



Advokatfirmaet Haavind Vislie AS

Postboks 359 Sentrum
0101 Oslo

Deres ref.:

Vår ref.: 2004/540
MA2-M4 JPHA 473.1

Saksbeh.:

Dato: 1. oktober 2004

■ **Ahlsell Holding AB - AS Bergens Rørhandel / AS Stavanger Rørhandel – konkurranseloven § 16 – vedtak om inngrep mot foretakssammenslutning**

Offentlig versjon¹

Vedtak V2004-32

Konkurransetilsynet viser til fullstendig melding om foretakssammenslutning av 7. juni 2004, forslag til inngrepsvedtak av 10. september 2004 og øvrig korrespondanse i saken.

1 Partene

Ahlsell Holding AB har ervervet 100 prosent av aksjene i AS Bergens Rørhandel (BR) og AS Stavanger Rørhandel (SR). Ahlsell Holding AB er et svensk foretak som eies 100 prosent av Nordic Capital. Ahlsell Holding AB eier alle aksjene i Ahlsell AB som er morselskapet til Ahlsell AS (Ahlsell) i Norge.

Ahlsell har 15 utsalgssteder i Norge med hovedkontor i Trondheim og sentrallager på Langhus utenfor Oslo. Ahlsell har 296 ansatte i Norge og omsatte i 2003 for 824 mill NOK.

BR har 23 avdelinger/utsalgssteder og er lokalisert i Bergen og nordover langs kysten. BR har ca. 370 medarbeidere. BR omsatte i 2003 for 1.162.660.596 NOK og hadde et driftsresultat på 41.651.343 NOK.

SR har 23 avdelinger/utsalgssteder og er lokalisert i Stavanger samt sør- og østover. SR har ca 470 ansatte og omsatte i 2003 for 1.420.272.062 NOK. SR hadde i 2003 et driftsresultat på 43.212.623 NOK.

BR og SR, heretter omtalt samlet som BRSR, samarbeider i betydelig grad gjennom sine felles eiere og opptrer ofte i fellesskap overfor sine leverandører og kunder.

Endelig avtale mellom Ahlsell og BRSR ble inngått 4. juni 2004.

¹ Tekst i klammer er tatt ut i henhold til offentlighetsloven § 5a jf. forvaltningsloven § 13.

2 Konkurransetilsynets kompetanse:

2.1 Regelvalg

Samlet omsetning for selskapene, slik det er definert i forskrift 4. desember 1992 nr. 964 om materielle konkurranseregler i EØS-avtalen kapittel XIV art. 5, overstiger ikke terskelverdiene i samme forskrifts art. 1 nr. 2 eller 3, jf. EØS-avtalen art. 57 nr. 2 a) og b). Ervervet skal derfor behandles etter lov 5. mars 2004 nr 12 om konkurranse mellom foretak og kontroll med foretakssammenslutninger (konkurranseloven) som trådte i kraft 1. mai 2004.

2.2 Fristberegning

Konkurransetilsynet skal i henhold til konkurranseloven § 20 innen 25 virkedager fra den fullstendige meldingen ble mottatt varsle om at inngrep kan bli aktuelt. Meldingen ble mottatt 7. juni 2004. 25-dagers fristen utløp 12. juli og varsel ble sendt 6. juli 2004.

Etter konkurranseloven § 20 tredje ledd skal Konkurransetilsynet legge fram begrunnet forslag til inngrepsvedtak for partene senest 70 virkedager etter at meldingen ble mottatt, det vil si 13. september 2004.

Forslag til vedtak ble sendt 10. september 2004. Partene aksepterte forslaget 14. september 2004. Etter konkurranseloven § 20 tredje ledd har da Konkurransetilsynet 15 virkedager på å utforme endelig vedtak, det vil si at endelig vedtak må fattes innen 5. oktober 2004.

2.3 Vilkårene for inngrep

Etter konkurranseloven § 16 første ledd skal Konkurransetilsynet gripe inn mot en foretakssammenslutning dersom tilsynet finner at den vil føre til eller forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i strid med lovens formål. Lovens formål er etter § 1 å "fremme konkurranse for derigjennom å bidra til effektiv bruk av samfunnets ressurser". Det heter videre at det ved anvendelse av loven skal "tas særlig hensyn til forbrukernes interesser".

Ahlsell har ervervet alle aksjene i BRSR. Det er derfor tale om en foretakssammenslutning etter konkurranseloven § 17.

Det andre vilkåret som må være oppfylt for at tilsynet skal kunne gripe inn mot sammenslutningen, er at det fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen. I uttrykket «føre til eller forsterke» ligger også et krav til årsakssammenheng mellom ervervet og konkurransebegrensningen.

