



KONFIDENSIELL VERSJON

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

Sendt per e-post til post@kt.no

Ansvarlig advokat:
Kjetil Vågen

Vår referanse:
28445

Dato:
6. oktober 2023

MELDING OM FORETAKSSAMMENSLUTNING – ERVERV AV SPARES EUROPE AB

1 INNLEDNING OG OPPSUMMERING

Denne meldingen inngis til Konkurransetilsynet i henhold til konkurranseloven §§ 18 og § 18 a på vegne av Clas Ohlson AB ("**Clas Ohlson**") i forbindelse med at Clas Ohlson kjøper omtrent 91 % av aksjene i Spares Europe AB ("**Målselskapet**" eller "**Spares Europe**") og derved erverver kontroll over Målselskapet og dets datterselskaper ("**Foretakssammenslutningen**").

Clas Ohlson erverver aksjene fra Verdane Capital, via fondene Verdane Capital IX (D) AB, 559059-9931 og Verdane Capital IX (E) AB, 559059-9949, Myown AB, 556970-5741, Sunbest Ltd, 08780100, Marre Holding AB, 559103-1793, Tyralf Invest AB, 559078-5274, Ponter AB, 559369-1131, og Harald Ennen ("**Selgerne**").

Målselskapet hadde en konsolidert omsetning i 2022 på MSEK 851, og en konsolidert omsetning i Norge i 2022 på MSEK 112,7.¹ Clas Ohlson hadde en konsolidert omsetning på i MSEK 9 024 og en omsetning i Norge på MNOK 3 729,9 i 2022². Transaksjonen er derfor meldepliktig i Norge jf. konkurranseloven § 18.

Partene har hovedsakelig komplementære virksomhetsområder, men har noe overlappende virksomhet i markedet for (i) salg av forbrukerbatterier og (ii) produktmarkedet for salg av mobil- og datatilbehør til sluttbrukere i Norden. Partene vil imidlertid ut fra foreliggende tallmateriale, etter melderens oppfatning, ikke ha over 20 % samlet markedsandel i disse markedene etter Foretakssammenslutningen, selv om det geografiske markedet for diskusjons skyld skulle avgrenses nasjonalt til Norge. Partene er derfor av den oppfatning at det kan inngis forenklet melding, men grunnet noe usikkerhet knyttet til tallmateriale og partenes markedsandeler inngis det en alminnelig melding, i tråd med konkurranseloven § 18 a.

¹ Spares Europe ervervet i 2022 Batteriexperten og Zandgroup, og deres omsetning i Norge i 2022 er medregnet i den opplyste totalomsetningen.

² Regnskapsåret 21/22 og 3 755 i regnskapsåret 22/23.

Foretakssammenslutningen kan oppsummeres som følger:

- Clas Ohlson driver salg av varer, i hovedsak til hus og hjem, til private kunder (B2C). Sortimentet inkluderer belysning, rengjøring, organisering, hjemmefiksing, multimedia, innendørs klima, energisparing samt forbruksartikler og reservedeler.
- Clas Ohlsons salg skjer i hovedsak i fysisk butikk (ca. █%) og resterende salg skjer på nett.
- Clas Ohlson har butikker og sluttkunder i Norden.
- Målselskapet er et 100 % nettsalgsbasert foretak, som gjennom sine tre datterselskap driver salg og distribusjon av reservedeler og tilbehør til forbrukerelektronikk.
- Målselskapet driver både med salg B2C og B2B. Målselskapet har kunder i Norden og EØS.
- Partene har noe overlappende horisontal virksomhet innen produktmarkedet for (i) salg av forbrukerbatterier til forbrukere, og for (ii) salg av mobil- og datatilbehør til forbrukere. I begge markedene foreligger det lave etableringshindringer.
- Partenes virksomhet er imidlertid hovedsakelig komplementær i den forstand at Clas Ohlson hovedsakelig selger sine produkter gjennom fysiske utsalgssteder, mens Målselskapet hovedsakelig selger sine produkter gjennom nettsalg.
- Når det gjelder nettsalg, så selger Clas Ohlson og Målselskapet sine produkter til kunder fordelt mellom alle land i Norden, samt EØS og i denne salgskanalen antas det geografiske markedet å minst bestå av Norden, samt EØS. Clas Ohlson har som nevnt i motsetning til Målselskapet hovedsakelig fysiske utsalgssteder, og det vil som følge av dette ikke være områder hvor partene har overlappende geografisk virksomhet i denne salgskanalen.
- I det følgende så tas det likevel utgangspunkt i at det geografiske markedet i begge produktgrupper og salgskanaler er nasjonalt, noe som etter partenes mening er det "minste" tenkelige geografiske marked.
- Clas Ohlson hadde i 2022 en omsetning på MNOK █ i markedet for salg av forbrukerbatterier til forbrukere i Norge, mens Målselskapets omsetning i dette markedet var MNOK █ i Norge i 2022. Det er vanskelig å beregne partenes samlede markedsandeler, ettersom det ikke foreligger noen tilgjengelige datapunkter på produktmarkedets totalstørrelse. Deres omtrentlige kombinerte markedsandel etter Foretakssammenslutningen, antas imidlertid å være på █% i markedet for salg av forbrukerbatterier til forbrukere i Norge.
- Clas Ohlsons omsetning var på MSEK █³ i markedet for salg av mobil- og datatilbehør til forbrukere, i Norge i 2022, mens Målselskapets omsetning i samme marked var på MNOK █. Det er også vanskelig å konkret fastslå partenes markedsandeler i dette markedet, men basert på tall i rapporter fra GfK har partene en antatt samlet markedsandel på omtrent █% etter foretakssammenslutningen.

