
Melding av foretakssammenslutning

ONNINEN AS'

ervert av kontroll over

ELEKTROSKANDIA NORGE AS

30. januar 2023

OFFENTLIG VERSJON

1 OPPSUMMERING

- (1) Foretakssammenslutningen gjelder Onninen AS ("**Onninen**") sitt erverv av enekontroll over Elektroskandia Norge AS ("**Elektroskandia**") (sammen omtalt som "**partene**") gjennom kjøp av 100 prosent av aksjene i selskapet ("**transaksjonen**"). Både Onninen og Elektroskandia har virksomhet innen distribusjon av elektroprodukter til profesjonelle kunder i Norge.
- (2) Partene har hovedsakelig overlappende virksomhet innen grossistsalg av elektroprodukter til profesjonelle kunder i et nasjonalt marked, samt i mulige lokale markeder i Bergen, Bodø, Oslo, Stavanger / Sandnes og Trondheim, hvor partene har fysiske butikker.
- (3) Foretakssammenslutningen er meldepliktig til Konkurransetilsynet, men vil ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse etter konkurranseloven § 16 første ledd av følgende grunner:
 - Foretakssammenslutningen vil ikke resultere i at en dominerende stilling skapes eller styrkes i markedet for grossistsalg av elektroprodukter til profesjonelle kunder i Norge. Etter gjennomføring av transaksjonen vil Onninen fortsatt møte sterk konkurranse fra både flere større og mindre konkurrenter i markedet. Partenes samlede markedsandel vil ikke overstige ■ prosent i et samlet markedet for grossistsalg av elektroprodukter til profesjonelle kunder. Selv om Konkurransetilsynet skulle legge til grunn en snever markedsavgrensning som kun tar i betraktning salg fra tradisjonelle elektrogrossister, vil ikke partenes samlede markedsandel overstige ■ prosent. Transaksjonen vil således ikke føre til etablering av en aktør med mulighet eller incentiv til å utøve markedsrett, uavhengig av hvilken markedsavgrensning som legges til grunn.
 - Partene har undersøkt konkurransen i de lokale markedene hvor Onninen og Elektroskandia har overlappende virksomhet. Undersøkelsen viser at transaksjonen kun gir opphav til berørte markeder i Bergen, Bodø og Trondheim. Partenes samlede markedsandeler vil imidlertid ikke overstige ■ prosent i noen av disse markedene. Det er tilstrekkelig konkurranse fra flere konkurrerende elektrogrossister med butikker i nedslagsfeltet, og uansett er partenes butikker ikke lokalisert nærmest hverandre i noen av de lokale markedene, hvilket indikerer at partene ikke er hverandres nærmeste konkurrenter.
 - Dersom Konkurransetilsynet legger til grunn en snever markedsavgrensning, må det vektlegges at partene, i tillegg til konkurranse fra tradisjonelle elektrogrossister, også møter betydelig konkurransepress fra produsenter av elektroprodukter (såkalte "**OEM-er**"¹) som selger direkte til profesjonelle kunder. Slikt direktesalg fra OEM-er utgjør om lag 56 prosent av det totale grossistsalget av elektroprodukter til profesjonelle kunder i Norge. Dette skjerper den allerede sterke konkurransen i markedet ytterligere.
 - Etableringshindringene i markedet for grossistsalg av elektroprodukter er lave, og generell vekst i markedet over tid motiverer til både nyetablering og utvidelser. Eksempelvis har Elektroimportøren etablert seg som en betydelig konkurrent i markedet etter at selskapet ble kjøpt opp av Herkules Kapital AS.

¹ 'Original equipment manufacturers'.

- Endelig er både kundene og leverandørene i markedet ofte store, sofistikerte selskaper med betydelig kjøper-/markedsrett, som begrenser enhver aktørs evne (inkludert partene etter transaksjonen) til å implementere noen form for utnyttende eller ekskluderende strategi.
- (4) Onninen og Elektroskandia har også overlappende virksomhet innen markedet for innkjøp av elektroprodukter i Norge. Uavhengig av hvilken markedsavgrensning som legges til grunn, vil imidlertid ikke partenes samlede markedsandel gi opphav til et berørt marked etter konkurranseloven § 18a, første ledd, bokstav e).
- (5) Det er følgelig ikke grunnlag for inngrep mot foretakssammenslutningen etter konkurranseloven § 16.

2 KONTAKTINFORMASJON

2.1 Foretak som erverver kontroll

Navn: Onninen AS
Org.nr.: 979 692 900
Adresse: Høgslundveien 49, 2020 Skedsmokorset

2.2 Representant

Navn: Wikborg Rein Advokatfirma AS
Kontakt: Elin Gildberg Opheim / Stuart Stock / Mads Magussen
Adresse: Postboks 1513 Vika, 0117 Oslo
Telefonnummer: +47 481 39 096 / +47 482 87 812 / +47 932 15 983
E-post: ego@wr.no / sts@wr.no / mma@wr.no

2.3 Andre involverte foretak

Navn: Elektroskandia Norge AS
Org.nr.: 977 454 700
Adresse: Fugleåsen 6, 1405 Langhus

2.4 Representant

Navn: Advokatfirmaet Thommessen AS
Kontakt: Elen Ingrid Botten / Eivind Vesterkjær
Adresse: Postboks 1484 Vika, 0116 Oslo
Telefonnummer: +47 916 84 103 / +47 909 66 843
E-post: eic@thommessen.no / eve@thommessen.no

3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

- (6) Meldingen gjelder Onninens erverv av enekontroll over Elektroskandia gjennom kjøp av 100 prosent av aksjene i selskapet fra Elektroskandia Norway Holding AS. Partene signerte aksjekjøpsavtalen 27. januar 2023, og avtalen med vedlegg følger vedlagt som:

Bilag 1: Signert aksjekjøpsavtale datert 27. januar 2023

- (7) Gjennom kjøp av 100 prosent av aksjene i Elektroskandia vil Onninen ved gjennomføring av transaksjonen på varig grunnlag overta enekontroll over Elektroskandia i henhold til konkurranseloven § 17.

- (8) Den strategiske og økonomiske begrunnelsen for transaksjonen er [REDACTED]
[REDACTED],²
[REDACTED].³

- (9) Gjennomføring av transaksjonen er betinget av godkjenning fra Konkurransetilsynet. Transaksjonen er ikke meldepliktig til andre konkurransemyndigheter.

4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAKENE

4.1 Onninen AS

- (10) Onninen er en norsk distributør av elektroprodukter til profesjonelle kunder.⁴ Selskapet selger sine produkter gjennom flere distribusjonskanaler, deriblant gjennom dedikerte salgsrepresentanter og på nett. Som en del av tilbudet har også Onninen 19 butikker lokalisert over hele Norge, som illustrert i oversikten inntatt nedenfor. I tillegg har Onninen et distribusjonssenter lokalisert i Berger i Lillestrøm.

Bilag 2: Oversikt over Onninens butikker

- (11) Videre administrerer Onninen elektrikerkjeden Elfag. Kjeden består av om lag 100 uavhengige elektroselskaper spredt over store deler av landet, som tilbyr elektrikertjenester til både små og store prosjekter. Medlemskap i Elfag-kjeden gir medlemmene rett til visse kjøpsfordeler fra Onninen, samt profilerings- og markedsføringsfordeler under Elfag-merkevaren. [REDACTED]
[REDACTED], men Onninen er ikke selv aktiv innen salg av elektrikertjenester.
- (12) Onninen er også minoritetseier i Edison Data AS (20 %), et selskap som tilbyr en database for kvalitetssikret produktdata⁵ fra produsenter av elektroprodukter.
- (13) Onninen har hovedkontor i Lillestrøm, og hadde om lag 360 ansatte ved utgangen av 2021. Samlet omsatte Onninen for omtrent NOK 2 982 millioner i 2021. Onninen er medlem av bransjeorganisasjonene Virke og EFO.

² Som nærmere [REDACTED].

³ For mer informasjon om synergier vises det til kapittel 8 nedenfor.

⁴ Samt et svært begrenset salg av relaterte produkter, som nærmere beskrevet nedenfor.

⁵ Eksempelvis informasjon om størrelser, modellnummer, tiltenkt bruk samt andre produktspesifikasjoner.

- (14) Kesko Corporation ("**Kesko**") eier 100 prosent av aksjene i Onninen, og er den kontrollerende eieren av konsernet. Kesko er et finsk børsnotert konsern med virksomhet innen de tre hovedsegmentene (i) dagligvarehandel, (ii) byggevare- og teknisk handel, og (iii) bilimport og -salg. Kesko har hovedsakelig virksomhet i Finland, men innen segmentet byggevare- og teknisk handel har Kesko også virksomhet i Norge, Sverige, Baltikum⁶ og Polen.⁷
- (15) En oversikt over Keskos datterselskaper fremgår av konsernets årsrapport,⁸ inntatt som:
- Bilag 3:** Årsrapport og årsberetning for Kesko Corporation for 2021
- (16) Hovedkontoret til Kesko ligger i Helsinki, og konsernet hadde om lag 17 400 ansatte ved utgangen av 2021. Samlet omsatte Kesko for om lag EUR 11,3 milliarder i 2021. Kesko, datterselskapene og de selvstendige K-forhandlerne danner til sammen K Group, som i 2021 hadde mer enn 1 800 tilknyttede butikker.⁹
- (17) Kesko har virksomhet innen byggevare- og teknisk handel i Norge gjennom de heleide datterselskapene Onninen og Byggmakker Handel AS ("**Byggmakker Handel**"). Byggmakker Handel driver detaljhandel av byggevarer til forbrukere og profesjonelle kunder gjennom 57 egeneide fullsortiments byggevarerhus. Videre eier Byggmakker Handel kjedekonseptet Byggmakker, som blant annet omfatter felles innkjøp, salgssystemer, profilering og markedsføring, og som består av 32 tilknyttede franchise-butikker lokalisert over store deler av Norge.¹⁰ Byggmakker Handel er ikke aktiv i de samme markedene som Onninen.
- (18) Endelig eier Kesko et fåtalls eiendommer i Norge gjennom det heleide datterselskapet Rake Eiendom AS.
- (19) Ytterligere informasjon om Onninen er tilgjengelig på selskapets hjemmesider (<https://www.onninen.no/om-oss>). For ytterligere informasjon om Kesko vises det til konsernets hjemmeside (<https://www.kesko.fi/en/company/>).

