



Konkurransetilsynet
Norwegian Competition Authority

Ofkntlig versjon

Wiersholm, Mellbye & Bech Advokatfirma AS
Ved: Anders Ryssdal / Tone Ripel
Postboks 1400 Vik
0115 Oslo

Deres ref.:

Vår ref.: 2003/1002
MA1-M2 JOAN 474.8

Saksbeh.: Jon Andresen
Line Eskedal

Dato: 22. mars 2004

Konkurranseloven § 3-11 - Vedtak om inngrep mot bedriftserverv - Nobø Electro AS og Siemens Electrical Heating AS

Vi viser til vårt brev av 27. februar 2004 hvor det ble varslet at Konkurransetilsynet vurderer å gripe inn mot Nobø Electro AS' erverv av Siemens Electrical Heating AS (som har endret navn til Dimplex AS), Deres svar av 10. mars 2004, samt øvrig korrespondanse i saken.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn for saken

Den 22. september 2003 inngikk Glen Dimplex Group (ved Nobø Electro AS) en avtale om å erverve samtlige aksjer i Siemens Electrical Heating AS (Siemens EH). Begge selskaper produserer elektriske panelovner. Siemens EH endret navn til Dimplex AS (Dimplex) den 29. september 2003.

Glen Dimplex Group eier per i dag Nobø Electro AS (Nobø) gjennom sitt datterselskap Muller SA i Frankrike. Det fremgår av meldingen til Konkurransetilsynet av 23. desember 2003 at avtalen om erverv av Siemens EH er inngått mellom Glen Dimplex Group og Siemens AS, mens aksjene i Siemens EH formelt er plassert i Nobø. I salgsavtalen står imidlertid Nobø som kjøper av aksjene. Konkurransetilsynet legger således til grunn at det er Nobø som erverver og skal stå som eier av Siemens EH.

I henhold til forvaltningsloven § 16 varslet Konkurransetilsynet ved brev av 27. februar 2004 (heretter varselet) inngrep mot ervervet. Konkurransetilsynet ba partene om tilbakemelding innen 10. mars 2004. Partenes kommentarer til tilsynets inngrepsvarsel ble mottatt innen den fastsatte fristen.

Partene fremholder at de er kritiske til at de kun ble gitt åtte arbeidsdager (fra 27. februar til 10. mars 2004) på å komme med sine kommentarer til varselet. Den knappe fristen er ifølge partene både klart kritikkverdig og ikke forvaltningsmessig forsvarlig.

Tilsynet gjør oppmerksom på at etter krrl. § 3-11 syvende ledd har partene en mulighet til å melde et erverv, for på denne måten å få avklart hvorvidt det vil være aktuelt med et inngrep eller ikke innen tre måneder. Ervervet ble ikke meldt til Konkurransetilsynet og vi måtte selv be Dimplex om informasjon i en telefonsamtale med selskapet den 3. desember 2003. Dimplex sendte tilsynet informasjon om ervervet i e-post av 23. desember 2003. Tilsynet har derfor hatt kortere tid på å behandle denne saken enn i de fleste andre saker som blir vurdert etter krrl. § 3-11, noe som igjen har medført at partene har blitt gitt en såpass kort frist på å komme med sine tilbakemeldinger.

Tidsfristene som fastsettes i krrl. § 3-11 sjette ledd, innebærer at et eventuelt endelig vedtak i saken må fattes innen 22. mars 2004.

1.2 Partene i saken

Glen Dimplex Group

Glen Dimplex Group ble grunnlagt i 1973 og er i dag Irlands største privateide firma. Selskapet omsetter årlig for 1,5 milliarder euro og har omkring 8500 ansatte over hele verden. Glen Dimplex Group er med sine 22 fabrikker verdens største panelovnsprodusent. Nobø Electro AS og Dimplex AS er etter ervervet selskapets to aktører på det norske markedet.

Nobø Electro AS er markedsleder i Norge på panelovner. Nobø distribuerer gjennom grossister og leverer kun til installatørmarkedet. Nobøs produkter er lagerført av alle grossister i Norge. Selskapet ble kjøpt av Glen Dimplex Group i august 2002.

Dimplex AS (tidl. Siemens Electrical Heating AS) drev tidligere både egen produksjons- og grossistvirksomhet og solgte som grossist sine panelovner til installatører. Selskapet solgte sin grossistvirksomhet for noen år siden. Som en følge av Nobøs oppkjøp av selskapet den 22. september 2003 endret Siemens Electrical Heating AS navn til Dimplex AS (Dimplex). I dag leverer Dimplex både til installatører via grossister () og til elektrovareutsalg () (prosent).

1.3 Andre aktører i markedet

Adax AS er den største leverandøren av panelovner til elektrovareutsalg i Norge. Selskapet produserer ovner med merkenavnene Adax (til elektrovareutsalg), Glamox (til elektroinstallatører via grossister) og Norel (til elektrovareutsalg).

Beha Elektro AS er den minste av de norske produsentene av panelovner. Hovedomsetningen skjer gjennom elektrovareutsalg og NKL. Expert og Euronics er bedriftens hovedkanaler.

2 Inngrepsvilkårene i konkurranseloven § 3-11

Konkurranseloven § 3-11 første ledd gir Konkurransetilsynet hjemmel til å gripe inn mot et bedriftserverv dersom tilsynet finner at vedkommende erverv vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med formålet i lovens § 1-1. Lovens formål er å sørge for effektiv bruk av samfunnets ressurser ved å legge til rette for virksom konkurranse. Vedtak om inngrep kan gå ut på å nedlegge forbud eller å gi påbud, eller å gi tillatelse på vilkår, jf. krrl. § 3-11 tredje ledd.

2.1 Beregning av frister

Etter konkurranseloven § 3-11 sjette ledd kan Konkurransetilsynet gripe inn mot et bedriftsservv innen seks måneder etter at endelig avtale om ervervet er inngått. Dersom særlige hensyn tilsier det, kan fristen for å gjøre inngrep forlenges til ett år fra samme tidspunkt.

Tilsynet har i sin praksis lagt til grunn at kravet om "endelig avtale" innebærer at det ikke er tilstrekkelig at det foreligger en rettslig bindende avtale. Kravet om at avtalen må være endelig, innebærer at alle nødvendige selskapsrettslige godkjenninger må foreligge. En fusjonsavtale som krever godkjenning av de involverte selskapers generalforsamlinger, vil således eksempelvis ikke anses som endelig før godkjenningene foreligger.

Nobø inngikk 22. september 2003 en avtale med Siemens AS om kjøp av samtlige aksjer i Siemens Electrical Heating AS. Etter det tilsynet kjenner til var avtalen ikke betinget av etterfølgende selskapsrettslige godkjenninger.

Endelig avtale i konkurranselovens forstand er således inngått, og fristen for et eventuelt inngrep etter krrl. § 3-11 sjette ledd er følgelig 22. mars 2004.

2.2 Bedriftsservvskriteriet

Det første vilkåret som må være oppfylt for at Konkurransetilsynet skal kunne gripe inn mot ervervet, er at det foreligger et bedriftsservv i lovens forstand. I henhold til krrl. § 3-11 annet ledd omfatter begrepet bedriftsservv også fusjon, erverv av aksjer eller andeler og delvis erverv av bedrift. Det fremgår av lovens forarbeider at oppregningen er inntatt av informative hensyn, og ikke ment som en uttømmende definisjon av hvilke transaksjoner som skal anses som et bedriftsservv i lovens forstand.

Ettersom Nobø har ervervet samtlige aksjer i Siemens Electrical Heating AS fra Siemens AS, legger Konkurransetilsynet til grunn at det foreligger et bedriftsservv i konkurranselovens forstand.

2.3 Konkurransbegrensningskriteriet

Det andre vilkåret som må være oppfylt for at Konkurransetilsynet kan gripe inn, er at bedriftsservvet fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med formålet i lovens § 1-1. I uttrykket "føre til eller forsterke" ligger også et krav til årsakssammenheng. Det er bedriftsservvet som må føre til eller forsterke en vesentlig konkurransebegrensning. Det må videre avklares om konkurransebegrensningene er i strid med lovens formål om effektiv utnyttelse av samfunnets ressurser.

2.4 Konkurranseloven § 3-12

Partene anfører at Konkurransetilsynet ikke kan gripe inn mot Nobøs erverv av samtlige aksjer i Siemens EH på grunn av den nye lovbestemmelsen i krrl. § 3-12.

Lovbestemmelsens ordlyd er som følger:

"Dersom en eller flere aktører på det norske marked er så dominerende at konkurransen hindres, skal Konkurransetilsynet likevel ikke etter § 3-11 gripe inn dersom det i bransjen foreligger et velfungerende nordisk eller europeisk marked, forutsatt at dominansen ikke virker negativt for de norske kunder."

Etter bestemmelsen kan Konkurransetilsynet ikke gripe inn mot ervervet etter krrl. § 3-11 dersom det foreligger et nordisk eller europeisk velfungerende marked som Norge er en del av. I disse tilfellene vil aktører som er eller blir dominerende i Norge, normalt ikke være dominerende i det relevante nordiske eller europeiske marked.

Konkurransetilsynet vil nedenfor foreta en avgrensning av de relevante markeder. Analysen der vil vise at de relevante produktmarkeders geografiske utstrekning i denne saken er nasjonale. Disse markedene kan etter tilsynets vurdering ikke på noe tidspunkt anses for å være nordiske eller europeiske. Bestemmelsen i konkurranseloven § 3-12 vil derfor ikke komme til anvendelse i foreliggende sak.

Tilsynet er for øvrig av den oppfatning at ervervet vil virke negativt for norske kunder, og at krrl. § 3-12 også av denne grunn ikke kommer til anvendelse.

3 Det relevante produktmarkedet

Sluttbrukernes underliggende behov i dette tilfellet knytter seg til å få høyere temperatur i ett eller flere rom i et bygg. Dette behovet søkes tilfredsstilt ved hjelp av ulike typer varmekilder. Panelovner, reflektorovner, oljefylte ovner og varmevifter er i utgangspunktet potensielle varmekilder for etterspørrene. I tillegg kommer ulike typer sentralvarmesystemer.

Vi vil nedenfor beskrive en del av produktene som kan tenkes å inngå i det relevante produktmarkedet.

3.1 Produktvarianter

Elektriske panelovner

I Norge er elektriske panelovner den klart mest vanlige varmekilden for oppvarming av ett eller flere rom i et bygg. Panelovner er den mest effektive og billigste løsningen for de fleste etterspørrene i Norge. Etterspørrene kan velge mellom flere typer panelovner. En standard panelovn koster vanligvis mellom 500 og 2000 kroner avhengig av merke og spesifikasjoner. Det ble solgt omkring 316 000 panelovner på det norske markedet i 2003.

Den "klassiske" panelovnen er helt tett. Omtrent halvparten av varmen fra ovnen overføres som strålevarme, resten overføres ved oppvarming av luften som strømmer forbi ovnen (konveksjonsvarme). Denne typen panelovn har større varmeavgivende flate enn en gjennomstrømningsovn.

I en gjennomstrømningsovn strømmer luft inn nederst, og varmes opp når den passerer varmeelementene i ovnen. Oppvarmet luft strømmer ut gjennom spalter øverst på ovnen. Gjennomstrømningsovnen har gjerne mindre varmeavgivende flate enn den klassiske panelovnen og overflatetemperaturen vil ofte være høyere.

Både klassiske panelovner og gjennomstrømningsovner kan utstyres med ulike former for elektroniske termostater for å sikre en mer effektiv energibruk. Enkelte termostattyper kan tilkobles en sentral styreenhet som gir stor fleksibilitet i varmestyringen. Vi vil i det følgende omtale både "klassiske" panelovner og gjennomstrømningsovner under fellesbetegnelsen "panelovner". Glen Dimplex Group, gjennom Nobø og Dimplex, produserer denne typen ovner. Elektriske panelovner er derfor utgangspunkt for produktmarkedsavgrensningen.

