

Anmälade företag

NIBE Industrier AB, 556374-8309, Box 14, 285 21 Markaryd, Sverige

Ombud: advokaterna Anders Jemail och Elisabeth Eklund,
Advokatfirman Delphi AB, Stora Nygatan 64, 211 37 Malmö

Andra parter och medverkande i koncentrationen

Enertech Group Limited, company no. 02458676, Ten Acres,
Berry Hill Industrial Estate, Droitwich, Worchestershire WR9 9BP, Storbritannien

Saken

Anmälan enligt 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579) om företagskoncentration;
uppvärmningssystem

Beslut

Konkurrensverket lämnar NIBE Industrier AB:s förvärv av ensam kontroll över huvudparten av Enertech Group Limited utan åtgärd.

Den anmälda företagskoncentrationen

1. NIBE Industrier AB (NIBE) har enligt 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579), KL, anmält förvärv av 100 procent av aktierna i samtliga bolag i Enertech Group Limited, med undantag för tyska Enertech GmbH där inkråmet förvärvas via NIBE Climate Solutions GmbH.¹ Efter förvärvets fullbordan kommer NIBE ensamt kontrollera Enertech. Den anmälda transaktionen utgör därmed en företagskoncentration enligt 1 kap. 9 § KL.

Berörda företag

2. NIBE är en internationell koncern verksam inom värmeteknik och energieffektivisering. Koncernens verksamhet delas in i tre affärsområden: NIBE Climate Solutions, NIBE Element och NIBE Stoves. NIBE är börsnoterat på NASDAQ OMX Stockholm (Large Cap). Företagets omsättning uppgick föregående räkenskapsår till 13,24 miljarder kronor, varav 2,1 miljarder kronor i Sverige.
3. Enertech är en internationell koncern verksam inom produktion av värmeprodukter. Koncernens verksamhet bedrivs genom ett tiotal dotterföretag. Koncernen är privatägd. Företagets omsättning uppgick föregående räkenskapsår till 937 miljoner kronor, varav 360 miljoner kronor i Sverige.

Behörighet

4. De berörda företagens sammanlagda omsättning översteg under föregående räkenskapsår en miljard kronor i Sverige. Vart och ett av företagen hade samma år en omsättning som översteg 200 miljoner kronor i Sverige. Koncentrationen är därmed anmälningspliktig enligt 4 kap. 6 § KL och Konkurrensverket är behörigt att pröva den.
5. Anmälan var fullständig den 25 oktober 2016. Den 28 november 2016 beslutade Konkurrensverket att genomföra en särskild undersökning av koncentrationen. Det följer av 4 kap. 13 § KL att Konkurrensverket inom tre månader från ett beslut att genomföra en särskild undersökning antingen ska besluta att lämna koncentrationen utan åtgärd eller väcka talan vid Patent-

¹ Enertech AB med dotterföretagen och filialerna CTC AB (vilande), Bentone AB (vilande), Värmeelement i Osby AB (vilande), Turboflame AB (vilande) Renting 959 KB (90 %) Zaegel Held (fransk filial under avveckling), Enertech AB (filial i Finland); Osby Parca AB (vilande) med dotterföretag Renting 959 KB (10 %); CTC Ferrofil AS (Norge); CTC Giersch AG (Schweiz); Enertech Limited (Storbritannien), Enertech Belgium Sprl (Belgien); och sist Enertech GmbH (Tyskland). I det följande avser "Enertech Group Limited" och dess förkortning "Enertech" de av NIBE Industrier AB förvärvade bolagen inom Enertech-koncernen.

och marknadsdomstolen om förbud enligt 4 kap. 1 § eller åläggande enligt 4 kap. 2 § KL.

Marknadsbeskrivning och marknadsförhållanden

Parterna

6. NIBE:s verksamhet i Sverige bedrivs huvudsakligen genom dotterbolaget NIBE AB. NIBE tillverkar värmepumpar, varmvattenberedare och ackumulatörer, ventilationsprodukter, fjärrvärmeprodukter, solenergiprodukter, pannor och kylutrustning.
7. Enertech, ett brittiskt holdingbolag, omfattar de svenska företagen Enertech AB och Osby Parca AB. Enertech AB äger dotterbolagen CTC AB (CTC), Bentone AB, Turboflame AB och Värmeelement i Osby AB. Genom dessa tillhandahåller Enertech värmepumpar, bibränslepannor, solenergiprodukter samt oljebrännare, gasbrännare och pannor.

Distributionssätt och försäljningskanaler

8. Distribution av uppvärmningssystem sker genom grossister, genom återförsäljare och installatörer eller direkt till hustillverkare och byggbolag. NIBE och Enertech säljer huvuddelen av sina produkter via grossister. Grossisterna säljer produkterna vidare till återförsäljare och installatörer. Vissa konkurrerande producenter säljer via egna återförsäljare, vilka kan vara bundna av exklusivitetsavtal.
9. Uppvärmningssystem installeras och kalibreras av installatörer, vanligtvis rörmokare. Oftast begär slutkonsumenten in offerter från olika installatörer. Det finns över 3 500 installatörer i Sverige. Det slutliga priset gentemot konsumenten sätts av installatören.

Typologi av uppvärmningssystem

10. Det finns olika typer av uppvärmningssystem med utgångspunkt i vilken energikälla de nyttjar: värmepumpar, fjärrvärme, elpannor, bibränslepannor och solfångare.
11. Värmepumpar drar nytta av energi lagrad i berg, jord, mark, vatten eller luft. Ytterligare värme tillsätts genom elektricitet för att värma upp vatten som cirkulerar i fastighetens uppvärmningssystem. Det finns tre typer av värmepumpar: vätska/vattenvärmepumpar, luft/vattenvärmepumpar och luft/luftvärmepumpar.
12. Vätska/vattenvärmepumpar finns i form av berg-, mark- och sjövärmepumpar. Bergvärmepumpar är det viktigaste undersegmentet. Dessa hämtar värme från berggrunden via ett djupt borrhål i marken med hjälp av en kollektorslang.

13. Luft/vattenvärmepumpar kan delas upp i uteluftsvärmepumpar och frånluftsvärmepumpar. Uteluftsvärmepumpar hämtar värme från uteluften genom en utomhusenhet och skickar ut varmt vatten till byggnadens radiatorer. Frånluftsvärmepumpar hämtar värme från inneluften och avger varmt vatten till byggnadens radiatorer. Uppvärmningssystem med frånluftsvärmepumpar kräver att byggnaden har ett mekaniskt ventilationssystem för att kunna återanvända värmen i fastighetens inneluft.
14. Luft/luftvärmepumpar hämtar värme från uteluften och avger värme till inneluften. Luft/luftvärmepumpar kan även producera kall luft.
15. Fjärrvärme produceras i ett centralt värmeverk eller kraftvärmeverk. En fastighets möjlighet att anslutas till fjärrvärmenätet beror på geografisk plats och önskad effekt, eftersom avståndet från värmeverket kan påverka den uppvärmningseffekt som kan uppnås.
16. Elpannor värmer vatten som cirkulerar i byggnadens radiatorer. De tar liten plats och är relativt billiga, samtidigt som de medför ett stort elbehov.
17. Biobränslepannor finns i form av vedpannor och pelletspannor. Båda typerna ansluts till byggnadens radiatorer.
18. Solfångare placeras på byggnadens tak eller fasad och använder solens strålar för att värma upp ventilationsluft eller vatten.