4.2 Elektroskandia AS

- (20) Elektroskandia er en norsk distributør av elektroprodukter til profesjonelle kunder. Selskapet har til sammen ni butikker og fire salgskontorer spredt over store deler av landet. I tillegg har selskapet et distribusjonssenter lokalisert utenfor Oslo på Langhus. En oversikt over samtlige av Elektroskandias lokaliteter er inntatt som:

Bilag 4: Oversikt over Elektroskandias butikker og salgskontorer¹¹

- (21) Elektroskandia har ingen datterselskaper, men er minoritetseier i Edison Data AS (20 %). Edison Data AS er som nevnt i avsnitt (12) et selskap som tilbyr en database for kvalitetssikret produktdata fra produsentene av elektroprodukter. XXXXXXXXXX

⁶ Kesko har også noe begrenset virksomhet innen segmentet for import og salg av biler i Baltikum.

⁷ Kesko har i tillegg virksomhet innen bygg og oppussing i Belarus gjennom fellesforetaket Kesko Senukai.

⁸ Se Keskos årsrapport for 2021, inntatt som Bilag 2, avsnitt 5.2 på side 108 flg. For ordens skyld bemerker Kesko at aksjene i selskapet T.M. Christensen VVS Detaljer AS (66 %) ble solgt i 2022.

⁹ Dersom årsverkene og omsetningen fra alle konsernets selvstendige forhandlere tas i betraktning hadde konsernet om lag 39 000 ansatte og en omsetning på EUR 15 milliarder i 2021. For mer informasjon vises det til Keskos årsrapport for 2021, inntatt som Bilag 2.

¹⁰ Det bemerkes at kun 22 av disse butikkene er profilerte med merkevaren Byggmakker.

¹¹ Merk at oversikten inntatt som Bilag 4 er fargekodet slik at Elektroskandias fysiske butikker er markert i blått, salgskontorene er markert i grått og distribusjonssenteret på Langhus er markert i rødt.

[REDACTED].¹²

- (22) Selskapet er et heleid datterselskap av Elektroskandia Norway Holding AS, et selskap som inngår i Rexel-konsernet. Rexel-konsernet består av en rekke selskaper med virksomhet innen salg av elektro-, varme-, belysnings- og VVS-utstyr. Konsernet har lokaliteter spredt over hele verden i 24 ulike land.¹³
- (23) Elektroskandia har hovedkontor på Langhus og hadde ved utgangen av 2021 om lag 265 ansatte. Selskapet hadde en omsetning på omtrent NOK 2 700 millioner i 2021. Elektroskandia er medlem av bransjeorganisasjonene Virke og EFO.
- (24) For ytterligere informasjon om Elektroskandia vises det til selskapets hjemmesider (<https://www.elektroskandia.no/om-oss/>).

4.3 Omsetning og driftsresultat i Norge

- (25) Nedenfor følger en oversikt over Kesko, Onninen og Elektroskandia sin respektive omsetning og driftsresultatet i Norge for siste reviderte regnskapsår.

Tabell 1: Partenes omsetning og driftsresultat i Norge for 2021

Involverte foretak	Omsetning (MNOK)	Driftsresultat (MNOK)
Kesko ¹⁴	10 263 ¹⁵	650
Onninen	2 982	160
Elektroskandia	2 708	68

5 RELEVANTE MARKEDER

5.1 Innledning

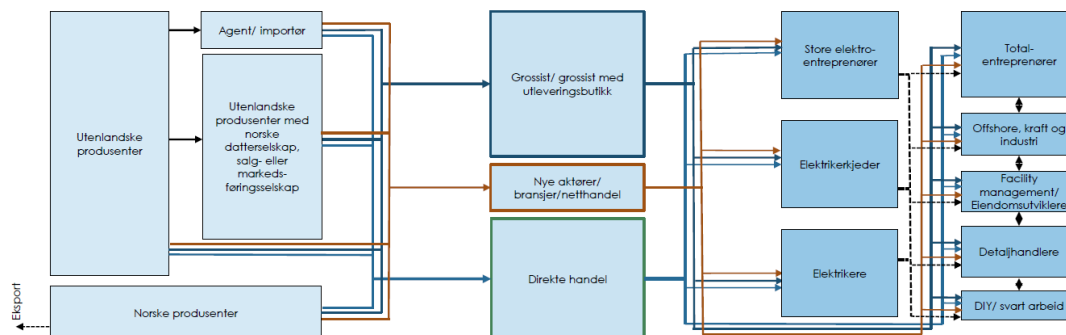
- (26) Som beskrevet i punkt 4.1 og 4.2 ovenfor, har partene overlappende virksomhet innen grossistsalg av elektroprodukter til profesjonelle kunder i Norge.
- (27) Verdikjeden for salg av elektroprodukter i Norge består hovedsakelig av salg fra grossister, samt direktesalg fra produsenter av elektroprodukter, såkalte OEM-er. Kundene er primært selskaper som tilbyr elektriker tjenester, eksempelvis elektrikere eller elektrikerkjeder, energiselskaper, entreprenører, byggefirmaer, mv. En oversikt over verdikjeden er inntatt nedenfor.

¹² [REDACTED]

¹³ Per 31. desember 2021.

¹⁴ Inkludert Onninen.

¹⁵ Omsetningen er konvertert fra EUR til NOK ved bruk av ECBs gjennomsnittlige vekslingskurs for 2021 (10,1633).

Figur 1: Verdikjeden for salg av elektroprodukter i Norge¹⁶

- (28) For ytterligere informasjon om verdikjeden og de ulike aktørene til stede i denne, vises det til rapporten utarbeidet av Varde Hartmark for 2018 ("**Varde Hartmark-rapporten**"), inntatt som:

Bilag 5: Varde Hartmark, Markedet for elektrotekniske varer, utstyr og materiell 2018¹⁷

- (29) Partene er ikke kjent med at Konkurransetilsynet har tatt endelig stilling til avgrensningen av markedet for salg av elektroprodukter i sin tidligere praksis. EU-kommisjonen ("**Kommisjonen**") har derimot vurdert et markedet for salg og distribusjon av installasjonsprodukter, som både kan vurderes i et nedstrømsmarked for grossistsalg og i et oppstrømsmarked for innkjøp av slike produkter. Begge disse markedene er potensielt relevante markeder i forbindelse med transaksjonen, og vurderes etter tur i de følgende kapitler.

5.2 Markedet for salg og distribusjon av installasjonsprodukter

5.2.1 Det relevante produktmarkedet

- (30) Senest i 2021 la Kommisjonen til grunn at markedet for salg og distribusjon av 'installasjonsprodukter' utgjør et segment av det bredere markedet for spesialistdistribusjon av byggematerialer.¹⁸
- (31) Videre har Kommisjonen lagt til grunn at markedet for salg og distribusjon av installasjonsprodukter kan segmenteres ytterligere basert på:

- **Distribusjonskanal.** Kommisjonen har i flere saker lagt til grunn at markedet for salg og distribusjon av installasjonsprodukter kan segmenteres basert på distribusjonskanalene (i) grossistsalg,¹⁹ (ii) detaljhandel til profesjonelle kunder, og (iii)

¹⁶ Hentet fra Varde Hartmark-rapporten, inntatt som Bilag 5 nedenfor, side 23.

¹⁷ Det bemerkes at denne rapporten var utarbeidet i 2018, og inneholder derfor til dels utdatert informasjon sammenlignet med markedskarakteristika per i dag. Rapporten er likevel vedlagt for å gi Konkurransetilsynet en beskrivelse av verdikjeden, samt generelle markedskarakteristika.

¹⁸ Se eksempelvis COMP/M.10164, CVC / Stark Group. Merk at Kommisjonen også har vurdert et separat marked for verktøy og utstyr, men da i saker hvor dette var en vesentlig del av partenes virksomhet. Ettersom både Onninen og Elektroskandia selger et helt begrenset utvalg av slike produkter (totalt kun om lag █ prosent av Onninenes omsetning i 2021 og kun █ prosent av Elektroskandias omsetning), og slike produkter kun tilbys som en del av partenes 'one-stop-shop' for elektroprodukter til grossistkunder, anses ikke et slikt marked relevant for denne meldingens formål.