Elektriske oljefylte veggovner

Elektriske oljefylte veggovner har lavere overflatetemperatur i forhold til vanlige elektriske panelovner. I slike ovner fungerer oljen som en stabilisator og sørger for en jevn varme over hele veggovnens flate. Disse ovnene festes enkelt på en vegg, og man benytter i likhet med vanlige panelovner stikkontakten i veggen. Oljefylte veggovner har også den gunstige egenskapen at de ikke brenner støv, noe som er viktig for allergikere og astmatikere. Den lave overflatetemperaturen medfører noe tregere regulering, samt at ovnen blir større og tyngre. For å oppnå samme effekt (W) med lavere overflatetemperatur, må ovnen ha et større varmebærende areal og dermed også ha en større vekt enn panelovner. En oljefylt veggovn fra LVI med en effekt på 2000 W veier mellom 40 og 44 kilo. Prisen på slike ovner er også høyere enn prisene på panelovner på det norske markedet. Dette kan være med på å forklare hvorfor elektriske oljefylte veggovner ikke selges i så store volum i Norge. Ifølge NEL-statistikken ble det kun solgt i underkant av 1000 slike ovner på det norske markedet i fjor. Det faktiske tallet er sannsynligvis omkring 10 000, ettersom enkelte aktører, for eksempel svenske LVI, ikke rapporterer inn sine salgstall til NEL.

Elektriske oljefylte veggovner har en del likhetstrekk med vanlige panelovner og kan i utgangspunktet se ut til å være i det samme produktmarkedet som panelovner. Spørsmålet er om de etterspørerne som i dag foretrekker panelovner, vil substituere seg over til elektriske oljefylte ovner som følge av en liten, men merkbar og varig prisøkning på 5 – 10 prosent.

LVI opplyste i sitt møte med Konkurransetilsynet at en slik prisøkning på panelovner neppe er nok til å få kundene til å substituere seg over til elektriske oljefylte veggovner¹. LVI vurderer sine produkter som et miljøvennlig alternativ med høy pris og høy kvalitet. LVIs produkter vil, særlig på grunn av sin høyere pris, i liten grad vil være et substitutt for standard panelovner, men vil vurderes som et substitutt til enkelte av de dyrere panelovnmodellene. Dette ble bekreftet av LVI på møtet med Konkurransetilsynet. De fleste panelovner som selges på det norske markedet er standard panelovner. Tilsynets vurdering er derfor at oljefylte veggovner ikke skal inkluderes i det relevante produktmarkedet.

Det bemerkes at denne avgrensningen ikke er avgjørende for sakens utfall, blant annet på grunn av det beskjedne volumet som selges av elektriske oljefylte veggovner.

Sentralvarmesystemer

Et sentralvarmeanlegg består vanligvis av et fyrrom (varmesentral) og et varmfordelingssystem. I fyrrommet plasseres utstyret som skal produsere varme, for eksempel biokjel, gasskjel, elektrokjel, oljekjel, varmeveksler for fjernvarme, varmepumpe eller solvarmesentral. For å fordele varmen som produseres i varmesentralen, er det behov for et varmfordelingssystem. Radiatorer og vannbåren gulvvarme er de to variantene som kan benyttes her.

Vannbåren varme har en fordel i forhold til panelovner ved at man potensielt kan skifte energikilde ved relative endringer i brenselprisene dersom man benytter en kombikjel.

I et radiatorsystem fordeles varmen via et rørsystem ut til et antall radiatorer som er plassert under vinduer og andre steder i boligen der det er naturlig å tilføre varme. Temperaturnivået i et

¹ Tilsynet vil for orden skyld å påpeke at det er en skrivefeil i Adax høringsuttalelse vedrørende hvorvidt oljefylte veggovner er et substitutt til panelovner. Adax mente å gi uttrykk for at oljefylte gulvovner kan fungere som et substitutt til panelovner. Adax la imidlertid til i sin e-post av 29. januar 2004 at selv om slike gulvovner er mye etterspurt er "oljefylte gulvovner (...) ikke et substitutt, men et supplement til faste varmeinstallasjoner".

radiatorsystem avhenger av hvor stor overflate den enkelte radiator har. Et radiatorsystem kan utstyres med automatikk som sørger for å holde innetemperaturen på ønsket nivå.

Man kan også benytte seg av fjernvarme i radiatorer. Fjernvarme er ikke aktuelt for de fleste etterspørrene i Norge på grunn av tilgang og pris. Fjernvarmeforbruket utgjør ifølge SSB mindre enn én prosent av netto innenlands sluttforbruk av energi. Fjernvarme er en utbredt varmekilde i andre land, for eksempel i Sverige.

Vannbåren gulvvarme er et system hvor varme fordeles via et rørsystem i gulvet. Rørene kan støpes inn i et betongdekke, eller de kan legges med varmedelingsplater i sponplater eller i bjelkelag under gulv. Hele gulvflaten blir en varmeavgivende flate, og temperaturen på vannet som sirkulerer trenger ikke være særlig høyere enn ønsket romtemperatur, gjerne 25-40°C. På grunn av den lave temperaturen, kan vannbåren gulvvarme gjerne legges under tregulv og parkett. Både elektriske varmekabler og vannbåren gulvvarme, som benyttes i nær 40 prosent av alle nye eneboliger, er betydelig dyrere måter å varme opp et rom på enn bruk av panelovner.

Vannbåre varmesystemer vil trolig ha noe lavere driftskostnader², men langt større investerings- og installasjonskostnader enn panelovner. Vannbåren varme gir i seg selv ikke noen besparelse, men det gir energifleksibilitet slik at man til enhver tid kan velge den billigste energibæreren.

NELFO³ har gjennomført en beregning⁴ av energiforbruk og kostnader for en enebolig på 150 m² ved henholdsvis bruk av elektrisk oppvarming (panelovner) eller vannbåren gulvvarme (olje/kombikjel).

NELFO antar at kjøp og installering av panelovner kommer på totalt 35 000 kroner, mens de årlige driftskostnadene blant annet vil inneholde en utgift på 15 000 kroner gitt et totalt energibehov på 22 500 kWh, en strømpris på 42 øre og en nettleie på 25 øre. Totale enhetskostnader per år i systemets levetid er beregnet til 84 øre/kWh.

NELFO mener videre at kjøp og installasjon av gulvledninger for vannbåren gulvvarme vil koste 70 500 kroner og at kjøp av en olje/kombikjel vil koste 80 000 kroner. De årlige driftskostnadene vil blant annet bestå av en utgift på 8600 kroner til 17 200 liter fyringsolje gitt en pris som kan omregnes til 50 øre/kWh, og et el-spesifikt energibehov på 2730 kroner (6500 kWh til en strømpris på 42 øre). Totale enhetskostnader per år i systemets levetid er beregnet til 153 øre/kWh.

Partene viser imidlertid til et regnestykke som er utarbeidet av Varmeinfo⁵ som beregner at bruk av vannbåren varme totalt sett er mellom fem og ti prosent dyrere enn bruk av panelovner over en ti års periode. I dette eksempelet er de totale innkjøps- og installasjonskostnadene for henholdsvis panelovner og et vannbårent varmesystem 76 100 kroner og 108 000 kroner. Utgiftene til kjøp og installasjon av panelovner er med andre ord over dobbelt så store som i NELFOs beregning over.

² Dette vil avhenge av prisen på fyringsolje eller eventuelt også andre varmekilder i forhold til prisen på strøm. Vannbåre varmesystemer med kombikjel vil for eksempel kunne benytte fyringsolje i situasjoner hvor dette er billigere enn å bruke elektrisk strøm.

³ NELFO er en forkortelse for Norges Elektroentreprenør Forbund. NELFO er en bransje- og arbeidsgiverorganisasjon for bedrifter som arbeider med installasjon innenfor elektrofagene i Norge.

⁴ <http://www.nelfo.no/NELFO/prosjekt/FremtidenErElektrisk/fremtidenerel.pdf> ("Hvorfor el til oppvarming?")

⁵ Varmeinfo er en interesseorganisasjon med formål å øke omsetningen av vannbåren varme og andre fleksible varmesystemer. Eierne er Norsk Petroleumsinstitutt, Norske Rørgrossisters Forening, Norske Rørleggerbedrifters Landsforening, Norsk Varmeteknisk Forening og VA- og VVS-produsentene (VVA).

Partene anfører (jfr. tabell 3.3 i partenes vedlagte rapport) at kostnadene ved henholdsvis installasjon og kjøp av panelovner virker å være omtrent like store. Tilsynet antar at en enebolig på 150 m² trenger anslagsvis mellom ti og tolv 1000 watts panelovner⁶. Tilsynet har fått opplyst at slike 1000 watts panelovner vanligvis koster mellom 1000 til 1200 kroner per stykk, slik at innkjøpskostnaden blir på mellom 10 000 kroner og 14 400 kroner. Installasjonskostnadene vil da bli tilsvarende, noe som gir en total kostnad på mellom 20 000 kroner og 28 800 kroner. Det virker på denne bakgrunn som om tallene fra Varmeinfo overdriver kostnadene ved å installere panelovner i en slik bolig.

Partene legger også til at installasjon av vannbåren gulvvarme vil kunne sees på som en investering som øker boligens verdi ved et eventuelt salg i fremtiden. Tilsynet utelukker ikke at dette vil øke verdien⁷ og vil være til gunst for de etterspørre som kommer til å selge sin bolig i løpet av noen år.

Tilsynet har også vært i kontakt med ENOVA⁸ og fikk opplyst at forskjellen i kostnader mellom disse to formene for oppvarming kommer godt frem i figur 1 og 2 nedenfor, selv om tallene er noen år gamle, og at beregningen av absolutte kostnader (kr/kWh) derfor ikke nødvendigvis er helt korrekte. Det ble også opplyst fra ENOVAs svartjeneste⁹ at de ikke ville ha vurdert vannbåren varme og panelovner som fullgode substitutter, men at disse burde vurderes som separate produktmarkeder.

ENOVAs svartjeneste påpekte også at "vannbåren varme er nok mest vanlig i større eneboliger siden disse har et høyere energiforbruk. En ny bolig som for eksempel bruker under 20000 - 25000 kWh/år vil ofte få en urimelig lang nedbetalingstid med hensyn til det å investere i vannbåren varme. Vannbåren varme gir ikke i seg selv noe besparelse, men det gir energifleksibilitet slik at man til enhver tid kan velge den billigste energibæreren". Dette er, etter tilsynets mening, en indikasjon på at det sannsynligvis ikke er økonomiske grunner til at så mange etterspørre med privatboliger velger vannbåren gulvvarme, men at det heller er andre sider ved produktet (for eksempel at det oppfattes som behagelig med varme gulv) som er avgjørende for disse etterspørres valg.

Tilsynet antar på denne bakgrunn at forskjellene i totale enhetskostnader vil være mindre desto større bygg man velger å sammenligne, på grunn av at investeringskostnadene da vil utgjøre en mindre andel, og at de potensielt lavere driftskostnadene for vannbåre systemer vil utgjøre en større del av totalberegningen. Når det gjelder privatboliger anser vi at det med dagens energipriser er vesentlig dyrere med vannbåren varme i forhold til elektriske panelovner.

Prisforskjellene i NELFO-eksempelet ovenfor indikerer at etterspørre med en privatbolig på 150 m² ikke vil velge vannbåren gulvvarme fremfor panelovner. Ifølge tall fra SSB ble vannbåren varme likevel benyttet i nesten 40 prosent av alle nye privatboliger i 2003. Tilsynet antar at de som etterspør vannbåren varme for privatboliger, gjør dette valget blant annet fordi de vurderer gulvvarme som mer behagelig enn varme fra panelovner, og at fordelene ved dette kompenserer for prisforskjellen. Dette kommer også frem på Varmeinfos hjemmesider, hvor man påpeker at de viktigste fordelene ved vannbåren gulvvarme er at "i tillegg til at du kan velge energikilde, gir gulvvarme god komfort, særlig for barna som oppholder seg mye på gulvet. Vannbåren varme

⁶ Tilsynet har fått opplyst at man som en tommelfingerregel trenger mellom 60 W og 70 W per kvadratmeter for å varme opp en bolig med panelovner.

⁷ Denne effekten vil imidlertid bli mindre desto eldre anlegget er på det tidspunktet man selger.

⁸ Enova er et statsforetak som eies av Olje- og Energidepartementet.

⁹ Enova har inngått en kontrakt med rådgivingselskapet Norsec (Norsk Systemplan og Enøk AS) i Narvik som driver Enovas svartjeneste.

anbefales også av Norges astma- og allergiforbund. I tillegg er systemet skjult, slik at du kan møblere som du vil”.

