

Tapwell Aktiebolag

Att: Advokaterna AAA och BBB,  
PG Magnusson Advokatbyrå AB

## **Konkurrensskadeavgift vid konkurrensbegränsande samarbete genom prisstyrning – VVS-produkter**

---

### **Konkurrensverkets beslut**

Tapwell Aktiebolag, 556578-4807, har överträtt förbuden mot konkurrensbegränsande samarbete i 2 kap. 1 § konkurrenslagen (2008:579), KL, och artikel 101 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUF-fördraget) genom att ha begränsat två återförsäljares möjligheter att bestämma sitt försäljningspris på så sätt att återförsäljarna inte skulle marknadsföra och sälja Tapwells produkter över internet till ett pris som understeg Tapwells vid var tid gällande rekommenderade priser minus 10 procent. Överträdelsen har omfattat följande perioder i förhållande till respektive återförsäljare: den 28 augusti 2019–den 15 februari 2021 respektive den 31 oktober 2018–den 1 februari 2021.

Förfarandet har även utgjort en enda och fortlöpande överträdelse under perioden från och med den 31 oktober 2018 till och med den 15 februari 2021.

Tapwell Aktiebolag ska betala konkurrensskadeavgift enligt 3 kap. 5 § första stycket 1 KL för överträdelsen med sexton miljoner niohundra tusen (16 900 000) kronor.



## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning och disposition</b> .....	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Konkurrensverkets utredning i ärendet</b> .....	<b>8</b>
2.1	Företagen och personer som förekommer i ärendet.....	8
2.1.1	Tapwell.....	8
2.1.2	Home Online och Kakelkompaniet.....	9
2.1.3	Hemgallerian och Badrumsgruppen .....	11
2.2	Marknadsförhållanden .....	12
2.2.1	Marknaden för vattenblandare och sanitetsarmatur .....	12
2.2.2	Distribution och försäljning av vattenblandare och sanitetsarmatur i Sverige .....	12
2.2.3	Särskilt om e-handel som försäljningskanal .....	15
2.2.4	Närmare om Tapwells distribution av vattenblandare och sanitetsarmatur .....	16
2.2.4.1	Tapwells försäljning och affärsmodell.....	16
2.2.4.2	Huvudsakliga aktörer som har distribuerat Tapwell-produkter under den aktuella perioden.....	17
2.2.4.3	Tapwells prissättningsmodell, prislister och rabatter .....	18
2.3	Förfarandet .....	19
2.4	Konkurrensverkets handläggning .....	20
2.5	Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut.....	21
2.5.1	Tapwell har inte överträtt förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete .....	22
2.5.2	Tapwell har inte begått någon överträdelse uppsåtligen eller av oaktsamhet.....	24
2.5.3	En eventuell överträdelse är ringa .....	24
2.5.4	Konkurrensskadeavgiften ska sättas ned.....	24
<b>3</b>	<b>Skälen för Konkurrensverkets beslut</b> .....	<b>25</b>
3.1	Inledning.....	25
3.2	Företagskriteriet.....	26
3.2.1	Rättsliga utgångspunkter för bedömningen.....	26
3.2.2	Konkurrensverkets bedömning.....	26
3.3	Avtalskriteriet .....	27
3.3.1	Inledning.....	27
3.3.2	Rättsliga utgångspunkter för bedömningen.....	28
3.3.2.1	Särskilt om avtalskriteriet vid vertikal prisstyrning.....	29
3.3.2.2	En enda och fortlöpande överträdelse.....	32
3.3.3	Övergripande om avtalens innehåll.....	33
3.3.4	Tapwells prispolicy .....	34



3.3.4.1	Innehåll, syfte och bakgrund .....	34
3.3.4.2	Omständigheter som visar att Tapwell har haft en prispolicy som förmedlats till återförsäljarna .....	40
3.3.4.2.1	Inledning.....	40
3.3.4.2.2	Hänvisningar till prispolicyn.....	40
3.3.4.2.3	Tapwell har övervakat följsamheten till prispolicyn och uppmanat återförsäljare som bryter mot den att ändra sin prissättning... 44	
3.3.4.2.4	Återförsäljarna har övervakat varandra och rapporterat avvikelser till Tapwell.....	52
3.3.4.2.5	Sammanfattning.....	55
3.3.4.3	Återförsäljarnas prisföljsamhet.....	56
3.3.4.3.1	Återförsäljarna har haft en hög prisföljsamhet.....	56
3.3.4.3.2	Analysen visar att prisföljsamheten bland samtliga återförsäljare påverkas av enskilda återförsäljares och Tapwells agerande .....	58
3.3.4.4	Tillfällen då återförsäljarna tillåts understiga det lägsta priset enligt prispolicyn.....	62
3.3.4.5	Slutsatser .....	64
3.3.5	Home Online och Hemgallerian har samtyckt till prispolicyn .....	64
3.3.5.1	Inledning.....	64
3.3.5.2	Händelser då Home Online och Hemgallerian har hänvisat till prispolicyn i kontakten med Tapwell.....	64
3.3.5.2.1	Inledning.....	64
3.3.5.2.2	Home Online .....	64
3.3.5.2.3	Hemgallerian.....	67
3.3.5.3	Händelser som visar på hur prispolicyn har tillämpats mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian .....	68
3.3.5.3.1	Inledning.....	68
3.3.5.3.2	Home Online .....	73
3.3.5.3.2.1	Tapwell uppmanar Home Online att höja priserna genom att ange de lägsta priser som får tas ut enligt prispolicyn.....	73
3.3.5.3.2.2	Tapwell uppmanar Home Online att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn .....	79
3.3.5.3.2.3	Home Online ber om lov att få göra avsteg från prispolicyn 82	



3.3.5.3.2.4	Tapwell uppmanar Home Online att höja priserna genom påpekanden om fel bruttopriser .....	84
3.3.5.3.2.5	Tapwell uppmanar Home Online att höja priserna genom att vidarebefordra information från Prisjakt .....	91
3.3.5.3.2.6	Home Online övervakar och rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell .....	94
3.3.5.3.3	Hemgallerian .....	98
3.3.5.3.3.1	Tapwell uppmanar Hemgallerian att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn .....	98
3.3.5.3.3.2	Tapwell uppmanar Hemgallerian att höja priserna genom påpekanden om fel bruttopriser .....	104
3.3.5.3.3.3	Tapwell uppmanar Hemgallerian att höja priserna genom att vidarebefordra information från Prisjakt .....	108
3.3.5.3.3.4	Hemgallerian höjer priset efter att en annan återförsäljare klagat till Tapwell på Hemgallerians prissättning .....	110
3.3.5.3.3.5	Hemgallerian övervakar och rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell .....	110
3.3.5.4	Home Onlines och Hemgallerians prisföljsamhet .....	113
3.3.5.5	Slutsatser .....	115
3.3.6	Sammanfattande slutsatser om avtalskriteriet .....	116
3.3.7	En enda och fortlöpande överträdelse .....	116
3.4	Konkurrensbegränsningen .....	118
3.4.1	Rättsliga utgångspunkter för bedömningen .....	118
3.4.2	Konkurrensbegränsande syfte .....	121
3.4.2.1	Är förfarandet av sådant slag att det vid första påseende utgör en överträdelse med konkurrensbegränsande syfte? .....	121
3.4.2.1.1	Avtalens innehåll .....	122
3.4.2.1.2	Avtalens ändamål .....	123
3.4.2.1.3	Avtalen är vid första påseende ägnade att begränsa konkurrensen .....	126
3.4.2.2	Kan en bedömning av förfarandet i dess rättsliga och ekonomiska sammanhang vända bedömningen att det är fråga om ett förfarande med ett konkurrensbegränsande syfte? .....	126
3.4.2.2.1	Inledning och Tapwells invändningar .....	126
3.4.2.2.2	Omfattningen av Konkurrensverkets bedömning .....	127
3.4.2.2.3	Avtalen sedda inom ramen för deras rättsliga och ekonomiska sammanhang .....	129
3.4.2.2.4	Tapwells invändning om konkurrensfrämjande effekter .....	130



