

Melding av foretakssammenslutning

mellom

Sport Holding AS

og

Bergans Fritid AS

Oslo, 26. august 2021

Inneholder forretningshemmeligheter

Ref.: #9828361/12

Advokatfirmaet BAHR AS

Tjuvholmen allé 16, Postboks 1524 Vika, NO-0117 Oslo, Tlf.: +47 21 00 00 50 Fax: +47 21 00 00 51
www.bahr.no Org.nr: NO 919 513 063

Innhold

Punkt	Side
1. Kontaktinformasjon	3
1.1 Melder	3
1.2 Øvrig involvert foretak	3
2. Den meldte foretakssammenslutningen	3
2.1 Beskrivelse av foretakssammenslutningen	3
2.2 Strategisk og økonomisk rasjonale	3
3. Partene	4
3.1 Sport Holding	4
3.2 Bergans	6
3.3 Partenes omsetning	8
3.4 Årsberetning og årsregnskap	8
4. Markedet for salg av sportsutstyr i Norge	9
4.1 Innledning	9
4.2 Verdikjeden og aktørbildet	9
5. Ingen horisontal overlapp mellom partenes virksomheter	12
5.1 Sport Holding og Bergans er aktive i ulike markeder på leverandør- og grossistleddet	12
5.2 Sport Holding og Bergans er aktive i ulike markeder på detaljistleddet	12
6. Vertikal overlapp mellom partenes virksomheter - ingen konkurransebegrensende virkninger	13
6.1 Innledning	13
6.2 Relevante markeder	14
6.3 Totalmarkeder og markedsandeler	16
6.4 Ingen konkurransebegrensende virkninger av foretakssammenslutningen	17
6.5 Partenes viktigste kunder, konkurrenter og leverandører	21
6.6 Etableringsmuligheter	21
7. Unntak fra offentlighet	22

1. Kontaktinformasjon

1.1 Melder

Navn: Sport Holding AS
Org. nr.: 924 505 745
Adresse: Stranden 11, 0250 Oslo

Representant: Advokatfirmaet BAHR AS
Kontaktperson: Annette Greve/Helge Stemshaug
Saksansvarlig advokat: Helge Stemshaug
Adresse: Postboks 1524 Vika, 0117 Oslo
E-post: anngr@bahr.no/hst@bahr.no
Telefon: +47 90 10 57 97/+47 92 88 13 96

1.2 Øvrig involvert foretak

Navn: Bergans Fritid AS
Org. nr.: 960 400 917
Adresse: Hagaløkkveien 13, 1383 Asker

2. Den meldte foretakssammenslutningen

2.1 Beskrivelse av foretakssammenslutningen

- (1) I henhold til aksjekjøpsavtale datert 25. august 2021 skal Sport Holding AS («Sport Holding») erverve 100 % av aksjene i Bergans Fritid AS («Bergans») fra GJV Invest AS, IJR Holding AS, TJS Invest AS, TJS II Invest AS og SBN Invest AS.

Vedlegg 1

- (2) Gjennom ervervet vil Sport Holding overta enekontroll over Bergans. Det foreligger dermed en foretakssammenslutning etter konkurranseloven § 17. På bakgrunn av de involverte foretakenes omsetning, jf. punkt 3.3 nedenfor, er foretakssammenslutningen meldepliktig i Norge.
- (3) Foretakssammenslutningen utløser ikke meldeplikt i andre jurisdiksjoner, og vil gjennomføres så snart godkjenning fra Konkurransetilsynet foreligger.

2.2 Strategisk og økonomisk rasjonale

- (4)

(5)

(6)

(7)

(8)

3. Partene

3.1 Sport Holding

- (9) Sport Holding er morselskapet i et konsern med virksomhet innen grossist- og detaljhandel med sportsutstyr.¹ Selskapet ble etablert i forbindelse med Gjelsten Holding AS' («Gjelsten Holding») og O.N. Sunde AS' («O.N. Sunde») sammenslåing av sportskjedekonsernet Sport 1 Gruppen AS («Sport 1») og deler av virksomheten etter det konkursrammede sportskonsernet Gresvig Retail Group AS m.fl. («Gresvig») («Sport 1/Gresvig-saken»). Sammenslåingen ble meldt til Konkurransetilsynet 21. april 2020², og klarert av Konkurransetilsynet 22. september 2020.³ Sport Holding er kontrollert av Gjelsten Holding og O.N. Sunde i fellesskap, som hver eier 50 % av aksjene i selskapet.

¹ Inkluderer også ulike tjenester innen regnskap, lager mv. tilknyttet grossist- og detaljhandelsvirksomheten.

² Se melding om foretakssammenslutning mellom Gjelsten Holding AS, O.N. Sunde AS og deler av virksomheten i konkurs-boene etter Gresvig Retail Group AS og datterselskap av 14. april 2020, samt supplement til melding av 21. april 2020.

³ Se Avgjørelse A2020-2 - Gjelsten Holding AS (Sport 1 Gruppen AS) / O.N. Sunde AS - Gresvig Retail Group AS m.fl. konkursbo - konkurranseloven § 20 jf. § 16 - underretning om henleggelse av saken.

- (10) Sport Holdings primære virksomhet er å eie og kontrollere Sport 1 og INO Drift AS («Intersport»):

- **Sport 1** er en norsk sportskjede med virksomhet innen grossist- og detaljhandel med sportsutstyr. Kjeden er siden 2020 majoritetseiet og kontrollert av Sport Holding med 87,6% av aksjene.

Sport 1 er i dag eier av, eller franchisegiver for, totalt 231 sportsbutikker. Av disse driver 190 butikker under Sport 1-konseptet. Sport 1 har i tillegg en majoritetseierandel i Mobo Sportsholding AS, som eier og driver 16 butikker under konseptet Anton Sport og to butikker under konseptet Sportsnett, samt én butikk under navnet Milslukern. Sport 1 har også en majoritetseierandel i Löplabbet AS med 15 spesialistbutikker innen kategorien løp (sko, tekstil, tilbehør). Utover dette drives 4 franchisebutikker på ulike steder Norge under konseptet Skandinavisk Høyfjellsutstyr, samt 3 butikker under diverse outlet-navn.

Sport 1 selger også sportsutstyr på nett gjennom fem ulike nettportaler.⁴ Enkelte franchisetakere i Sport 1-kjeden driver også egen nettbutikk.

Kjedesentralen (Sport 1 Gruppen AS) er også leverandør av sportsutstyr til butikker som inngår i Sport 1-kjeden. Produktsortimentet består i hovedsak av kjente norske og internasjonale merkevarer, men Sport 1 leverer også egne merkevarer innen enkelte produktkategorier. I tillegg tilbyr kjedesentralen tjenester knyttet til felles profilering og markedsføring for medlemmene i kjeden, og ulike tilleggstjenester for drift av butikk.

- **Intersport** utgjør i hovedsak virksomheten som ble ervervet av Sport Holding fra konkursboet til Gresvig i 2020. Virksomheten består i grossist- og detaljhandel med sportsutstyr i Norge gjennom 46 egneide og 86 franchisebaserte butikker under kjedekonseptet Intersport. I tillegg selger Intersport varer til tre uavhengige butikker som ikke drives under Intersportkonseptet (såkalte systemkunder). Intersport selger også sportsutstyr på nett gjennom nettportalen www.intersport.no.