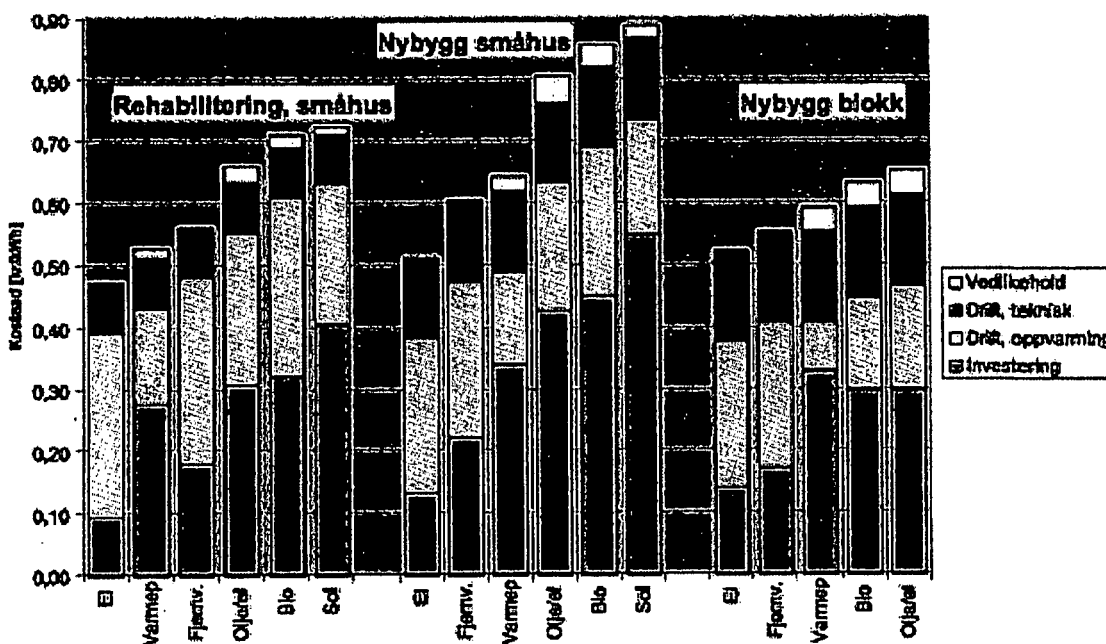
Dette støtter tilsynets inntrykk av at vannbåren gulvvarme i stor grad installeres i privatboliger på grunn av at kundene finner varme gulv som en behagelig form for oppvarming. Spørsmålet er om de etterspørre som i dag foretrekker panelovner, vil substituere seg over til vannbårne systemer som følge av en liten, men merkbar og varig prisøkning på 5 – 10 prosent.

Den høye investeringskostnaden for vannbårne varmesystemer, sett i forhold til kostnadene ved kjøp av panelovner, trekker også i retning av at vannbåren gulvvarme bør betraktes som et eget produktmarked for etterspørre av varmeløsninger for privatboliger.

Vannbårne varmesystemer skiller seg også fra panelovner når det gjelder produktets virkemåte, ved at slike systemer trenger lang tid på å regulere varmen ved temperatursvingninger, mens panelovner sørger for rask varmeregulering.

I 1998 var det 17 prosent av alle nye boligbygg som benyttet vannbåren gulvvarme, på tross av at vannbåren gulvvarme er et langt mer kostbart alternativ (pr kWh i en periode på 20 år) enn bruk av panelovner i privatboliger og blokkleiligheter. Dette fremkommer i figuren nedenfor.

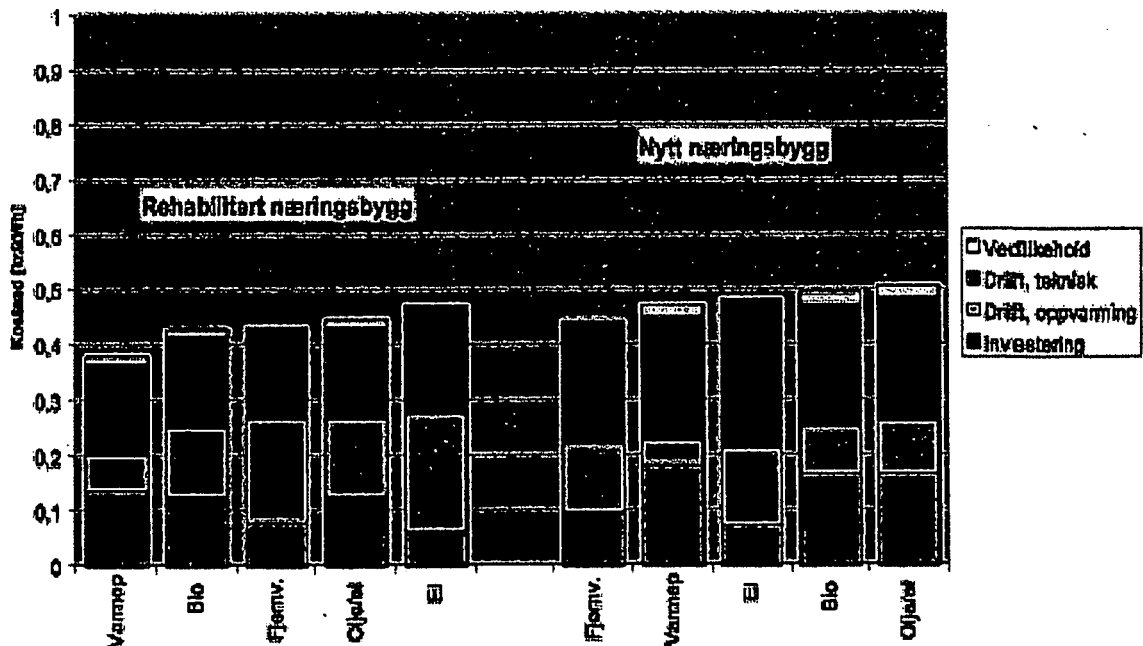
Figur 1. Spesifikke energikostnader for boliger på 150 m² og blokkleiligheter ved bruk av diverse former for vannbåren varme eller elektriske panelovner¹⁰



Næringsbygg som benytter panelovner, utgjør omkring 35 prosent av alle næringsbygg. Dette må antas å være mindre næringsbygg hvor det er økonomisk rasjonelt å benytte panelovner fremfor å investere i et vannbårent varmesystem. I større næringsbygg er det, som det fremgår av den neste figuren, økonomisk rasjonelt å benytte vannbåren varme, ettersom de totale investeringskostnadene vil utgjøre en mindre del av de totale kostnadene enn for mindre bygg. Panelovner vil av økonomiske grunner trolig ikke være et godt alternativ for store næringsbygg.

¹⁰ Tallene som benyttes i figur 1, 2 og 3 er fra NOU nr. 11 (1998) Energi- og kraftbalansen mot 2020.

Figur 2. Spesifikke energikostnader for næringsbygg på 5000 m² ved bruk av diverse former for vannbåren varme eller elektriske panelovner.



På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at vannbåren varme ikke skal inkluderes i avgrensningen av det relevante produktmarkedet.

Kaminer

En kamin er en dobbeltvegget ovn der det strømmer luft mellom de to veggene. Kald luft strømmer inn nederst, varmes opp og stiger opp mellom de to veggene. Den oppvarmede luften sørger for oppvarming av det rommet kaminen er plassert i. Ettersom luften avkjøler flatene den strømmer langs, blir overflatetemperaturen på en kamin lavere enn for en ovn. Kaminer gir derfor fra seg varme på en annen måte enn ovner.

En ovn gir fra seg det meste av varmen via stråling til omgivelsene, og har derfor en relativt høy overflatetemperatur. Kaminer, derimot, overfører varme ved konveksjon, det vil si varme som overføres fra den varme flaten inne i kaminen til den kaldere luften som strømmer langs denne flaten.

Kaminen er en "punktvarmekilde" på samme vis som en vedovn. Varmefordelingen blir derfor mer ujevn sammenlignet med sentralfyr eller panelovn. Det er vanligvis behov for tilleggsvarme, oftest i form av panelovner, i rom som ligger i en viss avstand fra kaminen eller på veggområder under store vindusflater.

En pellets kamin vil ofte koste i overkant av 25 000 kroner i innkjøpspris. Parafin og gass kan også benyttes som brensel for de ulike typene kaminer. Prismessig er vanligvis ikke kaminer et dårligere alternativ enn vanlige panelovner når det gjelder driftskostnader (dette avhenger av brenselprisene i forhold til strømprisen¹¹), men som nevnt ovenfor er ikke kaminer, grunnet høye innkjøpskostnader, den ujevne varmekvaliteten og behovet for rengjøring og påfylling av brensel, et fullgodt alternativ til panelovner som hovedvarmekilde i et bygg.

¹¹ Driftskostnadene var lavere ved bruk av pellets kaminer enn ved bruk av panelovner i 2003.

På denne bakgrunn er det tilsynets vurdering at kaminer ikke skal inkluderes i avgrensningen av det relevante produktmarkedet.

Varmepumper

En varmepumpe utnytter det faktum at temperaturen i fjell, jord og sjøvann er stabil og ligger på mellom fire og syv grader. En varmepumpe henter opp og forsterker denne varmen før den blåses inn i boligen. Det finnes også varmepumper som utnytter temperaturen i uteluft.

En varmepumpe innebærer en forholdsvis høy investeringskostnad, men fører samtidig til lavere strømutgifter til oppvarming og varmt vann. En varmepumpe kan brukes som oppvarmingskilde for vannbåren varme.

Avhengig av type varmepumpe kan man spare 20 - 60 prosent av strømmen som brukes til oppvarming av bolig og varmt vann. Varmepumpene vil arbeide mindre effektivt desto lavere temperatur det er på varmekilden til enhver tid, og vil ofte ikke fungere i det hele tatt dersom varmekilden får en temperatur som er lavere enn minus femten grader. Alle typer varmepumper bør kombineres med en supplerende oppvarmingskilde for bruk på de kaldeste dagene, som for eksempel elektrisk oppvarming.

En varmepumpes lønnsomhet vil avhenge av flere faktorer: Temperaturen på varmekilden, boligens størrelse, utforming og oppvarmingssystem, hva slags type varmepumpe som blir benyttet og forutsetningene for installering av varmepumpe der boligen ligger.

Varmepumper – luft til luft¹²

Denne typen varmepumper har luft som varmekilde og brukes til oppvarming (samt kjøling av inneluften) i boliger. Disse pumpene består av to deler, en utedel og en innedel. Utedelen (fordamperen), som gjerne er montert på ytterveggen, "tar opp" varmen fra uteluften, mens innedelen (kondensatoren) gir fra seg varmen som varmluft.

Innedelen kan være montert på vegg eller gulv og er utstyrt med en vifte for at den varme luften skal spres på en effektiv måte. Monteres denne i et sentralt rom med åpen løsning vil en slik varmepumpe tilføre varme til store deler av huset (blåses rundt i huset). Dersom det ikke er noen slik åpen løsning, vil ikke varmen kunne tilføres til annet enn sentrale deler av huset.

Luft til luft varmepumper vil ha den klart laveste installasjonskostnaden av varmepumpesystemene. Det kan forventes en reduksjon på opptil 30 prosent av strømregningen. Ved temperaturer under minus ti til minus femten grader kan imidlertid ikke varmepumpen benyttes, og man må bruke en annen form for oppvarming. Ifølge nettsiden varierer pris og kvalitet på slike varmepumper mye. Prisene varierer fra 15 000 til 30 000 kroner. De billigste varmepumper, for eksempel variantene som blir ført av enkelte elektrovarerhus, er ikke tilfredstillende produkter for kundene ifølge denne nettsiden.

Varmepumper – vann til vann

Slike varmepumper må benyttes i systemer med vannbåren gulv- eller radiatorvarme. Denne varianten gir høyere energibesparelse enn noen av de andre varmepumpesystemene. Dette kan medføre besparelser under optimale temperaturforhold på opptil 50 - 60 prosent av boligens totale energiforbruk. Prisen på denne typen varmepumper vil normalt ligge mellom 80 000 og

¹² Informasjonen om de ulike typene varmepumper nedenfor er fra nettsiden www.varmepumpe.no. Nettsiden drives av Ventec Miljø som er en aktør innenfor service og montering av varmepumper.