Partenes markedsandeler er i realiteten antatt å være mye lavere siden det geografiske markedet er større enn nasjonalt i nettsalgskanalen hvor partene har overlappende virksomhet. Partene vil uansett ikke få eller styrke en eventuell markedsrett gitt stort konkurransepress fra utenlandske forhandlere på nett, lave etableringshindringer og konkurranse fra nærliggende salgskanaler (som for eksempel bensinstasjoner, kiosker og enkelte dagligvarebutikker). Foretakssammenslutningen vil derfor ikke medføre noen "betydelig hindring av effektiv konkurranse" og lovens inngrepsvilkår er ikke oppfylt.

2 KONTAKTINFORMASJON

2.1 Melder

³ Tilsvarende omtrent MNOK █ basert på vekslingskurs den 05.10.2023

Navn: Clas Ohlson AB
Organisasjonsnummer: 556035-8672
Adresse: 793 85 Insjön
Telefonnummer: 0247-444 00
E-postadresse: tina.engllyst@clasohlson.se

Kontaktperson for melder: Advokatfirmaet CLP DA
v/ advokat Kjetil Vågen og advokatfullmektig Vilde Sinding Engan
Adresse: Sommerrogata 13-15, 0255 Oslo
Postadresse: Postboks 1974 Vika, 0125 Oslo
Telefonnummer: 977 69 083 (Kjetil Vågen) / 473 80 853 (Vilde Sinding Engan)
E-postadresse: kva@clp.no (Kjetil Vågen) / vse@clp.no (Vilde Sinding Engan)

2.2 Øvrige involverte foretak

Navn: Spares Europe AB
Organisasjonsnummer: 559172-2953
Kontaktperson for
øvrige involverte
foretak: Niklas Carlbom
E-postadresse: niklas.carlbom@carthiel.se

3 BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

Clas Ohlson og Selgerne inngikk den 2. oktober 2023 avtale med Selgerne om at Clas Ohlson kjøper omtrent 91 % av aksjene i Målselskapet.

Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale med vedlegg, datert 2. oktober 2023.

Gjennomføringen av transaksjonen er planlagt å skje så snart alle forutsetninger for gjennomføring er oppfylt, herunder godkjenning fra Konkurransetilsynet. Foretakssammenslutningen er også meldepliktig i Sverige, og gjennomføringen er derfor også betinget av godkjenning fra det svenske konkurransetilsynet.

4 BESKRIVELSE AV DE INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

4.1 Clas Ohlson

4.1.1 Selskapsstruktur

Clas Ohlsons B-aksje har siden 1999 vært notert på Nasdaq Stockholm, under kortnavnet Clas-B.

Per 30. april 2023 utgjorde antall aksjeeiere 47 109. De tre største aksjeeierne er Haid-familien, som sammen eier 23 %, respektive 36 % av stemmene, Tidstrand-familien, som sammen eier 15 % av aksjene og 29,3 % av stemmene, og Nordea fondene, som eier 8,1 % av aksjene og 4,5 % av stemmene. En oversikt over Clas Ohlsons største aksjeeiere finnes på:

<https://about.clasohlson.com/sv/investerare/aktien/aktieagarstruktur/>

Clas Ohlson er morselskap til datterselskapene Clas Ohlson AS i Norge, Clas Ohlson Oy i Finland, Clas Ohlson Sp. Z.o.o i Polen, Clas Ohlson Ltd i Storbritannia, Clas Ohlson GmbH i Tyskland, Clas Ohlson Ltd (Shanghai) i Kina, samt C/O P Investment AB, 559160-9903, som i sin tur er morselskap til Clas Fixare AB, 559156-4843. Datterselskapene Clas Ohlson Ltd og Clas Ohlson GmbH er imidlertid under avvikling, ettersom aktivitetene i landene de er tilknyttet er avsluttet. Når betegnelsen Clas Olson benyttes i det følgende er datterselskapene omfattet av betegnelsen, så lenge annet ikke uttrykkelig følger.

4.1.2 Nærmere om virksomheten

Clas Ohlson er en svensk detaljhandelsbedrift med søkelys på kostnadseffektiv og bærekraftig hjemme-fiksing (Gjør-Det-Selv / DIY).

Selskapet har virksomhet hovedsakelig i Sverige, Norge og Finland. Kundetilbudet består av et grunnleggende utvalg av produkter innen byggevarer, elektriske varer, multimedia, hjem og fritid, samt et supplerende utvalg av tjenester som forenkler kundenes liv i hjemmet. Virksomheten drives i Sverige, Norge og Finland via butikker og e-handel, og via innkjøpskontorer i Kina, Polen og Vietnam.

Salget skjer hovedsakelig (ca. ■■■ %) via selskapets fysiske butikker, mens en mindre del av salget (ca. ■■■ %) skjer gjennom salg på nett på: www.clasohlson.no og nettbutikk tilhørende de andre landene. Clas Ohlson har kun ett sentrallager, i Insjön i Sverige. Leveranser fra nettsalg leveres sendes fra dette sentrallageret, eller nasjonale "feeder stores" som er en butikk med litt større lager enn vanlige butikker. I Norge finnes slike på Slependsen, Alnabru og i Tromsø.

I Sverige skjer også noe salg av tjenester (f.eks. installasjon) via egne ansatte håndverkere i selskapet Clas Fixare AB. Slike tilbud finnes ikke i Norge.

Antallet butikker i Norge per i dag er 92 stykker, mens antall ansatte er 1 796.⁴

Clas Ohlson fokuserer på salg til privatkunder (B2C). Et eventuelt salg til bedriftskunder (B2B) er ikke mulig å tallfeste ettersom det ikke føres kontroll med dette, men det vil uansett utgjøre eventuelt en marginal del av omsetningen.

4.2 Målselskapet

4.2.1 Selskapsstruktur

Spares Europe kontrolleres i dag av Verdane Capital, via fondene Verdane Capital IX (D) AB, 559059-9931 og Verdane Capital IX (E) AB, 559059-9949. Målselskapet har også enkelte andre mindre aksjonærer, Myown AB, 556970-5741, Sunbest Ltd, 08780100, Marre Holding AB, 559103-1793, Tyralf Invest AB, 559078-5274, Ponter AB, 559369-1131 og Harald Ennen.