Relevanta marknader

19. Relevant marknadsavgränsning är ett verktyg som används för att finna och fastställa gränserna för konkurrensen mellan företag. Marknadsavgränsning gör det möjligt att beräkna marknadsandelar och koncentrationsnivåer som kan ge värdefull information om marknadsinflytande i samband med en koncentrationsprövning.² De relevanta marknaderna i en koncentration fastställs genom att de relevanta produktmarknaderna kombineras med de relevanta geografiska marknaderna.
20. Det huvudsakliga syftet med att avgränsa de relevanta marknaderna är att på ett systematiskt sätt fastställa vilka konkurrensmässiga begränsningar de berörda företagen utsätts för³. Företagen utsätts för tre huvudtyper av konkurrenstryck: (i) utbytbarhet på efterfrågesidan, (ii) utbytbarhet på

² Kommissionens tillkännagivande om definition av relevant marknad i gemenskapens konkurrens-lagstiftning (Tillkännagivande om definition av relevant marknad), EGT C 372, 9.12.1997, p. 2.

³ Tillkännagivande om definition av relevant marknad, *supra* fotnot 2, p. 2.

utbudssidan och (iii) potentiell konkurrens. Utbytbarheten på efterfrågesidan utgör det mest omedelbara och effektiva konkurrenstrycket.

21. Konkurrensverket utreder det konkurrenstryck som den sammanslagna enheten skulle utsättas för på ett antal alternativa relevanta marknader. Den relevanta marknaden behöver inte fastställas när Konkurrensverkets analys visar att den sammanslagna enheten skulle utsättas för tillräckliga konkurrensmässiga begränsningar även i de snävaste alternativa relevanta marknader där den skulle ha störst marknadsmakt.⁴

Relevanta produktmarknader

22. Relevant produktmarknad utgörs av alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, priser och den tilltänkta användningen, betraktas som utbytbara av konsumenterna.⁵
23. På grundval av uppgifter som de berörda företagen tillhandahållit, kan Konkurrensverket grovt fastställa de potentiella relevanta marknaderna i förhållande till vilka den anmälda koncentrationen skall bedömas.⁶ För att undersöka utförligare produkternas utbytbarhet på efterfrågesidan har Konkurrensverket haft kontakt med ett antal andra tillverkare av uppvärmningssystem och andra aktörer som verkar i olika led av den ovan beskrivna distributionskedjan. Utöver intervjuer har dessa ålagts att inkomma med information. Därigenom har Konkurrensverket fått in både kvalitativ och kvantitativ information om marknaden.

Produkternas egenskaper och pris

24. Uppvärmningssystem kan delas upp i olika kategorier utifrån kapacitet (uppvärmningseffekt) och energikälla.
25. Med utgångspunkt i energikällan så delas uppvärmningssystem upp i värmepumpar, fjärrvärme, elpannor, biobränslepannor och solfångare. NIBE:s och Enertechs verksamheter överlappar varandra avseende produktion av värmepumpar (bergvärmepumpar, mark- och jordvärmepumpar, sjövärmepumpar, uteluftsvärmepumpar), elpannor, pelletspannor, vedpannor och solfångare. Dessutom har företagen överlappande verksamhet vad gäller ackumulatortankar och varmvattenberedare. De två företagens verksamhet överlappar inte varandra inom produktsegmenten frånluftsvärmepumpar och luft/luftvärmepumpar, som Enertech inte tillhandahåller, och multitanke, som NIBE inte tillhandahåller.

⁴ Tillkännagivande om definition av relevant marknad, *supra* fotnot 2, p. 27.

⁵ Tillkännagivande om definition av relevant marknad, *supra* fotnot 2, p. 7.

⁶ Tillkännagivande om definition av relevant marknad, *supra* fotnot 2, p. 26.

26. Vad gäller uppvärmningseffekt dras gränsen av historiska skäl vanligtvis vid 25 kW av vissa tillverkare och av branschorganisationen Svenska Kyl & Värmepumpföreningen (SKVP). Detta utesluter inte att det kan finnas flera undersegment, eller helt andra segment, som utgör separata relevanta produktmarknader.
27. Uppvärmningssystem differentieras även utifrån effektivitet. Ju högre effektivitet ett system har, desto lönsammare är det. Effektiviteten anges som en faktor mellan den energi som erhålls från uppvärmningssystemet i relation till tillförd elektrisk energi (*coefficient of performance, COP*).
28. Hur stor uppvärmningseffekten behöver vara beror på den yta uppvärmningssystemet är avsett att värma och det geografiska klimatet. Samspelet mellan dessa två förhållanden resulterar i att gränserna mellan kategorierna är flytande. Med andra ord kan den funktionella utbyttbarheten mellan olika produkter variera beroende på var fastigheten befinner sig och hur stort uppvärmningsbehov slutkonsumentens fastighet har.
29. Slutkunderna differentierar inte mellan varumärken utifrån distributionskanal, det vill säga om tillverkaren har valt att distribuera sina produkter genom grossister eller om de säljer dem via återförsäljare. Slutkundernas inköp av uppvärmningssystem sker på två sätt. Antingen väljer de först en installatör som rekommenderar vilket uppvärmningssystem som ska installeras, eller så väljer de först vilket uppvärmningssystem de vill ha och letar därefter installatörer på den lokala marknaden.
30. Uppvärmningssystem är sällanköpsvaror med komplex prissättning. För att göra ett val behöver slutkonsumenten analysera de nominella prisskillnaderna för olika uppvärmningslösningar, med beaktande av installationskostnad, ekonomisk livslängd och årlig kostnad för att sköta och driva systemet. Köp av uppvärmningssystem som är lämpliga för större fastigheter är ännu mer komplexa då dessa skräddarsys i högre utsträckning än mindre omfattande system.

Produkternas avsedda slutanvändning

31. Uppvärmningssystemens avsedda slutanvändning är att producera värme, antingen som primärt uppvärmningssystem eller som komplementärt sådant.
32. Värmepumpar (inklusive frånluftvärmepumpar men exklusive luft/luftvärmepumpar), fjärrvärme, elpannor, och biobränslepannor kan användas som primära uppvärmningssystem på hela den svenska marknaden. De är substitut för varandra då de geografiska förutsättningarna är tillfyllest, samt om det är tekniskt och regulatoriskt möjligt att installera produkterna. Frånluftsvärmepumpar används som primär värmekälla

framförallt vid nyproduktion då fastigheten bör vara välisolerad och energieffektiv.

