
Melding av foretakssammenslutning

BYGGMAKKER HANDEL AS'

erverv av kontroll over

CARLSEN FRITZØE HANDEL AS

9. juli 2020

INNEHOLDER FORRETNINGSHEMMELIGHETER

Bergen

Olav Kyrresgt. 11 · PO Box 1233 Sentrum, NO-5811 Bergen · Tel +47 55 21 52 00 · Org. No. NO 916 782 195 MVA · bergen@wr.no · www.wr.no

Oslo

Tel +47 22 82 75 00
oslo@wr.no

London

Tel +44 20 7367 0300
london@wr.no

Singapore

Tel +65 6438 4498
singapore@wr.no

Shanghai

L 10332037-V-09143852337-016
shanghai@wr.no

1 OPPSUMMERING

Foretakssammenslutningen gjelder Byggmakker Handel AS ("**Byggmakker Handel**") sitt erverv av enekontroll over Carlsen Fritzøe Handel AS ("**Carlsen Fritzøe**") (sammen omtalt som "**partene**"). Byggmakker Handel driver engroshandel og detaljhandel av byggevarer gjennom Byggmakker-kjeden ("**Byggmakker**"). Carlsen Fritzøe driver en regional byggevarekjede.

Partene har overlappende virksomhet innen detaljhandel av byggevarer til forbrukere og profesjonelle kunder gjennom fullsortiments byggevarehus.

Foretakssammenslutningen er meldepliktig til Konkurransetilsynet, men vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse etter konkurranseloven § 16 første ledd av følgende grunner:

- Byggmakkers (inkludert egneide butikker, franchisetakere og innkjøpspartnere) og Carlsen Fritzøes samlede markedsandeler er bare ■■■ prosent i sluttbrukerleddet i Norge. Markedet er lite konsentrert. Byggmakker vil etter foretakssammenslutningen bare være landets tredje største kjede, og fortsatt møte hard konkurranse fra flere både større og mindre konkurrenter.
- Byggmakker og Carlsen Fritzøe er i stor utstrekning komplementære virksomheter. Dette skyldes primært at Carlsen Fritzøe tidligere var franchisetaker i Byggmakker og at Byggmakker i liten grad har franchisetakere i de samme geografiske områdene som Carlsen Fritzøe.
- Copenhagen Economics ("CE") har gjennomført en undersøkelse av lokal konkurranse mellom Byggmakker og Carlsen Fritzøe i sluttbrukerleddet. Analysen bekrefter at det er liten overlappende virksomhet mellom partene. Dersom man bare tar i betraktning Byggmakkers egneide butikker, har partene overlappende virksomhet kun i to lokale markeder. Partenes byggevarehus er sjeldent lokalisert i nærheten av hverandre, og det er uansett alltid tilstrekkelig konkurranse fra konkurrerende butikker innen 35 minutters kjøretids avstand.
- I tillegg til konkurransen fra flere andre byggevarehus og byggevarekjeder, vil Byggmakker Handels egneide byggevarehus fortsatt møte konkurranse fra franchisetakerne (intramærkekonkurranse), og omvendt. Byggmakkers innkjøpspartnere opererer under egne kjedeprofiler og konkurrerer også med Byggmakker. Dette øker den allerede harde konkurransen i markedet.
- Etableringshindringene i byggevaremarkedet er lave. Byggevareutsalg etableres vanligvis i eksisterende lokaler. Veien fra beslutning til åpning er kort, det er ofte ikke påkrevd med omregulering og ombyggingskostnadene er begrensede. Det er derfor mange eksempler på nyetableringer og utvidelser. Både Byggmax og lavpriskjeden Jem & Fix har de siste årene åpnet flere nye byggevarehus. Også andre byggevarekjeder, blant annet Coop, åpner nye butikker, også i de lokale markedene omtalt i denne meldingen.
- Fullsortiments byggevarehus møter også konkurranse fra spesialforretninger, for eksempel innen fliser, trevarer, badrom, jernvare mv, og lavpris varehus, for eksempel Biltema, Julia, Jem & Fix og Clas Ohlson, med delvis overlappende sortiment. Slike forretninger er ofte lokalisert i samme områder som fullsortiments byggevarehus, det vil si i industriområder med gode parkeringsmuligheter, hvilket gjør at kundene kan velge denne typer utsalgssteder.
- Endelig møter fullsortiments byggevarehus konkurranse fra produsenter som selger materialer direkte til kunden.

2 KONTAKTINFORMASJON

2.1 Kjøper

Navn: Byggmakker Handel AS
Org.nr.: 980 656 616
Postadresse: Postboks 117, 2021 Skedsmokorset

2.2 Kjøpers representant

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS
Kontaktperson: Stuart Stock / Mads Magnussen
Postadresse: Postboks 1513 Vika, 0117 Oslo
Telefonnummer: +47 482 87 812 / +47 932 15 983
E-post: sts@wr.no / [mma@wr.no](mailto:mmma@wr.no)

2.3 Målselskap

Navn: Carlsen Fritzøe Handel AS
Org.nr.: 948 237 989
Postadresse: Hotvedtveien 6, 3220, Sandefjord

2.4 Selger

Navn: Carlsen Fritzøe AS
Org.nr.: 990 689 350
Postadresse: Hotvedtveien 6, 3220, Sandefjord

2.5 Selgers representant

Navn: Arntzen de Besche Advokatfirma AS
Kontaktperson: Svein Terje Tveit
Postadresse: Postboks 2734 Solli, 0204 Oslo
Telefonnummer: + 47 950 62 685
E-post: stt@adeb.no

3 FORETAKSSAMMENSLUTNINGENS ART

Byggmakker Handel driver engroshandel av byggevarer som eier av kjedekonseptet Byggmakker og som innkjøpspartner for de regionale byggevarekjedene Thaugland og Stangeskovene.¹

Franchisekonseptet Byggmakker omfatter blant annet felles innkjøp, salgssystemer, profilering og markedsføring, mens innkjøpsavtalene er begrenset til felles innkjøp. Byggmakker Handel er også aktive innen detaljhandel av byggevarer gjennom 31 egneide fullsortiments byggevarehus.

Carlsen Fritzøe er en regional byggevarekjede med 25 fullsortiments byggevarehus på Sørlandet og Østlandet. Flesteparten av Carlsen Fritzøes butikker var tidligere en del av konseptet Byggmakker.

¹ For mer informasjon om Thaugland og Stangeskovene og beliggenheten til deres butikker, se <https://thaugland.no/> og <https://www.stangeskovene.no/>.

Etter at disse meldte seg ut av kjeden i 2012, mistet Byggmakker i vesentlig grad tilstedeværelse i områdene som Carlsen Fritzøe dekker.² Byggmakker har fortsatt svært begrenset aktivitet i disse områdene. Partenes virksomhet er derfor i all hovedsak geografisk komplementære.

Byggmakker Handel ønsker gjennom transaksjonen å øke Byggmakkers tilstedeværelse i områdene dekket av Carlsen Fritzøe. Transaksjonen inngår også i Byggmakker Handels fortsatte satsning på egneide butikker, jf. Byggmakkers meldinger til Konkurransetilsynet 8. juni, 20. juni og 9. november 2018.

Foretakssammenslutningen er planlagt gjennomført ved at Byggmakker Handel AS erverver alle aksjene i Carlsen Fritzøe Handel AS. Aksjekjøpsavtalen ble inngått 7. juli 2020 og følger vedlagt som:

Bilag 1: Avtale om kjøp av aksjer datert 7. juli 2020

Gjennomføringen av foretakssammenslutningen er betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet. Transaksjonen er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter, og vil bli gjennomført kort tid etter at endelig godkjenning foreligger.

4 DE INVOLVERTE FORETAKENE

4.1 Byggmakker Handel AS

Byggmakker Handel eier og administrerer kjedekonseptet Byggmakker. Byggmakker Handel har i tillegg avtaler om felles innkjøp med byggevarekjedene Thaugland og Stangeskovene. Som nevnt ovenfor er ikke Thaugland og Stangeskovene en del av Byggmakker-kjeden.

Byggmakker Handel driver også detaljhandel av byggevarer gjennom fullsortiments byggevarehus. Gjennom oppkjøpene av Skattum Handel, Gipling og Sørbø Trelast i 2018 økte Byggmakker Handel sin tilstedeværelse innen detaljhandel. Byggmakker Handel eier i dag 31 fullsortiments byggevarehus, hovedsakelig beliggende i Trøndelag og i Innlandet.³

Byggmakker består av til sammen 53 fullsortiments byggevarehus, hvorav de 22 byggevarehusene som ikke er eiet av Byggmakker Handel er drevet av selvstendige kjedemedlemmer som franchise-takere. En oversikt over beliggenheten til samtlige byggevarehus knyttet til Byggmakker Handel, og angivelse av type tilknytning, er inntatt i:

Bilag 2: Oversikt over samtlige byggevarehus knyttet til Byggmakker Handel

Samlet omsatte Byggmakker for i underkant av NOK 5 milliarder i 2019,⁴ og hadde om lag 1600 ansatte. Byggmakker Handel er medlem av bransjeorganisasjonen Virke.

² Carlsen Fritzøe kjøpte i 2016 Herføll Gruppen AS, som besto av seks byggevarehus i Østfold. Herføll Gruppen var forut for oppkjøpet profilert som Byggmakker-butikker. Også for disse byggevarehusene er det derfor ingen eller svært begrenset overlapp mellom partene.

³ Byggmakker Handel AS har gjennom Byggmakker Sør AS i tillegg en 34 prosent eierandel i Proffsenteret AS (Byggmakker Hønefoss).

⁴ Byggevarehandelen 2019, s. 10, inntatt i bilag 7 i denne meldingen. Tallet inkluderer all omsetning gjennom Byggmakker, Stangeskovene og Thaugland. For Byggmakker Handels omsetning, se punkt 4.3.