3.4.2.2.5	Slutsats .....	132
3.4.2.3	Avtalen har haft ett konkurrensbegränsande syfte .....	133
3.5	Relevant marknad.....	133
3.5.1	Utgångspunkter för avgränsning av relevant marknad .....	133
3.5.2	Summarisk avgränsning av produktmarknad .....	135
3.5.2.1	Avgränsning baserad på produkterna som omfattas av förfarandet .....	135
3.5.2.2	Ytterligare avgränsning av produktmarknaden baserat på olika kundgrupper i uppströmsledet? .....	137
3.5.2.3	Slutsats relevant produktmarknad.....	139
3.5.3	Summarisk avgränsning av geografisk marknad .....	139
3.5.3.1	Den geografiska verksamheten för tillverkare och leverantörer av vattenblandare och sanitetsarmaturer.....	139
3.5.3.2	Slutsats relevant geografisk marknad.....	142
3.5.4	Slutsats relevant marknad .....	142
3.6	Samhandel och artikel 101 i EUF-fördraget .....	142
3.7	Märkbarhet .....	145
3.8	Undantag .....	150
3.9	Varaktighet .....	151
3.10	Slutsats konkurrensbegränsande samarbete .....	154
3.11	Konkurrensskadeavgift.....	154
3.11.1	Rättsliga utgångspunkter .....	154
3.11.2	Uppsåt/oaktsamhet.....	155
3.11.3	Överträdelsen är inte ringa .....	156
3.11.4	Avgiftens storlek.....	157
3.11.4.1	Inledning.....	157
3.11.4.2	Överträdelsens sanktionsvärde (allvar och varaktighet m.m.)	157
3.11.4.2.1	Metodfrågor.....	157
3.11.4.2.2	Företagets berörda omsättning.....	158
3.11.4.3	Överträdelsens allvar .....	159
3.11.4.4	Överträdelsens varaktighet .....	161
3.11.4.5	Bedömning av sanktionsvärdet .....	161
3.11.4.6	Justering av sanktionsvärdet.....	161
3.11.4.6.1	Försvårande omständigheter .....	161
3.11.4.6.2	Förmildrande omständigheter .....	161
3.11.5	Högsta tillåtna konkurrensskadeavgift .....	162
3.11.6	Slutligt belopp .....	162
3.11.7	Beslutet meddelas inom rätt tid.....	162

3.11.8 Betalning .....164



## 1 Inledning och disposition

1. Ärendet inleddes efter att två företag, under vintern 2021, uppmärksammade Konkurrensverket på en misstanke om att Tapwell Aktiebolag ("Tapwell") avtalat eller samordnat sig med återförsäljare av köks- och badrumstillbehör om fasta eller lägsta priser eller prisnivåer vid försäljning över internet till slutkund i Sverige vad gäller vattenblandare och sanitetsarmaturer för kök och badrum. Efter genomförd platsundersökning hos Tapwell den 7 till 14 juni 2021 har verkets utredning fortsatt och då fokuserat på det material som inhämtades vid platsundersökningen.
2. Mot bakgrund av vad som framkommit av materialet från platsundersökningen har Konkurrensverket fokuserat sin utredning på frågan om Tapwell har implementerat en prispolicy gentemot sina återförsäljare. Den misstänkta prispolicyn har gått ut på att återförsäljare inte skulle marknadsföra och sälja Tapwells produkter över internet till ett pris som understeg Tapwells vid var tid gällande rekommenderade priser minus 10 procent. Vidare har Konkurrensverket valt att utreda om återförsäljarna Home Online Se AB och Kakelkompaniet Import & Försäljning i Stockholm AB (vilka i detta beslut bedömts utgöra en ekonomisk enhet som benämns "Home Online") samt Hem Gallerian AB (som i detta beslut bedömts tillhöra samma ekonomiska enhet som företaget Badrumsgruppen i Alvik AB, den ekonomiska enheten benämns "Hemgallerian"), har samtyckt till prispolicyn och om det därmed förelegat avtal mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian som fastställt ett lägsta försäljningspris som återförsäljarna var tvungna att iaktta.
3. Konkurrensverkets beslut riktas mot Tapwell och inte mot de två återförsäljarna som utredningen inriktats på eller mot Tapwells övriga återförsäljare som också omfattats av prispolicyn och agerat i enlighet med denna.
4. Enligt konkurrensreglerna anses vertikala avtal som direkt eller indirekt syftar till att fastställa ett lägsta försäljningspris som köparen ska iaktta, s.k. vertikal prisstyrning, i regel utgöra en särskilt allvarlig konkurrensbegränsning.<sup>1</sup> Särskilt allvarliga konkurrensbegränsningar anses i allmänhet ha till syfte att begränsa konkurrensen i den mening som avses i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget och kan redan till sin natur

---

<sup>1</sup> Artikel 4 a) i kommissionens förordning (EU) 2022/720 av den 10 maj 2022 om tillämpningen av artikel 101.3 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på grupper av vertikala avtal och samordnade förfaranden, EUT L 134, 11.5.2022 (fortsättningsvis *Gruppundantaget för vertikala begränsningar*) och kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar (2022/C 248/01), EUT C 248, 30.6.2022 (fortsättningsvis *kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar*), p. 185.



anses vara skadliga för konkurrensen.<sup>2</sup> Misstanken i ärendet har varit att Tapwell genom prisstyrning har handlat i strid med 2 kap. 1 § KL respektive motsvarande förbud i artikel 101 i EUF-fördraget.

5. Konkurrensverkets beslut är disponerat enligt följande. Som bakgrund till beslutet ges först en beskrivning av företagen. Det ges även en kort beskrivning av de aktuella marknadsförhållandena och av det utredda förfarandet. Efter det följer en kort redogörelse för Konkurrensverkets handläggning och för Tapwells yttranden över Konkurrensverkets utkast till beslut.
6. I de efterföljande avsnitten beskrivs Konkurrensverkets skäl för beslutet där Konkurrensverket först redogör för bedömningen av företagskriteriet. Därefter presenteras Konkurrensverkets bedömning av avtalskriteriet. Därpå följer en bedömning av om prisstyrningen har till syfte att begränsa konkurrensen. Efter detta redogörs för bedömningen av den relevanta marknaden. Därefter behandlas frågorna om samhandel, märkbarhet, undantag och varaktighet. Avslutningsvis behandlas frågan om konkurrensskadeavgift.

## **2 Konkurrensverkets utredning i ärendet**

### **2.1 Företagen och personer som förekommer i ärendet**

#### **2.1.1 Tapwell**

7. Tapwell är moderbolag i en koncern som designar och utvecklar vattenblandare och tillbehör för i huvudsak kök och badrum. Företaget ägs i allt väsentligt av medlemmar inom samma familj.<sup>3</sup> Tapwell marknadsför sitt varumärke i huvudsak på den nordiska marknaden.<sup>4</sup> Varorna produceras av en tillverkare i Italien. I Sverige distribuerar Tapwell sina produkter via ett flertal återförsäljare.
8. Tapwells verksamhet är uppdelat på två affärsområden. I affärsområdet kök ingår bl.a. köksblandare, diskhoar och tillbehör för kök. I affärsområdet badrum ingår bl.a. tvättställsblandare, dusch och badkarsblandare.

