakt i dette markedet.

(136) I det følgende vurderes betydningen av konkurrentenes responsmuligheter, etableringsbarrierer og potensiell konkurranse.

6.2.1.2 Konkurrentenes responsmuligheter

(137) En aktørs utøvelse av markedsmakt vil være avhengig av konkurrentenes responsmuligheter. Dersom en tilstrekkelig andel av SATS og ELIXIA sine kunder kan kjøpe treningssentertjenester til bedre betingelser fra de andre aktørene i det relevante markedet, vil en prisøkning fra partenes side neppe være lønnsom. Partenes evne til å utøve markedsmakt vil derfor avhenge av de øvrige aktørenes evne og insentiv til å øke sitt salg av treningssentertjenester på kort sikt uten betydelig økte kostnader.

(138) Hvor høye priser en tilbyder av treningssentertjenester kan ta, avhenger av hvor nære substitutter konkurrerende aktører er til de tjenestene som treningssenteret tilbyr. Jo nærere substitutter som eksisterer til en gitt aktør, desto mindre rom har aktøren til å ta høyere priser.

(139) Normalt vil insentivet til prisøkning øke med markedsandelene til et foretak. Dette skyldes at gevinsten ved en prisøkning blir stor i forhold til tapet som følger av redusert omsatt kvantum. Størrelsen på den samlede gevinsten ved prisøkninger avhenger blant annet av i hvilken grad konkurrentene endrer sine priser og/eller øker sitt kvantum som respons på prisøkningen. Konkurrentene må imidlertid ha ledig kapasitet til å øke kvantumet på kort sikt, uten at de marginale kostnadene øker betydelig. Konkurrentenes responsmuligheter vil således begrenses av deres kapasitet.

(140) Oslo er det fylket med flest treningssentre. Treningssentermarkedet i Oslo er karakterisert ved en høy andel treningssentre som er tilknyttet en kjede, og en relativt høy andel lavprissentre.[54]

(141) Både SATS og ELIXIA er fullsortimentsentre med et bredt treningstilbud og tilleggstjenester som barnepass, spa og solarium. Sentrene har høy kvalitet med moderne lokaler og utstyr. Begge treningssenterkjedene har et høyt antall sentre lokalisert på sentrale steder i Oslo slik at kundene har en fleksibilitet i forhold til hvor de vil trene. Flere steder er partenes sentre

[52] Ingen av aktørene har over [redacted] prosent markedsandel.
[53] Indeksen beregnes ved å summere kvadratet av markedsandelen til de største aktørene i et marked. Kommisjonen opererer i de horisontale retningslinjer med følgende terskelverdier for HHI: Verdier rundt 1000 indikerer at markedet ikke er konsentrert, verdier mellom 1000 og 2000 indikerer at markedet er moderat konsentrert, mens verdier over 2000 er et uttrykk for at markedet har høy konsentrasjon.
[54] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"

lokalisert i umiddelbar nærhet til hverandre. Ut ifra beliggenhet, tjenestetilbud og kvalitet fremstår SATS og ELIXIA etter Konkurransetilsynets oppfatning som nære substitutter i Oslo.

(142) Dette bekreftes gjennom spørreundersøkelsen i Oslo, som viser en samlet kundediversjon på [redacted] prosent for SATS Schous plass (SATS SP) og [redacted] prosent for ELIXIA Carl Berner (ELIXIA CB). Den høye kundediversjonen viser etter Konkurransetilsynets vurdering at SATS og ELIXIA er nære substitutter.

(143) Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre i Oslo.

(144) I Oslo møter partene også konkurranse fra andre aktører. SATS og ELIXIAs evne til å utøve markedsmakt vil derfor avhenge av beliggenheten til de øvrige treningssentrene, og i hvilken grad kundene anser konkurrentene som nære substitutter.

(145) Som vist til i punkt 5.2.2.2 gir Konkurransetilsynets spørreundersøkelse en indikasjon på at en stor del av kundene til SATS og ELIXIA etterspør et fullsortimenttilbud. Det tyder på at øvrige fullsortimentssentre kan anses som nærmere substitutter enn nisje- og lavprissentre, gitt at beliggenheten er den samme. Konkurransetilsynets undersøkelser viser imidlertid at det er stor forskjell mellom de responsmuligheter SATS og ELIXIA har overfor hverandre og de responsmuligheter som eksisterer mellom andre fullsortimentsaktører og partene.

(146) I Oslo er det flere treningssenterkjeder som tilbyr fullsortimentstjenester; Actic har fem sentre, Avancia har to, Stamina Trening har to og Studentsamskipnaden i Oslo (SiO) har fire. I tillegg finnes det flere kjeder og enkeltstående aktører som har ett treningssenter i Oslo. De fleste av disse sentrene tilbyr færre gruppetimer og har færre tilleggstjenester enn SATS og ELIXIA. Studentsentrene skiller seg fra andre fullsortimentssentre ved at deres beliggenhet og fokus først og fremst er å tilby tjenester til studenter og ansatte. Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at mange av disse aktørene ser på SATS og ELIXIA som sine konkurrenter.

(147) Konkurransetilsynets spørreundersøkelse for kundene til ELIXIA CB og SATS SP viser noe diversjon til konkurrenters fullsortimentssentre, men betydelig lavere enn diversjonen mellom partene. Dette gjelder selv om konkurrentenes fullsortimentssentre har en nærmere lokalisering. Responsmulighetene fra andre fullsortimentsentre er derfor etter Konkurransetilsynets oppfatning betydelig lavere enn responsmulighetene mellom SATS og ELIXIA i dag.

(148) I Oslo er det en rekke lavprissentre som ikke tilbyr fullsortimentstjenester. Mange av dem er tilknyttet lavpriskjeder; EVO Fitness har åtte sentre, Fitness24seven har fem, Fitness Xpress har fire, Bare Trening har tre. HFN har også en lavpriskjede, Fresh Fitness, som har seks sentre i Oslo. I tillegg finnes det flere kjeder og enkeltstående aktører som har ett lavprissenter i Oslo.

(149) Selv om fullsortimentssentrene har et mer komplett tilbud av trenings- og tilleggstjenester enn lavprissentrene, vil lavprissentrene like fullt kunne utøve konkurransepress overfor SATS og ELIXIA. Som vist til i punkt 5.2.2.2 går det frem av Konkurransetilsynets spørreundersøkelse at vel [redacted] prosent av medlemmene benyttet seg av treningsapparater og frivekter sist gang de trente. Dette er tjenester som også tilbys av lavprissentre, slik at for en del av kundegruppen til SATS og ELIXIA vil lavprissentrene kunne være et substitutt, gitt at senteret har en sentral beliggenhet og på andre måter virker attraktive i forhold til kundene. Både partene og konkurrentene har uttrykt at de konkurrerer med lavprissentrene.[55] Oslo er også, som tidligere nevnt, det fylket med flest lavprissentre. Konkurransetilsynets informasjonsinnhenting viser at mange av disse aktørene ser på SATS og ELIXIA som sine konkurrenter.

(150) EVO Fitness er den aktøren med flest lavprissentre i Oslo. EVO Fitness kategoriserer seg selv som et treningssenter mellom fullsortiment og lavpris. Treningstilbudet fokuserer utelukkende på individuell trening. De tilbyr ikke gruppetrening i sal, men har generelt høy standard på fasiliteter og treningsutstyr. EVO Fitness opplyser at de anser [redacted] som sin sterkeste

[55] Jf. blant annet brev fra Spenst Norge 10. november 2013, brev fra Avancia 7. november 2013, og brev fra Advokatfirmaet Wiersholm AS 7. november 2013.

konkurrent, etterfulgt av [redacted].[56] EVO Fitness åpnet sitt første treningssenter i januar 2010, og har åpnet 31 nye sentre de siste fire årene. De opplyser at de har opparbeidet seg en samlet kundebase på [redacted] medlemmer, hvorav de fleste kundene kommer fra [redacted]. EVO Fitness har relativt god kapasitetsutnyttelse i Oslo. Konkurransetilsynets spørreundersøkelse viser noe diversjon [redacted] fra SATS SP til EVO Fitness Grünerløkka som ligger rett ved SATS SP. Etter tilsynets vurdering har den geografiske nærheten trolig stor betydning, noe som underbygges av at tilsynet ikke finner tilsvarende diversjon i forbrukerundersøkelsen i Bergensområdet hvor det er større avstand mellom EVO Fitness og partenes sentre.

(151) HFN har i tillegg til SATS sentrene, lavpriskjeden Fresh Fitness som har opparbeidet seg en betydelig medlemsmasse siden oppstarten i 2010. Mange av sentrene til Fresh Fitness ligger i nærheten av fullsortimentssentre. Fresh Fitness på Carl Berner er lokalisert i nærheten av ELIXIA CB. Senteret har store lokaler og tilbyr spinning- og gruppetimer i sal med virtuelle instruktører. Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse [redacted] diversjon fra ELIXIA CB til Fresh Fitness Carl Berner.

(152) Ut fra de nevnte forhold vurderer Konkurransetilsynet at lavprissentre kan utøve et visst, men begrenset, konkurransetrykk på partenes treningssentre i Oslo dersom de ligger i umiddelbar nærhet til SATS og ELIXIA. Etter Konkurransetilsynets oppfatning vil imidlertid lavprissentre ha begrensede responsmuligheter overfor SATS og ELIXIA.

(153) Det er flere nisjesentre i Oslo som har spesialisert seg innenfor én treningsform. Det største nisjesenteret i Oslo er MUDO Gym og Kampsport med fire treningssentre. Ett av sentrene, MUDO Torshov, er lokalisert i nærheten av ELIXIA CB. MUDO Torshov har et treningslokale med mulighet for individuell trening. I tillegg tilbyr senteret timer i ulike kampsportgrener. Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse viser ingen diversjon til MUDO Gym og Kampsport. Ingen av de øvrige nisjesentrene i Oslo har en markedsandel på over én prosent. På grunn av begrensningen i treningsform samt de lave markedsandelene kan ikke Konkurransetilsynet se at nisjesentrene har responsmuligheter overfor SATS og ELIXIA.

(154) Samlet finner Konkurransetilsynet at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil de øvrige treningssentrenes responsmuligheter være begrenset.