Når Konkurransetilsynet analyserer om en foretakssammenslutning forårsaker en vesentlig begrensning av konkurransen, foretas det implisitt en vurdering av konkurranseforholdene før sammenslutningen. Tilsynet vil imidlertid legge størst vekt på analyser av konkurranseforholdene etter sammenslutningen. Dersom foretakssammenslutningen begrenser konkurransen på en av de to nevnte måtene, må det videre avklares om konkurransebegrensningen er i strid med lovens formål om effektiv utnyttelse av samfunnets ressurser og hensynet til forbrukernes interesser.

For å kunne beregne markedsandeler må det foretas en markedsavgrensning. Konsentrasjonen i markedet er en indikator på hvordan konkurranseforholdene er, og er et utgangspunkt for den nærmere økonomiske analysen av virkningene av foretakssammenslutningen.

Hvis konkurransen er vesentlig begrenset, vil de involverte foretak kunne utøve markedsrett. Med markedsrett menes vanligvis en bedrifts evne til, alt annet likt, å kunne gjennomføre en varig og ikke ubetydelig prisøkning uten at dette får merkbar innvirkning på omsatt kvantum. En aktør med markedsrett kan i større eller mindre grad opptre uavhengig av sine konkurrenter,

kunder eller leverandører. Markedsmakt kommer først og fremst til uttrykk gjennom høyere priser, eventuelt i kombinasjon med høyere kostnader, men kan også gi utslag i dårligere service, kvalitet, produktutvalg og mindre produktutvikling. Utøvelse av markedsmakt innebærer en sløsing i samfunnsøkonomisk forstand, siden markedstilpasningen gir en samlet ressursbruk som er mindre effektiv enn den ville ha vært med virksom konkurranse. Det er flere forhold som kan avgjøre graden av konkurranseintensitet i et marked og dermed aktørenes muligheter til å utøve markedsmakt. Faktorer som bør nevnes er konkurranseform, antall aktører i markedet, etableringsmuligheter og produktenes substituerbarhet. Disse faktorene virker sammen og påvirker graden av konkurranse. Markedsmakt kan utøves enten ensidig av én enkelt aktør, eller kollektivt av et fåtall aktører.

Selv om en foretakssammenslutning fører til eller forsterker en vesentlig begrensning av konkurransen, skal Konkurransetilsynet ikke gripe inn mot sammenslutningen hvis dette ikke samtidig er i strid med lovens formål om effektiv bruk av samfunnets ressurser. I denne vurderingen skal det tas særlig hensyn til forbrukernes interesser.

3 Relevante markeder

For å kunne vurdere sakens konkurransemessige virkninger må Konkurransetilsynet avgjøre hvilke markeder som berøres. Generelt vil en kjøper ta beslutninger basert på egenskaper ved produktene og tilbyderens lokalisering. Derfor avgrenses et såkalt relevant marked som deles inn i det relevante produktmarkedet og det relevante geografiske markedet. I avgrensingen av det relevante marked vil Konkurransetilsynet hente veiledning fra EFTAs overvåkningsorgans kunngjøring om avgrensning av det relevante marked².

3.1 Avgrensning av det relevante produktmarked

Avgrensningen av det relevante produktmarkedet foretas ut fra en vurdering av hvorvidt etterspørerne anser produkter som innbyrdes substituerbare. Med substituerbarhet menes at etterspørerne vurderer et sett produkter til å dekke samme behov basert på produktenes egenskaper, priser eller anvendelsesformål. Jo bedre substitutt et produkt er til produktet vi ser på, desto større er sannsynligheten for at dette produktet inkluderes i det relevante produktmarkedet.

Partenes overlappende virksomhet

Ahlsell og BRSR har overlappende virksomhet innenfor følgende produktgrupper:

- Varme, ventilasjon og sanitær (heretter VVS).
- Vann og avløp (heretter VA).
- Skips- og industribyggingsprodukter (heretter SI).

VVS-produkter omfatter dusj og porselen, beredere, rør og rørdeler, pumper, gulvvarme, varmpumper mm.

VA-produkter omfatter trykk- og grunnrør i PVC/PE, støpejernsrør, ventiler, rørdeler, gategods, pumper, tanker, mm.

SI-produkter omfatter stålrør og deler, rustfrie og syrefaste rør og deler, ventiler, ventilstyringer mm.

Hver av produktgruppene omfatter opptil 25 000 produkter som ikke er substituerbare. De kan være komplementære i konsum. Hver produktgruppe består således av flere relevante markeder. En kunde samler normalt alle sine innkjøp av produkter innenfor en gruppe hos den eller de grossistene den har valgt som leverandør. Det er derfor viktig for en grossist å kunne levere alle varer innenfor en produktgruppe.

