

Konkurransetilsynet
Postboks 439 Sentrum
5805 Bergen

post@kt.no

UNNTATT OFFENTLIGHET

Oslo, 9. september 2026
Dok.ref.: 529436-602-28435436.1
Saksansvarlig advokat:
Helge Stemshaug

KONKURRANSELOVEN § 18
MELDING AV FORETAKSSAMMENSLUTNING

Sport Holding AS' erverv av enekontroll i Sakshaug Sport Holding AS

Advokatfirmaet Schjødt AS, Reg. No. 996 918 122

Norway: +47 22 01 88 00

Sweden: +46 8 505 501 00

Denmark: +45 70 70 75 72

United Kingdom: +44 208 142 9274

Oslo office: Tordenskiolds gate 12, P.O. Box 2444 Solli, NO-0201 Oslo, Norway

Stockholm office: Hamngatan 27, P.O. Box 715, SE-101 33 Stockholm, Sweden

Copenhagen office: Göteborg Plads 1, 9. sal, 2150 Nordhavn, Denmark

London office: Becket House, 36 Old Jewry, London EC2R 8DD, United Kingdom

Stavanger office: Kongsgårdbakken 3, P.O. Box 440, NO-4002 Stavanger, Norway

Bergen office: C. Sundts gate 17, P.O. Box 2022 Nordnes, NO-5817 Bergen, Norway

Ålesund office: Notenesgata 14, P.O. Box 996 Sentrum, NO-6001 Ålesund, Norway

1. KONTAKTINFORMASJON

1.1 Melder

Navn: Sport Holding AS
Adresse: Hovinmovegen 128
2067 Jessheim

Organisasjonsnummer: 924 505 745

1.2 Melders representant

Navn: Advokat Helge Stemshaug / advokatfullmektig Sondre Saksvik
Adresse: Advokatfirmaet Schjødt AS
Postboks 2444 Solli
0201 Oslo

Telefon: +47 928 81 396 / +47 948 15 557
E-post: helge.stemshaug@schjodt.com / sondre.saksvik@schjodt.com

1.3 Målselskapet

Navn: Sakshaug Sport Holding AS
Adresse: Bogavegen 6
7725 Steinkjer

Organisasjonsnummer: 990 281 491

1.4 Målselskapets representant

Navn: Erik Sakshaug
Adresse: Bogavegen 6
7725 Steinkjer

Telefon: +47 950 73 344
E-post: erik@sakshaug.as

2. BESKRIVELSE AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

2.1 Innledning

- (1) Sakshaug Sport Holding AS ("Sakshaug" eller "Målselskapet") driver som franchisetaker 22 sportsbutikker innen kjedekonseptene Intersport og Sport1. Sakshaugs butikker er lokalisert i en rekke byer og tettsteder i Trøndelag, Nordland og Troms. Kjedekonseptene Intersport og Sport 1 er eiet av franchisegiver Sport Holding AS ("Sport Holding" eller "Melder"). Sakshaug har ingen virksomhet utover å drive sportsbutikker som franchisetaker i Sport Holding-systemet.

(2)

[Redacted text block]

Bilag 1:

- (3) Ervervet innebærer at Sport Holding overtar enekontroll over Sakshaug. Det foreligger dermed en foretakssammenslutning etter konkurranseloven § 17. På bakgrunn av de involverte foretakenes omsetning, jf. punkt 4 nedenfor, er foretakssammenslutningen meldepliktig i Norge.
- (4) Foretakssammenslutningen utløser ikke meldeplikt i andre jurisdiksjoner, og vil gjennomføres så snart godkjenning fra Konkurransetilsynet foreligger.

2.2 Formålet med transaksjonen

(5)

[Redacted text block]

(6)

[Redacted text block]

(7)

[Redacted text block]

(8)

[Redacted text block]

(9) [Redacted]

(10) [Redacted]

(11) [Redacted]

(12) [Redacted]

(13) [Redacted]

(14) [Redacted]

² [Redacted]

3. BESKRIVELSE AV INVOLVERTE FORETAK OG FORETAK I SAMME KONSERN

3.1 Sport Holding

3.1.1 Om konsernet

- (15) Sport Holding er morselskapet i et konsern med virksomhet innen utvikling, produksjon, innkjøp og salg av sportsutstyr.³ Selskapet ble etablert i forbindelse med Gjelsten Holding AS' («Gjelsten Holding») og O.N. Sunde AS' («O.N. Sunde») sammenslåing av sportskjedekonsernet Sport 1 Gruppen AS («Sport 1») og deler av virksomheten etter det konkurssrammede sportskonsernet Gresvig Retail Group AS m. fl. («Gresvig») («Sport 1/Gresvig-saken»). Gjelsten Holding er morselskapet i investeringsvirksomheten til Bjørn Rune Gjelsten, mens O.N. Sunde er et investeringsselskap eid av Olav Nils Sunde med familie. Sammenslåingen ble meldt til Konkurransetilsynet 14. april 2020, og klarert av Konkurransetilsynet 22. september 2020.⁴
- (16) Sport Holding er i dag kontrollert av Gjelsten Holding og O.N. Sunde i fellesskap, som hver eier 47,071 % av aksjene i selskapet, samlet tilsvarende samtlige A-aksjer. Gjelsten Holding og O.N. Sunde eier hver også 0,633 % av aksjene i selskapet i form av B-aksjer. De øvrige B-aksjene i selskapet eies av en rekke mindre aksjonærer.⁵
- (17) Sport Holding ble ved Konkurransetilsynets vedtak 5. april 2022 pålagt å informere Konkurransetilsynet om alle foretakssammenslutninger og minoritetsserverv i markedene for salg av sportsutstyr.⁶ Pålegget ble fornyet ved brev 2. januar 2024 og 19. desember 2025. Denne foretakssammenslutningen oppfyller som beskrevet i punkt 4 kravene for å være meldepliktig etter konkurranseloven § 18, jf. § 17. Foretakssammenslutningen meldes derfor uavhengig av pålegget om å informere om foretakssammenslutninger.
- (18) Sport Holding er medlem i Norsk Sportsbransjeforening.⁷
- ##### 3.1.2 Grossist- og detaljhandelsvirksomhet innen sportsutstyr
- (19) Selskapets primære drift utøves gjennom kjedekonseptene Sport 1, Intersport, Anton Sport og Löplabbet.⁸
- (20) Grossistvirksomheten i konsernet drives gjennom selskapet Sport Holding AS. Produktsortimentet består i det vesentlige av kjente norske og internasjonale merkevarer. I tillegg leveres også enkelte egne merkevarer, som f.eks. Bergans, Norheim og Jotunheim. Servicekontoret for kjedenes medlemmer ligger også i Sport Holding AS. Kjedelederfunksjonen for kjedekonseptene Sport 1 og Intersport utøves gjennom selskapene Sport 1 AS og Intersport Norge. Sport Holdings egneide butikker tilhører i hovedsak kjedekonseptene Anton Sport og Löplabbet, og er eid gjennom selskapene Sport Holding Retail AS og Löplabbet AS. Samlet er det 63 egneide og 279 franchisedrevne butikker i Sport Holdings kjedekonsepter.