33. Luft/luftvärmepumpar används som primärt uppvärmningssystem främst i södra Sverige där klimatet är relativt mildt. De används även som primärt uppvärmningssystem för fastigheter som används mest under sommarhalvåret, såsom fritidshus.
34. Solfångare fungerar som ett komplementärt uppvärmningssystem på hela den svenska marknaden. Luft/luftvärmepumpar används som komplementärt uppvärmningssystem i norra Sverige. Ackumulatortankar och varmvattenberedare fungerar som komplementära uppvärmningssystem på så sätt att de kan bidra till en fastighets totala värmebehov. De kan exempelvis minska driftkostnaderna för andra uppvärmningssystem genom att distribuera värme från pannor jämnare över tid och värma vatten under tidpunkter då det är ekonomiskt fördelaktigt.
35. För slutkonsumenten är det viktigt att uppvärmningssystemet är anpassat till fastigheten vad avser faktorer som yta, klimat, varmvattenbehov och huruvida fastigheten har radiatorer eller golvvärme. Ett uppvärmningssystem måste ha en effekt som passar till fastighetens behov och förutsättningar för att det ska vara effektivt. Uppvärmningssystemet måste även vara anpassat till de svenska väderförhållandena.⁷
36. Konkurrensverkets utredning visar att vissa produkter är valbara endast för vissa typer av fastigheter och/eller i begränsade delar av landet. Detta beror på att vissa system är otillgängliga i vissa områden (till exempel fjärrvärme), olämpliga för vissa områden (till exempel de flesta modeller av luft/luftvärmepumpar i norra Sverige), eller inte optimala för vissa typer och storlekar av fastigheter på grund av sin uppvärmningseffekt eller energikälla.
37. Parterna har angett att bergvärmepumpar med effekt upp till 25 kW passar mindre fastigheter medan bergvärmepumpar med effekt över 25 kW passar större byggnader. Konkurrensverkets utredning visar att ytterligare segmentering skulle kunna göras inom effektspannet 0-25 kW. En typisk fastighet som har behov av ett uppvärmningssystem med effekt runt 10 kW är en villa på mindre än 250 kvadratmeter utan pool. En villa som är över 250 kvadratmeter med pool och stora biutrymmen (såsom garage och förråd) kan ha behov av en värmepump som har en effekt mellan 10 och 25 kW.

⁷ T.ex. bör uteluftsvärmepumpens utomhusenhet vara självavfrostande.

Two customer groups

38. Produktmarknadens omfattning kan begränsas av att det finns olika kundgrupper.⁸ Konkurrensverkets utredning visar att företrädesvis två kundgrupper är slutkunder för uppvärmningssystem och att dessas efterfrågan skiljer sig åt. Den ena gruppen består av individer som köper ett uppvärmningssystem till bostaden, vanligtvis för att ersätta det befintliga uppvärmningssystemet. Den andra gruppen består av företag eller fastighetsägare som köper flera uppvärmningssystem till stora fastigheter, prefabricerade hus eller för nybyggnadsprojekt.
39. De två kundgruppernas betalningsvilja skiljer sig åt. Det är möjligt att entydigt fastställa vilken grupp en enskild kund tillhör vid det tillfälle då produkten säljs. Dessutom förekommer ingen handel mellan kunderna som skulle kunna möjliggöra vinster på grund av prisskillnaden (arbitrage). Detta betyder att de två grupperna kan bli föremål för prisdiskriminering, på så sätt att de betalar olika pris för en likvärdig produkt. Dessutom kan den senare kundgruppen förhandla och upphandla uppvärmningssystem under andra förutsättningar beroende på frekvensen och volymerna av deras inköp.

Conclusions on relevant product markets

40. Utifrån uppvärmningssystemens egenskaper och avsedda slutanvändning, samt de två olika kundgruppernas efterfrågan kan Konkurrensverket konstatera följande: Uppvärmningssystem konkurrerar endast inom sitt effektspann och nära angränsande effektspann.⁹ Detta talar för en uppdelning av marknaden inom varje produktsegment i en relevant produktmarknad för uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter (typiskt sett småhus) och en relevant produktmarknad för uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter (typiskt sett flerfamiljehus och lokaler).
41. Därutöver kan marknaden för uppvärmningssystem sannolikt också uppdelas i två relevanta produktmarknader, en marknad för uppvärmningssystem som används som primär värmekälla och en marknad för uppvärmningssystem som används som komplementär värmekälla.
42. För att utreda det konkurrenstryck som den sammanslagna enheten skulle utsättas för efter koncentrationens fullbordan delar Konkurrensverket preliminärt upp produktmarknaden i tre relevanta produktmarknader baserat på uppvärmningssystemets egenskaper, effekt och avsedd användning: (i) en marknad för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter, uppdelad ytterligare utifrån typ av uppvärmningssystem,

⁸ Tillkännagivande om definition av relevant marknad, *supra* fotnot 2, p. 43.

⁹ Se kommissionens beslut M.5573 Remeha/Baxi, M.5489 Bosch Termotechnik/Loos, M.4271 Daikin/OYL och M.7375 UTC/CIAT för exempel av likadan uppdelning.

(ii) en marknad för primära uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter och (iii) en marknad för komplementära uppvärmningssystem.

43. Inom den första preliminärt avgränsade relevanta marknaden finns alla typer av vätska/vattenvärmepumpar (bergvärmepumpar, mark- och sjövärmepumpar), luft/vattenvärmepumpar (uteluftsvärmepumpar och frånluftvärmepumpar), elpannor, och biobränslepannor som är avsedda att användas i mindre fastigheter, typiskt sett en- och tvåfamiljehus. I den andra preliminärt avgränsade relevanta marknaden ingår alla typer av vätska/vattenvärmepumpar (bergvärmepumpar, mark- och sjövärmepumpar), luft/vattenvärmepumpar (uteluftsvärmepumpar och frånluftvärmepumpar), elpannor och biobränslepannor som är avsedda att användas i större fastigheter, typiskt sett flerfamiljehus och lokaler. I den tredje preliminärt avgränsade relevanta marknaden ingår luft/luftvärmepumpar, solfångare, ackumulatortankar och varmvattenberedare.

Relevant geografisk marknad

44. Relevant geografisk marknad omfattar det område där de berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna och konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade. Den relevanta geografiska marknaden kan skiljas från angränsande geografiska områden framför allt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.¹⁰
45. NIBE, Enertech och de flesta av deras konkurrenter har globala verksamheter. Vattenburen centralvärme är det viktigaste uppvärmningssättet på den europeiska marknaden och inom EU/EES finns inga betydande regulatoriska hinder eller större skillnader vad avser utbytbarhet eller prissättning. De stora grossister som NIBE och Enertech använder för att distribuera sina produkter igenom är dessutom ägda av internationella koncerner.
46. De aktörer som är aktiva på den svenska marknaden, inklusive NIBE och Enertech, har en nationell närvaro i landet. De använder sig av svenska hemsidor, distribuerar via ett nationellt nät av lokala installatörer och grossister samt säljer direkt till svenska hustillverkare och byggprojekt i Sverige. De erbjuder även svenskspråkig utbildning i Sverige till installatörer och återförsäljare.
47. Slutkunderna vänder sig i regel inte utanför landets gränser. Import av uppvärmningssystem av svenska slutkunder är nästintill obefintlig. Slutkunderna efterfrågar en bra komfortmiljö oavsett väderlek och en säker uppvärmningslösning som minskar risken för sprickor och läckage. Det är

¹⁰ Tillkännagivande om definition av relevant marknad, *supra* fotnot 2, p. 8.



därför viktigt för kunderna att kunna få omedelbar eller snabb hjälp vid eventuella problem. Detta talar för vikten av lokala installatörer med kunskap om uppvärmningssystemet och omedelbar tillgång till reservdelar. De marknadsaktörer som Konkurrensverket har varit i kontakt med uppger även att installationskostnaden, särskilt för bergvärmepumpar, är väsentligt lägre i Sverige än i andra europeiska länder. Av dessa skäl är det mer sannolikt att den relevanta geografiska marknaden är nationell i stället för paneuropeisk.