I likhet med Sport 1 leverer Intersport varer til de egneide butikkene og butikkene som er medlemmer av kjeden, i tillegg til tjenester knyttet til felles profilering og markedsføring, og ulike tilleggstjenester for drift av butikk for medlemsbutikkene.

- (11) En oversikt over konsernstrukturen i Sport Holding med datterselskaper er inntatt i Vedlegg 2.

Vedlegg 2 Oversikt konsernstruktur Sport Holding

- (12) Sport Holding, gjennom Sport 1 og Intersport, hadde i 2020⁵ en totalomsetning på omtrent 3,4 milliarder kroner. Detaljomsetningen generert av butikkene i Sport 1-kjeden og

⁴ Disse er www.sport1.no, www.antonssport.no, www.sportsnett.no, www.loplabbet.no og www.milslukern.no

⁵ Månedene mars - desember 2020. Sport Holding ble etablert i forbindelse med Gresvig/Sport 1-saken og det finnes ikke omsetning fra månedene januar og februar 2020.

Intersport (egeneide og franchise) var henholdsvis 3,8 milliarder kroner og 3 milliarder kroner i 2020. Nettsalg stod for omtrent [REDACTED] av kjedenes omsetning i 2020.⁶

3.1.1 Sport Holdings eiere: Gjelsten Holding og O.N. Sunde

- (13) Sport Holding er eiet og kontrollert av Gjelsten Holding og O.N. Sunde i fellesskap.
- (14) Gjelsten Holding er morselskapet i investeringsaktiviteten til Bjørn Rune Gjelsten, som er eneeier i Gjelsten Holding. Selskapets strategi er eiendomsinvestering og -utvikling, samt investeringer i industri og handelsselskaper. Gjelsten Holding hadde i 2020 en omsetning på 3,3 milliarder kroner.⁷
- (15) O.N. Sunde er et investeringsselskap eid av Olav Nils Sunde med familie. Selskapet har virksomhet innen cruise- og fergetransport, rederivirksomhet, produksjon av plastråstoff, detaljhandel innen tekstil og mote, samt en portefølje av eiendoms- og finansinvesteringer. O.N. Sunde hadde i 2020 en omsetning på omtrent 6,6 milliarder kroner.
- (16) Foruten eierskapet i Sport Holding, har verken Gjelsten Holding eller O.N. Sunde aktiviteter i sportsbransjen. Øvrig virksomhet behandles derfor ikke videre, men det vises til nærmere beskrivelser av konsernens hovedaktiviteter og selskaper siste årsrapporter, jf. også punkt 4.4 nedenfor.

3.2 Bergans

- (17) Bergans er en norskbasert produsent og leverandør av sportsutstyr. Selskapet produserer og leverer friluftsbekledning (teknisk bekledning/tekstiler) og friluftsutstyr (sekker, soveposer, telt mv.) under merkevaren Bergans. Inntil nylig har Bergans også hatt virksomhet innen fottøy (fjellsko) til voksne, men produksjonen av fottøy er nå avviklet.
- (18) I Norge leverer Bergans sportsutstyr blant annet til sportsskjeder, herunder XXL, Sport Holding og Stadion, og frittstående sportsforretninger. Noe salg skjer også direkte til butikker som har medlemsavtale med en sportsskjede (men likevel velger å handle sportsutstyr direkte fra Bergans). Bergans leverer også sportsutstyr til rene netthandelsaktører som OutNorth, Get Inspired og Boozt.
- (19) Bergans omsetning fra salg av sportsutstyr til sportsskjeder og andre grossister/detaljister i Norge fordelte seg i 2020 på følgende produktkategorier og hovedtyper av produkter:

⁶ For Intersport inkluderer dette all omsetning over nett. For Sport 1 inkluderer dette bare omsetning gjennom egne nettsider (Anton Sport, Løplabbet, Milsluker'n, Sportsnett, sport1.no). Enkelte franchisetakere har egne nettsider, og omsetningen fra disse er ikke inkludert. Omsetningen inkluderer heller ikke «Klikk og Hent» for Sport 1.

⁷ Årsregnskap for 2020 - inkluderer Sport 1s omsetning fra januar og februar 2020

Tabell 1: Produktkategorier og hovedtyper av produkter Bergans

Produktkategorier og hovedtyper av produkter som tilbys av Bergans	Prosentandel av norsk omsetning 2020
Tekstil/bekledning til voksne og barn	
Teknisk bekledning (skalljakker, regntøy mv.)	
Annen bekledning (ullundertøy, mellomlag, gensere, t-skjorter, luer mv.)	
Friluftsutstyr til voksne og barn	
Telt	
Soveposer og liggeunderlag	
Tursekker	
Kano og kanoutstyr	
Annet (hengekøye, kopper mv.)	
Til sammen	100 %

(20)



- (21) Bergans er til stede også på detaljistleddet for salg av sportsutstyr gjennom egen nettbutikk⁸, samt fire egneide konseptbutikker i henholdsvis Tromsø, Bergen, Oslo og Ski. Det planlegges også åpning av en butikk i Trondheim i august 2021. I tillegg driver Bergans tre outlet-butikker på Ålgård, Langevåg utenfor Ålesund, og Vestby.
- (22) Bergans, gjennom datterselskapet Bergans Adventures AS, er også aktiv innen organisering av naturopplevelser for personer og bedrifter i Norge og utenlands. Naturopplevelsene inkluderer blant annet skikurs i Romsdalen, kajakturer på Hardangervidda og i Bergen, klatrekurs i Hellas og fjelltur i Kilimanjaro. Denne virksomheten hadde en omsetning i 2020 på 1,3 millioner kroner.
- (23) Hovedkontoret til Bergans er i Norge (Asker). Bergans har videre hovedlager og datterselskap i Tyskland, samt datterselskap i Sverige og Hong Kong. Selskapene i Tyskland og Sverige er

⁸ www.bergans.com/no

ansvarlige for internasjonale salg i Bergans, mens selskapet i Hong Kong er ansvarlig for produksjon og distribusjon.

- (24) En oversikt over selskapene som inngår i Bergans er inntatt som Vedlegg 3.

Vedlegg 3 Oversikt konsernstruktur Bergans

- (25) Det norske markedet for salg av sportsutstyr er ett av Bergans kjernemarkeder. De øvrige kjernemarkedene er Sverige, Tyskland, Østerrike og Sveits. Omkring [REDACTED] av Bergans omsetning genereres fra salg av sportsutstyr til kunder i Norge.
- (26) Bergans hadde i 2020 en totalomsetning på 604 millioner kroner, hvorav omsetning fra salg til kunder i Norge var på [REDACTED] kroner. Av den norske omsetningen genereres omtrent [REDACTED] fra salg av sportsutstyr til grossister/detaljister (B2B), mens salg direkte til forbrukere (B2C) står for de resterende [REDACTED] av omsetningen.

3.3 Partenes omsetning

Kjøper	Årlig omsetning, MNOK
Sport Holding	3 443 ⁹ (norsk omsetning)
Gjelsten Holding	3 295 ¹⁰ (omsetning årsregnskap)
O.N. Sunde	6 627 ¹¹ (omsetning årsregnskap)

Målselskap	Årlig omsetning, MNOK
Bergans Fritid	[REDACTED] (norsk omsetning)

3.4 Årsberetning og årsregnskap

- (27) Sport Holding har ferdigstilt årsberetning og årsregnskap for perioden mars - desember 2020.