³ Inkluderer også ulike tjenester innen regnskap, lager mv. tilknyttet grossist- og detaljhandelsvirksomheten.

⁴ Se melding om foretakssammenslutning mellom Gjelsten Holding AS, O.N. Sunde AS og deler av virksomheten i konkursboene etter Gresvig Retail Group AS og datterselskap av 14. april 2020, samt supplement til melding av 21. april 2020, og avgjørelse A2020-2 – Gjelsten Holding AS (Sport 1 Gruppen AS) / O.N. Sunde AS – Gresvig Retail Group AS m.fl. konkursbo – konkurranse-loven § 20, jf. § 16 – underretning om henleggelse av saken.

⁵ Sports-Invest AS (2,3 %), Skattum Vekst AS (1,5 %), Snekvik Eiendom AS (0,3 %) og AS Peter Aas (0,1 %) er de største. De øvrige aksjeeierne eier hver under 0,01 % av aksjene i selskapet.

⁶ Markedene for salg av sportsutstyr er i vedtaket definert som "markedene for utvikling og produksjon av ulike kategorier av sportsutstyr, detaljistsalg av sportsutstyr, og salg av franchise- og grossisttjenester til detaljister som selger sportsutstyr".

⁷ For nærmere informasjon om foreningen, se <https://sportsbransjen.no/om-oss/informasjon>

⁸ I tillegg eier Sport Holding kjedekonseptene Sportsnett, Milslukern, SHU, Juice og Skandinavisk Høyfjellsutstyr.

- (21) En fullstendig oversikt over konsernstrukturen i Sport Holding, inkludert alle eierposter, er vedlagt meldingen.

Bilag 2: Oversikt over konsernstrukturen i Sport Holding

- (22) De ulike selskapene i Sport Holding selger også sportsutstyr på nett gjennom 5 ulike nettportaler. Enkelte franchisetakere i kjedekonseptene driver også egne nettbutikker.

3.1.3 Produksjon og leveranse av sportsutstyr

- (23) Bergans er en norskbasert produsent og leverandør av sportsutstyr. Selskapet produserer og leverer friluftsbekledning (teknisk bekledning/tekstiler) og friluftsutstyr (sekker, soveposer, telt mv.) under merkevaren Bergans.
- (24) I Norge leverer Bergans sportsutstyr både til de tradisjonelle sportskjedene, herunder Stadion og Sport Holding, frittstående sportsbutikker og direkte til butikker med medlemsavtale med en sportskjede som likevel handler direkte fra Bergans. Bergans leverer også til rene nettbutikker, slik som Get Inspired.
- (25) Bergans er også til stede i detaljistleddet for salg av sportsutstyr gjennom egen nettbutikk, samt fem egneide sportsbutikker og fire outlet-butikker.

3.2 Sakshaug

- (26) Sakshaug er franchisetaker i Sport Holding-systemet. Som franchisetaker driver Sakshaug 22 sportsbutikker under Sport Holdings kjedekonsepter Sport 1 og Intersport.⁹ Sakshaugs virksomhet er geografisk avgrenset til Midt-Norge og Nord-Norge. Sakshaug er heleid av Eriksaks Invest AS, som igjen er heleid av Erik Sakshaug. Oversikt over konsernstrukturen i Sakshaug er vedlagt meldingen.

Bilag 3: Oversikt over konsernstrukturen i Sakshaug

⁹ Sakshaug driver også netthandel gjennom nettstedet topsports.no.