48. Vissa omständigheter indikerar att den relevanta geografiska marknaden kan vara snävare än så. Uppvärmningsmarknaden består av flera lokala marknader och aktörerna på de lokala marknaderna konkurrerar utifrån särskilda förutsättningar. Detta gäller framförallt för bergvärmepumpar. Krav på avstånd mellan borrhål samt avstånd till avlopp och brunnar begränsar möjligheten till installation av bergvärmepumpar i vissa kommuner i landet. Även ansökningsavgifter för tillstånd att installera bergvärmepumpar skiljer sig mellan kommuner. Uteluftsvärmepumpar är vanligare i södra Sverige medan bergvärmepumpar är populärare i norra Sverige, som ett resultat av skillnader i utelufttemperatur och temperaturen i marken. Vidare varierar priset för fjärrvärme och elnät mycket i olika delar av landet, något som ytterligare förstärker intrycket av en geografiskt heterogen konkurrenssituation. Det förekommer således regionala skillnader som skulle kunna medföra att en relevant geografisk marknad kan avgränsas snävare än nationellt.
49. Konkurrensverkets utredning visar å andra sidan att uppvärmningssystemens tillverkare samarbetar med installatörer över hela landet och att produkterna kan användas antingen som primära eller komplementära uppvärmningssystem i hela landet. De berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna i hela Sverige genom rikstäckande grossister eller genom egna distributionsnät över hela landet. Priserna på dessa produkter är samma över hela landet vilket betyder att inget arbitrage är möjligt mellan kunderna inom de geografiska områdena i Sverige. De berörda företagens marknadsandelar varierar inte på ett signifikant sätt på de regionala marknaderna. Konkurrensvillkoren är därför tillräckligt likartade inom Sverige.
50. Med beaktande av dessa omständigheter och marknadens kännetecken utreder Konkurrensverket det konkurrenstryck som den sammanslagna enheten skulle utsättas för efter koncentrationens fullbordan utifrån en preliminär relevant geografisk marknad som utgörs av Sverige.

Slutsats relevanta marknader

51. För att utreda det konkurrenstryck som den sammanslagna enheten skulle utsättas för efter koncentrationens fullbordan delar Konkurrensverket

preliminärt upp produktmarknaden i tre relevanta marknader baserat på uppvärmningssystemets effekt och avsedd användning: a) en marknad för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter i Sverige uppdelad ytterligare utifrån produktsegment, b) en marknad för primära uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter i Sverige och c) en marknad för komplementära uppvärmningssystem i Sverige.

52. Konkurrensverkets slutsatser angående den anmälda koncentrationens effekter är oberoende av marknadsavgränsning. Avgränsningen av den relevanta marknaden kan lämnas öppen eftersom utredningen visar att företagskoncentrationen inte påtagligt skulle hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av landet vad gäller de tre ovan nämnda marknaderna. Inte heller om marknaden skulle definieras utifrån varje enskilt produktsegment hade förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet hämmats genom koncentrationen.

Inget påtagligt hämmande av en effektiv konkurrens

53. En företagskoncentration ska förbjudas om den är ägnad att påtagligt hämma förekomsten av eller utvecklingen av en effektiv konkurrens. Vid prövningen ska det särskilt beaktas om koncentrationen medför att en dominerande ställning skapas eller förstärks.¹¹ Prövningen är i allt väsentligt inriktad på att göra en prognos över vilka effekter en koncentration kan få för konkurrensen på de relevanta marknaderna.
54. Faktorer som har betydelse vid bedömningen av koncentrationens effekter på konkurrensen är marknadsstruktur, de berörda företagens marknadsställning och deras ekonomiska och finansiella styrka, förekomsten av faktisk eller potentiell konkurrens samt rättsliga eller andra hinder för inträde på marknaden.¹² Dessa faktorer analyseras nedan.
55. Den anmälda företagskoncentrationen medför att NIBE:s och Energetchs horisontellt överlappande verksamhet inom tillverkning av uppvärmningssystem inom olika segment slås samman. Konkurrensverkets utredda skadeteori är att den sammanslagna enheten skulle kunna höja sina priser alternativt försämra kvalitén på produkterna eller minska sina satsningar på forskning och utveckling, till skada för konsumenterna.

¹¹ 4 kap. 1 § KL.

¹² Prop. 2007/08:35, ss. 188-189.

Marknadens struktur

56. Marknadsandelar och marknadskoncentration ger en indikation på marknadsstrukturen och den betydelse de samgående parterna och deras konkurrenter har i konkurrenshänseende. En marknadsandel på 50 procent eller mer kan *i sig* vara bevis på en dominerande ställning.¹³ Koncentrationer som leder till att det sammanslagna företaget får en marknadsandel på 40-50 procent och i vissa fall under 40 procent har i flera fall ansetts leda till att en dominerande ställning skapas eller förstärks.¹⁴
57. Konkurrensverket har beräknat marknadsandelarna på de produkter där NIBE och Enertechs produktion överlappar¹⁵ utifrån volym (det vill säga sålda enheter) år 2015. Konkurrensverket har även mätt koncentrationsnivån före och efter den anmälda koncentrationens fullbordan inom vissa av dessa segment genom att beräkna ett så kallat Herfindahl-Hirschman Index-mått (HHI-mått).¹⁶ Skillnaden mellan HHI-måtten före och efter koncentrationens fullbordan visar förändringen i koncentrationsnivån på marknaden (delta).
58. Den sammanslagna enhetens marknadsandel inom produktsegmentet pelletspannor kommer att vara under 20 procent och inom produktsegmentet vedpannor cirka 30 procent. Den sammanslagna enhetens marknadsandel inom produktsegmentet solfångare är minimal. Konkurrensverket anser att ingen dominerande ställning skapas eller förstärks av den anmälda koncentrationen inom dessa segment.
59. Tabell 1 nedan visar den sammanslagna enhetens marknadsandelar och HHI inom produktsegmenten elpannor, ackumulatortankar och varmvattenberedare.

¹³ Mål T-221/95 *Endemol v kommissionen* och mål T-102/96 *Gencor v kommissionen*.

¹⁴ Riktlinjer för bedömning av horisontella koncentrationer enligt rådets förordning om kontroll av företagskoncentrationer (Kommissionens horisontella riktlinjer), 2004/C 31/03, p. 17.