---

<sup>2</sup> Se kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 179 och 195. Se även t.ex. EU-domstolens dom den 3 juli 1985, *Binon mot AMP*, C-243/83, EU:C:1985:284, EU-domstolens dom den 1 oktober 1987, *VVR mot Sociale Dienst*, C-311/85, EU:C:1987:418 och EU-domstolens dom den 19 april 1988, *SPRL Louis Erauw-Jacquery v La Hesbignonne SC*, C-27/87, EU:C:1988:183.

<sup>3</sup> Handl.nr 393, Protokoll från Tapwells extra bolagsstämma den 30 januari 2023 och handl.nr 476, Tapwells årsredovisning för räkenskapsåret 2022, s. 2.

<sup>4</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 1, s. 1.





9. Enligt Tapwells årsredovisning för räkenskapsåret 2022 uppgick koncernens omsättning till 786 miljoner kronor och moderbolagets omsättning till 311 miljoner kronor.<sup>5</sup> Av årsredovisningen framgår vidare att 500 miljoner kronor av koncernens omsättning härrör från försäljning i Sverige och att moderbolagets omsättning i Sverige svarar för 289 miljoner kronor.<sup>6</sup>
10. Av Tapwells anställda har framför allt följande personer förekommit i utredningen:
- AA (i beslutet benämnd AA) som är [REDACTED] och har arbetat på Tapwell i 18 år.<sup>7</sup>
  - BB (i beslutet benämnd BB) som är säljare på Tapwell och har arbetat på Tapwell i 11 år.<sup>8</sup>

### 2.1.2 Home Online och Kakelkompaniet

11. Home Online Se AB<sup>9</sup> och Kakelkompaniet Import & Försäljning i Stockholm AB ("Kakelkompaniet") är två återförsäljare till Tapwell som har nära samband med varandra. De båda bolagen har under den påstådda överträdelseperioden ägts, direkt eller indirekt, av [REDACTED] (CC, i beslutet benämnd CC, och DD).<sup>10</sup> Under denna tidsperiod har även bolagens styrelser [REDACTED], DD och en ytterligare familjemedlem.<sup>11</sup> Strategiska beslut i fråga om internetförsäljning i de båda bolagen har fattats av samma person, CC.<sup>12</sup>
12. Home Online Se AB har under perioden 2018–2021 varit importföretag för både företagets egen försäljning samt för Kakelkompaniets försäljning. Home Online Se AB bedriver försäljning över internet via hemsidan homeonline.se sedan 2018.<sup>13</sup>
13. Kakelkompaniet bedriver verksamhet inom försäljning av kvalitetskakel och sanitetsutrustning i butik samt konsultationer i samband med design.<sup>14</sup>

<sup>5</sup> Handl.nr 476, Tapwells årsredovisning för räkenskapsåret 2022, s. 2.

<sup>6</sup> Handl.nr 476, Tapwells årsredovisning för räkenskapsåret 2022, s. 9.

<sup>7</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 1.

<sup>8</sup> Handl.nr 360, Dialogutskrift från förhör den 7 april 2022 med BB, s. 2.

<sup>9</sup> Home Online Se AB, org.nr 556776-2785, hette tidigare Våtrummet i Sverige AB som den 23 mars 2021 har registrerat en namnändring.

<sup>10</sup> Handl.nr 442, Tjänsteanteckning från samtal med CC den 17 maj 2023, s. 2. Se även handl.nr 445, Protokoll från extra bolagsstämma i Home Online Se AB den 6 maj 2021.

<sup>11</sup> Handl.nr 477–480, Utdrag från Bolagsverket. Se även handl.nr 446, Protokoll från extra bolagsstämma i Kakelkompaniet den 6 maj 2021.

<sup>12</sup> Handl.nr 442, Tjänsteanteckning från samtal med CC den 17 maj 2023, s. 2.

<sup>13</sup> Handl.nr 442, Tjänsteanteckning från samtal med CC den 17 maj 2023, s. 1–2.

<sup>14</sup> Handl.nr 483, Kakelkompaniets årsredovisning för räkenskapsåret 2022-05-01 – 2023-04-30, s. 2.

Kakelkompaniet har även bedrivit försäljning över internet via hemsidan vvsonline.nu. Enligt CC bedrevs försäljningen via vvsonline.nu från 2015 fram till slutet av 2019 eller början av 2020.<sup>15</sup> Av Konkurrensverkets utredning har dock framkommit att hemsidan vvsonline.nu fortsatt vara aktiv i vart fall till och med februari 2021.

14. Verksamheten i de båda företagen är så gott som uteslutande inriktad mot försäljning till privatkunder såväl när det gäller butiks- som internetförsäljningen.<sup>16</sup>
15. Kakelkompaniets mejladress har använts för såväl Kakelkompaniets som Home Online Se AB:s verksamhet.<sup>17</sup> Kakelkompaniets mejladress är även den adress Home Online Se AB anmält till Bolagsverket som företagets e-postadress.<sup>18</sup>
16. Home Online Se AB:s omsättning för det brutna räkenskapsåret 2021/2022 uppgick till knappt 8 miljoner kronor.<sup>19</sup> Kakelkompaniet hade för det brutna räkenskapsåret 2022/2023 en omsättning som uppgick till ca 5,5 miljoner kronor.<sup>20</sup>
17. Home Online Se AB och Kakelkompaniet utgör tillsammans en av Tapwells tio största återförsäljare och svarade 2020 för ca ■■■ procent av Tapwells totala försäljning hänförlig till återförsäljare.<sup>21</sup> I butik erbjuds hela Tapwells produktutbud enligt Tapwells produktkatalog. På hemsidorna har utbudet av Tapwell-produkter successivt ökat.<sup>22</sup>
18. Av Home Online Se AB:s och Kakelkompaniets anställda har CC förekommit i utredningen.

---

<sup>15</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 24 och handl.nr 442, Tjänsteanteckning från samtal med CC den 17 maj 2023, s. 3.

<sup>16</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 5.

<sup>17</sup> Handl.nr 442, Tjänsteanteckning från samtal med CC den 17 maj 2023, s. 2.

<sup>18</sup> Handl.nr 447, Ändringsanmälan till Bolagsverket den 15 februari 2021, från DD avseende Våtrummet i Sverige AB.

<sup>19</sup> Handl.nr 395, Home Online Se AB:s årsredovisning för räkenskapsåret 2021-05-01 – 2022-04-30, s. 3.

<sup>20</sup> Handl.nr 483, Kakelkompaniets årsredovisning för räkenskapsåret 2022-05-01 – 2023-04-30, s. 2.

<sup>21</sup> Handl.nr 439, Tapwells svar på kompletterande åläggande av den 19 maj 2023 och handl.nr 432, Bilaga 6 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023. Tapwells försäljning till Home Online Se AB och Kakelkompaniet för 2020 uppgick till ■■■ kronor. Tapwells totala försäljning till återförsäljare 2020 uppgick till ■■■ kronor. Detta ger uträkningen ■■■ procent.

<sup>22</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 4.