Vedlegg 4 Sport Holding - Årsberetning og årsregnskap for perioden mars - desember 2020

⁹ Baserer seg på årsregnskap for Sport Holding for 2020. Sport Holding ble etablert i forbindelse med Gresvig/Sport 1-saken og årsregnskapet inneholder derfor ikke data for månedene januar og februar 2020. Sport Holding har utelukkende salg til kunder i Norge, og overstiger alene omsetningstersklene for meldeplikt i Norge.

¹⁰ Baserer seg på årsregnskap for Gjelsten Holding for 2020. Årsregnskapet inkluderer omsetning for Sport 1 for januar og februar 2020. Foretakssammenslutningen trigger meldeplikt i Norge utelukkende basert på Sport Holdings omsetning.

¹¹ Baserer seg på årsregnskap for 2020. Foretakssammenslutningen trigger meldeplikt i Norge utelukkende basert på Sport Holdings omsetning.

- (28) Siste årsberetning og årsregnskap for henholdsvis O.N. Sunde (2020) og Gjelsten Holding (2020) er vedlagt.

Vedlegg 5 O.N. Sunde - Årsberetning og årsregnskap for 2020

Vedlegg 6 Gjelsten Holding - Årsberetning og årsregnskap for 2020

- (29) Vedlagt er også siste årsberetning og årsregnskap for Bergans 2020.

Vedlegg 7 Bergans - Årsberetning og årsregnskap for 2020

4. Markedet for salg av sportsutstyr i Norge

4.1 Innledning

- (30) Bergans er aktiv innen salg av sportsutstyr primært som produsent og leverandør av produkter til sportskjeder (grossister/detaljister), frittstående sportsbutikker og nettbutikker. Bergans er i tillegg aktiv på detaljistleddet for salg av sportsutstyr gjennom egne butikker og nettbutikk for friluftsinspirert tekstil/bekledning og friluftsutstyr fra Bergans' egen merkevare.
- (31) Sport Holding, gjennom Sport 1 og Intersport, er aktiv innen detaljhandel med et bredt utvalg sportsutstyr gjennom egneide butikker og butikker som er medlemmer av sportskjedene, kombinert med egne nettbutikker. Sport Holding leverer også grossistjenester til butikkene som er medlemmer av kjedene, sammen med tjenester for felles markedsføring, profilering, regnskapstjenester og butikkdrift.
- (32) I det følgende viser «sportsutstyr» til en bred sammensetning av produkter som er forbundet med sportslige aktiviteter, klubbaktiviteter, friluftsliv og utendørsaktiviteter generelt. Etter melder oppfatning kan de ulike produktene av sportsutstyr fordeles etter kategoriene tekstiler/bekledning, fottøy, hardvare vintersport, sykkel, friluftsutstyr og annet utstyr (f.eks. racketer eller klokke).

4.2 Verdikjeden og aktørbildet

- (33) Verdikjeden i markedet for salg av sportsutstyr består av leverandører, grossister og detaljister. Flere aktører i markedet, herunder Bergans og Sport Holding, er til stede i flere ledd i verdikjeden.

4.2.1 Leverandørleddet

- (34) Leverandørleddet består av kjente og mindre kjente merkevareeiere som leverer sportsutstyr til sportskjeder (grossist/detaljist), rene grossister eller direkte til sportsbutikker (nettbutikk eller fysisk butikk).
- (35) Leverandørene kan være aktive innen flere ulike kategorier av sportsutstyr, eller spesialiserte innen én eller noen få produktkategorier. Bergans er en leverandør av produkter innen friluftsinspirert tekstil/bekledning og friluftsutstyr, jf. også oversikt i punkt 3.2 over.

- (36) Leverandørene kan videre være aktive innen ett eller flere ulike kvalitets- eller prissegmenter. I sportsbransjen skilles det gjerne mellom høyt, medium og lavt prissegment for sportsutstyr. Bergans, sammen med en rekke andre leverandører, tilbyr produkter innen spekteret fra lavt til medium/høye prissegmenter.
- (37) Stadig flere leverandører, herunder Bergans, har etablert egne fysiske utsalgssteder (konseptbutikker eller outlets) og nettbutikk, og er dermed også aktiv på detaljistleddet, jf. punkt 4.2.3 nedenfor. Etableringen på detaljistleddet er et resultat av leverandørenes ønske om å kunne eksponere hele sitt produktsortiment, noe som er vanskelig ved salg gjennom sportskjeder og frittstående sportsforretninger som typisk fører en rekke merkevarer innen den enkelte produktkategori. Behovet for å styre eksponeringen av leverandørenes merkevare kommer også til uttrykk gjennom hvordan leverandørene agerer overfor sportskjedene, blant annet gjennom stadig strengere krav til volum og sortiment for at detaljistene skal få tilgang til de mest attraktive produktene hos leverandøren.
- (38) Enkelte leverandører, som Nike og Norrøna, har også uttalte strategier om i større grad å styre distribusjonen av sine produkter gjennom salg fra egne butikker og nettsider, gjennom salg til utvalgte detaljister, og/eller spesifikke sortimentskrav.¹² Norrøna sa i 2020 opp sin leverandøravtale med Sport 1, og verken Sport 1 eller Intersport har i dag kjedeavtale med Norrøna. Enkelte butikker (besluttet av merkevareeieren) kan imidlertid få kjøpe begrenset sortiment direkte fra leverandøren.
- (39) Leverandørleddet kan anses å bestå også av vertikalt integrerte aktører som produserer egne merkevarer (EMV). Sport Holding, gjennom Sport 1 og Intersport, produserer EMV innen flere ulike kategorier av sportsutstyr.¹³ EMV-produkter leveres kun til egneide butikker og butikker som er medlemmer av kjedene.
- 4.2.2 Grossistleddet
- (40) Aktørene på grossistleddet kan være vertikalt integrerte med egneide butikker på detaljistnivå. Dette er tilfellet for større sportskjeder som XXL og Invent Sport (Sport Norge og Sport Outlet).
- (41) Sport Holding er også vertikalt integrert med egneide butikker på detaljistleddet, og har i tillegg franchiseavtaler med lokale butikker som er medlemmer av Sport 1 og Intersport, og tilbyr grossisttjenester til disse. Stadion er i all hovedsak en medlemseid kjede (medlemsbutikkene har eierinteresser oppstrøms i kjedeleddet)¹⁴ og yter grossisttjenester til medlemsbutikkene.
- (42) Sport Holding tilbyr ikke grossisttjenester til andre butikker enn de som er medlemmer av Sport 1 eller Intersport, med unntak av tre såkalte systemkunder, jf. punkt 3.1. Grossisttjenestene inngår videre i mer omfattende franchisetjenester som Sport Holding

¹² Se f.eks. Nikes pressemelding <https://news.nike.com/news/nike-consumer-direct-offense> fra 15. juni 2017 og artikkel <https://sportsbransjen.no/nyhetsarkiv/nike-sentraliserer-driften-for-norden> fra 10. mars 2021, samt artikler om Norrøna <https://e24.no/naeringsliv/i/0nOqV0/norroena-satser-paa-massemarkedet-med-nytt-billig-merke> fra 20. oktober 2019 og <https://e24.no/naeringsliv/i/g7ReEJ/norroena-stoppet-opp-etter-aatte-aar-med-vekst-vi-er-ikke-fornoeid> fra 2. august 2019

¹³ F.eks. innen bekledning/tekstil, friluftsutstyr og sykkel.

