

V1998-32 13.05.98

AS Byggkjøp Engros - konkurranseloven §§ 3-1, 3-3 og 3-9

Sammendrag:

AS Byggkjøp Engros og medlemmer av kjeden Byggkjøp Engros innvilges dispensasjon fra konkurranseloven til å fastsette felles priser på kjedens produkter, til å fastsette avanser på salg mellom kjedens medlemmer og til å fastsette markedsdeling mellom kjedens medlemmer.

Konkurransetilsynet viser til AS Byggkjøp Engros' brev av 13. mars 1998 hvor det søkes om fornyelse av dispensasjon fra konkurranseloven §§ 3-1 og 3-3.

AS Byggkjøp Engros er sentralleddet i den medlemseide byggevarekjeden Byggkjøp Engros som har 12 byggevareforretninger som medlemmer. Medlemmene er plassert i Nordfjord og Møre og Romsdal, og har som hovedgeskjeft salg av byggevarer til private, håndverkerfirmaer og entreprenører.

Byggkjøp Engros ble 5. mars 1995 gitt dispensasjon fra konkurranselovens § 3-1 til å samarbeide om felles priser i markedsføringstiltak og til å fastsette priser på tjenester utført internt i kjeden. Videre ble det innvilget dispensasjon fra konkurranselovens § 3-3 til å ha en markedsdeling blant kjedens medlemmer. Dispensasjonen gjaldt frem til 1. mars 1998. Dispensasjonen ble gitt på vilkår av at medlemmene fritt kunne fastsette lavere priser enn oppgitt i markedsføringstiltakene. Det ble videre satt som vilkår at Byggkjøp Engros' medlemmer skulle informeres om vedtaket.

Forholdet til konkurranseloven

Konkurranseloven § 3-1 første ledd setter forbud mot at selvstendige ervervsdrivende samarbeider om fastsettelse av priser, rabatter og avanser for salg av varer og tjenester.

Kjeden ønsker å drive felles markedsføring/ annonsering med felles priser for medlemmenes salg. Videre inneholder samarbeidsreglene for kjeden en bestemmelse om at de varer som ikke direktefaktureres fra leverandør til kjedens medlemmer, skal faktureres gjennom den/de av medlemmene som har grossiststatus. Reglene fastlegger hvilken avanse som kan kalkuleres på disse varene. Det fastsettes også en maksimumssats for påslag ved salg mellom medlemmene. Dette må anses å være et samarbeid om prisfastsettelse mellom selvstendige ervervsdrivende og vil således være i strid med konkurranseloven § 3-1 første ledd.

Konkurranseloven § 3-3 første ledd forbyr to eller flere ervervsdrivende for salg av varer eller tjenester ved avtale, samordnet praksis eller på annen måte som er egnet til å påvirke konkurransen å fastsette eller søke å påvirke til markedsdeling i form av områdedeling, kundedeling, kvotefordeling, spesialisering eller kvantumsbegrensning. Forbudet omfatter retningslinjer med slikt innhold, og bindende og veiledende avtaler eller ordninger, jf. § 3-3 annet ledd. En enkelt leverandør kan imidlertid avtale markedsdeling med eller fastsette markedsdeling for sine avtakere, jf. § 3-3 tredje ledd.

Samarbeidsreglene for kjeden inneholder bestemmelser om fordeling av salgs- og primærområder mellom kjedens medlemmer og hvilke rettigheter de enkelte medlemmer har til salg og markedsføring i disse områdene. Disse reglene må anses å være markedsdeling. AS Byggkjøp Engros kan ikke anses å være en enkelt leverandør i konkurranselovens forstand fordi selskapet ikke opptrer som leverandør til kjedens medlemmer. Markedsdelingen i samarbeidsreglene vil således være i strid med konkurranseloven § 3-3 første ledd.

Konkurransetilsynet kan imidlertid, med hjemmel i konkurranseloven § 3-9, dispensere fra forbudene dersom:

- a) konkurransereguleringen innebærer at konkurransen i vedkommende marked forsterkes,
- b) det må forventes effektivitetsgevinster som mer enn oppveier tapet ved

konkurransereguleringen,

c) konkurransereguleringen har liten betydning, eller

- d) det foreligger særlige hensyn.

Konkurransemessig vurdering

En moderne byggevarekjede er totalleverandør av byggevarer slik som trevarer, dører, vinduer, interiørvarer, jernvarer, verktøy, VVS etc. Konkurransen vil variere fra produktgruppe til produktgruppe bl.a. fordi byggevarehusene vil konkurrere med ulike aktører innen disse gruppene. Eksempelvis vil de konkurrere bl.a. mot farge- og interiørkjeder når det gjelder farge- og interiørvarer, mens de bl.a. vil konkurrere med rørleggere på VVS-varer. Saken vil derfor omfatte en rekke relevante produktmarkeder.

Det eksisterer en rekke lokale relevante geografiske markeder. Dette skyldes at både transport- og søkekostnadene vil kunne være betydelige i forhold til enkelte varers priser. Det relevante geografiske marked vil derfor variere fra produktgruppe til produktgruppe. Det geografiske marked vil også variere fra kundegruppe til kundegruppe. For privatkunder som gjør mindre innkjøp, vil det geografiske markedet kunne være mindre enn for proffkunder som er bedre i stand til å planlegge og samle sine innkjøp, noe som bl.a. medfører lavere transportkostnad i forhold til den enkelte enhets pris.