(27) Sakshaug driver følgende utsalgssteder:

Butikk	Lokasjon
Intersport Leangen	Falkenborgvegen 31, 7044 Trondheim
Intersport Lefstad	Munkegata 44, 7011 Trondheim
Intersport City Syd	Østre Rosten 28, 7075 Trondheim
Intersport Oti Orkanger	Oti-Senteret, 7300 Orkanger
Intersport Amfi Orkanger	Bårdshaug, 7300 Orkanger
Sport 1 Sunndal	Sunndalsveien 17, 6600 Sunndalsøra
Sport 1 Røros	Kjerkgata 15, 7374 Røros
Intersport Røros	Peder Hiortgt. 7, 7374 Røros
Sport 1 Stjørdal	Kjøpmannsgata 40, 7500 Stjørdal
Intersport Torgkvartalet Stjørdal	Stokmovegen 2, 7500 Stjørdal
Intersport Magneten Levanger	Moafjæra 14, 7606 Levanger
Intersport Verdal	Jernbaneveien 11, 7650 Verdal
Intersport Sakshaug Steinkjer	Sjøfartsgata 6, 7714 Steinkjer
Sport 1 Namsos	Søren R Thornæs Veg 19, 7800 Namsos
Intersport Grong	Media, 7870 Grong
Sport 1 Brønnøysund	Storgata 58, 8900 Brønnøysund
Intersport Bodø	Stormyrveien 20, 8008 Bodø
Intersport Fauske	Terminalveien 5, 8208 Fauske
Intersport Narvik	Bolagsgata 1, 8514 Narvik
Sport 1 Narvik	Kongens gate 66, 8514 Narvik
Intersport Kanebogen	Skilleveien 4, 9411 Harstad
Sport 1 Harstad	Fjordgata 1, 9411 Harstad

4. OMSETNING

Involverte foretak	Omsetning i Norge i 2025
Sport Holding AS	4 403 MNOK
Sakshaug Sport Holding AS	401 MNOK
Totalt	4 805 MNOK

*Omsetning for 2025 er hentet fra Melders og Målselskapets årsregnskap.

5. INGEN MARKEDER BERØRES AV FORETAKSSAMMENSLUTNINGEN

5.1 Markedet for salg av sportsutstyr

- (28) Både Sakshaug og Sport Holding er aktive på markedet for salg av sportsutstyr.¹⁰ Sport Holding driver grossist- og detaljistvirksomhet med sportsutstyr, mens Sakshaug som franchisetaker i Sport Holding-systemet driver detaljistvirksomhet. Partene selger sportsutstyr både gjennom fysiske utsalgssteder og i nettbutikker.
- (29) «Sportsutstyr» er en bred sammensetning av produkter som er forbundet med sportslige aktiviteter, klubbaktiviteter, friluftsliv og utendørs fritidsaktiviteter mer generelt. De viktigste varekategoriene innen sportsutstyr er bekledning/tekstiler og fottøy. En oversikt over kategoriene og andel av omsetning av partenes butikker (inkl. nett) følger i tabellen nedenfor.

2025, MNOK	Sport Holdings grossistomsetning, ekskludert salg til Sakshaug	Andel av Sport Holdings grossistomsetning, unntatt salg til Sakshaug	Sport Holdings grossistomsetning til Sakshaug	Andel av Sport Holdings grossistomsetning til Sakshaug	Samlet omsetning	Samlet andel
Tekstiler/bekledning						
Fottøy						
Vintersport						
Sykkel						
Utstyr/tilbehør						
Friluftsutstyr						
Jakt, fiske, våpen						
Vannsport						
Andre						
Total		100,0 %		100,0 %		100,0 %

- (30) Tekstiler og bekledning % av omsetningen. Kategorien inkluderer både «teknisk» bekledning for ulike aktiviteter og ikke-tekniske tekstiler, og omfatter bl.a. treningstøy, yttertøy til ulike sports- og fritidsaktiviteter, regntøy, undertøy og småvarer (luer, votter, sokker etc.).
- (31) Fottøy % av partenes omsetning. Kategorien inkluderer både teknisk og ikke-teknisk fottøy, blant annet løpesko, fottøy tilpasset ulike sportsaktiviteter, tursko, fritidssko og støvler.

¹⁰ Se nærmere i punkt 5.3 til 5.5 under.

- (32) Vintersport utgjør vel ■ % av partenes omsetning og inkluderer utstyr til vintersportsaktiviteter som ski, staver, skistøvler, skøyter, bindinger, akeutstyr mv.
- (33) Sykkel utgjør ca. ■ % av partenes omsetning og inkluderer sykler, elsykler, tilbehør, deler og hjelmer.
- (34) Utstyr og tilbehør utgjør ca. ■ % av partenes omsetning. Kategorien består av ulike typer utstyr som sportselektronikk, solbriller, treningsutstyr, skademateriell, drikker og kosttilskudd, ball og rekvisita.
- (35) Friluftsutstyr, jakt, fiske og våpen utgjør til sammen ca. ■ % av partenes omsetning, der friluftsutstyr er den viktigste kategorien med ca. ■ prosentpoeng. Kategorien inkluderer bl.a. sekker og bagger, telt, soveposer og underlag og annet utstyr knyttet til friluftsliv i tillegg til fiskeutstyr, våpen og ammunisjon.
- (36) Produktkategoriene beskrevet over dekker ulike behov hos forbrukerne. Etterspørselen etter sportsutstyr er preget av at kjøp som regel er planlagte og lite hyppige, noe som medfører at kundene normalt er villige til å reise et stykke for å handle, alternativt bestille på nett.
- (37) En følge av at kjøpene er planlagte er videre at innkjøp av sportsutstyr skal dekke på forhånd definerte og avgrensede behov. Kunden har da for det enkelte innkjøp valg mellom både de tradisjonelle sportsbutikkene, fysiske og nettbaserte spesialistforretninger som leverer akkurat varen kunden behøver, og butikker med bredere varesortiment som også inkluderer enkelte typer sportsutstyr. I punkt 5.2 redegjør vi nærmere for hvilke salgskanaler og aktører som finnes for sportsutstyr.