Kesko Oyj ("**Kesko**") eier 100 prosent av aksjene i Bygghandelen Handel. Kesko er et finsk konsern med virksomhet i en rekke sektorer, hovedsakelig i Europa. I 2019 var mer enn 1800 butikker knyttet til konsernet, med en samlet omsetning på i overkant av EUR 13 milliarder.⁵

Kesko har virksomhet i Norge innen byggevarehandel og teknisk handel gjennom de heleide datterselskapene Bygghandelen Handel og Onninen AS. Onninen AS driver grossisthandel innen elektro og VVS, og har 18 butikker i Norge beregnet på profesjonelle kunder. Onninen AS eier og administrerer også kjedekonseptet Elfag, som har medlemsbedrifter over store deler av landet. Onninen AS har ikke virksomhet i samme marked som Bygghandelen Handel.

Kesko eier gjennom det heleide datterselskapet Rake Eiendom AS et fåtall eiendommer i Norge.

Mer informasjon om Kesko og Bygghandelen finnes på www.kesko.fi/en/company/kesko-in-brief/ og www.bygghandelen.no. For mer informasjon om Onninen, se <https://onninen.no/>.

4.2 Carlsen Fritzøe Handel AS

Carlsen Fritzøe driver handel av byggevarer, trelast og interiørprodukter til forbrukere og profesjonelle kunder gjennom 25 fullsortiments byggevarehus beliggende i Agder, Vestfold og Telemark, Viken og Oslo. Se Figur 1 nedenfor for en nærmere angivelse av beliggenheten til byggevarehusene.

Figur 1: Oversikt over Carlsen Fritzøes byggevarehus



Carlsen Fritzøe har fire sentrallagre, hvorav tre er koblet til en av Carlsen Fritzøes butikker, mens det fjerde frittstående sentrallageret ligger i Råde i Viken fylke.

Målselskapet er heleid av Carlsen Fritzøe AS, som igjen er eiet med 50 prosent hver av H. Carlsen Holding AS og Beck Holding AS. Eierskapet til holdingselskapene ligger direkte og indirekte hos personer i Beck-familien.

⁵ Dette inkluderer omsetning hos omtrent 1300 selvstendige kjøpmenn som opererer under Kesko's ulike vertikale detaljistkjeder. For mer informasjon, se Kesko's årsrapport for 2019.

Carlsen Fritzøe Handels direkte og indirekte eiere har også følgende kontrollerende interesser i andre selskaper aktive innen byggevarehandel. Selskapene er ikke inkludert i transaksjonen, men nevnes for fullstendighetens skyld.

- Carlsen Fritzøe AS eier 50 prosent av aksjene i 1-2-Tre Elementproduksjon AS, som er aktive innen produksjon av treelementer og prefabrikerte treløsninger, blant annet vegg-, gulv- og takelementer.
- Beck Holding AS eier 50 prosent av Rencon AS. Rencon AS er en leverandør til bygg- og anleggsindustrien, hovedsakelig innenfor handelsvare, stillas og områdesikring, service og vedlikehold og utleie av ressursutstyr. Rencon AS' virksomhet retter seg hovedsakelig mot entreprenørmarkedet.
- Beck Holding AS eier 100 prosent av Pretak AS, som er produsent og leverandør av takstoler, sperretak, konstruksjonspakker, beslag, hulldekker i tre, bjelkelag og dragere.
- Beck Holding AS har også eierinteresser i eiendomsutviklingsselskaper, for eksempel Malme Eiendomsutvikling AS, Rc2 Eiendom AS, Vrp Eiendom AS, og Sella Invest AS.

Carlsen Fritzøe hadde i 2019 en samlet omsetning på om lag NOK 2 158 millioner og cirka 480 ansatte. Selskapet er medlem av bransjeorganisasjonen Virke.

Mer informasjon om Carlsen Fritzøe er tilgjengelig på <https://www.carlsenfritzoe.no/om-oss/>.

4.3 Omsetning og driftsresultat i Norge i 2019

Nedenfor i Tabell 1 følger en oversikt over omsetning og driftsresultat til partene i 2019. Den samlede omsetningen i Norge for Kesko-konsernet er også oppgitt, og inkluderer omsetningen til Byggmakker Handel AS.

Tabell 1: Omsetning og driftsresultat i Norge 2019

Involverte foretak	Omsetning (MNOK)	Driftsresultat (MNOK)
Kesko-konsernet	6 109	79
Byggmakker Handel AS	3 031	
Carlsen Fritzøe Handel AS	2 158	119

5 RELEVANTE MARKEDER

5.1 Innledning – horisontalt overlappende virksomhet

5.1.1 Salg av byggevarer til forbrukere og profesjonelle kunder

Byggmakker Handel og Carlsen Fritzøe har overlappende virksomhet innen salg av byggevarer til forbrukere og profesjonelle kunder. Byggmakker Handel har på landsbasis 31 egneide butikker. I tillegg er 22 byggevarerhus knyttet til Byggmakker-kjeden som franchisetakere.

Carlsen Fritzøe har 25 egneide byggevarerhus på Sør- og Østlandet. Byggmakker og Carlsen Fritzøe har kun i begrenset grad geografisk overlappende virksomhet. Årsaken til at partenes virksomheter er (geografisk) komplementære, er at Carlsen Fritzøe tidligere var en franchisetaker i Byggmakker inntil

2012.⁶ Byggmakker Handel overtar gjennom transaksjonen kontroll over Carlsen Fritzøes 25 egneide byggevarehus.

5.1.2 Innkjøp av byggevarer samt engroshandel av byggevarer

Byggmakker Handel og Carlsen Fritzøe har overlappende virksomhet innen innkjøp av byggevarer for videresalg i Norge. Byggmakker Handels markedsandel i dette markedet vil etter transaksjonen være under 20 prosent.⁷ Markedet er derfor etter konkurranseloven § 18 a første ledd bokstav e ikke berørt, og blir ikke behandlet nærmere.

Partene har ikke overlappende virksomhet i markedet for grossistsalg av byggevarer, ettersom Carlsen Fritzøe bare leverer til egneide byggevarehus. Dette innebærer at Carlsen Fritzøes grossistvirksomhet er gjenspeilet i markedsandelene for kjøp og salg av byggevarer. Partenes samlede markedsandeler er under enhver omstendighet under 15 prosent, og grossistmarkedet utgjør derfor ikke et berørt marked i forbindelse med transaksjonen.

Foretakssammenslutningen innebærer også en vertikal integrasjon mellom Byggmakker Handels engroshandel av byggevarer og detaljhandelen i Carlsen Fritzøes byggevarehus. Grunnet partenes beskjedne markedsandeler kan dette aspektet av foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd og punkt 7 nedenfor.

5.1.3 Nærmere om Byggmakker Handels franchisetakere og innkjøpspartnere

Franchisebutikkene i Byggmakker er drevet av selvstendige kjedemedlemmer som franchisetakere, og omfatter blant annet felles innkjøp, salgssystemer, profilering og markedsføring. Byggmakker Handel legger for denne meldingen til grunn, i tråd med tidligere praksis fra Konkurransetilsynet i blant annet vedtak V2015-24 *Coop/ICA*, at markedsposisjonene til franchisetakerne blir tilordnet franchisegiveren Byggmakker Handel. Tilsynet må uansett legge vekt på franchisetakernes kommersielle frihet, og den tilhørende sterke konkurransen disse har anledning til å utøve på Byggmakker Handels egneide byggevarehus og Byggmakkers øvrige franchisetakere, også etter foretakssammenslutningen er gjennomført. Andre eiere av byggevarekonsepter har tidligere vært klare på at deres franchisetakere har full kommersiell frihet til å konkurrere.⁸

Byggmakker Handels standard franchiseavtale følger vedlagt som

Bilag 3: Standard franchiseavtale, "Avtale uprofilert"

Byggmakker Handel har i tillegg et innkjøpssamarbeid med de selvstendige byggevarekjedene Stangeskovene og Thaugland. Stangeskovene og Thaugland opererer selvstendig i markedet og under egne profiler. Byggmakker Handel har ingen mulighet til å påvirke deres markedsopptreden, og er derfor av den oppfatningen at deres markedsandeler ikke skal tilordnes Byggmakker Handel. For enkelthets skyld har vi likevel valgt å behandle Stangeskovene og Thaugland sammen med

⁶ Dette gjelder også for Herføll Gruppen AS' byggevarehus, som ble ervervet av Carlsen Fritzøe i 2016.

⁷ Byggmakker Handels markedsandel kan maksimalt tilsvare den som er oppgitt i Virke Byggevarehandels årsrapport. Mest sannsynlig er den betydelig lavere siden byggevarer også blir solgt gjennom andre salgskanaler enn byggevarehus, for eksempel direktekjøp fra produsenter, spesialforretninger og andre varehus.

⁸ Mestergruppen har tidligere forklart at deres franchisetakere i stor grad har kommersiell handlefrihet, jf. melding om foretakssammenslutning mellom Mestergruppen og Ski Bygg punkt 5.3.

Bygghandelen i konkurranseanalysen, da det etter partenes syn ikke får betydning for utfallet av vurderingen.

Bygghandels innkjøpsavtaler med Stangeskovene og Thaugland følger vedlagt som

- Bilag 4:** Innkjøpsavtale med Stangeskovene, datert 2. februar 2015
Bilag 5: Innkjøpsavtale med Thaugland, datert 2. desember 2013, med tilleggsavtale datert 10. juni 2016

5.2 Byggevarehandel til forbrukere og profesjonelle gjennom byggevarehus

5.2.1 Produktmarkedet

Byggevare selges til forhandlere, forbrukere og profesjonelle på en rekke ulike måter. Produsenter av byggevare selger dels til grossister, for eksempel Bygghandel, og dels direkte til forhandlere og større profesjonelle kjøpere, for eksempel med levering til byggeplass fra produsenten.

Når det gjelder salg av byggevare til forbrukere og profesjonelle kunder *gjennom forhandlere*, skjer dette dels gjennom tradisjonelle fullsortiments byggevarehus, for eksempel Bygghandel og Carlsen Fritzøe, og dels gjennom ulike spesialforretninger, for eksempel Flisekompaniet og Felleskjøpet, eller lavpris varehus, for eksempel Biltema og Jula. Nesten alle fullsortiments byggevarehus i Norge selger varer til både forbrukere og profesjonelle, herunder både Bygghandel og Carlsen Fritzøe. I tillegg er e-handelen voksende også i byggevaremarkedet.⁹

Slik melder ser det, er det konkurranse mellom ulike distribusjonskanaler og kundegrupper for byggevare. Salg direkte fra produsenter, spesialforretninger og lavpris varehus disiplinerer byggevarehus med fullt sortiment. Videre vil det også være substitusjon mellom forbrukersegmentet og proff-segmentet grunnet bruk av profesjonell bistand (for eksempel hvor forbrukeren bruker en profesjonell aktør til et renoveringsprosjekt), samt at profesjonelle ikke er forhindret fra å handle i byggevarehus rettet primært mot forbrukere.