¹⁹ Ikke inkludert direkte salg fra produsenter eller salg fra detaljister, se eksempelvis COMP/M.5029, Sonepar / Rexel Germany, avsnitt 11 flg.

detaljhandel til forbrukere (primært gjennom DIY-butikker); og

- **Produktkategori.** Kommisjonen har også vurdert om det innenfor de ovennevnte segmentene må skilles mellom ulike produktkategorier. Kommisjonen har spesielt vurdert hvorvidt salg og distribusjon av henholdsvis (i) produkter for varme, ventilasjon og klimaanlegg (såkalt "**HVAC-produkter**"²⁰), og (ii) elektroprodukter, utgjør separate markeder. Kommisjonen har imidlertid holdt den endelige konklusjonen åpen.
- (32) Partene er som nevnt aktive på grossistnivå for salg og distribusjon av elektroprodukter, samt i en helt ubetydelig grad innen grossistsalg av HVAC-produkter. Partene selger sine produkter til en rekke kunder på tvers av flere bransjer, herunder store energiselskaper, entreprenører, byggefirmaer, og selskaper som tilbyr elektrisk tjenester. Partene inngår avtaler som gir kundene tilgang til levering av en rekke ulike produkter.
- (33) I tillegg har partene fysiske butikker lokalisert rundt om i landet hvor de har et mer begrenset salg av elektroprodukter 'over disk' til sine profesjonelle kunder. Slikt salg inngår som en supplementær del av elektrogrossistmodellen, ved at det gir partenes kunder mulighet til å handle enkeltprodukter på kort varsel ved behov. Kundene handler ved slikt kjøp produkter under eksisterende rammeavtaler for grossistkjøp,²¹ og omsetningen til den konkrete butikken varierer i stor grad av hvilke nasjonale rammeavtaler som er inngått.²² Tilsvarende forretningsmodell benyttes også av de øvrige elektrogrossistene i Norge.²³ Etter partenes syn er derfor hverken Onninen eller Elektroskandia aktive i markedet for detaljisthandel av elektroprodukter, slik dette markedet tidligere er vurdert av Kommisjonen.
- (34) Videre bemerker partene at direktesalg fra OEM-er utgjør om lag 56 prosent av det totale salget av elektroprodukter til profesjonelle kunder i Norge.²⁴ Følgelig fremstår det klart at kunden kan velge mellom kjøp fra grossister eller fra OEM-er, og at kunden i mange tilfeller bytter mellom slike leverandører fra prosjekt til prosjekt. Byttekostnadene forbundet med dette er så godt som ikke-eksisterende. Eksempelvis viser Onninen til at [REDACTED], kjøper betydelige volum direkte fra OEM-er, samt at også andre kunder som tidligere var sentrale for Onninen ([REDACTED]) de siste årene har økt sine innkjøp fra OEM-er betydelig. Tilsvarende viser Elektroskandia til at også flere av deres kunder, slik som eksempelvis [REDACTED], kjøper både fra elektrogrossister og direkte fra OEM-er.
- (35) I lys av dette legger partene til grunn at deres grossistvirksomhet i Norge inngår i samme produktmarked som direktesalg av elektroprodukter fra OEM-er. En slik markedsavgrensning samsvarer med hvordan kunder opptrer i markedet, samt også med hvordan partene opplever konkurransesituasjonen i Norge. Ettersom transaksjonen selv ikke innenfor det snevrest mulige produktmarkedet definert av Kommisjonen vil kunne hindre effektiv konkurransen, er det imidlertid ikke nødvendig å ta endelig stilling til markedsavgrensningen på dette punktet. For denne meldingens formål vil partene derfor vurdere grossistmarkedet for elektroprodukter både med og uten direktesalg fra OEM-er.
- (36) Etter partenes syn er det videre ikke grunn til å segmentere produktmarkedet ytterligere basert på ulike produktkategorier (dvs. mellom salg av henholdsvis HVAC-produkter og andre

²⁰ 'Heating, ventilation and air conditioning products'.

²¹ Tilsvarende gjelder også salg gjennom partenes nettbutikker, hvor det blant annet stilles krav om å være registrert med kundenummer (organisasjonsnummer) for å handle produkter.

²² Eksempelvis har flestepartene av partenes viktigste kunder i de lokale markedene nasjonale rammeavtaler, se Tabell 10 og 11 nedenfor.

²³ Med unntak av Elektroimportøren som har en mer tradisjonell detaljistmodell, se avsnitt (53) og fotnote 60 nedenfor.

²⁴ Se Varde Hartmark-rapporten, inntatt som Bilag 5, side 28.

elektroprodukter). Ettersom Onninen og Elektroskandia har sin hovedvirksomhet innen salg av elektroprodukter, vil partene for denne meldingens formål likevel vurdere transaksjonen i dette snevre segmentet.²⁵ I tråd med Kommisjonens tidligere praksis er det ikke nødvendig med ytterligere segmentering innen markedet for grossistsalg av elektroprodukter.²⁶

- (37) Basert på dette legges det til grunn at det relevante produktmarkedet for denne meldingens formål er markedet for grossistsalg av elektroprodukter.

5.2.2 *Det relevante geografiske markedet*

- (38) I tidligere praksis har Kommisjonen funnet at markedet for grossistsalg av elektroprodukter er minst nasjonalt i utstrekning, men har holdt den nærmere avgrensningen åpen.²⁷

- (39) Partene slutter seg til at konkurransen i markedet for grossistsalg av elektriske produkter hovedsakelig finner sted på et nasjonalt nivå. Både partenes og deres konkurrenter er nasjonale aktører, og leverandør- og kundeavtalene er oftest fremforhandlet sentralt for bruk over hele Norge. I meldingen legger partene dermed til grunn at markedet som utgangspunkt er av nasjonal utstrekning.

- (40) Som beskrevet i avsnitt (33) ovenfor, har partene og deres konkurrenter også et begrenset salg av produkter gjennom fysiske butikker for å betjene behovet for supplerende kjøp fra grossistkunder med virksomhet i disse lokale områdene. I tidligere praksis har Kommisjonen vurdert at det kan være aktuelt å vurdere potensielle lokale aspekter ved grossistmarkedet dersom nærhet og lokal levering er viktige parameter for kunden.²⁸ I en sak som gjaldt Tyskland, vurderte eksempelvis Kommisjonen både (i) et snevet lokalt marked med en kjøreavstand på 80 kilometer radius fra de aktuelle utsalgsstedene, samt (ii) et nasjonalt marked. Kommisjonen holdt i denne saken åpent om markedet skulle avgrenses nasjonalt eller lokalt, da den aktuelle foretakssammenslutningen uansett ikke ville begrense konkurransen.²⁹

- (41) Selv om partene i utgangspunktet legger til grunn at markedet for grossistsalg av elektroprodukter er av nasjonal utstrekning, vil det for denne meldingens formål også oppgis informasjon om de potensielt lokale markedene hvor partene har overlappende virksomhet. I tråd med Kommisjonens tidligere praksis legger partene til grunn at de lokale markedene har et nedslagsfelt på 80 kilometers kjøreavstand i radius fra Elektroskandias butikker.³⁰

²⁵ Ettersom partenes grossistsalg av HVAC-produkter er helt ubetydelig (kun ■ prosent av Onninenes omsetning og ■ prosent av Elektroskandias omsetning), foreligger det ikke et nevneverdig overlapp mellom partene i et slikt potensielt segment. Partene gir derfor ingen ytterligere opplysninger om et potensiell marked for grossistsalg av HVAC-produkter i denne meldingen.

²⁶ Se eksempelvis COMP/M.4963, Rexel / Hagemeyer, avsnitt 16 flg.

²⁷ Se eksempelvis COMP/M.8469, Sonepar Italia / Sacchi, avsnitt 17 til 19, og COMP/M.7910, Kesko / Onninen, avsnitt 24.

²⁸ Se eksempelvis COMP/M.8469, Sonepar Italia / Sacchi, avsnitt 17.

²⁹ Se eksempelvis COMP/ M.5029, Sonepar / Rexel Germany, avsnitt 25.

³⁰ Det bemerkes for øvrig at konkurransevurderingen i begrenset grad vil påvirkes selv om en kortere kjøreavstand benyttes, se fotnote 56 og 62 nedenfor.

5.3 Markedet for innkjøp av elektroprodukter

5.3.1 Det relevante produktmarkedet

(42) Kommisjonen har i tidligere praksis lagt til grunn at også oppstrømsmarkedet for innkjøp av elektroprodukter må vurderes.³¹ I den sammenheng har Kommisjonen lagt til grunn at:

- Salg fra OEM-er til både elektrogrossister og detaljister (inkludert såkalte DIY-detaljister) inngår i innkjøpsmarkedet;³² og
- Innkjøpsmarkedet kan segmenteres på grunnlag av visse produktkategorier slik som (i) kabler, (ii) lyskilder og -utstyr, (iii) installasjonsutstyr, slik som kontrollpanel og transformatorer, (iv) HVAC-produkter, og (v) kommunikasjons- og sikkerhetsprodukter, slik som overvåking-, tilgangskontroll-, tale- og dataoverføringsutstyr.³³ Kommisjonen har begrunnet en slik segmentering med at OEM-er ofte er spesialisert innen en eller flere av de ovennevnte produktkategoriene, selv om deres kunder normalt kjøper på tvers av alle eller flere kategorier for å oppfylle sine egne behov.

(43) Etter partenes syn er det ikke grunnlag for å segmentere innkjøpsmarkedet basert på produktkategorier. Ettersom transaksjonen uansett ikke vil hindre effektiv konkurranse om det legges til grunn et slikt snevert produktmarked, gis det imidlertid også noe informasjon om de nevnte produktsegmentene.³⁴

5.3.2 Det relevante geografiske markedet

(44) I tidligere praksis har Kommisjonen lagt til grunn at markedet for innkjøp av elektroprodukter er av nasjonal utstrekning.³⁵ Selv om det kan være forskjeller i etterspørselen etter enkelte produkter på nasjonalt nivå, indikerer det faktum at prisene fastsettes nasjonalt, samt at det er prisforskjeller mellom landene, at markedet ikke er videre enn nasjonalt.

(45) Ettersom både Onninen og Elektroskandia kun er aktive på et nasjonalt nivå i Norge, samt at begge parter benytter sentraliserte innkjøpsstrategier, tar partene ikke stilling til om det geografiske markedet kan defineres videre enn nasjonalt. Transaksjonen vil uansett ikke hindre effektiv konkurranse om markedet defineres nasjonalt eller videre. For denne meldingens formål vil partene derfor vurdere transaksjonen i det norske innkjøpsmarked for elektroprodukter.

³¹ Se eksempelvis COMP/M.8469, Sonepar Italia / Sacchi, avsnitt 14 flg.

³² Se eksempelvis COMP/M.4963, Rexel / Hagemeyer, avsnitt 23 flg.

³³ Se eksempelvis COMP/M.8469, Sonepar Italia / Sacchi, avsnitt 15.