5.2 Aktører innen markedet for salg av sportsutstyr

5.2.1 Innledning

- (38) Ulike typer sportsutstyr tilbys av en rekke aktører gjennom forskjellige salgskanaler. Norsk Sportsbransjeforening har estimert at totalmarkedet for sportsutstyr i Norge i 2024 utgjorde NOK 27 mrd. Av dette utgjør salg gjennom sportskjedene og deres nettbutikker NOK 12,5 mrd., leverandørenes eget salg gjennom butikk og nett (DTC, direct to consumer) NOK 2,7 mrd., rene nettbutikker NOK 5,6 mrd og andre, frittstående, aktører NOK 4,4 mrd. I tillegg anslår Norsk Sportsbransjeforening at aktører med bredt vareutvalg, herunder sportsutstyr, slik som Biltema og Jula, samlet omsetter sportsutstyr for NOK 1,5 mrd.
- (39) I det følgende gis en nærmere presentasjon av enkelte av aktørene som selger sportsutstyr.

5.2.2 Sportsbutikker med bredt vareutvalg

- (40) Sportsbutikker med bredt vareutvalg kan enten tilhøre en kjede eller være frittstående. Mange av disse har også egne nettbutikker, enten det er i regi av en kjede, medlem i en kjede eller frittstående butikker. Butikker i denne kategorien kan være alt fra mindre butikker som betjener lokal etterspørsel med [REDACTED], til [REDACTED] store varehus på [REDACTED] [REDACTED] i omsetning, som også betjener kunder i et stort geografisk område.
- (41) Både Sakshaug og Sport Holding driver i all hovedsak sportsbutikker med bredt vareutvalg. Enkelte butikker i Sport Holding er imidlertid mer spesialiserte, eksempelvis Löplabbet-butikkene som er spesialisert på løpesko og -utstyr.

- (42) XXL har vokst fra etablering av den første butikken i Oslo i 2001 til å bli en ledende aktør på markedet for sportsutstyr. I dag har XXL 39 varehus i Norge. [REDACTED]
[REDACTED] XXLs tilbyr i stor grad de samme varetyper og merkevarer som partene, slik at det i stor grad er overlapp mellom partenes og XXLs vareutvalg.
- (43) XXL fikk som nevnt nye eiere i 2025, Frasers Group. Frasers Group har offentlig signalisert en offensiv tilnærming med store planer for videre vekst i hele Norden både gjennom konseptene Sports Direct og XXL. Gjennom eierne i Frasers Group får XXL også god tilgang de attraktive varemerker og produkter, samt gode innkjøpsbetingelser fra de store, internasjonale leverandørene.
- (44) Sport Outlet driver samlet over 100 butikker over hele landet. [REDACTED]
[REDACTED] I motsetning til XXL er Sport Outlet til stede i mange mindre byer og tettsteder. Sport Outlets vareutvalg er i praksis like bredt som hos de "tradisjonelle" sportsbutikkene, og bare en svært liten del av sortimentet består av det som tidligere var kjennetegnet som "Outlet-produkter". Sport Outlet har en uttalt ambisjon om videre vekst gjennom økt antall lokasjoner.
- (45) Stadion er en medlemseid kjede med 125 sportsbutikker i Norge. Stadionbutikkene er viktige konkurrenter der de er lokalisert, idet Stadions butikker i hovedsak har et bredt vareutvalg lignende Sport Holding og XXL, med enkelte lokale tilpasninger.
- (46) Coop Obs har varehus med egne sportsavdelinger over hele Norge. Utvalget er tilpasset sesong og varehusene tilbyr i tillegg til bekledning og fottøy alle typer sportsutstyr som ski, sykkel, friluftsutstyr og annet utstyr. Coop driver også separate butikker i hele landet innenfor forskjellige kjedekonsepter, eksempelvis butikker på Lade og City Syd i Trondheim som er medlem i Stadion.
- (47) Oslo Sportslager er en frittstående sportsbutikk som hadde nær MNOK 121 i omsetning i 2025 og er en stor aktør i Oslomarkedet og gjennom nettbutikken nasjonalt. Butikken har et bredt vareutvalg og dybde innen kategorier som ski, sykkel, løp, friluft og bekledning.
- (48) Braasport er en frittstående butikk som har et bredt vareutvalg av ski, sykkel, friluft, bekledning og fottøy og driver butikk i Oslomarkedet og gjennom nettbutikken nasjonalt. Braasport ble etablert i 2017 og hadde i 2025 en omsetning på MNOK 111.
- (49) Stadium Outlet er en internasjonal kjede med samlet over 200 sportsbutikker i Norge, Sverige og Finland. Kjeden etablerte seg i Norge med to sportsbutikker i 2019. I perioden etter 2019 har kjeden utvidet antall butikker i Norge til 10, spredt fra Agder til Trøndelag. Stadium Outlet omsatte for MNOK 217 i 2025.

5.2.3 Spesialiserte sportsbutikker

- (50) Det er videre mange uavhengige butikker som har spesialisering innen én eller flere utvalgte kategorier, og har også landsdekkende tilbud gjennom nettbutikker. Blant de viktigste uavhengige butikkene er følgende.
- (51) Magasinet er en kjede med butikker i Drammen, Hamar og Trondheim, samt nettsalg. Magasinetes produktsortiment er konsentrert om produkter innen jakt og fritid. Magasinet (Friluftsmagasinet AS) omsatte for MNOK 179 i 2025.

