



När marknader utsätts för störningar – varför konkurrens spelar roll och hur företag bör agera

Konkurrensverket, juni 2026

Illustration: Bilden framställd med hjälp av ChatGPT (Open AI, 2026)

Innehåll

Sammanfattning	4
1 Inledning	5
1.1 Syfte och avgränsningar	6
1.2 Konflikten i Mellanöstern har kraftigt begränsat utbudet på de globala energimarknaderna.....	6
1.3 Konkurrensverkets tidigare rapporter om konkurrens och upphandling i kristider	7
2 Utbudschocker och marknaders anpassningsförmåga.....	10
2.1 Olika orsaker till och typer av utbudschocker	10
2.2 Marknaders förmåga till anpassning och konkurrenspåverkan	11
2.3 Utbudschocker kan öka risken för konkurrensbegränsningar	15
2.4 Konkurrensverkets tillsyn.....	19
3 Slutsatser och rekommendationer	23
3.1 Konkurrens är viktigt före, under och efter en marknadsstörning eller kris	23
3.2 De åtgärder som vidtas för att hantera en marknadsstörning eller kris får inte leda till sämre konkurrens på sikt	24

Sammanfattning

Utbudsstörningar påverkar marknader och konkurrensen. Sådana störningar kan, men behöver inte, leda till försörjningskriser med samhällspåverkan. För att främja en effektiv konkurrens redogör Konkurrensverket för vad olika aktörer bör tänka på när det uppstår marknadsstörningar. Våra rekommendationer är tillämpliga även vid andra typer av störningar eller krissituationer som leder till förändrade förutsättningar och där det uppstår tillfälliga behov av exempelvis samverkan mellan aktörer på en marknad.

Konkurrensverket ska verka för väl fungerande marknader till nytta för konsumenterna och det allmänna. Vårt tillsynsuppdrag gäller såväl när marknader utsätts för allvarliga störningar som under normala förhållanden. En störning av utbudet innebär nya risker för att konkurrensen kan komma att begränsas. Därför är det i händelse av störningar viktigt att upprätthålla en effektiv konkurrens mellan företagen. Konkurrensregelverket innehåller rättsliga verktyg som är tänkta att fungera när konkurrensproblem uppstår, såväl vid turbulens på marknaderna som under mer normala förhållanden. Utöver tillsyn över konkurrensregelverket ingår det också i vårt uppdrag att sprida information inom våra ansvarsområden. Denna publikation är en del av det arbetet.

Konkurrens är viktigt före, under och efter en marknadsstörning eller kris. Konkurrens skapar incitament till effektiv resursanvändning, produktivitet och innovation. Dessa mekanismer bidrar också till marknadens förmåga att hantera och anpassa sig till förändrade förutsättningar som exempelvis en utbudsschock¹. Marknader med ett starkt konkurrenstryck blir därmed mer motståndskraftiga mot utbudsschocker och kriser.² Om konkurrensen däremot är svag, kan störningen förlängas och återhämtningen gå långsammare. Effektiv konkurrens har också en disciplinerande effekt på företagen, vilket minskar risken för att konsumenter drabbas omotiverat hårt av en marknadsstörning, vilket kan bli fallet när konkurrensen fungerar sämre.

Det är naturligt att såväl företag som andra samhällsaktörer anpassar sig efter omvärldshändelser. De åtgärder som vidtas för att hantera störningar eller kriser får dock inte leda till en försämring av konkurrensen på längre sikt. För att vägleda företag, myndigheter och andra samhällsaktörer som kan ha anledning att vidta åtgärder vid en störning eller kris lämnar Konkurrensverket ett antal rekommendationer. Det handlar bland annat om att företag även under perioder av osäkerhet och störningar behöver fatta affärsbeslut självständigt, och inte utbyta kommersiellt känslig information med konkurrenter såsom framtida priser eller prisstrategier. Eventuella samarbeten behöver också utformas så att de är nödvändiga, proportionerliga och avgränsade i tid.

¹ Utbudsschocker kan beskrivas som plötsliga förändringar i tillgången på varor, insatsvaror eller tjänster. En utbudsschock kan innebära såväl minskad som ökad tillgång på en vara eller tjänst, det vill säga negativ respektive positiv utbudsschock. När vi här använder oss av begreppet utbudsschock avses en situation med minskad tillgång.

² Det är i detta sammanhang viktigt att skilja mellan enskilda företags motståndskraft och marknadens motståndskraft som helhet, se avsnitt 2.2.4.

1 Inledning

De senaste åren har olika kriser och globala störningar påverkat den internationella ekonomin. Coronapandemin, Rysslands fullskaliga anfallskrig mot Ukraina, olika geopolitiska spänningar och handelskonflikter samt den pågående konflikten i Mellanöstern har alla bidragit till osäkerhet och störningar på nationella och internationella marknader. Även om orsakerna skiljer sig åt har händelserna haft gemensamt att de har påverkat eller skapat osäkerhet om tillgången³ på viktiga varor och insatsvaror och därmed företagens och konsumenternas möjligheter att producera, handla och konsumera varor och tjänster.

Ur ett ekonomiskt perspektiv kan dessa förlopp förstås som utbudschocker, det vill säga plötsliga förändringar i tillgången på varor eller insatsvaror som påverkar marknadspriser och produktion. Mycket omfattande negativa utbudschocker kan orsaka allvarliga försörjningskriser för betydande delar av befolkningen eller industrin, och föranleda krisåtgärder från offentligt håll i syfte att lindra eller bättre fördela bördan av chocken samt underlätta nödvändig anpassning. Det är dock viktigt att betona att inte alla utbudschocker leder till krissituationer, eftersom marknader kan anpassa sig till nya förhållanden. Faktorer som konkurrensförhållanden, marknadskoncentration, inträdeshinder, leverantörsstruktur och utbytbarhet påverkar marknaders förmåga att hantera och återhämta sig från störningar.

Länder världen över är i dag i hög grad beroende av internationell handel och globala värdekedjor. Specialisering och handel har bidragit till ökad produktivitet, lägre kostnader och ett större utbud av varor och tjänster. Samtidigt innebär globaliseringen att störningar i en region snabbt kan få konsekvenser långt utanför det område där de uppstår. Detta gäller inte minst Europa och Sverige, som är beroende av import av ett flertal strategiskt viktiga råvaror och insatsvaror.⁴ Internationell handel innebär emellertid inte enbart sårbarhet, utan bidrar också till marknaders motståndskraft genom ökade möjligheter till anpassning. Handel och internationell integration kan därför både öka exponeringen för störningar och stärka ekonomins förmåga att anpassa sig när störningar uppstår.⁵

³ Under coronapandemin påverkades även efterfrågan på kritiska varor som handsprit och skyddsutrustning.

⁴ Europeiska kommissionen har under senare år lyft fram behovet av att stärka EU:s motståndskraft, minska strategiska beroenden och säkra tillgången till kritiska råvaror och andra viktiga insatsvaror. Se exempelvis Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2024/1252 av den 11 april 2024 om inrättande av en ram för säkerställande av trygg och hållbar försörjning av kritiska råmaterial och om ändring av förordningarna (EU) nr 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1724 och (EU) 2019/1020 och tillhörande handlingsplan RESourceEU. Ett annat exempel är Gemensamt meddelande till Europaparlamentet, Europeiska rådet och rådet om en europeisk strategi för ekonomisk säkerhet, Bryssel den 20 juni 2023. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/ALL/?uri=CELEX:52023JC0020>, hämtad den 10 juni 2026.

⁵ Se exempelvis World Trade Organization, World Trade Report 2023 – Re-globalization for a secure, inclusive and sustainable future, https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr23_e/wtr23_e.pdf, hämtad den 6 juni 2026.

1.1 Syfte och avgränsningar

Syftet med denna publikation är att beskriva konkurrensens roll när marknader utsätts för störningar. Fokus ligger på hur marknadsstruktur och konkurrensförhållanden påverkar marknadens anpassningsförmåga, vilka konkurrensrisker som kan uppstå och vilken roll konkurrensregelverket och tillsynen spelar för att upprätthålla väl fungerande marknader även under perioder av osäkerhet och störningar. Syftet är också att ge vägledning till företag om hur konkurrensrätten förhåller sig till beteenden som föranleds av utbudsstörningar, samt ge konkreta råd till offentliga aktörer och andra organisationer som behöver beakta bland annat konkurrensaspekter vid eventuella beredskaps- eller krishanteringsåtgärder.