¹⁴ Stadion har også eierskap i noen medlemmer, bl.a. etter det partene kjenner til, Torshov Sport.

ytter. Foruten levering av varer, inkluderer franchisetjenestene felles markedsføring og profilering av medlemmene, driftssystemer, regnskapstjenester og andre tjenester knyttet til butikkdrift.

4.2.3 Detaljstledet

(43) Detaljstledet for salg av sportsutstyr består av fysiske butikker og nettbutikker, og enkelte aktører har både fysisk butikk i kombinasjon med nettbutikk. Skjematisk kan aktørene deles inn i følgende:

- Fullsortimentsaktører som tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr. Aktørene inkluderer sportskjeder som XXL, Sport Holding (Sport 1 og Intersport), Stadion, Invent Sport (Sport Norge), og Coop Obs, i tillegg til mindre kjeder eller frittstående sportsbutikker som Bull Ski & Kajakk, Braasport, Olympia Sport, Foss Sport og Oslo Sportslager. De fleste fullsortimentsaktørene er aktive både gjennom fysisk utsalgssted og nettbutikk.
- Sportskjeder eller frittstående butikker som er spesialiserte innen én eller noen få kategorier av sportsutstyr. Dette inkluderer for eksempel VPG, City to Summit eller Piteraqq innen friluftsinspirert tekstil/bekledning, fottøy og utstyr. Spesialiserte sportsbutikker finnes videre innen alle kategorier av sportsutstyr, og flere aktører er aktive både med fysisk butikk og nettbutikk.
- Rene nettaktører (såkalte «pure players») som utelukkende tilbyr sportsutstyr gjennom nettbutikk. Noen rene nettaktører tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr tilsvarende det en finner i fullsortiments fysiske sportsbutikker, mens andre er spesialisert inn mot én eller få kategorier av sportsutstyr. De største rene netthandelsaktørene innen salg av sportsutstyr i Norge er Fjellsport/Outnorth,¹⁵ Get Inspired, Sportamore og Milrab. Andre kjente rene nettaktører er Unisport, Netthandelsgruppen (Tights.no), Zalando, Boozt og Hekta på Tur.
- Outlet-aktører som tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr, men primært av utgåtte modeller (f.eks. fjorårsmodeller) og EMV. Invent Sport (Sport Outlet) er den største aktøren innen outlet-produkter i Norge. All-sport er en annen aktør i dette segmentet med butikker på Norwegian Outlet i Vestby og Ålgård.
- Bredsortimentsaktører, for eksempel Biltema og Jula, som selger flere kategorier av sportsutstyr både i fysisk butikk og gjennom nettbutikk.
- Leverandører som er aktiv på detaljistledet med egne konseptbutikker, outlet-butikker og/eller nettbutikk. Eksempler på leverandører som har fysiske butikker og nettbutikker i Norge i tillegg til Bergans er Norrøna, Fenix Outdoor (bl.a. Fjällräven), BRAV (Swix mv.), Amer Sports (bl.a. Arcteryx og Peak Performance), Haglöfs og Stormberg. Leverandørbutikkene er kjennetegnet av at de tilbyr produkter innen én eller noen få kategorier av sportsutstyr, og utelukkende fra egen merkevare. Til gjengjeld tilbyr butikkene et tilnærmet fullt produktsortiment av det aktuelle merket. Leverandørenes produkter

¹⁵ Begge er eid av Egmont.

distribueres som regel likevel primært gjennom sportskjeder og frittstående butikker, jf. punkt 4.2.1 ovenfor.

- (44) Sport Holding, gjennom Sport 1 og Intersport, er en fullsortimentsaktør med fokus på et bredt utvalg av sportsutstyr. Bergans er aktiv på detaljistleddet med egne konseptbutikker og outlets som tilbyr produkter utelukkende fra Bergans egen merkevare. Som beskrevet i punkt 3.2 utgjør omsetningen fra salg direkte til sluttkunde (B2C) omtrent [REDACTED] av Bergans' totalomsetning fra salg av sportsutstyr i Norge.

5. Ingen horisontal overlapp mellom partenes virksomheter

5.1 Sport Holding og Bergans er aktive i ulike markeder på leverandør- og grossistleddet

- (45) Sport Holding leverer sportsutstyr i all hovedsak til de egneide og franchisedrevne butikkene i Sport 1 og Intersport. Produktutvalget består av kjente og mindre kjente merkevarer og EMV.
- (46) Grossistjenestene inngår videre i mer omfattende franchisetjenester som Sport Holding yter til medlemsbutikkene. Franchisetjenestene inkluderer også felles markedsføring og profilering av medlemmene, driftssystemer, regnskapstjenester og andre tjenester knyttet til butikkdrift.
- (47) Bergans er en produsent og leverandør av sportsutstyr av merket Bergans til sportskjeder (grossister/detaljister), frittstående sportsforretninger og nettbutikker. Bergans tilbyr også mulighet for direktekjøp av sportsutstyr til butikker som er franchisetakere i sportskjeder.
- (48) I Konkurransetilsynets begrunnede varsel om inngrep mot foretakssammenslutning av 20. august 2020¹⁶ («varsel om inngrep av 20. august 2020») i Sport 1/Gresvig-saken, vurderte Konkurransetilsynet det slik at Sport 1 og virksomheten etter Gresvig, nå Intersport, opererer i et norsk marked for grossist- og franchisetjenester. Videre var det Konkurransetilsynets vurdering at grossisttjenester som tilbys av leverandører, herunder Bergans, faller utenfor det markedet som Sport 1 og Intersport opererer i.
- (49) I tråd med Konkurransetilsynets vurderinger foreligger det således ingen overlapp mellom Sport Holding og Bergans' virksomheter på leverandør- eller grossistleddet.

5.2 Sport Holding og Bergans er aktive i ulike markeder på detaljistleddet

- (50) Sport Holding, gjennom Sport 1 og Intersport, er aktiv innen detaljhandel med sportsutstyr gjennom totalt ca. 360 egneide og franchisedrevne butikker, kombinert med nettbutikker. De aller fleste butikkene tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr innen ulike merkevarer.
- (51) Bergans er aktiv på detaljistleddet med nettbutikk og totalt 7 fysiske butikker i Norge. Butikkene selger tekstil/bekledning og friluftsutstyr utelukkende under Bergans' egen merkevare.

¹⁶ Varsel - Gjelsten Holding AS (Sport 1 Gruppen AS) / O.N. Sunde AS - deler av virksomheten til Gresvig Retail Group AS m.fl. - konkurranseloven § 16, jf. § 20 - inngrep mot foretakssammenslutning - begrunnet varsel.