6.2.1.3 Etableringshindringer og potensiell konkurranse

(155) Etableringsvilkår er en samlebetegnelse på de forhold og betingelser som en bedrift står overfor når den vurderer å etablere seg i et marked. Etableringsvilkårene avgjør den potensielle konkurransen fra aktører som ikke er etablert i det relevante markedet. Offentlige reguleringer, irreversible investeringer, samt stordriftsfordeler, er eksempler på etableringshindringer.

(156) For at trusselen om etablering skal legge begrensninger på markedsdeltakernes atferd, må etableringen være sannsynlig, effektiv og tidsnær. Høye etableringshindringer tilsier at etablerte aktører i mindre grad må ta hensyn til at nye aktører kan etablere seg i markedet ved for eksempel en prisøkning. I markeder hvor det er lave etableringshindringer, vil de etablerte aktørene være forsiktige med å øke prisene fordi dette kan tiltrekke seg nye konkurrenter.

(157) Videre vil nyetablering fremstå som mer profitabelt i et marked i vekst fremfor et marked som er modent eller forventes å modne. Konkurransetilsynet vil også ta hensyn til at høy risiko og høye kostnader forbundet med nyetablering kan redusere sannsynligheten for etablering. I tillegg må etableringen være av et slikt omfang at utøvelse av markedsmakt forhindres. Etablering i liten skala, for eksempel i en nisje av markedet, vil ikke nødvendigvis være tilstrekkelig til å disiplinere etablerte aktører.

(158) En potensiell konkurrent er et foretak som ikke deltar i det relevante markedet for øyeblikket, men som er i stand til eller kan forventes å gjøre det i nær fremtid. Potensiell konkurranse forutsetter at tilbyderne, som en reaksjon på en liten og varig prisøkning, evner å omstille

[56] Jf. brev fra Fitness Group Nordic AS 6. november 2013.

salget/produksjonen og markedsføre produktene/tjenestene i løpet av forholdsvis kort tid, uten at det medfører betydelige tilleggskostnader eller risiko.

(159) I vurderingen av potensiell konkurranse ser Konkurransetilsynet særlig på hvilke etableringshindringer foretakene møter, om den forventede markedsutviklingen tilsier at det er forretningsmessig gunstig å etablere seg eller endre produksjon, og om foretakene er i besittelser av fasiliteter, relevant kompetanse eller annet som reduserer de nødvendige investeringer for inntreden i markedet.

(160) For at en ny aktør skal kunne etablere seg i treningssentermarkedet, må aktøren skaffe egnede lokaler, utstyr, trenere og øvrige ansatte. Muligheter for nyetablering vil i tillegg bero på sannsynligheten og tidsbruken for å opparbeide seg en tilstrekkelig stor kundemasse.

(161) Treningsbransjen er en kapitalintensiv bransje. Ved siden av lønnsutgifter er treningsutstyr den klart høyeste utgiftsposten.[57] Som svar på spørsmål fra Konkurransetilsynet om investeringskostnader, svarer konkurrentene at et fullsortimentssenter krever investeringer på rundt 10 millioner kroner.[58] For mindre lavpris- og nisjesentre er det antydet investeringskostnader på ca. 5 millioner kroner. Partene anslår etableringskostnaden for et nytt treningssenter til ca. [redacted]

(162) Selv om særlig fullsortimentssentrene krever relativt høye investeringskostnader, hevder partene at bransjen har lave irreversible kostnader. De forklarer at det ofte er utleier av lokaler som tilrettelegger lokalene til leietakers behov, og at treningsutstyr normalt leies eller leases av treningssentrene. Konkurransetilsynet kan ikke se at det er grunnlag for dette da de fleste leieavtaler inngås for flere år, og ikke kan avsluttes før utgang av leieperioden uten at det må betales en kompensasjon.

(163) Med høye investeringskostnader er det avgjørende for nye aktører å kunne opparbeide seg en bærekraftig medlemsmasse innen kort tid. Andelen av den norske befolkningen som trener på treningssenter har økt de senere årene og ligger nå på rundt 23 prosent innenfor aldersgruppen 15-70 år. Etableringstakten har imidlertid vært høyere enn økningen i antall medlemmer,[59] slik at nye aktører har måtte tiltrekke seg kunder som allerede er medlem ved andre treningssentre.

(164) De fleste treningssentre tilbyr medlemskap med en gitt bindingstid.[60] Det er derfor sannsynlig at kundene ikke står helt fritt til å velge konkurrerende sentre ved at de opplever en byttekostnad dersom de går til en konkurrent i løpet av bindingstiden. Videre er det relativt vanlig at bedrifter har bedriftsavtaler med ulike treningssenterkjeder.[61] I bedriftsavtalene yter normalt ikke bedriften noe til treningssenteret, men ettersom de ansatte oppnår rabatter hos treningssentrene får sentrene "lettere tilgang" til potensielt nye kunder, og kundene blir mer lojale. Spørreundersøkelsen viser at over [redacted] prosent av kundene ved SATS og ELIXIA får en rabatt på abonnementet gjennom jobben eller studiested.

(165) Partene har i fullstendig melding argumentert for at det ikke er nødvendig å være en etablert aktør for å kunne vokse seg stor over en kort periode, og viser til treningskjeden EVO Fitness som har etablert seg med rundt 30 sentre i Norge de siste 3 årene. Selv om de fleste treningssentrene, og da særlig fullsortimentssentrene, opererer med bindingstid på abonnementene, opplyser både partene[62] og konkurrentene at de har en høy grad av nye

---

[57] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"

[58] Se blant annet brev fra [redacted] og brev fra [redacted]

[59] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"

[60] I Konkurransetilsynets spørreundersøkelse svarer mellom [redacted] prosent av kundene til SATS og ELIXIA at de ikke har bindingstid på sitt abonnement.

[61] De fleste fullsortimentssentrene tilbyr bedriftsavtaler (se blant annet brev fra Fitness24Seven 7. november 2013, brev fra 3T-Produkter AS 7. november 2013, brev fra Spenst Norge 10. november 2013, brev fra Family Sports Club Norway AS 1. november 2013, brev fra Stamina Trening 10. november 2013, samt fullstendig melding s. 83).

[62] Partene opplyser i fullstendig melding s. 18 at kundemobiliteten hos begge parter ligger på mellom [redacted] prosent.

medlemmer og medlemmer som slutter.[63] Samtidig opplyser konkurrentene i sine svarbrev til Konkurransetilsynet, at det tar minst to år å opparbeide seg en bærekraftig medlemsmasse for fullsortimentssentrene[64].

(166) I Konkurransetilsynets spørreundersøkelse ble kundene til SATS og ELIXIA spurt om de hadde byttet treningssenter i løpet av de siste 12 månedene. Svarene viste høy kundelojalitet. Færre enn [redacted] prosent av kundene i Oslo, Sarpsborg og Sandsli/Kokstad hadde byttet treningssenter siste året. Lav kundediversjon til konkurrerende fullsortimentssentre i Oslo, selv de som var lokalisert svært nært partenes treningssentre, gir også en indikasjon på at nye fullsortimentssentre vil kunne ha problemer med å tiltrekke seg medlemmer som i dag trener på SATS og ELIXIA.

(167) Ledig kapasitet i markedet kan virke avskrekkende for etablering. De fleste av konkurrentene har i sine svar til Konkurransetilsynet uttrykt at de har ledig kapasitet. Dette skyldes trolig at det har funnet sted en utbygging samtidig som etterspørselen ikke har økt i samme grad. Dette kan medføre at aktører som ønsker å etablere seg i det relevante markedet ikke finner dette tilstrekkelig interessant. Overkapasitet kan således i seg selv utgjøre en etableringshindring.

(168) Som det går frem av Konkurransetilsynets spørreundersøkelse, samt informasjon fra aktørene i bransjen,[65] er treningssenterets beliggenhet en av de viktigste faktorene ved valg av treningssenter. Partene opplever ikke at tilgang til lokaler er noen vesentlig barriere. I møtet med Konkurransetilsynet uttrykte imidlertid partene at det er vanskeligere å finne egnede lokaler for store sentre.[66] Konkurrentene har gitt uttrykk for at det er vanskelig å finne egnede lokaler i de største byene og da særlig for fullsortimentssentre, men at det fortsatt er mulig på mindre steder.[67] Flere av konkurrentene har gitt uttrykk for at tilgangen til egnede lokaler trolig er enklere for SATS og ELIXIA fremfor lokale aktører. Argumentet er at gårdeiere anser partene for å være sikrere betalere.[68]

(169) Partene har forklart at det ikke finnes egne bransjekrav for å starte treningssentre. Konkurrentene har imidlertid forklart at bransjen er pålagt generelle krav om for eksempel universell utforming, byggetekniske løsninger og lydisolering. I tillegg har flere av treningssentrene uttrykt at det kan være et problem, samt at det tar tid, å få godkjent og tilrettelagt bygg til næringsvirksomhet.[69] [redacted] konkurrentene antyder at det tar ca 12 måneder å åpne et nytt treningssenter.[70]

(170) Konkurransetilsynet er av den oppfatning at høye kapitalkrav og lave inntektsutsikter de første driftsårene vil være en etableringshindring, særlig for de som ønsker å starte et fullsortimentsenter. Et betydelig antall nyetableringer de senere årene viser imidlertid at det har vært vilje til å investere kapital i treningssenterbransjen i Norge. I løpet av de siste fem årene har det vært 35 nyetableringer i Oslo, fra både nye sentre hos eksisterende treningssenterkjeder og fra nye, frittstående treningssentre.[71] I 2013 er det åpnet 10 nye treningssentre i Oslo, hvorav 7 av disse er lavprissentre.[72] Høy grad av nyetableringer kan,

---

[63] Jf. brev fra [redacted], brev fra [redacted] brev fra [redacted] og brev fra [redacted]

[64] Jf. blant annet brev fra [redacted] og e-post fra [redacted]

[65] Jf. blant annet brev fra Advokatfirmaet Wiersholm AS 7. november 2013, vedlegg 1 "Resultater fra spørreundersøkelse utført i samarbeid med Quartz September 2013", s. 6.