¹⁵ Se *supra*, punkt 25.

¹⁶ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 20. Kommissionen bedömer det som osannolikt att horisontella konkurrensproblem föreligger i samband med en koncentration som har ett HHI mellan 1 000 och 2 000 och en förändring på mindre än 250 efter koncentrationens genomförande, eller i samband med en koncentration med HHI som är högre än 2 000 och en förändring på mindre än 150 efter koncentrationens genomförande, såvida inte särskilda omständigheter föreligger.

	Elpannor	Akkumulatortankar	Varmvattenberedare
NIBE	[30-40 %]	[50-60 %]	[80-90 %]
Enertech	[0-5 %]	[0-5 %]	[0-5 %]
NIBE/Enertech	[30-40 %]	[50-60 %]	[80-90 %]
HHI före	3370	4975	6991
HHI efter	3516	5098	7122
Delta	146	123	131

Tabell 1: Marknadsandelar och koncentrationsnivå för elpannor, ackumulatortankar och varmvattenberedare (2015)

60. Som framgår av tabell 1 kommer marknadsandelarna för den sammanslagna enheten att vara höga för i synnerhet ackumulatortankar och varmvattenberedare. Eftersom Enertech är en liten aktör, blir förändringen i koncentrationsnivån dock marginell och understiger ett delta på 150, som är den gräns under vilken kommissionen normalt ser det osannolikt att horisontella konkurrensproblem föreligger.
61. Tabell 2 nedan visar den sammanslagna enhetens marknadsandelar och HHI inom produktsegmentet vätska/vattenvärmepumpar avsedda för större fastigheter (uppvärmningseffekt över 25 kW).

	Vätska/vattenvärmepumpar (>25kW)
NIBE	[35-45 %]
Enertech	[0-5 %]
NIBE/Enertech	[40-50 %]
HHI före	2712
HHI efter	3085
Delta	373

Tabell 2: Marknadsandelar vätska/vattenvärmepumpar (>25 %) och uteluftsvärmepumpar (2015)

62. Som framgår av tabell 2 kommer den sammanslagna enheten att få en relativt hög marknadsandel inom produktsegmentet vätska/vattenvärmepumpar avsedda för större fastigheter. Marknaden är redan idag koncentrerad och förändringen i koncentrationsnivån överstiger det gränsvärde där konkurrensproblem inte kan uteslutas.¹⁷
63. Tabell 3 nedan visar den sammanslagna enhetens och konkurrenternas marknadsandelar och HHI inom produktsegmenten vätska/vattenvärmepumpar avsedda för mindre fastigheter (uppvärmningseffekt under 25 kW) och uteluftsvärmepumpar.

¹⁷ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 20.

	Vätska/vattenvärmepumpar (< 25 kW)	Uteluftsvärmepumpar
NIBE	[35-40 %]	[20-30 %]
Enertech	[5-10 %]	[20-30 %]
Baxi	[0-5 %]	[0-5 %]
Bosch/IVT	[20-30 %]	[15-25 %]
Daikin	[0-5 %]	[0-5 %]
Mitsubishi	[0-5 %]	[10-20%]
Panasonic	[0-5 %]	[5-10%]
Värmebaronen	[0-5 %]	[0-5 %]
Thermia	[20-30 %]	[5-10%]
Viessmann	[0-5 %]	[0-5 %]
NIBE/Enertech	[40-50 %]	[40-50 %]
HHI före	1834	2767
HHI efter	3051	3424
Delta	1217	657

Tabell 3: Marknadsandelar och koncentrationsnivå för vätska/vattenvärmepumpar (< 25 kW) (2015) och uteluftsvärmepumpar (2015)

64. Även inom produktsegmenten vätska/vattenvärmepumpar för mindre fastigheter och uteluftsvärmepumpar kommer den sammanslagna enhetens marknadsandel bli relativt hög. HHI-måttet visar att marknaden redan i dag är mycket koncentrerad och förändringen i koncentrationsnivån överstiger med god marginal kommissionens *de minimis* ökning.¹⁸

Slutsatser om marknadens struktur

65. De marknadsandelar och koncentrationsnivåer som presenterats ovan ger en första indikation på att den anmälda koncentrationen inte kommer att hämma den effektiva konkurrensen inom produktsegmenten pellets pannor, ved pannor, solfångare, elpannor, ackumulatortankar och varmvattenberedare.
66. De marknadsandelar och koncentrationsnivåer som presenterats ovan ger å andra sidan en första indikation på att det inte kan uteslutas att koncentrationen skulle kunna leda till konkurrensproblem inom segmenten vätska/vattenvärmepumpar för större fastigheter (> 25 kW), vätska/vattenvärmepumpar för mindre fastigheter (< 25 kW) och uteluftsvärmepumpar. Konkurrensproblemen skulle kunna uppstå i de preliminärt avgränsade relevanta marknaderna för primära uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter och för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter, i båda fallen inom segmenten vätska/vattenvärmepumpar och

¹⁸ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 20.

uteluftsvärmepumpar. De marknadsandelar och koncentrationsnivåer som presenterats ovan föranleder emellertid ingen presumtion om att sådana problem finns eller inte finns.¹⁹

Icke-samordnade effekter på marknaden för primära uppvärmningssystem för stora fastigheter och på marknaden för komplementära uppvärmningssystem

67. Konkurrensverkets utredning har visat att konkurrensvillkoren på marknaden för primära uppvärmningssystem för stora fastigheter är väsentligt bättre än på marknaden för primära uppvärmningssystem för mindre fastigheter.
68. Den viktigaste anledningen är att uppvärmningssystem avsedda för stora fastigheter konkurrerar med fjärrvärme. NIBE har anfört att fjärrvärme är ett alternativ till användning av värmepumpar. Konkurrensverkets utredning bekräftar att fjärrvärme konkurrerar med andra uppvärmningslösningar, men enbart i den mån den finns tillgänglig. Där möjlighet att anslutas till fjärrvärmenätet föreligger sker viss substitution mellan fjärrvärme och andra uppvärmningssystem.
69. Substitutionen mellan fjärrvärme och värmepumpar är mer uttalad för flerfamiljshus och andra stora fastigheter (såsom lokaler, kontorsbyggnader och industriella fastigheter), eftersom merparten av dessa befinner sig i orter där fjärrvärmenätet är utvecklat. Cirka 90 procent av alla lägenheter och 80 procent av stora fastigheter har möjlighet att anslutas till fjärrvärmenätet. Situationen är annorlunda för småhus (såsom en- och tvåfamiljehus) vilka utgör 51 procent av alla bostäder i Sverige. Endast 18 procent av dessa hus är anslutna till fjärrvärme. Med andra ord, i mer än hälften av alla bostäder i Sverige används fjärrvärme i låg utsträckning.
70. Eftersom uppvärmningssystem konkurrerar inom sitt effektspann²⁰ kan Konkurrensverket konstatera att fjärrvärme utövar ett betydande konkurrenstryck på uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter men inte på uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter.
71. Till det kommer att större fastigheter och prefabricerade hus ägs, byggs eller tillverkas av bolag som kan förhandla komplexa uppvärmningslösningar utifrån en starkare position än enskilda individer. Som förklarat ovan utgör dessa kunder en särskild kundgrupp vars efterfrågan skiljer sig från individer som köper *ett* uppvärmningssystem till *en* mindre fastighet.²¹

¹⁹ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 21.