- (52) I varsel om inngrep av 20. august 2020 la Konkurransetilsynet til grunn at Sport 1 og virksomheten etter Gresvig, nå Intersport, operer i et detaljistmarked for fysiske butikker som tilbyr et bredt utvalg av produkter innen ulike kategorier av sportsutstyr.
- (53) Etter Konkurransetilsynets vurdering tilbyr leverandørenes sportsbutikker et svært differensiert produkttilbud fra fullsortimentsaktører som Sport 1 og Intersport, både ved at de kun tilbyr én eller noen få produktkategorier, og ved at de tilbyr et bredere utvalg av sin egen merkevare sammenliknet med butikker som tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr. Leverandørenes butikker utøver, etter Konkurransetilsynets vurdering, også et ubetydelig konkurransestrykk mot det samlede produkttilbudet til fullsortimentsaktører.¹⁷ Leverandørenes butikker ble derfor vurdert til å falle utenfor det markedet for detaljhandel med sportsutstyr som Sport 1 og Intersport opererer i.
- (54) Konkurransespalten mellom fullsortimentsaktørenes og leverandørenes nettbutikker ble ikke eksplisitt vurdert i varsel om inngrep av 20. august 2020. Konkurransetilsynets skille mellom fysiske butikker med bredt utvalg av produkter innen ulike kategorier og sportsbutikker med smalere utvalg vil imidlertid gjøre seg gjeldende også for detaljhandel med sportsutstyr over nettet. Sport Holding og Bergans vil dermed ikke anses for å operere i det samme relevante markedet for detaljhandel med sportsutstyr over nett.
- (55) På bakgrunn av dette, og i tråd med Konkurransetilsynets vurderinger i varsel av 20. august 2020, foreligger det ingen overlapp mellom Sport Holdings og Bergans' virksomheter på detaljistleddet.¹⁸

6. Vertikal overlapp mellom partenes virksomheter - ingen konkurransebegrensende virkninger

6.1 Innledning

- (56) Bergans har virksomhet innen produksjon og salg av sportsutstyr til grossister og detaljister i Norge. Sport Holding kjøper inn sportsutstyr, blant annet fra Bergans, for videresalg i egne butikker og i butikker som er medlemmer av Sport 1 og Intersport. Det er derfor en vertikal overlapp mellom partenes virksomhet innen salg av sportsutstyr til henholdsvis grossister/detaljister og sluttbrukere.
- (57) De følger av punkt 6.2 - 6.4 nedenfor at den vertikale overlappen mellom partenes virksomhet ikke vil føre til utestengende virkninger eller på andre måter hindre effektiv konkurranse hva gjelder tilgang til eller salg av sportsutstyr i Norge etter foretakssammenslutningen.

¹⁷ Se f.eks. punkt 7.2.4.4.

¹⁸ I alle tilfelle vil en horisontal overlapp mellom partenes virksomhet være svært begrenset, da Bergans kun er til stede i det norske markedet med nettbutikk og syv egne butikker. Det er derfor utenkelig at foretakssammenslutningen vil kunne begrense konkurransen innen detaljhandel med sportsutstyr.

6.2 Relevante markeder

6.2.1 Marked for produksjon og salg av sportsutstyr til grossister/detaljister (leverandørmarked)

- (58) Etter partens oppfatning kan det avgrenses et eget produktmarked for utvikling og salg av sportsutstyr til grossister og detaljister, hvor Bergans opererer.
- (59) Kundene i markedet er primært sportskjeder (grossister/detaljister), frittstående sportsbutikker og rene nettaktører som kjøper inn sportsutstyr for videresalg til sluttkunde. Fordi de aller fleste grossistene i Norge er vertikalt integrert med egen virksomhet på detaljistleddet, ser ikke melder at det for denne meldingen er nødvendig å skille mellom salg til henholdsvis grossister og detaljister.
- (60) De fleste leverandører produserer og tilbyr sportsutstyr innen én eller noen få produktkategorier. Bergans tilbyr for eksempel sportsutstyr innen friluftsinspirert tekstil/bekledning og friluftsutstyr.
- (61) Ingen aktører er etter det melder kjenner til aktiv innen alle de ulike produktkategoriene av sportsutstyr. Videre er det begrenset etterspørselssubstitusjon mellom enkelte produktkategorier - for eksempel mellom produkter innen vintersport (ski/snowboard) og sykkel. Dette kan indikere at det eksisterer egne markeder i hvert fall for noen produktkategorier av sportsutstyr.
- (62) Etter melders vurdering er det ikke grunnlag for å segmentere markedet ytterligere etter det enkelte type produkt. Dette er fordi de fleste leverandører produserer og tilbyr et spekter av produkter innen sine produktkategorier. For eksempel vil en leverandør av friluftsutstyr normalt produsere og tilby både sovepose, liggeunderlag og telt, og en leverandør av tekstil/bekledning både yttertøy, gensere, bukser og t-skjorter. Videre, og selv om det vil være ulike grader av substituerbarhet mellom produktene som tilbys, knytter produktene seg normalt til samme aktivitet (f.eks. friluft) eller funksjon (f.eks. bekledning), og distribueres i neste ledd gjennom samme salgskanal - sportsbutikken.
- (63) Det er etter melders vurdering heller ikke grunnlag for å segmentere markedet etter ulike kvalitets- eller prissegmenter. De fleste leverandører tilbyr sportsutstyr innen flere ulike segmenter.
- (64) Det er uansett ikke nødvendig å ta endelig stilling til avgrensningen av det relevante produktmarkedet, da foretakssammenslutningen uavhengig av markedsavgrensning ikke vil hindre effektiv konkurranse.
- (65) Den geografiske utstrekningen av markedet for salg av sportsutstyr til grossister/detaljister dekker etter melders vurdering hele EØS. Utvalget i sportskjedenes og andres butikker består i det all vesentlige av utenlandske merkevarer som kjøpes inn fra kjente og mindre kjente merkevarer fra leverandører i hele EØS. For Intersport (gjennom franchiseavtale med Intersport International) og XXL handles også merkevarer inn sentralt (utenfor Norge) for videresalg i de ulike landene i Europa.

- (66) Flere leverandører, som for eksempel Nike¹⁹, har også besluttet å legge ned kontorer i Norge og heller betjene nordiske kunder fra Sverige. Også dette underbygger at det geografiske markedet for salg av sportsutstyr til grossister/detaljister er større enn nasjonalt.
- (67) Det er uansett ikke nødvendig å ta endelig stilling til avgrensningen av det geografiske markedet, da foretakssammenslutningen uavhengig av markedsavgrensning ikke vil hindre effektiv konkurranse. I det følgende vil virkninger av foretakssammenslutningen derfor drøftes i lys av et nasjonalt marked for salg av sportsutstyr, som etter melders vurdering er det minste tenkelige geografiske markedet.
- 6.2.2 Marked for salg av sportsutstyr til sluttkunde (detaljistmarked)
- (68) Sport Holding, gjennom Sport 1 og Intersport, er aktiv innen salg av sportsutstyr gjennom egneide og franchisedrevne sportsbutikker. De aller fleste butikkene tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr.²⁰ I tillegg er Sport Holding aktiv innen nettsalg av sportsutstyr gjennom flere nettsider.²¹
- (69) I varsel om inngrep av 20. august 2020 vurderte Konkurransetilsynet det slik at Sport 1 og virksomheten etter Gresvig, nå Intersport, er aktive i et eget detaljistmarked for fysiske butikker som tilbyr et bredt utvalg av produkter innen ulike kategorier av sportsutstyr. I dette markedet inngår, foruten Sport 1 og Intersport, også XXL, Stadion og andre mindre aktører som tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr. Spesialister, outlet-aktører, leverandører og breddeaktører som tilbyr sportsutstyr (Jula, Billema) faller utenfor det relevante markedet. Leverandører ble ansett for å utøve et ubetydelig konkurranstrykk mot fullsortimentsaktører som Sport 1 og Intersport, jf. også punkt 5.1 over.
- (70) Etter Konkurransetilsynets vurdering i varsel om inngrep av 20. august 2020 vil også salg av sportsutstyr på nett utgjøre et marked atskilt fra markedet for salg av sportsutstyr fra fysisk butikk. Nettet utøver etter tilsynets vurdering et forholdsvis begrenset konkurranstrykk på fysiske aktører.²²
- (71) I tråd med Konkurransetilsynets vurderinger kan det for denne meldingen avgrenses et produktmarked for detaljhandel med et bredt utvalg av sportsutstyr gjennom fysisk butikk, og et produktmarked for detaljhandel med et bredt utvalg av sportsutstyr over nettet.
- (72) Avgrensningen av det relevante produktmarkedet vil uansett ikke være avgjørende, da foretakssammenslutningen uavhengig av markedsavgrensning ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse.
- (73) I varsel om inngrep av 20. august 2020 la Konkurransetilsynet til grunn at det geografiske markedet for sportsutstyr solgt gjennom fysiske sportsbutikker har både en nasjonal og lokal dimensjon.