² EF-Tidende 1998 L 200/48 og EØS-tillegget 1998 28/3, C 372 av 9. desember 1997

Konkurransetilsynet har valgt å behandle hver produktgruppene samlet, da den videre drøftingen i hovedsak vil være sammenfallende for alle varene innenfor en gruppe. Det relevante produktmarkedet avgrenses derfor til VVS-produkter, VA-produkter og SI-produkter. Dette vil i det følgende omtales som VVS-, VA-, og SI-markedet.

3.2 Avgrensning av det relevante geografiske marked

Et relevant geografisk marked er et område hvor omfattede virksomheter ved salg av, eller etterspørsel etter, produkter eller tjenester møter tilstrekkelig ensartete konkurransevilkår.

Normalt er transportkostnader en faktor som har stor betydning for omfanget av det relevante geografiske markedet. Høye transportkostnader tilsier at det geografiske markedet er lokalt, mens lave transportkostnader tilsier et større geografisk marked. Hva som er høye og lave kostnader må imidlertid ses i sammenheng med hvor kostbare varer det dreier seg om, og kjøpets omfang. Andre faktorer som har betydning kan være observerte forskjeller i priser, markedsaktørenes atferd og forskjeller i regelverk. I grossistmarkedet for VVS- og VA-produkter vil blant annet etterspørernes lagerkapasitet og behov for raske leveranser ha betydning for etterspørernes mulighet til å kunne søke i større geografiske områder.

De berørte etterspørergruppene i VVS- og VA-markedene er selvstendige og kjedetilknyttede rørleggere, entreprenører, staten og kommunene. Selvstendige og kjedetilknyttede rørleggere foretar sine innkjøp i forbindelse med mindre oppdrag for privatpersoner og bedrifter samt til mindre og mellomstore prosjekter. Entreprenørselskapenes innkjøp er i større grad knyttet til mellomstore og store prosjekter på private, statlige og kommunale oppdrag.

SI-markedet

I følge partene selger Ahlsell kun unntaksvis til SI-markedet. Ervervet antas derfor å ha liten eller ingen effekt i SI-markedet og vil av den grunn ikke bli omtalt i den videre analysen.

VVS-markedene

Grossistene selger ofte både VVS- og VA-produkter fra de samme lokalitetene. Det kan derfor være vanskelig å skille mellom de to markedene.

De selvstendige og kjedetilknyttede rørleggerne i VVS-markedene har i liten eller ingen grad egne lagre. Behovet for å føre et stort produktspekter gjør at de små aktørene ikke kan finansiere egne lagre. Videre er det behov for raske leveranser, noe som innebærer at lagrene må ligge i rimelig nærhet til der hvor arbeidene utføres. De mindre, selvstendige etterspørerne foretar mellom 90 og 100 prosent av sine innkjøp fra grossister som er representert lokalt. Det relevante markedet for disse etterspørerne er åpenbart lokalt.

Allianser og kjedetilknyttede etterspørere som Comfort-kjeden, Norsk Rørallianse, Rørkjøp, Baderingen, Varme og Bad mm. er regionalt eller nasjonalt dekkende. Disse har i hovedsak samme innkjøpsmønster som de mindre, selvstendige etterspørerne. Det enkelte kjedemedlem foretar som regel sine bestillinger gjennom lokale avdelinger eller representanter. Imidlertid har disse aktørene ofte forhandlet frem rammeavtaler og/eller rabattavtaler gjennom sentrale eller regionale forhandlinger. I hvilken grad disse avtalene gjør det vanskelig for grossistene å utnytte lokal markedsrett avhenger av rammeavtalenes og/eller rabattavtalenes utforming.

Partene hevder at mange av kundene har inngått sentrale eller regionale innkjøpsavtaler, hvor det i stor grad foretas felles innkjøp sentralt gjennom såkalte samkjøp. De viser til slike avtaler med Comfort-kjeden, Varme og Bad og Norsk Rørallianse. Disse tre aktørene gir overfor tilsynet imidlertid uttrykk for at samkjøp ikke forekommer i nevneverdig grad. Tilsynet vil derfor ikke legge vekt på samkjøp i den videre analysen.

Noen etterspørrere har forhandlet frem enhetlige listepriser. Disse listeprisene kan være felles for kjeden, med lokale justeringer for transportkostnader. Listeprisene kan omfatte noen eller alle produkter som kjedemedlemmene etterspør. Det fremforhandles ofte rammeavtaler med flere grossister. Rammeavtalene kan da fungere som pristak som åpner for lokale rabatt- og prisforhandlinger. I de tilfellene hvor listeprisene omfatter noen produkter, forhandler det enkelte kjedemedlem også med lokale grossister. Denne avtaletypen har derfor både en sentral/regional og en lokal dimensjon.

En del større etterspørrere fremforhandler ofte volumbaserte rabattavtaler, hvor rabattene tilbakeføres som bonuser til det enkelte medlem avhengig av medlemmets innkjøpsvolum for eksempel ved årets slutt. Også denne typen avtaler inngås gjerne med flere grossister. Det enkelte kjedemedlem forhandler imidlertid om prisene med lokale grossister. Det vil si at også for denne typen avtaler foregår prisforhandlinger til en viss grad lokalt.