⁴ Tallet 92 er seneste oppdaterte tall fra 30 april 2023.

Spares Europe er morselskap til datterselskapene Spares Nordic AB, 556998-9444, Zandgroup AB, 556699-7010 og Batteriexperten Europe AB, 556768-9350.

4.2.2 Målselskapets virksomhet

Spares Europe er morselskapet til tre datterselskaper som fokuserer på salg og distribusjon av reservedeler og tilbehør til forbrukerelektronikk gjennom e-handel: Spares Nordic AB ("**Spares Nordic**"), Zandgroup AB ("**Zandgroup**") og Batteriexperten Europe AB ("**Batteriexperten**").

Spares Europe driver virksomhet i hele EØS-området, men størstedelen av salget skjer i Norden. Spares Europe er en ren e-handelsaktør og har ingen fysiske butikker. Spares Europe tilbyr ikke reparasjonstjenester. Salg til Norge skjer fra Sverige, uten lokal tilstedeværelse, noe som sterkt indikerer at det geografiske markedet er større enn nasjonalt.

Spares Nordic er en distributør og forhandler av reservedeler og tilbehør til smarttelefoner og datamaskiner. Salget skjer hovedsakelig via selskapets digitale markeds plasser: *Spares*, som kun selger til bedriftskunder (B2B) i hele EØS-området (www.spares.se). Produktutvalget inkluderer reservedeler og tilbehør til mobiltelefoner, nettbrett og bærbare datamaskiner, samt batterier, kabler og ladere; og *Teknikdeler*, som selger til forbrukere hovedsakelig i Sverige (www.teknikdelar.se), Norge (www.teknikdeler.no) og Finland (www.tekniikkaosat.fi). Teknikdeler selger reservedeler for mobiltelefoner, mobiltilbehør, batterier, kabler og ladere, lyd og bilde samt produkter for smarte hjem. Den viktigste kundegruppen er forbrukere (B2C), men noe salg foregår også til bedriftskunder (B2B). Spares Nordic har også noe engrossalg av reservedeler utenfor de digitale markeds plassene, da selskapet er forhandler til produsenter som Samsung, Huawei, Motorola, Lenovo og HP.

Zandgroup driver som forhandler av reservedeler til forbrukerelektronikk. Selskapet driver sin virksomhet i Norge via den digitale markeds plass Zandparts (<https://www.zandparts.com/en/>). Selskapet selger både til bedriftskunder (B2B) og forbrukere (B2C). Zandgroup har også den digitale markeds plass www.asusparts.eu, som er en digital markeds plass som er fokusert på reservedeler og tilbehør fra produsenten ASUS.

Batteriexperten driver som forhandler av batterier og ladere til nyere tekniske forbrukerprodukter. Batteriexperten er spesialisert på batterier, men tilbyr også et begrenset utvalg av visse tilbehør (hovedsakelig ladere). Selskapet driver sin virksomhet i Norge via den digitale markeds plass <https://www.batteriexperten.com/no>. Batteriexperten selger kun til forbrukere (B2C).

5 REDEGJØRELSE FOR BERØRTE MARKEDER

5.1 Innledning

Partenes virksomhet er først og fremst, slik redegjort for i punkt 4, komplementær. Partene har imidlertid delvis horisontal overlapp i enkelte produktmarkeder som Norge er en del av uavhengig av salgskanal, men deres virksomhet overlapper kun når det gjelder detaljhandel til forbrukere innenfor kategoriene (i) forbrukerbatterier og (ii) mobil- og datatilbehør.

Det gis i det følgende en beskrivelse av disse to horisontale produktmarkedene med utgangspunkt i det norske markedet, i henhold til konkurranseloven § 18 a bokstav e, selv om partene som påpekt innledningsvis mener at det geografiske markedet er større enn nasjonalt.

Det er ingen relevant vertikal forbindelse innenfor partenes aktivitet innen øvrige produktkategorier eller virksomheter, og følgelig ingen vertikalt berørte markeder som beskrives nærmere. Andre produktkategorier og virksomheter hvor partene ikke har overlappende virksomhet behandles heller ikke videre i denne meldingen.

5.2 Markedet for forbrukerbatterier

5.2.1 Produktmarkedet for forbrukerbatterier

Begge parter segler batterier til sluttbrukere. Den overordnede batteriindustrien omfatter forskjellige kategorier: (i) industrielle batterier (f.eks. strømforsyning for papirprodukter som brukes i bedrifter og fabrikker), (ii) bilbatterier (som brukes i biler, lastebiler og andre hjuldrevne kjøretøy), (iii) batterier som er direkte integrert i forbrukerenheter (som mobiltelefoner og bærbare datamaskiner) og (iv) batterier brukt i relativt små enheter (som elektriske verktøy og leker). Batteriene i sistnevnte kategori er allment kjent som, og vil betegnes i det følgende som, forbrukerbatterier.⁵

Forbrukerbatterier brukes i relativt små enheter som elektriske verktøy, røykvarslere, fjernkontroller og leker, men de inkluderer ikke innebygde batterier som brukes i små elektroniske enheter som mobiltelefoner.⁶ Det er innen denne kategorien, forbrukerbatterier, at partene anses for å ha overlappende virksomhet.

I det videre anses det ikke hensiktsmessig å dele opp produktmarkedet for forbrukerbatterier inn i mindre produktkategorier.⁷

Det er et stort antall ulike produsenter og leverandører av forbrukerbatterier innenfor EU/EØS, både produsenter med kjente merker som Varta, Duracell, Panasonic, Gold Peak (GP) Batterier, Murata, Philips, Energizer med flere⁸, og såkalte OEM-produsenter, som leverer batterier til kunder som selger disse under eget merke (såkalte private label), for eksempel ICA, Coop, IKEA og Kjell & Co. Merkeprodusenter er ofte aktive innen både produksjons- og distribusjonsleddet (direkte eller indirekte via distributører og forhandlere), mens OEM-aktører normalt bare er aktive som produsenter. I tillegg kommer aktører som opererer som grossister, distributører eller forhandlere/detaljhandlere av forbrukerbatterier.