- (52) Bull Ski & Kajakk har fire fysiske butikker, samt nettsalg. Bull Ski & Kajakk selger tekstiler og fottøy i tillegg til vintersportsutstyr og kajaker. Bull Ski & Kajakk omsatte for MNOK 185 i 2025.
- (53) Vertical Playground har en butikk på Oppdal, samt nettsalg. Vertical Playground selger blant annet tekstiler, sko, friluftsutstyr, klatreutstyr og vintersportsutstyr. Vertical Playground omsatte for MNOK 192 i 2025.
- (54) Jaktia er en kjede med 26 butikker i hele Norge med hovedsatsning på jakt- og friluftsutstyr, samt bekledning og sko til jaktbruk.
- (55) Naturkompaniet er en kjede med 8 butikker spredt over hele Norge med hovedfokus på friluftsutstyr. Naturkompaniet er indirekte eid og kontrollert av Fenix Outdoor, som driver nær 100 butikker i Europa og eier bl.a. varemerkene Fjällreven og Devold.
- (56) Evo Elsykler selger kun elsykler og tilbehør og har to butikker i Oslo og én i Bergen i tillegg til nettbutikk. Evo Elsykler hadde en omsetning på MNOK 65 i 2025.
- (57) Spinn (Spinn Sykkelshop Bryne AS) har 4 butikker og et omfattende utvalg på nett. Hovedfokus er sykkel og tilbehør, men tilbyr også bekledning og løpeutstyr. Spinn hadde vel MNOK 103 i omsetning i 2025.

5.2.4 Direktesalg fra leverandører

- (58) Leverandører driver også direkte salg til forbruker fra både såkalte «concept stores», «flagship stores» og egne outlets. Slikt salg drives både av store internasjonale merkevarer som eksempelvis Arcteryx, Nike, Lululemon, Helly Hansen og Adidas, og norske merkevarer, blant annet Norrøna, Amundsen og Dale of Norway.
- (59) Leverandørers direktesalg er motivert av et behov for å underbygge egen merkevare og eksponere full sortimentsbredde. Leverandørene får sjelden underbygget egen merkevare og eksponert hele sortimentet gjennom salg gjennom sportskjeder, sportsbutikker eller andre aktører som selger sportsutstyr, idet disse normalt vil føre flere merkevarer innen samme produktkategori.

5.2.5 Netthandel

- (60) Netthandel er en betydelig konkurransefaktor. I praksis har de fleste både sportsbutikker med bredt vareutvalg, spesialiserte sportsbutikker og leverandører salg gjennom egne nettbutikker. I tillegg kommer en mengde rene nettbutikker, slik som Sportamore, Sportshopen, Zalando, Get Inspired, Milrab, Villoid og Miinto. Enkelte rene nettbutikker er rettet mot et bredt utvalg sportsutstyr, mens andre er begrenset til en nisje. Netthandelsaktører har typisk et lavere kostnadsnivå enn tradisjonelle butikker. Som følge av det lavere kostnadsnivået kan netthandelsaktører presse priser til konsument ned.
- (61) Norsk Sportsbransjeforening anslår at netthandel samlet står for ca. 35 % av salgsvolumet for sportsutstyr. Samtlige netthandelaktører er videre tilgjengelige i hele landet. Selv aktører basert på Østlandet eller Vestlandet, slik som hhv. Oslo Sportslager og Platou Sport, kan dermed konkurrere i lokalkjeder i eksempelvis Trøndelag.

5.2.6 Bransjegliding

- (62) Markedet for sportsutstyr er videre utsatt for omfattende bransjegliding, og dermed konkurranse fra andre detaljhandelskonsepter, da mange av produktene som finnes i sportsbutikker finnes også i andre mer eller mindre spissede detaljkonsepter.

- (63) Eksempelvis tilbyr varehus som Biltema, Jula og Felleskjøpet et stort utvalg innen enkelte kategorier. Biltema har særlig satset på sykkel/elsykkel + jakt og fritid, samt fritidssklær, mens Jula og Felleskjøpet satser på treningsutstyr, friluft og fiske. Innenfor de kategoriene hvor varehusene satser, utgjør disse reell konkurranse og bidrar til å presse priser.
- (64) Andre detaljkonsepter tilbyr også produkter som er identiske eller substituerbare med produktene som finnes i sportsbutikker. Skokjeder tilbyr for eksempel trenings- og fritidssko av kjente merker, og en rekke tekstilkjeder tilbyr sportstøy både i fysiske butikker og på nett.

5.3 Produktmarkedet

5.3.1 *Detaljhandel med sportsutstyr*

- (65) Etter Melders oppfatning kan det avgrenses et relevant marked for detaljhandel med sportsutstyr til forbrukere. Etter melders oppfatning er det ikke avgjørende om en ser konkurransen innen sportsmarkedet som en helhet eller innenfor de enkelte kategoriene markedet kan deles i, slik som bekledning, vintersport og sykkel, da konkurransen er sterk innenfor hver kategori og dermed innen sportsmarkedet som helhet.
- (66) Foretakssammenslutningen bør dele analyseres innenfor et bredt produktmarked for sportsutstyr, som inkluderer aktører med et bredt vareutvalg, samt spesialister og andre aktører som tilbyr sportsutstyr, bekledning og fottøy, selv om disse ikke fører alle kategorier. Dels bør foretakssammenslutningen analyseres innenfor de ulike produktkategoriene, da de ulike kategoriene i svært liten grad er substituerbare sett fra forbrukerens perspektiv.
- (67) Melder mener det uansett ikke er grunnlag for å avgrense et marked som kun vil bestå av aktører med et bredt vareutvalg av sportsutstyr. En slik avgrensning vil avskjære flere aktører som gir partene vesentlig konkurranse innen de ulike kategoriene, eksempelvis vil en i kategorien sykkel avskjære vesentlige konkurrenter som Biltema og spesialiserte sykkelforretninger.
- (68) Det er videre melders oppfatning at det ikke er grunn til å skille mellom netthandel og salg i fysiske butikker. Produktene som tilbys i fysisk butikk og på nett er identiske eller substituerbare. Det er videre sterke bånd mellom nettbutikker og fysiske butikker, idet hver av salgskanalene kan brukes til ulike deler av kjøpsprosessen, eksempelvis kan kunden sammenligne pris mellom ulike alternativer på nett, for deretter å kjøpe i en fysisk butikk, eller prøve varen i en fysisk butikk for deretter å gjennomføre kjøpet på nett. Dette understøttes også av at CMA har konkludert med at netthandel og salg i fysiske butikker av sportsutstyr inngår i samme produktmarked.¹¹