Felles for alle de store etterspørrerne synes å være at sentralt forhandlede rammeavtaler ikke omfatter innkjøp knyttet til prosjekter. Det er vanlig å utlyse prosjektleveransene på anbud. Grossister med lagre i nærheten av prosjektområdet blir ofte foretrukket blant annet på grunn av høye krav til hurtige, punktlig og sikre leveringer, manglende lagringskapasitet, behov for informasjon, endringer, tilleggsbestillinger mm. Dette gjelder spesielt ved mellomstore og små prosjektanbud. Etter hva Konkurransetilsynet er kjent med foretrekkes grossister som er representert lokalt i noen grad også ved større prosjekter. Det er således tydelig at også de store etterspørrernes medlemmer er avhengige av at grossistene er representert lokalt.

Generelt virker det som om det er vanskelig å konkurrere innenfor VVS- og VA-markedene uten geografisk nærhet til etterspørrerne. Det synes som om grossistene i stor grad er avhengig av sin lokale avdeling og salgskontakt også ved dirktesalg fra regionale og sentrale lagre. Ahlsell har i følge egne tall ikke klart å oppnå markedsandeler i lokalmarkeder hvor de selv ikke er etablert. Unntakene er Ulsteinvik, Bodø, Sortland og Hammerfest hvor Ahlsell har oppnådd markedsandeler på [...]. Heller ikke de andre grossistene har klart å oppnå markedsandeler av nevneverdig grad i markeder hvor de ikke har lokal tilstedeværelse. Dette gir klare indikasjoner på at markedene er små og lokale.

Konkurransetilsynet avgrensner på denne bakgrunn det relevante geografiske markedet til å være lokalt.

Tilsynet ser imidlertid at enkelte sentrale avtaler samt innkjøp knyttet til større prosjekter gjør det hensiktsmessig å vurdere konsekvensene av ervervet også på regionalt og sentralt nivå.

VA-markedene

Etterspørrerne i VA-markedene er i hovedsak entreprenører, staten og kommunene. Staten og kommunene foretar som oftest sine innkjøp direkte fra grossist eller via de entreprenørene som utfører arbeidet. Disse etterspørrerne er store profesjonelle innkjøpere som i stor grad foretar planlagte innkjøp. I følge partene er ca. 90 prosent av innkjøpene i dette markedet planlagte.

Det ser ut til at det ved innkjøp i VA-markedene legges noe mindre vekt på lokal tilstedeværelse enn i VVS-markedene. Etterspørrerne i VA-markedene består også gjennomgående av større bedrifter. Muligheten for innkjøp utenfor de lokale områdene anses både av grossistene og etterspørrerne for å være større i VA-markedene enn i VVS-markedene.

Også i VA-markedene er det imidlertid behov for hurtige leveranser. Dette fører til at grossister med lokal representasjon foretrekkes. Mangelfull lagerplass på prosjektområdet og fravær av eget lager hos etterspørreren fører også her til at grossister som har lokale lagre foretrekkes.

Kommunene inngår avtaler med en grossist som omfatter alle innkjøp over f. eks ett år. Kommunene er avhengig av raske leveranser i forbindelse med kriser, lekkasjer eller annet. Små beredskapslagre medfører at kommunene er avhengige av grossistenes lokale/regionale lagre. Kommunene vektlegger derfor lokal/regional tilstedeværelse ved valg av grossister.

Også i vurderingen av VA-markedene vektlegger Konkurransetilsynet at grossistene faktisk har stor grad av lokal tilstedeværelse. Det at grossistene er avhengige av lokal representasjon for å oppnå markedsandeler taler for at markedet er lokalt.

Tilsvarende som for VVS-markedene registrerer Konkurransetilsynet at Ahlsell heller ikke i VA-markedene har lyktes i å oppnå markedsandeler utenfor de lokalområder hvor de er representert. Unntaket synes å være Ulsteinvik hvor Ahlsell har oppnådd 1 prosent markedsandel. Dette gir igjen klare indikasjoner på at markedene er lokale.

Konkurransetilsynet avgrensner på denne bakgrunn VA-markedene til å være lokale. Partene har overlappende virksomhet i følgende lokale VA- og VVS-markeder: Tromsø, Svolvær, Trondheim, Molde, Ålesund, Bergen, Stavanger, Hamar, Oslo, Moss og Fredrikstad.

4 Konkurransanalyse

4.1 Konkurransesituasjonen før ervervet

4.1.1 Konkurrenter

De eneste aktører som kan regnes som reelle konkurrenter før ervervet er Brødrene Dahl AS (Brødrene Dahl), BRSR, Heidenreich AS (Heidenreich) og Ahlsell. For salg til mindre etterspørrere i noen områder kan også A.E. Olsen regnes som en konkurrent.