Byggkjøp Engros' medlemmer er lokalisert i Møre og Romsdal, samt nordre del av Nordfjord. I sin søknad om dispensasjon i 1994 skriver kjeden følgende: "Selv om det på kartet kan virke som om medlemmene ligger tett, gjør vår spesielle geografi (med mange ferger og fjelloverganger) at medlemmene helt unntaksvis er i konkurranse med hverandre." Etter Konkurransetilsynets oppfatning gir dette ikke et helt korrekt bilde av konkurransesituasjonen. Det er tilsynets vurdering at de enkelte medlemmer til en viss grad kan konkurrere om de samme kundene. Dette understrekes også av den strenge geografiske markedsdelingen i kjeden. Det vil dog være umulig å avgrense de ulike geografiske markedene i området nøyaktig.

Omsetningen i totalmarkedet, dvs. byggevarer, jernvarer, farge- og interiørvarer i hele Norge, var i 1997 33,5 milliarder kroner iflg. statistikk fra Trelast- og Byggevarehandelens Fellesorganisasjon (TBF). Dette inkluderer omsetning både gjennom byggevarekjeder, frittstående byggevareforhandlere, interiørkjeder og andre forhandlere. Det finnes i dag ca 750 byggevarehandlere, og ¾ av disse er i dag medlem av en byggevarekjede.

På landsbasis eksisterer det følgende store byggevarekjeder:

| Kjede | Omsetning 1997 |
|------------------------|----------------|
| Norgros/Byggmakker | 4,85 mrd |
| Bygger'n | 2,84 mrd |
| Maxbo | 2,60 mrd |
| NKL | 2,00 mrd |
| BK Byggkjøp | 1,40 mrd |
| Mestegruppen/MB-kjeden | 1,00 mrd |
| Neumann Bygg | 0,82 mrd |
| Blink-gruppen | 0,80 mrd |

Innen de ulike produktmarkedene konkurrerer byggevarekjedene også mot mer spesialiserte kjeder og frittstående forhandlere, eksempelvis farge- og interiørkjeder og jernvarekjeder. I enkelte tilfeller konkurrerer de også direkte med produsent eller grossist.

Konkurransetilsynet har dessverre ikke separate tall for de enkelte aktører i det området hvor kjeden er etablert, noe som er Nordfjord og Møre og Romsdal. De store landsdekkende byggevarekjedene Byggmakker, Bygger'n, Maxbo og BK Byggkjøp er alle etablert med utsalg fordelt på flere steder i området. I tillegg er flere av de mer spesialiserte kjedene slik som interiørkjedene Farge Fag, Fargerike og Flügger Farge samt jernvarekjeden Jernia, etablert med utsalg på flere steder i området. Videre finnes det også en rekke frittstående byggevareforhandlere i regionen.

Basert på drøftelsen ovenfor, mener Konkurransetilsynet at konkurransen må anses å være tilfredsstillende i de relevante markeder.

Fastsetting av faste utsalgspriser

Når flere forhandlere organiserer seg i en kjede, vil dette kunne gi det enkelte kjedemedlem økt konkurransekraft. Dette skyldes for det første at medlemmene kan samle sine innkjøp og derigjennom oppnå bedre innkjøpsbetingelser. Videre kan medlemmene gjennom felles markedsføring få redusert sine markedsføringskostnader og øket sin gjennomslagskraft i markedsføringen. Gjennom felles satsning vil de også kunne gå inn i markeder hvor de før ikke har vært i stand til å ta opp konkurransen med de etablerte aktører.

Slik konkurransen er i de relevante markeder i dag, vil kjedene og deres medlemmer etter Konkurransetilsynets vurdering ha incentiver til å utnytte den økte konkurransekraften til å konkurrere hardere. En felles prisprofil for hele eller deler av produktutvalget i kjeden vil etter tilsynets oppfatning muliggjøre en felles markedsføringsprofil, noe som må anses å gjøre det mulig å konkurrere hardere.

Fastsetting av avanser på salg mellom kjedens medlemmer

Reguleringen av avanse på salg mellom medlemmene i Byggkjøp Engros kan bidra til å bevare et godt samarbeidsklima i kjeden, noe som anses å være en forutsetning for at kjeden kan opptre samlet og slagkraftig i konkurransen.

Fastsetting av markedsdeling

Den markedsdeling som praktiseres i Byggkjøp Engros, vil kunne hindre økt grad av uenighet mellom medlemmene som følge av konkurranse dem imellom. Konkurransetilsynets vurdering er derfor at en dispensasjon vil kunne bidra til at kjeden holdes samlet, noe som er en forutsetning for at kjeden skal kunne utnytte den økte konkurransekraften som følge av samarbeidet, til å skape økt konkurranse i markedet.

På bakgrunn av drøftingen ovenfor og med hjemmel i konkurranseloven § 3-9 litra a har Konkurransetilsynet fattet følgende vedtak:

AS Byggkjøp Engros og medlemmer av kjeden Byggkjøp Engros innvilgesdispensasjon fra konkurranseloven §3-1 første ledd til å fastsette felles priser på kjedens produkter.

AS Byggkjøp Engros og medlemmer av kjeden Byggkjøp Engros innvilgesdispensasjon fra konkurranseloven §3-1 første ledd til å fastsette avanser på salg mellom kjedens medlemmer.

AS Byggkjøp Engros og medlemmer av kjeden Byggkjøp Engros innvilgesdispensasjon fra konkurranseloven §3-3 første ledd til å fastsette markedsdeling mellom kjedens medlemmer.

Dispensasjon gjelder til 13. mai 2003.

Det gjøres oppmerksom på at dispensasjonen kan trekkes tilbake dersom forutsetningene for dispensasjonen ikke lenger er tilstede, jf. konkurranseloven § 3-9 tredje ledd.

For ordens skyld gjøres det oppmerksom på at vedtaket kan påklages innen tre uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. Det vises til vedlagte skjema om klageadgang.

[til toppen](#)