5.3.2 *Franchisegiver- og grossistmarked for salg av sportsutstyr*

- (69) Melder mener videre det kan avgrenses et marked for franchisegivning og grossistvirksomhet innen sportsutstyr.¹² Markedet består etter melders syn av aktører som gir franchiser til detaljister for salg av sportsutstyr, samt innkjøp av sportsutstyr fra leverandører for videresalg til detaljister. Melder fremholder at det ikke er nødvendig å ta endelig stilling til den konkrete avgrensningen av markedet, da foretakssammenslutningen uansett ikke vil føre til at konkurransen begrenses i noe marked uavhengig av konkret markedsavgrensning.

¹¹ Se ME/6827/19-II JD Sports Fashion / Footasylum

¹² Se avgrensningen av markedet for salg av sportsutstyr i punkt 5.1 over.

5.4 Geografisk marked

5.4.1 *Detaljhandel med sportsutstyr*

- (70) Markedet for salg av sportsutstyr har både en nasjonal og en lokal dimensjon. På nasjonalt plan er det sterk konkurranse mellom kjedene og nettbutikkene, som fastsetter flere konkurranseparametere. Den nasjonale dimensjonen vises også ved at nettbutikker vil virke disiplinerende på lokalk markedet, ved at forsøk på å utøve markeds makt ved å være lite konkurransedyktig på pris, redusere åpningstider eller servicenivå kan lede til at flere forbrukere handler i nettbutikker. I praksis er den nasjonale dimensjonen ved konkurransen dermed den viktigste, der særlig konkurransen mellom de fire ledende konstellasjonene, Sport Holding, XXL, Stadion og Sport Outlet, er sentral.
- (71) Den lokale dimensjonen vises ved at kundens villighet til å reise til fysiske butikker begrenses av reisetid og kostnader til transport. Hvor langt kunden vil være villig til å reise avhenger særlig av trekk ved lokalk markedet, produktet som skal kjøpes, samt butikkens konsept. Eksempelvis vil kunder fra randmråder til Trondheim ofte være villig til å reise inn til Trondheim i forbindelse med enkelte kjøp, mens innbyggere i Trondheim neppe vil være villig til å reise til eksempelvis Stjørdal for å gjennomføre det samme kjøpet. At kunder er villige til å reise langt er en sentral del av konseptet til XXL, som satser på store, sentralt lokaliserte varehus. XXLs varehus er slik konkurrenter til sportsbutikker i et større geografisk marked enn Sport Holdings, Sport Outlets og Stadions butikker, som har mindre grunnflate, men flere og mer spredte lokasjoner.
- (72) Basert på tidligere praksis fra Kommisjonen og CMA mener Sport Holding lokalk markedene som utgangspunkt bør avgrenses med isokroner på 20 minutters kjøretid.¹³ Kunder vil imidlertid være villig til å oppsøke XXL varehus i større avstand enn 20 minutters kjøretid. Videre vil netthandel, som står for ca. 35 % av det samlede volumet, være en sterk konkurrent i alle lokalk markeder.

5.4.2 *Franchisegiver- og grossistmarked for salg av sportsutstyr*

- (73) Melder fremholder at markedet for franchisegivning og grossistvirksomhet med sportsutstyr er nasjonalt i utstrekning. Franchisegiverne er aktive i hele Norge, og i den grad en kjede skulle operere i et mindre geografisk område er det få hindringer mot at kjeden etablerer seg i andre områder gjennom å gi nye franchiser. De samme betraktningene gjør seg gjeldende for rene grossistvirksomheter. Til dette kommer også at grossistenes avtaler med leverandører typisk gir rett til videresalg i hele Norge.

5.5 Foretakssammenslutningen påvirker ikke konkurransen på hverken nasjonale eller lokale markeder

5.5.1 *Detaljistmarkedet*

5.5.1.1 *Overordnet*

- (74) Sakshaug er som nevnt franchisetaker i Sport Holding-systemet. Dette innebærer at Sakshaugs utsalgssteder er medlemmer av kjedene Sport 1 og Intersport, og at Sakshaug regnes med ved beregning av Sport Holdings markedsandeler. En foretakssammenslutning mellom Sakshaug og Sport Holding påvirker slik ikke konkurransesituasjonen i markedet, hverken lokalt eller nasjonalt.

¹³ Se nærmere om dette i meldingen av foretakssammenslutning mellom Gjelsten Holding AS / O.N. Sunde A/S og Gresvig Retail Group AS 21. april 2020 punkt 7.2

- (75) Nasjonalt opprettholdes dagens konkurransesituasjon mellom de nasjonale aktørene innen nettbasert og fysisk salg av sportsutstyr. Det er her sentralt at foretakssammenslutningen viderefører Sport Holding omsetningsvolum, og dermed konkurransekraft overfor leverandørleddet i møte med hardere konkurranse fra XXL. Sport Holding vil fortsette å møte den samme konkurransen fra de nasjonale aktørene også etter foretakssammenslutningen.
- (76) På de lokale markedene skjer det heller ingen endring av konkurransesituasjonen. Butikkene som i dag er eiet av Sakshaug vil fortsatt inngå i kjedekonseptene Sport 1 og Intersport. Kunden vil derfor ha det samme utvalget fysiske butikker å velge mellom på sitt lokalk marked som før foretakssammenslutningen. Sport Holdings markedsandel i lokalk markedene vil slik ikke øke som følge av foretakssammenslutningen.
- (77) I det videre presenterer vi for ordens skyld i korte trekk konkurransebildet på de enkelte lokalk markedene Sakshaug er til stede på.