EU-kommisjonen har imidlertid i tidligere praksis antydnet at det kan være grunn til å skille mellom a) fullsortiments byggevarehus og b) spesialforretninger, samt mellom i) grossistsalg, ii) detaljhandel til profesjonelle, og iii) detaljhandel til forbrukere (ofte omtalt som DIY), jf. for eksempel sak M.3943 *Saint-Gobain/BPB*.

Proff-kunder og private kunder etterspør i noen grad ulike produkter, og mange kjeder og/eller byggevareutsalg har innrettet sin virksomhet mot enten proff-segmentet eller privatsegmentet. Dette kan tilsi at det er relevant å avgrense et eget marked for salg til disse to kundesegmentene. Partene mener at deres samlede markedsandeler i et eventuelt proff-marked ikke vil være noe høyere, og vil uansett være langt under 20 %. Ettersom transaksjonen etter partenes vurdering ikke i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse uavhengig av om man vurderer proff- og privatmarkedet som separate markeder eller som et felles marked, finner vi det ikke nødvendig å ta stilling til om proffmarkedet og privatmarkedet i konkurranserettslig forstand utgjør ett eller to markeder i de aktuelle lokale markedene.

⁹ Se <http://www.bygg.no/article/1359586>.

Melder mener at markedsvirkningene av transaksjonen best er gjenspeilet i et overordnet marked for alt salg av byggevarer. I denne meldingen gir imidlertid partene informasjon om et marked som bare omfatter aktører som leverer et komplett sortiment av byggevarer.

På denne bakgrunn legges det til grunn for denne meldingen at det relevante produktmarkedet er salg av byggevarer til forbrukere og profesjonelle kunder gjennom fullsortiments byggevarehus.

5.2.2 Geografisk marked

Markedet for salg av byggevarer til forbrukere og profesjonelle gjennom fullsortiments byggevarehus har både en nasjonal samt en lokal, eller regional, dimensjon.¹⁰ Hovedtyngden i markedet utgjøres av byggevarekjeder med en nasjonal eller tilnærmet nasjonal tilstedeværelse, med sentralt styrte krav til sortiment og kampanjer. Uansett vil kjedesubstitusjon føre til at det geografiske markedet får en nasjonal dimensjon.

Markedet har en regional eller lokal dimensjon ved at det for mange produkter er klare begrensninger for hvor langt kunden er villig til å reise for å handle byggevarer. Det er imidlertid vanskelig å gi noe eksakt mål på byggevarehusenes nedslagsområde. Dette vil blant annet variere med butikkens profil og beliggenhet, verdien på varene, transportkostnader og kunde grupper, og må vurderes konkret for hvert enkelt utsalgssted. Byggmakker mener at deres butikker normalt har et nedslagsfelt på [REDACTED] kilometer for salg til forbrukere, mens det for salg til profesjonelle kan være betydelig større. Carlsen Fritzøe erfarer på sin side at butikkenes nedslagsfelt varierer og at forbrukere kan være villige til å reise over lengre avstander dersom varehuset befinner seg i et etablert handelssentrum, ulikt profesjonelle aktører hvor dette normalt ikke har særskilt betydning for valg av varehus. Forbrukere i distriktene er generelt også villige til å reise over lengre avstander, men normalt ikke forbi et tilsvarende varehus. For profesjonelle aktører er bedriftsavtaler i større grad styrende for hvor langt man er villige til å reise. Kjedesubstitusjon kan føre til at konkurransevilkårene er like innenfor større regionale områder.

Meldingen tar ikke nærmere stilling til det nøyaktige nedslagsområdet til det enkelte byggevarehus, fordi foretakssammenslutningen uansett ikke kan ha konkurransebegrensende virkninger, basert på analysen gjennomført og beskrevet nedenfor i punkt 5.3.

5.3 Analyser gjennomført av Copenhagen Economics

5.3.1 Innledning

Melder har engasjert CE for å gjennomføre en analyse av foretakssammenslutningens virkninger på konkurransen. Arbeidet resulterte i en rapport, hvor CE konkluderer med at transaksjonen ikke kan ha konkurransebegrensende virkninger verken nasjonalt eller lokalt i områdene rundt Carlsen Fritzøes 25 byggevarehus.¹¹ Dette skyldes manglende overlapp mellom partenes butikker samt tilstedeværelsen av flere konkurrerende byggevarehus og byggevarekjeder.

Metoden for konkurranseanalysen er nærmere forklart i punkt 5.3.2. CE's rapport følger vedlagt som

¹⁰ Som tilsynet også har lagt til grunn i andre markeder, se Konkurransetilsynets V2016-6 Umoe Restaurants/Dolly Dimples, premiss 213 mv.

¹¹ CE har også analysert konkurransen i nedslagsområdet til Byggmakkers 53 byggevarehus. Heller ikke for disse byggevarehusene kan transaksjonen ha konkurransebegrensende virkninger.

Bilag 6: "Assessment of local competition effects of Bygghuset Handel AS's acquisition of Carlsen Fritzøe Handel AS", med vedlegg, datert 1. juli 2020

CE har i tillegg estimert markedsandeler innenfor en kjøretid på 35 minutter rundt 11 av Carlsen Fritzøes byggevarehus. Metoden som er benyttet for å estimere markedsandeler er beskrevet nærmere nedenfor i punkt 5.3.3.

5.3.2 *Metoden for konkurranseanalysen*

CE har for sin analyse lagt til grunn at produktmarkedet består av salg av byggevarer til sluttbrukere, herunder forbrukere og profesjonelle, kun gjennom fullsortiments byggevarehus. CE tar i sin analyse ikke hensyn til frittstående byggevarehus, spesialforretninger og lavpris varehus, selv om butikkene etter Bygghuset Handels oppfatning utøver et konkurransepress og disiplinerer melder.

Rapporten fokuserer på de lokale konkurranseforholdene, ettersom Bygghuset har svært beskjedne markedsandeler nasjonalt og transaksjonen vil føre til en svært liten økning i Bygghusets nasjonale markedsandeler.

For å identifisere lokale konkurranseforhold, gjennomførte CE en prosedyre bestående av fire filtre med utgangspunkt i beliggenheten til Carlsen Fritzøes byggevarehus, Bygghuset (hvilket inkluderer både franchisetakere og innkjøpspartnere)¹² og store konkurrenter. Hvis ett av filtrene er oppfylt anser CE det som usannsynlig at den foreslåtte foretakssammenslutningen merkbart påvirker konkurransen i markedet. Dette er støttet av kvalitative analyser av de samme områdene.

- Filter 1: Det er ingen Bygghuset-butikker (inkludert franchisetakere og innkjøpspartnere) i nedslagsområdet til Carlsen Fritzøe-butikken. I tråd med tidligere meldinger til tilsynet,¹³ er nedslagsområdet definert ved å anvende en kjøretidsradius på 35 minutter. En kjøretid på 35 minutter fører til et nedslagsområde som er større enn det Bygghuset Handel anser for å være realistisk.¹⁴
- Filter 2: Det er ingen Bygghuset-butikker (inkludert franchisetakere og innkjøpspartnere) innenfor området for "effektivt konkurransepress" til Carlsen Fritzøe-butikken, og minst én konkurrerende kjedeeier mellom partenes butikker. Området for effektivt konkurransepress, det vil si området butikken empirisk møter prispress fra andre byggevarehus, er halvparten av det definerte totale nedslagsområdet, altså en kjøretid på 17.5 minutter.¹⁵ Også dette området er større enn det Bygghuset Handel mener er realistisk.¹⁶
- Filter 3: Byggevarehusene til Carlsen Fritzøe og Bygghuset (inkludert franchisetakere og innkjøpspartnere) overlapper, men det er minst tre andre konkurrerende kjedeeiere lokalisert

¹² CE har i sin analyse inkludert innkjøpspartnerne Stangeskovene og Thaugland i tallene til Bygghuset Handel. Som tidligere angitt, mener Bygghuset Handel at Stangeskovene og Thaugland er selvstendige markedsaktører, men de er inkludert i analysen for å vise Konkurransetilsynet den størst mulige overlappen mellom partene.

¹³ Se melding om foretakssammenslutning mellom Mestergruppen AS og Nordek AS, punkt 6.4. CEs analyser fra andre land viser at nedslagsområdet mest sannsynlig er betraktelig mindre enn en kjøretidsradius på 35 min. Området for overlapp er derfor antatt å være et konservativt anslag. Hvilken kjøretid som velges er uansett ikke avgjørende for konklusjonene til CE.

¹⁴ Se CEs konkurranseanalyse, punkt 2.1, inntatt i bilag 6 i meldingen.

¹⁵ Basert på en priskonsentrasjonsanalyse utført av CE i samme produktmarked i Finland.

¹⁶ Se CEs konkurranseanalyse, punkt 2.1, inntatt i bilag 6 i meldingen.

innenfor området for effektivt konkurransepress.¹⁷

- Filter 4: Byggevarerhusene til Carlsen Fritzøe og Byggmakker (inkludert franchisetakere og innkjøpspartnere) overlapper, men det er minst to konkurrerende kjedeeiere lokalisert innenfor halvparten av området for effektivt konkurransepress, dvs. 8,75 minutter, og minst én av disse er lokalisert nærmere Carlsen Fritzøe-butikken enn Byggmakker.¹⁸

På bakgrunn av de ovenfor beskrevne filtrerene, har CE konkludert med at Byggmakker Handels erverv av Carlsen Fritzøe ikke merkbart vil begrense effektiv konkurranse.¹⁹

- For 14 av Carlsen Fritzøes 25 byggevarerhus er det ingen overlapp mellom partene, og disse varehusene er derfor ikke analysert nærmere.²⁰
- For Carlsen Fritzøes gjenværende 11 byggevarerhus, viser filtrerene tilstrekkelig konkurranse etter transaksjonen, hvilket innebærer at ingen konkurranseproblemer kan bli identifisert.²¹

Melder vil i punkt 6.3 nedenfor belyse de lokale konkurranseforholdene for de 11 byggevarerhusene hvor det er overlapp mellom partene. For disse områdene vil det også oppgis markedsandeler, siden dette er påkrevd av Konkurransetilsynet.²²

5.3.3 *Metoden for å estimere markedsandeler*

For å beregne partenes lokale markedsandeler er det benyttet en metode som tidligere er godkjent av EU-kommisjonen.²³ Denne metoden tar utgangspunkt i lokal befolkningsstørrelse og det nasjonale gjennomsnittsforbruket av byggevarer per innbygger, for å beregne markedsstørrelsen i hvert lokale marked. Den estimerte markedsstørrelsen er så benyttet som grunnlag for å beregne partenes markedsandeler ut fra Carlsen Fritzøes og Byggmakkers faktiske omsetning, og ved å legge til grunn at salget er det samme i hele fylkets befolkning, uavhengig av butikkens beliggenhet innad i fylket.