Markedet for detaljhandel av forbrukerbatterier er preget av høy konkurranse. Flertallet av detaljistene selger de samme typene forbrukerbatterier, som alle oppfyller samme funksjon. Inngangshindringene er lave og forbrukerbatterier kan kjøpes fra en mengde forskjellige

⁵ Se Kommisjonens beslutning av 11 desember 2018 M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 8.

⁶ M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 25.

⁷ Det presiseres likevel at forbrukerbatterier kan segmenteres ytterligere basert på deres størrelse og formål i (a) husholdningsbatterier, som er sylindrerformede batterier for generell husholdningsbruk, med vanlige batteristørrelser som AA og AAA, (b) spesialbatterier, som er knappeformede batterier med vanlige batteristørrelser som CR2032 og CR2016 eller sylindriske batterier med størrelser som AAAA eller A23, og som vanligvis brukes for elektroniske klokker og fotoutstyr, samt (c) batterier til høreapparater. (Se Kommisjonens beslutning av 11 desember 2018 M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 9.) Dersom man hadde delt opp markedet i disse enda mindre segmentene ville partenes markedsandeler uansett vært lave.

⁸ Se Kommisjonens beslutning av 11 desember 2018 M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 10.

forhandlere, men også direkte fra produsentenes egne digitale markedsplasser. Det er lett for nye forhandlere å få tilgang til leveranser, spesielt fra asiatiske leverandører, og hindringene er særlig lave for etablering av netthandel, men også nokså lave for etablering av fysisk butikk. Produktene er til salgs hos alle vanlige matbutikker som COOP, Rema 1000, KIWI og Meny, på bensinstasjoner som Circle K, men er også inkludert i standard sortimentet hos en rekke ulike typer butikker innen detaljhandel. Kjedebutikker som IKEA, Biltema, Jula, Bauhaus, samt Normal selger alle forbrukerbatterier. Aktører innen e-handelen bidrar også til konkurransen med store online-aktører med brede sortiment som CDON, NetonNet og Amazon, men også mer nisjebaserte e-handlere.

Clas Ohlson selger i dag bare forbrukerbatterier. Sortimentet inkluderer de vanligste typene batterier som brukes i en husholdning, inkludert spesialbatterier og batterier til høreapparater. Innenfor alle disse kategoriene selger Clas Ohlson hovedsakelig engangsbatterier av kjente merker som Varta og Energizer, men har også noe salg av engangsbatterier under eget merke (private label) og oppladbare batterier.⁹ Målselskapet har et bredere utvalg enn Clas Ohlson, og selger et stort antall forskjellige typer batterier, blant dem forbrukerbatterier, spesialbatterier og batterier til høreapparater. Målselskapet selger også private label-batterier.

Kommisjonen har i sin praksis lagt til grunn at engrossalg av forbrukerbatterier og spesialbatterier utgjør separate relevante produktmarkeder.¹⁰ De har også vurdert at engrossalg av merkede batterier og private label forbrukerbatterier utgjør adskilte produktmarkeder.¹¹

Når det gjelder detaljisthandel av batterier, er partenes oppfatning at markedet imidlertid bør omfatte alle typer batterier som selges til endelig forbruker (såkalte forbrukerbatterier), uten ytterligere segmentering. De største aktørene på dette markedet, inkludert partene, konkurrerer om å tilby et samlet produktsortiment av forbrukerbatterier. Det er stor konkurranse i detaljhandelsleddet og de fleste aktører tilbyr et bredt utvalg av forskjellige typer forbrukerbatterier. Nesten alle forhandlere tilbyr forbrukerbatterier (engangsbatterier og oppladbare batterier), spesialbatterier og batterier til høreapparater.

Det er lett for forbrukere å bytte mellom de forskjellige salgskanalene. Dette betyr at nett- og fjernhandel innenfor Europa, men også internasjonalt, medfører et sterkt konkurransepress til fysiske butikker.

Fordi markedet for forbrukerbatterier hele tiden er i utvikling og detaljister stadig fornyer sortimentet, mener partene ikke det er meningsfylt å uttømmende angi produktkategoriene som inngår i begrepet forbrukerbatterier, eller å dele opp detaljhandelen av forbrukerbatterier i smalere produktsegmenter. Partene mener også at både merkebatterier og private label-batterier bør regnes som tilhørende samme produktmarked for forbrukerbatterier. Forbrukerne ser disse

⁹ Kommisjonen har i tidligere praksis segmentert markedet for primærbatterier (engangsbatterier), og sekundærbatterier (oppladbare batterier). Markedet for sekundærbatterier er i sin tur delt opp i tre produktmarkeder: (i) bærbare batterier, (ii) industrielle batterier, og (iii) bilbatterier. (Se M.5421, Panasonic/Sanyo, punkt 12 og M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 24.)

¹⁰ Markedene for engrossalg av (i) merkede spesialbatterier og (ii) merkede batterier for høreapparater utgjør også separate relevante produktmarkeder, adskilt fra engrossalget av (iii) merkede forbrukerbatterier. Batterier til høreapparater har også blitt ansett som et separat relevant produktmarked på engrosnivå. (se. M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 89.)

¹¹ M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 74.

alternativene som fullt ut substituerbare, da de fyller samme funksjon og det er andre faktorer som pris og tilgjengelighet som styrer kjøpsvalgene.