5.5.1.2 Trondheim (Sentrum)

- (78) Sakshaug har to Intersport-butikker i Trondheim sentrum. I tillegg er åtte andre sportsbutikker i Trondheim eid av eller drevet som franchiser under Sport Holding, nemlig to Sport 1-butikker (franchise), to Anton Sport-butikker, to Löplabbet-butikker, en Skandinavisk Høyfjellsutstyr (franchise) og en Bergans brand store. Butikkene møter konkurranse blant annet fra et XXL-varehus, Stadion-medlemmene Nor-Contact og Obs! Sport Lade, to Sport Outlet, to frittstående butikker (Brattørkaia sykkel og Midtbyen sykkel) spesialistforretningen Naturkompaniet og en brand store (Norrøna). Samlet har Sport Holding dermed en rekke sterke konkurrenter i Trondheim sentrum.

5.5.1.3 Trondheim (Tiller)

- (79) Sakshaug har en Intersport-butikk på Tiller (City Syd). Sport Holding eier en Anton Sport-butikk på Tiller. Butikkene møter sterk konkurranse på Tiller fra både et XXL-varehus, to Stadion-medlemmer (Melhus Sport AS og Obs! Sport City Syd), en Sport Outlet, en Stadium Outlet (Tiller), én frittstående butikk (Friluftsmagasinet) og en brand store (Stormberg). Butikkene møter slik sterk konkurranse fra en rekke aktører fysisk til stede i lokalk markedet, i tillegg til netthandelsaktører.

5.5.1.4 Stjørdal

- (80) Sakshaug har to butikker i Stjørdal, en Sport 1-butikk og en Intersport-butikk. Sakshaugs butikker møter konkurranse fra både Stadion-butikken Jan Sakshaug Sport¹⁴, en Sport Outlet, en Stadium Outlet (Hommelvik), en frittstående butikk i form av Moksnes Sport AS og en Stormberg brand store.

5.5.1.5 Steinkjer

- (81) Sakshaug har en Intersport-butikk i Steinkjer. Det er en franchisedrevet Sport 1-butikk (Malmo Sport) i Steinkjer. Butikkene møter sterk konkurranse fra et XXL-varehus, en Sport Outlet og Coop Obs med egen sportsavdeling. Store bransjegliðningsaktører som Biltema, Julia og Felleskjøpet er også til stede i Steinkjer, og styrker konkurransen.

5.5.1.6 Levanger

- (82) Sakshaug har en Intersport-butikk i Levanger. Det er en franchisedrevet Sport 1-butikk (Stakset Sport) i Levanger. Butikkene møter konkurranse fra Sport Outlet og frittstående Sykkelhuset

¹⁴ Jan Sakshaug Sport AS har ingen tilknytning til Sakshaug Sport Holding, og er ikke gjenstand for foretakssammenslutningen.

Levanger. I tillegg vil XXL-varehusene i Steinkjer og Trondheim til en viss grad også være aktuelle reisemål for kunder i Levanger, særlig i forbindelse med andre gjøremål i byene.

5.5.1.7 Verdal

- (83) Sakshaug har en Intersport-butikk i Verdal. Det er en franchisedrevet Sport 1-butikk (Sport 1 Bremseth Sport) i Verdal. Butikkene møter sterk konkurranse fra Stadion-medlemmet Nava Sport, hvis omsetning alene overstiger begge de to Sport Holding-butikkene (). Fra Verdal er det videre under 30 minutter kjøreavstand til XXL-varehuset i Steinkjer, slik at XXL i Steinkjer vil konkurrere også om kunder fra Verdal.

5.5.1.8 Namsos

- (84) Sakshaug har en Sport 1-butikk i Namsos. Sport Holding har ingen øvrige butikker i Namsos. Butikken i Namsos møter sterk konkurranse fra Stadion-medlemmet Nava Sport (), Sport Outlet og frittstående Namsos Sykkelsenter.

5.5.1.9 Grong

- (85) I Grong er Sakshaugs Intersport-butikk den eneste butikken som selger sportsutstyr i betydelig omfang. Kundetilfanget i Grong er begrenset, og butikken i Grong har en omsetning som ligger markant under gjennomsnittet av både Sport Holdings butikker og Sakshaugs butikker. Mye av omsetningen er knyttet til laksefiske i Namsen og Sanddøla. Konkurransesituasjonen lokalt vil uansett ikke endres av at Sport Holding eier butikken direkte.

5.5.1.10 Røros

- (86) Sakshaug har en Intersport-butikk og 1 Sport 1-butikk på Røros. Butikkene møter konkurranse fra Stadion-medlemmet Nye Røros Sport, samt frittstående Villmarka AS.

5.5.1.11 Orkanger

- (87) Sakshaug har to Intersport-butikker på Orkanger. Sport Holding en øvrig franchisedrevet Sport 1-butikk på Orkanger. Butikkene møter konkurranse blant annet fra en Sport Outlet, en Stormberg brand store og frittstående Husdal Sport. I tillegg er det under 30 minutter kjøring til XXL på Tiller, slik at XXLs varehus er et attraktivt alternativ også for kunder fra Orkanger.

5.5.1.12 Narvik

- (88) Sakshaug har en Sport 1- og en Intersport-butikk i Narvik. Butikkene møter konkurranse særlig fra Stadion-medlemmet Sportcentret, Sport Outlet og Biltema. I tillegg er det i overkant av en times reisevei til XXL-varehuset i Harstad.

5.5.1.13 Harstad

- (89) Sakshaug har én Sport 1- og én Intersport-butikk i Harstad. Butikkene møter konkurranse fra et XXL-varehus i Harstad, Biltema, Julia, Coop Obs Sport, den frittstående Leon Sport og en Skogstad brand store. I tillegg har Sport Outlet én butikk i Harstad, og vi er kjent med at Sport Outlet vil åpne ytterligere én butikk i Harstad.