[66] Opplysninger gitt i møte mellom partene og Konkurransetilsynet 15. november 2013.

[67] Se blant annet brev fra Stamina Trening 10. november 2013, brev fra 3T-Produkter AS 7. november 2013, brev fra Spenst Norge 10. november 2013, og brev fra Fitness Xpress 11. november 2013. Stamina Trening har imidlertid i brev 10. november 2013 uttrykt at treningssentre ofte er populære for utbygger/gårdeier da de tiltrekker seg en kjøpesterk kundegruppe til glede for nærliggende virksomhet.

[68] Jf. blant annet brev fra SiS 11. november 2013, brev fra Spenst Norge 10. november 2013 og brev fra Skullerud Sport Senter 7. november 2013.

[69] Se blant annet brev fra Fitness Group Nordic AS 6. november 2013, e-post fra Sprek og Blid 7. november 2013, brev fra 3T-Produkter AS 7. november 2013 og brev fra Spenst Norge 10. november 2013.

[70] Se blant annet brev fra [redacted], brev fra [redacted] og brev fra [redacted]

[71] Jf. fullstendig melding s. 37.

[72] Virke "*Treningssenterbransjen 2013*"

isolert sett, tilsi at etableringshindringene er lave i treningssenterbransjen. Det er imidlertid verd å merke seg at de fleste nyetableringene har vært innenfor lavprissegmentet. Konkurransetilsynet legger til grunn at det er relativt høye etableringshindringer innenfor fullsortimentssegmentet, og da særlig i bykjerner hvor det kan være vanskelig å få egnede lokaler.

(171) Konkurransetilsynet legger på denne bakgrunn til grunn at det er høye etableringshindringer for nye aktører som vil etablere seg, og at etableringshindringene er størst i sentrale strøk og for fullsortimentssentre.

(172) Konkurransetilsynet har vurdert potensiell konkurranse i Oslo. Etter Konkurransetilsynets vurdering er det vanskelig å se at en aktør som ikke er etablert i markedet i dag vil være i stand til å tilby treningssentertjenester uten av det medfører betydelige tilleggskostnader eller risiko. Av den grunn finner Konkurransetilsynet at potensiell konkurranse er begrenset.

6.2.1.4 Oppsummering av konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

(173) Treningssentrenes omsetningstall viser at HFN og ELIXIA er de klart største aktørene innen treningssenterbransjen i Oslo.

(174) Det er et høyt antall treningssentre innenfor alle tre segmentene i Oslo. Konkurransetilsynet finner at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre før sammenslutningen. Responsmulighetene fra andre treningssentre er begrenset.

(175) Konkurransetilsynet har kommet til at det foreligger høye etableringshindringer og begrenset potensiell konkurranse i det relevante markedet.

(176) Konkurransetilsynet har ikke funnet det nødvendig å ta stilling til om konkurransen er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen, da fusjonen uansett kan føre til at konkurransen blir vesentlig begrenset.

6.2.2 Konkurransesituasjonen etter foretakssammenslutningen

(177) Foretakssammenslutningen innebærer at de to største konkurrentene i treningssentermarkedet i Oslo slår seg sammen. De fusjonerte partene blir den desidert største aktøren i markedet med en markedsandel på [redacted] prosent. Samtidig blir markedet ytterligere konsentrert, HHI øker fra [redacted]. Det sterke konkurransepresset mellom SATS og ELIXIA faller således bort.

(178) Konkurransetilsynets spørreundersøkelse viser at kundene til SATS og ELIXIA anser partenes treningssentre til å være nære substitutter, jf. tabell 1 og 2. Beregningene av prispress indikerer at partene vil ha insentiv til å øke prisene som følge av foretakssammenslutningen.

(179) Konkurransetilsynet vurderer responsmulighetene til de andre treningssentrene som begrenset også etter foretakssammenslutningen.

(180) Konkurransetilsynet kan ikke se at foretakssammenslutningen vil påvirke etableringsmulighetene eller graden av potensiell konkurranse i nevneverdig grad. Etableringshindringene vil fortsatt være betydelige og den potensielle konkurransen begrenset.

(181) På dette grunnlag finner Konkurransetilsynet at foretakssammenslutningen kan føre til at konkurransen i det relevante markedet vil bli vesentlig begrenset.

6.3 Treningssentermarkedet i Bærum

6.3.1 Konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

6.3.1.1 Antall aktører, markedsandeler og konsentrasjon

(182) Ved beregning av partenes og konkurrentenes markedsandeler i Bærum, har Konkurransetilsynet tatt utgangspunkt i treningssentrenes omsetning.

Tabell 4: Omsetning og markedsandeler i Bærum, 2012 (1000 kroner)

	Segment	Antall sentre	Omsetning	Markedsandel (%)
ELIXIA	Fullsortiment	2	[redacted]	[50-60]
SATS	Fullsortiment	1	[redacted]	[10-20]
Mudo Gym og Kampsport	Nisje	1	223	[0-5]
Actic	Fullsortiment	1	[redacted]	[0-5]
Friskis & Svettis[73]	Fullsortiment	1		
Fitness Room	Lavpris	1	4204	[0-5]
Non-Stop Fitness	Lavpris	1	864	[0-5]
Gnist	Fullsortiment	1	15469	[10-20]
EVO Fitness	Lavpris	2	[redacted]	[5-10]
Mykje Meir	Nisje	1	1195	[0-5]
Spenst	Fullsortiment	1	4154	[0-5]
Totalt		13	[redacted]	100,00

(183) Oversikten over viser at ELIXIA har en sterk markedsstilling i treningssentermarkedet i Bærum med en markedsandel på [redacted] prosent. SATS er den nest største aktøren med en markedsandel på [redacted] prosent.

(184) HHI i det relevante markedet er [redacted], hvilket betegnes som et marked med høy konsentrasjon. Dette gir indikasjoner på at konkurransen er begrenset. Det er likevel nødvendig å foreta en nærmere vurdering av hvorvidt aktørene i markedet faktisk kan utøve markedsmakt. Som nevnt i punkt 6.2.1.1 er kundene i treningssentermarkedet enkeltpersoner og det foreligger dermed ikke kjøpermakt som kan begrense selgermakten.

(185) Når det gjelder etableringshindringer og potensiell konkurranse, er de vurderinger som fremkommer ovenfor for treningssentermarkedet i Oslo også gjeldende for Bærum. Så langt Konkurransetilsynet kjenner til, er det ikke åpnet nye treningssentre i Bærum de siste to årene. Etableringshindringer og potensiell konkurranse omtales derfor ikke noe ytterligere for Bærums del. Vedrørende konkurrentenes responsmuligheter, vil de generelle vurderingene også i stor grad være sammenfallende med Oslo. Dette innebærer at responsmulighetene er begrenset både for fullsortimentsaktører og for lavprissentre. I det følgende gis det likevel en kort gjennomgang av konkurrentenes responsmuligheter i det relevante markedet.

6.3.1.2 Konkurrentenes responsmuligheter

(186) ELIXIA har som nevnt to treningssentre i Bærum, lokalisert i knutepunktene Bekkestua og Sandvika. I tillegg har ELIXIA et senter på CC Vest i Oslo, fem km fra Bekkestua, og et senter i Billingstad i Asker kommune. ELIXIA Billingstad ligger kun to km fra ELIXIA Sandvika. Det er derfor stor overlapp mellom treningssentrene til ELIXIA i Bærum, Asker og Oslo Vest.

(187) SATS Bekkestua åpner i januar 2014 etter omfattende oppussing. Senteret ligger i umiddelbar nærhet til ELIXIA Bekkestua. Både SATS og ELXIA på Bekkestua har tilleggstjenester som barnepass og personlige trenere. Etter Konkurransetilsynets oppfatning vil SATS og ELIXIA ha gode responsmuligheter overfor hverandre.

(188) Det er i dag to øvrige aktører innenfor fullsortimentsegmentet i Bærum; Actic og Gnist. Begge aktører har ett treningssenter hver i Bærum. Actic er lokalisert i Sandvika, mens Gnist er lokalisert i betydelig avstand fra Sandvika og Bekkestua. Friskis og Svettis har vært en tredje aktør innen fullsortimentsegmentet, men la ned treningssenteret i Sandvika 24. januar 2014.

[73] Friskis og Svettis er nedlagt og erstattes av Fresh Fitness våren 2014.

Actic vil kunne utøve noe konkurransepress på ELIXIA Sandvika, mens Gnist vil ha begrensede responsmuligheter.

(189) Det er tre lavprisaktører i Bærum. EVO Fitness driver to treningssenter, mens Fitness Room og Non Stop Fitness har ett senter hver. Med unntak av Fitness Room, som er lokalisert i Sandvika, er de øvrige lavprissentrene lokalisert et stykke fra SATS og ELIXIA sine sentre. På grunn av et vesentlig mindre treningstilbud, fremstår verken Fitness Room eller Non Stop Fitness som nære konkurrenter til partenes treningssentre, og har dermed begrenset med responsmuligheter. EVO Fitness vil kunne utøve noe konkurransepress på partenes treningssentre på Bekkestua.

(190) Det finnes også noen nisjesentre i Bærum; Mykje Meir har to sentre, mens MUDO Gym og Kampsport har ett senter. På grunn av andre treningsformer og -konsepter enn fullsortimentssentre, er Konkurransetilsynet av den oppfatning at verken MUDO Gym og Kampsport eller Mykje Meir vil ha responsmuligheter overfor partene.

(191) Samlet finner Konkurransetilsynet at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil de øvrige treningssentrenes responsmuligheter være begrenset.

6.3.1.3 Oppsummering av konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

(192) Treningssentrenes omsetningstall viser at SATS og ELIXIA er de klart største aktørene innen treningssenterbransjen i Bærum.

(193) Konkurransetilsynet finner at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre før sammenslutningen. Responsmulighetene fra andre treningssentre er begrenset.

(194) Konkurransetilsynet har kommet til at det foreligger høye etableringshindringer og begrenset potensiell konkurranse i det relevante markedet.

(195) Konkurransetilsynet har ikke funnet det nødvendig å ta stilling til om konkurransen er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen, da fusjonen uansett kan føre til at konkurransen blir vesentlig begrenset.