120 000 kroner.

Varmepumper – luft til vann

Slike varmepumper må benyttes i systemer med vannbåren gulv- eller radiatorvarme. Varmepumpen kan være i drift ned til minus ti grader. Ved lav utetemperatur stanser varmepumpen helt. Denne formen for varmepumpe kan under optimale temperaturforhold gi en totalbesparelse på 40 til 60 prosent av boligens energiforbruk. Prisen på denne typen varmepumper vil stort sett ligge mellom 50 000 og 80 000 kroner.

Tilsynet ser at varmepumper kan være en effektiv måte å varme opp en bolig på, ettersom varmepumpene ofte har en meget høy virkningsgrad, gitt normale temperaturforhold. Problemet med varmepumper er at man ikke kan benytte denne løsningen alene, siden det ikke er uvanlig med temperaturer ned mot minus femten grader i Norge. Man trenger med andre ord å installere for eksempel en god del panelovner som et tillegg til et slikt varmepumpesystem. Ved de to sistnevnte formene for varmepumpe ("vann til vann" og "luft til vann") trenger man også å installere et vannbårent distribusjonssystem. Boligens romløsning er også avgjørende for hvorvidt varmepumpe vil kunne benyttes på en god og effektiv måte.

Spørsmålet er om de etterspørterne som i dag foretrekker panelovner, vil substituere seg over til varmepumper som følge av en liten, men merkbar og varig prisøkning på 5 – 10 prosent. Tilsynet er av den oppfatning at den høye innkjøpsprisen på slike varmepumper i forhold til prisen på panelovner, samt det fortsatte behovet for andre oppvarmingskilder og eventuelt egne distribusjonssystemer, gjør at varmepumper ikke vil være i det samme relevante produktmarkedet som panelovner.

Oljefylte gulvovner, varmevifter, reflektorovner, varmekabler og frittstående elektriske gulvovner

Oljefylte gulvovner er blitt mer utbredt blant vanlige forbrukere i de siste årene, men vil kun være en bioppvarmingskilde og kan ikke sees på som et fullgodt substitutt til panelovner. Oljefylte gulvovner er varmeteknisk sett ikke et fullgodt valg som hovedvarmekilde i et rom. Disse ovnene har sin styrke i at de kan flyttes til rom hvor det er behov for ekstra oppvarming. Slike ovner vil uansett sjelden eller aldri bli brukt som hovedoppvarmingskilde i boliger, kontorbygg, skoler, sykehus eller lignende. Disse ovnene selges i all hovedsak til forbrukere via elektrovareutsalg og ikke til installatører via grossister. Adax opplyser for øvrig at kvaliteten på disse ovnene vanligvis er lavere enn for panelovner, ettersom de ikke er beregnet for annet enn midlertidig oppvarming av rom.

Reflektorovner er godt egnet til rask oppvarming fordi denne typen ovner varmer der varmestrålene treffer og ikke bare varmer opp luften. Reflektorovner er ofte benyttet på badrom eller utendørs, for eksempel på terrasser (terrassevarmer). Varmevifter fungerer på en lignende måte, men har den fordelen at de kan flyttes til rom hvor det er behov for rask og midlertidig oppvarming. Ingen av disse typene ovner kan sies å være nære substitutter til panelovner ettersom de ikke gir en like behagelig og effektiv varme som for eksempel en panelovn.

Varmekabler benyttes ofte på badrom og i kjellerstuer. Det er imidlertid ikke, etter det tilsynet kjenner til, tilstrekkelig å benytte kun varmekabler i et oppholdsrom. Man vil i kalde perioder måtte benytte tilleggsoppvarming, for eksempel i form av panelovner, ettersom varmekablene bruker lang tid på å regulere varmen i et rom. Prisen på varmekabler er dessuten høyere enn prisen på panelovner. En annen grunn til at varmekabler sjelden benyttes i alle oppholdsrom er at termostaten på varmekabler etter en stund ofte blir ødelagt og vil måtte byttes ut. Hvis termostaten svikter, kan gulvet i enkelte tilfeller bli skadet.

Frittstående elektriske gulvovner trenger i likhet med oljefylte gulvovner plass på gulvet i et rom, noe som gjør disse mer egnet som en bioppvarmingskilde enn som en hovedoppvarmingskilde, ettersom det estetisk og praktisk sett er best med en ovn som ikke tar opp permanent gulvplass.

Alle de ovennevnte ovnene er beregnet for enten hurtig oppvarming av kalde rom, eller mer permanent tilleggsvarme i spesielt kalde perioder i en fyringssesong. Disse ovnene vil derfor ikke være fullgode substitutter til ovner som er produsert for å være hovedoppvarmingskilden i et bygg.

Tilsynet avgrensar på denne bakgrunn det relevante produktmarkedet til å være markedet for elektriske panelovner. Vi vil nedenfor se nærmere på etterspørrene i dette markedet og vurdere hvorvidt det relevante produktmarkedet bør avgrenses ytterligere på bakgrunn av etterspørrenes preferanser og kjøpskanaler.

Det bør også nevnes at etterspørselen etter produkter som varmepumper, pelletskaminer og diverse former for styringssystemer var meget spesiell i 2003, på grunn av myndighetenes innføring av en tilskuddsordning for kjøp av slike produkter.

Tilskuddsordningen skulle stimulere husholdningene til å investere i tiltak som reduserte forbruket av elektrisitet. Ordningen ble lansert som et strakstiltak på bakgrunn av den spesielle forsyningssituasjonen ved inngangen til 2003. Gjennom ordningen kunne husholdninger søke om tilskudd til investering i varmepumper, pelletskaminer og styringssystemer for panelovner. Tilskuddet var på 20 prosent av investeringen, oppad begrenset til 5000 kroner for varmepumper og pelletskaminer og 2000 kroner for styringssystemer. Dette var som nevnt et strakstiltak og det er ikke planlagt en lignende ordning i 2004.

3.2 Etterspørrene i markedet

Det finnes flere typer etterspørre i markedet. Tilsynet finner det naturlig å dele etterspørrene inn i to markeder, "privatmarkedet" og "proffmarkedet", ettersom etterspørrene i disse to markedene kjøper panelovner av ulik kvalitet og gjennom forskjellige salgskanaler. Vanlige forbrukere kjøper panelovner gjennom elektrovareutsalg, mens elektroinstallatører kjøper panelovner via grossister og installerer panelovnene i nye boligbygg eller næringsbygg.

Sluttbrukerne i proffmarkedet har sjelden noen sterk merkepreferanser når det gjelder valg av ovn, slik at det i de aller fleste tilfeller er installatøren som er beslutningstaker, og som dermed velger hvilket produktmerke han vil installere. Dette synet støttes av mange aktører i markedet¹³. I privatmarkedet er det sluttbrukeren som er beslutningstaker og som velger hvilket produktmerke han vil benytte. I enkelte tilfeller, for eksempel ved større byggeprosjekter, vil det kunne bli lagt føringer fra oppdragsgiveren på hvilke panelovner installatørene skal benytte.

Panelovnene som selges til hver av disse to markedene, er ikke identiske. Produktene som selges til proffmarkedet er vanligvis av høyere kvalitet og er mer avanserte enn de som selges til vanlige forbrukere i privatmarkedet. Dimplex opplyser imidlertid at de selger identiske ovner til begge disse markedene. Installatørene i proffmarkedet synes, i motsetning til forbrukerne i privatmarkedet, å ha klare preferanser for hvilke panelovner de ønsker å benytte. Ifølge aktører i markedet skyldes dette blant annet at installatører/entreprenører ikke ønsker å bruke sin tid på ekstraarbeid i form av garantireparasjoner, og at de derfor velger merker de er kjent med og som

¹³ Installatørselskapene Bravida og J. M. Hansen AS har for eksempel sagt seg enige i at det er installatøren som velger hvilket produktmerke som skal benyttes, og at sluttkunden heller er opptatt at jobben blir gjort korrekt og til avtalt tid.

holder god kvalitet. Disse panelovnene er ofte laget for å kunne brukes i kombinasjon med sentralsystemer for varmeregulering av hele bygg/etasjer. Installatørene vil oftere måtte erstatte ødelagte ovner dersom man benytter billige produkter av lavere kvalitet.

Aktørene i markedet opererer dessuten med ulike varemerker i de ulike markeder. Adax AS selger for eksempel ovner under varemerket Adax til privatmarkedet og varemerket Glamox til proffmarkedet. Glen Dimplex Group selger som nevnt Nobøvner kun til proffmarkedet.

De som kjøper panelovner i privatmarkedet, er i all hovedsak etterspørrere som ønsker å oppgradere sine eksisterende privatboliger, mens elektroinstallatører i all hovedsak installerer panelovner i nye privatboliger eller i mindre næringsbygg.

Hovedgrunnen til at det finnes et klart skille mellom disse to markedene, er at installatørene benytter og er avhengige av grossistene som logistikkpartner. Installatørene trenger ofte panelovner på kort varsel og henter da disse ovnene på et av grossistens hentelagre. Adax opplyser i tillegg at det er forskjell på kvaliteten på produktene som selges gjennom proffmarkedet og forbrukermarkedet. Selv om kvaliteten hadde vært identisk i de to markedene, ville det likevel vært lite hensiktsmessig for en installatør eller et installatørfirma å benytte lokale elektrovareutsalg som sin logistikkpartner. Elektrovareutsalgene vil ikke til en hver tid kunne lagere et tilstrekkelig antall panelovner av ønsket produktmodell på en måte som tilfredstiller installatørenes etterspørsel.

Tilsynet antar på denne bakgrunn at det må være store forskjeller i pris for at installatørene vil gå over til å kjøpe panelovner hos elektrovareutsalgene fremfor å benytte sine grossistforbindelser. Installatørene kjøper dessuten en rekke andre typer produkter fra grossistenes hentelagre, noe som styrker tilknytningen til grossistene.

3.3 Sammenfatning

Konkurransetilsynet avgrensar på denne bakgrunn de relevante produktmarkedene til å være henholdsvis markedet for panelovner solgt til forbruker via elektrovareutsalg (blant annet til oppgradering av privatboliger) og markedet for panelovner solgt til elektroinstallatører via grossist (blant annet til bruk i nye privatboliger og i enten nye eller rehabiliterte næringsbygg).

4 Geografisk avgrensning av det relevante markedet

Vi vil nedenfor diskutere avgrensningen av proffmarkedet mer inngående enn avgrensningen av privatmarkedet. Bakgrunnen for dette er at Glen Dimplex Group kun vil oppnå moderate markedsandeler i privatmarkedet som en følge av ervervet av aksjene i Siemens EH.

4.1 Etterspørrernes preferanser og etableringsmuligheter

Det finnes, etter det tilsynet kjenner til, ingen form for regulatoriske restriksjoner på import av panelovner til Norge. Panelovner har dessuten blitt mer homogene i løpet av de siste årene ved standardisering av sikkerhetsgodkjenningskriteriene i mange europeiske land. Dette har økt importmulighetene for panelovner.

Transport av panelovner er ikke vanskelig og kan for eksempel foregå ved bruk av trailer fra land i Europa til Norge. Transportkostnadene er, ifølge Dimplex, heller ikke spesielt store.

Nesten 100 prosent av alle panelovner som selges på det norske markedet til henholdsvis proffkunder og vanlige forbrukere, er fra norske produsenter med produksjon i Norge. Tilsynet

kjenner ikke til at noen importerte produktmerker har deltatt med mer enn små prøvepartier på det norske markedet i løpet av de siste årene¹⁴.

Ifølge Dimplex' brev til Konkurransetilsynet av 23. januar 2004 er prisnivået i Finland lavest i Norden, mens prisene på panelovner er omtrent like i Norge og Sverige. Dimplex hevder også at "det ikke er transportkostnader forbundet med import av elektriske varmeprodukter som gjør det nødvendig å ha produksjon i Norge for å kunne være konkurransedyktig på det norske markedet". Dimplex opplyste også i sitt møte med Konkurransetilsynet at prisene er i underkant av ti prosent lavere i Finland enn i Norge, men at svingninger i valutakursene kan gjøre disse forskjellene vesentlig større eller vesentlig mindre.