5.2.2 Det geografiske markedet for salg av forbrukerbatterier

Partene mener at markedet inkluderer både salg på nett og i fysiske butikker. Mange av detaljistene i Norge driver i dag virksomhet gjennom flere salgskanaler. Dette betyr at de samme produktene tilbys både via fysiske og digitale kanaler, ofte til samme pris. Det er nå også vanlig å søke informasjon om produkter på internett for å deretter kjøpe dem i en fysisk butikk, eller å søke informasjon om produkter i en fysisk butikk for å deretter kjøpe dem i en nettbutikk (såkalt showrooming). I tillegg er det flere nettstedet for prissammenligning som gir kunder muligheten til å sammenligne produktpriser for produkter som selges både via nettbutikk og via fysisk butikk. Dette betyr at de forskjellige salgskanalene utøver betydelig konkurransepress på hverandre, og at prisendringer i en salgskanal også påvirker andre salgskanaler. Ifølge partene er grensen mellom nettbutikker og fysiske butikker derfor i prinsippet utslettet. Dette tilsier at det minst tenkelige geografiske markedet er nasjonalt, noe også partenes salgsmønster som omtalt over i punkt 4 indikerer.

Ifølge partene bør det geografiske markedet for detaljisthandel med forbrukerbatterier derfor betraktes som bredere enn nasjonalt, siden grenseoverskridende netthandel skaper stor konkurranse på markedet. I tillegg er det relevant å påpeke at batterier i hele Europa og ellers i verden er fungible, som vil si at batterier en forbruker benytter i Norge, også kan kjøpes ellers i Europa. Derfor anser partene i realiteten det geografiske markedet for å være i det minste nordisk eller europeisk.

Siden det som følge av partenes markedsandeler og konkurranseforholdene ellers uansett ikke er nødvendig å ta endelig stilling til avgrensningen av det geografiske markedet, så tas det i det følgende utgangspunkt i at det geografiske markedet er nasjonalt, noe som altså etter partenes mening er det "minste" tenkelige geografiske marked.¹²

Konkurransetrykket fra utsalgssteder utenfor Norge må imidlertid i alle tilfeller tas med i vurderingen av transaksjonens virkninger. Partene har veldig lave markedsandeler, og Foretakssammenslutningen vil ikke merkbart påvirke konkurransen uavhengig av eventuell segmentering av forbrukerbatterier i ulike produktkategorier, og uavhengig av om markedet anses å være nasjonalt eller større (nordisk eller europeisk).

5.2.3 Partenes markedsandeler i markedet for forbrukerbatterier

Partene har ikke kjennskap til det konkrete antallet forbrukerbatterier som selges i Norge hvert år. Det er vanskelig å beregne omsetningen innenfor markedet, ettersom de aller fleste konkurrerende foretak også selger varer innen mange andre produktkategorier, og andelen av omsetning som gjelder forbrukerbatterier kan derfor ikke tallfestes.

¹² Når det gjelder det geografiske markedet, bør det nevnes at Kommisjonen i praksis har definert det relevante geografiske markedet for engrossalg av primære og sekundære forbrukerbatterier av kjente merker som nasjonalt, se for eksempel Kommisjonens beslutning av 11. desember 2018 i sak M.8988, Energizer / Spectrum, punkt 135 (a). Det understrekes imidlertid at denne saken gjaldt engrosmarkedet og ikke detaljistmarkedet og at denne saken derfor ikke er direkte relevant.

Den nærmeste statistikken partene har funnet vedrørende salg av batterier i Norge, er fra Eurostat. De nyeste tallene i denne er fra 2020.¹³ Av rapporten heter det at det i 2020 ble omsatt 3 526 tonn med "portable batterier og akkumulatører" i 2020. Det kommer ikke klart frem hvor stor andel som var batterier og hvor stor andel som var akkumulatører, men partene antar basert på egen erfaring i markedet at det var 98 % portable batterier. Det nevnes også at det ikke fremkommer tydelig hva slags type batterier som er medregnet i betegnelsen "portable batterier". På denne bakgrunn vil den følgende beregningen av markedsandeler kun være ment som retningsgivende.

Clas Ohlson omsatte, gjennom sitt datterselskap Clas Ohlson AS, omtrent [redacted] tonn husholdningsbatterier i Norge i 2020.¹⁴ Dette gir dem en markedsandel i Norge i 2020 på omtrent [redacted]%, noe som samsvarer med deres eget syn på egen markedsandel.

Målselskapet omsatte omtrent [redacted] tonn batterier i Norge i 2020, medregnet selskap som er kjøpt opp frem til i dag.¹⁵ Dette gir dem en markedsandel på omtrent [redacted] % beregnet opp mot totalt antall tonn omsatt.¹⁶

Det har ikke skjedd større endringer i markedet for salg av batterier til forbrukere, eller i partenes omsetning av batterier, fra 2020 frem til 2023, som tilsier at partenes markedsandeler har endret seg i utakt med den generelle omsetningsveksten som har skjedd i markedet i tråd med KPI. Partene anser derfor ikke markedsandelen for å ha endret seg nevneverdig fra 2020 og frem til nå, og deres samlede markedsandel på [redacted] % i Norge i 2020 anses derfor som representativt.

5.3 Produktmarkedet for mobil- og datatilbehør

5.3.1 Produktmarkedet for mobil- og datatilbehør

Begge parter selger et variert utvalg av mobil- og datatilbehør. Markedssegmentet detaljhandel av mobil- og datautstyr refererer til produkter som brukes for å beskytte eller forbedre funksjonaliteten og brukeropplevelsen til mobile enheter, slik som smarttelefoner og nettbrett, samt datamaskiner og bærbare PCer. Produkter innenfor dette området inkluderer skall og deksler, kabler og ladere, powerbanks, skjermbeskyttere, hodetelefoner og adaptere.