6.3.2 Konkurransesituasjonen etter foretakssammenslutningen

(196) Foretakssammenslutningen vil føre til at partene får en samlet markedsandel på [redacted] prosent i treningssentermarkedet i Bærum. HHI vil øke fra [redacted], hvilket innebærer at den høye konsentrasjonen i markedet forsterkes ytterligere.

(197) Konkurransetilsynets spørreundersøkelse viser at kundene til SATS og ELIXIA anser partenes treningssentre til å være nære substitutter, jf. tabell 1 og 2. Beregningene av prispress indikerer at partene vil ha insentiv til å øke prisene som følge av foretakssammenslutningen.

(198) Konkurransetilsynet vurderer responsmulighetene til de andre treningssentrene som begrenset også etter foretakssammenslutningen.

(199) Konkurransetilsynet kan ikke se at foretakssammenslutningen vil påvirke etableringsmulighetene eller graden av potensiell konkurranse i nevneverdig grad. Etableringshindringene vil fortsatt være betydelige og den potensielle konkurransen begrenset.

(200) På dette grunnlag finner Konkurransetilsynet at foretakssammenslutningen kan føre til at konkurransen i det relevante markedet vil bli vesentlig begrenset.

6.4 Treningssentermarkedet i Stor-Oslo Nord

6.4.1 Konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

6.4.1.1 Antall aktører, markedsandeler og konsentrasjon

(201) I tabellen nedenfor oppgis omsetning og markedsandeler i Stor-Oslo Nord.

Tabell 5: Omsetning og markedsandeler i Stor-Oslo Nord, 2012 (1000 kroner)

	Segment	Antall sentre	Omsetning	Markedsandel (%)
SATS	Fullsortiment	2	[redacted]	[20-30]
Elixia	Fullsortiment	1		[10-20]
Fresh Fitness	Lavpris	3		[5-10]
Arena Trening	Fullsortiment	1	2287	[0-5]
Wellness Gym	Lavpris	1	[redacted]	[0-5]
Staals	Fullsortiment	1	1907	[0-5]
Kjeller Treningssenter	Fullsortiment	1	5502	[0-5]
Gold's Gym	Fullsortiment	1	8256	[5-10]
Mudo Gym og Kampsport [74]	Nisje	1		
Spenst	Fullsortiment	2	8955	[5-10]
Avancia Skedsmokorset	Fullsortiment	1	19004	[10-20]
Condis	Fullsortiment	2	22599	[10-20]
EVO Fitness Lillestrøm [75]	Lavpris	1	[redacted]	[0-5]
Totalt		18	[redacted]	100,00

(202) Før sammenslutningen er det HFN som er den største aktøren med i overkant av [redacted] prosent markedsandel, etterfulgt av flere aktører med en markedsandel på mellom [redacted] prosent. Omsetnings-HHI er [redacted], som indikerer at markedet er moderat konsentrert. Det er likevel nødvendig å foreta en nærmere vurdering av hvorvidt aktørene i markedet faktisk kan utøve markedsmakt. Som nevnt i punkt 6.2.1.1 er kundene i treningssentermarkedet enkeltpersoner og det foreligger dermed ikke kjøpermakt som kan begrense selgermakten.

(203) Når det gjelder etableringshindringer og potensiell konkurranse, er de vurderinger som fremkommer ovenfor for treningssentermarkedet i Oslo også gjeldende for Stor-Oslo Nord. Etableringshindringer og potensiell konkurranse omtales derfor ikke noe ytterligere. Vedrørende konkurrentenes responsmuligheter, vil de generelle vurderingene også i stor grad være sammenfallende med Oslo. Dette innebærer at responsmulighetene er begrenset både for fullsortimentsaktører og for lavprissentre. I det følgende gis det likevel en kort gjennomgang av konkurrentenes responsmuligheter i det relevante markedet.

6.4.1.2 Konkurrentenes responsmuligheter

(204) ELIXIA har ett treningssenter i dette området; ELIXIA Lillestrøm. SATS har to sentre; Ett på Lørenskog og ett på Lillestrøm. Fresh Fitness har tre sentre lokalisert på Lørenskog, Skedsmokorset og Strømmen. Etter Konkurransetilsynets oppfatning vil SATS og ELIXIA ha gode responsmuligheter overfor hverandre.

(205) Det er ni andre fullsortimentssentre i dette området; Spenst har tre sentre, Condis har to sentre, mens Avancia, Arena Trening, Kjeller Treningssenter og Gold's Gym har ett senter hver. Til tross for at det finnes relativt mange andre fullsortimentsaktører i området, så innebærer til

[74] Mudo Gym er slått sammen med Condis Triaden. Omsetningstall for kampsportsvirksomheten til Mudo mangler i tabellen.
[75] Omsetningstall for EVO Fitness er fra 2013.

dels stor avstand at konkurransepresset på partenes sentre er begrenset. Ut ifra sentrenes beliggenhet og tjenestetilbud vil imidlertid Condis kunne utøve noe konkurransepress på SATS Lørenskog.

(206) EVO Fitness er det eneste lavprissenteret i Lillestrøm. Etter tilsynets oppfatning vil EVO Fitness kunne utøve noe konkurransepress på SATS og ELIXIA i Lillestrøm, først og fremst ut i fra beliggenhet, og kun for de av partenes kunder som etterspør individuell trening.

(207) Samlet finner Konkurransetilsynet at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil de øvrige treningssentrenes responsmuligheter være begrenset.

6.4.1.3 Oppsummering av konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

(208) Treningssentrenes omsetningstall viser at SATS er den klart største aktøren innen treningssentermarkedet i Stor-Oslo Nord.

(209) Det finnes noen treningssentre innenfor alle tre segmentene i Stor-Oslo Nord. Konkurransetilsynet finner at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre før sammenslutningen. Responsmulighetene fra andre treningssentre er begrenset.

(210) Konkurransetilsynet har kommet til at det foreligger høye etableringshindringer og begrenset potensiell konkurranse i det relevante markedet.

(211) Konkurransetilsynet har ikke funnet det nødvendig å ta stilling til om konkurransen er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen, da fusjonen uansett kan føre til at konkurransen blir vesentlig begrenset.

6.4.2 Konkurransesituasjonen etter sammenslutningen

(212) Etter sammenslutningen får partene en samlet markedsandel på [redacted] prosent. Samtidig blir markedet ytterligere konsentrert, og HHI øker fra [redacted]. Dette innebærer at markedet går fra å være moderat til sterkt konsentrert.

(213) Konkurransetilsynets spørreundersøkelse viser at kundene til SATS og ELIXIA anser partenes treningssentre til å være nære substitutter, jf. tabell 1 og 2. Beregningene av prispress indikerer at partene vil ha insentiv til å øke prisene som følge av foretakssammenslutningen.

(214) Konkurransetilsynet kan ikke se at foretakssammenslutningen vil påvirke etableringsmulighetene eller graden av potensiell konkurranse i nevneverdig grad. Etableringshindringene vil fortsatt være betydelige og den potensielle konkurransen begrenset.

(215) På dette grunnlag finner Konkurransetilsynet at foretakssammenslutningen kan føre til at konkurransen i det relevante markedet vil bli vesentlig begrenset.

6.5 Treningssentermarkedet i Bergensområdet

6.5.1 Konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

6.5.1.1 Antall aktører, markedsandeler og konsentrasjon

(216) Tabellen nedenfor viser omsetning og markedsandeler fordelt på de enkelte aktørene i treningssentermarkedet for Bergensområdet samlet.

Tabell 6: Omsetning og markedsandeler i Bergen, 2012 (1000 kroner)

	Segment	Antall sentre	Omsetning	Markedsandel (%)
ELIXIA	Fullsortiment	2	[redacted]	[10-20]
SATS	Fullsortiment	6	[redacted]	[20-30]
Sprek og blid	Fullsortiment	4	[redacted]	[5-10]
Nr1 Fitness	Fullsortiment	4	33143	[5-10]
EVO Fitness[76]	Lavpris	2	[redacted]	[0-5]
Actic	Fullsortiment	2	[redacted]	[0-5]
iTrain	Lavpris	2	8010	[0-5]
Stamina Trening	Fullsortiment	3	[redacted]	[10-20]
24/7 Treningssenter	Lavpris	1	[redacted]	[0-5]
Energi Trening	Fullsortiment	1	1317	[0-5]
SiB	Fullsortiment	6	[redacted]	[10-20]
Spenst	Fullsortiment	1	[redacted]	[0-5]
Viking Turn og idrettshall	Fullsortiment	1	[redacted]	[0-5]
Activ 365	Fullsortiment	1	25043	[5-10]
Activ 365 Xpress	Lavpris	2	[redacted]	[0-5]
Crossfit	Nisje	3	2511	[0-5]
Bergen PT senter	Nisje	1		
Barry's bootcamp	Nisje	1	1562	[0-5]
Totalt		43	[redacted]	100,00

(217) Oversikten viser at SATS er den største aktøren med [redacted] prosent markedsandel før foretakssammenslutningen. ELIXIA har en markedsandel på [redacted] prosent. De seks studentsentrene i Bergen har en samlet markedsandel på [redacted] prosent, mens fullsortimentssentrene Sprek og Blid, Nr 1 Fitness og Stamina Trening har alle en markedsandel på rundt [redacted] prosent.

(218) HHI i det relevante markedet er [redacted], hvilket betegnes som et marked med moderat konsentrasjon. Det er likevel nødvendig å foreta en nærmere vurdering av hvorvidt aktørene i markedet faktisk kan utøve markedsmakt. Som nevnt i punkt 6.2.1.1 er kundene i treningssentermarkedet enkeltpersoner og det foreligger dermed ikke kjøpermakt som kan begrense selgermakten.

(219) Når det gjelder etableringshindringer og potensiell konkurranse, er de vurderinger som fremkommer ovenfor for treningssentermarkedet i Oslo også gjeldende for Bergensområdet. Etableringshindringer og potensiell konkurranse omtales derfor ikke noe ytterligere. Vedrørende konkurrentenes responsmuligheter, vil de generelle vurderingene også i stor grad være sammenfallende med Oslo. Dette innebærer at responsmulighetene er begrenset både for fullsortimentsaktører og for lavprissentre. I det følgende gis det likevel en kort gjennomgang av konkurrentenes responsmuligheter i det relevante markedet.