Partene har registrert at utenlandske aktører har begynt direkte salg til Norge. Det danske selskapet Sanistål AS selger direkte til norske rørleggerbedrifter. Partene hevder at det i økende grad selges parallellimporterte varer produsert i Østen. Videre har byggevarekjedene Byggmakker, Maxbo, Montér, Byggern m.fl. et uttalt mål om å øke salg av VVS-produkter. Partene forventer i tillegg etablering av nye byggevarekjeder som Bauhaus og Rautakesko innenfor VVS markedet. Ingen av disse aktørene er imidlertid av nevneverdig størrelse i de norske VVS-markedene.

4.1.2 Etableringshindringer

Det er ingen formelle etableringshindringer i de norske VVS- og VA-markedene i dag. I følge partene kreves det verken offentlig godkjenning eller konsesjon. Imidlertid kreves det kapital til infrastruktur og en viss omsetning for å oppnå konkurransedyktige innkjøpsbetingelser. Partene anser i tillegg at en aktør må ha et visst omsetningsvolum for å kunne dra fordelene av rasjonell drift med sentralstyrte lager. Det synes som om grossistenes innkjøpsstyrke i kombinasjon med deres utbygde nettverk av lagerpunkter og kundebetjeningssentre gjør det kommersielt vanskelig å etablere seg som en ny fullsortimentsaktør i dette markedet. Det synes å være relativt stor enighet blant grossistene i rørmarkedet om at etablering, unntatt gjennom oppkjøp, er tilnærmet umulig. I følge partene har det ikke vært nyetableringer i grossistmarkedet i Norge siste 3 år. Partene mener også at ekspansjon som følge av organisk vekst er svært vanskelig.

Partene hevder imidlertid at markedslederen innenfor elektro, finske Onninen AS, heretter Onninen, har uttalt at de planlegger etablering i VVS- og VA-markedene i Norge. Onninen sier det er umulig å etablere et nytt nettverk. De har heller ingen konkrete planer om etablering.

Tilsynet legger av ovennevnte årsaker til grunn at etablering i grossistmarkedet kun kan skje gjennom oppkjøp. Tilsynet har ikke kjennskap til aktører med planer om etablering gjennom slike oppkjøp.

4.1.3 Kjøpermakt

I følge partene har det skjedd strukturelle endringer på etterspørselssiden i markedet. En rekke oppkjøp og sammenslåinger har ført til større enheter. Partene nevner store rørentreprenører som Bravida ASA, Nordisk Varme og Sanitær (NVS) og YIT. Disse aktørene er i følge partene store internasjonale selskaper med betydelig finansiell styrke. I tillegg koordinerer mindre kunder sine innkjøp gjennom ulike allianser. Partene nevner her Comfort-kjeden, Norsk Rørallianse, Rørkjøp, Baderingen, Bademiljø, Varme og Bad, VVS-Eksperten og Rørunion. Partene anslår at mer enn 80 prosent av volumet fra grossist kjøpes fra 20 prosent av kundene. Dette kan tale for at de store etterspørerne kan ha kjøpermakt.

Tilsynet har vært i kontakt med etterspørere som før ervervet har forsøkt å fremforhandle felles prislister innenfor en region, men uten å lykkes. Andre allianser sier de ikke klarer å påvirke prisene og at det er påfallende avstemte priser og reguleringer i markedet. Kjøpermakten synes således å være begrenset allerede før ervervet.

Ervervet har imidlertid to effekter. På den ene siden kan ervervet gi etterspørerne større forhandlingsstyrke som følge av økt medlemsmasse på grunn av økt lokal tilgjengelighet. Den andre effekten reduserer etterspørernes forhandlingsstyrke som følge av at ervervet fører til færre og større grossistenheter. Ahlsell er kun etablert i tre lokale markeder hvor BRSR ikke er etablert. Sett i forhold til at partene totalt er etablert i 42 lokale markeder antas disse tre markedene å ha liten effekt på etterspørernes forhandlingsstyrke. Ettersom ervervet reduserer antallet konkurrenter fra to store grossister og to mellomstore grossister til to store grossister og en mellomstor grossist, der sistnevnte antas å få svekket konkurransevne, legger tilsynet til grunn at etterspørernes eventuelle kjøpermakt vil reduseres som følge av ervervet.

Tilsynet legger på bakgrunn av ovennevnte til grunn at det er begrenset kjøpermakt i de aktuelle markedene før ervervet. Tilsynet legger videre til grunn at ervervet vil begrense kjøpermakten ytterligere.

4.1.4 Markedsandeler

Konkurransesituasjonen var før ervervet preget av to store og to mellomstore aktører. Brødrene Dahl AS og BRSR er store landsdekkende grossister. Ahlsell og Heidenreich er mellomstore grossister.