²⁰ Se *supra*, punkt 40.

²¹ Se *supra*, punkt 38.

72. Marknaden för uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter har större omsättning vilket betyder att det kan vara lönsamt att vara verksam på denna marknad även med låga marknadsandelar. Utöver fjärrvärme konkurrerar därför NIBE:s och Enertechs produkter med produkter från flera tillverkare än på marknaden för uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter.²² Två av konkurrenterna (Bosch/IVT och Thermia) har dock relativt stora marknadsandelar på cirka [20-30] procent vardera.
73. Inom produktsegmentet vätska/vattenvärmepumpar avsedda för större fastigheter kommer den sammanslagna enheten ha en marknadsandel på över 40 procent. De övriga rådande konkurrensvillkor som presenterats ovan visar dock att koncentrationen inte kommer medföra negativa effekter på konkurrensen.
74. Konkurrensverkets utredning har även visat att konkurrensvillkoren på marknaden för sekundära uppvärmningssystem är sådana att det inte finns grund att förbjuda koncentrationen. Den svenska marknaden för solfångare är fragmenterad och varken NIBE eller Enertech har avsevärda marknadsandelar. Marknaden kännetecknas även av en hög grad av import. Enertech är en mycket liten aktör inom produktsegmenten ackumulatortankar och varmvattenberedare.
75. På marknaden för komplementära uppvärmningssystem ingår även produktsegmentet luft/luftvärmepumpar. Inom detta segment konkurrerar NIBE:s produkter med stora asiatiska tillverkare med välkända varumärken, lång erfarenhet inom tillverkning av luft/luftvärmepumpar och lång närvaro på den svenska marknaden. Dessa produkter köps även direkt i detaljhandeln, exempelvis från ett byggvaruhus eller online.
76. Sammantaget visar Konkurrensverkets analys att koncentrationen inte skulle leda till konkurrensproblem på marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter eller på marknaden för komplementära uppvärmningssystem. Bolagens aktiviteter avseende dessa preliminärt avgränsade marknader berörs inte vidare i detta beslut eftersom Konkurrensverket inte har fått några reella indikationer på att förvärvet skulle kunna orsaka konkurrensproblem. Beslutet är i det följande fokuserat på marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter.

²² Ett exempel är Mitsubishi som säljer en bergvärmepump med en effekt på 60 kW på den svenska marknaden.

Icke-samordnade effekter på marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter

77. Skadeteorin som Konkurrensverket utrett är att koncentrationen skulle kunna leda till höjda priser alternativt försämrad kvalitet på vätska/vattenvärmepumpar och uteluftsvärmepumpar avsedda för mindre fastigheter. Koncentrationen skulle också kunna leda till minskade satsningar på forskning och utveckling. Dessa effekter skulle vara till skada för slutkonsumenterna. En horisontell koncentration kan också påtagligt hämma den effektiva konkurrensen genom samordnade effekter. Det har dock inte framkommit något under utredningen som gett Konkurrensverket anledning att närmare utreda risken för samordnade effekter.
78. I det följande avsnittet redogör Konkurrensverket för ett antal andra faktorer som har betydelse för sannolikheten att NIBE:s förvärv av Enertech skulle kunna orsaka betydande icke-samordnade effekter.

De samgående företagen har stora marknadsandelar

79. I den preliminärt avgränsade marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter har både NIBE och Enertech stora marknadsandelar inom produktsegmenten vätska/vattenvärmepumpar och uteluftsvärmepumpar. Företagen har redan före koncentrationen ett stort marknadsinflytande. Koncentrationen kommer att öka den sammanslagna enhetens marknadsandel avsevärt, vilket i sin tur kommer att leda till en ökning i marknadsinflytande. En eventuell prishöjning på produkterna kan leda till en åtföljande minskning i efterfrågan och produktion. Trots det kan en prishöjning vara lönsam för det sammanslagna företaget på grund av den ökning av försäljningsbas som koncentrationen ger upphov till.

NIBE och Enertech är nära konkurrenter

80. De produkter som ingår i den preliminärt avgränsade marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter differentieras mer genom kvalitet och energieffektivitet än genom pris. NIBE och Enertech är båda företag med ursprung i Sverige och har bra förståelse för svenska förhållanden, något som bidrar till bilden av att de tillhandahåller uppvärmningssystem av god kvalitet. Företagen har dessutom likartade affärsidéer och säljer genom grossist i stället för genom installatörer och återförsäljare.
81. Dessa omständigheter tyder på att NIBE och Enertech är nära konkurrenter och att deras produkter är närmare substitut för varandra än andra tillverkares.²³ Ju högre graden av utbytbarhet är mellan NIBE:s och Enertechs

²³ Detta bekräftas av en kundundersökning bland CTC-installatörer som Konkurrensverket har fått ta del av.

produkter, desto troligare är det att den sammanslagna enheten kommer att kunna höja sina priser. Även det faktum att båda företagen redan före koncentrationen kunde ha höga marginaler på sina produkter visar att prishöjningar efter koncentrationen skulle kunna ske.

82. Utredningen visar å andra sidan att det är relativt lätt och inte alltför kostsamt för NIBE:s och Enertechs befintliga konkurrenter att positionera om sina produkter, utöka sin produktionskapacitet eller utvidga sin produktportfölj, vilket skulle leda till att prishöjningen blev olönsam för det sammanslagna företaget.²⁴

NIBE och Enertechs kunder har möjlighet att byta leverantör

83. På den preliminärt avgränsade relevanta produktmarknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter tillhandahåller de stora grossisterna enbart NIBE:s, Enertechs och Boschs produkter i segmentet vätska/vattenvärmepumpar och luft/vattenvärmepumpar. För grossistledet kommer förvärvet att upplevas som ett tre-till-två förvärv inom dessa segment. De installatörer som köper uppvärmningssystem genom grossist kommer inte att kunna få tillgång till produkter från fler än två företag, även om NIBE behåller varumärket CTC efter förvärvet.
84. Under utredningen har grossisterna uttryckt vissa farhågor med NIBE:s förvärv av Enertech. En farhåga de gett uttryck för är att de inte kommer att kunna stå emot en eventuell prishöjning eftersom en mycket stor andel av deras inköp av värmepumpar kommer att vara från den sammanslagna enheten.
85. Konkurrensverkets utredning har samtidigt visat att det finns ett uttalat intresse bland vissa etablerade konkurrenter att sälja genom grossister. För att motstå en eventuell prishöjning skulle därför grossisterna kunna vända sig till de tillverkare som i dag distribuerar sina produkter direkt genom installatörer och återförsäljare.
86. Grossisterna har även uppgett att en eventuell prishöjning på NIBE och Enertechs produkter skulle skickas vidare till installatörer och återförsäljare. Att en prishöjning skickas vidare till installatörer och återförsäljare betyder dock inte per automatik att det sammanlagda priset för slutkonsumenten kommer att öka. För slutkonsumenten är priset på värmepumpen oftast inte avgörande, eftersom den totala kostnaden i offerten inte bara avser värmepumpens pris utan även installationskostnaden. För att förbli konkurrenskraftiga har installatörerna incitament att absorbera

²⁴ Se *infra*, punkter 90-91 och 97 om utbudssubstitution och expansionsmöjligheter.



prishöjningen, eller åtminstone en del av den, genom att sänka priset för installationen.