Nobø opplyser i sitt brev til Konkurransetilsynet av 20. februar 2004 at de norske produsentene i europeisk sammenheng ligger i det øvre kostnadsskiktet. Selv om det altså er prisforskjeller mellom Norge og Finland, og samtidig hevdes å ikke være høye transportkostnader, er det likevel nesten 100 prosent norskproduserte panelovner på det norske proffmarkedet. Dette tyder på at det finnes særtrekk ved markedet som vanskeliggjør etablering og import til Norge. Tilsynet har også fått opplyst fra Adax at prisforskjellene var større tidligere enn i dagens situasjon, men at det heller ikke da fant sted import av panelovner til det norske markedet.

Elektroinstallatørene i Norge er, etter det tilsynet har fått opplyst, lojale overfor de panelovnproduktene de allerede benytter i dag. En elektroinstallatør vil på et oppdrag typisk montere en rekke panelovner i løpet av en dag. Installatøren ønsker derfor en type panelovn han er kjent med monteringsmessig og som han er sikker på at holder høy kvalitet, slik at han blant annet slipper å bruke tid på å bytte ut ovnen en gang i fremtiden.

Det at installatørene er tradisjonsbundne og lojale til merker og produktvarianter de er kjent med i dette markedet, trekker i retning av at Norge bør vurderes som et eget marked. Installatørenes tradisjonsbundenhet ble for øvrig bekreftet av både Adax og LVI i deres møter med Konkurransetilsynet¹⁵.

Nobø nevner i sitt brev til tilsynet spesielt utenlandske aktørers behov for et importledd som en mulig årsak til at det kun er norske produsenter på det norske markedet. Adax har også lagt vekt på viktigheten av å være fysisk etablert i det norske markedet. Bakgrunnen for dette er ifølge produsenten at markedet er preget av at det ofte er kort tid mellom bestilling og levering av panelovner til etterspørerne. Det er for eksempel ikke uvanlig at man mottar en bestilling om morgenen med leveringstidspunkt samme ettermiddag.

Den korte tiden mellom bestilling og levering skyldes ifølge produsenten at det norske markedet, i større grad enn mange andre land, er temperaturavhengig og har en kort intens vintersesong, slik at et kaldt væromslag kan føre til en kraftig etterspørselsøkning. Tilsynet antar at dette vil spille en større rolle i forbrukermarkedet enn for proffmarkedet, hvor boliger og bygg blir oppført jevnt året rundt.

Det blir også opplyst at entreprenører og installatører i mange tilfeller, uavhengig av temperaturendringer, kommer med bestillinger med kort leveringstid. Adax opplyser at produksjonen må tilpasses etter etterspørselen i markedet på kort tid, ettersom det er kostbart å operere med store lagre av panelovner. Utenlandske aktører kan imidlertid etablere egne lagre i Norge. Enkelte utenlandske aktører vil nødvendigvis ha problemer med å få tilpasset produksjonen og deretter få levert produktene raskt nok med slike tidsrammer. Dette

¹⁴ LVI har imidlertid klart å selge elektriske oljefylte veggovner, et produkt som ligner en del på elektriske panelovner, på det norske markedet i omkring ti år. LVI selger omtrent 10 000 slike ovner i Norge i dag.

¹⁵ Dette bekreftes også skriftlig av flere installatører, blant annet av Bravida og J. M. Hansen AS.

kjennetegnet ved markedet kan være en ulempe for utenlandske produsenter, noe som trekker i retning av en nasjonal avgrensning av markedet. Dimplex virker å holde et noe større lager enn Adax, men opplyser at også de "forsøker å følge sesongsvingningene i markedet ved å jobbe lengre dager i høysesongen (august - februar) og ta ut mer ferie i sommerhalvåret".

Markedsføringsapparatet hos de norske produsentene er også en mulig årsak til at det ikke er utenlandske aktører til stede på det norske markedet for elektriske panelovner. Grossisten OtraNorge opplyser at import ikke er noe reelt alternativ for dem, ettersom utenlandske produsenter ikke har et markedsføringsapparat rettet mot installatørene. Det er altså i stor grad produsentene eller importørene, og ikke grossistene selv, som driver med markedsføring mot installatørene på det norske markedet. Dette medfører at import og lagerføring av utenlandske produkter ikke vil være aktuelt for grossistene, ettersom etterspørselen (uten markedsføring) ikke vil kunne bli stor nok. OtraNorge påpeker videre at utenlandske produsenter må satse mye på markedsføring mot installatørene for å kunne delta på det norske markedet, men at det sannsynligvis vil ta lang tid, fordi markedet, ifølge Otra Norge, fungerer tilfredsstillende med de eksisterende aktørene. Det er uansett ikke gitt at en aktør vil lykkes i å få installatørene til å etterspørre et nytt merke, selv om vedkommende produsent har et godt markedsføringsapparat.

Installatøren vil videre ha begrensede insentiver til å prøve et nytt produktmerke eller velge billige ovner, ettersom installatøren i de fleste tilfeller også er beslutningstaker når det gjelder valg av panelovn. Det ville trolig ha vært et sterkere prisfokus dersom det var sluttbrukeren¹⁶, og ikke installatøren, som i alminnelighet gjorde panelovnvalget. Det som er viktig for installatøren er at produktet ikke vil medføre ekstraarbeid i form av garantireparasjoner/reklamasjoner og at han er godt kjent med montering av panelovnen, slik at monteringen kan gjennomføres raskt. Dette bekreftes blant annet av installatørfirmaet J. M. Hansen AS som skriver at de er enig i tilsynets beskrivelse av installatørenes handlemåte og at "for oss koster det utrolig mye å dra til kundene på nytt for å feilsøke på et produkt som ikke holder mål. Vi er veldig opptatt av å benytte produkter vi har god erfaring med og som vi vet holder mål". De ovennevnte forhold trekker i retning av at installatørene ikke har sterke insentiver til å prøve ut nye produktmerker, noe som igjen indikerer at det relevante markedet bør avgrenses til å være Norge.

Problemer med tilgang til distribusjonskanalene vil være et problem for alle aktører og i særlig stor grad for eventuelle nye panelovnprodusenter. Forholdet mellom produsenter, grossister og installatører virker å være forholdsvis stabilt og tradisjonsbundet, og bærer preg av at de fleste aktørene har hatt avtaler med hverandre i mange år. Dette gjør det vanskeligere for utenlandske aktører å etablere seg på det norske markedet.

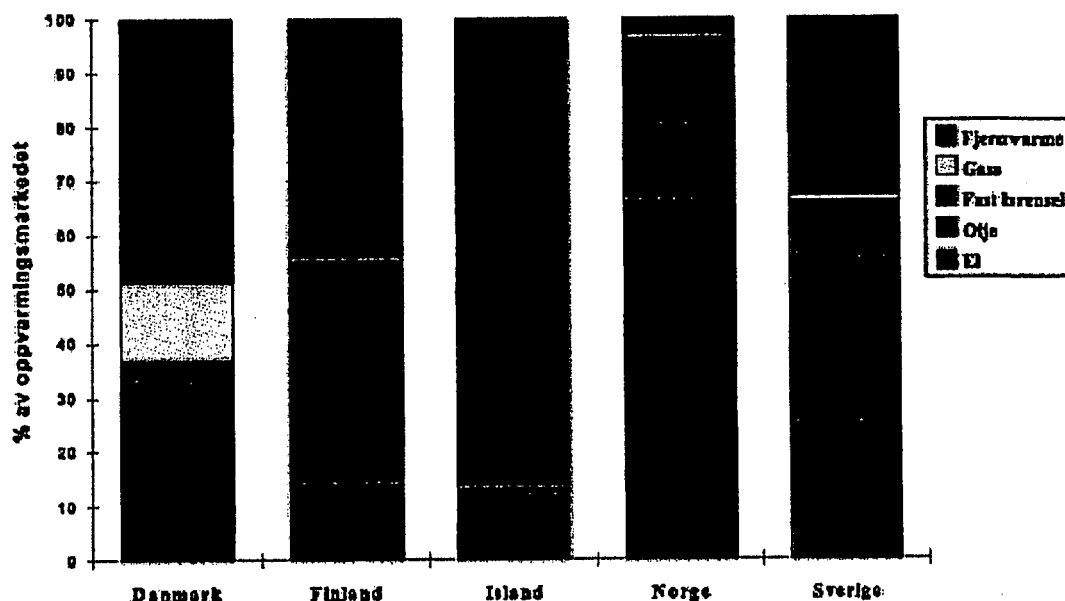
Tilsynet kjenner videre til at grossistene vanligvis ønsker å føre produkter fra to eller tre produsenter. Grunnen til dette kan være at de ikke vil bli for avhengig av en eksklusiv produsent, men at de samtidig ønsker færrest mulig merker for å ha et så enkelt og effektivt logistikksystem som mulig. Installatørenes etterspørsel bestemmer hvilke produkter som blir lagerført hos grossistene.

Det vil trolig være vanskelig for nye aktører på markedet å få avtale som en av produktmerkene som føres hos de ulike grossistene i dag. Nobø virker å være i en sterk posisjon, mens Dimplex og Glamox har solide markedsandeler og vil være sterke kandidater til å få en avtale med grossistene som produktmerke nummer to (og eventuelt nummer tre) i deres sortiment.

¹⁶ Det kan imidlertid forekomme tilfeller hvor installatøren ikke er beslutningstaker, for eksempel hvis sluttkundene krever at billigste type panelovn skal benyttes. Tilsynet antar at dette er mest utbredt ved store prosjekter.

Det ble også påpekt fra grossisten Elektroskandias side at en grunn til at det er vanskelig å finne utenlandske produsenter av panelovner, kan være at denne typen oppvarming ikke er så populær eller utbredt i mange andre land. Dette kan blant annet skyldes de relativt sett lave strømprisene i Norge og at andre land har satset sterkere på fjernvarme som energikilde. Figuren nedenfor viser hvilke typer energikilder som benyttes i de nordiske landene. Den særnorske etterspørselssammensetningen for de ulike typene energikilder indikerer også at norske etterspørere har et helt annet forhold til og behov for panelovner enn etterspørere i de andre nordiske landene.

Figur 3. Valg av energikilde i de nordiske land



4.2 Stor eksport fra Norge og liten import til Norge

Norske produsenter selger store deler av sin produksjon til utlandske etterspørere. Dette kan i utgangspunktet virke som et forhold som taler for at markedet bør avgrensas videre enn til Norge. Vi vil nedenfor kort forklare hvorfor dette forholdet likevel er forenlig med oppfatningen om at markedet er avgrenset geografisk til Norge i denne saken.

Dimplex og Adax opplyser at etterspørerne på det norske markedet krever kort leveringstid fra produsentene. Utenlandske grossister og installatører stiller, ifølge Adax og LVI, ikke tilsvarende krav på samme måte som norske installatører og grossister. Dimplex opplyste også i sitt møte med tilsynet at leveringstiden til norske kunder ofte er svært kort, og dette er noe etterspørerne har fått presset frem over tid. En så kort leveringstid var ikke like vanlig tidligere. Det ble også understreket at de utenlandske grossister som Dimplex selger til, ikke er like opptatt av kort leveringstid som norske grossister. I partenes brev anføres det imidlertid at norske kunder ikke skiller seg ut i noen spesiell retning med hensyn til levering eller annet.

Etter tilsynets oppfatning virker imidlertid dette å være et særtrekk ved norske etterspørere i panelovnmarkedet. Kravet om kort leveringstid kan bidra til å forklare hvorfor norske aktører kan eksportere store deler av sin produksjon til utlandet, mens det samtidig er liten import av panelovner til det norske markedet.

Dimplex opplyste også i sitt møte med tilsynet at norske produsenter tidligere produserte panelovner av bedre kvalitet enn andre aktører og lenge var ledende i verden på slike produkter. Ifølge Dimplex har dette forspranget nå blitt innhentet av de utenlandske aktørene. Dette er en indikasjon på at det tidligere var enklere (for norske panelovnprodusenter) å komme seg inn på markedene i andre land med sine produktmerker, og kan bidra til å forklare hvorfor Adax/Glamox, Nobø og Dimplex har klart å etablere seg i utenlandske markeder.