### 2.1.3 Hemgallerian och Badrumsgruppen

19. Hem Gallerian AB<sup>23</sup> och Badrumsgruppen i Alvik AB<sup>24</sup> ("Badrumsgruppen") är två av Tapwells återförsäljare. Båda företagen har under perioden 2018–2021 [REDACTED], EE (i beslutet benämnd EE). EE [REDACTED] för båda företagen under perioden 2018–2021. Styrelserna i företagen har under perioden 2018–2021 bestått av EE och [REDACTED].<sup>25</sup> De övergripande strategiska besluten i Hem Gallerian AB fattades under perioden 2018–2021 av EE, som även var delaktig i besluten avseende prissättning.<sup>26</sup>
20. Badrumsgruppens verksamhet består av butiksförsäljning i Stockholm och Hem Gallerian AB:s verksamhet har bl.a. varit internetförsäljning genom hemsidan hemgallerian.se som pågått under mer än tio år.<sup>27</sup> Verksamheterna i Hem Gallerian AB och Badrumsgruppen är så gott som uteslutande inriktade mot försäljning till privatkunder.<sup>28</sup>
21. Hem Gallerian AB hade för räkenskapsåret 2022 en omsättning som uppgick till ca 3,5 miljoner kronor<sup>29</sup> och Badrumsgruppen hade för samma period en omsättning som uppgick till ca 31 miljoner kronor<sup>30</sup>.
22. Hem Gallerian AB och Badrumsgruppen har haft Tapwell i sitt sortiment sedan mer än 15 år tillbaka.<sup>31</sup> Hem Gallerian AB och Badrumsgruppen utgör tillsammans en av Tapwells tio största återförsäljare och stod 2020 för ca [REDACTED] procent av Tapwells totala försäljning hänförlig till återförsäljare.<sup>32</sup>
23. Enligt vad som framgått i utredningen är nätbutiken hemgallerian.se sedan 2022 inte längre aktiv och Hem Gallerian AB har upphört med e-handelsförsäljning.<sup>33</sup> Vidare har Badrumsgruppen under 2023 försatts i konkurs.

---

<sup>23</sup> Hem Gallerian AB, org.nr 556796-9778.

<sup>24</sup> Badrumsgruppen i Alvik AB 556192-0595. Tog genom fusion 21 januari 2010 över Badrumsgruppen i Stockholm AB, org.nr 556334-7128.

<sup>25</sup> Handl.nr 435, Tjänsteanteckning från samtal den 17 maj 2023 med EE, s. 1 och handl.nr 481–482, Utdrag från Bolagsverket.

<sup>26</sup> Handl.nr 435, Tjänsteanteckning från samtal den 17 maj 2023 med EE, s. 1.

<sup>27</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 1–2.

<sup>28</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 3.

<sup>29</sup> Handl.nr 484, Hem Gallerian AB:s årsredovisning för räkenskapsåret 2022, s. 3.

<sup>30</sup> Handl.nr 485, Badrumsgruppens årsredovisning för räkenskapsåret 2022-01-01 – 2022-12-31, s. 3.

<sup>31</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 7.

<sup>32</sup> Handl.nr 309, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 20 och handl.nr 432, Bilaga 6 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023. Tapwells försäljning till Hem Gallerian AB och Badrumsgruppen för 2020 uppgick till [REDACTED]. Tapwells totala försäljning till återförsäljare 2020 uppgick till [REDACTED] kronor. Detta ger uträkningen [REDACTED] procent.

<sup>33</sup> Handl.nr 435, Tjänsteanteckning från samtal den 17 maj 2023 med EE, s. 1.



24. Av Hem Gallerian AB:s och Badrumsgruppens anställda har EE förekommit i utredningen.

## 2.2 Marknadsförhållanden

### 2.2.1 Marknaden för vattenblandare och sanitetsarmatur

25. VVS-branschen kategoriseras i tre olika verksamhetsområden: värme, ventilation och sanitet. Inom varje verksamhetsområde finns i sin tur olika produkter avsedda för olika funktion och ändamål i en bostads olika utrymmen.

26. Detta ärende gäller i huvudsak vattenblandare och sanitetsarmatur inom verksamhetsområdet sanitet:

- När det gäller vattenblandare är vattenkranar, köksblandare, vattenblandare eller bara blandare alla benämningar på en anordning som används för att reglera trycket och temperaturen på vattnet som pumpas upp från ledningarna till ett kök.
- Sanitetsarmaturer är ett brett samlingsbegrepp som avser samtliga anordningar som reglerar tryck och temperatur av vattnet som pumpas upp från ledningarna till ett badrum. I detta beslut ska sanitetsarmaturer även förstås som produkter som kommer i kontakt med vatten i en köks- och badrumsmiljö såsom diskhoar och tillbehör för vattenblandare och sanitetsarmaturer.

### 2.2.2 Distribution och försäljning av vattenblandare och sanitetsarmatur i Sverige

27. Leverantörer och tillverkare av vattenblandare och sanitetsarmaturer använder olika modeller för distribution av sina produkter. Medan vissa leverantörer och tillverkare har valt en distributionsmodell med produktförsäljning direkt till återförsäljare, byggföretag och fackhandel har andra valt att vända sig till grossister som i sin tur vidareförsäljer produkterna till återförsäljare.

28. Tapwell har valt att i huvudsak sälja direkt till återförsäljare och byggföretag och har endast en begränsad försäljning genom grossister. Tillverkare som sedan en längre tid tillbaka har varit etablerade på den svenska marknaden för VVS-produkter såsom FM Mattsson och Ifö är däremot exempel på tillverkare som i en större utsträckning valt att vända sig till grossister.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Handl.nr 271, Tjänsteanteckning från samtal den 15 oktober 2021 med Dere Fönster & Portar AB, s. 2, handl.nr 272, Tjänsteanteckning från samtal den 14 oktober 2021 med Comfort-kedjan AB, s. 1. och Konkurrensverkets beslut den 1 juni 2018 i dnr 339/2015, *Ifö Sanitär*, s. 1.



29. Slutkunder av vattenblandare och sanitetsarmaturer är privatpersoner som antingen kan köpa produkterna styckvis från en återförsäljare eller som en del av en bredare tjänst som inkluderar exempelvis installation från en fackhandelsaktör eller mindre entreprenadverksamhet.<sup>35</sup>
30. I det följande redogörs översiktligt för aktörerna i de olika leden av distributionskedjan.
31. Leverantörer och tillverkare avser företag som själva står för produktionen eller som köper in VVS-produkter för olika utrymmen i en bostad. Företagen kan vara verksamma inom samtliga verksamhetsområden inom VVS och erbjuda produkter inom samtliga produktkategorier eller vara specialiserade på en produktkategori inom ett verksamhetsområde för en viss typ av bostadsutrymme.
32. Leverantörer och tillverkare kan således vara olika starka inom olika produktkategorier för olika utrymmen i hemmet. Exempelvis är Ifö framträdande i försäljningen av toaletter i Sverige.<sup>36</sup> För duschar har det i utredningen framförts att INR och Duschbyggarna är viktiga varumärken.<sup>37</sup> Tapwells styrka förefaller främst ligga i produkter som köksblandare, takduschar och tvättställsblandare som kommer i olika design och många olika ytor.<sup>38</sup>
33. Grossister avser företag som fungerar som mellanhand för leverantörer och tillverkare till ett senare försäljningsled. Grossister inom VVS-distributionen tillhandahåller inte sällan en tjänst i form av lagerhållning och distribution mot vissa återförsäljare och fackhandeln eftersom dessa ofta inte har någon egen omfattande lagerhållning.
34. Byggföretag avser företag som använder VVS-produkter som en del av sina bygg- och renoveringsprojekt. Dessa köper VVS-produkter direkt från tillverkare och leverantörer samt grossister.
35. Återförsäljare avser företag som säljer VVS-produkter direkt till privatpersoner och mindre entreprenadverksamheter. Återförsäljare kan

---

<sup>35</sup> Entreprenadverksamheter kan i sammanhanget definieras som rörinstallatörer vars huvudsakliga uppgift är att för en kunds räkning utföra ett bredare tjänsteuppdrag, som en renovering av ett badrum och/eller kök. Inom ramen för detta uppdrag kan det åligga installatören att även ansvara för inköpen av de nödvändiga VVS-produkterna. Det som kännetecknar dessa verksamheter är att det främst är en tjänst som utförs, och att den styckvisa försäljningen av VVS-produkter är ytterst begränsad, om ens närvarande alls.