³⁴ Som beskrevet i fotnote 25 er partenes virksomhet innen salg av HVAC-produkter helt ubetydelig, og partenes innkjøp av slike produktet i et videre innkjøpsmarked er derfor enda mer begrenset (kun NOK ■ millioner for Onninen og NOK ■ millioner for Elektroskandia). Følgelig foreligger det ikke et nevneverdig overlapp mellom partene i dette segmentet, og partene gir derfor ingen ytterligere informasjon om et potensielt separat marked for innkjøp av HVAC-produkter i denne meldingen.

³⁵ Se eksempelvis COMP/M.8469, Sonepar Italia / Sacchi, avsnitt 20.

6 HORIZONTALA VIRKNINGER

6.1 Markedet for grossistsalg av elektroprodukter

6.1.1 Markedet for grossistsalg av elektroprodukter i Norge

- (46) Etter partenes syn inngår både salg fra tradisjonelle elektrogrossister og direktesalg fra OEM-er i et norsk markedet for salg av elektroprodukter. Partene legger derfor dette til grunn som utgangspunkt for den videre konkurranseanalysen.
- (47) Partene er ikke kjent med at det foreligger markedsstatistikk for det relevante nasjonale markedet for salg av elektroprodukter for 2021 eller 2022, hverken for et marked som omfatter direktesalg fra OEM-er eller uten. Markedsandelene nedenfor er således basert på Onninens beste estimater.
- (48) For å beregne samlet omsetning i det nasjonale markedet for grossistsalg av elektroprodukter, har Onninen tatt utgangspunkt i de aktuelle elektrogrossistenes omsetning som angitt i deres siste årsrapporter, med enkelte manuelle nedjusteringer for estimert salg av produkter utenfor det relevante markedet.³⁶ Basert på dette anslås totalmarkedet å utgjøre NOK [REDACTED] millioner i 2021. Dette beløpet er videre justert for å ta høyde for at over halvparten (om lag 56 prosent) av det totale salget av elektroprodukter foretas av OEM-er.³⁷ Den totale omsetningen i markedet er således estimert til NOK [REDACTED] millioner.
- (49) I 2021 hadde Onninen en omsetning knyttet til grossistsalg av elektroprodukter på om lag NOK 2 900 millioner. Samme år hadde Elektroskandia en omsetning på om lag NOK 2 700 millioner. Partene har derved en samlet markedsandel i et nasjonalt marked for grossistsalg av elektroprodukter på kun [REDACTED] prosent, og det foreligger således ikke et horisontalt berørt marked etter konkurranseloven § 18a, første ledd, bokstav e). Det er derfor ikke sannsynlig at transaksjonen vil kunne hindre effektiv konkurranse i dette markedet.
- (50) Selv om Konkurransetilsynet skulle legge til grunn en snevrere produktmarkedsavgrensning hvor direktesalg fra OEM-er ikke omfattes, er partenes samlede markedsandel langt lavere enn det som skal til for å skape eller styrke en dominerende stilling, kun [REDACTED] prosent. Dette tyder i seg selv på at transaksjonen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i strid med konkurranseloven § 16.
- (51) En oversikt over Onninens og Elektroskandias konkurrenter (med tilhørende estimerte markedsandeler) i et snevert marked for grossistsalg av elektroprodukter i Norge er inntatt i tabellen nedenfor.

³⁶ Se fotnote 44 nedenfor.

³⁷ Se Varde Hartmark-rapporten, inntatt som Bilag 5, side 28.

Tabell 2: Oversikt over konkurrerende elektrogrossister i Norge i 2021³⁸

Konkurrenter	Omsetning (MNOK)	Markedsandel (%)
Onninen	2 900	█
Elektroskandia	2 700	█
Solar ³⁹	█	█
Berggård Amundsen ⁴⁰	█	█
Ahlsell ⁴¹	█	█
Sonepar ⁴²	█	█
Elektroimportøren ⁴³	█ ⁴⁴	█
Etman Distribusjon ⁴⁵	█	█
Malmbergs Elektriske ⁴⁶	█	█
Total	█	100

- (52) Tabell 2 viser at markedet for grossistsalg av elektroprodukter i Norge kjennetegnes av sterk konkurranse. Det er flere store og effektive konkurrenter, slik som Solar, Berggård Amundsen, Ahlsell og Sonepar, som vil fortsette å utøve konkurransepress på partene etter gjennomføring transaksjonen. Alle disse aktørene har betydelige ressurser med aktivitet i hele Norge, og flere inngår også i store, børsnoterte konsern med grossistvirksomhet i Europa. Dette underbygger at det allerede før transaksjonen er betydelig konkurranse i markedet.
- (53) Partene møter også sterk konkurranse fra flere mindre aktører, som alle har gode forutsetninger for å utvide sine virksomheter fremover. Eksempelvis fremgår det av Varde Hartmark-rapporten at Elektroimportøren har styrket sin markedsposisjon betydelig etter at selskapet ble kjøpt opp av Herkules Kapital AS, med omsetningsøkning på over 40 prosent mellom 2015 og 2018.⁴⁷ Denne økningen i omsetning har fortsatt også etter 2018, samtidig som selskapets andel av salg til profesjonelle kunder har økt med nesten 20 prosent bare i 2021.⁴⁸ Elektroimportøren anses generelt for å være en utfordrer i markedet med en forretningsmodell ulik fra de tradisjonelle elektrogrossistene, og partene forventer at selskapet vil fortsette å styrke sin markedsposisjon i de kommende årene. Tilsvarende inngår både Etman Distribusjon og Malmberg Elektriske i større konsern aktive innen grossistsalg i Norden,

³⁸ Onninen bemerker at noe salg av HVAC-produkter inngår i disse estimatene, men at slikt salg er antatt å være ubetydelig (ikke mer enn om lag █ prosent).

³⁹ For ytterligere informasjon, se <https://www.solarnorge.no/om-solar/>.

⁴⁰ For ytterligere informasjon, se <https://www.baelgros.no/om-ba/hvem-vi-er/>.

⁴¹ For ytterligere informasjon, se <https://www.ahlsell.no/om-ahlsell/>.

⁴² For ytterligere informasjon, se <https://www.sonepar.no/nb-no/static/om-sonepar>.

⁴³ For ytterligere informasjon, se <https://www.elektroimportoren.no/om-oss/om/Document.html>.

⁴⁴ Det er gjort manuelle justeringer slik at Elektroimportørens detaljistsalg av elektroprodukter til forbrukere ikke inngår i denne omsetning. Det anslås at slikt salg utgjør om lag 51 prosent av selskapets totale salg i 2021, i tråd med Elektroimportørens kvartalsrapporter for 2021.

⁴⁵ For ytterligere informasjon, se <https://www.etman.no/konserninfo?parent=10400>.

⁴⁶ For ytterligere informasjon, se <https://www.malmbergs.com/About>.

⁴⁷ Se Varde Hartmark-rapporten, inntatt som Bilag 5, side 27.

⁴⁸ Se Elektroimportørens kvartalsrapporter for 2021.

og er derfor velposisjonerte til å utvide sine virksomheter i Norge fremover.⁴⁹

- (54) [REDACTED].⁵⁰ Eksempelvis gir den norske stat støtte til flere miljøvennlige løsninger (slik som elektrifisering) gjennom gunstige regelverk og statsstøtte, for å nå miljømålene satt i tråd med Parisavtalen. Dette medfører et økt behov for elektroprodukter, og vil trolig føre til flere nyetableringer og at eksisterende konkurrenter utvider sin tilstedeværelse i markedet fremover.
- (55) Videre er etableringshindringene i grossistmarkedet for elektroprodukter lave, herunder også eventuelle hinder for utvidelse. Elektrogrossister kan enkelt etableres både på nett og i eksisterende industrilokaler. Etableringskostnadene knyttet til opprettelsen av fysiske butikker er generelt lave (anslått til rundt NOK [REDACTED] millioner), gitt at butikkene sjelden ligger i dyre sentrumslokaler. Det er også begrensede kostnader forbundet med opprettelse og drift av nettbutikker, salgskontorer og andre salgskanaler utover fysiske butikker. Elektroimportøren er som nevnt et eksempel på en aktør som raskt har utvidet sin virksomhet til å bli en sentral aktør i markedet de siste årene med aktivitet i hele Norge.
- (56) Selv om Konkurransetilsynet skulle legge til grunn en snever markedsavgrensning, er det klart at samtlige elektrogrossister i Norge, herunder partene etter transaksjonen, møter betydelig konkurranse fra OEM-er. Som beskrevet ovenfor utgjorde direkte salg fra OEM-er over 56 prosent av det totale salget av elektroprodukter til profesjonelle kunder i Norge i 2021.⁵¹ Direkte salg har vokst jevnt de siste årene, og partene forventer at denne salgskanalen vil fortsette å vokse fremover. Partene anser derfor ikke markedsandelene som fremgår av Tabell 2 som representative for graden av konkurranse som eksisterer i markedet, og andelene undervurderer derfor konkurransepresset som vil eksistere i markedet etter transaksjonen.
- (57) Videre anser ikke partene hverandre som sine nærmeste konkurrenter. Selv om elektrogrossister i stor grad tilbyr en 'one-stop-shop' med produkter til en rekke kunder, kan grossistene fokusere markedsføring og salg fremstøt mot ulike typer kunder og prosjekter. Onninen og Elektroskandia har generelt hatt et ulikt, og komplementært, fokus. Mens majoriteten av Onninens salg i 2021 var rettet mot store elektrikere eller innkjøpsgruppering/elektrikerkjeder, hadde Elektroskandia et større fokus på salg til nettselskaper, [REDACTED].⁵² I stedet anser Onninen generelt sett [REDACTED] nærmeste konkurrent i grossistmarkedet for elektroprodukter.
- (58) Endelig bemerkes det at markedet preges av betydelig kjøpermakt. Kundene i grossistmarkedet for elektroprodukter er ofte store, sofistikerte, innkjøpere som enten har egne innkjøpsavdelinger eller deltar i innkjøpsgrupperinger som fremforhandler avtaler på vegne av sine medlemmer. Kundene inngår enten rammeavtaler eller konkrete avtaler om store prosjekter, og forhandler normalt med flere elektrogrossister (og OEM-er) før avtalene inngås.⁵³ Siden det vanligvis ikke er volumforpliktelser eller eksklusivitetsklausuler i slike rammeavtaler,⁵⁴ står kundene fritt til å ta i bruk en såkalt 'multi sourcing'-strategi, hvor de

⁴⁹ Etman Distribusjon er et børsnotert og vertikalt integrert selskap med virksomhet innen produksjon og salg av elektroprodukter i Norge, Sverige og Finland, mens Malmbergs Elektriske er et norsk datterselskap av den børsnoterte og vertikalt integrerte svenske grossisten Malmbergs Elektriske AB, som er aktiv innen produksjon og salg av elektroprodukter i Sverige, Norge, Finland og Danmark.