Mulighetene for å lykkes med importerte produkter på det norske markedet virker særlig å være begrenset på grunn av installatørenes lojalitet til merker de er kjent med og har erfaring med montering av, men også på grunn av grossistenes og installatørenes preferanser om raske leveranser og grossistenes ønsker om avtaler med et begrenset antall produsenter.

4.3 Sammenfatning

Konkurransetilsynet avgrensar på denne bakgrunn de relevante markedene geografisk til å være Norge.

5 Markedskonsentrasjon og mobilitet

5.1 Markedsandeler

Konkurransetilsynet har kommet frem til markedsandeler for det norske markedet basert på tallmateriale fra NEL-statistikken (Norske Elektroleverandørers Landsforbund). I tallmaterialet fremgår både totalt salg, salg til proffmarkedet og salg til privatmarkedet. Vi vil også se på en del indikatorer på markedskonsentrasjon og mobilitet.

Tilsynet legger for ordens skyld til at partene blant annet anfører at det relevante markedet minst bør omfatte Norden, og at markedsandelene derfor bør beregnes for dette området i denne saken. Partene mener dessuten at en rekke andre produkter bør inngå i det relevante produktmarkedet. Tilsynet er som nevnt av den oppfatning at det relevante markedet omfatter Norge. Partene vil for øvrig få en høy markedsandel selv ved en videre markedsavgrensning.

Dersom man tar utgangspunkt i partenes beregning¹⁷ av markedsandeler for Norge, Sverige og Finland, men tar bort LVI som produserer oljefylte veggovner, finner vi at partene har en markedsandel på omkring 48 prosent i et tenkt totalmarked for panelovner i disse landene¹⁸. Markedsandelen blir enda høyere dersom man tar bort andre aktører med produksjon av oljefylte veggovner. Det er heller ikke skilt mellom proffmarkedet og forbrukermarkedet i partenes beregning.

Tabellen nedenfor viser totalt salg av panelovner og markedsandeler i Norge.

Tabell 1. Totalt salg av panelovner og markedsandeler i Norge 2002 - 2003

	-	
	-	
Nobø		
Dimplex		
Adax		
Glamox		
BEHA		

¹⁷ Jf. side 30 i ECON-rapporten.

¹⁸ Partene selger omkring 324 000 ovner i et totalmarked på 673 000 ovner i disse landene.

Totalt antall solgte ovner : 343 689 (2002) og 318 882 (2003).

Nobø og Dimplex har til sammen en andel av det totale salget av panelovner på prosent i 2003. Som nest største produsent har Adax (inkludert Glamox) en andel på prosent.

Tabell 2. Totalt salg av panelovner og markedsandeler i Norge 2002 - 2003 via grossist til elektroinstallatører

Nobø	
Dimplex	
Glamox	
BEHA	

Totalt antall solgte ovner: 223 280 (2002) og 201 663 (2003)

Nobø og Dimplex har til sammen en markedsandel på prosent i 2003. Det resterende av dette markedet dekkes av Adax/Glamox.

Tabell 3. Totalt salg av panelovner og markedsandeler i Norge 2002 - 2003 via elektrovareutsalg til forbrukere

Nobø	
Dimplex	
Adax	
BEHA	

Totalt antall solgte ovner: 120 408 (2002) og 117 219 (2003)

Nobø og Dimplex har til sammen en markedsandel på prosent i 2003.

Sammenfatning

På bakgrunn av markedsandelene synes det å være i proffmarkedet og ikke i privatmarkedet at ervervet vil kunne begrense konkurransen i dagens situasjon. I det følgende vil tilsynet derfor konsentrere seg om proffmarkedet.

5.2 Markedsindikatorer

Tilsynet har også sett nærmere på enkelte indikatorer for å vurdere hvorvidt markedene kan sies å være konsentrerte og om konkurransen mellom aktørene kan sies å være effektiv. Tilsynet har beregnet både den såkalte Hirschman-Herfindahl indeksen og en standard mobilitetsindeks for det norske markedet.

HHI

En vanlig indikator for konsentrasjonsgraden i markedet er Hirschman-Herfindahl indeksen (HHI). Indeksen blir beregnet ved å summere kvadratet av markedsandelene til de fire største aktørene i et marked. For eksempel vil man i et marked hvor det finnes kun to aktører med henholdsvis 30 prosent og 70 prosent markedsandel komme frem til at HHI blir $0,3^2 + 0,7^2 = 0,58$.

Tabellen nedenfor viser markedskonsentrasjonen på landsbasis.

Tabell 4. Hirschman-Herfindahl indeksen beregnet i 2003 for proffmarkedet i Norge (før og etter Nobøs erverv av Siemens EH)

Område	HHI	Markedskonsentrasjon
Norge (før ervervet)	0,36	Høy konsentrasjon
Norge (etter ervervet)	0,58	Høy konsentrasjon

Dette viser at det allerede foreligger en sterk markedskonsentrasjon som blir vesentlig forsterket som følge av bedriftservervet.

Mobilitetsindeks

Mobiliteten i et marked kan anslås ved å beregne tall for endringer i markedsandel i løpet av ett år. Slike mobilitetsindekser anvendes for å si noe om hvordan sammensetningen av aktører i en næring endres over tid. For hver bedrift måles endringen i markedsandel fra et år til et annet. Tallverdien av differansene (det vil si positive verdier) summeres over alle bedrifter i næringen og deles på to. Mobilitetsindeksen vil ha en verdi mellom null og 100. Verdien null avspeiler et fullstendig statisk marked uten bevegelse i antall aktører eller deres markedsandeler. Mobilitetsindeksen vil få verdien 100 dersom alle aktørene skiftes ut fra et år til det neste.

Mobilitetsindeksen for Norge i 2002/2003 er beregnet til å være 1,5.

Nedenfor gjengis en tabell med mobilitetsindekser i de nordiske landene fra 1998 for alle produksjonsnæringer og servicenæringer, slik at man skal kunne sammenligne mobilitetsindeksene i panelovnmarkedet i Norge med mobilitetsindekser for andre næringer i Norden.

Tabell 5. Mobilitetsindekser for produksjons- og servicenæringene i Norden (1998)¹⁹

Område	Produksjon	Service	Totalt
Danmark	13,4	14,0	13,8
Sverige	14,4	13,4	13,5
Norge	11,1	12,5	12,2
Finland	10,5	14,8	13,4

Dette viser at det er lave mobilitetsverdier i det norske panelovnmarkedet, ved at aktørene bare har tatt små markedsandeler fra hverandre i testperioden. Lave mobilitetsverdier kan være en indikasjon på at panelovnmarkedet er relativt statisk og at det er en lav konkurranseintensitet.

Sammenfatning

Det norske panelovnmarkedet er et konsentrert og lite mobilt marked. Det er derfor i utgangspunktet grunn til å være bekymret for økt markedskonsentrasjon i dette markedet.

¹⁹ Tabellen er hentet fra Konkurrencestyrelsens internetsider.

6 Etableringshindringer

Høye markedsandeler indikerer at Glen Dimplex Group har markedsrett, men er ikke alene tilstrekkelig for å påvise markedsrett. Hvorvidt Glen Dimplex Group er i stand til å utøve markedsrett, avhenger blant annet av hvor virksom konkurransen mellom de etablerte aktørene er, og av om det foreligger etableringshindringer for eventuelle nye aktører (potensiell konkurranse). Dersom det ikke foreligger etableringshindringer, må det normalt antas at det er vanskelig å utøve markedsrett, eller at eventuell konkurransebegrensende atferd vil bli kortvarig.

Nyetablering vil måtte skje enten gjennom nye aktører som starter opp produksjon for salg til det norske markedet, eller ved at eksisterende utenlandske aktører kommer inn på det norske markedet gjennom import. Tilsynet antar at det først og fremst er den sistnevnte løsningen som er mest aktuell på det norske markedet. Både partene og Adax har opplyst at det er lite trolig at noen vil starte opp ny produksjon for salg til det norske markedet.

Etableringshindringer er en samlebetegnelse på alle forhold som kan hindre nye bedrifter i å etablere seg i et marked. Etableringshindringene behøver ikke være absolutte for at de skal hindre tilbyderne i et marked i å utøve markedsrett.

Vi vil først se på de strukturelle etableringshindringene før vi går videre til de strategiske og regulatoriske etableringshindringene.

6.1 Strukturelle etableringshindringer

Den viktigste strukturelle etableringshindringen antas å være irreversible kostnader ("sunk cost"). Dette er kostnader som følge av investeringer i kapital som ikke kan omsettes i noe annenhåndsmarked, og som derfor går tapt om de ikke benyttes til det formål de i utgangspunktet var påtenkt. Andre eksempler på irreversible kostnader er markedsføringsutgifter for å vinne aksept for nye produkter og FoU-investeringer²⁰.

Investeringer i utstyr og lokaler til panelovnproduksjon antas å ha en viss annenhåndsverdi. Adax opplyser imidlertid at store deler av produksjonsutstyret neppe vil kunne videregjøres, og derfor vil gå tapt, dersom man ikke klarer å etablere seg i markedet. Store investeringer i dette markedet vil altså kunne være en etableringshindring for potensielle aktører.

Dimplex opplyser at det er store oppstartskostnader i dette markedet. Maskinene og utstyret som benyttes er kostbart, ettersom bransjen etter hvert er blitt forholdsvis automatisert. Panelovnproduksjon er kapitalintensiv og lønnsutgifter utgjør derfor i mange tilfeller en mindre del av de totale driftskostnadene.

Nye aktører som ønsker å etablere seg i markedet, må investere i maskiner og annet utstyr. De etablerte aktørene har trolig allerede betalt i alle fall deler av sitt produksjonsutstyr.

Store oppstartsinvesteringer, kombinert med risikoen forbundet med å være nykommer i et marked, vil innebære begrensede etableringsmuligheter.

²⁰ Harald Evensen (red) – Konkurranseloven med kommentarer, side 73.

Norske produsenter har i mange år ligget langt fremme når det gjelder avanserte produksjonsprosesser, og særlig Siemens har blant verdens mest avanserte panelovnproduksjoner. Glen Dimplex Group ønsker å benytte elementer fra denne typen avansert produksjon ved andre produksjonssteder i Europa.

Aktører som vurderer å sette i gang panelovnproduksjon, vil derfor måtte påregne store investeringer i forskning og utvikling (FoU) over tid i dette markedet. Disse driftsuaavhengige kostnadene har imidlertid allerede de etablerte aktørene pådratt seg i stor grad.

Etableringshindringer kan også oppstå som en følge av forhold på etterspørselssiden.

Elektroinstallatørene i Norge er, som nevnt, lojale overfor de panelovnproduktene de allerede benytter i dag.

Dette er ønskelig for installatøren, som ikke ønsker å dra tilbake til et bygg for å reparere eller erstatte en ødelagt ovn.

Dimplex opplyste i møtet med Konkurransetilsynet den 5. februar 2004 blant annet at installatørene foretrekker panelovner de vet det ikke blir noe ekstraarbeid med, og som dessuten er enkle å installere. Installatørene er også opptatt av at de når som helst kan dra til en grossist og hente produktene de trenger uten noen form for ventetid. Tilgjengelighet og kvalitet synes å være viktigere enn prisen på produktet for installatørene. Pris er viktigere for enkelte oppdragsgivere som prøver å begrense de totale byggekostnadene ved å kreve at installatørene benytter billige ovner.

Det at installatørene fremstår som tradisjonsbundne og lojale til merker og produktvarianter de er kjent med i dette markedet, understrekes ved at produktvariantene ofte har en markedsmessig levetid på 7-12 år. Panelovnmarkedet er med andre ord ikke et marked hvor etterspørerne stadig ønsker å prøve ut nye produktvarianter og hvor produsentene er nødt til å komme med stadig nye produktvarianter for å beholde sine kunder. Slike forhold vil være en betydelig etableringshindring for både nye panelovnprodusenter og eksisterende utenlandske panelovnprodusenter som ønsker å selge sine produkter til det norske markedet.

Tilsynet har fått opplyst at det vil være avgjørende for en produsent å markedsføre sine produkter mot elektroinstallatørene og få disse til å etterspørre produktene hos sine grossister for å komme inn i proffmarkedet. Adax opplyser også at man ikke vil klare å etablere seg i proffmarkedet uten et tilstrekkelig stort markedsapparat som drar rundt til hovedlagre og hentelagre for å promotere og opplyse om produktene til grossister og installatører.