Det er enkelte svakheter ved metoden for å estimere markedsandeler. For det første tar estimatene utgangspunkt i befolkningsstørrelsen for å beregne markedets størrelse, og tar derfor ikke høyde for forbruk fra besøkende. Særlig i områder med høy tetthet av fritidseiendommer, slik som flere av områdene langs kysten hvor Carlsen Fritzøe er aktiv, vil dette få et utslag, ettersom det estimerte forbruket per fastboende er for lavt. Markedsandelene vil da bli overestimerte. Tilsvarende tar estimatene heller ikke hensyn til om området er kjennetegnet ved høy eller lav byggeaktivitet, som særlig kan gi utslag i vekstområder med relativt få fastboende.

For det andre, ettersom beregningene kun er basert på omsetning fra byggevarerhus, vil størrelsen på totalmarkedet være underestimert, ettersom partene også konkurrerer mot salg direkte fra produsenter og byggevarer som selges gjennom andre forhandlere.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ CE har i tillegg gjennomført en sensitivitetsanalyse. Denne viser at konkurranseanalysen får samme utfall uavhengig av om nedslagsområdet er større eller mindre enn en kjøretidsradius på 35 minutter. Utfallet er videre det samme dersom Byggmakkers butikker danner senter for definisjonen av nedslagsområdet.

²⁰ Se CEs konkurranseanalyse, tabell 1, inntatt i bilag 6 i meldingen.

²¹ Ibid.

²² Se imidlertid punkt 5.3.3 i meldingen om beregningen av markedsandeler.

²³ Se blant annet EU-kommisjonens sak M.7252 Holcim/Lafarge av 15. desember 2014.

For det tredje vil metoden ofte føre til at Carlsen Fritzøe får en høy markedsandel siden deres butikker utgjør senter for nedslagsområdet. Det vil si at 100 prosent av Carlsen Fritzøes omsetning er relevant, mens lavere andeler av konkurrerende omsetning er relevant. Estimaten tar heller ikke hensyn til om det eventuelt er konkrete handelsmønstre i de aktuelle områdene som tilsier at omsetningen fra byggevarerhusene må fordeles på en annen måte.

På denne bakgrunn mener melder at det bør legges liten vekt på beregningen av markedsandeler. Det er nærværet av konkurrenter, eller andre konkurranseforhold i det lokale markedet som er avgjørende. Anslaget er imidlertid det beste Bygghandelen har tilgjengelig,²⁴ og melder vil fremlegge disse for å tilfredsstille minimumskravene for at meldingen skal anses som komplett.

6 HORIZONTAL VIRKNINGER

6.1 Overordnet om salg av byggevarer gjennom byggevarerhus

Markedet for handel med byggevarerprodukter til privatpersoner og profesjonelle kunder i Norge er et marked som de siste årene har vokst med 1-5 % pr. år, og er et marked preget av sterk konkurranse med mange konkurrerende kjeder og aktører. Dette fremgår av Virke Byggevarehandels årsrapporter. Rapportene tar utgangspunkt i omsetningen gjennom de tradisjonelle byggevareraktørene, altså fullsortimentsaktørene. Den siste årsrapporten følger vedlagt som

Bilag 7: Byggevareanalysen 2019

Årsrapporten viser at byggevarehandelen er preget av flere nasjonale kjeder av byggevarerhus som Optimera, Mestergruppen, Bygghandelen, Coop, Løvenskiold Handel, EA Smith og Carlsen Fritzøe. Hvilke kjedekonsepser som hører under den enkelte kjedeeier, er nærmere beskrevet i årsrapporten.²⁵ Konkurransen er av Virke Byggevarehandel karakterisert som "*sterk ... både innad i bransjen og fra tilstøtende faghandel*".

Samtlige av de store byggevarehandlerne har salg til både forbrukere og profesjonelle,²⁶ hvorav proffsegmentet er størst med 61 prosent av omsetningen. Veksten i handelen av byggevarer har over flere år hovedsakelig vært drevet av proffsegmentet. I fjor var imidlertid forbrukersegmentet den største bidragsyteren til vekst. Melder forventer at utbruddet av Covid-19 fører til at forbrukersegmentet også i 2020 vil stå for en høyere andel av veksten enn proffsegmentet.

Byggevarekjedene og eierne er til en viss grad differensierte. Optimera, Mestergruppen, Bygghandelen og Carlsen Fritzøe er eksempler på aktører som retter seg mot alle sider av byggevarehandelen. Coop skiller seg ut ved å fokusere hovedsakelig på forbrukere. Tilsvarende gjelder for Bygghandelen og Jem & Fix som profilerer seg som lavprisaktører. Fordelingen mellom salg til forbrukere og profesjonelle ut fra den enkelte kjedeeier følger av Virke Byggevarehandels rapport. Fordelingen for Bygghandelen og Carlsen Fritzøe følger av Tabell 2 nedenfor.²⁷

²⁴ På grunn av det høye antallet sentralt eide butikker er det ikke mulig å estimere markedsandeler ved å bruke butikkenes faktiske inntekter, ettersom det kun er konsernregnskapet som blir gjort offentlig tilgjengelig.

²⁵ Enkelte byggevarerhus og byggevarekjeder oppgir ikke omsetning til Virke Byggevarehandel. Dette gjelder blant annet den relativt nystartede lavpris byggevarekjeden Jem & Fix.

²⁶ Coop hadde tidligere svært beskjedent salg til profesjonelle kunder. Denne andelen er økende, fra 0 prosent i 2013 til 5 prosent i 2019.

²⁷ Den gjennomsnittlige andelen vil imidlertid variere for den enkelte butikk.

Tabell 2: Fordeling mellom salg til forbrukere og profesjonelle

Kjede	Forbruker	Profesjonell
Carlsen Fritzøe	23 %	77 %
Byggmakker	39 %	61 %

Det fremgår av Virke Byggevarerhandels rapport at det over flere år har vært en sterk omsetningsvekst i byggevarehandelen, men at veksten var lavere i 2019 som følge av at aktiviteten har flatet noe ut i boligmarkedet. Melder forventer en fortsatt utflating i 2020 grunnet Covid-19, og forventer at veksten i 2020 primært vil komme fra forbrukersegmentet.

6.2 Salg av byggevarer gjennom byggevarehus – nasjonal dimensjon

Markedet for salg av byggevarer gjennom byggevarehus er preget av sterk konkurranse mellom flere store byggevarekjeder eller sammenslutninger av byggevarehus. Byggmakker-kjeden omsatte i 2019 for cirka NOK 4 790 millioner, hvilket inkluderer omsetningen til innkjøpspartnerne Thaugland og Stangeskovene, og Carlsen Fritzøe for cirka NOK 2 160 millioner.

Virke Byggevarerhandel oppgir omsetning i totalmarkedet i Norge til omtrent NOK 48 900 millioner, noe som gir Byggmakker og Carlsen Fritzøe en markedsandel nasjonalt på henholdsvis ■■■ prosent og ■■■ prosent.²⁸ Markedsandelene til de største byggevarekjedene følger av Tabell 3 nedenfor.

Tabell 3: Omsetning og markedsandeler på nasjonalt nivå

Kjedekonsept	Omsetning (MNOK)	Markedsandel (%)
Optimera	11 950	■
Mestergruppen ²⁹	10 480	■
Coop	5 870	■
Byggmakker	4 790	■
Løvenskiold	4 410	■
EA Smith	3 400	■
Carlsen Fritzøe	2 160	■
Gausdal Landh.	1 600	■
Øvrige	4 240	■
Totalt	48 900	100

Tabell 3 viser at markedet for salg av byggevarer gjennom fullsortiments byggevarehus er lite konsentrert, og kjennetegnet ved hard konkurranse mellom en rekke aktører. En nærmere diskusjon av hvilke etableringshindringer som gjelder i det nasjonale markedet blir ikke gjennomført. Det er tilstrekkelig å bemerke at etableringshindringene er ansett for å være minimale siden:

- Fullsortiments byggevarebutikker blir normalt etablert i eksisterende industrilokaler. Det er ofte ikke nødvendig med omregulering og kostnadene til ombygging er begrenset. Butikker kan derfor åpnes raskt og uten særlig kostnad.

²⁸ Franchisetakernes omsetning er for dette formålet tilordnet Byggmakker Handel.

²⁹ Ski Bygg ble i 2019 en del av Mestergruppen. Mestergruppens omsetning og markedsandeler er justert for å reflektere dette.

- Nyetableringer i markedet viser at etableringshindringene er lave. Bauhaus og Jem & Fix er relativt ferske eksempler på nyetableringer i Norge med organisk vekst. Jem & Fix åpnet sitt første byggevarehus i Norge i 2018, og har nå fem byggevarehus med planer om ytterligere ekspansjon på Østlandet og Sørlandet i nærheten av andre byggevarehus.³⁰

Av de samme grunner er det lett for eksisterende aktører å utvide sine virksomheter, enten ved å åpne nye byggevarehus eller ved å utvide allerede eksisterende byggevarehus. Blant annet vil Byggmax i løpet av 2020 åpne tre nye byggevarehus i henholdsvis Grimstad, Notodden og Vestby.³¹ Byggevarehusene ser ut til å bli etablert nært konkurrentene. Det er derfor ingen kjente kapasitetsbegrensninger i markedet.