Våra beskrivningar och rekommendationer är avgränsade till konkurrensaspekter och behandlar inte hur utbudshöjningar påverkar den offentliga upphandlingen eller hur upphandlande organisationer kan och bör agera. Konkurrensverket har i en serie av tidigare rapporter om konkurrens och upphandling i kristider belyst denna fråga och kan konstatera att våra slutsatser och rekommendationer fortsatt är aktuella.⁶

1.2 Konflikten i Mellanöstern har kraftigt begränsat utbudet på de globala energimarknaderna

Under våren 2026 har konflikten i Mellanöstern påverkat de globala energimarknaderna och lett till prisökningar på fossila bränslen. Regionen runt Persiska viken är central för den internationella handeln med exempelvis råolja och naturgas. Hormuzsundet, världens mest kritiska energiflaskhals, har under perioder varit helt stängt. Normalt passerar omkring en femtedel av världens olja och flytande naturgas genom sundet och cirka 40 procent av världens flygbränsle produceras i regionen. När dessa volymer fallit bort från världsmarknaden har efterfrågan på råolja från andra källor, exempelvis Nordsjön, ökat. Situationen har också bidragit till osäkerheter framåt vad gäller produktion, transportvägar och försörjning. Ur ett globalt försörjningsperspektiv är det därför ett allvarligt läge. Sammantaget har detta lett till tydliga prisökningar och ökad prisvolatilitet på världsmarknaden för råolja och naturgas, jämfört med priserna före konflikten.⁷ Sett över en längre tidsperiod kan noteras att liknande prisökningar på råolja observerades i samband med Rysslands anfallskrig mot Ukraina.⁸

⁶ På Konkurrensverkets webbplats finns ytterligare information om upphandlingsrelaterade frågor i kristider, <https://www.konkurrensverket.se/konkurrens/samlad-kunskap-om-konkurrens/konkurrens-och-upphandling-i-kristider/>.

⁷ Energimyndigheten, "Sveriges energiläge", <https://www.energimyndigheten.se/energisystem-och-analys/nulaget-i-energisystemet/sveriges-energilage/>, hämtad den 10 juni 2026 och Energimyndigheten, *Läget på energimarknaderna – specialutgåva med anledning av kriget i Mellanöstern*, 12 maj 2026, <https://trk.idrelay.com/res/mail/2930/64481/acae8fda-12d1-4465-aa72-d284eb702817.pdf>.

⁸ Energy Information Administration (EIA), "Petroleum and other liquids", Europe Brent Spot Price FOB, <https://www.eia.gov/dnav/pet/hist/rbrted.htm>, hämtad den 10 juni 2026.

Energi utgör en viktig insatsvara i stora delar av ekonomin. När energipriserna ökar påverkas därför ett stort antal marknader. Högre priser på råolja och naturgas leder direkt till ökade kostnader för exempelvis bensen, diesel och flygbränsle, vilket i sin tur påverkar företag vars verksamhet är beroende av dessa insatsvaror. Betydelsen av ökade energikostnader för olika marknader och enskilda företag beror bland annat på drivmedlens andel av produktionskostnaderna och möjligheten att använda alternativa insatsvaror eller transportslag.

I nuläget har störningen inte påverkat utbudet av drivmedel i Sverige, däremot har priserna ökat. Sveriges försörjning av diesel och bensen bedöms vara god även på längre sikt. Däremot bedöms tillgången till flygbränsle vara mer osäker. Detta förklaras av att Sveriges (och även Europas) importberoende är betydligt högre när det gäller flygbränsle, än för bensen och diesel där det finns en betydande raffinaderiverksamhet i Sverige.⁹

1.3 Konkurrensverkets tidigare rapporter om konkurrens och upphandling i kristider

Under 2022 och i början av 2023 skedde en påtaglig förändring av Sveriges ekonomiska situation. Inflationen nådde nivåer som inte setts på decennier och det rådde stor osäkerhet om hur den skulle utvecklas. Den svenska situationen var inte unik; länder i vår närhet hade liknande erfarenheter. En orsak till den höga inflationen under denna period var Rysslands anfallskrig mot Ukraina, som inledningsvis ledde till stora störningar i form av både högre säkerhetsrisker och avbrutna affärsförbindelser mellan länder i världshandeln, vilket bland annat påverkade utbudet av fossila bränslen.

Krisen bidrog också till att ge konkurrenspolitiken och konkurrenstillsynen förnyad aktualitet i debatten. För att bidra och ge Konkurrensverkets syn på olika frågeställningar kopplade till att främja en effektiv konkurrens publicerade Konkurrensverket ett flertal analyser på olika teman, vilka sammanställdes i rapporten *Konkurrens och upphandling i kristider*.¹⁰

I rapporten drog Konkurrensverket tre slutsatser om konkurrensens roll och betydelse i kristider. Även om den nuvarande situationen skiljer sig från läget 2022–2023, på så sätt att inflationen är förhållandevis låg, är slutsatserna fortsatt aktuella och relevanta.

⁹ Energimyndigheten, "Sveriges energiläge just nu", <https://www.energimyndigheten.se/energisystem-och-analys/nulaget-i-energisystemet/sveriges-energilage-just-nu/fragor-och-svar-om-sveriges-energilage/>, hämtad den 10 juni 2026.

¹⁰ Konkurrensverket, *Konkurrens och upphandling i kristider*, Rapport 2023:2. <https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/konkurrens-och-upphandling-i-kristider/>.

Den första slutsatsen var att den dåvarande krisen och höga inflationen inte var ett resultat av en plötslig försämring av konkurrensen. De stigande priserna var framför allt en effekt av externa chocker, det vill säga ett bortfall av utbud på många marknader och en allmän ökning av råvaru- och energipriser.

Den andra slutsatsen var att konkurrensen kan försämrans i kristider, i synnerhet av hög inflation, vilket i sin tur kan leda till ytterligare tillskott till inflationen. Orsaken är framför allt att konsumenters och företags förväntningar om ökande priser försvårar prisjämförelser och kan underlätta för företag att samordna prishöjningar. Om en viss bransch kännetecknas av fungerande konkurrens under normala omständigheter är det alltså inte säkert att samma slutsats kan dras under kristider.

Den tredje slutsatsen var att väl fungerande konkurrens är en nödvändig komponent för en snabb återhämtning efter en kris. Om konkurrensstrycket är hårt kommer också en motståndskraft mot kriser att byggas upp. Om konkurrensen däremot är svag, kan krisen förlängas och återhämtningen gå långsammare.

Inom ramen för konkurrens och upphandling i kristider publicerade Konkurrensverket fem tematiska analyser, vilka också ingår i den samlande rapporten.¹¹ Dessa är i allt väsentligt aktuella även i den nuvarande situationen med konflikt i Mellanöstern som lett till en utbudschock på energimarknaderna.

Analysen *Kraftiga prisökningar*¹² beskriver vilken betydelse konkurrens har under kriser med kraftiga prisökningar och under vilka förutsättningar Konkurrensverket bör ingripa. Konkurrensverkets slutsatser var att det som en utgångspunkt är viktigt att företagen är fria att anpassa sina produktionsbeslut till krisen. När marknaden kännetecknas av en väl fungerande konkurrens säkerställer det att prisökningarna är tillfälliga och övergående. Om konkurrensen inte fungerar till följd av krisen kan det emellertid finnas skäl för Konkurrensverket att ingripa mot dominerande företags överpriser. Detta gäller särskilt på marknader som, även tillfälligt, kännetecknas av betydande hinder för expansion och inträde.

I analysen *Samarbete mellan företag*¹³ redogjorde Konkurrensverket för gällande regelverk kopplat till samarbeten mellan företag, aktuella rättsfall och Konkurrensverkets tillsynsarbete. En krissituation kan ge upphov till nya samverkansformer och åtgärder. Bedömningen av om ett samarbete eller förfarande begränsar konkurrensen beror, som alltid, på sammanhanget. Det finns inte något specifikt undantag för samarbeten mellan företag i kristider. Konkurrensreglerna behöver

¹¹ Konkurrensverket publicerade även fyra analyser om konsumentnära branscher: Drivmedel, Livsmedel, Finansiella tjänster och Energi. Sedan analyserna publicerades har mycket hänt på dessa marknader, varför analyserna inte längre är helt aktuella. Konkurrensverket har även, på uppdrag av regeringen, genomfört en omfattande genomlysning av marknadsförhållandena i jordbruks- och livsmedelskedjan och en marknadsstudie om drivmedelsmarknaden. För mer aktuella marknadsbeskrivningar hänvisas till dessa rapporter.

¹² Konkurrensverket, *Kraftiga prisökningar – konkurrens i kristider*, Analys i korthet 2023:4. <https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/kraftiga-prisokningar--konkurrens-i-kristider/>

¹³ Konkurrensverket, *Samarbete mellan företag – konkurrens i kristider*, Analys i korthet 2023:12. <https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/samarbete-mellan-foretag--konkurrens-i-kristider/>.

beaktas även i kristider, eftersom det då är minst lika viktigt att värna en god konkurrens till nytta för konsumenterna.

En kris kan också påverka förekomsten och prövningen av företagskoncentrationer, vilket beskrivs i analysen *Företagskoncentrationer*.¹⁴ Av analysen framgår att en kris kan påverka olika faktorer som har betydelse för den materiella bedömningen av den enskilda företagskoncentrationens effekter. Däremot blir ett samgående mellan två konkurrerande företag, som före en kris skulle bedömas som skadligt för konkurrensen, inte mindre skadligt bara för att det är kris. Om en marknad före krisen är koncentrerad, kan det vara ännu viktigare att säkerställa att där finns förutsättningar för konkurrens också efter krisen.