6.5.1.2 Konkurrentenes responsmuligheter

(220) I Bergensområdet har SATS totalt seks treningssentre, mens ELIXIA har to sentre. ELIXIAs sentre er lokalisert på Kokstad og på Laksevåg. Nedslagsfeltet til partenes treningssentre overlapper både på Kokstad og på Laksevåg. Ut fra beliggenhet, tjenestetilbud og kvalitet fremstår SATS og ELIXIA som nære substitutter i dette området.

[76] Omsetningstall for EVO Fitness er fra 2013.

(221) Dette bekreftes gjennom spørreundersøkelsen i Bergen, som viser en samlet kundediversjon på [redacted] prosent for ELIXIA Kokstad og [redacted] prosent for SATS Sandsli. Den høye kundediversjonen viser etter Konkurransetilsynets vurdering at SATS og ELIXIA er nære substitutter.

(222) Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre i Bergensområdet.

(223) I Bergensområdet møter partene konkurranse fra andre aktører. Det finnes flere øvrige fullsortimentsaktører i området; Sprek og Blid har fire, Nr. 1 Fitness har fire, Actic har to og Stamina Trening har tre. I tillegg har Studentsamskipnaden i Bergen (SiB) seks sentre. I tillegg finnes det også enkeltstående aktører.

(224) Som nevnt under punkt 6.2.1.2, anser Konkurransetilsynet responsmulighetene fra andre fullsortimentssentre som betydelig lavere enn responsmulighetene mellom partenes treningssentre i dag. Dette bekreftes av Konkurransetilsynets spørreundersøkelse for kundene til SATS Sandsli og ELIXIA Kokstad, som viser liten eller ingen diversjon til konkurrentenes fullsortimentssentre.

(225) I Bergensområdet er det flere lavprisaktører; EVO Fitness, Activ 365 Xpress og iTrain har to sentre hver, mens 24/7 treningssenter har ett. Som nevnt i punkt 6.2.1.2, vil lavprissentre, etter Konkurransetilsynets oppfatning, ha begrensede responsmuligheter overfor SATS og ELIXIA. Dette bekreftes av Konkurransetilsynets spørreundersøkelse, som viser tilnærmet ingen diversjon til disse aktørene.

(226) Det finnes tre aktører innenfor nisjesegmentet i Bergensområdet: Crossfit (med tre sentre), Bergen PT senter og Barry's Bootcamp.

(227) Samlet finner Konkurransetilsynet at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre. Etter tilsynets vurdering vil de øvrige treningssentrenes responsmuligheter være begrenset.

6.5.1.3 Oppsummering av konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

(228) Treningssentrenes omsetningstall viser at SATS og ELIXIA er de klart største aktørene innen treningssenterbransjen i området Sandsli/Kokstad.

(229) Konkurransetilsynet finner at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre før sammenslutningen. Responsmulighetene fra andre treningssentre er begrenset.

(230) Konkurransetilsynet har kommet til at det foreligger høye etableringshindringer og begrenset potensiell konkurranse i det relevante markedet.

(231) Konkurransetilsynet har ikke funnet det ikke nødvendig å ta stilling til om konkurransen er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen, da fusjonen uansett kan føre til at konkurransen blir vesentlig begrenset.

6.5.2 Konkurransesituasjonen etter foretakssammenslutningen

(232) Som følge av foretakssammenslutningen vil partene få en samlet markedsandel på [redacted] prosent i Bergensområdet samlet. HHI øker fra [redacted]. Dette innebærer at markedet går fra å være moderat til sterkt konsentrert. Som beskrevet ovenfor, anser Konkurransetilsynet at konkurransesituasjonen i området Sandsli/Kokstad peker seg ut som spesielt problematisk i Bergensområdet.

(233) Konkurransetilsynets spørreundersøkelse viser at kundene til SATS og ELIXIA anser partenes treningssentre til å være nære substitutter, jf. tabell 1 og 2. Beregningene av prispress indikerer at partene vil ha insentiv til å øke prisene som følge av foretakssammenslutningen.

(234) Konkurransetilsynet vurderer responsmulighetene til de andre treningssentrene som begrenset også etter foretakssammenslutningen.

(235) Responsmulighetene til de andre treningssentrene vurderer tilsynet som begrenset også etter foretakssammenslutningen.

(236) Konkurransetilsynet kan ikke se at foretakssammenslutningen vil påvirke etableringsmulighetene eller graden av potensiell konkurranse i nevneverdig grad. Etableringshindringene vil fortsatt være betydelige og den potensielle konkurransen begrenset.

(237) På dette grunnlag finner Konkurransetilsynet at foretakssammenslutningen kan føre til at konkurransen i det relevante markedet vil bli vesentlig begrenset.

6.6 Treningssentermarkedet i Stavanger- og Sandnesområdet

6.6.1 Konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

6.6.1.1 Antall aktører, markedsandeler og konsentrasjon

(238) Tabellen nedenfor viser omsetning og markedsandeler fordelt på de enkelte aktørene i treningssentermarkedet i Stavanger- og Sandnesområdet.

Tabell 7: Markedsandel og omsetning i Stavanger- og Sandnesområdet, 2012 (1000 kroner)

	Segment	Antall sentre	Omsetning	Markedsandel (%)
SATS	Fullsort	4	[redacted]	[10-20]
ELIXIA	Fullsort	5	[redacted]	[40-50]
Fresh Fitness[77]	Lavpris	1		
Aktiv	Fullsort	1	9 692	[0-5]
Arena	Fullsort	1	18 175	[5-10]
Toppform	Fullsort	2	[redacted]	[5-10]
SiS	Fullsort	1	18 460	[5-10]
Pulz	Fullsort	1	6 498	[0-5]
Trimeriet	Fullsort	1	[redacted]	[0-5]
24-7 Treningssenter	Lavpris	2	2 370	[0-5]
EVO Fitness[78]	Lavpris	2	[redacted]	[0-5]
Bjørns Gym	Nisje	1	1 676	[0-5]
Pilates Bodywork	Nisje	1	1 633	[0-5]
Personlig Trener Service	Nisje	1	1 660	[0-5]
Kampsportinstituttet	Nisje	1	[redacted]	[0-5]
City Gym	Nisje	1	6 961	[0-5]
Crossfit sentrum	Nisje	1	2 148	[0-5]
Totalt		27	[redacted]	100,00

(239) Det fremgår av tabellen at ELIXIA er den klart største aktøren med en markedsandel på [redacted] prosent. SATS er den nest største aktøren med en markedsandel på [redacted] prosent. Treningssentrene Arena Treningssenter (Arena), Toppform Treningssenter (Toppform) og treningssenteret til Studentskipnaden i Stavanger (SiS) har alle rundt [redacted] prosent markedsandel. Av de øvrige treningssentrene i Stavanger- og Sandnesområdet, er det ingen som har mer fem prosent markedsandel.

(240) HHI basert på omsetning i det relevante markedet er [redacted], hvilket impliserer at markedet har høy konsentrasjon. Dette gir indikasjoner på at konkurransen er begrenset, men er ikke alene tilstrekkelig for en slik konklusjon. Som nevnt i punkt 6.2.1.1 er kundene i treningssentermarkedet enkeltpersoner og det foreligger dermed ikke kjøpermakt som kan begrense selgermakten.

[77] Fresh Fitness åpnet 9. november 2013.
[78] Omsetningstall for EVO Fitness er fra 2013.

(241) Når det gjelder etableringshindringer og potensiell konkurranse, er de vurderinger som fremkommer ovenfor for treningssentermarkedet i Oslo også gjeldende for Stavanger- og Sandnesområdet. Etableringshindringer og potensiell konkurranse omtales derfor ikke noe ytterligere. Vedrørende konkurrentenes responsmuligheter, vil de generelle vurderingene også i stor grad være sammenfallende med Oslo. Dette innebærer at responsmulighetene er begrenset både for fullsortimentsaktører og for lavprissentre. I det følgende gis det likevel en kort gjennomgang av konkurrentenes responsmuligheter i det relevante markedet.

6.6.1.2 Konkurrentenes responsmuligheter

(242) Som nevnt i punkt 5.3.3.1 omfatter Stavanger- og Sandnesområdet byene Stavanger og Sandnes, og næringsområdet Forus. Både Stavanger og Sandnes er tett befolkede områder og flere av treningssentrene ligger i sentrum av byene.

(243) I Stavanger har SATS to treningssentre, mens ELIXIA har tre sentre. I Sandnes har partene ett senter hver. Det samme gjelder på Forus.

(244) Ut fra sentrenes beliggenhet, tjenestetilbud og kvalitet fremstår SATS og ELIXIA etter Konkurransetilsynets oppfatning som nære substitutter i Stavanger- og Sandnesområdet.

(245) Konkurransetilsynet legger etter dette til grunn at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre i Stavanger- og Sandnesområdet.

(246) Det er i dag seks andre aktører innenfor fullsortimentssegmentet i Stavanger; Toppform har to sentre, mens Trimeriet, Pulz, Aktiv, 24-7 Treningssenter og Studentsamskipnaden i Stavanger har ett senter hver. Som nevnt under punkt 6.2.1.2, anser Konkurransetilsynet responsmulighetene fra andre fullsortimentssentre som betydelig lavere enn responsmulighetene mellom partenes treningssentre i dag. Verken i Sandnes eller på Forus er det etablert øvrige aktører innenfor fullsortimentssegmentet.

(247) I Stavanger er det etablert ett lavprissenter. Dette drives av 24-7 Treningssenter (som også har et fullsortimentssenter). I Sandnes er det to lavprissentre; City Gym og EVO Fitness. EVO Fitness har også et senter på Forus, som eneste lavprisaktør. Som nevnt i punkt 6.2.1.2, vil lavprissentre, etter Konkurransetilsynets oppfatning, ha begrensede responsmuligheter overfor SATS og ELIXIA.

(248) I tillegg er det fire nisjesentre i Stavanger; Kampsportinstituttet, Personlig Trener Service, Pilates Bodywork og Bjørns Gym. På Forus er det etablert ett nisjesenter; Crossfit Sentrum.