Det er med andre ord ikke tilstrekkelig å rette markedsføringen mot for eksempel kun noen av de største grossistene for å lykkes i dette markedet. Dette blir også understreket av OtraNorge som opplyser at grossistene er installatørens logistikkpartner og at grossistene lagerfører varer i henhold til installatørenes etterspørsel.

Tradisjonsbundne og merkelojale etterspørere har medført at nesten 100 prosent av alle panelovner som selges på det norske proffmarkedet, er fra aktører med produksjon i Norge og som har levert sine produkter til norske elektroinstallatører i mange år. Slike etterspørselspreferanser utgjør en etableringshindring for både potensielle panelovnprodusenter og eksisterende utenlandske panelovnprodusenter som ønsker å komme inn på det norske markedet med sine produkter.

Partene hevder at installatørene ikke er tradisjonsbundne og at det ikke er vanskelig å få installatørene til å bruke nye produkter. Dimplex mener at de selv er et godt eksempel på dette, ettersom de tidligere kun solgte ovner til sin egen grossistvirksomhet, Solar, men at de etter salget av Solar for et par år siden, nå selger til flere forskjellige grossister.

... prosent av Dimplex' salg går til grossister i proffmarkedet og ... prosent til privatmarkedet. Når det gjelder salget som går til proffsegmentet, går ... prosent til Solar og videre til deres installatørkunder, som har sannsynligvis har benyttet Siemensovner i mange år. Tilsynet kjenner ikke til om enkelte av de andre grossistene også tidligere var kunder av Siemens, men i Dimplex' brev til tilsynet av 30. januar 2004 heter det at "det negative i dette bildet [tilhørigheten til Siemenskonsernet] er at tilgangen til andre grossister har vært begrenset, ut fra forskjellige mekanismer. Siemens drev egen grossistvirksomhet, og var på den måten konkurrent til de firmaer vi ønsket som kunder".

Siemensovner er uansett produkter som er godt kjent av installatørene. Det er derfor naturlig at en del grossister vil velge å lagerføre disse ovnene fordi de vet det er en stor etterspørsel blant installatører i Norge for produktene. Alle grossister unntatt Elektroskandia og Onninen fører Siemensovner i dag. Det er, etter tilsynets mening, ikke korrekt å sammenligne Dimplex med ukjente utenlandske produsenter når det gjelder muligheter for å inngå avtaler med grossistene.

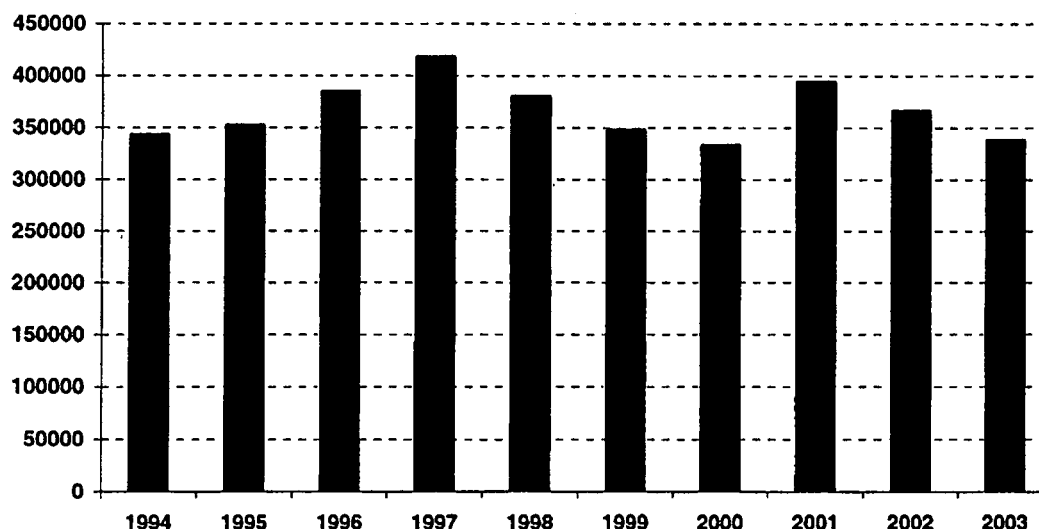
Tradisjonsbundne etterspørreere virker det videre også å være i andre land, for eksempel i Sverige og Finland, hvor markedslederne LVI²¹ og Ensto (begge med ca. ... prosent av hjemmemarkedet) forsøker å komme inn i henholdsvis Finland og Sverige, men ikke klarer å oppnå spesielt store markedsandeler, på tross av deres betydelige størrelse og markedskjennskap i sine respektive hjemmemarkeder.

Panelovnmarkedet i Norge er i tillegg preget av at det er kort tid mellom bestilling og levering av panelovner. Dette vil også kunne være en etableringshindring for eksisterende utenlandske produsenter som ønsker å komme inn på det norske markedet. Utenlandske aktører vil måtte opprette bufferlagre i Norge.

Etterspørselen etter panelovner har, ifølge Adax, endret seg lite de siste 10-15 årene. Dette understrekes også av figuren nedenfor. Det er lettere for nye aktører å komme inn i et marked med økende etterspørsel enn å komme inn i et "modent" marked, hvor både aktørenes markedsandeler og volumet som etterspørres endres lite over tid. Eventuelle nye aktører må således ta markedsandeler fra de etablerte aktørene.

²¹ LVI produserer ikke elektriske panelovner av samme type som Nobø, Dimplex og Glamox, men oljefylte elektriske veggovner.

Figur 4. Antall solgt elektriske veggovner i totalmarkedet i Norge 1994 – 2003 (Kilde: Dimplex)²²



6.2 Strategiske etableringshindringer

Strategiske etableringshindringer kan oppstå som følge av at etablerte tilbydere forsterker de strukturelle etableringshindringene. Overinvestering i produksjonskapasitet, reklame, bruk av eksklusivitetsavtaler eller andre tiltak som kan virke markedsutestengende, er eksempler på denne typen etableringshindringer²³.

Grossistene har som nevnt en viktig rolle i distribusjonen av panelovner til etterspørerne og er en sentral del av panelovnmarkedet. Adax opplyser at det er en utfordring for alle som ønsker å produsere panelovner for det norske markedet, å få inngått avtaler med grossistene.

Problemer med tilgang til distribusjonskanalene skyldes i stor grad at grossistene vanligvis kun ønsker å føre produkter fra noen få produsenter. Denne praksisen kan blant annet skyldes produsentenes bruk av volumrabatter rettet mot grossistene. Slike volumrabatter vil ofte være på 50 - 60 prosent av veiledende pris fra produsent og bidrar således til at grossistene ikke ønsker å føre produkter fra mange produsenter. Rabatter av en slik størrelse antas å ha innelåsende virkninger for både grossistenes valg av produsenter og valg av antall produsenter. Dimplex opplyser at de gir sine grossister årsbonuser basert på salgsvolum, og at slike rabatter er vanlige, og forventes fra grossistenes side, i panelovnmarkedet.

Et annet moment er at grossistene søker å ha lave lagerkostnader, og at de derfor ikke ønsker å ta inn produkter fra mer enn noen få produsenter.

Grossistenes rolle i proffmarkedet er i all hovedsak å virke som et logistikkcenter for elektroinstallatørene. Grossistene må derfor antas å tilby de produktene installatørene ønsker, men samtidig forsøke å avveie fordelene og ulempene ved å lagere få eller mange panelovner. Hvis grossistene selv forsøker å velge produktmerker uten at disse merkene er

²² Tallene fra Dimplex inkluderer også oljefylte elektriske veggovner.

²³ Harald Evensen (red) – Konkurranseloven med kommentarer, side 74.

etterspurt av installatørene, risikerer de at installatørene velger å hente panelovner fra en annen grossist.

Tilsynet antar at det trengs et produktutvalg av høy kvalitet, lave (introduksjons)priser på disse produktene og informasjonskampanjer mot norske installatører over tid for at en ny aktør skal kunne ha en mulighet for å lykkes med å få avtaler med mange nok grossister til å klare seg i dette markedet.

Dersom en ny aktør forsøker å komme seg inn i markedet og klarer å få avtaler med enkelte av grossistene, er det mulig at de etablerte aktørene vil svare med å senke prisene og øke kvantum produsert for det norske markedet. En forutsetning for at dette skal kunne skje, er at de etablerte aktørene har ledig kapasitet, slik at de kan svare på en eventuell etablering med aggressiv priskonkurranse. Dimplex opplyste i sitt brev til Konkurransetilsynet den 30. januar 2004 at "de norske produsentene av elektriske ovner har hver for seg en betydelig overkapasitet". De norske produsentene vil kunne gjøre etablering vanskelig for en ny aktør ved å raskt øke sitt volum og starte en priskrig i markedet.

Produsentene må imidlertid veie de tapte salgsinntektene ved en priskrig opp mot gevinstene av at det ikke kommer inn nye aktører på markedet. En priskrig vil på kort sikt være dyrt for aktører med høye markedsandeler, selv om en slik tilpasning kan være lønnsom på lengre sikt.

Muligheten for priskrig og vanskeligheter med å få en avtale med mange nok grossister vil være betydelige etableringshindringer for både potensielle panelovnprodusenter og eksisterende utenlandske panelovnprodusenter.

Det virker på denne bakgrunn å være betydelige strategiske etableringshindringer i proffmarkedet for panelovner.

6.3 Regulatoriske etableringshindringer

Tilsynet er kjent med at det i 1998 ble innført et krav om at alle nybygg og kontorbygg på over 1000 m² som oppføres av staten, eller som bygges av private for utleie til staten, skal ha energifleksible varmesystemer. Arbeids- og administrasjonsdepartementet kan gi dispensasjon fra dette kravet i spesielle tilfeller. Vannbårne varmesystemer vil tilfredsstille kravene, mens vanlige panelovner uten noen form for energisparende tilleggsutstyr (styringssystemer) ikke vil bli godkjent. Bruk av panelovner med energisparende tilleggsutstyr kan bli gitt dispensasjon fra dette kravet. Kravet kan likevel tenkes å virke dempende for potensielle og eksisterende utenlandske panelovnprodusenters interesse i å etablere seg på det norske markedet.

Det finnes, etter det tilsynet kjenner til, ingen andre former for offentlige restriksjoner eller reguleringer som vil kunne hindre eller vanskeliggjøre etablering i dette markedet.

6.4 Sammenfatning

Det kan på grunnlag av den ovennevnte drøftelse fastslås at det foreligger etableringshindringer som innebærer at Glen Dimplex Group, gjennom selskapene Nobø og Dimplex, vil kunne utøve vesentlig markedsrett.

7 Ervervets virkninger på priskonkurransen i markedet

Konkurransetilsynet kan gripe inn mot Nobøs erverv av Siemens EH, dersom det kan sannsynliggjøres at ervervet vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i de relevante markedene. Det er altså et krav om årsakssammenheng mellom ervervet og begrensningen av konkurransen, i tillegg til at konkurransebegrensningen må være vesentlig²⁴.

Utrykket "vesentlig begrensning av konkurransen" vil i de fleste tilfeller bero på om de involverte foretak kan utøve markedsrett. En bedrift har vesentlig markedsrett dersom den med lønnsomhet kan opprettholde priser som er vesentlig høyere enn lavest mulige produksjonskostnader for gitte kvanta. Med produksjonskostnader menes marginalkostnadene, det vil si tilleggskostnadene ved en liten økning av produksjonen.

Markedsrett kommer først og fremst til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi seg utslag i dårligere service, kvalitet, produktutvalg og mindre produktutvikling. Utøvelse av markedsrett innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand siden markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den kunne ha vært. Et avgjørende moment blir derfor om aktøren ved ervervet får en mulighet til å utøve markedsrett, eller om muligheten til å utøve markedsrett øker.

Konkurransetilsynet legger innledningsvis til grunn at Glen Dimplex Group vil ha insentiver til å maksimere den totale profitten for sine to selskaper på det norske markedet, Nobø og Dimplex. Det vil ikke være rasjonelt for Glen Dimplex Group å la de to selskapene tilpasse seg fritt på en måte som ikke gir maksimal samlet profitt. Konkurransetilsynet antar derfor at Nobø og Dimplex ikke vil oppføre seg som uavhengige konkurrenter i markedet.