Konkurrensen mellan offentliga och privata aktörer kan också påverkas av en ekonomisk kris, vilket framgår av analysen *Offentligt privat*.¹⁵ En offentlig aktör har flera konkurrensfördelar, såsom skattefinansiering, avsaknad av vinstkrav och ofta lägre kostnader, vilket kan få ökad betydelse i tider av kris.

Även förutsättningarna för den offentliga upphandlingen påverkas i kristider, vilket behandlas i analysen *Offentlig upphandling*.¹⁶ När en kris inträffar ger upphandlingslagstiftningen upphandlande organisationer den flexibilitet som krävs för att kunna köpa in de varor och tjänster som behövs för att fullfölja sitt uppdrag. En förutsättning för att kunna nyttja denna flexibilitet vid en kris är dock att den uppkomna krissituationen inte beror på den upphandlande organisationen själv. Det behöver också finnas ett orsakssamband mellan den oförutsedda händelsen och den synnerliga brådska som uppstått. Det är också viktigt att ha i åtanke att när en kris pågått en viss tid kan den inte längre ses som något oförutsebart. Konkurrensverkets tillsyn har visat på risken för att upphandlande organisationer i krissituationer tillämpar undantag från annonseringsplikten i högre grad än vad det finns grund för i regelverket.

¹⁴ Konkurrensverket, *Företagskoncentrationer – konkurrens i kristider*, Analys i korthet 2023:13.

<https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/foretagskoncentrationer--konkurrens-i-kristider/>.

¹⁵ Konkurrensverket, *Offentligt privat – konkurrens i kristider*, Analys i korthet 2023:5.

<https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/offentligt-privat--konkurrens-i-kristider/>.

¹⁶ Konkurrensverket, *Offentlig upphandling – konkurrens i kristider*, Analys i korthet 2023:3.

<https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/offentlig-upphandling--konkurrens-i-kristider/>.

2 Utbudschocker och marknaders anpassningsförmåga

I detta kapitel redogör vi för olika orsaker till och olika typer av utbudschocker, marknaders förmåga till anpassning och hur de påverkas av vilka marknadsstrukturer och konkurrensförhållanden som förelåg innan störningen uppkom. Slutligen redogör vi för vilka konkurrensproblem som kan uppstå vid en utbudschock och för vår konkurrenstillsyn.

Utbudschocker kan beskrivas som plötsliga förändringar i tillgången på varor, insatsvaror eller tjänster. En utbudschock kan innebära såväl minskad som ökad tillgång på en vara eller tjänst, det vill säga negativ respektive positiv utbudschock. När vi här använder oss av begreppet utbudschock avses en situation med minskad tillgång.

En utbudschock uppstår när ekonomins eller en marknads förmåga att producera varor och tjänster plötsligt försämras. Till skillnad från en efterfrågeförändring, innebär en utbudschock att produktionskapaciteten minskar eller att produktionskostnaderna ökar. När tillgången förändras, påverkas först priset. Därefter kan även produktionen påverkas på en eller flera marknader, som ett resultat av förändringen i priser.

2.1 Olika orsaker till och typer av utbudschocker

Utbudschocker kan ha många olika orsaker. Exempel är naturkatastrofer, krig, handelsrestriktioner, energikriser, störningar i logistikkedjor, regulatoriska förändringar eller sjukdomar. Gemensamt för dessa händelser är att de begränsar tillgången på produktionsresurser eller höjer kostnaden för att använda dem. Följden blir typiskt att mindre kvantiteter produceras för varje prisnivå, vilket innebär att utbudet minskar.¹⁷

Det finns även säsongsvariation, både beträffande utbudet av vissa varor och efterfrågan på dessa. Dessa är planerbara förändringar i utbudet och utgör inte en utbudschock, varför de inte ingår i denna redogörelse.¹⁸

Det är viktigt att skilja mellan olika typer av utbudschocker eftersom de påverkar konkurrensen på olika sätt. Vissa utbudschocker är kortvariga och leder till tillfälliga störningar. Exempel på detta är transportstörningar, strejker eller väderrelaterade produktionsavbrott. Produktionskapaciteten förväntas då återgå till normal nivå inom relativt kort tid. I sådana situationer handlar marknadens

¹⁷ Utbudskurvan förflyttas uppåt och kan bli brantare, i extremfallet till och med vertikal. Vid en vertikal utbudskurva är produktionsförmågan så pass begränsad av chocken att det kan bli omöjligt (snarare än "bara" olönsamt vid rådande priser) att upprätthålla hittills rådande produktionsnivåer.

¹⁸ Jeffrey Miron, *The Economics of Seasonal Cycles*, MIT Press 1996.

anpassning främst om hur befintliga resurser fördelas under perioden av minskad tillgång, och hur marknaden klarar den uppstående bristen (genom prisanpassning eller köbildning).

Andra utbudschocker innebär att produktionskostnaderna stiger under en längre period, exempelvis genom högre energipriser, det vill säga en mer varaktig störning. Anpassningen kräver då inte enbart omfördelning av befintliga resurser utan även att företag behöver genomföra investeringar, satsa på teknisk utveckling och förändrade produktionsmetoder.

I vissa särskilda fall kan en utbudschock kopplas till att produktionskapacitet förstörs, exempelvis vid krig, eller att en insatsvara mer långsiktigt utestängs från marknaden på grund av till exempel en handelsblockad. Detta kan få mer långsiktiga effekter på marknaden och det uppstår behov av mer omfattande omställningar eller nyinvesteringar. Ett exempel är den handelsblockad som EU upprättade efter Rysslands anfallskrig, vilket drabbade flera marknader där importberoende från Ryssland var stort, bland annat konstgödsel. Före kriget stod import från Ryssland för cirka 22 procent av Sveriges förbrukning av konstgödsel.¹⁹ Den utbudschock som drabbade den svenska marknaden när den importen upphörde blev därmed omfattande och av mer permanent karaktär. Det ledde dels till nya leveranskedjor där importen från andra regioner ökade, dels till investeringar i inhemsk produktion av fossilfria alternativ.²⁰

2.2 Marknaders förmåga till anpassning och konkurrenspåverkan

Samma typ av utbudschock kan ge olika konsekvenser beroende på hur konkurrensen fungerar på den berörda marknaden. Marknadsstruktur, graden av marknadsmakt, möjligheten för nya företag att etablera sig och förekomsten av vertikala beroenden i värdekedjan²¹ påverkar både anpassningsförmågan och de långsiktiga effekterna. Vertikalt beroende kan uppstå när leverantörer är uppbundna i långa kontrakt.

¹⁹ Statistiska centralbyrån (SCB), "Statistikdatabasen".

²⁰ Se bland annat Lantmännen "Minskad klimatpåverkan och stärkt livsmedelsförsörjning", pressmeddelande den 19 februari 2024. <https://www.lantmannen.se/om-lantmannen/press-och-nyheter/pressmeddelanden/2024/minskad-klimatpaverkan-och-starkt-livsmedelsforsorjning-fertiberia-lantmannen-och-nordion-energi-satsar-for-att-utveckla-sveriges-forsta-fossilfria-mineralgodselfabrik/> En annan satsning är Cinis Fertilizer som försattes i konkurs i januari 2026, men nu har fått nya ägare. <https://www.atl.nu/okand-utlandsk-aktor-koper-cinis-fertilizer>, hämtad den 12 juni 2026.

²¹ Vertikala beroenden i värdekedjan innebär att företag i olika led i produktions- eller distributionskedjan är beroende av varandra, till exempel för tillgång till insatsvaror, produktion, distribution eller försäljning.

2.2.1 Anpassning och konkurrens på kort sikt

På kort sikt är produktionskapaciteten ofta relativt given. När utbudet minskar uppstår därför en tillfällig bristsituation och på konkurrensutsatta marknader leder detta normalt till stigande priser. Prisökningen fyller en viktig ekonomisk funktion genom att signalera minskad tillgång, dämpar efterfrågan och styr resurser mot de användningar där de värderas högst samt skapar incitament för ökad produktion och investeringar.

Hur stark priseffekten blir beror delvis på konkurrenssituationen och hur den i sin tur påverkas av utbudshocken. Om marknaden kännetecknas av hård konkurrens kommer prisökningarna huvudsakligen att spegla den faktiska knappheten och de ökade kostnaderna. Om företag däremot har betydande marknadsmakt, eller kan samordna sig till följd av chocken, kan bristsituationen förstärka deras möjlighet att höja priserna utöver kostnadseffekten.²² Om chocken redan på kort sikt leder till marknadsutträden, som i sin tur ökar prissättningsmakten hos kvarvarande företag, kan även det leda till prisökningar som återspeglar förändrade konkurrensförhållanden snarare än den underliggande kostnadsökningen.