(249) Samlet finner Konkurransetilsynet at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre. Etter tilsynets vurdering vil de øvrige treningssentrenes responsmuligheter være begrenset.

6.6.1.3 Oppsummering av konkurransesituasjonen før foretakssammenslutningen

(250) Treningssentrenes omsetningstall viser at SATS og ELIXIA er de klart største aktørene innen treningssenterbransjen i Stavanger- og Sandnesområdet.

(251) Konkurransetilsynet finner at SATS og ELIXIA har gode responsmuligheter overfor hverandre før sammenslutningen. Responsmulighetene fra andre treningssentre er begrenset.

(252) Konkurransetilsynet er av den oppfatning at det foreligger høye etableringshindringer og begrenset potensiell konkurranse i det relevante markedet.

(253) Konkurransetilsynet har ikke funnet det nødvendig å ta stilling til om konkurransen er vesentlig begrenset før foretakssammenslutningen, da fusjonen uansett kan føre til at konkurransen blir vesentlig begrenset.

6.6.2 Konkurransesituasjonen etter foretakssammenslutningen

(254) Foretakssammenslutningen vil føre til at partene får en samlet markedsandel på [redacted] prosent. Allerede før ervervet er markedskonsentrasjonen for treningssentertjenester i Stavanger- og Sandnesområdet høy. Som følge av ervervet øker HHI ytterligere fra [redacted]. Konkurransetilsynets spørreundersøkelse viser at kundene til SATS og ELIXIA anser partenes treningssentre til å være nære substitutter, jf. tabell 1 og 2. Beregningene av prispress indikerer at partene vil ha insentiv til å øke prisene som følge av foretakssammenslutningen.

(255) Konkurransetilsynet vurderer responsmulighetene til de andre treningssentrene som begrenset også etter foretakssammenslutningen.

(256) Konkurransetilsynet kan ikke se at foretakssammenslutningen vil påvirke etableringsmulighetene eller graden av potensiell konkurranse i nevneverdig grad. Etableringshindringene vil fortsatt være betydelige og den potensielle konkurransen begrenset.

(257) På dette grunnlag finner Konkurransetilsynet at foretakssammenslutningen kan føre til at konkurransen i det relevante markedet vil bli vesentlig begrenset.

7 Samfunnsøkonomiske virkninger

7.1 Innledning

(258) Det følger av ordlyden i konkurranseloven § 16 første ledd at Konkurransetilsynet skal forby en foretakssammenslutning som vil føre til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. Konkurranselovens formål er "å fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser", jf. lovens § 1 første ledd. Ved anvendelsen av loven, skal det tas "særlig hensyn til forbrukernes interesser", jf. § 1 annet ledd. Det vil ikke foreligge grunnlag for å gripe inn mot foretakssammenslutningen, selv om det fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, dersom foretakssammenslutningen samtidig medfører samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster som oppveier de negative følger av at konkurransen begrenses. I det følgende beskrives samfunnsøkonomisk tap og effektivitetsgevinster, og til slutt foretas en samlet vurdering.

7.2 Samfunnsøkonomisk tap

7.2.1 Utgangspunkter

(259) Foretakssammenslutningen vil føre til en vesentlig begrensing av konkurransen i treningssentermarkedet i Oslo, Bærum, Stor-Oslo Nord, Bergensområdet og Stavanger- og Sandnesområdet. Begrenset konkurranse forventes å føre til en mindre effektiv bruk av samfunnets ressurser, og dette utgjør et samfunnsøkonomisk tap.

(260) Det samfunnsøkonomiske tapet, som følger av begrenset konkurranse og virkningene overfor forbrukerne, kan oppstå som følge av flere forhold. Utøvelse av markedsmakt vil kunne komme til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi utslag i mindre kvalitet, smalere produktutvalg og redusert produktutvikling. Dette innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand, idet markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den ville ha vært med virksom konkurranse.

(261) Konkurransetilsynet har kommet til at foretakssammenslutningen vil kunne føre til økte priser på treningssentertjenester. Videre legges det til grunn at foretakssammenslutningen vil kunne føre til ensidig utnyttelse av markedsmakt på konkurranseparameterne service, kvalitet og tilbud. Det legges også til grunn at foretakssammenslutningen vil kunne medføre reduserte insentiver for intern effektivitet.

(262) I det følgende vil tilsynet redegjøre for det samfunnsøkonomiske tapet som vil oppstå som følge av en fusjon mellom HFN og ELIXIA.

7.2.2 Økte priser

(263) Konkurransetilsynet finner for det første at foretakssammenslutningen vil kunne føre til økte priser på treningssentertjenester i Oslo, Bærum, Stor-Oslo Nord, Bergensområdet og Stavanger- og Sandnesområdet.

(264) Som en følge av foretakssammenslutningen vil SATS og ELIXIA miste sin sterkeste konkurrent, og alt annet likt vil dette medføre økte insentiver til å sette høyere priser.

(265) Foretakssammenslutningen vil medføre insentiver til å sette høyere priser både for SATS/ELIXIA og for de gjenværende aktørene i markedet. I et marked med differensierte produkter vil konkurrentene til SATS/ELIXIA ha insentiver til å respondere på en prisøkning med å øke sine priser.

(266) Normalt vil insentivene til en prisøkning øke med markedsandelen til en bedrift. Det fremgår av konkurranseanalysen at partene får en markedsandel på over [redacted]prosent i Oslo, Bærum, Stor-Oslo Nord og Stavanger- og Sandnesområdet, samt [redacted]prosent i Bergensområdet.

(267) Videre gir beregninger av prispress indikasjoner på at SATS og ELIXIA har insentiver til å øke prisen etter foretakssammenslutningen.[79]

(268) På denne bakgrunn legger Konkurransetilsynet til grunn at SATS/ELIXIA, som følge av økt markedsmakt, vil få økte insentiver til å sette høyere priser i Oslo, Bærum, Stor-Oslo Nord, Bergensområdet og Stavanger- og Sandnesområdet. Foretakssammenslutningen vil også gi insentiver for konkurrentene til å sette høyere priser.

7.2.3 Redusert service, kvalitet og tilbud

(269) For det andre vil markedsmakt kunne komme til uttrykk gjennom lavere servicegrad og lavere kvalitet.

(270) Med service menes for eksempel rent og ryddig senter, tilgjengelig personale og lange åpningstider. Med kvalitet menes eksempelvis det arbeidet som gjøres for å utvikle og opprettholde et bredt treningstilbud, gjennomføring av nødvendige reparasjoner og utskifting av treningsapparater, samt utvikling av de ansattes kompetanse.

(271) Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse gir indikasjoner på at SATS og ELIXIA sine kunder etterspør et fullsortimenttilbud, og prisforskjellen mellom fullsortiment- og lavprissegmentet reflekterer at det er betalingsvillighet for et fullsortimenttilbud i markedet.

(272) Når et foretak mister sin nærmeste konkurrent i et høy-kvalitetsmarked, vil det etter Konkurransetilsynets oppfatning påvirke insentivene til å investere i kvalitet og service.

(273) Foretakssammenslutningen kan også påvirke treningstilbudet i form av at SATS og ELIXIA sentrene kan bli likere. Dette vil kunne medføre at en del av kundene mister sitt foretrukne valg.

(274) Når konkurransetrykket mellom SATS og ELIXIA forsvinner, vil insentivene til å opprettholde et høyt service- og kvalitetsnivå reduseres. Redusert service, kvalitet og tilbud er et velferdstap for samfunnet.

7.2.4 Reduserte insentiver for intern effektivitet

(275) Konkurransetilsynet legger også til grunn at økt markedsmakt etter foretakssammenslutningen kan gi reduserte insentiver for intern effektivitet. Under virksom konkurranse tvinges foretakene til å fokusere på effektiv drift, da man ellers kan tape omsetning i konkurranse med de andre aktørene i markedet. Betydningen av potensialet for sløsing påpekes av Fornyings- og administrasjonsdepartementet i vedtak av 6. februar 2006, på side 14, vedrørende Priors erverv av Norgården: " (…) manglende konkurranse kan føre til at aktørene ikke har et sterkt nok fokus på intern effektivitet, noe som bidrar til et samfunnsøkonomisk effektivitetstap."

7.2.5 Samlet vurdering

(276) Etter en samlet vurdering finner Konkurransetilsynet at foretakssammenslutningen vedrørende Altor Fund, via ELIXIA IV, og TryghedsGruppen sitt erverv av felles kontroll over ELIXIA III og HFN, kan føre til et samfunnsøkonomisk tap. Det samfunnsøkonomiske tapet er ikke i samsvar med forbrukernes interesser.

7.3 Samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster

7.3.1 Generelt

(277) Det følger av praksis og økonomisk teori at ikke enhver kostnadsbesparelse utgjør en relevant samfunnsøkonomisk effektivitetsgevinst med hensyn til vurderingen av foretakssammenslutninger. Det er bare bedriftsøkonomiske gevinster som medfører en reell samfunnsøkonomisk ressursbesparelse som er relevante. Rene omfordelinger holdes utenfor vurderingen.

---

[79] Jf. punkt 4.3

(278) Det er også et krav at kostnadsbesparelsen er spesifikt knyttet til den aktuelle foretakssammenslutningen. Dette er formulert som et vilkår om at kostnadsbesparelsen må være fusjonsspesifikk/ervervsspesifikk. Følgelig må Konkurransetilsynet også vurdere i hvilken grad de anførte kostnadsbesparelsene vil kunne realiseres uavhengig av foretakssammenslutningen. Er det sannsynlig at gevinstene kan bli realisert uavhengig av denne, vil de ikke bli hensyntatt.

(279) Det følger av praksis og økonomisk teori at ikke enhver kostnadsbesparelse utgjør en relevant samfunnsøkonomisk effektivitetsgevinst med hensyn til vurderingen av foretakssammenslutninger. Det er bare bedriftsøkonomiske gevinster som medfører en reell samfunnsøkonomisk ressursbesparelse som er relevante. Rene omfordelinger holdes utenfor vurderingen.