Partene mener at det relevante produktmarkedet omfatter detaljhandel av mobil- og datatilbehør til sluttbruker, uten ytterligere segmentering i for eksempel mobiltilbehør, datatilbehør eller ytterligere produktkategorier innen slike tilbehør. Markedet for mobil- og datatilbehør er i konstant utvikling og forhandlere fornyer kontinuerlig sine sortimenter. De fleste aktørene i markedet, inkludert partene, konkurrerer ved å tilby et bredt utvalg og selger alle vanlig forekommende tilbehør til mobiler, nettbrett og datamaskiner. Kunder etterspør et bredt utvalg av tilbehør og forventer å kunne kjøpe

¹³ [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Sales_of_portable_batteries_and_accumulators,_2009%E2%80%932020_\(tonnes\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Sales_of_portable_batteries_and_accumulators,_2009%E2%80%932020_(tonnes).png)
tilsvarende tall følger av statistikk: <https://www.statista.com/statistics/1316387/share-portable-batteries-and-accumulators-collected-for-recycling-eu/>

¹⁴ Totalomsetningen deres var på omtrent MSEK [redacted]

¹⁵ Totalomsetningen deres var på omtrent MSEK [redacted]

¹⁶ Markedsandel er basert på omsetning i tonn fra 2022, da det ikke er antatt at omsetningen har variert særlig fra 2020.

alle disse produktene på samme sted. Merkevarer fra kjente produsenter konkurrerer også med OEM-produkter.¹⁷

Innen mobil- og datautstyr er det en rekke norske så vel som internasjonale forhandlere som selger lignende produkter fra både merke- og OEM-produsenter. Det er sterk konkurranse, og det er mange forskjellige aktører som tilbyr mobil- og datautstyr, slik som dagligvarehandler, spesialforhandlere, nisjeaktører, utenlandske aktører og elektroniske forhandlere. Eksempler på større aktører i Norge er CDON, Kjell & Co, Elkjøp, Jula og Power. Andre kjente aktører som tilbyr produkter innen samme produktkategori er Normal, H&M, Ideal of Sweden med flere. Det er generelt sett lave etableringshindringer i markedet, og det er lett å få tilgang til leverandører, samt å etablere utsalgssteder på nett eller fysisk.

Partene mener videre at både merketilbehør og OEM-/private label-tilbehør bør anses tilhørende samme produktmarked for mobil- og datatilbehør. Forbrukere ser disse alternativene som fullt utbyttbare, da de oppfyller samme funksjon og det er snarere andre faktorer som pris og tilgjengelighet som styrer innkjøpsvalgene.

5.3.2 Det geografiske markedet for salg av mobil- og datatilbehør

Ifølge partene bør markedet for detaljhandel av mobil- og datatilbehør inkludere både salg online og i fysiske butikker. Det er stor konkurranse innen detaljhandelen og de fleste aktører tilbyr et bredt utvalg av ulike typer mobil- og datatilbehør. Utbyttbarheten med hensyn til de ulike salgskanalene innebærer videre at fysiske butikker påvirkes sterkt av både nasjonale nettbutikker, netthandel innen Europa, men også internasjonalt.

Mange av detaljhandlere i Norge driver nå virksomhet gjennom flere salgskanaler, noe som betyr at de samme produktene tilbys både via fysiske og digitale kanaler, som oftest til samme priser. Dette innebærer at de forskjellige salgskanalene utøver betydelig konkurransepress mot hverandre og at prisendringer i én salgskanal også påvirker andre salgskanaler, som derfor må vurderes under ett.

Partene anser derfor det geografiske markedet for detaljhandel av mobil- og datatilbehør som bredere enn nasjonalt, da grenseoverskridende netthandel utgjør en viktig del som skaper høy konkurranse i markedet. Partene opplever at konkurransen innen mobil- og datatilbehør er preget av en sterk og voksende e-handel samt internasjonale og nasjonale aktører.

Siden det som følge av partenes markedsandeler og konkurranseforholdene ellers uansett ikke er nødvendig å ta endelig stilling til avgrensningen av det geografiske markedet, så tas det i det følgende utgangspunkt i at det geografiske markedet er nasjonalt, noe som altså etter partenes mening er det "minste" tenkelige geografiske marked. I alle tilfeller må konkurransepresset fra tilbydere utenfor Norge bør da tas med i vurderingen av transaksjonens virkninger.

Begge partene har videre hver for seg, og sammen, meget lave markedsandeler. Foretakssammenslutningen vil derfor ikke merkbart hemme konkurransen uavhengig av

¹⁷ I denne sammenheng kan det nevnes at Kommisjonen i tidligere praksis har behandlet personlige datamaskiner, programvare og tilbehør som tastaturer og datamus samt kommunikasjonsutstyr i form av mobiltelefoner, nettbrett og tilbehør som en overordnet produktkategori, selv om den eksakte definisjonen har blitt holdt åpen, se for eksempel Kommisjonens beslutning av 7. oktober 2016 i sak M.8131, Tele2 Sverige / TDC Sverige, punkt 60.

segmentering av mobil- og datatilbehør i ulike produktkategorier, og uavhengig av om markedet anses å være nasjonalt eller større.

5.3.3 Partenes markedsandel i markedet for salg av mobil- og datatilbehør

Partene har ikke kjennskap til den totale omsetningen i Norge innen produktmarkedet for salg av mobil- og datatilbehør. Også i dette markedet er det vanskelig å beregne konkurrenters omsetning, ettersom de aller fleste konkurrenter selger varer innen mange produktkategorier.