När en liten öppen ekonomi med egen valuta som Sverige drabbas av en kostnadschock på en importerad insatsvara som olja, kan detta även försvaga den inhemska valutan (en så kallad *terms-of-trade*-chock). Detta kan i sin tur försämra konkurrensen även i branscher som inte direkt påverkas av oljeshocken men där inhemska producenter konkurrerar med importerade produkter; den svagare kronkursen gör importer dyrare, vilket allt annat lika minskar deras pristryck på de inhemska producenterna.²³

2.2.2 Konkurrensens roll i produktionsomställningen

Den långsiktiga effekten av en utbudshock bestäms i stor utsträckning av hur snabbt och effektivt ekonomin kan anpassa sig. På marknader med effektiv konkurrens skapar högre priser incitament för flera typer av anpassning. Befintliga företag ökar produktionen, nya företag etablerar sig, investeringar genomförs, alternativa insatsvaror utvecklas, ny teknik introduceras, konsumenter och producenter finner substitut. Konkurrensen fungerar därmed som en så kallad "decentraliserad upptäcktsprocess" där företag söker nya lösningar på den ökade brist som utbudshocken skapat.²⁴ Ett aktuellt exempel på detta är den kraftigt minskade tillgången

²² Ett exempel från energikrisen 2021/22 finns i Arquié, A. & Thie, M. (2023), *Energy, inflation and market power: excess pass-through in France*, https://www.boeckler.de/pdf/p_imk_wp_220_2023.pdf. Författarna dokumenterar att kostnadsöverföringsgraden i olika branscher i Frankrike ökar med graden av marknadsmakt före chocken. Effekterna kan vara starkare om marknadsaktörernas kostnadsstrukturer liknar varandra, jfr Peltzman, S. (2000), *Prices rise faster than they fall*, *Journal of Political Economy* 108(3), s. 466–502.

²³ Robert M. Feinberg, *A simultaneous analysis of exchange-rate passthrough into prices of imperfectly substitutable domestic and import goods*, *International Review of Economics & Finance*, Volume 5, Issue 4, 1996, s. 407-416, [A simultaneous analysis of exchange-rate passthrough into prices of imperfectly substitutable domestic and import goods](#), hämtad den 17 juni 2026.

²⁴ Israel Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, Chicago University Press 1973.

på flygbränsle till följd av konflikten i Mellanöstern, som lett till ökade priser på flygbränsle, vilket i sin tur lett till ökad produktion av flygbränsle, bland annat i Sverige, och inställda flyg.²⁵

Om konkurrensen däremot är begränsad kan marknadens anpassningsförmåga försvagas. Företag med skyddade marknadspositioner kan då ha svagare incitament att investera i alternativa lösningar eller expandera produktionen.²⁶

2.2.3 Strukturella och dynamiska effekter på marknader

Utbudsschocker påverkar inte endast priser och kvantiteter utan kan även bidra till strukturella och dynamiska effekter på marknader. När kostnader plötsligt stiger eller när insatsvaror blir svårare att få tag på kan vissa företag inte längre bedriva verksamheten lönsamt. Särskilt mindre eller finansiellt svagare aktörer riskerar därmed att lämna marknaden.

Samtidigt kan de högre priser som uppstår under perioden av brist skapa nya affärsmöjligheter. Entreprenörer kan utveckla alternativa tekniker, nya produkter eller nya distributionsformer som tidigare inte varit lönsamma.²⁷ Det kan vara tillfälliga lösningar, eller bli nya lösningar som tränger ut de gamla.

På längre sikt kan utbudsschocker därför bidra till en omstrukturering där mindre effektiva produktionsformer ersätts av mer effektiva. För företagen kan omställningen vara kostsam på kort sikt men samtidigt skapas förutsättningar för högre produktivitet på längre sikt.²⁸

Huruvida denna process leder till ökad eller minskad konkurrens beror dock på förekomsten av inträdeshinder. Om nya aktörer enkelt kan etablera sig kan konkurrensen stärkas. Om inträde däremot är svårt riskerar marknaden i stället att bli mer koncentrerad.

²⁵ Se exempelvis Frick, Anders. "Flygbränslepriset rusar – då ställer Varopreem i Göteborg om från diesel". *Ekonomi- och finansnyheterna (EFN)*, 27 april 2026. <https://efn.se/flygbranslepriset-rusar-da-staller-goteborg-om-fran-diesel>.

²⁶ Daron Acemoglu, Alireza Tahbaz-Salehi, *The Macroeconomics of Supply Chain Disruptions*, *The Review of Economic Studies*, Volume 92, Issue 2, March 2025, Pages 656–695, <https://academic.oup.com/restud/article-abstract/92/2/656/7643479?redirectedFrom=fulltext>, hämtad den 10 juni 2026.

²⁷ Även utbudssubstitution kan spela en roll och dämpa effekterna av en bristsituation. Exempelvis kunde brännerier under coronapandemin snabbt ställa om till att producera handsprit. Detta föranleddes visserligen av en efterfrågechock snarare än utbudsschock, men mekanismen är snarlik. När etablerade producenter med rådande teknik inte kan tillfredsställa efterfrågan till rådande priser finns det utrymme och incitament för befintliga företag i andra branscher att åtminstone tillfälligt ställa om delar av produktionen där detta är tekniskt möjligt.

²⁸ Ett historiskt exempel på denna mekanism är oljekrisen 1973, då OPEC utfärdade ett embargo mot nationer som stöttade Israel, vilket minskade utbudet så mycket att priserna fyrdubblades till 1974. Det är betydligt dyrare att utvinna olja från Nordsjön än i Mellanöstern, men denna kraftiga prisökning gjorde även dyrare teknologiska lösningar mycket lönsamma, och bidrog därför till en kraftig utbyggnad av utvinning av olja i Nordsjön.

2.2.4 Konkurrens och motståndskraft

Konkurrens skapar incitament för företag att effektivisera sin verksamhet. Effektiviseringar kan innebära att enskilda företag minskar lagerhållning, överkapacitet eller andra former av redundans som kan vara värdefulla vid en störning. Samtidigt är sådana avvägningar inte unika för konkurrensutsatta marknader utan följer i stor utsträckning av företagens strävan att använda resurser effektivt och bedriva lönsam verksamhet.

För att bedöma konkurrensens betydelse för motståndskraft är det därför viktigt att skilja mellan enskilda företags motståndskraft och marknadens motståndskraft som helhet. Motståndskraft handlar i denna kontext om förmågan att hantera de negativa effekterna av en störning när den inträffar och att snabbt återhämta sig när den är över. I begreppet ingår också flexibilitet, det vill säga att snabbt kunna ställa om produktionen och organisationen till nya efterfråge- och utbudsförhållanden.

På marknader med många aktörer, alternativa leverantörer och goda möjligheter till substitution finns generellt fler möjligheter att anpassa sig när produktion eller leveranser störs och är därför mindre beroende av att en enskild aktör eller produktionsanläggning fungerar utan avbrott. Om en leverantör drabbas av störningar kan kunder i större utsträckning vända sig till andra leverantörer och konkurrerande företag kan expandera sin produktion eller utveckla alternativa lösningar. Det minskar sårbarheten för marknadsstörningar, underlättar anpassningen till förändrade förutsättningar och bidrar till en snabbare återhämtning. Konkurrensen underlättar därigenom den omställning genom vilken ekonomin gradvis återställer eller ersätter förlorad produktionskapacitet.

Konkurrens påverkar således olika dimensioner av motståndskraft på olika sätt. Prispress ger incitament att minska lagren, vilket ökar sårbarheten vid leveransstörningar. Samtidigt stärker konkurrensen de marknadsprocesser som möjliggör innovation, omställning och nyetablering, vilket förbättrar ekonomins och marknadens förmåga att återhämta sig efter en störning.²⁹

2.2.5 Utbudsschockers vertikala och horisontella konkurrenspåverkan

Effekterna av en utbudsschock bestäms inte enbart av konkurrensen inom ett produktionsled utan också av relationerna mellan olika led i värdekedjan. När brist uppstår i ett uppströmsled, exempelvis hos råvaruproducenter eller leverantörer av centrala insatsvaror, kan företag med marknadsmakt påverka hur den begränsade tillgången fördelas.

²⁹ OECD framhåller att väl fungerande, konkurrensutsatta och diversifierade marknader kan bidra till ekonomisk motståndskraft genom att främja innovation, diversifiering och omallokering av resurser. Se bland annat OECD, *Policies to Strengthen the Resilience of Global Value Chains* (2023) och OECD *Supply Chain Resilience Review* (2025). Även den brittiska konkurrensmyndigheten har analyserat sambandet mellan konkurrens och marknadens motståndskraft, se CMA, *Market Resilience: Discussion Paper* (2023).

Möjliga problem som kan uppstå inkluderar diskriminerande leveransvillkor, leveransbegränsning, exklusivitetsarrangemang, strategisk prioritering av vissa kunder och höjda tillträdeskostnader för nedströms konkurrenter.

Om marknadsmakt dessutom finns i flera led kan effekterna förstärkas genom så kallad vertikal flaskhalskontroll, där aktörer med kontroll över kritiska insatsvaror får ett betydande inflytande över marknadens anpassningsförmåga.