¹⁹ Se f.eks. artikkel <https://sportsbransjen.no/nyhetsarkiv/nike-sentraliserer-driften-for-norden> fra 10. mars 2021

²⁰ Butikkene som inngår i Løplabbet-kjeden er spesialiserte innen løp og løpeutstyr.

²¹ www.sport1.no, www.antonSPORT.no, www.sportsnett.no, www.loplabbet.no (utelukkende løp), www.intersport.no og www.milslukern.no

²² Jf. bl.a. varsel om inngrep av 20. august 2020, punkt 7.2.4.7.

(74) Etter melders oppfatning er det relevante markedet for salg av sportsutstyr over nett i det minste nasjonalt. Noen forbrukere kan foretrekke å handle på norske nettsider med priser oppgitt i NOK, og det vil for utenlandske aktører kunne være tollbarrierer knyttet til salg i Norge. Likevel er nettsidene til utenlandske aktører som Amazon (aktør innen sportsutstyr) noe av de mest besøkte i Norge, og har flere besøkende enn nettsidene til både XXL og Sport Holding.²³ Dette indikerer at den geografiske utstrekningen av markedet er større enn nasjonalt.

(75) Det er uansett ikke nødvendig å ta endelig stilling til avgrensningen av det relevante markedet, da foretakssammenslutningen uavhengig av markedsavgrensning ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse. For denne meldingen oppgis markedsandeler på nasjonale markeder for henholdsvis detaljhandel med sportsutstyr fra fysisk butikk og på nett.

6.3 Totalmarkeder og markedsandeler

6.3.1 Bergans' markedsandeler som leverandør

(76) Bergans er ikke kjent med offentlig tilgjengelig data som sier noe om størrelsen på leverandørmarkedet eller de ulike leverandørenes markedsandeler. Bergans har heller ikke tidligere gjort undersøkelser av totalmarkedet eller egne markedsandeler.

(77) For denne meldingens formål har Bergans gjort omtrentlige estimater på egen markedsstyrke:

(78) Etter partenes beregninger utgjør totalmarkedet for detaljhandel med sportsutstyr omkring 23 milliarder kroner i 2020, jf. punkt 6.3.2 nedenfor. Bergans hadde en omsetning fra salg til grossister/detaljister (for videresalg i detaljistmarkedet) og sluttkunder (detaljistomsetning) i Norge på henholdsvis [REDACTED]

[REDACTED] Basert på dette representerer Bergans [REDACTED] av omsetningen i detaljistmarkedet. Dette utgjør til sammen en andel på [REDACTED] og gir etter Bergans' vurdering også en indikasjon på Bergans' markedsandel som leverandør i det norske sportsmarkedet.

(79) Bergans har ikke vært i stand til å beregne markedsandeler innen snevrere produktsegmenter for friluftsbekledning- og utstyr, eller innen de enkelte produktgruppene (telt, liggeunderlag mv.) som Bergans tilbyr. [REDACTED]

²³ Se f.eks. <https://no.ehandel.com/her-er-nettbutikkene-med-flest-besok-i-norge>

6.3.2 Sport Holdings markedsandeler som detaljist

- (80) Norsk Sportsbransjeforening («Sportsbransjeforeningen») utarbeider oversikter over de ulike aktørenes markedsandeler innen detaljhandel med sportsutstyr. Oversiktene tar utgangspunkt i omsetning fra salg av sportsutstyr gjennom butikk og på nett, innrapportert fra sportskjeder, spesialister, leverandører og noen rene nettaktører.
- (81) Basert på Sportsbransjeforeningens oversikter estimeres det et totalmarked for detaljhandel med sportsutstyr på omkring 23 milliarder i 2020.²⁴ De egeneide butikkene og franchisebutikkene i Sport 1 og Intersport hadde en samlet omsetning på 6,8 milliarder i 2020. Dette gir Sport Holding en markedsandel på 29,5 %.
- (82) Melder bemerker at Sport Holdings markedsandel er noe overestimert, da innrapportert data for 2020 inkluderer omsetning fra enkelte butikker som ikke ble med videre i Sport Holding etter konkursen i Gresvig, eller som dette året ble lagt ned eller forlot kjeden.
- (83) Basert på markedsdata fra Sportsbransjeforeningen estimerer melder at de de norske sportskjedene²⁵ stod for en totalomsetning på omkring 14,4 milliarder i 2020.²⁶ Sportskjedene tilbyr et utvalg av sportsutstyr innen mange forskjellige kategorier, og markedsdataen gir derfor et estimat på et snevert totalmarked for detaljhandel med et *bredt utvalg av sportsutstyr* (fysisk butikk og nett). Estimaten inkluderer ikke omsetningen til frittstående sportsforretninger som tilbyr et bredt utvalg med sportsutstyr, for eksempel Oslo Sportslager, Olympia Sport eller Braasport, og er derfor konservativt. Sport Holding, på bakgrunn av en omsetning på 6,8 milliarder i 2020, har i dette markedet en estimert markedsandel på 47 %.
- (84) Melder er ikke kjent med offentlig tilgjengelig markedsdata som angir et snevert marked for detaljhandel med et bredt utvalg av sportsutstyr utelukkende på nett. Netthandel utgjør imidlertid en begrenset andel - omtrent [REDACTED] - av Sport Holdings totalomsetning, samtidig som det finnes en rekke aktører (både fysiske aktører med nettbutikk og rene nettaktører) som tilbyr et bredt utvalg av sportsutstyr på nett. Sport Holdings markedsandel på nett er derfor estimert til å være lavere enn markedsandelen innen detaljhandel med sportsutstyr fra fysiske butikker.

6.4 Ingen konkurransebegrensende virkninger av foretakssammenslutningen

- (85) Foretakssammenslutningen vil ikke føre til utestengende virkninger eller på annen måte hindre effektiv konkurranse hva gjelder tilgang til eller salg av sportsutstyr.

²⁴ Totalmarkedsestimatet tar utgangspunkt i Sportsbransjeforeningens oppgitte totalmarked på omkring 21,5 milliarder i 2019. Totalmarkedstall for 2020 ennå ikke er offentliggjort. Sportskjedene (XXL, Sport 1, Intersport mv.) har ifølge Sportsbransjeforeningen hatt en vekst på 7,05 % fra 2019 til 2020. I estimatet av totalmarkedet for 2020 er det lagt til grunn samme vekst fra 2019 som fra sportskjedene. Dette gir et totalmarked på omkring 23 milliarder kroner.

²⁵ Sportsbransjeforeningens statistikker inkluderer følgende som «sportskjeder»: XXL, Sport Holding, Sport 1, Intersport, Stadion, Sport Norge, Coop og MX Sport.

²⁶ Sportskjedene stod for en total omsetning (fysisk butikk og nett) på 13,5 milliarder kroner i 2019. Totalmarkedet for 2020 legger til grunn en vekst på 7,05 %, jf. også fotnote 26.