<sup>36</sup> Konkurrensverkets beslut den 1 juni 2018 i dnr 339/2015, *Ifö Sanitär*, s. 3.

<sup>37</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 6.

<sup>38</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 7, handl.nr 274, Tjänsteanteckning från samtal den 14 oktober 2021 med Rörfokus Gävle AB, s. 2, handl.nr 273, Tjänsteanteckning från samtal den 14 oktober 2021 med AB Hugo Carping, s. 1 och handl.nr 372, Tjänsteanteckning från samtal den 13 september 2022 med Hemvaruhuset, s. 2.

huvudsakligen delas in i tre kategorier: Fackhandel, byggvaruhus och e-handlare.

36. Fackhandeln utgörs av återförsäljare som är specialiserade på att i olika grad till privatpersoner erbjuda helhetslösningar inom olika VVS-verksamheter. Helhetslösningarna kan omfatta allt från att erbjuda privatpersoner fullständiga renoveringar av bl.a. kök- och badrum, installation av vissa typer av vattenblandare och armaturer till att bara erbjuda styckvis försäljning av VVS-produkter.
37. Exempel på fackhandelsaktörer är Ballingslöv, Marbodan, Nobia, Kakelspecialisten, Badrumsgruppen, Comfort och Bad & Värme.<sup>39</sup>
38. Byggvaruhus är typiskt sett bredare i sitt produktutbud än fackhandelsaktörer och säljer även annat inom bygg, hem och trädgård. Därutöver är det ett högre fokus på volym i försäljningen av styckvisa produkter och mindre fokus på servicetjänster relativt fackhandelsaktörer.
39. Byggvaruhus inriktade mot privatpersoner och mindre entreprenadverksamheter inkluderar aktörer som Bauhaus, K-Rauta, Hornbach, Beijer byggmaterial m.fl.<sup>40</sup>
40. Inom kategorin e-handel återfinns många aktörer från både fackhandel och byggvaruhus som utöver sin försäljning i butik också säljer VVS-produkter över internet. Både Home Online och Hemgallerian har, under den för utredningen relevanta tidsperioden, kombinerat butiksförsäljning med internetförsäljning. När det gäller sådan kombinerad butiks- och internetförsäljning har det i utredningen framgått att aktörer inom fackhandeln tillhandahåller försäljning över internet genom ett annat företag eller varumärke för att inte konkurrera med sin fysiska verksamhet.<sup>41</sup>
41. Utöver fackhandelsaktörer och byggvaruhus förekommer även återförsäljare som har startat sina verksamheter med endast en digital butik, som exempelvis Bygghemma. Bygghemma har dock med tiden utökat sin verksamhet till att även omfatta butiksförsäljning i form av såväl s.k. showrooms som specialistbutiker i olika delar i landet.<sup>42</sup>

---

<sup>39</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 5.

<sup>40</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 5.

<sup>41</sup> Exempelvis har Badrumsgruppen tidigare bedrivit internetförsäljning genom Hem Gallerian AB för att inte konkurrera med sig självt, se handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 5. Även Kakelkompaniet valde att starta upp internetförsäljningen i ett annat företag (Home Online Se AB). Ett annat exempel är Ballingslöv Mölndal som driver inredningsvaruhuset.se.

<sup>42</sup> Handl.nr 407, Utdrag från Bygghemmas hemsida: Våra butiker - Bygghemma.se - Sveriges största bygghandel på nätet, daterat 28 februari 2023, s. 1.



### 2.2.3 Särskilt om e-handel som försäljningskanal

42. Utredningen har visat att e-handel över tid har blivit en allt viktigare försäljningskanal för VVS-produkter.<sup>43</sup> Privatpersoner och mindre entreprenadverksamheter kan välja mellan att köpa VVS-produkter över internet eller i en fysisk butik.
43. På internet kan köparen, via prisjämförelsesidor, få en snabb överblick över vilka återförsäljare som tillhandahåller en viss produkt, eller liknande produkter, och jämföra bl.a. priser och leveransalternativ mellan dessa återförsäljare.
44. Återförsäljare har beskrivit att e-handeln inneburit en ökad transparens och snabbare prisjämförelser<sup>44</sup> vilket bidragit till prispress, och ökat konkurrenstryck.<sup>45</sup> Härtill har också framkommit att konsumenterna använder sig av prisinformationen som förekommer på prisjämförelsesidor aktivt, även när de befinner sig i fysiska butiker.<sup>46</sup>
45. Typiskt sett medför möjligheten att sälja produkterna över internet lägre fasta kostnader för återförsäljare som endast har en digital närvaro, vilket också bidrar till prispress i såväl e-handelskanaler som fysiska butiker.<sup>47</sup>
46. I vissa fall kan det dock finnas omständigheter som begränsar en sådan prispress inom e-handeln. Som exempel har det i utredningen framkommit att en återförsäljare aktivt använder sig av prisrobotar i sin prissättning i försäljningen av vattenblandare och sanitetsarmaturer från Tapwell. Närvaron av prisroboten har beskrivits disciplinera flera återförsäljare i sin prissättning i form av bl.a. ökad återhållsamhet när konkurrenters priser sänks eftersom sådana handlingar snabbt kan initiera ett priskrig till följd av den snabba responsen av prisroboten.<sup>48</sup>

---

<sup>43</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 7–9, handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 4–5 och handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 2.

<sup>44</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 18 och 28.

<sup>45</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 12.

<sup>46</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 5.

<sup>47</sup> Jfr Competition and Markets Authority beslut den 3 maj 2017 i ärende 50343, *Online resale price maintenance in the light fitting sector*, avsnitt V.IV, p. 3.28.

<sup>48</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 37, handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 13–15 och s. 72 samt handl.nr 274, Tjänsteanteckning från samtal den 14 oktober 2021 med Rölfokus Gävle, s. 1–2.



## 2.2.4 Närmare om Tapwells distribution av vattenblandare och sanitetsarmatur

### 2.2.4.1 Tapwells försäljning och affärsmodell

47. Tapwell etablerades 1999<sup>49</sup> och har som huvudsaklig verksamhet att sälja VVS-produkter avsedda för en badrum- och köksmiljö.<sup>50</sup> Tapwells affärsidé har varit "*snygg design till rätt pris*" med produkten i centrum<sup>51</sup> och kan anses vara framträdande i att ta fram VVS-produkter i nya utföranden och ytor på den svenska marknaden.<sup>52</sup>
48. Inom kök tillhandahåller Tapwell tre kategorier av produkter: köksblandare, diskhoar och tillbehör för kök.<sup>53</sup> Inom kategorin tillbehör för kök är majoriteten av produkterna mindre kompletterande komponenter till köksblandare och diskhoar.
49. Inom badrum tillhandahåller Tapwell sex olika kategorier av produkter: tvättställsblandare, badkarsblandare, dusch, badrumstillbehör, blandarfästen och tillbehör bad.<sup>54</sup> Produkterna som återfinns inom kategorierna badrumstillbehör, blandarfästen och tillbehör bad är kompletterande produkter till de huvudsakliga kategorierna tvättställsblandare, badkarsblandare och dusch.
50. Därutöver tillhandahåller Tapwell en tredje produktkategori benämnd "*inbyggnad*". Produkterna inom denna kategori utgörs av huvudsakligen vattenblandare och sanitetsarmaturer som installeras i väggen.<sup>55</sup>
51. Tapwells huvudsakliga försäljningskanaler är återförsäljare med butik (digital eller fysisk) och försäljning direkt till projektkunder.<sup>56</sup> I viss utsträckning förekommer i dag även försäljning till grossist.<sup>57</sup> Försäljningen via grossist kategoriserar Tapwell som projektförsäljning.<sup>58</sup>

---

<sup>49</sup> Handl.nr 406, Utdrag från Alla bolags hemsida: Tapwell Aktiebolag - Företagsinformation, daterat 28 februari 2023, s. 2.