Den mest treffende statistikken fra SSB er tabellen 12630. Denne viser omsetningen i markedet for butikkhandel med IKT-utstyr, hvitevarer og elektriske artikler i 2017; innen de 3 underkategoriene "Butikkhandel med datamaskiner og utstyr til datamaskiner", "Butikkhandel med telekommunikasjonsutstyr" og "Butikkhandel med audio- og videoutstyr".¹⁸

Tabell fra SSB:

12630: Detaljhandel. Omsetning. Foretak, etter næring (SN2007), statistikkvariabel, år og produktgruppe

	Omsetning (mill. kr)	
	2017	
	Butikkhandel med IKT-utstyr, hvitevarer og elektriske artikler	
47.41 Butikkhandel med datamaskiner og utstyr til datamaskiner		1 255
47.42 Butikkhandel med telekommunikasjonsutstyr		1 202
47.43 Butikkhandel med audio- og videoutstyr		1 424

▼ Fotnoter

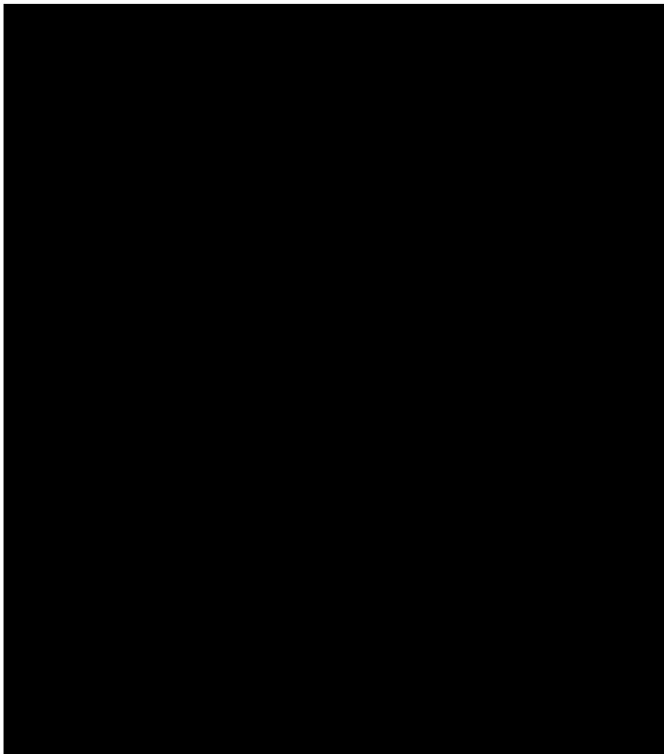
▼ API-spørring for denne tabellen

Omsetningen som tabellen viser, gir ikke et nøyaktig bilde av omsetningen i produktmarkedet for salg av mobil- og datatilbehør. For det første er det ikke klart differensiert hvor stor del av omsetningen som gjelder tilbehør, og for det andre er ikke medregnet nettsalg. Tallene er fra 2017 og ikke oppdaterte.

Ettersom tabellen ikke har medregnet nettsalg, og det foreligger stor uklarhet rundt hvor stor del som faktisk gjelder kun tilbehør, klarer ikke partene å si noe om hvor stor andel de tror kan tilskrives salg av tilbehør. Vurderingen av deres markedsandeler skjer derfor på grunnlag av retail data fra GfK, som tilsier at Clas Ohlson har en markedsandel i Norge på ███% i dette produktmarkedet.¹⁹ Se utklipp fra GfK-rapport nedenfor:

¹⁸ <https://www.ssb.no/statbank/table/12630/tableViewLayout1/>

¹⁹ Rapportens beregning av markedsandel er hovedsakelig basert på salg av hovedenheter som hodetelefoner, datamus, Bluetooth-høytalere, rutere, mv. Alle former for tilbehør som Clas Ohlson selger er ikke medregnet, men rapporten anses likevel å være representativ, da de ikke selv kjenner til å ha særskilt større markedsandel innen salg av et konkret tilbehør. Dette anses derfor som den beste indikatoren på deres markedsandel innen tilbehørs-segmentet.



Tilsvarende rapport fra GfK eksisterer ikke for Målselskapet sin del. Ved å se på rapportens totalomsetning i markedet på MNOK 348,2 i august, og med en forutsetning om at omsetningen er omtrent lik de øvrige månedene i året, vil totalomsetningen i løpet av året være på MNOK 4 178. Ettersom rapporten viser en oppgang på 5 % fra 2022, trekker vi fra tilsvarende for å beregne fjorårets totalomsetning. Det antas med det at totalomsetningen i dette produktmarkedet var på MNOK 4 177 i 2022, mens Målselskapet hadde en omsetning på MSEK [redacted] i dette markedet, tilsvarende MNOK [redacted].²⁰ Dette gir dem en antatt markedsandel i dette produktmarkedet i Norge på ca. [redacted]%.²¹

Partene antas på denne bakgrunn å ha en samlet markedsandel i produktmarkedet for mobil- og datatilbehør på omtrent [redacted] %.

6 KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

6.1 Generelt

I det følgende gis en oversikt over partenes fem viktigste leverandører, konkurrenter og kunder i Norge, jf. konkurranseloven § 18 a bokstav d.

Ettersom overlapp mellom partene kun er antatt å foreligge i markedet for salg til slutt kunder (B2C), opplever ingen av partene å ha fem særskilte kunder som er større eller viktigere enn andre. Kundegruppen til begge partene består av alminnelige forbrukere. Følgelig opplyses det kun om partenes viktigste leverandører og konkurrenter i det følgende.

²⁰ Beregnet ut ifra vekslingskurs den 02.10.2023.

²¹ Beregningen er kun ment å gi uttrykk for en antakelse, og det påpekes at omsetningen i rapporten fra GfK ikke har med alle former for tilbehør som Målselskapet selger, slik at en beregning av markedsandel ut ifra deres totalomsetning innen alt tilbehør vil gi dem en større markedsandel enn hva som er reelt.

6.2 Clas Ohlson

6.2.1 Markedet for forbrukerbatterier

Leverandører
[Redacted]

Konkurrenter
[Redacted]

6.2.2 Markedet for mobil- og datatilbehør

Leverandører
[Redacted]

Konkurrenter
[Redacted]

6.3 Målselskapet

6.3.1 Markedet for forbrukerbatterier

Leverandører
[Redacted]

Konkurrenter
[Redacted]

6.3.2 Markedet for mobil- og datatilbehør

Leverandører

Konkurrenter

Målselskapet driver kun nettsalg og anser markedet som større enn nasjonalt. De har derfor ikke differensiert mellom konkurrenter i ulike land og det er derfor enkelte av konkurrentene som nevnes ovenfor også er svenske aktører.