7.1 Svake insentiver til aggressiv priskonkurranse

Adax og flere andre tilbydere i panelovnmarkedet hevder at etterspørrene i proffmarkedet ikke er like prisfølsomme som etterspørrene i privatmarkedet. Dette har blant annet sin bakgrunn i at de store elektrokjedene har et stort fokus på pris ved sine innkjøp av panelovner.

Etterspørre som kjøper sine panelovner hos elektrokjedene er mer prisbevisste enn merkebevisste, og konkurransen mellom elektrokjedene medfører derfor at pris blir et viktigere konkurranseparameter enn kvalitet og andre parametere i dette markedet. Elektroinstallatørene er mer opptatt av kvalitet og monteringssegenskaper, og er i mindre grad opptatt av prisen på produktet. Grossistene i proffmarkedet, som fysisk kjøper inn panelovnene fra produsentene, vil derfor ha et mindre fokus på pris enn det innkjøperne hos elektrokjedene har.

Dette blir underbygget av Adax, som opplyser at prisutviklingen har vært negativ i forbrukermarkedet i de senere år, mens prisene i proffmarkedet har steget noe i samme periode. I 2003 gikk for eksempel prisene i proffmarkedet opp med i underkant av fem prosent, mens prisene i forbrukermarkedet sank med omkring ti prosent.

Etterspørrene i proffmarkedet synes derfor å tåle en større overvelting av kostnader i form av høyere priser enn etterspørrene i privatmarkedet. Dette innebærer likevel ikke at proffkundes etterspørsel etter panelovner er helt upåvirket av prisendringer. Panelovnprodusentene må derfor vurdere en prisøkning som positiv inntektsøkning per solgte panelovn opp mot den reduserte etterspørselen som følge av prisøkningen.

Lojale etterspørre i proffmarkedet viser at det er kostnader eller ulemper for etterspørrene ved å skifte til et nytt produktmerke. Disse "skiftekostnadene" synes å være knyttet til etterspørres

²⁴ Jf. NOU 1991:27 s. 156-157 som henviser til Ot.prp nr. 78 (1986-87) side 11 - 12

kjennskap til produktene når det gjelder kvalitet og montering. Etterspørre må trolig tilbys et produkt som er vesentlig billigere og som samtidig kan garantere høy kvalitet og enkel montering for at de skal ønske å påta seg risikoen ved skifte til et annet produktmerke.

Disse "skiftekostnadene" medfører, etter tilsynets oppfatning, at Glen Dimplex Group, med sin store samlede markedsandel etter ervervet, vil ha insentiver til å fokusere på inntjeningen fra eksisterende kunder fremfor å konkurrere om nye kunder i dette markedet. Aggressiv priskonkurranse, med det formål å få en enda høyere markedsandel, vil innebære lavere priser til alle etterspørre i markedet, og dermed lavere inntekter på salget til de nesten 70 prosentene av markedet man allerede selger til.

Tilsynet legger til grunn at disse forholdene innebærer at det ovennevnte ervervet vil svekke priskonkurransen i panelovnmarkedet.

7.2 "Second branding"

Glen Dimplex Group ønsker å la Nobø og Dimplex videreføre produktmerkene Nobø og Siemens i det norske panelovnmarkedet. I en pressemelding fra Dimplex heter det at "Dimplex AS har fått retten til å bruke merkenavnet Siemens i en lengre periode, og at produksjonssted, organisasjon og markedsføring vil bli videreført". Med Nobøs posisjon som markedsleder på det norske markedet er det naturlig å vurdere Siemens som et såkalt "second brand". Når Glen Dimplex Group har kontroll over disse to sterke merkenavnene, og beholder begge som isolerte varemerker, bidrar dette til å opprettholde etablerte kundereferanser slik at Nobø og Siemens' posisjon i markedet vil bli videreført også etter ervervet.

Ved å beholde Siemens som et "second brand" gir dette også muligheter for prisdifferensiering, for eksempel ved å selge et av varemerkene til en lavere pris enn de andre produktene i markedet. Dette vil kunne styrke Glen Dimplex Groups posisjon på det norske markedet og kan vanskeliggjøre mulighetene for både import til Norge og etablering i Norge.

Partene anfører at både Nobø og Dimplex relativt enkelt kan produsere sine egne "second brands". Tilsynet legger til grunn at det vil være vanskelig for Nobø og Dimplex å skape etterspørsel for et nytt og ukjent "second brand" hos installatørene på det norske markedet. Det vil være enklere for partene å skape økt etterspørsel for de velkjente produktmerkene Nobø og Siemens som henholdsvis "hovedproduktmerke" og "second brand".

7.3 Kan kjøpermakt motvirke en eventuell konkurransebegrensning?

En sterk kjøperside vil kunne forhindre aktører med en stor samlet markedsandel fra å klare å utnytte markedsrett. I denne saken er det derfor relevant å se på hvorvidt grossistene og eventuelt også installatørene i proffmarkedet besitter en sterk kjøpermakt.

De største elektrogrossistene i Norge er, i følge partene, Onninen (²⁵), Elektroskandia (), Nexans (), Solar () og Elgros ().

De største elektroinstallatørene er, ifølge partene, Bravida (²⁶), YIT (), Sønnico () og Siemens (). De resterende 58 prosent er delt mellom mindre elektroinstallatører.

²⁵ Andel av totalomsetning innenfor elektromarkedet i Norge.

²⁶ Andel av antall ansatte i Norge.

Adax og LVI har opplyst at det er en vesentlig forskjell på kjøpermakten i henholdsvis proffmarkedet og forbrukermarkedet. Kjøpermakten virker å være betydelig i forbrukermarkedet, på grunn av de store elektrovarehusenes markedsposisjon og størrelse. Prisene i proffmarkedet har, ifølge blant annet Adax, økt mer enn prisene i forbrukermarkedet over tid.

I proffmarkedet vil grossistene måtte føre de produktmerker som kundene (installatørene) ønsker å benytte. Grossistene kan derfor i begrenset grad substituere seg mellom forskjellige produktmerker dersom en av produsentene øker prisen på sine ovner. Dette skyldes både at det i praksis finnes få produktmerker grossisten kan substituere seg over til, samt at grossistene er prisgitt sine kunders etterspørsel og preferanser etter de ulike produktmerkene.

Tilsynet ser heller ikke at installatørene i tilstrekkelig grad vil kunne benytte sin kjøperposisjon for å motvirke prisøkninger fra produsentenes side. Installatørene er i mange tilfeller mindre aktører eller deltakere i kjeder/sammenslutninger som ikke har felles innkjøpsfunksjon. Installatørene er også, som tidligere nevnt, mer opptatt av kvaliteten og tilgjengeligheten på produktene enn på produktets pris. Tilsynet ser ikke bort fra at det ved enkelte større prosjekter kan være mulig for entreprenører/installatører å gå direkte til produsentene og få prosjektleveranser til gode betingelser. Dimplex opplyser imidlertid ifølge ECON-rapporten at "for direkteleveranser til større prosjekter (...) finnes standard prislister som er lik for alle kunder".

Etter en samlet vurdering finner tilsynet at det ikke foreligger en slik kjøpermakt blant kundene i det norske proffmarkedet for panelovner at det oppveier partenes markedsrett.

7.4 Konklusjon – virkninger på priskonkurransen

Nobø's erverv av Siemens EH (Dimplex) vil medføre en sterk konsentrasjonsøkning i det relevante markedet, ettersom markedslederen Nobø og markedets tredje største aktør Siemens EH får felles eier. Glen Dimplex Group vil, med sin høye markedsandel, ikke ha insentiver til å føre en aggressiv priskonkurranse etter dette ervervet. Dette vil kunne medføre høyere priser på panelovner for kundene i proffmarkedet. Ervervet kan også gi Glen Dimplex Group muligheter for prisdifferensiering med sine to produktmerker. Dette vil også kunne styrke selskapets markedsposisjon og mulighetene for å utnytte vesentlig markedsrett på det norske proffmarkedet. Tilsynet finner ikke at det foreligger en slik kjøpermakt blant kundene i det norske proffmarkedet for panelovner at det oppveier partenes markedsrett.

Etter dette er Konkurransetilsynet kommet til at Nobø's erverv av Siemens EH vil medføre en vesentlig begrensning av konkurransen i proffmarkedet.

8 Effektivitetsgevinster

Selv om et bedriftserverv fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, kan Konkurransetilsynet ikke gripe inn mot ervervet hvis dette ikke samtidig er i strid med lovens formål om effektiv bruk av samfunnets ressurser. Dette kravet innebærer at Konkurransetilsynet ikke kan gripe inn mot et erverv som vil føre til samfunnsøkonomiske kostnadsbesparelser som er større enn det samfunnsøkonomiske tapet som oppstår ved konkurransebegrensningen.

For det første må det klargjøres om eventuelle bedriftsøkonomiske kostnadsbesparelser også vil være samfunnsøkonomiske effektivitetsgevinster. For eksempel regnes stordriftsfordeler, rasjonaliseringsgevinster og samproduksjonsgevinster som slike fordeler. Det må imidlertid dreie seg om nettogevinster for partene. Kostnadsbesparelser som medfører tilsvarende tap for andre innenlandske aktører, regnes ikke som en samfunnsøkonomisk effektivitetsgevinst. Gevinstene

[illegible]

Tilsynet ser ikke at eventuelle kostnadsbesparelser som følge av ervervet vil kunne veie opp for det samfunnsøkonomiske tapet konkurransebegrensningene vil føre til.

9 Konklusjon og vedtak

Konkurransetilsynet har vurdert hvorvidt inngrepet er forholdsmessig, ut fra konkurransebegrensningene bedriftsservivet vil føre til og de anførte samfunnsøkonomiske gevinstene, samt det forhold at partene også driver en omfattende eksportvirksomhet. Tilsynets oppfatning er at vedtaket ikke går lenger enn det som må anses som nødvendig for å avhjelpe de skadelige virkningene av bedriftsservivet, og oppfyller således kravet til forholdsmessighet.

I henhold til krrl. § 3-11 femte ledd skal Konkurransetilsynet før det foretas inngrep mot bedriftsserviv forsøke å komme frem til en minnelig løsning med partene. Konkurransetilsynet har hatt telefonisk kontakt med partene vedrørende ovennevnte. Partene har ikke fremmet forslag om eventuelle minnelige løsninger. Partene har heller ikke ønsket å diskutere dette nærmere. Tilsynet kan derfor ikke se at det finnes muligheter for å komme frem til en minnelig løsning i denne saken.

På bakgrunn av ovenstående er det Konkurransetilsynets vurdering at avtalen om å erverve samtlige aksjer i Siemens Electrical Heating AS vil føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med konkurranselovens formål. Tilsynet fatter derfor med hjemmel i krrl. § 3-11 følgende vedtak:

Nobø Electro AS erverv av Siemens Electrical Heating AS (nå Dimplex AS) forbys.

Nobø Electro AS og Dimplex AS forbys å iverksette eller gjennomføre tiltak som innebærer en integrasjon av virksomhetene som omfattes av avtalen av 22. september 2003.

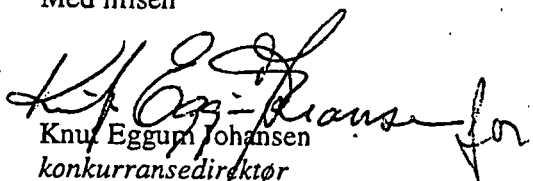
Nobø Electro AS pålegges å selge Dimplex AS til en kjøper som er uavhengig av Glen Dimplex Group.

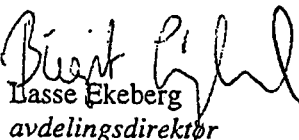
Virksomhetsoverdragelsen skal gjennomføres innen 1. januar 2004, etter at endelig vedtak er fattet.

Vedtaket trer i kraft fra dags dato.

Vedtaket er fattet innen fristen 22. mars 2004, og kan påklages innen tre (3) uker. En eventuell klage stiles til Arbeids- og administrasjonsdepartementet, men sendes til Konkurransetilsynet. Det vises til vedlagte skjema om klageadgang.

Med hilsen


Knut Eggum Johansen
konkurransedirektør


Lasse Ekeberg
avdelingsdirektør

Vedlegg:

"Melding om rett til å klage over forvaltningsvedtak"