Kundenes kjøpermakt varierer med profesjonalitet og størrelse. Forbrukere har ingen kjøpermakt i konkurranselovens forstand, mens store profesjonelle kunder har stor forhandlingsstyrke gjennom deres mulighet til å holde ulike byggevarehus opp mot hverandre. Profesjonelle kunder benytter seg også av muligheten til å kjøpe byggevarer direkte fra produsentene.

6.3 Salg av byggevarer gjennom byggevarehus – lokal dimensjon

6.3.1 Innledning

Når det gjelder markedets lokale dimensjon, er det vanskelig å angi et eksakt nedslagsområde for det enkelte byggevarehus. Som sagt vil dette variere med butikkens profil og beliggenhet, verdiene på varene, transportkostnader og kundeogrupper, og må vurderes konkret for hvert byggevarehus.

Mestergruppen har i tidligere meldinger til Konkurransetilsynet brukt en kjøretidsradius på 35 min, for å avgjøre for hvilke områder det vil bli gjort en nærmere vurdering av konkurransen, uten at tilsynet har hatt innvendinger til dette. Melder og CE har derfor tatt utgangspunkt i en tilsvarende reisetid i sine analyser, selv om området for effektivt konkurransepress er betraktelig mindre. Slik melder ser det, er en reisetid på 35 minutter i mange tilfeller for langt. Dette er likevel, i et forsøk på å være konsekvent, benyttet som grunnlag for meldingens analyse av lokale markeder.

Det er som nevnt identifisert elleve områder hvor Byggmakker (eller innkjøpspartnere) og Carlsen Fritzøe har overlappende virksomhet innenfor en kjøreavstand på ca. 35 minutters kjøring. Disse blir behandlet nedenfor.

For å identifisere overlapp, har både egneide byggevarehus, franchisetakere og innkjøpspartnere blitt inkludert uten at det er tatt hensyn til at franchisetakere, og i enda større grad innkjøpspartnere, utøver betydelig intramarkedskonkurranse. Byggmakker og innkjøpspartnerne konkurrerer ofte om de samme kundene. Ett eksempel på dette var når kunden [REDACTED]

Byggmakker Handel kan ikke, innenfor spillerommet konkurranseloven § 10 gir, begrense konkurransen fra franchisetakerne. Dette vil føre til at franchisetakerne går til en annen kjede. Franchisetakernes

³⁰ Se <https://www.jemogfix.no/om-jem-fix/vi-soeker-tomter/>.

³¹ Se <https://www.bygg.no/article/1430322>. Det er flere eksempler på andre utvidelser: Neumann Bygg i Bergen (<https://www.bygg.no/article/1428049>), Gausdal Landhandleri på Rena (<https://www.bygg.no/article/1431103>) og Mestergruppen i Brumunddal (<https://www.bygg.no/article/1428079>).

³² [REDACTED]

mobilitet mellom ulike kjedekonsepter er betydelig.³³ Endelig mener melder at innkjøpspartnerne ikke skal inngå i Bygghandels Handels markedsposisjoner ettersom de opererer i markedet med egen profil og med svært høy grad av kommersiell frihet.

Felles for alle de lokale markedene som beskrives nedenfor er at transaksjonen ikke antas å få noen negative virkninger for partenes konkurrenter, kunder eller leverandører.

6.3.2 Carlsen Fritzøe Alnabru

Carlsen Fritzøe Alnabru ligger på Alnabru, et industriområde like utenfor Ring 3 i Oslo. Stor-Oslo er kjennetegnet ved tilstedeværelsen av svært mange byggevarehus. Transaksjonen kan av denne grunn ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i området, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

Carlsen Fritzøe Alnabru overlapper med Bygghandels Handels egneide butikker på Brobekk og Skui, franchisetakeren Bygghandels Høvellast i Lillestrøm samt innkjøpspartneren Thauglands butikker på Storo, Abildsø og Vækerø, og innkjøpspartneren Stangeskovenes butikker i Fetsund og Kværner.

Det er imidlertid bare Bygghandels Skattum Brobekk og de tre Thaugland-butikkene som ligger innenfor området for effektivt konkurransepress.³⁴ Innenfor dette området møter Carlsen Fritzøe Alnabru hard konkurranse fra 18 ulike byggevarehus helt uten tilknytning til Bygghandels Handel.³⁵ Videre ligger åtte butikker tilhørende fem forskjellige eiere innenfor en radius på kun åtte minutters kjøretid fra Carlsen Fritzøe Alnabru. Tilstedeværelsen av mange konkurrenter så nært viser at foretakssammenslutningen ikke kan begrense konkurransen.

Videre, innenfor det definerte nedslagsområdet, møter partene konkurranse fra ytterligere 24 byggevarehus. I tillegg er det Bygghandels oppfatning at butikkene til innkjøpspartnerne ikke skal inkluderes i dets markedsposisjoner, ettersom de operer i markedet under eget merkenavn og med en svært stor grad av kommersiell frihet.

Melder har estimert partenes markedsandeler innenfor det definerte nedslagsområdet til Carlsen Fritzøe Alnabru. Bygghandels Handels markedsandeler er i Tabell 4 nedenfor oppsplittet mellom Bygghandels og innkjøpspartnere. Totalomsetningen i nedslagsområdet er beregnet til MNOK 2751.

Tabell 4: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Bygghandels	
Thaugland	

³³ Se følgende eksempler. Andersen AS endret konsept fra Bygghandels til Montér (Optimera) i 2018 (<https://retailmagasinet.no/byggevarerbransjen-montre-optimera/montre-fortsetter-veksten/479885>). Julius Jakhelln AS endret innkjøpspartnerskap fra Bygghandels til Optimera i 2019 (<http://www.bygg.no/article/1346595>). Videre kjøpte Optimera Per Strand AS i 2018 og endret konsept fra Bygghandels til Montér (<https://www.optimera.no/nyheter/nyhetsarkiv/optimera-kjoper-per-strand>). Det finnes også tilsvarende eksempler fra andre kjedekonsepter. Blant annet endret SN Gruppen AS konsept fra XL-Bbygg (Mesterguppen) til Montér (Optimera) i 2016 (<http://www.bygg.no/article/1297709>).

³⁴ Geografi og demografi i Oslo, bompenger og usikkerhet rundt kjøretider, tilsier at en kjøretid på 35 minutter er alt for lang.

³⁵ For en oversikt over samtlige butikker og kjøretider, se Appendix C til CE's konkurranseanalyse inntatt i bilag 6.

Stangeskovene	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

Byggmakkers markedsandel er lav forut for foretakssammenslutningen, og økningen i samlede markedsandeler ubetydelig. Thaugland og Stangeskovene bør heller ikke inkluderes i Byggmakker Handels og Byggmakker-kjedens markedsposisjoner. Markedsandelene underbygger at oppkjøpet ikke kan føre til konkurransebegrensende virkninger.

6.3.3 Carlsen Fritzøe Bø

Carlsen Fritzøe Bø ligger i Bø i Telemark, omtrent 50 km nord-øst for Skien i retning fjellområdene i Sør-Norge. Det er et betydelig antall fritidsboliger i området. Franchisetakeren Byggmakker Seljord Elektriske ligger helt i ytterkanten av nedslagsområdet til byggevarehuset, og betydelig utenfor området for effektiv konkurranse, med en kjøretid på over 30 minutter. Det er derfor begrenset, om noen, overlapp mellom partene. Dersom det i det hele tatt eksisterer konkurranse mellom dem, vil denne uansett bestå etter transaksjonen, ettersom Seljord Elektriske er en franchisetaker med stor grad av kommersiell frihet.

Tre byggevarehus ligger innenfor området for effektiv konkurranse: Montér Storkaas (Optimera), XL-Bygg Gvarv (Mestergruppen) og Byggeriet Norsjø Sag og Høvleri (Mestergruppen).³⁶ Kjøretiden til disse butikkene er mellom fem og ni minutter fra Carlsen Fritzøe Bø. I tillegg ligger det to byggevarehus i Byggi-kjeden til Optimera innenfor 20 minutters kjøretid, og Maxbo Notodden innenfor en avstand på 35 minutter. Grunnet nærværet av flere konkurrenter, hvorav tre ligger i umiddelbar nærhet til Carlsen Fritzøe Bø, kan foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse.

Melder peker dessuten på at Carlsen Fritzøe Bø også ligger i umiddelbar nærhet til spesialbutikker og lavpris varehus med delvis overlappende sortiment. Biltema og Felleskjøpet, som begge fører flere artikler innen hjem og bygg, ligger nærmest vegg-i-vegg med Carlsen Fritzøe Bø. Spesialforretningen Fargerike har videre utsalgssted i Bø. Grunnet overlappende sortiment utøver disse, etter melder oppfatning, et konkurransepress mot Carlsen Fritzøe Bø,³⁷ noe som underbygger at foretakssammenslutningen ikke kan føre til konkurransebegrensende virkninger.

Metoden som er benyttet for å beregne lokale markedsandeler er misvisende for Carlsen Fritzøe Bøs nedslagsområde. Som nevnt ovenfor tar estimatene utgangspunkt i antallet fastboende for å beregne markedets størrelse,³⁸ hvilket gir et høyst feilaktig grunnlag for beregningen i dette nedslagsområdet. Et betydelig antall fritidseiendommer og utstrakt byggeaktivitet i området medfører at forbruket per fastboende mest sannsynlig er langt høyere enn gjennomsnittstallene som er benyttet til å beregne nedslagsområdets størrelse. Markedsstørrelsen er beregnet til MNOK 130, men dette kan ikke være riktig da Carlsen Fritzøe Bøs og Byggmakker Seljord Elektriskes omsetning alene overstiger dette beløpet. Dette vil resultere i at de seks andre butikkene innenfor det definerte nedslagsområdet

³⁶ Samtlige av disse butikkene er franchisetakere i sine respektive kjeder. Mestergruppen har tidligere forklart for Konkurransetilsynet at deres franchisetakere har stor grad av kommersiell handlefrihet, jf. melding om foretakssammenslutning mellom Mestergruppen og Ski Bygg punkt 5.3.