<sup>50</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 1, s. 1.

<sup>51</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med NN, s. 2-3.

<sup>52</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 7.

<sup>53</sup> Handl.nr 314, handl.nr 315 och handl.nr 316, Bilagor till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislistor 2018, 2019 och 2021).

<sup>54</sup> Handl.nr 314, handl.nr 315 och handl.nr 316, Bilagor till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislistor 2018, 2019 och 2021).

<sup>55</sup> Handl.nr 314, handl.nr 315 och handl.nr 316, Bilagor till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislistor 2018, 2019 och 2021).

<sup>56</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 5, s. 2.

<sup>57</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 5, s. 2 och handl.nr 348, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2020, svar på fråga 3.

<sup>58</sup> Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 3, s. 1.



52. Återförsäljaren vänder sig direkt till slutkunden medan projektkunden säljer exempelvis till ett hotell, en bostadsrättsförening, ett hyresföretag eller en fastighetsutvecklare.<sup>59</sup>
53. En del av Tapwells utveckling och affärsstrategi har varit att minimera försäljningen genom grossistföretag och i en större utsträckning sälja direkt till återförsäljare.<sup>60</sup> På detta sätt utmärker sig Tapwell i jämförelse med sedan tidigare etablerade tillverkare och leverantörer som i en större utsträckning säljer via grossistföretag.<sup>61</sup>

#### *2.2.4.2 Huvudsakliga aktörer som har distribuerat Tapwell-produkter under den aktuella perioden*

54. Nedan visas i Figur 1 en skiss över företag och företagsgrupper som förekommer i utredningsmaterialet och de olika hemsidor som dessa företag har använt vid försäljning av Tapwell-produkter.

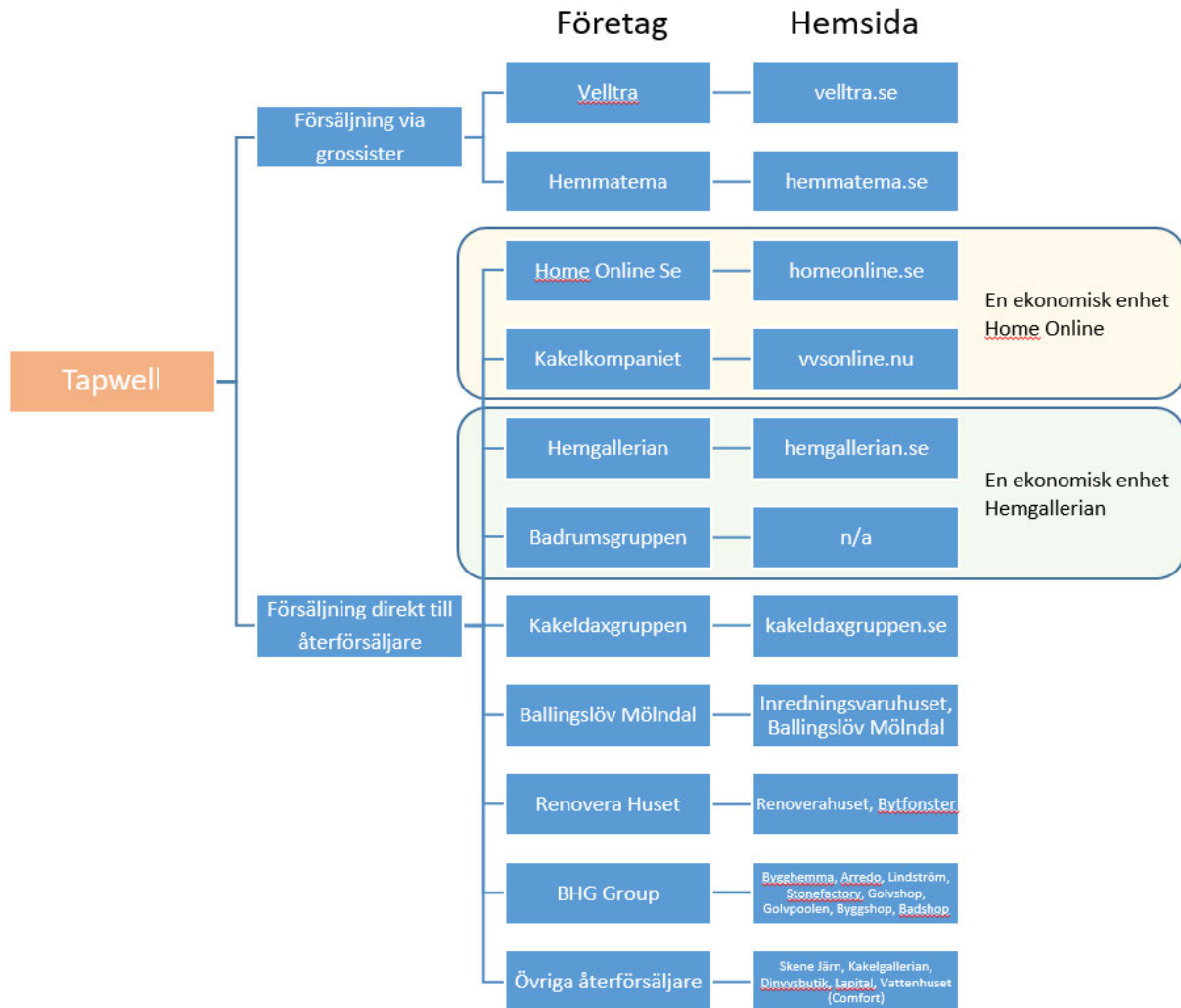
---

<sup>59</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 5, s. 2.

<sup>60</sup> Handl.nr 266, Bildpresentation från statusmöte med företrädare från Tapwell, s. 3 och handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 4.

<sup>61</sup> Handl.nr 271, Tjänsteanteckning från samtal den 15 oktober 2021 med Dere Fönster & Portar, s. 2.

Figur 1. Skiss över företag och hemsidor.



### 2.2.4.3 Tapwells prissättningsmodell, prislister och rabatter

55. Tapwell tillämpar en prislister (även benämnd bruttoprislista eller rekommenderad konsumentprislista) som [redacted] erhåller en rabatt gentemot.<sup>62</sup> Det innebär att återförsäljarens inköpspris kan beräknas med den rekommenderade konsumentprislistan som utgångspunkt, minus mervärdesskatt och minus rabatt.

56. Tapwell lämnar [redacted] procent rabatt till sina återförsäljare.<sup>63</sup> Vid försäljning av större volymer till återförsäljarens lager kan kunder erhålla

<sup>62</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 7 c, s. 2.