87. Många installatörer som Konkurrensverket har varit i kontakt med har angett att de skulle kunna tänka sig att byta varumärke vid en eventuell prishöjning på NIBE och Enertechs produkter. NIBE och Enertech hindrar inte heller installatörerna från att installera andra varumärken. Eftersom NIBE och Enertech säljer sina produkter i huvudsak genom grossist har de ingen direkt relation med aktörerna i installatörsledet. De flesta konkurrenterna erbjuder (liksom NIBE och Enertech) utbildning gratis eller till en låg kostnad.
88. Trots vad som framkommit i kontakterna med installatörerna, har Konkurrensverkets utredning visat att de flesta installatörer säljer och installerar uppvärmningssystem från få varumärken. Det kan bero på att många installatörer gör få installationer varje år vilket leder till att de inte är benägna att lära sig installera och kalibrera flera olika produkter. Då utbildningen dock är gratis eller erbjuds till en låg kostnad, och installatörerna inte är avtalsmässigt bundna till NIBE eller Enertech, skulle det dock vara möjligt att byta leverantör vid en betydande prishöjning.
89. Konkurrensverket gör sammantaget bedömningen att en eventuell prishöjning skulle kunna öka kundrörligheten i installationsledet och därmed också rörligheten bland slutkonsumenterna. En prishöjning skulle också kunna öka andra aktörers möjligheter att distribuera sina produkter genom grossist. Eftersom NIBE och Enertechs kunder även fortsättningsvis kommer att ha möjlighet att byta leverantör, kommer en eventuell prishöjning att leda till ökade incitament för dem att göra det. Därmed skulle konkurrenstrycket på den sammanslagna enheten kunna öka till en grad som kan förväntas motverka eventuella prishöjningar.

Konkurrenterna kan öka utbudet om priserna höjs

90. NIBE och Enertechs konkurrenter är stora internationella företag med välkända varumärken och de har kapitalstarka ägare. En konkurrent har uppgett att den har tillräcklig kapacitet för att kunna öka produktionen om priserna höjs efter förvärvet.

Den sammanslagna enheten kan inte hindra konkurrenter från att expandera

91. Konkurrensverkets utredning har inte visat att de samgående parterna har några tekniska fördelar, företräde till viktiga anläggningar, naturresurser, innovation, forskning och utveckling eller tillgång till viktig teknik och immateriella rättigheter som skulle göra det svårt för konkurrenter att expandera.

Marknadsinträde

92. När inträdeshindren på en marknad är låga är det inte troligt att en koncentration kommer att hämma konkurrensen i någon betydande utsträckning. För att ett potentiellt marknadsinträde ska kunna utsätta koncentrationsparterna för ett tillräckligt konkurrenstryck måste det vara troligt, snabbt och tillräckligt omfattande för att hindra koncentrationens eventuella konkurrenshämmande verkningar.²⁵
93. Ett antal faktorer talar för att inträdeshindren på marknaden inte är tillräckligt höga för att göra ett inträde osannolikt. För det första kommer inte den sammanslagna enheten att ha några rättsliga fördelar och inga legala hinder finns för andra aktörer att träda in på marknaden. Det ställs krav på uppvärmningssystem såsom minimikrav för energieffektivitet, ljudnivå och informationsgrad (såsom energimärkning). Olika byggregler och energieffektiviseringsmål kan också innebära vissa begränsningar. Inga av dessa krav och regler som ofta följer av EU lagstiftningen begränsar på något specifikt sätt andra aktörers möjlighet att träda in på den svenska marknaden eller ger den sammanslagna enheten några rättsliga fördelar.
94. För det andra har utredningen inte visat att koncentrationsparterna har några tekniska fördelar, företräde till viktiga anläggningar, naturresurser, innovation, forskning och utveckling eller tillgång till viktig teknik och immateriella rättigheter som skulle göra det svårt för andra företag att konkurrera.
95. För det tredje, vad gäller distributions- och försäljningsnät finns det två huvudsakliga distributionssätt för uppvärmningssystem: genom grossist, eller genom återförsäljare och installatör.²⁶ Grossisterna anger att en viss volym krävs för att ett varumärke ska säljas, då uppvärmningssystem är bland de mest skrymmande varorna på deras lager. En konkurrent har upplevt visst motstånd för att komma in i en grossists sortiment, trots att företaget erbjöd grossisten väsentligt högre marginaler än de befintliga varumärkena. Ett nyinträde genom installatörer och återförsäljare i stället för genom grossistledet kräver en uppbyggnad av försäljnings- och distributionsorganisation direkt till dessa aktörer. Detta kan vara relativt svårt men inte omöjligt om den nyinträdde aktören har produkter som efterfrågas av slutkonsumenten och ett bra erbjudande till installatörer och återförsäljare.
96. För det fjärde verkar de strategiska inträdeshindren vara höga men inte överstigliga för de internationella och välkända företag som är aktiva i

²⁵ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 68.

²⁶ Se *supra*, punkt 8.

grannländer eller på den bredare europeiska marknaden. Erfarenhet och anseende är visserligen nödvändigt för att konkurrera effektivt på den svenska marknaden. Närhet mellan leverantörer å ena sidan och installatörer och återförsäljare å andra sidan är viktig. Konsumenterna är lojala gentemot varumärken och inte särskilt priskänsliga. Lojaliteten är störst för bergvärmepumpar, alltså ett segment inom vilket den sammanslagna enheten kommer att ha höga marknadsandelar. Konkurrensverkets utredning visar dock att slutkonsumenterna litar mycket på personliga rekommendationer och kontakter med installatörer vad gäller val av uppvärmningssystem. Lojaliteten kan därför skifta snabbt genom att ett nytt varumärke etablerar sig på marknaden och placeras högt i olika tester och branschjämförelser. Detta exemplifieras av att en konkurrent till NIBE och Enertech under en period fick en stor efterfrågan på en av sina bergvärmepumpar efter att den hamnat högt i en jämförelse från Energimyndigheten.