5.5.1.14 Bodø

- (90) Sakshaug har én Intersport-butikk i Bodø. I tillegg inngår to Sport 1-butikker og én Skandinavisk Høyfjellsutstyr i Sport Holdings samlede portefølje i Bodø. Butikkene møter konkurranse både fra et XXL-varehus, tre Sport Outlet-butikker og både Norrøna og Stormberg brand stores. I tillegg er både Biltema og Julia etablert med butikker i Bodø.

5.5.1.15 Fauske

- (91) Sakshaug har én Intersport-butikk i Fauske. Sport Holding har ikke ytterligere butikker. Butikken møter konkurranse fra en Sport Outlet.

5.5.1.16 Brønnøysund

- (92) Sakshaug har en Sport 1-butikk i Brønnøysund. Hverken Sport Holding eller andre aktører har ytterligere butikker i Brønnøysund. En stor del av omsetningen til butikken i Brønnøysund er koblet til turistsesongen på sommeren. Sesongvariasjonene gjør det krevende å forsvare helårsdrift for flere butikker. Konkurransesituasjonen vil uansett være den samme uavhengig av om Sport Holding overtar eierskap til butikken.

5.5.1.17 Sunndalsøra

- (93) Sakshaug har én Sport 1-butikk på Sunndalsøra. Butikken møter konkurranse særlig fra Sport Outlet på Sunndalsøra, samt Felleskjøpet. I tillegg kommer konkurranse fra nettaktører.

5.5.1.18 Oppsummering

- (94) Gjennomgangen av lokalmarkedene viser at Sport Holding i alle tilfeller unntatt to, Brønnøysund og Grong, møter konkurranse fra fysiske butikker i lokalmarkedene som begrenser Sport Holding fra å utøve markedsrett. Fravær av fysiske butikker i Brønnøysund og Grong skyldes demografiske forhold, særlig mangel på kundebase, ikke forhold ved markedet for sportsutstyr som sådan. Netthandelsaktører vil uansett være et alternativ også i markedene hvor det ikke er konkurrenter fysisk til stede. Det skjer videre ingen endring av konkurransesituasjon som følge av at Sakshaugs Sport 1- og Intersport-butikker fortsetter å være Sport 1- og Intersport-butikker under eierskap av Sport Holding.

5.5.2 Franchisegiver- og grossistmarked for salg av sportsutstyr

- (95) Sakshaug er i dag kunde av Sport Holding. Konkurransesituasjonen mellom franchisegivere og grossister påvirkes slik ikke av at det volumet Sakshaug kjøper fra Sport Holding, forblir i Sport Holding etter foretakssammenslutningen. Sport Holding vil fortsatt ha det samme volumbehovet fra sine leverandører, Sport Holding vil ha den samme relative størrelse i forhold til andre franchisegivere og grossister, og Sport Holding vil, med unntak av Sakshaug, ha den samme kundemassen.

6. KONKURRENTER, KUNDER OG LEVERANDØRER

6.1 Markedet for sportsutstyr

6.1.1 Partenes fem største konkurrenter

- (96) Den enkelte butikk vil i sitt nærområde møte ulike konkurrenter i tillegg til nettbutikker. I tabellen nedenfor er de viktigste konkurrentene inntatt for Sakshaug og Sport Holding sett under ett, som ikke er andre butikker i Sport Holding.

- (97) Melders fem største konkurrenter:

Navn	Kontaktinformasjon

(98) Målselskapets fem største konkurrenter:

Navn	Kontaktinformasjon

6.1.2 Partenes fem største leverandører

(99) Melders fem største leverandører:

Navn	Kontaktinformasjon

(100) Målselskapets fem største leverandører:

Navn	Kontaktinformasjon

6.1.3 Partenes fem største kunder

(101)

15	
16	

6.2 Markedet for franchisegivning og grossistvirksomhet

(102) Melders fem største konkurrenter:

Navn	Kontaktinformasjon
[Redacted]	

(103) Melders fem største leverandører på markedet for franchisegivning og grossistvirksomhet samsvarer med melders fem største leverandører på markedet for salg av sportsutstyr. Vi viser til punkt 6.1.2.

(104) Melders fem største kunder:

Navn	Kontaktinformasjon
[Redacted]	

7. EFFEKTIVITETSGEVINSTER OG ETABLERINGSHINDRE**7.1 Effektivitetsgevinster**

(105)

[Redacted]

7.2 Etableringshindre

(106) Hindrene mot etablering av konkurrerende virksomhet til Sport Holding og Sakshaug er begrensede. Det er hverken regulatoriske krav eller krav til store investeringer for å etablere en nettbutikk som vil gå i direkte konkurranse med partene i hele landet. Det er heller ikke behov for store investeringer for å etablere konkurrerende virksomhet til partene i form av fysiske butikker, utover det som er ordinært ved en butikketablering.

8. MELDING TIL ANDRE KONKURRANSEMYNDIGHETER

(107) Transaksjonen er ikke meldepliktig i andre jurisdiksjoner.

9. ÅRSBERETNING, ÅRSREGNSKAP OG KONSERNREGNSKAP

(108) Årsberetning, årsregnskap og konsernregnskap for Målselskapet og Melder er tilgjengelig via:
<https://www.brreg.no/>.

10. OFFENTLIG VERSJON

(109) Informasjon som skal unntas offentlighet er markert i gult.

Med vennlig hilsen
ADVOKATFIRMAET SCHJØDT AS

Helge Stemshaug
Partner

helge.stemshaug@schjodt.com