(280) Det er også et krav at kostnadsbesparelsen er spesifikt knyttet til den aktuelle foretakssammenslutningen. Dette er formulert som et vilkår om at kostnadsbesparelsen må være fusjonsspesifikk/ervervsspesifikk. Følgelig må Konkurransetilsynet også vurdere i hvilken grad de anførte kostnadsbesparelsene vil kunne realiseres uavhengig av foretakssammenslutningen. Er det sannsynlig at gevinstene kan bli realisert uavhengig av denne, vil de ikke bli hensyntatt.

(281) Videre bemerkes at det kun er kostnadsbesparelser som er tilstrekkelig godt dokumentert og konkretisert som vil bli vurdert. I klagesaken vedrørende Gilde/Prior[80] la departementet til grunn at det i utgangspunktet er partene som må sannsynliggjøre de samfunnsøkonomiske gevinstene ved foretakssammenslutningen. Dette innebærer at det påhviler partene å fremlegge dokumentasjon på gevinstene. Det ligger i dette også et krav om at effektivitetsgevinstene må bli gjennomført innen en rimelig tidsperiode.

(282) For foretakssammenslutninger med antatt sterke konkurransebegrensende virkninger, må de forventede effektivitetsgevinstene være betydelige for at tilsynet skal legge til grunn at det primære inngrepsalternativet etter konkurranseloven § 16 likevel ikke er oppfylt.[81]

7.3.2 Partenes anførsler

(283) I fullstendig melding har partene anført at foretakssammenslutningen vil medføre [redacted] Forventede synergieffektene er nærmere beskrevet i McKinsey-rapporten[82]. En oversikt over de anførte årlige effektivitetsbesparelsene og omstillingskostnaden følger i tabell 8.

Tabell 8 – anførte effektivitetsgevinster

Anførte effektivitetsgevinster og årlige besparelser	Årlige (MNOK)	Omstillingskostnad (MNOK)
[redacted]		

[80] Fornyings- og administrasjonsdepartementets vedtak 5. oktober 2006, Gilde Norsk Kjøtt BA – Prior Norge BA, punkt 7.7.
[81] V2008-12 Eurofins Danmark A/S – Lantmännen Analycen AB – konkurranseloven § 16 – vedtak om inngrep.
[82] Jf. brev fra Advokatfirmaet Wiersholm AS 7. november 2013, vedlegg 13 "Rapport fra McKinsey mai 2013".

(284) Konkurransetilsynet har i e-post 20. januar 2014 bedt om en nærmere redegjørelse for de ulike effektivitetsgevinstenes samfunnsøkonomiske og fusjonsspesifikke karakter, samt etterspurt ytterligere dokumentasjon knyttet til de anførte effektivitetsgevinstene.

7.3.3 Konkurransetilsynets vurdering av anførte effektivitetsgevinster

(285) I det følgende vil Konkurransetilsynet vurdere om partenes redegjørelser og fremlagt dokumentasjon er tilstrekkelig til å fastslå at de anførte besparelsene er sikre, fusjonsspesifikke og samfunnsøkonomiske besparelser.

7.3.3.1 [redacted]

(286) Partene har i brev av 7. november 2013 oppgitt at foretakssammenslutningen vil medføre synergieffekter knyttet til [redacted].

(287) Effektivitetsgevinster innen [redacted] vil etter Konkurransetilsynets oppfatning kunne gi en gevinst i samfunnsøkonomisk forstand. Partene har imidlertid ikke sannsynliggjort eller dokumentert i hvilken grad at den [redacted] kan opprettholde sitt aktivitetsnivå med en så stor [redacted]. Det er heller ikke fremlagt oversikt over i hvilke land de ulike besparelsene vil realiseres. Konkurransetilsynet finner det også sannsynlig at partene har mulighet til å realisere deler av de anførte besparelsene knyttet til [redacted] uavhengig av fusjonen. [redacted] har blant annet en [redacted], som kan tyde på et sparingspotensiale uavhengig av fusjonen.

(288) Basert på ovenstående er det Konkurransetilsynets vurdering at partene ikke i tilstrekkelig grad har dokumentert at besparelsene er fusjonsspesifikke og samfunnsøkonomiske, og de fremstår derfor som for usikre til at de kan legges til grunn.

7.3.3.2 [redacted]

(289) Partene anfører videre at besparelser knyttet til [redacted] Det planlegges at [redacted]

(290) Det er store [redacted]

(291) Det er Konkurransetilsynets vurdering at denne effektivitetsgevinsten er svært liten relativt til omstillingskostnaden. Det er heller ikke åpenbart at besparelsen er fusjonsspesifikk. Partene har ikke forsøkt å fremlegge bevis for hvorfor denne effektivitetsgevinsten i [redacted] kun kan realiseres gjennom en fusjon mellom partene, og Konkurransetilsynet vil dermed ikke vektlegge denne besparelsen i vurderingen.

7.3.3.3 [redacted]

(292) Partene anfører videre at foretakssammenslutningen vil medføre synergieffekter knyttet til [redacted]

(293) Det følger av Fornyings- og administrasjonsdepartementets vedtak i Gilde/Prior[83] at [redacted] Partene har ikke synliggjort eller dokumentert om dette er tilfelle.

(294) Basert på ovenstående er det Konkurransetilsynets vurdering at partene ikke i tilstrekkelig grad har dokumentert at besparelsene er fusjonsspesifikke og samfunnsøkonomiske, og de fremstår derfor som for usikre til at de kan legges til grunn.

[83] Fornyings- og administrasjonsdepartementets vedtak 5. oktober 2006, Gilde Norsk Kjøtt BA – Prior Norge BA.

7.3.3.4 [redacted]

(295) Effektivitetsgevinster knyttet til en [redacted][84]

(296) Det er tilsynets vurdering at en [redacted] ikke utelukkende kan regnes som en samfunnsøkonomisk effektivitetsgevinst. For hver av [redacted] Partene har ikke sannsynliggjort at dette er tilfelle.

(297) Basert på det ovennevnte finner Konkurransetilsynet at partene ikke i tilstrekkelig grad har dokumentert at besparelsene er fusjonsspesifikke og samfunnsøkonomiske, og de fremstår derfor som for usikre til at de kan legges til grunn.

7.3.3.5 [redacted]

(298) McKinsey-rapporten nevner også effektivitetsgevinster knyttet til [redacted][85] Tilsynet kan ikke se at [redacted] er samfunnsøkonomiske gevinster. [redacted] vil derfor ikke inngå i tilsynets vurdering av effektivitetsgevinster.

7.3.3.6 [redacted]

(299) Anførte [redacted]

7.3.3.7 Konklusjon

(300) Etter Konkurransetilsynets vurdering har ikke partene i tilstrekkelig grad dokumentert og sannsynliggjort at de anførte effektivitetsgevinstene er fusjonsspesifikke og samfunnsøkonomiske. Tilsynet legger til grunn at foretakssammenslutningen vil gi noen effektivitetsgevinster, men i betydelig mindre omfang enn anført av partene. Tilsynet finner vider at de anførte effektivitetsgevinstene uansett ikke vil overstige de samfunnsøkonomiske omstillingskostnadene og det samfunnsøkonomiske tapet.

7.3.4 Forholdet mellom positive og negative virkninger

(301) I konkurranseanalysen har Konkurransetilsynet kommet til at foretakssammenslutningen kan føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i treningssentermarkedet i Oslo, Bærum, Stor-Oslo Nord, Bergensområdet og Stavanger- og Sandnesområdet.

(302) Konkurransetilsynet har videre vist at foretakssammenslutningen derfor kan lede til et samfunnsøkonomisk tap, og at dette ikke vil være i samsvar med forbrukernes interesser.

(303) Det er videre foretatt en vurdering av de anførte effektivitetsgevinster.

(304) Konkurransetilsynet finner at de anførte kostnadsbesparelsene ikke kan oppveie de negative følgene av foretakssammenslutningen, og at sammenslutningen derfor kan være i strid med konkurranselovens formål.

8 Konkurransemessige virkninger av ervervet

(305) Konkurransetilsynet har kommet til at foretakssammenslutningen vedrørende Altor Fund, via ELIXIA IV, og TryghedsGruppen sitt erverv av felles kontroll over ELIXIA III og HFN, kan føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i markedet for treningssentertjenester i

[84] Jf. brev fra Advokatfirmaet Wiersholm AS 7. november 2013, vedlegg 13 "Rapport fra McKinsey mai 2013", s. 12-15.
[85] Jf. brev fra Advokatfirmaet Wiersholm AS 7. november 2013, vedlegg 13 "Rapport fra McKinsey mai 2013", s. 16-20.

områdene Oslo, Bærum. Stor-Oslo Nord, Bergensområdet, Stavanger- og Sandnesområdet. Partene har ikke dokumentert effektivitetsgevinster ved foretakssammenslutningen som kan oppveie det samfunnsøkonomiske tapet. Etter konkurranseloven § 16 første ledd skal Konkurransetilsynet derfor i utgangspunktet gripe inn mot foretakssammenslutningen. Dersom Konkurransetilsynet finner at avhjelpende tiltak foreslått av partene vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, skal tilsynet i stedet fatte vedtak om inngrep hvor foretakssammenslutningen tillates på disse vilkår jf. konkurranseloven § 16 annet ledd.

8.1 Vurdering av forholdsmessighet

(306) Det følger av det alminnelige kravet til forholdsmessighet i norsk rett at Konkurransetilsynets vedtak ikke må gå lenger enn det som er nødvendig for å avhjelpe de negative konkurransevirkningene av foretakssammenslutningen.

(307) I forbindelse med Konkurransetilsynets behandling av saken har partene fremsatt forslag til avhjelpende tiltak 22. januar 2014, samt revidert forslag 4. februar 2014, 6. februar 2014, 7. februar 2014 og 10. februar 2014. Partene anfører at det fremsatte forslaget til avhjelpende tiltak vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til.

(308) Partenes forslag til avhjelpende tiltak er vurdert som ledd i Konkurransetilsynets forholdsmessighetsvurdering.