<sup>63</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 7 c, s. 2.

upp emot ■ procent rabatt.<sup>64</sup> När återförsäljare inte väljer att köpa in till lager gör återförsäljare vanligtvis en beställning via Tapwell och produkten fraktas därmed från Tapwells lager till slutkund, vilket även kallas drop-shipment.<sup>65</sup>

57. Förändringar i prislistan genomförs generellt sett en gång vartannat år och därtöver genomförs diskussioner om kunders rabatt när kunden efterfrågar pris på projekt eller större order.<sup>66</sup>
58. Under perioden från och med den 1 april 2016 till och med i vart fall första halvåret 2021 har Tapwell tillämpat tre prislistor.<sup>67</sup> Tapwell namnger vanligtvis sina prislistor med det hela kalenderår som följer närmast efter det att en ny prislista implementeras.<sup>68</sup> Prislistan kallad 2018 tillämpades mellan den 1 april 2016 till och med den 30 april 2018.<sup>69</sup> Prislistan kallad 2019 tillämpades mellan den 1 maj 2018 till och med den 31 maj 2020.<sup>70</sup> Prislistan kallad 2021 tillämpades mellan den 1 juni 2020 till och med i vart fall första halvåret 2021.<sup>71</sup>
59. Tapwell arbetar inte med rikstäckande kampanjer förutom någon gång när de haft många mattsvarta duschar i lager.<sup>72</sup> Individuella säljare på Tapwell har däremot möjlighet att lämna ■ procent rabatt på inköpspriser till återförsäljare för ■ på våren och ■ på hösten för ett kalenderår.<sup>73</sup> Inköpspriserna för återförsäljare uppgår då till ■ procent rabatt<sup>74</sup> i stället för ■ procent rabatt.

### 2.3 Förfarandet

60. Det förfarande som Konkurrensverket har utrett avser händelser som, enligt Konkurrensverkets bedömning, utgör s.k. vertikal prisstyrning. Vertikal prisstyrning innebär att en köparens möjligheter att bestämma

---

<sup>64</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 15, s. 3 och handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 32 och 58.

<sup>65</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 43.

<sup>66</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 9, s. 3.

<sup>67</sup> Handl.nr 314, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislista 2018), handl.nr 315, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislista 2019) och handl.nr 316, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislista 2021).

<sup>68</sup> Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 7, s. 3.

<sup>69</sup> Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 7, s. 3.

<sup>70</sup> Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 7, s. 3.

<sup>71</sup> Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 7, s. 3 och handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28, s. 4.

<sup>72</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 3.

<sup>73</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 41.

<sup>74</sup> Anta ett rekommenderat slutkundspris på 1 000 kronor. ■ återförsäljarrabatt innebär en rabatt på ■ kronor och ett inköpspris på ■ kronor inköpspris. ■ procent ytterligare rabatt på ■ kronor i inköpspris innebär ■ kronor lägre inköpspris. Om rabatterna läggs samman blir det således ■, dvs. ■ procent rabatt.



försäljningspriset begränsas. I ärendet har Konkurrensverket utrett om Tapwell har prisstyrkt de två återförsäljarna Home Online och Hemgallerian genom att implementera en prispolicy som dessa har samtyckt till. Innebörden av prispolicyn har, enligt Konkurrensverkets bedömning, varit att återförsäljare inte skulle marknadsföra och sälja Tapwell-produkter över internet till ett pris understigande det vid var tidpunkt gällande rekommenderade priset minus 10 procent.

61. De olika händelser som utgör en del av det utredda förfarandet består framför allt i kommunikation mellan Tapwell och dess återförsäljare, kommunikation inom Tapwell och olika dokument som tagits fram eller bearbetats av Tapwell. Dessa händelser kommer närmare att redogöras för i samband med Konkurrensverkets bedömning av det utredda förfarandet.

#### **2.4 Konkurrensverkets handläggning**

62. Konkurrensverkets utredning inleddes med anledning av att två företag under vintern 2021 uppmärksammade Konkurrensverket på en misstanke om att Tapwell avtalat eller samordnat sig med återförsäljare av köks- och badrumstillbehör om fasta eller lägsta priser eller prisnivåer. De två företagen, Velltra AB ("Velltra") och Hemmatema Sweden AB ("Hemmatema"), har det gemensamt att de köpt in Tapwell-produkter från grossistföretag och att de sedan har fått motta påtryckningar från Tapwell om att justera sina slutkundspriser till en viss lägsta nivå vid försäljning av Tapwell-produkter.<sup>75</sup>
63. Som en följd av inkomna klagomål genomförde Konkurrensverket en platsundersökning hos Tapwell den 7 till 14 juni 2021.
64. Konkurrensverkets fortsatta utredning har fokuserat på det material som inhämtades vid platsundersökningen. Konkurrensverket har, mot bakgrund av vad som framkommit av detta material, fokuserat utredningen på frågan om Tapwell har styrt återförsäljarna Home Onlines och Hemgallerians prissättning vid försäljning över internet.
65. Konkurrensverket har under våren 2022 hållit förhör med bl.a. AA på Tapwell, BB på Tapwell, CC på Home Online och EE på Hemgallerian. Konkurrensverket har vidare ålagt Tapwell att inkomma med information och handlingar.
66. Därutöver har Konkurrensverket analyserat försäljningsdata från Prisjakt som innehåller information om drygt 40 av Tapwells återförsäljares priser

---

<sup>75</sup> Handl.nr 2, Tjänsteanteckning från samtal den 23 februari 2021 med Velltra och handl.nr 1, Tjänsteanteckning från samtal den 29 januari 2021 med Hemmatema.

och prisförändringar på Prisjakt under perioden juli 2018 – juli 2021. Utifrån denna data har Konkurrensverket företagit två analyser.

67. Den första analysen har huvudsakligen avsett att undersöka om Home Online och Hemgallerian har höjt priset på Tapwells produkter efter att ha mottagit påpekanden om prissättningen från Tapwell. Under redogörelsen för avtalskriteriet nedan kommer Konkurrensverket att redovisa resultatet av denna analys i förhållande till olika händelser som framkommit genom utredningen. Analysen i sin helhet redovisas i Konkurrensverkets promemoria Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund ("PM om prisjusteringar").<sup>76</sup>
68. Den andra analysen har syftat till att undersöka prispölsamheten bland Tapwells återförsäljare i förhållande till den prispolicy som Konkurrensverket menar att Tapwell har implementerat. Resultatet av denna analys redogörs även denna för under avtalskriteriet. Analysen i sin helhet redovisas i promemorian Följsamheten till Tapwells prispolicy ("PM om prispölsamhet").<sup>77</sup>
69. Tapwell fick den 21 juni 2023 del av ett utkast till beslut i ärendet, och gavs i samband med det möjlighet att yttra sig över beslutsutkastet och utredningsakten i ärendet (i enlighet med 3 kap. 5 § tredje stycket KL). Konkurrensverket har även berett Tapwell möjlighet att granska Konkurrensverkets ekonomiska analyser. Tapwell genomförde en sådan granskning i verkets lokaler den 8 och 9 augusti 2023. Tapwell inkom med yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut den 29 september 2023.<sup>78</sup> Muntligt förfarande hölls med Tapwell den 13 oktober 2023.<sup>79</sup> Tapwell inkom den 27 oktober 2023 med kompletterande information gällande ekonomisk analys i form av en rapport upprättad av RBB Economics.<sup>80</sup>

## 2.5 Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut

70. Tapwell har bestritt att företaget skulle ha överträtt förbuden i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 EUF-fördraget. Enligt Tapwell har en överträdelse i vart fall inte skett uppsåtligt eller av oaktsamhet. För det fall att Tapwell skulle anses ha begått en överträdelse uppsåtligt eller av oaktsamhet har företaget gjort gällande att överträdelsen är ringa och att det därför inte finns

---

<sup>76</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund.

<sup>77</sup> Handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy.

<sup>78</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut.

<sup>79</sup> Handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023 och handl.nr 467, Tapwells presentation vid muntligt förfarande den 13 oktober 2023.