³⁷ Spesialforretninger og varehus er imidlertid ikke tatt med i CEs analyse, som er basert på erfaringer fra det finske markedet. Dette er ikke nødvendigvis sammenfallende med etterspørselsmønsteret i Norge.

³⁸ Franchisetakerne Storkaas Handel AS (Montér Storkaas) er i 2018 oppgitt med høyere omsetning enn Carlsen Fritzøe Bø. Dette bekrefter at de estimerte markedsandelene ikke kan være korrekte.

(identifisert ovenfor) har en markedsandel på 0 prosent. Selv om markedsandelene åpenbart ikke kan stemme, har vi likevel inntatt dem for fullstendighets skyld.

Tabell 5: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	> 100 %

Melder bemerker at omfattende hytteutbygging også har andre mulige effekter. Ved nybygg og større restaureringer har kundene mulighet til å få byggevarer levert direkte til byggeplassen/eiendommen. I tillegg vil hytteeierne nesten utvilsomt passere en rekke byggevarehus på veien fra sitt bosted, og kan handle ved byggevarehus som ligger utenfor melderens definerte område.

Innenfor området for effektiv konkurransepress, har partene videre sett på den faktiske omsetningen i 2018 til Carlsen Fritzøe Bøs konkurrenter. Byggmakker Seljord Elektriske ligger utenfor området, slik at partene ikke overlapper. Dette gir følgende markedsandeler.

Tabell 6: Omsetning og markedsandeler, regnskaper fra 2018/2019.

Kjede	Omsetning (MNOK)	Markedsandel
Carlsen Fritzøe		
Storkaas Handel	60-70	
XL-Bygg Gvarv	10-15	
Byggeriet Norsjø	10-15	
Totalt	140-170	100 %

Transaksjonen vil av flere grunner ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse etter konkurranseloven § 16 første ledd i Bø.

- Nærværet av flere konkurrenter som ligger i umiddelbar nærhet til Carlsen Fritzøe Bø, og det ubetydelige konkurransepresset mellom Carlsen Fritzøe Bø og Byggmakker Seljord Elektriske,³⁹ hindrer utøvelse av markedsrett.
- Eksistensen av tilgrensende lokalmarkeder medfører at konkurranseforholdene i lokalmarkedet påvirkes på en slik måte at Byggmakker ikke lønnsomt kan begrense konkurransen i lokalmarkedet Bø etter transaksjonen.
- Andre aktører kan uten vesentlige kostnader og i løpet av kort tid utvide sin kapasitet og/eller etablere nye utsalg i eller i nærheten av lokalmarkedet på Bø.
- Carlsen Fritzøe og Byggmakker er ikke nære konkurrenter grunnet avstanden mellom utsalgsstedene.

³⁹ For det usannsynlige tilfelle at det eksisterer betydelig konkurransepress mellom Byggmakker Seljord Elektriske og Carlsen Fritzøe Bø, vil det fortsatt eksistere intramerkekonkurranse etter gjennomføringen av transaksjonen.

6.3.4 Carlsen Fritzøe Havna (Bamble)

Carlsen Fritzøe Havna ligger i Bamble kommune, omtrent 15 km sør for Porsgrunn. Kommunen har relativt få fastboende og er et svært populært område for fritidseiendommer. Franchisetakeren Lia Sagbruks byggevarehus i Porsgrunn og Langangen ligger innenfor det definerte nedslagsområdet,⁴⁰ men kun den førstnevnte butikken ligger innenfor området for effektiv konkurranse. Både Carlsen Fritzøe Havna og de to Byggmakker-butikkene er mindre utsalgssteder.

Innenfor området for effektiv konkurranse er det tre ytterligere byggevarehus: Byggtorget Rugtvedt (Mestergruppen), Bygger'n Salingstrand (EA Smith) og Montér Porsgrunn (Optimera), hvorav de to førstnevnte ligger svært nærme Carlsen Fritzøe Havna med en kjøreavstand på seks til åtte minutter. Melder er i tillegg kjent med at Byggmax ønsker å åpne et byggevarehus i Porsgrunn⁴¹ og at Obs! Bygg (Coop) skal åpne et byggevarehus i Bamble.⁴²

Videre er det innenfor det definerte nedslagsområdet ni ytterligere byggevarehus, som representerer alle de store kjedene. Grunnet nærværet av flere store konkurrenter, hvorav to ligger i umiddelbar nærhet til Carlsen Fritzøe Havna, kan foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd. Vi viser også til de lave etableringshindringene, slik nevnt under punkt 6.2.

Ved bruk av metoden beskrevet ovenfor, er markedsstørrelsen for Carlsen Fritzøe Havna beregnet til MNOK 591,8. Siden deler av området er kjennetegnet ved få fastboende og mange fritidsboliger, er områdets reelle omsetning trolig høyere og partenens markedsandeler derfor overestimert. Markedsandelene underbygger uansett at ervervet ikke kan føre til konkurranseskadelige virkninger.

Tabell 7: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

6.3.5 Carlsen Fritzøe Jessheim

Carlsen Fritzøe Jessheim ligger på Jessheim, cirka 35 km nordøst for Oslo i retning Oslo lufthavn. Franchisetakeren Byggmakker Høvellast og Byggmakker Handels butikk på Brobekk i Oslo ligger begge helt i ytterkanten av det definerte nedslagsområdet, og betydelig utenfor området for effektivt konkurransepress. Carlsen Fritzøe Jessheim overlapper også med innkjøbspartnerne Stangeskovene Kværner, som ligger innenfor området for effektivt konkurransepress, og Stangeskovene Bjerke og Stangeskovene Årnes, som ligger innenfor det definerte nedslagsområdet. Som tidligere nevnt, bør imidlertid innkjøbspartnerne etter Byggmakker Handels syn anses som konkurrenter, og ikke som en

⁴⁰ Byggmakker Lia Sagbruk Porsgrunn og Byggmakker Lia Sagbruk Langangen er av Byggmakker Handel og konsumentene ikke ansett for å være separate butikker. Ettersom det dreier seg om to separate byggevarehus med ulik lokasjon, er de likevel behandlet separat i denne meldingen samt i CEs analyse.

⁴¹ Se <https://www.byggmax.no/om-byggmax/finnerl%C3%B8nn>.

⁴² Se <https://www.laagendalsposten.no/her-skal-de-ansette-20-innen-apning-i-februar/s/5-64-850373>. I artikkelen uttaler driftssjefen i Coop Obs Bygg at "Dette blir vårt fjerde byggevarehus og vi har også planer om å åpne et i Bamble i 2022".

del av Byggmakker-konseptet. Det er derfor begrenset, om noen, overlapp mellom partene. Hvorvidt innkjøpspartnerne tilordnes Byggmakker Handel eller ikke har uansett ingen betydning for vurderingen.

Innenfor området for effektiv konkurranse er det fem konkurrerende byggevarehus: Montér Jessheim (Optimera), Gausdal Landhandleri Jessheim, Obs! Bygg Jessheim (Coop), Byggmax Ullensaker samt Montér Eidsvoll (Optimera). De tre første ligger i umiddelbar nærhet til butikken til Carlsen Fritzøe, med en kjøreavstand på kun mellom to og seks minutter. Det er også forventet at Obs! Bygg (Coop) vil åpne en stort nytt byggevarehus på Eidsvoll, innenfor området for effektivt konkurransepress.⁴³

Videre er det innenfor det definerte nedslagsområdet ytterligere 19 byggevarehus uten tilknytning til Byggmakker,⁴⁴ og som representerer alle de store byggevarekjedene. Grunnet nærværet av flere store konkurrenter, hvorav tre ligger i umiddelbar nærhet til Carlsen Fritzøe Jessheim, kan ervervet ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

Totalomsetningen i nedslagsområdet til Carlsen Fritzøe Jessheim er beregnet til MNOK 1805,6. Også på Jessheim er det betydelig byggeaktivitet, hvilket kan innebære at markedsandelene er overestimert. Partenes små markedsandeler underbygger uansett at ervervet ikke kan føre til konkurransekskadelige virkninger.

Tabell 8: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Stangeskovene	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

6.3.6 Carlsen Fritzøe Kongsberg

Carlsen Fritzøe Kongsberg ligger i Kongsberg kommune. Franchisetakeren Byggmakker Eiker ligger innenfor nedslagsområdet til butikken, men utenfor området for effektivt konkurransepress. Det er en begrenset, om noen, overlapp mellom partenes byggevarehus.

Videre er det innenfor området for effektivt konkurransepress tre byggevarehus: Montér Kongsberg (Optimera), Byggmax Kongsberg og Byggfag Fiskum Bygg (Mestergruppen). I tillegg er Obs! Bygg (Coop) forventet å åpne vegg-i-vegg med Carlsen Fritzøe Kongsberg i februar 2021, noe som vil bidra til ytterligere konkurranse i området.⁴⁵

Videre er det innenfor det definerte nedslagsområdet sju ytterligere byggevarehus, som representerer seks ulike kjeder og fem kjedeeiere. Alle ligger innenfor en kjøreavstand på 20 til 29 minutter. Grunnet nærværet av flere store konkurrenter, hvorav tre ligger innenfor området for effektiv konkurranse, kan foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse etter konkurranseloven § 16 første ledd.

⁴³ Se <https://www.rb.no/vil-bygge-gigantisk-varehus-langs-e6/s/5-43-1319774>. Byggevarehuset skal ligge ved Letohallen, 15 minutters kjøreavstand fra Carlsen Fritzøe Jessheim.

⁴⁴ Dette innebærer at tallet ikke inkluderer franchisetakere eller innkjøpspartnere.

⁴⁵ Se <https://www.finn.no/job/management/ad.html?finnkode=181085661>.

Totalomsetningen i dette nedslagsområdet er beregnet til MNOK 465. De estimerte markedsandelene underbygger at transaksjonen ikke kan føre til konkurransekskadelige virkninger.

Tabell 9: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

6.3.7 Carlsen Fritzøe Larvik

Carlsen Fritzøe Larvik ligger i et industriområde rett utenfor Larvik sentrum. Franchisetakeren Lia Sagbruks butikker i Porsgrunn og Langangen ligger innenfor det definerte nedslagsområdet,⁴⁶ men utenfor området for et effektivt konkurransepress. Det er en begrenset, om noen, overlapp mellom partenes byggevarehus. Dersom det i det hele tatt eksisterer konkurranse mellom dem, vil denne uansett bestå etter transaksjonen, ettersom Lia Sagbruk er en franchisetaker med stor kommersiell frihet.