6.4.1 Innsatsfaktorutestengelse

(86)



(87) Dersom Sport Holding og Bergans skulle begrense XXLs - eller andre konkurrenters - tilgang til sportsutstyr etter foretakssammenslutningen vil konkurrentene, på samme måte som før foretakssammenslutningen, kunne henvende seg til en rekke alternative leverandører til Bergans:

- **Tekstil/bekledning - teknisk bekledning:** Det følger av XXLs nettside at sportskjeden tilbyr noe teknisk bekledning (skalljakker, isolasjonsjakker, turbukser mv.) fra Bergans. For eksempel er 41 av 151 skalljakker på XXLs nettside fra Bergans.²⁹ XXL tilbyr imidlertid teknisk bekledning også fra leverandører som Haglöfs, The North Face, Helly Hansen, Columbia, Lundhags, Mammut, Mountain Hardwear, Neomondo, Twentyfour og Didriksons, som alle vil fortsette å utgjøre alternativer til Bergans etter foretakssammenslutningen. XXL vil uavhengig av foretakssammenslutningen også kunne henvende seg til leverandører som Amundsen, Houdini, Marmot, Norrøna, Rab, Peak Performance, Fenix Outdoor (bl.a. Fjällräven) og Active Brands (bl.a. Johaug og Kari Traa).
- **Tekstil/bekledning - annen bekledning:** XXL tilbyr også annen bekledning fra Bergans, herunder gensere, mellomlag, bukser/shorts og liknende. Det finnes imidlertid en rekke alternative leverandører av denne type bekledning som XXL kan henvende seg til uavhengig av foretakssammenslutningen. XXL handler allerede inn og tilbyr tekstil/bekledning fra leverandører som Haglöfs, Helly Hansen, Brav (bl.a. Swix og Ulvang), Lundhags, Columbia, Active Brands (bl.a. Johaug, Dæhlie, Bula og Kari Traa), Norrøna, Mackenzie, The North Face, Twentyfour og Mountain Hardwear. XXL vil i tillegg kunne henvende seg til leverandører som Aclima, Amundsen, Brynje, Dale of Norway, Devold, Fenix Outdoor (bl.a. Fjällräven), Houdini og Rab.
- **Friluftsutstyr - telt:** Ifølge XXLs nettside er 13 av de 66 teltene som sportskjeden tilbyr fra Bergans.³⁰ XXL tilbyr også telt fra Brav (bl.a. Helsport), Mountain Hardwear, Nemo Equipment og Salewa, som vil utgjøre alternative leverandører også etter foretakssammenslutningen. XXL vil, på samme måte som før foretakssammenslutningen, også kunne kjøpe inn telt fra leverandører som Marmot, Jack Wolfskin, Urberg, The North Face og Robens.
- **Friluftsutstyr - liggeunderlag og soveposer:** XXL tilbyr sovepose fra Bergans. XXL kjøper i tillegg inn og tilbyr liggeunderlag og soveposer fra blant annet Mammut, Marmot, Mountain Hardwear, Salewa, Campx, Nemo Equipment, Phoxx, Gruezi bag, Sea To Summit

²⁷ Inkluderer innkjøp sentralt og fra medlemsbutikkene direkte.

²⁸ Inkluderer innkjøp sentralt og fra medlemsbutikkene direkte.

²⁹ Treff i XXLs nettbutikk på «skalljakke» per 20. august 2021.

³⁰ Treff i XXLs nettbutikk under kategorien «telt» per 20. august 2021.

og Trangoworld, og disse vil etter foretakssammenslutningen fortsatt utgjøre reelle alternativer til Bergans som leverandør. XXL kan i tillegg kjøpe inn liggeunderlag og soveposer fra leverandører som Haglöfs, The North Face, Fenix Outdoor (Fjällräven), Mounain Equipment, Brav (Helsport) og Rab.

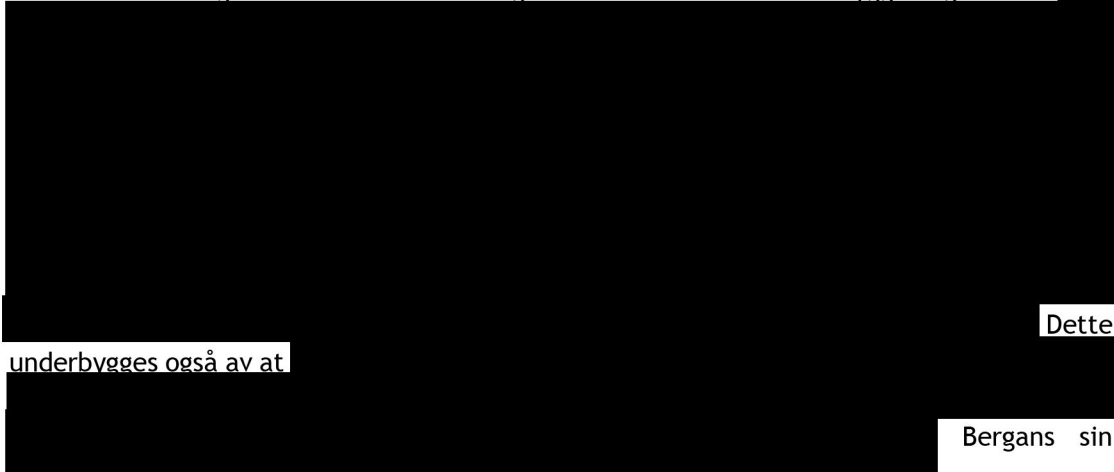
- **Friluftsutstyr - tursekker:** XXL kjøper inn og tilbyr tursekker fra blant annet Bergans. Ifølge sportskjedens hjemmeside er 21 av 50 tursekker fra Bergans.³¹ XXL tilbyr tursekker også fra leverandører som Deuter, Lundhags, Norrøna, Salewa og The North Face, og disse leverandørene vil fortsette å utgjøre reelle alternativer til Bergans etter foretakssammenslutningen. XXL vil også kunne henvende seg til leverandører som Gregory, Osprey, Urberg, Haglöfs, OMM, Swedemount, Ortovox og Naturehike.
 - **Friluftsutstyr - kano og kanoutstyr:** Ifølge XXLs nettside tilbyr sportskjeden kanoer fra Bergans og Hasle. Det finnes imidlertid også andre leverandører som XXL kan henvende seg til etter foretakssammenslutningen, for eksempel Vega, Sportspal, Old Town, Linderg og Pelican.

- (88) Skjermbilder av produkter som tilbys på XXLs nettside er også inntatt i meldingen som Vedlegg 8.

Vedlegg 8 Skjermbilder fra xxl.no datert 13. mars og 20. august 2021

- (89) De opplistede leverandørene tilbyr sportsutstyr innen tilsvarende prissegmenter som Bergans, og har mulighet til å øke sine leveranser til både XXL og andre konkurrenter av Sport Holding som svar på en eventuell leveransebegrensning etter foretakssammenslutningen. Sport Holding og Bergans mangler på bakgrunn av dette *mulighet* til å begrense konkurrenter av Sport Holding tilgang til sportsutstyr.

- (90) At det finnes fullgode alternativer til Bergans som leverandør underbygges også av en



³¹ Treff i XXLs nettbutikk under kategorien «tursekker» per 20. august 2021. Noen av disse Bergans-sekkene er imidlertid lik modell, men kun forskjellig farge.

tilstedeværelse er slikt sett ikke avgjørende eller viktig for omsetningen til Sport Holding eller XXL.