Utbudsschocker kan också påverka konkurrensen mellan företag på samma marknadsnivå. När marknaden präglas av få aktörer kan utbudsschocker underlätta samordning eller parallellt beteende. Marknadsstörningar kan göra det enklare för företag att observera varandras agerande och anpassa sitt beteende därefter.

Samtidigt kan utbudsschocker skapa argument för olika former av samarbete mellan konkurrenter, exempelvis gemensam logistik, samordnade inköp eller samarbete om kritiska resurser.

2.3 Utbudsschocker kan öka risken för konkurrensbegränsningar

När marknader utsätts för en utbudsschock förändras ofta förutsättningarna snabbt. Tillgången på varor eller insatsvaror minskar, samtidigt som osäkerheten om framtida leveranser ökar. I en sådan situation kan incitamenten att konkurrera förändras genom att fokus förflyttas från att konkurrera om kunder till att säkra tillgången till insatsvaror eller produktionskapacitet. Företag kan också uppleva ett ökat behov av samordning med konkurrenter, leverantörer, kunder eller det offentliga för att hantera osäkerheten. Olika typer av ageranden som syftar till att lösa eller förbereda lösningar för att hantera effekterna av en marknadsstörning, kan samtidigt ha inslag av att begränsa konkurrensen.

I detta avsnitt lämnas exempel på situationer som kan uppstå när marknader utsätts för störningar, kriser eller när det handlar om beredskapsarbete. Det lämnas också exempel på sådant som marknadsaktörer och ansvariga myndigheter särskilt bör vara uppmärksamma på utifrån sina respektive roller i syfte att minimera risker för konkurrensbegränsningar i dessa situationer.

De exempel som tas upp på otillåtna avtal om priser och marknadsdelning och informationsutbyte i form av prissignalering kan omfattas av det så kallade samarbetsförbudet i konkurrenslagen.³⁰ Ett annat förbud i konkurrenslagen, missbruksförbudet, riktar sig mot vissa åtgärder som vidtas av företag med stor marknadsmakt.³¹ Leveransbegränsningar och överprissättning är exempel på förfaranden som, även i tider av allvarliga marknadsstörningar eller andra kriser, kan vara i strid med missbruksförbudet.

³⁰ Förbudet i 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579).

³¹ Förbudet i 2 kap. 7 § konkurrenslagen.

2.3.1 Ökat informationsutbyte

Ett typiskt inslag för såväl myndigheter som företag i en krissituation är att inhämta mer information för att förbereda sig för eller hantera situationen och minska osäkerheten. Företag ser över sina marknadsförutsättningar och identifierar risker och konsekvenser. Ansvariga myndigheter orienterar sig om läget och vad som kan påverka försörjningen av varor inom myndighetens ansvarsområde. Sektorsmyndigheter har normalt ett uppbyggt kontaktnät med företag inom sektorn och det är därför naturligt och ofta anegläget att myndigheten i en beredskaps- eller krissituation har fördjupade kontakter med företagen på de berörda marknaderna.

I beredskapsarbete eller i en krissituation kan det därför uppstå ett fokuserat och intensifierat informationsutbyte. Det kan innefatta att företag var för sig ser behov av samarbeten för att till exempel säkra inköp, leveranser och en rättvis fördelning av bristvaror eller produktionskapacitet. Det kan också uppkomma situationer där myndigheter för sin planering och sitt informationsinhämtande kan ha behov av att samla företrädare för en bransch vid ett gemensamt möte eller att marknadsaktörer återkommande rapporterar information till myndigheten. Det kan även handla om andra typer av samarbeten för att hantera en konkret situation.

Från konkurrenssynpunkt är det angeläget att noga förbereda genomförandet av sådant informationsutbyte så att inte mer information utbyts än vad situationen kräver. Företag är alltid ansvariga för det egna agerandet. Det finns inget generellt undantag i konkurrenslagen som möjliggör mer långtgående informationsdelning mellan företag inom ramen för ett möte som anordnas av exempelvis en branschförening. Det är viktigt att även ansvariga myndigheter är medvetna om riskerna för negativ konkurrenspåverkan och skapar förutsättningar för att motverka dem.

Sådana åtgärder kan till exempel handla om att säkerställa att kontakterna inte leder till att onödig och affärsmässigt känslig information utbyts. Dessutom behöver diskuterade lösningar eller förberedande beredskapsåtgärder genomföras eller planeras på ett sätt som inte riskerar att påverka konkurrensen mer än nödvändigt. Även om det övergripande syftet i det aktuella läget är att hantera en allvarlig marknadsstörning eller krissituation behöver samtliga involverade samtidigt säkerställa att åtgärderna inte onödigt riskerar att begränsa konkurrensen.

I avsnitt 2.3.2–2.3.5 redovisas exempel på olika konkurrensbegränsningar som kan uppkomma vid en marknadsstörning eller kris och som Konkurrensverket normalt har anledning att vara särskilt uppmärksam på och vid behov ingripa mot. Det är alltså fråga om konkurrensbegränsningar som inte endast kan vara otillåtna under normala marknadsförhållanden, utan även när marknader utsätts för allvarliga störningar.

2.3.2 Avtal om priser och marknadsdelning

Avtal om priser mellan konkurrenter betraktas som särskilt allvarliga konkurrensbegränsningar. På marknader som kännetecknas av ett fåtal konkurrenter och där prisföljsamheten är stor kan avtal som påverkar priset leda till mycket stor skada för prisbildningen och till felaktig resursanvändning. Nämnade marknadsförhållanden innebär att även avtal om priser som är begränsade till att gälla under en mycket kort tid riskerar att medföra en betydande konkurrensskada. Det är därför angeläget att undvika avtal eller förfaranden i form av prissamarbeten även när marknader utsätts för allvarliga störningar. Om känsliga uppgifter behöver delas eller sammanställas är det bättre om det ombesörjs av en tredje part än av marknadsaktörerna själva.

Även avtal där konkurrenterna delar upp marknader mellan sig är särskilt allvarliga. I situationer med inslag av marknadsstörningar, som en utbudschock, kan det uppstå incitament för företag att komma överens om olika typer av fördelningslösningar. Även om syftet är att hantera en utbudschock eller annan störning genom att fördela produktionen eller tillgången till insatsvarorna, kan exempelvis avtal om att en konkurrent fokuserar på ett marknadssegment och en annan konkurrent på ett annat, eliminera ett konkurrenstryck som annars skulle bidra till priseffektivitet på marknaden. Med hänsyn till detta är överenskommelser av olika slag om uppdelning av marknader i princip förbjudna. Samförstånd som skapas i en kris-situation kan leva kvar långt efter att marknadsstörningen eller krisen är över och begränsa den fortsatta konkurrensen mellan företag.

Sammantaget är det särskilt angeläget att företag, men även inblandade myndigheter, är uppmärksamma på att de i sina olika roller inte vidtar åtgärder eller aktiviteter som kan ha inslag av eller leda till pris- eller marknadsöverenskommelser.

2.3.3 Prissignalering

Prissignalering innebär en form av offentligt informationsutbyte eller informationsöverföring mellan företag om framtida prisförändringar eller prisstrategier. Utbyte eller överföring av sådan information kan, om det minskar den strategiska osäkerheten på marknaden och underlättar samverkan, utgöra en överträdelse av konkurrensreglerna.³²

Om ett företag ensidigt gör ett offentligt tillkännagivande, till exempel i en intervju i media, är det i de flesta fall inte fråga om ett konkurrensbegränsande förfarande. Beroende på de bakomliggande omständigheterna kan detta däremot inte uteslutas.

³² Se kommissionens riktlinjer för tillämpningen av artikel 101 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på horisontella samarbetsavtal, EUT C 259, 21.7.2023, s. 1–125, punkt 366–435.

En del i analysen om prissignalering gäller om det är fråga om kommersiellt känsliga uppgifter. Information om prissättning betraktas vanligen som kommersiellt känslig. Andra exempel är bland annat information om kostnader, kapacitet, produktion, marknadsandelar eller kunder. Ett direkt eller indirekt utbyte av kommersiellt känslig information kan underlätta en samordning av företagens beteende och leda till konkurrensbegränsningar. Det kan till exempel handla om att ett företag delar information om sitt kommande agerande på marknaden och samtidigt signalerar till sina konkurrenter att det vore önskvärt att konkurrenterna också agerar på samma sätt.

När marknader utsätts för allvarliga störningar kan det uppstå behov av nya samverkansområden och åtgärder för att hantera de negativa effekterna. Det kan till exempel uppstå diskussioner inom en bransch om att på olika sätt överkomma eller mildra negativa effekter genom åtgärder eller överenskommelser som sätter konkurrensen ur spel. Företag kan välja att genom exempelvis prissignalering försöka åstadkomma följsamhet till en inslagen och framtida prisstrategi i syfte att påverka konkurrenter att anta samma prisstrategi. Ett sådant beteende riskerar att vara otillåtet enligt konkurrensreglerna.