Innenfor området for effektivt konkurransepress er det åtte byggevarehus: Montér Larvik (Optimera), Byggmax Larvik, Snekker'n Sørums Trevarer,⁴⁷ Obs! Bygg Larvik (Coop), Jem & Fix Larvik,⁴⁸ Bygg og Hage,⁴⁹ Byggmax Sandefjord og Optimera Proff Sandefjord. Kjøreavstanden til de fem førstnevnte fra Carlsen Fritzøe Larvik er mellom ett og seks minutter.

Videre er det innenfor det definerte nedslagsområdet ytterligere 12 byggevarehus, som representerer alle de største byggevarekjedene og fem kjedeeiere. Grunnet nærværet av flere store konkurrenter, hvorav åtte ligger innenfor området for effektivt konkurransepress, kan foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse.

Totalomsetningen i nedslagsområdet er beregnet til MNOK 1099. Melder mener at markedsandelene til Carlsen Fritzøe kan være betydelig overestimert, ettersom det innenfor nedslagsområdet er mange fritidseiendommer og betydelig byggeaktivitet.⁵⁰ Under enhver omstendighet er økningen i partenes samlede markedsandeler svært beskjeden, hvilket underbygger at ervervet ikke kan ha konkurransekskadelige virkninger etter konkurranseloven § 16 første ledd.

Tabell 10: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	

⁴⁶ Som nevnt blir de to byggevarehusene av Byggmakker Handel og kundene ansett som ett utsalgststed.

⁴⁷ Snekker'n Sørums Trevarer er ikke inkludert i CEs konkurranseanalyse og markedsandelsestimat. Snekker'n er en relativt liten byggevarekjede, men inkludert i Virke Byggevarehandels årsstatistikk.

⁴⁸ Jem & Fix Larvik er ikke inkludert i CEs konkurranseanalyse og markedsandelsestimat. Jem & Fix er en kjede av lavpris byggevareforretninger.

⁴⁹ Bygg og Hage AS er ikke inkludert i CEs konkurranseanalyse og markedsandelsestimat. Bygg og Hage AS er en lokal byggevareforretning, som ikke er del av noen av de nasjonale eller regionale byggevarekjedene.

⁵⁰ Melder viser til tidligere forklaringer når det gjelder beregningen av markedsandeler.

Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

Melder peker dessuten på at Carlsen Fritzøe Larvik også ligger i umiddelbar nærhet til spesialbutikker og varehus med delvis overlappende sortiment. Dette gjelder varehuset Julia, som fører flere artikler innen verktøy, bygg og maling, samt spesialforretningen MegaFlis. Videre har både Biltema, Clas Ohlson og Felleskjøpet butikker i Larvik. Som følge av deres overlappende sortiment og nærhet utøver forretningene, etter melderens oppfatning, et konkurransepress mot Carlsen Fritzøe Larvik.⁵¹

6.3.8 Carlsen Fritzøe Norløff (Drammen)

Carlsen Fritzøe Norløff ligger i Drammen kommune, i et industriområde langs Drammenselva. Dette er et folkerikt område kjennetegnet ved tilstedeværelsen av mange byggevarehus. Franchisetakeren Byggmakker Eiker ligger innenfor det definerte nedslagsområdet, men utenfor området for effektivt konkurransepress. Det er derfor en begrenset, om noen, overlap mellom partenes byggevarehus.

Innenfor området for effektivt konkurransepress er det ni konkurrerende byggevarehus: Byggtorget Krokstadelva (Mestergruppen), Montér Drammen Høvleri (Optimera), Obs! Bygg Mjøndalen (Coop), Byggmax Krokstad Senter, XL Bygg Eggedal Sag Mjøndalen (Mestergruppen), XL Bygg Kullkompaniet (Mestergruppen), Maxbo Lier Stormarked, Byggmax Drammen og Bygger'n Drammen (EA Smith).⁵² De to førstnevnte er lokalisert i kort avstand fra Carlsen Fritzøe Norløff.

Videre er det innenfor det definerte nedslagsområdet ytterligere 15 byggevarehus, som representerer alle de største byggevarekjedene og kjedeeierne. Grunnet nærværet av mange store konkurrenter, hvorav ni ligger innenfor området for effektivt konkurransepress, kan foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

Totalomsetningen for nedslagsområdet er beregnet til MNOK 1898. Estimater viser at de samlede markedsandelene til partene vil være svært beskjeden. Markedsandelene underbygger følgelig at ervervet ikke kan ha konkurranseskadelige virkninger.

Tabell 11: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

⁵¹ Spesialforretninger og varehus er imidlertid ikke tatt med i CE's analyse, som er basert på erfaringer fra det finske markedet. Dette er ikke nødvendigvis sammenfallende med etterspørselsmønsteret i Norge.

⁵² Vi minner om at Mestergruppen tidligere har forklart at deres franchisetakere i stor grad har kommersiell handlefrihet, jf. melding om foretakssammenslutning mellom Mestergruppen og Ski Bygg punkt 5.3.

6.3.9 Carlsen Fritzøe Sandefjord

Carlsen Fritzøe Sandefjord ligger i et industriområde utenfor Sandefjord langs E18. Innenfor det definerte nedslagsområdet ligger franchisetakeren Lia Sagbruks butikker i Porsgrunn og Langangen. Franchisetakerens byggevarehus hører begge til en annen region, og ligger betydelig utenfor området for effektivt konkurransepress til Carlsen Fritzøe Sandefjord.⁵³ Det er derfor en begrenset, om noen, overlapp mellom partenes byggevarehus innenfor det definerte nedslagsområdet. Dersom det i det hele tatt eksisterer konkurranse mellom dem, vil denne uansett bestå etter transaksjonen, ettersom Lia Sagbruk er en franchisetaker med stor grad av kommersiell frihet.

Innenfor området for effektiv konkurranse ligger det ni byggevarehus: Optimera Proff Sandefjord (Optimera), Maxbo Stokke, Byggmax Sandefjord, Obs! Bygg Larvik (Coop), Byggmax Sem, Maxbo Sandefjord samt Montér Larvik (Optimera). Byggevarehusene Bygg og Hage og Jem & Fix Larvik, som ikke er inkludert i CEs rapport, ligger også innenfor området for et effektivt konkurransepress. For øvrig er melder også kjent med at Obs! Bygg (Coop) skal åpne et byggevarehus i Sandefjord.⁵⁴

Videre er det innenfor det definerte nedslagsområdet ytterligere 11 byggevarehus. Grunnet nærværet av flere store konkurrenter, hvorav seks ligger innenfor området for effektivt konkurransepress, kan foretakssammenslutningen ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

Totalomsetningen i nedslagsområdet er beregnet til MNOK 1322,5. Tilsvarende som for Bø (punkt 6.3.3), Bamble (punkt 6.3.4) og Larvik (punkt 6.3.7) er det i nedslagsområdet rundt Sandefjord et høyt antall fritidseiendommer og betydelig byggeaktivitet. Slik partene ser det, er derfor den beregnede totalomsetningen for området mest sannsynlig for lav. Under enhver omstendighet viser estimatet at ervervet kun vil føre til en helt marginal økning i partenes samlede markedsandeler. Markedsandelene underbygger derfor at transaksjonen ikke kan ha konkurransebegrensende virkninger.

Tabell 12: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

6.3.10 Carlsen Fritzøe Sarpsborg

Carlsen Fritzøe Sarpsborg ligger i et industriområde mellom Fredrikstad og Sarpsborg, og langs E6. Byggmakker Handels innkjøbspartner Stangeskovene Tistedal ligger helt i ytterkanten av det definerte nedslagsområdet. Det er ingen byggevarehus i Byggmakker-kjeden i det samme nedslagsområdet, og derfor ingen overlapp mellom partene.⁵⁵

⁵³ Som nevnt blir de to byggevarehusene av Byggmakker Handel og kundene ansett som ett utsalgsted.

⁵⁴ Se <https://www.laagendalsposten.no/her-skal-de-ansette-20-innen-apning-i-februar/s/5-64-850373>. I artikkelen uttaler driftssjefen i Coop Obs Bygg at "Nå skal vi først åpne en ny Obs Bygg i Sandefjord i september, og deretter er vi klare for åpning av Obs Bygg på Kongsberg".

⁵⁵ Nærmeste franchisetaker i Byggmakker-kjeden er Degernes Landbrukslag i Indre Østfold.

Melder viser for fullstendighets skyld til at det innenfor området for effektiv konkurranse ligger 10 konkurrerende byggevarehus: Obs! Bygg Tune (Coop), Maxbo Sarpsborg, Optimera Proffsenter Sarpsborg (Optimera), Byggmax Sarpsborg, XL-Bygg Knatterudfjellet Sarpsborg (Mestergruppen), Montér Stormarked Østfoldhallen (Optimera), XL-Bygg Knatterudfjellet Torp (Mestergruppen), Byggmax Fredrikstad og Bygger'n Bygningslageret (EA Smith). Jem & Fix Fredrikstad ligger også innenfor dette området.⁵⁶ De tre førstnevnte ligger i kort avstand fra Carlsen Fritzøe Sarpsborg.

Innenfor det definerte nedslagsområdet ligger det ytterligere 11 byggevarehus, som kommer i tillegg til Stangeskovene Tistedal. Samtlige ligger nærmere Carlsen Fritzøe Sarpsborg enn byggevarehuset til Stangeskovene. Foretakssammenslutningen kan på denne bakgrunn ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

Totalomsetningen i nedslagsområdet til Carlsen Fritzøe Sarpsborg er beregnet til MNOK 1245,1. Markedsandelene underbygger at transaksjonen ikke kan ha konkurransebegrensende virkninger.