⁵⁰ Dette er også i tråd med de generelle forventningene i Varde Hartmark-rapporten, inntatt som Bilag 5, side 4.

⁵¹ Se avsnitt (34) ovenfor.

⁵² Hvilket også er synlig i Tabell 8 og 9 nedenfor.

⁵³ At markedet preges av betydelig kjøpermakt fremgår også av Varde Hartmark-rapporten, inntatt som Bilag 5, eksempelvis side 5 og 26.

⁵⁴ [REDACTED].

kjøper fra den/de leverandøren(e) som tilbyr de beste vilkårene for det konkrete kjøpet.

- (59) Videre er byttekostnadene forbundet med kundens valg av leverandør lave, nærmest ikke-eksisterende. Avtalene som inngås med kundene er normalt kortsiktige (varighet på mellom ■■■■■ år), hvilket i kombinasjon med fraværet av eksklusivitetsklausuler, gjør det enkelt for kundene å bytte leverandør. Så vidt Onninen kjenner til, kjøper alle de viktigste kundene også fra minst én annen konkurrenter. Dette indikerer at partene i transaksjonen uansett ikke vil kunne oppnå markedsrett som kan medføre negative virkninger på konkurransen.
- (60) I lys av dette er det ikke sannsynlig at transaksjonen i betydelig grad vil kunne hindre effektiv konkurranse i strid med konkurranseloven § 16.

6.1.2 *Markedet for grossistsalg av elektroprodukter i ulike lokale segmenter*

6.1.2.1 Innledning

- (61) Onninen har undersøkt foretakssammenslutningens virkninger på konkurransen i lokale markedene hvor partene har overlappende virksomhet innen grossistsalg av elektroprodukter, herunder i Bergen, Bodø, Oslo, Stavanger/Sandnes og Trondheim.⁵⁵ En oversikt over både partenes og deres konkurrenters butikker i de aktuelle lokale nedslagsfeltene fremgår av:

Bilag 6: Oversikt over butikker i de lokale nedslagsfeltene

- (62) Som beskrevet i avsnitt (33) er salg gjennom elektrogrossistenes fysiske butikker kun en supplerende del av den nasjonale grossistvirksomheten. Onninen og Elektroskandia hverken overvåker eller vurderer derfor konkurransen på lokalt nivå, og partene er ikke kjent med at det foreligger markedsstatistikk knyttet til grossistsalg av elektroprodukter i de lokale markedene hvor partene har overlappende virksomhet. Partene er heller ikke kjent med offentlig tilgjengelig informasjon om omsetning på butikknivå. Markedsandelene nedenfor er således basert på Onninens beste estimater i lys av tilgjengelig informasjon.
- (63) For å identifisere relevante konkurrenter i hvert av de lokale markedene har Onninen først (slik som beskrevet i avsnitt (41)), fastlagt de aktuelle nedslagsfeltene ved å anvende en radius på 80 kilometers kjøreavstand fra Elektroskandias butikker i hvert av de lokale markedene.⁵⁶ Partene identifiserte deretter konkurrerende butikker innenfor nedslagsfeltet ved hjelp av butikkens adresser angitt på nettsidene til elektrogrossistene inntatt i Tabell 2 ovenfor. Avstandene mellom butikkene ble beregnet ved hjelp av Google Maps,⁵⁷ og den korteste kjøreavstanden fra den aktuelle Elektroskandia-butikken til den konkurrerende butikken ble benyttet.
- (64) Deretter, for å beregne både markedsstørrelse og aktørenes lokale markedsandeler, har Onninen tatt utgangspunkt i sin egen virksomhet i de lokale markedene. Onninen benyttet først omsetningen til Onninens butikk(er) i det relevante nedslagsfeltet i 2021, og delte denne på antall ansatte som arbeidet med salg i den relevante butikken, for å få et anslag på

⁵⁵ Merk at Elektroskandia også har noen salgskontorer, men ettersom disse kontorene ikke driver salg 'over disk' anses de ikke som relevante i den lokale konkurranseanalysen for denne meldingens formål. Salgskontorenes virksomhet er for øvrig hensyntatt i konkurranseanalysen for det nasjonale markedet i kapittel 6.1.1 ovenfor.

⁵⁶ Der denne radiusen produserte uregelmessigheter på grunn av topografi, for eksempel ved at en butikk er kortere enn 80 km unna, men kjøretiden ville være betydelig lengre (f.eks. på grunn av ferger eller lignende), har Onninen ekskludert visse butikker i periferien av nedslagsfeltene. Onninen understreker for øvrig at de samme butikkene vil inngå i nedslagsfeltene i alle markedene (unntatt Oslo) selv om en kortere radius legges til grunn (eksempelvis 20 km, 30 km eller 50 km). For mer informasjon om markedet i Oslo vises det til fotnote 62 nedenfor.

⁵⁷ Kjørerutene ble beregnet 17. januar 2023.

'omsetning per salgsansatt'.⁵⁸ Den anslåtte 'omsetningen per salgsansatt' ble deretter brukt for å estimere omsetningen til konkurrerende butikker på bakgrunn av antall ansatte som arbeider med salg i butikk på disse lokasjonene. Antall ansatte i hver butikk er hentet fra Brønnøysundregisteret,⁵⁹ med manuelle nedjusteringer for å ta høyde for ansatte som ikke jobber med slikt salg.⁶⁰ For Elektroskandia og Onninen er den faktiske omsetningen av deres lokale butikker benyttet. Totalmarkedet er deretter beregnet på bakgrunn av den samlede estimerte omsetningen til butikkene innenfor det aktuelle nedslagsfeltet.

- (65) Ettersom beregning av markedsandeler kun omfatter elektrogrossister aktive på nasjonalt nivå,⁶¹ hensyntar de ikke konkurranse fra mindre aktører aktive i de lokale markedene, slik som eksempelvis Mark Iversen Elektriske Engros AS. Beregningene overvurderer dermed til en viss grad partenes markedsandeler.
- (66) Som nærmere redegjort for i det følgende, medfører partenes samlede markedsandeler at det kun foreligger berørte markeder i Bergen, Bodø og Trondheim. I Oslo og Stavanger/Sandnes er partenes samlede markedsandeler under 20 prosent, slik at det der ikke foreligger horisontalt berørt markeder i henhold til konkurranseloven § 18a, første ledd, bokstav e).
- (67) I tillegg til konkurranseanalysen av de lokale markedene inntatt i det følgende, vises det til argumentene inntatt i avsnitt (52) til (59) ovenfor, som også er gjeldende for konkurransesituasjonen i hvert av de lokale markedene.

6.1.2.2 Det lokale markedet i Bergen

- (68) Elektroskandias butikk i Bergen ligger i en industripark sør for Bergen sentrum. Innenfor nedslagsfeltet er det to Onninen-butikker, én lokalisert 800 meter fra Elektroskandias butikk og én 11,9 kilometer unna i Godvik. Videre er det innenfor det definerte nedslagsfeltet ytterligere syv elektrogrossister med til sammen elleve butikker, hvilket indikerer at det er sterk konkurranse i det lokale markedet.
- (69) Flere butikker ligger i umiddelbar nærhet til Elektroskandias butikk. Malmbergs Elektriske har en butikk i samme bygg som Elektroskandia, mens Ahlsell og Berggård Amundsen har butikker om lag 650 meter fra Elektroskandias butikk. Alle disse butikkene ligger derfor nærmere Elektroskandia enn Onninens butikker.
- (70) Innenfor nedslagsfeltet er det ytterligere tre butikker i samme område som Elektroskandia, én butikk eid av Etman Distribusjon (1 km), én eid av Solar (1,3 km), og én eid av Sonepar (2,1 km). Lengre sør for Elektroskandias butikk er det videre to butikker eid av Ahlsell (7,1 km og 12,4 km), mens nord for Elektroskandias butikk er det to butikker eid av henholdsvis Ahlsell og Elektroimportøren (14,4 km). Endelig er det én butikk eid av Ahlsell som ligger i nærheten av Onninens butikk i Godvik, 12,1 kilometer fra Elektroskandias butikk. Samtlige butikker ligger

⁵⁸ Der Onninen har flere enn én butikk i nedslagsfeltet (dvs. i Bergen og Oslo) er et gjennomsnitt av disse butikkene benyttet.

⁵⁹ På grunn av manglende informasjon om antall ansatte ved Berggård Amundsens butikker i Follo og på Grünerløkka, har Onninen estimert antallet ansatte med utgangspunkt i Berggård Amundsen-butikken i Oslo med færrest ansatte. Det samme gjelder butikken til Malmbergs Elektriske i Drammen. Av samme grunn har Onninen benyttet den butikken i nedslagsfeltet med færrest ansatte som estimat for Malmbergs Elektriskes butikk i Trondheim (dvs. butikken til Etman Distribusjon).