97. De strategiska inträdeshindren visar betydelsen av marknadsföring och reklam samt att priskonkurrens inte är det viktigaste sättet att konkurrera på marknaden. Detta kan delvis förklara konkurrenternas låga marknadsandelar trots att de erbjuder låga priser. Marknadsinträden har skett de senaste åren främst inom uteluftsvärmepumpsegmentet, där stora asiatiska tillverkare har använt sina kunskaper om luft/luftvärmepumpar för att utveckla uteluftsvärmepumpar som klarar det nordiska klimatet. Detta visar att utbudssubstitution föreligger mellan luft/luftvärmepumpar och luft/vattenvärmepumpar och indikerar att konkurrenterna skulle kunna öka utbudet inom det försträmda segmentet om den sammanslagna enheten höjde sina priser. Daikin har tagit marknadsandelar inom segmentet bergvärmepumpar de senaste åren och Mitsubishi marknadsför en bergvärmepump med en effekt på 60 kW i Sverige. Det vore tekniskt sett inte komplicerat för aktörer inom närliggande segment inom uppvärmningssystem att tillverka bergvärmepumpar som är lämpliga för mindre fastigheter. Även detta visar att konkurrenterna skulle kunna ändra sitt utbud för att möta den sammanslagna enhetens eventuellt höjda priser inom segmentet bergvärmepumpar för mindre fastigheter.
98. Slutligen talar den väntade marknadsutvecklingen för att det är troligt att ett inträde på marknaden kan vara lönsamt. Försäljningen av värmepumpar ökade år 2016. Antalet konsumenter som står inför ett köp är nu något högre jämfört med tidigare år eftersom äldre värmepumpar har börjat nå slutet av sin livslängd. Även det ökade bostadsbyggandet påverkar efterfrågan positivt. En växande marknad gör ett inträde mer sannolikt.
99. Inträde på marknaden måste ske tillräckligt snabbt och hållbart för att hindra eller omintetgöra den sammanslagna enhetens utökade marknadsinflytande. Hur lång en lämplig period är beror på marknads kännetecken och dynamik samt de potentiella nya aktörernas specifika utvecklingsmöjligheter.

I regel anses två år vara lämplig. Konkurrensverkets bedömning är att ett inträde skulle kunna ske inom två år, i synnerhet från aktörer på närliggande marknader (till exempel luft/luftvärmepumpar). Dessa aktörer har redan lokal närvaro i Sverige och saluför välkända varumärken.

100. Ett inträde måste ha tillräcklig räckvidd och vara tillräckligt omfattande för att hindra eller omintetgöra koncentrationens konkurrensbegränsande effekter. Några asiatiska tillverkare har lyckats etablera sig inom vissa segment på den svenska marknaden för uppvärmningssystem. Samtidigt har flera stora tyska tillverkare misslyckats med att ta annat än marginella marknadsandelar på den svenska marknaden för värmepumpar. De marknadskontakter som Konkurrensverket tagit uppger att skillnaden är omfattningen av respektive företags satsning. Det förefaller därför rimligt att anta att ett inträde kräver relativt stor räckvidd och omfattning men att det samtidigt finns flera aktörer som skulle kunna genomföra en sådan satsning i Sverige.

Effektivitetsvinster

101. Konkurrensverket tar hänsyn till effektivitetsvinster som påstås föreligga i sin övergripande bedömning av koncentrationen i den mån dessa är till nytta för konsumenterna, är specifika för koncentrationen och går att kontrollera.²⁷ Dessa villkor är kumulativa.²⁸
102. Konkurrensverket noterar att NIBE har presenterat effektivitetsvinsterna utförligt och att dessa har kvantifierats. NIBE har gett in exempel på effektivitetsvinster i samband med tidigare förvärv företaget genomfört och låtit interna och externa experter presentera effektivitetsvinsternas art och omfattning samt i vilken utsträckning dessa kommer att gagna konsumenterna.
103. NIBE har argumenterat för att tillämpningen av dess inköpsorganisation och priser kommer leda till lägre kostnader för sålda varor, vilket i sin tur kommer att öka Enertechs bruttomarginal. Konkurrensverket kan konstatera att de påstådda effektivitetsvinsterna skulle leda till minskade rörliga kostnader eller lägre marginalkostnader om de förverkligades. *I princip* resulterar dessa typer av kostnadsbesparingar i lägre priser för konsumenterna.²⁹ En vinstmaximerande aktör får incitament att sänka sina priser och öka försäljningen när de rörliga kostnaderna blir lägre och bruttomarginalen högre. Konkurrensverket kan vidare konstatera att samordning av inköp är en direkt följd av den anmälda koncentrationen och

²⁷ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 77-78.

²⁸ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 78.

²⁹ Kommissionens horisontella riktlinjer, *supra* fotnot 14, p. 80.



att detta inte kan uppnås i en motsvarande omfattning genom mindre konkurrensbegränsade alternativ.

104. Enligt NIBE skulle koncentrationen kunna medföra att arbetsmetoder och rutiner inom Enertech optimerades och att detta borde ha potential att sänka kostnaderna. Enligt Konkurrensverket är det dock inte uteslutet att denna effektivitetsvinst skulle kunna uppnås genom mindre konkurrensbegränsade alternativ.
105. NIBE:s forsknings- och utvecklingskostnader utgör en lägre andel av företagets omsättning än Enertechs motsvarande andel. Enligt NIBE bör Enertechs relativt högre forsknings- och utvecklingskostnader kunna sänkas genom koncentrationen. Konkurrensverket gör dock bedömningen att forsknings- och utvecklingskostnaderna i det här fallet utgör fasta kostnader vilka är mindre relevanta för bedömningen eftersom deras nedbringande inte nödvändigtvis medför lägre priser för konsumenterna.
106. Konkurrensverket har inte haft anledning att ifrågasätta parternas påståenden om att effektivitetsvinsterna resulterar i lägre rörliga kostnader och sänkta marginalkostnader. Det har dock inte varit nödvändigt för Konkurrensverkets slutsatser angående den anmälda koncentrationen att närmare utreda och ta slutlig ställning till effektivitetsvinsternas storlek.

Slutsatser

107. Konkurrensverkets utredning har visat att koncentrationen inte är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det, avseende marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för större fastigheter respektive marknaden för komplementära uppvärmningssystem.
108. Konkurrensverkets analys av marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter inom segmenten vätska/vattenvärmepumpar och uteluftsvärmepumpar har visat att koncentrationen resulterar i höga marknadsandelar. De båda företag som berörs är i utgångsläget nära konkurrenter. Analysen har emellertid även bekräftat en rad omständigheter som motverkar risken för prishöjningar. Kunderna har möjlighet att byta leverantör och får ökade incitament att göra det om priserna höjs. Företaget kommer därigenom inte att kunna hindra sina konkurrenter från att expandera utan konkurrenterna torde ha möjlighet att öka utbudet och ställa om produktionen i det fallet att priserna höjs. Dessutom skulle potentiella nyinträden på marknaden för bergvärmepumpar och uteluftsvärmepumpar kunna hindra eller omintetgöra koncentrationens konkurrensbegränsande effekter. Konkurrensverkets bedömning är därför att koncentrationen inte är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv

konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av landet, avseende marknaden för primära uppvärmningssystem avsedda för mindre fastigheter.

109. Koncentrationen ska, med beaktande av vad som anförts ovan, lämnas utan åtgärd.

Detta beslut har fattats av generaldirektören. Föredragande har varit sakkunniga ekonomen Åsa Käfling.



Dan Sjöblom



Åsa Käfling

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.