2.3.4 Leveransbegränsningar

Leveransbegränsningar kan utgöra olika typer av förfaranden såsom vägran att leverera produkter till befintliga eller nya kunder, vägran att ge tillgång till en nödvändig anläggning eller ett nätverk (kallas ibland för "nödvändig nytthet" eller "oumbärlig resurs"). Det kan också handla om att företaget begränsar tillgången genom att ställa alltför tuffa villkor för tillträde eller på andra sätt förhindra eller fördröja tillträdet.

Ett dominerande företag som begränsar tillgången till en viktig nytthet utgör ett förfarande som under särskilda omständigheter kan strida mot missbruksförbudet. Det kan handla om företag som är innehavare av nyttigheter, till exempel infrastruktur i form av nätresurser, hamnar eller flygplatser, som är nödvändiga att ha tillgång till för att kunna bedriva viss verksamhet. Åtgärder som sådana företag genomför är av särskilt intresse för konkurrenstillsynen. Vid olika typer av marknadsstörningar kan tillträde till infrastrukturer spela en betydelsefull roll för att möta kunders efterfrågan, till exempel när det handlar om att finna alternativa distributionskanaler.

2.3.5 Överprissättning

Överprissättning kan bestå i att ett dominerande företag sätter ett alltför högt pris som inte står i något rimligt förhållande till det ekonomiska värdet på den transaktion som genomförts.³³ En aktiv konkurrenstillsyn avseende misstänkta fall av

³³ Mål C-27/76, United Brands mot kommissionen, EU:C:1978:22, punkt 250.

oskäligt höga priser är en viktig del i Konkurrensverkets arbete och prioriteringar. Missbruk i form av överprissättning kan aktualiseras i samband med utbudsschocker, eftersom företag då i en ökad utsträckning kan få utrymme att höja sina priser över den konkurrensmässiga nivån.

Syftet med förbudet mot överprissättning är inte att upprätthålla någon löpande priskontroll. På en marknad med en fungerande konkurrens kommer kraftiga prisökningar att locka till sig nya marknadsaktörer, vilket ökar utbudet och pressar ner priserna. Att ingripa mot prisökningar på en fungerande marknad kan därför riskera att skada marknadens funktion och hämma företagens investeringsvilja. Det kan dock finnas marknader där konkurrensen inte fungerar, exempelvis marknader som, även tillfälligt under en utbudsschock, kännetecknas av betydande hinder för expansion och inträde.

2.4 Konkurrensverkets tillsyn

Konkurrensverket ska verka för en effektiv konkurrens i privat och offentlig verksamhet till nytta för konsumenterna. Det gäller både när marknader utsätts för allvarliga störningar och under normala förhållanden.

Att förutsättningarna på marknaden förändras under en utbudsschock innebär inte att konkurrensreglerna upphör att gälla. Tvärtom kan de få särskild betydelse under perioder av störningar och osäkerhet eftersom riskerna för konkurrensbegränsande beteenden kan öka när marknader utsätts för påfrestningar, vilket vi redovisat i föregående avsnitt.

Konkurrensreglerna innehåller mekanismer som gör det möjligt att beakta utvecklingen av marknader och ekonomiska förhållanden när det bedöms vara lämpligt och nödvändigt. Det skulle kunna vara fallet vid marknadsstörningar, se avsnitt 2.4.3. Det finns dock inget undantag i regelverket som gäller specifikt för beredskapssituationer, marknadsstörningar eller krislägen, däremot finns det ett generellt undantag, se avsnitt 2.4.1. Bedömningen av om ett beteende begränsar konkurrensen på ett otillåtet sätt beror i alla lägen på situationen och sammanhanget. När det gäller att bedöma olika ageranden som kan förekomma i händelser av en marknadsstörning, kris eller i beredskapssituationer är därför utgångspunkten de gällande konkurrensreglerna.

I detta avsnitt beskriver vi översiktligt konkurrensreglernas förbud mot konkurrensbegränsande samarbeten och missbruk av dominerande ställning, med utgångspunkt i de ökade risker för konkurrensbegränsningar som kan uppstå vid en utbudsschock, se avsnitt 2.3. Detta är inte en uttömmande beskrivning av konkurrensreglerna och Konkurrensverkets tillsynsansvar.

2.4.1 Förbudet mot konkurrensbegränsande samarbeten

Konkurrenslagen och fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUF-fördraget) förbjuder konkurrensbegränsande samarbeten mellan företag som märkbart hindrar, begränsar eller snedvrider konkurrensen.³⁴ Företag får inte samarbeta om syftet med eller resultatet av samarbetet är att begränsa konkurrensen på marknaden. Reglerna förbjuder olika typer av samarbeten som exempelvis samordning av priser, uppdelning av marknader eller kunder, utbyte av känslig information mellan konkurrenter eller alltför långtgående exklusivitetsavtal.

Både så kallade horisontella och vertikala samarbeten mellan företag kan vara konkurrensbegränsande. Generellt sett är risken för att ett samarbete begränsar konkurrensen störst om de inblandade företagen är direkta konkurrenter, det vill säga konkurrerar med samma vara eller tjänst på en marknad.³⁵

Även om det inte finns något undantag för samarbete mellan företag som gäller specifikt vid marknadsstörningar eller kristider finns det ett generellt undantag; horisontella och vertikala samarbeten är inte förbjudna om de leder till effektivitetsvinster. Undantaget gäller när följande fyra förutsättningar är uppfyllda:

1. Samarbetet bidrar till att förbättra produktionen eller distributionen eller till att främja teknisk eller ekonomisk utveckling.
2. Konsumenterna ska få en skälig del av den vinst som uppkommer genom samarbetet.
3. Samarbetet begränsar inte konkurrensen mer än vad som är nödvändigt för att uppnå de positiva effekterna.
4. Konkurrensen får inte sättas ur spel för en väsentlig del av de produkter eller tjänster som samarbetet avser.³⁶

Situationer där undantagsreglerna skulle kunna aktualiseras är till exempel distribution av varor där förutsättningarna för distributionen väsentligt har begränsats av en betydande marknadsstörning. Om exempelvis tillgången till drivmedel begränsas så kraftigt att ordinarie distribution inte kan upprätthållas skulle ett samarbete mellan företag kunna vara nödvändigt för att hantera situationen. Om samarbetet leder till att effektivisera distributionen så kan det anses gynna konsumenter som grupp. Det är dock viktigt att samarbetet inte är mer långtgående än vad som krävs för att lösa situationen och att det inte pågår längre än vad situationen kräver.

³⁴ Enligt 2 kap. 1 § konkurrenslagen och art. 101 i EUF-fördraget.

³⁵ Mer information om horisontella och vertikala samarbeten finns att läsa om på Konkurrensverkets webbplats, <https://www.konkurrensverket.se/konkurrens/lagar-och-regler/samarbeten-som-begransar-konkurrensen/horisontella-samarbeten/> och <https://www.konkurrensverket.se/konkurrens/lagar-och-regler/samarbeten-som-begransar-konkurrensen/vertikala-samarbeten/>.

³⁶ Förutsättningar för undantag regleras i 2 kap. 2 § konkurrenslagen respektive art. 101.3 i EUF-fördraget.

2.4.2 Förbudet mot missbruk av dominerande ställning

Ett andra förbud i konkurrenslagen och EUF-fördraget gäller ett företags missbruk av en dominerande ställning.³⁷ Missbruksförbudet riktar sig mot vissa åtgärder som vidtas av företag med stor marknadsmakt. På grund av sin marknadsmakt kan ett dominerande företag under vissa förutsättningar agera på sätt som hindrar en effektiv konkurrens. Ett agerande som är tillåtet och kanske till och med positivt för konkurrensen när det används av ett företag som inte är dominerande, kan vara ett missbruk när det används av ett dominerande företag. Ett företag med en dominerande ställning har därför ett särskilt ansvar att inte skada konkurrensen.

Dominerande företag får precis som alla andra företag konkurrera utifrån sina förutsättningar, så kallad pris- och prestationskonkurrens. När konkurrenter marginaliseras eller rentav försvinner från marknaden på grund av sådan normal konkurrens, är det inte fråga om något missbruk. Ett missbruk innebär i regel att det dominerande företaget agerar på ett sätt som sätter konkurrensen ur spel, eller exploaterar kunderna, genom att tillämpa andra metoder än sådana som hör till normal konkurrens. Missbruk kan skada konsumenterna direkt eller leda till indirekt skada genom att förutsättningarna för en effektiv konkurrens försämras.

Vad som utgör en normal konkurrensmetod bedöms utifrån de aktuella marknadsomständigheterna och det finns därför ingen uttömmande lista över vad som utgör ett missbruk. Några i konkurrenslagen angivna exempel består i att påtvinga någon oskäligen inköps- eller försäljningspriser eller andra oskäligen affärsvillkor, begränsa produktion, marknader eller teknisk utveckling till nackdel för konsumenterna. Genom domstolspraxis har ytterligare kategorier av missbruk tillkommit. Om ett företag kan visa att ett visst agerande är objektivt nödvändigt, eller att det leder till positiva effekter som överväger de negativa effekterna för konkurrensen och konsumenterna, är agerandet inte ett missbruk.