⁶⁰ For å beregne forholdstallet mellom ansatte som jobber med salg i butikk og samlet antall ansatte på den nevnte lokasjonen, har Onninen tatt utgangspunkt i forholdstallet ved Onninens butikk(er) i det aktuelle nedslagsfeltet. Merk imidlertid at ingen justeringer ble gjort hva gjelder Elektroimportøren, ettersom selskapet har en annen forretningsmodell (dvs. en mer tradisjonell detaljistmodell) og det antas at alle butikkansatte driver med salg i butikk.

⁶¹ Se Tabell 2 ovenfor.

innenfor området for effektiv konkurranse.

- (71) Totalomsetningen i nedslagsfelt er beregnet til NOK ■■■ millioner i 2021. Onninen hadde en omsetning på NOK ■■■ millioner i dette området, mens Elektroskandias omsetning var på NOK ■■■ millioner. Partenes samlede markedsandel innenfor det definerte nedslagsfeltet er derfor ■■■ prosent. Dette tilsier at transaksjonen ikke vil resultere i at en dominerende stilling skapes eller styrkes i lokalmarkedet i Bergen.
- (72) En oversikt over Onninens og Elektroskandias konkurrenter (med tilhørende estimerte markedsandeler) i et snevert marked for grossistsalg av elektroprodukter i Bergen er inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 3: Oversikt over konkurrerende butikker i Bergen i 2021

Konkurrenter	Omsetning (MNOK)	Markedsandel (%)
Ahlsell	■	■
Onninen	■	■
Solar	■	■
Elektroimportøren	■	■
Berggård Amundsen	■	■
Sonepar	■	■
Etman Distribusjon	■	■
Malmbergs Elektriske	■	■
Elektroskandia	■	■
Total	■■■	100

- (73) Det bemerkes at kunder også kan bestille elektroprodukter både på nett og over telefon. Slike digitale salgskanaler har hatt økende popularitet de siste årene. Normalt er leveringstiden for slikt kjøp kort, hvilket betyr at slike salgskanaler kan være reelle alternativer også for supplerende kjøp av produkter. Lokale butikker møter derfor også konkurranse fra slike salgskanaler.
- (74) I lys av det ovennevnte vil ikke transaksjonen kunne hindre effektiv konkurranse i et marked for grossistsalg av elektroprodukter i Bergen.

6.1.2.3 Det lokale markedet i Bodø

- (75) Elektroskandias butikk i Bodø ligger i en industripark nord for Bodø sentrum. Innenfor nedslagsfeltet er det én Onninen-butikk lokalisert 500 meter fra Elektroskandias butikk. Videre er det innenfor det definerte nedslagsfeltet ytterligere fire elektrogrossister med butikker, hvilket indikerer at det er sterk konkurranse i det lokale markedet.
- (76) Flere butikker er lokalisert i samme industripark som Elektroskandias butikk. Både Sonepar og Ahlsell har butikker i umiddelbar nærhet til Elektroskandia, kun 200 meter unna. Begge disse butikkene ligger derfor nærmere Elektroskandia enn Onninens butikk.
- (77) Innenfor nedslagsfeltet har også Elektroimportøren og Solar butikker lokalisert henholdsvis 3,1 kilometer og 3,4 kilometer fra Elektroskandias butikk. Begge disse butikkene er derfor også innenfor området for effektiv konkurranse.
- (78) Totalomsetningen i nedslagsfelt er beregnet til NOK ■■■ millioner i 2021. Onninen hadde en

omsetning på NOK ■ millioner i dette området, mens Elektroskandias omsetning var på NOK ■ millioner. Partenes samlede markedsandel innenfor det definerte nedslagsfeltet er derfor ■ prosent. Dette tilsier at transaksjonen ikke vil resultere i at en dominerende stilling skapes eller styrkes i lokalmarkedet i Bodø.

- (79) En oversikt over Onninens og Elektroskandias konkurrenter (med tilhørende estimerte markedsandeler) i et snevert marked for grossistsalg av elektroprodukter i Bodø er inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 4: Oversikt over konkurrerende butikker i Bodø i 2021

Konkurrenter	Omsetning (MNOK)	Markedsandel (%)
Elektroimportøren	■	■
Elektroskandia	■	■
Solar	■	■
Ahlsell	■	■
Sonepar	■	■
Onninen	■	■
Total	■	100

- (80) Det bemerkes at kunder også kan bestille elektroprodukter både på nett og over telefon. Slike digitale salgskanaler har somt nevnt hatt økende popularitet de siste årene. Normalt er leveringstiden for slikt kjøp kort, hvilket betyr at slike salgskanaler kan være reelle alternativer også for supplerende kjøp av produkter. Kundene kan derfor kjøpe elektroprodukter fra elektrogrossister uten fysisk tilstedeværelse i Bodø, slik som Berggård Amundsen, Malmbergs Elektriske og Etman Distribusjon. Lokale butikker møter derfor også konkurranse fra slike salgskanaler.
- (81) I lys av det ovennevnte vil ikke transaksjonen kunne hindre effektiv konkurranse i et potensielt marked for grossistsalg av elektroprodukter i Bodø.

6.1.2.4 Det lokale markedet i Oslo

- (82) Elektroskandias butikk i Oslo ligger på Torshov. Innenfor nedslagsfeltet er det seks Onninen-butikker lokalisert henholdsvis 700 meter fra Elektroskandias butikk, én på Ensjø (3,6 km), én på Oslo Vest (6,2 km), én i Bærum (16,4 km), én i Hvam (18,8 km), samt én i Drammen (46 km). Videre er det innenfor det definerte nedslagsfeltet ytterligere syv elektrogrossister med til sammen 33 butikker, hvilket indikerer at det er svært sterk konkurranse i det lokale markedet.
- (83) Berggård Amundsen har en butikk som ligger 600 meter fra Elektroskandias butikk. Denne butikken ligger derfor nærmere Elektroskandia enn Onninens butikker.
- (84) I tillegg er det lengre øst på Ensjø tre butikker, én eid av Solar (3,3 km), én eid av Malmbergs Elektriske (3,5 km), og én eid av Etman Distribusjon (3,4 km). Både Sonepar og Ahlsell har videre butikker på Bryn (4,5 km og 4,6 km). Det er også to butikker eid av Ahlsell i nærheten av Elektroskandia, hvorav én er lokalisert nord-øst mot Alnabru (6,1 km) og én lengre vest mot Skøyen (6,1 km). Elektroimportøren har i tillegg én butikk på Alnabru (7,6 km), mens Berggård Amundsen har én butikk på Manglerud (7,8 km).
- (85) Følger man E18 vestover, er det to butikker på Billingstad i nærheten av Onninens butikk i Bærum. Én av butikkene eies av Elektroimportøren (17,5 km) og én eies av Berggård Amundsen (17,9 km). Det er også to butikker lengre nord i Bærum, én eid av Ahlsell (18,3 km)

og én eid av Sonepar (18,4 km). Følger man E6 i retning nord-øst er det videre én butikk eid av Ahlsell ved siden av Onninens butikk i Hvam (19,2 km), én butikk eid av Etman Distribusjon på Skedsmo (21,3 km), én butikk eid av Ahlsell på Kløfta (34,1 km), samt en butikk eid av Elektroimportøren utenfor Jessheim (40,1 km). Det er også én butikk eid av Berggård Amundsen på Lillestrøm (20,8 km).

- (86) Det er videre flere butikker lokalisert sør for Elektroskandias butikk, herunder butikker i Ski eid av Berggård Amundsen (26,3 km), Ahlsell (26,8 km) og Elektroimportøren (29,9 km), samt fire butikker i Moss. Butikkene i Moss er eid av Berggård Amundsen (62,2 km), Sonepar (62,7 km), Ahlsell (63,1 km) og Elektroimportøren (63,7 km).
- (87) Lengre sør-øst for Elektroskandias butikk er det flere butikker lokalisert i Drammen, herunder to butikker eid av Elektroimportøren (50,6 km og 44,1 km), én eid av Ahlsell (46,5 km), én eid av Solar (47 km), én butikk eid av Malmbergs Elektriske (48,3 km), samt én eid av Etman Distribusjon (50,2 km). Det er også én butikk eid av Ahlsell i Hønefoss lokalisert 58,8 kilometer fra Elektroskandias butikk.
- (88) Samtlige butikker nevnt i avsnitt (83) til (87) ligger innenfor området for effektiv konkurranse.
- (89) Totalomsetningen i nedslagsområdet er beregnet til NOK ■■■ millioner i 2021. Onninen hadde en omsetning på NOK ■■■ millioner i dette området, mens Elektroskandias omsetning var på NOK ■■■ millioner. Partenes samlede markedsandel innenfor det definerte nedslagsfeltet er derfor ■■ prosent. Dette tilsier at transaksjonen ikke vil resultere i at en dominerende stilling skapes eller styrkes i lokalmarkedet i Oslo.
- (90) En oversikt over Onninens og Elektroskandias konkurrenter (med tilhørende estimerte markedsandeler) i et snevert marked for grossistsalg av elektroprodukter i Oslo er inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 5: Oversikt over konkurrerende butikker i Oslo i 2021⁶²

Konkurrenter	Omsetning (MNOK)	Markedsandel (%)
Elektroimportøren	■	■
Onninen	■	■
Berggård Amundsen	■	■
Solar	■	■
Ahlsell	■	■
Etman Distribusjon	■	■
Sonepar	■	■
Malmbergs Elektriske	■	■
Elektroskandia	■	■
Total	■■■	100

- (91) Det bemerkes at også i dette markedet kan kunder bestille elektroprodukter både på nett og over telefon. Slike digitale salgskanaler har som nevnt hatt økende popularitet de siste årene.