Konkurransetilsynet har i hovedsak benyttet tall som er oppgitt av partene. De oppgir at markedsandelene er blitt beregnet med utgangspunkt i tall fra Norske Rørgrossisters Forening (NRF). Medlemmene til NRF rapporterer omsetningstall til NRF.

Partene antar at ca. 20 prosent av totalomsetningen innenfor VVS-markedene og tilsvarende 40 prosent innenfor VA-markedene, er omsetning fra andre aktører enn NRF. Medlemmene i NRF er de største aktørene i markedet: BRSR, Brødrene Dahl, Ahlsell, Heidenreich, og Albert E. Olsen AS. Partene har benyttet de øvrige bedriftenes års rapporter for å få informasjon om deres omsetningstall. Partene estimerer at den totale omsetningen av VVS-produkter utenfor NRF er i størrelsesorden 1- 1,1 milliard.

For Konkurransetilsynet synes partenes anslag om at 20 prosent av totalomsetningen i VVS-markedene går gjennom foretak som ikke er medlemmer av NRF som overvurdert. De nevnte konkurrentene er hovedsaklig leverandører til grossistene og selger i liten grad direkte til etterspørerne. Eksempler kan være Tema Trading og VVS Marketing som bare har ca. 20-25

prosent av sin omsetning i form av salg direkte til etterspørrere i VVS-markedene. Dette er partene også klar over, da både Ahlsell og BRSR er store kunder av VVS Marketing. Således er kun små andeler av deres omsetning knyttet til VVS-markedene. Denne andelen er i tillegg synkende, da disse aktørene retter seg mer og mer mot grossistledet. Videre har partene selv påpekt at en konkurrent må være en fullsortimentstilbyder for å kunne konkurrere i VVS-markedene. Hovedargumentet er at produktene innenfor VVS-markedene henger sammen på en slik måte at kundene må etterspørre hele sitt behov fra den eller de grossistene kunden har valgt som sine leverandører. Dette innebærer at heller ikke byggevarekjedene kan anses for å være konkurrenter til grossistene.

Hallingplast er ikke nevnt i statistikken, men er oppgitt som en konkurrent. Hallingplast er en liten leverandør med et lite produktsortiment. De er altså ingen fullsortimentsleverandør i reell konkurranse med grossistene.

Etterspørrernes innkjøpsmønstre tilsier at de mindre leverandørene ikke er vesentlige konkurrenter til grossistene. Direkteleveranser til VVS-markedene synes å skje i relativt liten grad. I den grad det skjer, er det snakk om små leverandører og oftest med for lite produktspekter eller for små og spredte salg til å kunne medregnes som reelle konkurrenter. Tilsynet vil derfor ikke vektlegge denne salgskanalen i særlig grad.

Konkurransetilsynet har beregnet følgende markedsandeler før ervervet:

Nasjonalt

Aktørenes markedsandeler er som følger;

Brødrene Dahl	[...]
BRSR	[...]
Ahlsell	[...]
Heidenreich	[...]
Albert E. Olsen AS	[...]
Direkteleverandører	[...]

De tre største aktørene har samlede markedsandeler på [...]. Den høye konsentrasjonen i markedet gir indikasjoner på at konkurransen er vesentlig begrenset. Det er imidlertid to store og to mellomstore grossister i markedet. Konkurransetilsynet legger til grunn at markedet ikke er vesentlig konkurransebegrenset før ervervet.

Regionalt

Partene har inndelt landet i følgende regioner:

	Region Nord	Region Nord-Vest	Region Sør-Vest	Region Sør-Øst
BRSR	[...]	[...]	[...]	[...]
Ahlsell	[...]	[...]	[...]	[...]
Samlet	[...]	[...]	[...]	[...]

Regionalt synes konkurransen å fungere tilfredsstillende før ervervet. Partene har vurdert sine markedsandeler til [...] i Region Nord-Vest, men markedet består av alle de fire største grossistene. Konkurransetilsynet legger til grunn at konkurransen ikke er vesentlig begrenset i de regionale markedene før ervervet.

Lokalt

Konkurransetilsynet har funnet det nødvendig å se nærmere på fire lokalområder.

Lokalområde 1 – Molde:*VVS-markedet*

Brødrene Dahl	BRSR	Ahlsell	Tema Trading	Probata
[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

BRSR og Ahlsell er hver for seg større enn Brødrene Dahl. Det er imidlertid tre relativt jevnbyrdige konkurrenter i markedet. Konkurransetilsynet legger til grunn at det ikke foreligger en vesentlig konkurransebegrensning i VVS-markedet i Molde før ervervet.

VA-markedet

BRSR	Ahlsell	Brødrene Dahl
[...]	[...]	[...]