- (91) Det bemerkes også at Stadion, som er en stor aktør innen detaljhandel med et bredt utvalg av sportsutstyr i Norge, [REDACTED]³² fra Bergans i 2020. Også dette underbygger at Bergans verken er en nødvendig eller viktig leverandør for å kunne drive sportsvirksomhet.
- (92) Til sist fremheves det at produkter under Bergans' merkevare bare utgjør en marginal andel av sportsutstyret som selges av sportskjeder og butikker med et bredt utvalg av sportsutstyr. Fullsortimentsaktørene tilbyr også produkter fra alternative leverandører til Bergans, samt produkter innen en rekke andre produktkategorier. Det kan derfor utelukkes at en eventuell prisøkning eller annen utestengelsesstrategi knyttet til Bergans' produkter alene skal kunne ha noen innvirkning på konkurransen for detaljhandel med et bredt utvalg av sportsutstyr i Norge.

6.4.2 Kundeutestengelse

- (93) Sport Holding og Bergans kommer ikke til å ha *mulighet* til å begrense tilgang til kundegrunnlag for Bergans konkurrenter etter foretakssammenslutningen på en måte som er til skade for konkurransen.
- (94) De fleste konkurrentene til Bergans er internasjonale merkevarer som selger sine produkter i mange land og der norske kjeder og detaljister bare utgjør en begrenset del av kundegrunnlaget. En eventuell begrensning av tilgangen til distribusjon gjennom Sport Holdings butikker vil derfor ikke ha noen betydning for leverandørenes mulighet til å selge sine produkter.
- (95) Heller ikke vil kundeutestengelse være et problem hvis man ser på kun det norske markedet.
- (96) For det første utgjør Sport Holdings andel av det samlede norske markedet kun 29,5 % når man ser fysiske butikker og netthandel under ett, uavhengig av bredt eller smalt utvalg. Det vil etter foretakssammenslutningen derfor fortsatt være andre fullsortimentsaktører som konkurrenter av Bergans kan levere sportsutstyr til, herunder Stadion og XXL, samt sportskjeder og -butikker som er spesialiserte innenfor friluft (f.eks. VPG, Fjellsport, AddNature, Outnorth og HektaPåTur) og en rekke rene nettaktører.
- (97) For det andre har de fleste av disse leverandørene allerede nettbutikker som retter seg mot det norske markedet. Bergans hadde i 2020 en B2C-omsetning på ca. [REDACTED]
- (98) Sport Holding og Bergans vil på bakgrunn av dette ikke kunne begrense konkurrenter av Bergans tilgang til kundegrunnlag på en måte som vil være til skade for konkurransen.
- (99) Sport Holding og Bergans vil heller ikke ha *insentiver* til å begrense tilgang til kundegrunnlag for Bergans konkurrenter på en måte som vil være til skade for konkurransen. Som fullsortimentsaktør er Sport Holding avhengig av kunne tilby et bredt utvalg av produkter og

³² Inkluderer innkjøp sentralt og fra medlemsbutikkene direkte.

merkevarer for å være konkurransedyktig - også innen de produktkategorier som Bergans konkurrerer i. Det vil derfor være i Sport Holdings økonomiske interesse å fortsette og tilby forbrukerne et attraktivt utvalg av merkevarer, og dermed fortsatt kjøpe inn sportsutstyr også fra konkurrenter av Bergans.

- (100) På bakgrunn av ovennevnte vil ikke foretakssammenslutningen føre til utestengende virkninger eller på andre måter hindre effektiv konkurranse hva gjelder tilgang til eller salg av sportsutstyr i Norge.

6.5 Partenes viktigste kunder, konkurrenter og leverandører

- (101) Oversikter over partenes viktigste kunder, konkurrenter og leverandører er vedlagt meldingen.

Vedlegg 9

Vedlegg 10

6.6 Etableringsmuligheter

- (102) I leverandørmarkedet finnes det allerede en rekke velkjente leverandører, også innen de produktkategorier hvor Bergans opererer. Til tross for det har man særlig innenfor bekledning sett at en rekke tidligere idrettsutøvere har etablert sine egne merkevarer, for eksempel Ulvang, Dæhlie, Northug, Kjus, Kari Traa og Johaug, som er tilgjengelig hos de fleste norske sportsbutikker og på nett. Et annet eksempel på nytt merke er Amundsen. Det er god tilgang til produsenter som kan produsere og utvikle også teknisk bekledning. Den største barrieren mot å etablere en ny merkevare er tvert om at det allerede i dag eksisterer en flora av sterke og kjente brands innenfor alle produktkategorier.
- (103) Detaljistmarkedet for salg av sportsutstyr er preget av høy etableringstakt de senere årene. XXL etablerte sin første fysiske butikk i 2001, og er nå en av markedslederne både innen salg fra fysisk butikk og på nett. Tilsvarende etablerte Invent Sport (Sport Norge og Sport Outlet) sine første butikker for under 10 år siden og har nå like under 1 milliard kroner i omsetning. Markedsutviklingen er også kjennetegnet av etableringen av stadig flere nettaktører. Blant noen av de som har hatt en betydelig vekst de siste årene og siden etablering er Fjellsport³³, GetInspired³⁴, Milrab³⁵ og HektaPåTur³⁶.
- (104) En ny aktør i markedet for salg av sportsutstyr fra fysiske utsalgssteder vil ha behov for egnede lokaler, personale med ulik type kompetanse og innkjøpsordninger, og kapital til å dekke kostnader til husleie, innredning samt øvrige kostnader knyttet til etablering. Det vil dermed være noen barrierer knyttet til etablering.

³³ Fjellsport hadde en omsetningsvekst fra 116 millioner kroner i 2015 til 401 millioner kroner i 2019.

³⁴ GetInspired hadde en omsetningsvekst fra 79 millioner kroner i 2015 til 272 millioner kroner i 2019.

³⁵ Milrab har hatt en årlig vekst på 50 prosent over flere år, og over 300 prosent vekst i 2020. Se uttalelse i artikkel fra E24 13. oktober 2020: <https://e24.no/boers-og-finans/i/qLdmlz/milrab-passerer-en-halv-milliard-i-omsetning-vurderer-boersnotering>

³⁶ HektaPåTur ble etablert i 2015 og har vært lønnsom siden etablering, se f.eks.

<https://www.dn.no/handel/xxl/outnorth/fjellsportno/skapte-nok-en-superlønnsom-nettbutikk-det-dukker-opp-en-ny-nettbutikk-nesten-hver-dag/2-1-546149>

- (105) Ved en etablering av en ren nettaktør vil ikke de ovenfor nevnte barrierene knyttet til egnende lokaler og kapital til dekning av husleie mv. gjøre seg gjeldende. Etableringsbarrierene for nettaktører vil dermed være vesentlig lavere enn for aktører med fysiske utsalgssteder. Dette eksemplifiseres f.eks. ved at en rekke av leverandørene har egne nettbutikker.

7. Unntak fra offentlighet

- (106) Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter som skal unntas offentlighet. Forretningshemmelighetene er markert med **farget** bakgrunn. En begrunnelse for forretningshemmelighetene som skal unntas offentlighet følger vedlagt.

Vedlegg 11 Begrunnelse for forretningshemmeligheter

* * *

Med vennlig hilsen,
Advokatfirmaet BAHR AS



Annette Greve
Advokatfullmektig

Ansvarlig advokat: Helge Stemshaug