Tabell 13: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Stangeskovene	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

6.3.11 Carlsen Fritzøe Skien

Carlsen Fritzøe Skien ligger i et industriområde like utenfor Skien i retning Porsgrunn. Innenfor det definerte nedslagsområdet ligger franchisetakeren Lia Sagbruks butikker i Porsgrunn og Langangen. Det er bare den førstnevnte som ligger innenfor området for effektivt konkurransepress.⁵⁷

Innenfor området for effektivt konkurransepress er det åtte ytterligere byggevarehus: XL-Bygg Gisholt & Finne Kjørbekk (Mestergruppen), Byggmax Skien, Montér Skien (Optimera), Obs! Bygg Skien (Coop), Maxbo Skien, XL-Bygg Gisholt & Finne Borgestad (Mestergruppen), XL-Bygg Gisholt & Finne Porsgrunn (Mestergruppen) og Montér Porsgrunn (Optimera). De sju førstnevnte byggevarehusene ligger i umiddelbar nærhet til Carlsen Fritzøe Skien, alle innenfor en kjøretid på under syv minutter. Melder er også kjent med at Byggmax har planer om å åpne et byggevarehus i Porsgrunn,⁵⁸ som ligger innenfor området for effektivt konkurransepress.

Innenfor det definerte nedslagsområdet ligger det ytterligere fem byggevarehus, som tilhører alle de største kjedene. Grunnet nærværet av flere store konkurrenter, hvor ni byggevarehus ligger innenfor området for effektivt konkurransepress, kan foretakssammenslutningen ikke føre til konkurransebegrensende virkninger, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

⁵⁶ Jem & Fix er som tidligere nevnt ikke inkludert i CE's konkurranseanalyse, men er en kjede bestående av lavpris byggevarehus.

⁵⁷ Som nevnt blir de to byggevarehusene av Byggmakker Handel og kundene ansett som ett utsalgssted.

⁵⁸ Se <https://www.byggmax.no/om-byggmax/finnert%C3%B8nn>.

Totalomsetningen i det definerte nedslagsområdet er beregnet til MNOK 707,3. Markedsandelene underbygger at transaksjonen ikke kan ha konkurransebegrensende virkninger. Partenes samlede markedsandeler er under 40 prosent og økningen i markedsandeler er også beskjedne.⁵⁹

Tabell 14: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

6.3.12 Carlsen Fritzøe Stavern

Carlsen Fritzøe Stavern ligger i Stavern, et attraktivt hytteområde i Vestfold og Telemark. Franchisetakeren Lia Sagbruks byggevarehus i Skien og Langangen ligger innenfor nedslagsområdet, men betydelig utenfor området for effektivt konkurransepress med en kjøreavstand på henholdsvis 24 og 30 minutter.⁶⁰ Carlsen Fritzøe Stavern er rettet mot lokalbefolkningen og hytteturister i Stavern, mens Lia Sagbruk i hovedsak betjener fastboende i Porsgrunn som ligger i en annen region. Det er derfor svært begrenset, om noen, overlapp mellom partenes byggevarehus innenfor det definerte nedslagsområdet. Dersom det i det hele tatt eksisterer konkurranse mellom dem, vil denne uansett bestå etter transaksjonen, ettersom Lia Sagbruk er en franchisetaker med stor grad av kommersiell frihet.

Fire konkurrenter ligger innenfor området for effektivt konkurransepress: Montér Larvik (Optimera), Byggmax Larvik, Obs! Bygg Larvik (Coop) og Jem & Fix Larvik.⁶¹ Innenfor det definerte nedslagsområdet ligger det åtte ytterligere byggevarehus.⁶² Som tidligere nevnt, er partene også kjent med at ytterligere byggevarehus er planlagt innenfor det definerte nedslagsområdet, herunder Byggmax Porsgrunn og Obs! Bygg Sandefjord (Coop).⁶³

I tillegg kommer konkurransepress fra ulike spesialforretninger og lavpris varehus. Jernvarehandleren Jernia har butikk i Stavern i umiddelbar nærhet til Carlsen Fritzøe, mens både Fargerike, Julia og Clas Ohlson alle har butikker i Larvik, som ligger innenfor området for effektivt konkurransepress.

Totalomsetningen i det definerte nedslagsområdet er beregnet til MNOK 648. Siden dette er et område med liten befolkning, høy tetthet av fritidseiendommer og betydelig byggeaktivitet, er partenes markedsandeler ansett for å være betydelig overestimert, jf. forklaringen i punkt 5.3.3 ovenfor. Vi minner også om at Carlsen Fritzøe har høye markedsandeler ettersom Carlsen Fritzøe Stavern utgjør senter for beregningene. Beregningene underbygger under enhver omstendighet at

⁵⁹ Vi minner om at partenes markedsandeler mest sannsynlig vil være overestimert.

⁶⁰ Som nevnt blir de to byggevarehusene av Byggmakker Handel og kundene ansett som ett utsalgsteds.

⁶¹ Jem & Fix er ikke inkludert i CE's analyse ettersom det er ansett som en lavpris generalist, og Jem & Fix' tilstedeværelse er derfor ikke hensyntatt i beregningen av markedsandelene.

⁶² Syv av byggevarehusene fremgår av CE's oversikt over kjøretider, se Appendix C til CE's konkurranseanalyse inntatt i bilag 6. Den åttende butikken er Bygg og Hage AS, et selvstendig byggevarehus som ligger like utenfor Larvik.

⁶³ Se <https://www.byggmax.no/om-byggmax/finner1%C3%B8nm> og <https://www.laagendalsposten.no/her-skal-de-ansette-20-innen-apning-i-februar/s/5-64-850373>. I sistnevnte artikkel uttaler driftssjefen i Coop Obs Bygg at "Nå skal vi først åpne en ny Obs Bygg i Sandefjord i september, og deretter er vi klare for åpning av Obs Bygg på Kongsberg".

foretakssammenslutningen ikke kan ha konkurransebegrensende virkninger, da ervervet kun fører til en svært beskjeden økning i samlede markedsandeler.

Tabell 15: Omsetning og markedsandeler, egne estimater.

Kjede	Markedsandel
Carlsen Fritzøe	
Byggmakker	
Øvrige	
Totalt	100,0 %

På denne bakgrunn vil foretakssammenslutningen mellom Byggmakker Handel og Carlsen Fritzøe ikke føre til en betydelig begrensning av effektiv konkurranse i dette området, jf. konkurranseloven § 16 første ledd.

6.4 Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i detaljistmarkedet

Nedenfor følger en oversikt over de viktigste konkurrentene, kundene og leverandørene til Carlsen Fritzøe og Byggmakker Handel. Byggmakker Handels viktigste konkurrenter, leverandører og kunder er oppgitt for Byggmakker-kjeden som helhet.

Tabell 16: Byggmakkers fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Konkurrenter	Leverandører	Kunder

Tabell 17: Carlsen Fritzøes fem viktigste konkurrenter, kunder og leverandører

Konkurrenter	Leverandører	Kunder

En oversikt over de fem viktigste kundene og leverandørene for hver av partene i de lokale markedene er gitt i eget vedlegg til denne meldingen, vedlagt som

Bilag 8: Partenes fem viktigste kunder og leverandører på lokalt nivå

Byggmakker Handel kan kun oppgi denne informasjonen for sine egneide butikker ettersom de ikke har tilgang til franchisetakernes eller innkjøpspartnernes viktigste kunder og leverandører. I områdene uten egneide byggevarerhus er det derfor ikke oppgitt informasjon om lokale kunder og leverandører. Partenes konkurrenter på lokalt nivå er ikke angitt i vedlegget ettersom disse allerede er identifisert i punkt 6.3.1 til 6.3.12 ovenfor.

7 INGEN VERTIKALT BERØRTE MARKEDER

Carlsen Fritzøe handler direkte fra leverandørene, og det er derfor ingen eksisterende vertikal forbindelse mellom Byggmakker Handel og Carlsen Fritzøe.

Det eksisterer en teoretisk vertikal forbindelse mellom partene ved at Byggmakker Handel er aktiv i grossistmarkedet for salg av byggevarer til byggevarehandelen, mens Carlsen Fritzøe (gjennom egneide byggevareutsalg) er potensiell kunde i samme marked.

Byggmakker Handels markedsandeler i et eventuelt grossistmarked for byggevarer er maksimalt 9,8 prosent, dersom det er nasjonalt i utstrekning. Som beskrevet ovenfor, er ikke Carlsen Fritzøe aktiv i dette markedet. Markedsandelene er sannsynligvis overestimert siden Virke Byggevarehandel ikke tar hensyn til direktesalg fra produsenter til byggevarehus. Det er således ingen vertikalt berørte markeder.

Byggmakker Handels erverv av Carlsen Fritzøe kan derfor under enhver omstendighet ikke føre til vertikale konkurransebegrensende virkninger i et eventuelt grossistmarked. Partenes markedsandeler på 9,8 og 4,4 prosent i nedstrømsmarkedet er for små til å ha utestengende virkninger på andre grossister (i oppstrømsmarkedet) eller andre byggevarehus (i nedstrømsmarkedet).

8 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Ettersom transaksjonen uansett ikke vil kunne ha negative virkninger på konkurransen gis det kun en overordnet beskrivelse av de medfølgende effektivitetsgevinstene. Etter Byggmakker Handels oppfatning vil transaksjonen medføre følgende gevinster:



Byggmakker Handel har ikke vurdert nøyaktig hvor store effektivitetsgevinster transaksjonen vil gi opphav til og har derfor ikke kvantifisert dette i meldingen. Foretakssammenslutningen fører uansett ikke til konkurransebegrensende virkninger som effektivitetsgevinstene skal måles opp mot.

9 ÅRSBERETNING OG ÅRSREGNSKAP

Årsberetning og årsregnskap for henholdsvis Byggmakker Handel og Carlsen Fritzøe for 2019 følger vedlagt som:

Bilag 9: Årsberetning og årsregnskap for Byggmakker Handel AS for 2019

Bilag 10: Årsberetning og årsregnskap for Carlsen Fritzøe Handel AS for 2019

For øvrig er årsrapporten til Onninen AS og Kesko for 2019 offentlig tilgjengelig gjennom henholdsvis Brønnøysundregistrene og Kesko-konsernets hjemmesider.

10 FORRETNINGSHEMMELIGHETER

Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter. Forslag til offentlig versjon av meldingen, samt en begrunnelse for forslaget, følger vedlagt.

Bilag 11: Begrunnelse for forslag til offentlig versjon

Bilag 12: Forslag til offentlig versjon av konkurransemeldingen

Oslo, 9. juli 2020
WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS



Mads Magnussen