2.4.3 Tillämpning av konkurrensreglerna vid marknadsstörningar och kriser

Inom tillsynen av konkurrensreglerna är utgångspunkten att utreda och analysera konkurrens- och marknadsförhållanden i varje enskilt fall. Det betyder att de konkurrens- och marknadsförhållanden som råder i ett ärende i väsentlig mån lägger ramen för den konkurrensrättsliga prövningen. I praktiken innebär det att det i ett ärende kan bedömas finnas förutsättningar för undantag från förbudet mot konkurrensbegränsande samarbeten, medan det för samma eller liknande situation i ett annat ärende kan saknas förutsättningar för undantag. Bedömningen beror på omständigheterna i det enskilda fallet. Det finns på detta sätt mekanismer i konkurrensreglerna som gör det möjligt att beakta utvecklingen av marknader och ekonomiska förhållanden när det bedöms vara lämpligt och nödvändigt.

³⁷ 2 kap. 7 § konkurrenslagen och art. 102 i EUF-fördraget.

En kris eller annan extraordinär händelse – som exempelvis en allvarlig utbudschock – kan leda till påfrestningar eller allvarliga störningar för konsumenter, enskilda företag och en eller flera branscher. Även under sådana förhållanden kan företag ingå konkurrensbegränsande överenskommelser eller utnyttja situationen på ett sätt som är negativt för konkurrensen. På samma sätt som under normala förhållanden är konkurrensreglerna tillämpliga och Konkurrensverket kan ingripa för att hindra konkurrensbegränsningar. Konkurrensverket har även möjlighet att tillfälligt ingripa redan på utredningsstadiet, så kallade interimistiska beslut, mot misstänkta överträdelser som riskerar att leda till oåterkallelig skada på marknaden.

Samtidigt finns det utrymme att ta hänsyn till rådande förhållanden. Om det till exempel under en kris finns ett oundgängligt behov för företag att samarbeta, eftersom det annars inte är möjligt att säkra och rättvist fördela tillgången till bristvaror till nytta för konsumenterna, kan ett sådant samarbete under vissa förutsättningar anses uppfylla villkoren för ett undantag från samarbetsförbudet, se avsnitt 2.4.1.

Sammantaget finns det utrymme för konkurrensmyndigheter att i tillämpningen av konkurrensreglerna beakta förhållanden som tar sikte på att lösa eller hantera marknadsstörningar och kriser av olika slag. Vidare har konkurrensmyndigheter förståelse för att företag i en extraordinär situation på olika sätt kan behöva samarbeta för att till exempel säkra tillgången till varor som i en bristsituation kan behöva fördelas på ett rättvist sätt.

I bedömningarna av om förfaranden eller samarbeten riskerar att omfattas av konkurrensreglerna i nämnda situationer är det framför allt två aspekter som är av särskild betydelse. För det första är avgränsningen i omfattning av det berörda samarbetet betydelsefull. En typisk fråga i detta avseende är om förfarandet eller samarbetet enbart tar sikte på att lösa det aktuella problemet och inte på ett onödigt sätt sträcker sig längre och påverkar konkurrensen mer negativt än nödvändigt. För det andra tas hänsyn till vilken tid som hanteringen av lösningen avser att gälla. Även om en viss negativ påverkan för konkurrensen kan accepteras när den begränsas till att gälla under en kortare period är det angeläget att säkerställa att en effektiv konkurrens kommer att upprätthållas på en längre sikt.

3 Slutsatser och rekommendationer

Effektiv konkurrens har betydelse för marknadens förmåga att hantera störningar som exempelvis den nuvarande utbudschocken på fossila bränslen till följd av konflikten i Mellanöstern. Konkurrens är viktigt såväl före, under som efter en marknadsstörning eller kris.

Utbudschocker kan, men behöver inte, leda till försörjningskriser med samhällspåverkan. Våra mer allmängiltiga slutsatser, det vill säga de som inte är direkt kopplade till utbudschocker, och våra rekommendationer är tillämpliga även för andra typer av störningar och krissituationer som leder till att förutsättningar på marknader snabbt förändras, vilket kan leda till exempelvis tillfälliga behov av samverkan eller åtgärder för att hantera effekterna av den uppkomna situationen.

3.1 Konkurrens är viktigt före, under och efter en marknadsstörning eller kris

Erfarenheter från tidigare kriser visar att omfattande marknadsstörningar kan få betydande konsekvenser för företag, konsumenter och samhällsekonomin. Prisökningar och tillfälliga bristsituationer utgör samtidigt viktiga signaler som skapar incitament för företag och konsumenter att anpassa sig. Genom sådana anpassningar kan marknader i många fall bidra till att hantera konsekvenserna av en utbudschock.

Hur marknader fungerar innan en störning inträffar är en viktig faktor för hur väl marknaden kan hantera störningen. Konkurrens skapar incitament till effektiv resursanvändning, produktivitet och innovation. Dessa mekanismer bidrar också till marknadens förmåga att hantera och anpassa sig till förändrade förutsättningar som en utbudschock innebär. Marknader där konkurrenstrycket är hårt, vilket betyder att kunder och konsumenter är aktiva och företagen anstränger sig för att försvara och helst öka sin försäljning, blir mer motståndskraftiga³⁸ mot olika typer av störningar. Om konkurrensen däremot är svag, kan störningen förlängas och återhämtningen gå långsammare. Exempelvis gör höga inträdeshinder och stela marknadsstrukturer det svårare för företag att ställa om och anpassa sig till förändringar i utbud och efterfrågan.

En utbudschock förändrar företagets förutsättningar genom exempelvis högre kostnader, ökad osäkerhet eller begränsad tillgång till viktiga insatsvaror. Företags handlingsutrymme i en sådan situation påverkas av konkurrenstrycket på marknaden. Väl fungerande konkurrens begränsar företagets möjlighet att agera oberoende av marknadens övriga aktörer, medan det omvända gäller när konkurrenstrycket på marknaden är svagt. Effektiv konkurrens har därför en

³⁸ Med motståndskraft avses här marknadens motståndskraft mot störningar och kriser, inte enskilda företags motståndskraft, se avsnitt 2.2.4.

disciplinerande effekt och minskar risken för att konsumenter drabbas omotiverat hårt av en utbudschock, vilket kan bli fallet vid sämre konkurrens.

Hur väl marknaden kan hantera utbudschocker påverkas således av konkurrensen på marknaden. Konkurrensen kan samtidigt försämrats när marknader utsätts för störningar. Utbudschocker kan förändra företagens incitament och konkurrensförutsättningar. När marknader präglas av osäkerhet, stigande kostnader och brist på viktiga insatsvaror kan riskerna för konkurrensbegränsande beteenden öka. Företag kan få incitament att samordna sig, utbyta konkurrenskänslig information eller på andra sätt agera annorlunda än under normala marknadsförhållanden. Förekomsten av prissignalering, det vill säga att företag uttalar sig offentligt eller publicerar information om kommande prishöjningar, kan leda till en otillåten samordning mellan företag i strid med konkurrensreglerna. Företag med marknads-makt kan utnyttja situationen på ett motsvarande sätt och höja priserna mer än vad som är motiverat av högre kostnader. Om en viss bransch kännetecknas av fungerande konkurrens under normala omständigheter är det alltså inte säkert att samma slutsats kan dras när marknaden utsätts för en allvarlig störning.

Att förutsättningarna på marknaden förändras under en utbudschock innebär inte att konkurrensreglerna upphör att gälla. Det är lika förbjudet att ingå ett konkurrensbegränsande avtal eller att missbruka en dominerande marknadsställning före, under och efter en störning eller kris. Konkurrensreglerna innehåller samtidigt mekanismer som gör det möjligt att beakta utvecklingen av marknader och ekonomiska förhållanden när det bedöms vara lämpligt och nödvändigt. Syftet med reglerna är inte att förhindra nödvändiga anpassningar utan att säkerställa att åtgärder som vidtas för att hantera en störning inte går längre än vad situationen kräver. En effektiv konkurrenstillsyn bidrar därför till att tillfälliga störningar inte utvecklas till långsiktiga konkurrensproblem och att konkurrenstrycket upprätthålls även under perioder av störningar.

3.2 De åtgärder som vidtas för att hantera en marknadsstörning eller kris får inte leda till sämre konkurrens på sikt

Företag kan behöva anpassa sin verksamhet när förutsättningarna förändras, men åtgärder som vidtas för att hantera en utbudschock eller annan marknadsstörning får inte leda till att konkurrensen otillåtet begränsas på ett sätt som skadar kunder och konsumenter. Anpassningsåtgärder som vidtas under en utbudschock bör utformas så att de stärker marknads förmåga att hantera störningen utan att i onödan begränsa konkurrensen.