Brødrene Dahl har en ren VVS-avdeling i Molde. Det er således kun de fusjonerende parter som er representert med avdeling i VA-markedet. BRSRs høye markedsandeler reflekteres av manglende konkurransen i området. Konkurransetilsynet vurderer konkurransen i VA-markedet i Molde som vesentlig begrenset før ervervet.

Lokalområde 2 – Ålesund:*VVS-markedet*

Brødrene Dahl	Tema Trading	BRSR	Ahlsell
[...]	[...]	[...]	[...]

Det synes å være virksom konkurranse mellom tre aktører i Ålesund. Brødrene Dahl og BRSR er de største aktørene. Konkurransetilsynet legger til grunn at det ikke foreligger en vesentlig konkurransebegrensning i VVS-markedet i Ålesund før ervervet.

Lokalområde 3 – Svolvær*VVS-markedet*

Brødrene Dahl	Direkteleverandører	BRSR	Ahlsell
[...]	[...]	[...]	[...]

Ahlsell og BRSR er de to største aktørene i VVS-markedet i Svolvær. Brødrene Dahl er noe mindre enn BRSR. Konkurransetilsynet legger til grunn at det ikke foreligger en vesentlig konkurransebegrensning i VVS-markedet i Svolvær før ervervet.

Lokalområde 4 – Hamar:

Partene har beregnet sine markedsandeler i VVS-markedet på Hamar til å være [...] for BRSR og [...] for Ahlsell. Tilsynet har av den grunn valgt å se nærmere på konsetrasjonen i dette lokalmarkedet. Tilsynets informasjon tilsier imidlertid at partene har overvurdert sine markedsandeler. Tilsynet har estimert følgende markedsandeler i markedet.

VVS-markedet

Brødrene Dahl	Heidenreich	BRSR	Ahlsell
[...]	[...]	[...]	[...]

Brødrene Dahl er den største aktøren på Hamar med sine [...] markedsandeler. BRSR og Ahlsell synes å være relativt jevnsterke mellomstore aktører på Hamar mens Heidenreich synes å være en liten grossist. Etersom alle de største grossistene er etablert i Hamar legger Konkurransetilsynet til grunn at konkurransen i VVS-markedet ikke er vesentlig begrenset før ervervet.

4.2 Konkurransesituasjonen etter ervervet

4.2.1 Opphør av innkjøpssamarbeidet Norsk Rør Engros AS (NRE)

BRSR har et innkjøpssamarbeid med Heidenreich gjennom NRE. Heidenreich og BRSR eier 50 prosent hver i NRE. I følge partene er det forventet at dette innkjøpssamarbeidet skal opphøre som en følge av den aktuelle foretakssammenslutningen. Årsaken er at Ahlsell og BRSR antakelig vil koordinere sine innkjøp med Ahlsells virksomhet ellers i Norden.

[...]

Tilsynet legger av ovennevnte årsaker til grunn at ervervet kan føre til svekkede innkjøpsavtaler og derigjennom svekket konkurransekraft for Heidenreich.

4.2.2 Sentrale og regionale markeder

Før ervervet hadde det nasjonale markedet to store og to mellomstore grossister. I tillegg er det fra en til fire mindre aktører i markedet. De mindre aktørene er ikke tilstrekkelig store og/eller mangler tilstrekkelig produktsortiment til å kunne betraktes som fullsortimentsgrossister i reell konkurranse med de fire største grossistene i det nasjonale markedet.

Ervervet vil sannsynligvis lede til at innkjøpssamarbeidet gjennom NRE vil bortfalle og Heidenreichs innkjøpsavtaler vil svekkes. Etter sammenslåingen av Ahlsell og BRSR vil markedet etter ervervet bestå av to store grossister og en mellomstor grossist med svekket konkurranseevne.

4.2.3 Lokale markeder

I forarbeidene til konkurranseloven er det forutsatt at Konkurransetilsynet skal legge betydelig vekt på konkurranseforholdene i lokale markeder. Dette fremgår blant annet av Innst. O. Nr 50 (2003-2004) pkt. 2.6 og ble også uttalt under debatten i Odelstinget. Hensynet til de lokale markedene var også viktig da omsetningsgrensen for meldeplikt for foretakssammenslutninger ble satt til 20 mill. kroner i forskrift 28. april 2004 om melding av foretakssammenslutninger mv.

Lokalområde 1 – Molde:

I VVS-markedet oppnår Ahlsell og BRSRs en samlet markedsandel på [...]. Sammenlagt vil de tre største aktørene dekke [...] av markedet. Tilsynet anser nyetablering for lite sannsynlig. Konkurransetilsynet legger til grunn at ervervet vil føre til en vesentlig konkurransebegrensning i VVS-markedet i Molde.