⁶² For ordens skyld bemerker Onninen at selv om en langt kortere radius anvendes (f.eks 20 km), vil partenes samlede markedsandel ikke overstige ■■ prosent. Transaksjonen vil således ikke i betydelig grad hindre effektiv konkurranse i Oslo, selv i et slikt snevrere definert lokalmarked.

Normalt er leveringstiden for slikt kjøp kort, hvilket betyr at slike salgskanaler kan være reelle alternativer også for supplerende kjøp av produkter. Lokale butikker møter derfor også konkurranse fra slike salgskanaler.

- (92) I lys av at partenes samlede markedsandel er under 20 prosent foreligger det ikke et horisontalt berørt marked i henhold til konkurranseloven § 18a, første ledd, bokstav e). Uansett vil ikke transaksjonen i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurransen i et marked for grossistsalg av elektroprodukter i Oslo.

6.1.2.5 Det lokale markedet i Stavanger/Sandnes

- (93) Elektroskandias butikk i Sandnes ligger nord for Sandnes sentrum, sør for Stavanger sentrum. Innenfor nedslagsfeltet er det én Onninen butikk lokalisert 5,6 kilometer fra Elektroskandias butikk. Videre er det innenfor det definerte nedslagsfeltet ytterligere syv elektrogrossister med til sammen ti butikker, hvilket indikerer at det er sterk konkurranse i det lokale markedet.
- (94) Flere butikker er lokalisert i det samme området som Elektroskandias butikk. Elektroimportøren og Ahlsell har butikker henholdsvis 2,8 km og 5,6 km unna. Begge disse butikkene ligger derfor nærmere Elektroskandia enn Onninens butikk.
- (95) Videre er det flere butikker lokalisert i en industripark lenger nord på E39. I denne industriparken er det butikker eid av Etman Distribusjon (8,5 km), Malmbergs Elektriske (8,5 km), Ahlsell (8,5 km), Berggård Amundsen (8,6 km), Elektroimportøren (8,6 km), Solar (8,7 km) og Sonepar (8,8 km). Det er også én butikk eid av Elektroimportøren lengre sør for Elektroskandias butikk i Klepp (15,8 km). Samtlige butikker ligger innenfor området for effektiv konkurranse.
- (96) Totalomsetningen i nedslagsfelt er beregnet til NOK ■■■ millioner i 2021. Onninen hadde en omsetning på NOK ■■ millioner i dette området, mens Elektroskandias omsetning var på NOK ■■ millioner. Partenes samlede markedsandel innenfor det definerte nedslagsfelt er derfor ■■ prosent. Dette tilsier at transaksjonen ikke vil resultere i at en dominerende stilling skapes eller styrkes i lokalmarkedet i Stavanger/Sandnes.
- (97) En oversikt over Onninens og Elektroskandias konkurrenter (med tilhørende estimerte markedsandeler) i et snevert marked for grossistsalg av elektroprodukter i Stavanger/Sandnes er inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 6: Oversikt over konkurrerende butikker i Stavanger/Sandnes i 2021

Konkurrenter	Omsetning (MNOK)	Markedsandel (%)
Elektroimportøren	■	■
Ahlsell	■	■
Solar	■	■
Elektroskandia	■	■
Onninen	■	■
Berggård Amundsen	■	■
Etman Distribusjon	■	■
Sonepar	■	■
Malmbergs Elektriske	■	■
Total	■■■	100

- (98) Det bemerkes at kunder også kan bestille elektroprodukter både på nett og over telefon i dette markedet. Slike digitale salgskanaler har hatt økende popularitet de siste årene. Normalt er leveringstiden for slikt kjøp kort, hvilket betyr at slike salgskanaler kan være reelle alternativer også for supplerende kjøp av produkter. Lokale butikker møter derfor også konkurranse fra slike salgskanaler.
- (99) I lys av at partenes samlede markedsandel er under 20 prosent foreligger det ikke et horisontalt berørt marked i henhold til konkurranseloven § 18a, første ledd, bokstav e). Uansett vil ikke transaksjonen i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurransen i et potensielt marked for grossistsalg av elektroprodukter i Stavanger/Sandnes.

6.1.2.6 Det lokale markedet i Trondheim

- (100) Elektroskandias butikk i Trondheim ligger i en industripark like øst for Trondheim sentrum. Innenfor nedslagsfeltet er det én Onninen-butikk lokalisert 11,1 kilometer fra Elektroskandias butikk i Tiller. Videre er det innenfor det definerte nedslagsfeltet ytterligere syv elektrogrossister med butikker, hvilket indikerer at det er sterk konkurranse i det lokale markedet.
- (101) Flere butikker er lokalisert i samme industripark som Elektroskandias butikk. Ahlsell og Berggård Amundsen har butikker som ligger henholdsvis 500 og 600 meter unna. Videre er det to butikker lokalisert 1,2 kilometer fra Elektroskandia (Solar og Ahlsell), to butikker lokalisert 3,9 og 4,4 kilometer unna (Elektroimportøren og Sonepar), samt to butikker lokalisert henholdsvis 5,9 og 6,1 kilometer unna (Etman Distribusjon og Malmbergs Elektriske). Alle disse butikkene ligger derfor nærmere Elektroskandia enn Onninens butikk.
- (102) Ahlsell har i tillegg én butikk lokalisert 13,2 kilometer fra Elektroskandias butikk. Også denne butikken ligger derfor innenfor området for effektiv konkurranse.
- (103) Totalomsetningen i nedslagsfelt er beregnet til NOK ■■■ millioner i 2021. Onninen hadde en omsetning på NOK ■■■ millioner i dette området, mens Elektroskandias omsetning var på NOK ■■■ millioner. Partenes samlede markedsandel innenfor det definerte nedslagsfeltet er derfor ■■■ prosent. Dette tilsier at transaksjonen ikke vil resultere i at en dominerende stilling skapes eller styrkes i lokalmarkedet i Trondheim.
- (104) En oversikt over Onninens og Elektroskandias konkurrenter (med tilhørende estimerte markedsandeler) i et snevert marked for grossistsalg av elektroprodukter i Trondheim er inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 7: Oversikt over konkurrerende butikker i Trondheim i 2021

Konkurrenter	Omsetning (MNOK)	Markedsandel (%)
Elektroskandia	█	█
Elektroimportøren	█	█
Ahlsell	█	█
Solar	█	█
Berggård Amundsen	█	█
Onninen	█	█
Sonepar	█	█
Malmbergs Elektriske	█	█
Etman Distribusjon	█	█
Total	█	100

(105) Kunder vil også i dette lokale markedet kunne bestille elektroprodukter både på nett og over telefon. Slike digitale salgskanaler har hatt økende popularitet de siste årene. Normalt er leveringstiden for slikt kjøp kort, hvilket betyr at slike salgskanaler kan være reelle alternativer også for supplerende kjøp av produkter. Lokale butikker møter derfor også konkurranse fra slike salgskanaler.

(106) I lys av det ovennevnte vil ikke transaksjonen kunne hindre effektiv konkurranse i et potensielt marked for grossistsalg av elektroprodukter i Trondheim.

6.1.3 Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i markedet for grossistsalg av elektroprodukter

(107) Onninen og Elektroskandias viktigste leverandører og kunder i markedet for grossistsalg av elektroprodukter i Norge i 2021 er inntatt i tabellene nedenfor. For partenes viktigste konkurrenter vises det til Tabell 2 ovenfor.

Tabell 8: Onninen fem viktigste leverandører og kunder i Norge

Leverandør (% av kjøp)	Kunde (% av salg)
█	█
█	█
█	█
█	█
█	█

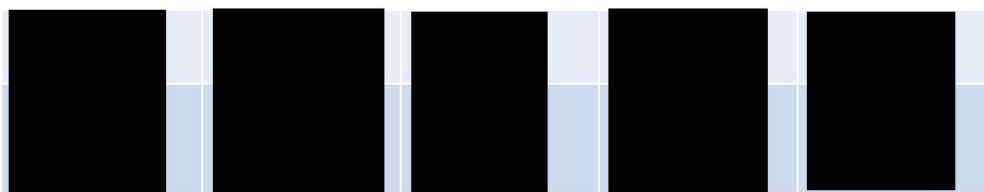
Tabell 9: Elektroskandias fem viktigste leverandører og kunder i Norge

Leverandør (% av kjøp)		Kunde (% av salg)	

- (108) Videre er Onninens og Elektroskandias fem viktigste leverandører og kunder i de potensielle lokale markedene for grossistsalg av elektroprodukter i Bergen, Bodø, Oslo, Stavanger og Trondheim i 2021 inntatt i tabellene nedenfor. For partenes viktigste konkurrenter i disse potensielle lokale markedene vises det til Tabell 3 til 7 ovenfor.

Tabell 10: Onninens fem viktigste leverandører og kunder i de lokale markedene

Leverandører (% av kjøp)				
Bergen	Bodø	Oslo	Stavanger	Trondheim
Kunder (% av salg)				
Bergen	Bodø	Oslo	Stavanger	Trondheim



Tabell 11: Elektroskandias fem viktigste leverandører og kunder i de lokale markedene

Leverandører (% av kjøp)				
Bergen	Bodø	Oslo	Stavanger	Trondheim
Kunder (% av salg)				
Bergen	Bodø	Oslo	Stavanger	Trondheim

6.2 Markedet for innkjøp av elektroprodukter

6.2.1 Markedet for innkjøp av elektroprodukter i Norge

(109) Markedet for innkjøp av elektroprodukter kjennetegnes av et bredt spekter av aktører som kjøper elektroprodukter fra OEM-er. Elektrogrossister møter således konkurranse i innkjøpsmarkedet både fra detaljister og andre innkjøpere. OEM-er kan både være norske eller større internasjonale produsenter av en eller flere typer elektroprodukter.

- (110) Partene er ikke kjent med at det foreligger markedsstatistikk for det relevante markedet for innkjøp av elektroprodukter i Norge. Markedsandelene nedenfor er således basert på Onninens beste estimater.
- (111) For å beregne omsetningen av totalmarkedet for innkjøp av elektroprodukter har Onninen tatt utgangspunkt de aktuelle elektrogrossistenes kjøpskostnader (for de relevante salgsverdiene) angitt i deres siste årsrapporter. Basert på dette anslås det at det totale markedet for innkjøp av elektroprodukter utgjøre om lag NOK █████ millioner i 2021. Dette beløpet er ytterligere justert for å ta høyde for at over halvparten (om lag 56 prosent) av det totale salget av elektroprodukter foretas av OEM-er, dvs. at over halvparten av innkjøpene på markedet var 'direkte kjøp'.⁶³ Den estimerte totalomsetningen i markedet er således NOK █████ millioner.
- (112) I 2021 kjøpte Onninen elektroprodukter til en verdi av om lag NOK █████ millioner, tilsvarende en markedsandel på █ prosent. Samme år kjøpte Elektroskandia inn elektroprodukter for om lag NOK █████ millioner, tilsvarende en markedsandel på █ prosent. Partenes har således en samlet markedsandel på █ prosent, hvilket er langt lavere enn det som skal til for å skape (eller styrke) en dominant stilling. Dette tyder i seg selv på at transaksjonen ikke i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse i strid med konkurranseloven § 16.
- (113) En oversikt over aktørenes estimerte omsetning og markedsandeler i det nasjonale markedet for innkjøp av elektroprodukter i 2021 er inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 12: Estimerte kjøpsverdier og markedsandeler i markedet for innkjøp av elektroprodukter i Norge i 2021

Konkurrenter	Kjøpsverdi (MNOK)	Markedsandel (%)
Onninen	█████	█
Elektroskandia	█████	█
Solar	█████	█
Berggård Amundsen	█████	█
Ahlsell	█████	█
Elektroimportøren	█████	█
Sonepar	█████	█
Etman Distribusjon	███	█
Malmbergs Elektriske	███	█
Andre	█████	56
Total	█████	100

- (114) Tabell 12 viser at markedet for innkjøp av elektroprodukter er lite konsentrert, og kjennetegnes av konkurranse mellom en rekke aktører. Fra OEM-enes perspektiv er det derfor ingen enkeltkunder som er avgjørende for deres virksomhet i Norge, og forholdet mellom OEM-ene og elektrogrossister er ikke viktigere enn forholdet mellom OEM-er og andre kunder.
- (115) Videre viser Tabell 12 at det er flere effektive konkurrenter som vil disiplinere partene også etter transaksjonen. OEM-er er i tillegg sofistikerte leverandører med betydelig markedsrett og forhandlingsstyrke i oppstrømsmarkedet, med både mulighet og insentiv til å møte forhandlingstaktikker fra partene og andre markedsaktører. Partene vil derfor ikke oppnå

⁶³ Se fotnote 37 ovenfor.

betydelig kjøpermakt som følge av transaksjonen.⁶⁴

- (116) I lys av at partenes samlede markedsandel er under 20 prosent, foreligger det ikke et horisontalt berørt marked i henhold til konkurranseloven § 18a, første ledd, bokstav e). Uansett vil ikke transaksjonen i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurransen i et marked for innkjøp av elektroprodukter i Norge.

6.2.2 *Markedet for innkjøp av elektroprodukter i Norge segmentert etter produktkategori*

- (117) Som beskrevet i avsnitt (42) ovenfor har Kommisjonen tidligere vurdert om innkjøpsmarkedet kan segmenteres basert på ulike kategorier elektroprodukter. Etter partenes syn er det som nevnt ikke grunn til å segmentere innkjøpsmarkedet i Norge på et slikt grunnlag.
- (118) Partene har for ordens skyld likevel inntatt et estimat av Onninen and Elektroskandias markedsandeler innenfor produktkategoriene (i) kabler, (ii) lyskilder og -utstyr, (iii) installasjonsutstyr, og (v) kommunikasjons- og sikkerhetsprodukter. Ettersom partene ikke er kjent med at det foreligger markedsstatistikk for disse snevre relevante markedene, er markedsandelene basert på Onninen sine beste estimater.
- (119) For å beregne omsetningen på totalmarkedene i disse segmentene, har Onninen først sett hen til statistikk fra Virke over de største elektrogrossistenes salg av konkrete enkeltprodukter i 2021. Denne statistikken er imidlertid ikke dekkende for hele de relevante markedene, både fordi den ikke omfatter alle aktørene som er aktive i innkjøpsmarkedet, og fordi den ikke omfatter alle produktene innenfor den enkelte produktkategori. Onninen har imidlertid benyttet forholdstallet mellom de ulike produktkategoriene i 2021 som et estimat på det enkelte segmentet. Basert på statistikken var henholdsvis 27 prosent av innkjøpet i 2021 kabler, 15 prosent lyskilder- og utstyr, 43 prosent installasjonsutstyr og 4 prosent kommunikasjons- og sikkerhetsprodukter.⁶⁵ Onninen benyttet deretter disse prosentene på elektrogrossistenes omsetning inntatt i Tabell 12, og justerte dernest det totale beløpet for å ta høyde for at over halvparten (om lag 56 prosent) av det totale kjøpet av elektroprodukter var 'direkte kjøp' fra OEM-er.⁶⁶ For Onninen og Elektroskandia er partenes faktiske innkjøpskostnader innen disse kategoriene benyttet.
- (120) En oversikt over aktørenes estimerte omsetning og markedsandeler i det nasjonale markedet for innkjøp av de nevnte produktkategoriene er inntatt i tabellen nedenfor.

Tabell 13: Estimerte kjøpsverdier og markedsandeler for hver produktkategori i Norge i 2021

⁶⁴ [REDACTED]

⁶⁵ De resterende 11 prosentene var blant annet HVAC-produkter og produkter som enten ikke er identifisert konkret i statistikken eller som er presentert i aggregert format. Det antas at dette resterende innkjøpet også omfatter noen produkter knyttet til segmentet for kommunikasjons- og sikkerhet, slik at den angitte andelen for dette segmentet antakelig er underestimert.

⁶⁶ Se avsnitt (111) ovenfor. For et segment for kommunikasjons- og sikkerhetsprodukter justerte Onninen totalmarkedet ytterligere, for å hensynta at en langt større andel av slike produkter selges av andre selskaper enn elektrogrossister, slik som rene alarmselskaper. Andelen direkte kjøp er konservativt anslått til [REDACTED] prosent, men dette overestimerer fremdeles partenes reelle markedsposisjon. Se også fotnote 65 ovenfor.

Produktkategori	Onninen		Elektroskandia		Samlet markedsandel (%)
	Kjøpsverdi (MNOK)	Markedsandel (%)	Kjøpsverdi (MNOK)	Markedsandel (%)	
Kabler	■	■	■	■	■
Lyskilder- og utstyr	■	■	■	■	■
Installasjonsutstyr	■	■	■	■	■
Kommunikasjons- og sikkerhetsprodukter	■	■	■	■	■

- (121) Partene legger til grunn at konkurransedynamikken i hvert segment tilsvare det som er beskrevet i kapittel 6.2.1 ovenfor.
- (122) I lys av at partenes samlede markedsandeler er under 20 prosent i alle disse segmentene, foreligger det ikke horisontalt berørte markeder i henhold til konkurranseloven § 18a, første ledd, bokstav e). Transaksjonen vil uansett ikke i betydelig grad kunne hindre effektiv konkurransen i eventuelle snevrere segmenter av innkjøpsmarkedet for elektroprodukter i Norge.

6.2.3 Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i markedet for innkjøp av elektroprodukter

- (123) Partenes viktigste konkurrenter, kunder og leverandører i markedet for innkjøp av elektroprodukter for 2021 fremgår av Tabell 2, 8 og 9 ovenfor.

7 VERTIKALE VIRKNINGER

- (124) Etter partenes syn vil ikke transaksjonen gi opphav til noe vertikale virkninger. Alle de relevante overlappene mellom partene er behandlet i kapittel 6 ovenfor.
- (125) Det nevnes for ordens skyld likevel at Onninen administrerer Elfag-kjeden, som er en elektrikerkjede bestående av uavhengige medlemmer som tilbyr elektriker tjenester til både bedrifter og privatpersoner. Onninen er ikke selv aktiv innen salg av elektriker tjenester, og inngår kun medlemsavtaler med disse uavhengige elektrikerne, som på visse vilkår gir dem rett å dra nytte av fordelene av Elfag-profilen.

67

- (126) En mal for medlemsavtalen for Elfag-kjeden er inntatt som:

Bilag 7: Mal for medlemsavtale i Elfag

- (127) Onninen kan derfor ikke anses å være aktiv i nedstrømsmarkedet for elektriker tjenester, og transaksjonen vil ikke gi opphav til et vertikalt overlapp mellom partene.

8 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

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

- [REDACTED];
- [REDACTED];
- [REDACTED]; og
- [REDACTED].

(129) Onninen 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

(130) Årsberetning og årsregnskap for henholdsvis Onninen og Elektroskandia for 2021 følger vedlagt som:

Bilag 8: Årsrapport og årsberetning for Onninen for 2021

Bilag 9: Årsrapport og årsberetning for Elektroskandia Norge AS for 2021

(131) For øvrig er årsrapport og årsberetning for Kesko for 2021 inntatt som Bilag 3 ovenfor.

10 FORRETNINGSHEMMELIGHETER

(132) Denne meldingen inneholder forretningshemmeligheter, jf. konkurranseloven § 18b. Forslag til offentlig versjon av meldingen, samt en begrunnelse for forslaget følger vedlagt som:

Bilag 10: Begrunnelse for forslag til offentlig versjon

Bilag 11: Forslag til offentlig versjon av konkurransemeldingen

Oslo, 30. januar 2023
WIKBORG REIN ADVOKATFIRMA AS

Mads Magnussen