7 EFFEKTIVITETSGEVINSTER

Foretakssammenslutningen vil medføre synergier primært når det kommer til innkjøp med kostnadsbesparing, deling av ressurser som håndterer innkjøp, produkttesting, produktkvalitet og compliance samt ESG. For øvrig oppleves det som en effektivitetsgevinst at Målselskapet vil bli mindre avhengig av dagens leverandører.

Effektivitetsgevinstene vil trolig være i størrelsesorden MNOK ■■■ per år.

Effektivitetsgevinstene konkretiseres ikke nærmere og forsøkes ikke tallfestet i det ytterligere i denne omgang siden lovens inngrepsvilkår ikke er oppfylt ettersom Foretakssammenslutningen ikke "i betydelig grad vil hindre effektiv konkurranse" i strid med konkurranseloven § 16, første ledd.

8 TILSYN FRA ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

Transaksjonen er underlagt tilsyn fra svenske konkurransemyndigheter.

9 ÅRSREGNSKAP OG ÅRSBERETNINGER

Årsregnskap og årsberetning for Målselskapet for 2022 ligger vedlagt som Vedlegg 2.

Årsregnskap og årsberetning for Målselskapets datterselskap, Spires Nordic AB, for 2022 ligger vedlagt som Vedlegg 3.

Årsregnskap og årsberetning for Målselskapets datterselskap, Batteriexperten AB, for 2022 ligger vedlagt som Vedlegg 4.

Årsregnskap og årsberetning for Målselskapets datterselskap, Zandgroup AB, for 2022 ligger vedlagt som Vedlegg 5.

Clas Ohlsons årsregnskap og årsberetning for 2022 ligger vedlagt som Vedlegg 6.1 og tilsvarende for det norske datterselskapet ligger vedlagt som Vedlegg 6.2.

10 KONFIDENSIALITET

Denne meldingen inneholder konfidensiell informasjon, jf. konkurranseloven § 18 b. Utkast til en offentlig versjon hvor konfidensiell informasjon er slettet er vedlagt som Vedlegg 7.

Nedenfor følger en kort begrunnelse for det rettslige grunnlaget for anmodningen om konfidensialitet med henvisning til den vedlagte offentlige versjonen av meldingen.

Henvisning i offentlig versjon	Rettslig grunnlag	Begrunnelse
Punkt 1 5. ledd, kulepunkt 2	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om fordeling av omsetning på nett og i fysisk butikk er ikke offentlig kjent informasjon, og det vil kunne påvirke konkurrenters adferd i markedet om denne informasjonen blir offentlig kjent.
Punkt 1 5. ledd, siste og nest siste kulepunkt	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om partenes markedsandeler er ikke offentlig kjent og det vil kunne påvirke konkurrenters adferd i markedet og partenes konkurransesituasjon om dette blir offentlig kjent.
Vedlegg 1: Aksjekjøpsavtale med vedlegg	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om kjøpsvilkår og aksjonærvilkår er konkurransesensitiv informasjon, fordi dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om dette blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.
Punkt 4.1.2 tredje avsnitt	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om fordeling av omsetning på nett og i fysisk butikk er ikke offentlig kjent informasjon, og det vil kunne påvirke konkurrenters adferd i markedet om denne informasjonen blir offentlig kjent.
Punkt 5.2.3 avsnitt 2 - 5	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Partenes antagelser rundt omsetningsfordeling mm. er basert på deres bransjekunnskap, og ikke offentlig kjent informasjon. Informasjon om omsetningstall og omsetningsfordeling, samt markedsandeler er konkurransesensitiv informasjon, fordi dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om omsetningsfordeling og markedsandeler blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.
Punkt 5.3.3 avsnitt 5 - 8.	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Partenes antagelser rundt omsetningsfordeling mm. er basert på deres bransjekunnskap, og ikke offentlig kjent informasjon. Informasjon om omsetningstall og omsetningsfordeling, samt markedsandeler er konkurransesensitiv informasjon, fordi dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om omsetningsfordeling og markedsandeler blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.

Punkt 6: Oversikter over partenes viktigste konkurrenter og leverandører	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Informasjon om hvilke aktører som partene selv anser for å være de viktigste konkurrenter og leverandører, er sensitiv informasjon ettersom dette er informasjon som skiller seg fra det som er offentlig kjent. Dersom informasjon om hvilke aktører som partene selv anser for å være de viktigste konkurrenter og leverandører blir offentlig, vil dette kunne påvirke partenes konkurransesituasjon.
Punkt 7, avsnitt 2	Forvaltningsloven § 13 første ledd nr. 2	Tall på konkrete synergieffekter er ikke offentlig kjent informasjon, og det vil kunne påvirke partenes stilling i markedet og konkurrenters adferd dersom denne informasjonen blir offentlig kjent.

Med vennlig hilsen
Advokatfirmaet CLP DA

Vilde Sinding Engan

Vilde Sinding Engan
Advokatfullmektig

VEDLEGG:

Vedlegg 1: Avtale om foretakssammenslutning med vedlegg

Vedlegg 2: Årsregnskap og årsberetning for Målselskapet

Vedlegg 3: Årsregnskap og årsberetning for Målselskapets datterselskap, Spires Nordic AB

Vedlegg 4: Årsregnskap og årsberetning for Målselskapets datterselskap, Batteriexperten AB,

Vedlegg 5: Årsregnskap og årsberetning for Målselskapets datterselskap, Zandgroup AB

Vedlegg 6.1: Årsregnskap og årsberetning for Clas Ohlson AB

Vedlegg 6.2: Årsregnskap og årsberetning for Clas Ohlson AS

Vedlegg 7: Forslag til offentlig versjon