Konkurrensverket lämnar därför följande rekommendationer till företag:

- **Kom ihåg att konkurrensreglerna gäller även i tider av störningar och kris**

I tider av störningar och kris eller i arbetet med att utveckla beredskap för sådana händelser kan det uppstå ett ökat behov av kontakter med leverantörer, kunder och ibland även konkurrenter. Företag bör beakta konkurrensrättsliga risker när de planerar och genomför åtgärder för att hantera en störning eller i beredskapsplaneringen. Företagen bör vara särskilt försiktiga vid kontakter med konkurrenter och vid utbyte av kommersiellt känslig information. Konkurrensreglerna gäller alltid.

- **Fatta affärsbeslut självständigt även i tider av störningar och kris**

En effektiv konkurrens förutsätter att företag fattar självständiga beslut om exempelvis priser, inköp, produktion och investeringar. Att flera företag möter samma utmaningar eller kostnadsökningar innebär inte att besluten får samordnas. Även under perioder av betydande marknadsstörningar förutsätts företag fatta strategiska affärsbeslut självständigt.

Under utbudschocker och bristsituationer kan företag känna sig lockade att till exempel signalera till sina konkurrenter ett beteende som det skulle önska att dess konkurrenter skulle använda sig av. Sådan signalering kan strida mot konkurrensreglerna, i synnerhet om det handlar om att vilja åstadkomma följsamhet till en inslagen och framtida prisstrategi i syfte att påverka konkurrenter att agera.

- **Prata inte pris och utbyt inte annan kommersiellt känslig information**

Störningar och kriser kan skapa ett ökat behov av information om marknadsutvecklingen. Samtidigt är informationsutbyte ett av de områden där riskerna för negativ konkurrenspåverkan ofta är störst.

Företag bör som huvudregel inte dela information med konkurrenter om framtida priser, produktionsvolym, kapacitetsutnyttjande, kundrelationer eller marknadsstrategier. Detta gäller även om informationsutbytet sker inom ramen för branschmöten, kontakter och möten med myndigheter eller andra krisrelaterade samarbeten. Det finns inget generellt undantag i konkurrensreglerna som möjliggör ett ökat informationsutbyte mellan företag bara för att det är en myndighet som anordnar ett möte. Ett företag är alltid ansvarigt för sitt eget agerande. Arrangerande myndigheter och deltagande företag bör i sådana sammanhang vara vaksamma över vilken information som delas för att minimera negativa effekter för konkurrensen.

- **Utforma samarbeten så att de är nödvändiga, proportionerliga och avgränsade i tid**

I vissa situationer kan samarbete mellan företag bidra till att mildra konsekvenserna av en utbudschock. Sådana samarbeten ska dock begränsas till vad som är absolut nödvändigt för att hantera den aktuella störningen. Det betyder att de ska vara avgränsade i tid och proportionerliga i förhållande till situationen. När marknadsförhållandena normaliseras bör de tillfälliga samarbetena också avslutas eller omprövas.

- **Avsluta tillfälliga åtgärder så snart det går**

Åtgärder som är motiverade under en period av störningar kan få långsiktiga effekter på marknaden. Företag bör därför löpande utvärdera om tillfälliga lösningar fortfarande är nödvändiga när marknadsförhållandena förändras. Särskild uppmärksamhet bör riktas mot samarbeten eller informationsutbyten som etablerats under störningen eller krisen men som riskerar att bestå efter att den akuta situationen har passerat.

3.2.1 Råd till offentliga aktörer och andra organisationer som har behov av att samla konkurrerande företag

Företag som agerar på samma marknad ska konkurrera med varandra. Om företagen delar information med varandra om sina förutsättningar att konkurrera leder det till att konkurrensen på marknaden skadas. Informationsutbyte mellan konkurrenter kan göra det lättare för företag att anpassa sitt marknadsbeteende till varandra. Om ett företag exempelvis får information om att en konkurrent saknar möjlighet att leverera under vissa förutsättningar eller har höga kostnader för att tillhandahålla en viss produkt eller tjänst, kan företaget dra slutsatsen att det inte behöver erbjuda sina bästa villkor för att ändå få avsättning för sina produkter eller tjänster.

Utbyte av kommersiellt känslig information mellan företag leder alltså till att konkurrensen skadas och konsumenterna inte får lika bra erbjudande. För att förhindra att den situationen uppkommer förbjuder konkurrensreglerna företag att utbyta kommersiellt känslig information med varandra. Den typ av information som är särskilt känslig att utbyta eller samordna sig kring är uppgifter om pris (inklusive parametrar som påverkar prissättning såsom kostnader och rabatter), produktionskapacitet, marknadsstrategi och olika affärsvillkor.

I krissituationer eller beredskapsarbete kan det uppstå samhälleliga behov där offentliga aktörer eller andra organisationer behöver involvera företrädare inom samma bransch som är direkta konkurrenter i olika samarbeten. Konkurrensverket förstår att denna typ av samarbeten kan vara nödvändiga för att myndigheten ska

kunna hantera krisen. Det är dock viktigt att minimera risken för att sådana samarbeten och möten leder till att företag utbyter kommersiellt känslig information med varandra.

En annan aspekt som bör beaktas är risken för snedvridning av konkurrensen mellan företag på samma marknad, om företag som deltar i samverkan får någon form av fördel (eller nackdel) jämfört med företag som inte bjuds in.

Konkurrensverket lämnar följande råd till offentliga aktörer och andra organisationer avseende genomförande av möten där flera marknadsaktörer deltar:

- Inled gemensamma möten med en påminnelse om att inte dela kommersiellt känslig information om det finns ett konkurrerande företag närvarande. På motsvarande sätt ska sådan information inte delas i slutna forum om informationen sedan dokumenteras och distribueras till övriga.
- Skriv tydliga agendor inför gemensamma möten och följ sedan agendan under mötena, det vill säga undvik att mötena leder till situationer där konkurrerande företag utbyter information och tankar också om kringliggande frågor.
- Notera vilka punkter på agendan som kan vara kommersiellt känsliga och överväg vilka representanter som måste delta i samtalen. Alla deltagare måste inte delta i alla punkter på agendan.
- Överväg om alla företag måste delta vid varje tillfälle. Ibland kan det vara tillräckligt att enbart en kommersiell aktör närvarar för att uppnå syftet.
- Överväg vilka företag som behöver tillgång till vilken information och på vilken detaljnivå. Om regelverken i övrigt tillåter detta, och det är viktigt att ta del av kommersiellt känslig information från företag, kan det övervägas om sådan information bör lämnas separat till en funktion som kan aggregera informationen eller avidentifiera den innan den delas vidare.

Om konkurrerande företag identifierar gemensamma åtgärder rekommenderar Konkurrensverket att den som ansvarar för att föreslå eller vidta åtgärder beaktar konkurrensaspekterna i sin bedömning av om åtgärderna ska genomföras eller inte. Även i övriga samarbeten för att hantera krissituationen bör löpande övervägas om möten eller åtgärder kan medföra en negativ påverkan på konkurrensen.

3.2.2 Beakta konkurrensaspekter vid utformande av åtgärder för att hantera effekter av en kraftig marknadsstörning eller kris

Marknader har ofta förmåga att hantera utbudschocker och effektiv konkurrens bidrar till anpassning och motståndskraft. Utbudschocker skiljer sig dock åt när det gäller orsaker, varaktighet och spridningseffekter. Vissa störningar påverkar enskilda marknader, medan andra får genomslag i stora delar av ekonomin. Det kan därför finnas anledning för det offentliga, exempelvis regeringen eller sektorsansvarig myndighet, att vidta åtgärder för att hantera effekterna av en mer omfattande störning eller försörjningskris. Sådana åtgärder motiveras vanligen av andra aspekter än vad som omfattas av Konkurrensverkets ansvarsområden.

Åtgärder som vidtas bör beakta hur de påverkar marknadens funktion och konkurrensen. Konkurrenspåverkan kan oftast inte uteslutas, men hur konkurrensen påverkas beror bland annat på åtgärdens utformning, den berörda marknadens struktur och den aktuella störningens karaktär. Eftersom utbudschocker och marknadsförhållanden skiljer sig åt behöver eventuella effekter på konkurrensen bedömas utifrån omständigheterna i det enskilda fallet. Konkurrensverket kan bidra med vår expertis i en sådan analys.

Generellt kan dock sägas att det är viktigt att åtgärder som vidtas för att hantera effekterna av en marknadsstörning, som exempelvis en utbudschock, tar hänsyn till vilken typ av störning det handlar om. Ju mer permanent en chock kan förväntas vara, desto mer bör fokus ligga på att tillåta och främja anpassning snarare än att bevara rådande struktur och kompensera för ökade kostnader. Tidsbegränsade och väl avgränsade åtgärder minskar risken för att tillfälliga ingripanden påverkar konkurrensen och marknadens funktionssätt längre än nödvändigt. En annan aspekt är att utforma åtgärder så konkurrensneutralt som möjligt, det vill säga så att de inte snedvrider konkurrensen mellan aktörer i samma marknadsled.



Ringvägen 100
118 60 Stockholm
08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se