(309) Det fremgår av forslag til avhjelpende tiltak at partene tilbyr å selge ut treningssentrene ELIXIA Bekkestua, ELIXIA Lillestrøm, SATS Vulkan, SATS Ila, ELIXIA Hoff, SATS Grorud, ELIXIA Årvoll, SATS Manglerud, SATS Sandsli, SATS Stavanger og SATS Sandnes, til en eller flere kjøpere godkjent av Konkurransetilsynet. Hvis et salg av ett eller flere treningssentre ikke lar seg gjennomføre, foreslår partene at Konkurransetilsynet kan godkjenne at partene selger et annet og tilsvarende SATS- eller ELIXIA-treningssenter i det aktuelle geografiske området.

(310) Partene har overlappende virksomhet i de områder hvor utsalg er tilbudt. Partene har høye markedsandeler i disse områdene, samtidig som Konkurransetilsynets analyse viser at de også er hverandres nærmeste konkurrenter jf. kapittel 6. Salg av de tilbudte treningssentre, eller tilsvarende SATS eller ELIXIA senter i de aktuelle områdene vil medføre at partenes markedsandeler reduseres. Partene foreslår videre at transaksjonen ikke kan gjennomføres i de områder hvor partene ikke har gjennomført salget. Etter Konkurransetilsynets vurdering vil derfor utsalg av de tilbudte treningssentrene, eller et annet og tilsvarende SATS- eller ELIXIA-treningssenter i samme geografiske område, være et egnet tiltak for å avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til.

(311) For at salg av treningssentre i de aktuelle områdene skal avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til, må treningssentrene som selges ut være levedyktige enheter som kan konkurrere effektivt i det relevante markedet.

(312) Partene har i forslag til avhjelpende tiltak foreslått at treningssentrene skal selges som operative enheter, dette innebærer at salg omfatter kontrakter, herunder medlemsavtaler og leiekontrakter, samt øvrige rettigheter som er nødvendige for at kjøper skal kunne drive treningssenter i de aktuelle lokalene. For å sikre at ny eier skal kunne drive videre som reell konkurrent har partene foreslått at de i en nærmere bestemt periode forplikter seg til ikke å gjennomføre spesifikke priskampanjer rettet mot kunder ved treningssentrene omfattet av salgsforpliktelsen, ikke aktivt kontakter medlemmer omfattet av salgsforpliktelsen og ikke drive spesifikke utendørskampanjer i umiddelbar nærhet til de treningssentrene som omfattes av salgsforpliktelsen. Det er etter dette Konkurransetilsynets oppfatning at utsalgsobjektene som følge av partenes forslag utgjør levedyktige objekter som kan konkurrere effektivt i det relevante marked, og at ny eier som følge av forslaget vil kunne drive som reell konkurrent til partene.

(313) For at de avhjelpende tiltakene skal være effektive er det avgjørende at salget skjer til en egnet kjøper. Hva som er en egnet kjøper beror på en konkret vurdering. Normalt vil Konkurransetilsynet stille krav om at kjøper er uavhengig av partene, at kjøper har tilstrekkelig

med ressurser, beviselig har den relevante ekspertisen til å drive virksomheten videre, samt har insentiver og muligheter til å opprettholde og videreutvikle virksomheten videre til en levedyktig og aktiv konkurrent til partene og andre konkurrenter i markedet. Salg av virksomheten til den aktuelle kjøper må heller ikke føre til nye konkurranseproblemer.

(314) Partene har i denne sak ikke fremsatt forslag til egnet/egnede kjøper/kjøpere til de aktuelle treningssentrene. For å sikre at salg skjer til egnet kjøper har partene foreslått at det stilles som vilkår for gjennomføringen av foretakssammenslutningen i de aktuelle områdene, at Konkurransetilsynet skal godkjenne kjøper. Partene har videre foreslått at salg skal skje snarest mulig og senest innen [redacted]. For å sikre at salg gjennomføres i samsvar med vedtaket har partene foreslått at Konkurransetilsynet kan oppnevne en forvalter og at Konkurransetilsynet kan kreve at forvalter forestår salget dersom dette ikke er gjennomført innen den frist som er satt av partene.

(315) Konkurransetilsynet finner etter dette at salg av de aktuelle treningssentrene, eller et annet og tilsvarende SATS- eller ELIXIA-treningssenter i det aktuelle geografiske området, vil avbøte de konkurransebegrensende virkningene som foretakssammenslutningen kan føre til. Konkurransetilsynet finner videre at foretakssammenslutningen på de vilkår som er foreslått av partene heller ikke vil føre til nye konkurranseproblemer i markedet.

(316) Konkurransetilsynet har etter dette kommet til at det er forholdsmessig å fatte vedtak som stadfester fremsatt forslag om avhjelpende tiltak fra ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB jf. konkurranseloven § 20 fjerde ledd.

(317) Konkurransetilsynet har på bakgrunn av ovenstående funnet at vedtaket ikke går lenger enn det som må anses nødvendig for å avbøte de konkurransebegrensende virkningene foretakssammenslutningen vil kunne føre til. Vedtaket er således forholdsmessig.

8.2 Vedtak

(318) På denne bakgrunn og med hjemmel i konkurranseloven § 16 fatter Konkurransetilsynet følgende vedtak:

Foretakssammenslutningen vedrørende Altor Fund III, via ELIXIA Holding IV AS, og TryghedsGruppen smba sitt erverv av felles kontroll over ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB tillates på følgende vilkår:

1. **ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB forplikter seg til å selge ELIXIA Bekkestua, ELIXIA Lillestrøm, SATS Vulkan, SATS Ila, ELIXIA Hoff, SATS Grorud, ELIXIA Årvoll, SATS Manglerud, SATS Sandsli, SATS Stavanger og SATS Sandnes til en eller flere kjøpere godkjent av Konkurransetilsynet.**

2. **Hvis salg av et eller flere treningssentrene nevnt i punkt 1 ikke lar seg gjennomføre, kan Konkurransetilsynet godkjenne at ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB istedenfor selger et annet og tilsvarende SATS- eller ELIXIA-treningssenter i det aktuelle geografiske området. Med tilsvarende treningssenter menes et treningssenter med sammenliknbar omsetning eller medlemstall.**

3. **Treningssentrene nevnt i punkt 1 skal selges som operative enheter. Dette innebærer at salg omfatter kontrakter, herunder medlemsavtaler og leiekontrakter, samt øvrige rettigheter som er nødvendige for at kjøper skal kunne drive treningssenter i de aktuelle lokalene.**

4. **Frem til salg i henhold til punkt 1 er gjennomført, skal ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB ikke gjennomføre transaksjonen i det eller de områder hvor sentre ikke er solgt (Oslo, Bærum, Stor-Oslo Nord, Bergen og/eller Stavanger/Sandnes). I tillegg gjelder følgende:**

a. **Treningssentrene omfattet av punkt 1 skal drives som uavhengige og selvstendige enheter, på samme måte som før foretakssammenslutningen.**

b. **ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB skal sikre at det ikke skjer noe form for konkurransemessig koordinering mellom de treningssentrene som skal selges i henhold til punkt 1 og øvrige treningssentre lokalisert i samme geografiske område.**

c. **ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB må avstå fra handlinger som svekker konkurransekraften til de treningssentrene som skal selges i henhold til punkt 1.**

5. **Kjøper(ne) må være uavhengig(e) av ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB eller selskaper i samme konsern som ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB. I en konkret vurdering vil det blant annet bli vektlagt at ELIXIA Holding III AS eller Health & Fitness Nordic AB, selskaper i samme konsern som ELIXIA Holding III AS eller Health & Fitness Nordic AB, og selskaper som ELIXIA Holding III AS eller Health & Fitness Nordic AB har eierandeler i, eller blir eid av, ikke direkte eller indirekte, har eierinteresser i kjøper(ne). Kjøper(ne) kan heller ikke være noen som står ELIXIA Holding III AS eller Health & Fitness Nordic AB eller sentrale personer i selskapet nær. Det samme gjelder for selskaper i samme konsern som ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB.**

6. **For å sikre at kjøper skal kunne drive virksomheten videre som en reell konkurrent forplikter ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB seg til følgende fra vedtaksdato og i en periode på 6 måneder etter at salg er gjennomført:**

   a. **Ikke gjennomføre spesifikke priskampanjer e.l. ("win-back" aktiviteter) rettet mot kunder ved treningssentrene omfattet av salgsforpliktelsen i punkt 1.**

   b. **Ikke aktivt kontakte medlemmer på treningssentrene omfattet av salgsforpliktelsen i punkt 1 via telefon, post eller elektroniske kanaler.**

   c. **Ikke drive med spesifikke utendørskampanjer i umiddelbar nærhet til de treningssentrene som er omfattet av salgsforpliktelsen i punkt 1.**

7. **Salg av treningssentrene opplistet i punkt 1 skal skje snarest mulig og senest innen** [redacted]

8. **Konkurransetilsynet kan oppnevne en forvalter, i samsvar med forskrift FOR 2008-09-15 nr. 1021 eller forskrift som erstatter denne, til å påse at salget skjer i samsvar med vedtaket. ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB kan, innen en rimelig frist fastsatt av Konkurransetilsynet, legge frem forslag til aktuelle kandidater før oppnevnelse av forvalter skjer. Dersom salg av treningssentre i punkt 1 ikke er gjennomført innen fristen i punkt 7, kan Konkurransetilsynet, i samsvar med forskrift FOR 2008-09-15 nr. 1021 eller forskrift som erstatter denne, kreve at forvalter forestår salg av sentrene. ELIXIA Holding III AS og Health & Fitness Nordic AB forplikter seg innenfor rammene av forskrift FOR 2008-09-15 nr. 1021 eller forskrift som erstatter denne, å samarbeide fullt ut med forvalter og yte slik medvirkning som er nødvendig for å oppfylle forvalteroppdraget.**

Vedtaket trer i kraft straks.

(319) Vedtaket kan i henhold til konkurranseloven § 20a første ledd første punktum påklages innen 15 virkedager. En eventuell klage stiles til Nærings- og fiskeridepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet.

Med hilsen



Gjermund Nese (e.f.)
avdelingsdirektør

Vedlegg:

1 Spørreskjema brukt i Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse - ELIXIA.docx
2 Spørreskjema brukt i Konkurransetilsynets forbrukerundersøkelse - SATS.docx

Mottaker	*Postadresse*	*Poststed*	*Kontakt/e-post*
Offentlighet			
		Norge	

Kopi til: