

## Anmälade företag

1. Budbee Holding AB, 556898-3414, Hälsingegatan 40, 113 43 Stockholm

Ombud: advokaterna AA och BB

2. Instabox Holding AB, 559247-1550, Medborgarplatsen 3, 118 72 Stockholm

Ombud: juristen CC

## Saken

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

---

## Beslut

Konkurrensverket lämnar sammanslagningen mellan Budbee Holding AB och  
Instabox Holding AB utan åtgärd.



## Företagskoncentrationen och berörda företag

### Den anmälda koncentrationen

1. Budbee Holding AB ("Budbee") och Instabox Holding AB ("Instabox") har till Konkurrensverket, i enlighet med 4 kap. 6 § konkurrenslagen (2008:579), KL, anmält sin planerade sammanslagning i ett nytt bolag. Ingen ägare kommer att, ensam eller gemensamt, kontrollera det nya bolaget.
2. Sammanslagningen utgör en företagskoncentration enligt 1 kap. 9 § KL.
3. Omsättningen i Budbee respektive Instabox gör att kriterierna för företagskoncentrationens anmälningsplikt enligt 4 kap. 6 § KL är uppfyllda.

### Budbee

4. Budbee erbjuder en logistikplattform för distribution av mindre paket från e-handelsföretag till konsumenter. Företaget utvecklar tekniska lösningar och tillhandahåller transport- och logistiklösningar. Distribution sker antingen till paketskåp, där konsumenten själv hämtar sitt paket, eller via hemleveranser. Budbees paketskåp är placerade i eller i direkt anslutning till dagligvarubutiker, gallerior, tågstationer etc. Via Budbee kan e-handlare även erbjuda sina kunder att göra returer av inköpta varor. Budbee är aktivt i Sverige, Danmark, Finland, Belgien och Nederländerna.

### Instabox

5. Instabox är ett fraktföretag som tillhandahåller logistiktjänster och utvecklar mjukvara kopplad till distribution av mindre paket från e-handelsföretag till konsumenter via paketskåp eller hemleverans. Instabox paketskåp är placerade i eller i direkt anslutning till dagligvarubutiker, gallerior, tågstationer etc. Företaget erbjuder, liksom Budbee, även möjlighet till returer av inköpta varor, och har nyligen också startat verksamhet inom leveranser från konsumenter till andra konsumenter. Instabox har verksamhet i Sverige, Norge, Danmark, Tyskland och Nederländerna.

## Förutsättningar för beslutet

6. En företagskoncentration som prövas enligt 4 kap. 1 § KL ska förbjudas om den är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det. Vid prövningen av om en företagskoncentration ska förbjudas ska särskilt beaktas om den medför att en dominerande ställning skapas eller förstärks.



## Konkurrensverkets utredning

7. Konkurrensverket har under sin utredning kontaktat kunder och konkurrenter till parterna för att ställa frågor. Konkurrensverket har också gjort en översiktlig kartläggning av placeringen av Budbees, Instabox, Postnords respektive iBoxens paketskåp. Därutöver har Konkurrensverket tagit del av rapporter från Post- och telestyrelsen, PTS.<sup>1</sup>

## Allmänt om paketsdistribution

8. Paketsdistributionstjänster har traditionellt erbjudits av de olika tidigare nationella postmonopolen. I Sverige är det Postnord som är utsett att tillhandahålla den samhällsomfattande posttjänsten i vilken ingår postförsändelser upp till 20 kg, dvs. även paket. Då marknaden för varuförsändelser liberaliserats och dessutom genomgår en förändring, främst mot bakgrund av e-handels kraftiga tillväxt,<sup>2</sup> har en rad företag som erbjuder olika frakt- och logistik tjänster, bland annat paketsdistribution, etablerat sig. Exempel på aktörer, utöver Postnord, som sedan många år erbjuder paketsdistribution i Sverige är DB Schenker, DHL, UPS, FedEx och Bring.
9. På senare år har ytterligare aktörer etablerat sig inom paketsdistribution, vilka har fokus på mindre paket och snabba och flexibla leveranser. Bland dessa finns, utöver Budbee och Instabox, bland annat Airmeo, Best Transport, Dooris och Early Bird.
10. Paketsdistribution kan ske på flera sätt, och vid e-handel av varor erbjuds konsumenterna idag vanligtvis flera leveransalternativ vilka tillhandahålls av olika paketsdistributörer som e-handelsföretagen tecknat avtal med. Konsumenterna kan numera i regel välja mellan att få sina beställda varor med vanlig postgång, levererade till paketskåp eller till ombud för uthämtning, eller hemlevererade.

## Bedömning

### Relevant marknad

#### Inledning

11. Avgränsning av relevant marknad är ett verktyg som används för att finna och fastställa gränserna för konkurrensen mellan företag. Det huvudsakliga syftet med att avgränsa den relevanta marknaden är att på ett systematiskt

---

<sup>1</sup> Svensk postmarknad 2022, Rapport PTS-ER-2022:16, Post- och telestyrelsen, respektive Den svenska paketmarknaden 2021, Rapport PTS-ER-2022:27, Post- och telestyrelsen.

<sup>2</sup> Se t.ex. Konkurrensverkets rapport 2021:3 "Konkurrens och tillväxt inom e-handeln", s. 34.

sätt fastställa vilka konkurrensbegränsningar de berörda företagen utsätts för.

12. Den relevanta produktmarknaden omfattar i första hand de produkter eller tjänster som köparna anser vara utbytbara, dvs. sådana produkter eller tjänster som på grund av pris, funktion och egenskaper i övrigt kan tillfredsställa samma behov hos köparen. Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta produkterna eller tjänsterna, inom vilket konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.

#### Produktmarknad

13. Parterna anför i anmälan sammanfattningsvis att de relevanta marknaderna, för Konkurrensverkets prövning av den aktuella företagskoncentrationen, kan utgöras av följande marknader.

(i) Marknaden för distributionstjänster för mindre paket med standardfrakt i Sverige från företag till privatpersoner, och

(ii) Marknaden för distributionstjänster för mindre paket med standardfrakt till/från Sverige från/till annat EES-land från företag till privatpersoner.

14. Parterna baserar sina marknadsdefinitioner bland annat på tidigare beslut från EU-kommissionen, av vilka kan utläsas att en övergripande marknad för paketdistributionstjänster segmenteras utifrån paketets vikt.<sup>3</sup> EU-kommissionen har gjort överväganden om ytterligare segmentering med avseende på om mindre paket skickas inrikes eller utrikes, om det gäller standardleverans eller expressleverans samt om avsändaren är företag eller konsument.<sup>4</sup>
15. Budbee och Instabox har överlappande verksamheter inom distribution från företag till konsumenter av mindre paket till paketskåp, samt inom av distribution av mindre paket från företag till konsumenter via hemleveranser.<sup>5</sup> Konkurrensverket har under sin utredning undersökt vilka övriga företag som bedriver sådan verksamhet, vilka typer av kunder företagen har samt vilka konkurrensförhållanden som råder.

---

<sup>3</sup> En vikt upp till 31,5 kg har ansetts vara den vikt på paket som kan hanteras av en person, se EU-kommissionens beslut i M.7630 – *FedEx/TNT Express*, p. 77 ff.

<sup>4</sup> Se t.ex. EU-kommissionens beslut i M.5152 – *Posten AB/Post Danmark A/S*, p. 50-52, 55, 60 och M.6570 – *UPS/TNT Express*, p. 166, 188, 198, 237.

<sup>5</sup> Med mindre paket avser parterna paket med en vikt upp till 31,5 kg.



16. Konkurrensverket konstaterar att det finns flera alternativa leveranssätt för distribution av mindre paket från företag till konsumenter. Som nämnts ovan, kan mindre paket skickas till paketskåp, via hemleverans, till ombud eller med vanlig postgång. Under utredningen har framkommit att e-handelsföretag ofta låter sina kunder välja mellan flera av eller samtliga dessa distributionsalternativ. E-handelsföretag som Konkurrensverket varit i kontakt med har uppgett att det är en viktig konkurrensfaktor att kunna erbjuda valfrihet och flexibilitet för konsumenterna när det gäller leveranssätt. Vidare har framkommit att ett antal paketedistributörer har flera av de alternativa leveranssätten i sitt kunderbudande. Det har inte framkommit något som talar för en avgränsning av produktmarknader med avseende på leveranssätt i detta ärende.
17. För bedömningen av den aktuella företagskoncentrationen har det dock inte bedömts nödvändigt att fastställa den exakta omfattningen av någon relevant produktmarknad.

#### Geografisk marknad

18. Parterna anför i anmälan att den relevanta geografiska marknaden är nationell, dvs. omfattar hela Sverige, eftersom konkurrensen mellan aktörerna framförallt sker på nationell nivå. En del av konkurrensaspekten är att aktörer har en nationell närvaro genom transportnätverk, kundkontakt och kundtjänst. Parterna hänvisar bland annat till tidigare beslut från EU-kommissionen.<sup>6</sup>
19. Det har inte framkommit något under utredningen som talar för en annan geografisk avgränsning än den parterna anger.
20. För bedömningen av den aktuella företagskoncentrationen har det dock inte bedömts nödvändigt att fastställa den exakta omfattningen av någon relevant geografisk marknad.

#### Inget påtagligt hämmande av en effektiv konkurrens

21. Konkurrensverket har att bedöma huruvida den anmälda företagskoncentrationen påtagligt skulle hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom landet i dess helhet eller en avsevärd del av det. Faktorer som har betydelse för denna bedömning är parternas marknadsandelar och andra faktorer som kan hämma eller främja konkurrensen, såsom förekomsten av faktisk och potentiell konkurrens samt köparmakt.
22. Budbee och Instabox har för närvarande 1 495 respektive 2 561 aktiva paketskåp utplacerade runtom i Sverige. Budbees och Instabox paketskåp är,

---

<sup>6</sup> M.5152 – *Posten AB/Post Danmark A/S*, p. 64 och M.6570 – *UPS/TNT Express*, p. 241.

som nämnts, i regel placerade inomhus, till exempel i dagligvarubutiker, gallerior och tågstationer.

23. Den översiktliga kartläggning av parternas placering av paketskåp som Konkurrensverket gjort visar att ungefär två tredjedelar av Budbees paketskåp är placerade i postnummerområden där också Instabox har paketskåp. För Instabox är förhållandet det omvända, dvs. omkring en tredjedel av Instabox paketskåp finns i postnummerområden där även Budbee har paketskåp. Därigenom visar kartläggningen att en icke oansenlig del av parternas respektive paketskåp, speciellt gällande Instabox, finns i postnummerområden där den andra parten inte har paketskåp utplacerade.
24. Utöver Budbee och Instabox finns även andra distributörer som erbjuder paketskåp som leveransalternativ. Här kan nämnas DHL som har paketskåp i Sverige sedan flera år tillbaka. Postnord började ställa ut paketskåp för några år sedan, och expanderar för närvarande kraftigt. Postnord beräknar att ha cirka 4 500 paketskåp utplacerade över hela landet, inklusive landsbygden, i slutet av innevarande år.<sup>7</sup> Många av Postnords paketskåp finns redan på samma orter som parternas paketskåp.
25. Därutöver har iBoxen paketskåp. iBoxen utför inga leveranser utan tillhandahåller paketskåp som är öppna för alla transportörer, och företaget har idag avtal med tolv aktörer inom paketedistribution. iBoxens paketskåp kan även användas av bostadsrättsföreningar och privatpersoner, exempelvis för överlämning av nycklar. För närvarande har iBoxen cirka 1 300 paketskåp utplacerade runt om i Sverige, främst i södra delen av landet med fokus på storstadsregionerna men även i Norrbotten. iBoxen planerar att successivt placera ut paketskåp över hela landet, och att ha cirka 2 000 paketskåp i slutet av 2022. Både iBoxen och Postnord ställer företrädesvis, men inte uteslutande, sina paketskåp utomhus, exempelvis i vanliga bostadskvarter.
26. Budbee och Instabox erbjuder också hemleveranser. Även vad gäller hemleverans av paket finns, utöver Budbee och Instabox, ett flertal aktörer som erbjuder sådan distribution, t.ex. Postnord, DHL, DB Schenker, Bring och också relativt nyetablerade företag som Airme, Early Bird och Dooris, vilka främst fokuserar på mindre paket.
27. Som Konkurrensverket konstaterat ovan finns det, utöver hemleverans och leverans via paketskåp, ytterligare alternativ för distribution av mindre paket från företag till konsument, i form av leverans till ombud respektive vanlig postgång. Även om de olika leveranssätten skiljer sig åt i bl.a. utförande och leveranstid, råder enligt vad som framkommit i ärendet en relativt hög

---

<sup>7</sup> Pressmeddelande: [www.postnord.se/hem/om-oss/pressmeddelanden/2022/postnord-satsar-pa-landsbygden-med-nya-paketboxar](http://www.postnord.se/hem/om-oss/pressmeddelanden/2022/postnord-satsar-pa-landsbygden-med-nya-paketboxar).

utbytbarhet mellan dem, såväl ur ett beställarperspektiv som ur ett konsumentperspektiv.

28. Post- och telestyrelsen, PTS, uttrycker i en rapport från april 2022 att det finns en stor variation i produktutbudet avseende distribution av paket från företag till konsumenter. Företagen på marknaden erbjuder differentierade produkter som inte nödvändigtvis är direkt utbytbara, det råder en relativt hög grad av specialisering, särskilt inom "sista milen-segmentet". Samtidigt konstaterar PTS att företag verksamma inom distribution av paket från företag till konsumenter konkurrerar inte enbart på basis av pris utan även i termer av andra servicekaraktäristika, till exempel leveranssätt (hem/ombud/paketskåp), leveranstidpunkt (dagtid/kväll/helg), leveranshastighet (normal/express/samma dag/ultrasnabb) och även andra aspekter som returhantering och hållbarhet.<sup>8</sup>
29. Av de kunder till parterna som Konkurrensverket varit i kontakt med under utredningen, dvs. e-handelsföretag, har de flesta varit neutrala eller positivt inställda till sammanslagningen. Någon har uttryckt att det är positivt att nyare aktörer når tillräcklig skala för att långsiktigt kunna vara ett alternativ till de större aktörerna Postnord, DHL m.fl., som dominerar logistikbranschen idag. Endast ett par kunder har uttryckt viss oro, vilken delvis relaterat till andra aspekter än parternas marknadsställning.
30. Vid en samlad bedömning av omständigheterna i ärendet finner Konkurrensverket att företag som vill skicka mindre paket till konsumenter även efter genomförandet av den aktuella företagskoncentrationen kommer att ha flera aktörer, och olika distributionssätt, att välja mellan när de ska utforma sitt leveranserbjudande till konsumenterna. Det sammanslagna företaget kommer därmed att möta konkurrens såväl från ett antal aktörer som erbjuder paketdistribution via leverans till paketskåp som från ett antal aktörer som erbjuder hemleverans. Därutöver kommer det sammanslagna företaget även att möta konkurrens från aktörer som erbjuder leverans av paket till ombud, och från paketdistribution via vanlig postgång. Konkurrensverket bedömer att det sammanslagna företaget, i konkurrenshänseende, inte kommer att kunna agera oberoende av sina konkurrenter eller kunder.

### **Sammanfattande bedömning**

31. Sammantaget finner Konkurrensverket att den aktuella sammanslagningen inte är ägnad att påtagligt hämma förekomsten eller utvecklingen av en effektiv konkurrens inom Sverige i dess helhet eller en avsevärd del av

---

<sup>8</sup> Svensk postmarknad 2022, Rapport PTS-ER-2022:16, Post- och telestyrelsen, s. 36.

landet. Företagskoncentrationen ska, med beaktande av vad som anförts ovan, lämnas utan åtgärd.

---

Detta beslut har fattats av funktionsansvariga Maria Ulfvensjö Baltatzis. Föredragande har varit sakkunnige ekonomen Osmis Habte.

Maria Ulfvensjö Baltatzis

Osmis Habte

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.