I VA-markedene oppnår Ahlsell og BRSR i følge egne beregninger en markedsandel på [...]. I følge tilsynets beregninger vil BRSRs og Ahlsells samlede markedsandel bli på [...]. Konkurransetilsynet legger til grunn at ervervet vil forsterke en vesentlig konkurransebegrensning i VA-markedet i Molde.

Lokalområde 2 – Ålesund:

Etter ervervet vil det kun være to aktører av betydning i markedet. Ahlsell og BRSR vil få en samlet markedsandel på [...]. Brødrene Dahl blir eneste konkurrent med [...] markedsandeler. Tilsynet anser nyetablering for lite sannsynlig i dette markedet. Konkurransetilsynet legger til grunn at ervervet fører til en vesentlig konkurransebegrensning i VVS-markedet i Ålesund.

Lokalområde 3 – Svolvær:

De tre største aktørene har [...] av markedet i Svolvær. Ervervet medfører at de to største aktørene i Svolvær slås sammen. Ahlsell og BRSR hadde henholdsvis [...] og [...] markedsandeler i VVS-markedet. Etter ervervet vil partene oppnå en samlet markedsandel på [...]. Brødrene Dahl blir eneste konkurrent av betydning med en markedsandel på [...]. I følge partenes beregninger har direkteleverandørene en markedsandel på [...]. Tilsynet anser nyetablering for lite sannsynlig i dette markedet.

Konkurransetilsynet legger til grunn at ervervet fører til en vesentlig konkurransebegrensning i VVS-markedet i Svolvær.

Lokalområde 4 – Hamar:

Ahlsell/ BRSR vil oppnå [...] markedsandel etter ervervet. Brødrene Dahl har ca [...] markedsandel. De to største grossistene vil dermed oppnå [...] markedsandel på Hamar. Til forskjell fra de ovennevnte markedene så er den mindre konkurrenten Heidenreich en fullsortimentsgrossist med avdeling i markedet. Heidenreich har også høyere markedsandeler i områdene rundt Hamar. Tilsynet antar at Heidenreich i dette tilfellet vil kunne ha en disiplinerende effekt på de to største aktørene i markedet og gjøre det vanskeligere for disse å utnytte markedsmakt.

Konkurransetilsynet legger til grunn at ervervet ikke vil føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i VVS-markedet på Hamar.

4.3 Effektiviseringsgevinster

Partene forventer effektiviseringsgevinster som følge av fraktbesparelser gjennom samordning av transport, lavere innkjøpskostnader og effektivisering av lager og utsalgspunkter.

De oppgitte gevinstene er imidlertid ikke tilstrekkelig dokumentert eller kvantifisert av partene på det nåværende stadium. Den informasjonen Konkurransetilsynet har innhentet gir heller ikke grunnlag for en analyse av effektiviseringsgevinster.

4.4 Konklusjon

Konsentrasjonsøkningene lokalt kombinert med svekkede innkjøpsavtaler for Heidenreich, liten sannsynlighet for nyetableringer og liten grad av kjøpermakt innebærer etter Konkurransetilsynets oppfatning at ervervet fører til en vesentlig begrensning av konkurransen lokalt. Ervervet vil således føre til en vesentlig begrensning av konkurransen i VVS-markedene i Svolvær, Molde og Ålesund og forsterke en vesentlig begrensning av konkurransen i VA-markedet i Molde.

Ved å avhende avdelinger i Svolvær, Molde og Ålesund til en konkurrent som ikke er representert i disse områdene, vil ervervet få mindre virkning på konkurransen. Avdelingen må avhendes med lokale, inventar, lager, personale og annet som er nødvendig for driften. Driften i avdelingen må fortsette inntil erververen kan overta.



Tilsynet kan ikke se at mindre inngripende tiltak kan redusere de negative effektene av foretakssammenslutningen. Partene hevder selv at markedene er regionale, og det sammensluttede selskapet vil også etter avhendingen være representert i alle landets regioner. Krav om avhending av avdeling fremstår således ikke som uforholdsmessig.

Ahlsell har i telefaks 14. september 2004 akseptert vilkåret.

5 Vedtak:

Ahlsell Holding ABs erverv av AS Bergens Rørhandel og AS Stavanger Rørhandel tillates på vilkår av at en avdeling på hvert av stedene Svolvær, Molde og Ålesund avhendes til en konkurrent som ikke er representert i disse områdene. [...]

Vedtaket trer i kraft straks og gjelder til 12. september 2009.

Dette vedtaket kan etter konkurranseloven §20 fjerde ledd påklages til Moderniseringsdepartementet (tidligere Arbeids- og administrasjonsdepartementet). Klagen stiles til Moderniseringsdepartementet men sendes Konkurransetilsynet. Etter mottak av klagen har Konkurransetilsynet 15 virkedager på å bringe den videre til departementet som har 60 virkedager på å avgjøre saken.