<sup>80</sup> Handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics.



förutsättningar för att påföra en konkurrensskadeavgift. Under alla omständigheter har Tapwell gjort gällande att avgiften ska sättas ned.

71. Vad Tapwell har anfört till stöd för detta kan sammanfattas enligt följande.<sup>81</sup>

#### 2.5.1 Tapwell har inte överträtt förbudet mot konkurrensbegränsande samarbete

72. Tapwell har nekat till att företaget har tillämpat en prispolicy mot sina återförsäljare och gjort gällande i huvudsak följande. Påpekandena om "*fel bruttopris*", frågor om kampanj och vidarebefordran av bevakningsmejl och annan information från Prisjakt till återförsäljarna har endast utgjort ett led i den service som Tapwell ger sina återförsäljare. Denna service kan därutöver bestå i att hos återförsäljaren identifiera marknadsförda artiklar som utgått ur Tapwells sortiment, länkar som inte leder till rätt produkter och bilder som visar fel produkter. Servicen är uppskattad av återförsäljarna. Vad särskilt gäller frågor från Tapwell till återförsäljarna om kampanjer, har detta endast syftat till att undersöka om återförsäljarna förväntar sig extra stöttning i form av kampanjbidrag från Tapwell. I sin kundrelation med sina återförsäljare måste Tapwell ibland vara till lags för att upprätthålla denna relation. När det i klagomål från återförsäljare framkommer att andra återförsäljare har använt sig av ett gammalt eller felaktigt bruttopris är det inte konstigt att Tapwell sedan kontaktar återförsäljaren och informerar om att den utgår från ett gammalt eller felaktigt bruttopris.

73. Tapwell har även invänt<sup>82</sup> mot Konkurrensverkets analys i EE om prisjusteringar<sup>83</sup> och EE om prispölsamhet<sup>84</sup>. Gällande EE om prisjusteringar har Tapwell anfört att sambandet mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund är överskattat, att resultatet av analysen inte stödjer ett samband mellan kommunikation och prishöjningar, samt att företaget identifierat felaktigheter för flera av de kopplingar Konkurrensverket presenterat. Gällande EE om prispölsamhet har Tapwell anfört att följksamheten till Tapwells prispolicy är överskattad, att Konkurrensverkets tolkning av analysen är felaktig och att prispölsamheten inte visar att Tapwell har implementerat en prispolicy.

74. Gällande Konkurrensverkets bedömningar om återförsäljarnas prispölsamhet har Tapwell anfört att prispölsamheten inte är ett bevis för att återförsäljarna har lämnat något samtycke, samt att endast omkring hälften av de mejl och

---

<sup>81</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023, handl.nr 467, Tapwells presentation vid muntligt förfarande den 13 oktober 2023 och handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics.

<sup>82</sup> Handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics.

<sup>83</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund.

<sup>84</sup> Handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy.



sms som granskats kan kopplas samman med prishöjningar, vilket visar på ett svagt samband.

75. Tapwell har anfört att Konkurrensverket inte har utrett Bygghemma-sfärens påverkan på återförsäljarmarknaden. Tapwell konstaterar att det inte är genom Tapwells inblandning som ett jämviktspris på marknaden har satts, utan att det är uteslutande Bygghemma-sfärens prisbild som har styrt marknaden. I branschen har dessutom tillämpats något som kallas för BHI, Bygghemma Index, som innebär att återförsäljarna utgår från det pris som företagen inom Bygghemma-sfären sätter på sina produkter vid beräkningen av sina verkliga marginaler i förhandlingar med leverantörer.
76. Därutöver har Tapwell anfört att företagets kommunikation med återförsäljare kan minska risken för att varumärket eroderas genom att ge en fingervisning av rimligt pris, i linje med Tapwells marknadsföringsstrategi. Ett sådant förfarande är enligt Tapwell konkurrensfrämjande eftersom det leder till att återförsäljarna gör större satsningar i marknadsföring för slutkunderna.
77. Tapwell har anfört att det finns information som tyder på marknadsmisslyckanden på marknaden som leder till snålskjutsproblematik där vissa återförsäljare profiterar på andra återförsäljares försäljningsinsatser. Detta kan i längden även riskera att leda till en erosion av Tapwells varumärke. En anledning till att Tapwell kommunicerar med återförsäljare kan vara att undvika dessa marknadsmisslyckanden.
78. Vidare har Tapwell invänt mot Konkurrensverkets bedömning att det framför allt är marknaden som Tapwell är verksamt på som är av betydelse och att marknaden där återförsäljarna är verksamma inte behöver definieras.
79. Vad gäller frågan om konkurrens märkbart har begränsats genom Tapwells förfarande, har Tapwell bestritt att en eventuell konkurrensbegränsning är märkbar. Tapwell har därvid invänt att förfarandet inte utgör en syftesöverträdelse och att bestämmelserna om avtal av mindre betydelse därför blir tillämpliga. Tapwell har också invänt mot Konkurrensverkets bedömning gällande marknadsandelar och anfört att Konkurrensverkets utredning inte är tillräcklig. Tapwell menar att om Konkurrensverket hade vidtagit en ordentlig utredning skulle denna utvisa att Tapwells marknadsandelar understiger den "säkra hamn" som föreskrivs i kommissionens tillkännagivande om avtal av mindre betydelse. Vidare har Tapwell ifrågasatt Konkurrensverkets metod för att bedöma förfarandets påverkan på samhandeln. Enligt Tapwell är det omständigheter om marknadsandelar och omsättning som måste analyseras för att märkbarheten avseende samhandelskriteriet ska kunna bedömas.



### 2.5.2 Tapwell har inte begått någon överträdelse uppsåtligen eller av oaktsamhet

80. Vidare har Tapwell invänt att Tapwell vare sig uppsåtligen eller av oaktsamhet har begått en överträdelse av förbuden i 2 kap. 1 § KL eller artikel 101 i EUF-fördraget. Tapwell har nämligen haft ett konkurrensfrämjande syfte då kontakterna med återförsäljare har skett för att främja en hög kvalitet och service, för att undvika snålskjutsproblematik och gnäll, samt för att minska eroderingen av Tapwells varumärke. Den kontakt som förevarit har dessutom varit sådan som typiskt sett sker mellan leverantörer och återförsäljare i ett återförsäljarförhållande.

### 2.5.3 En eventuell överträdelse är ringa

81. Därutöver har Tapwell anfört att en eventuell överträdelse i vart fall är att anse som ringa, eftersom effekterna av den påstådda överträdelsen, sett till konkurrenslagens allmänna syfte att främja effektiv konkurrens, är bagatellartade och försumbara. Dessutom har Tapwell anfört att Konkurrensverket inte har visat att den påstådda överträdelsen på något sätt varit skadlig för konkurrensen. Tapwell har vidare anfört att den påstådda överträdelsens varaktighet dessutom pågått en kortare tid. Det saknas därför skäl för påförande av konkurrensskadeavgift.

### 2.5.4 Konkurrensskadeavgiften ska sättas ned

82. Slutligen har Tapwell invänt att under alla omständigheter ska konkurrensskadeavgiften fastställas till ett lägre belopp än vad som framgår av Konkurrensverkets utkast till beslut. Tapwell har därvid dels ifrågasatt Konkurrensverkets bedömning av överträdelsens sanktionsvärde, dels anfört förmildrande omständigheter.

83. Vad gäller överträdelsens sanktionsvärde har Tapwell invänt att det inte enbart kan beaktas att det är en syftesöverträdelse och en särskilt allvarlig begränsning. Det måste även beaktas om överträdelsen leder till stor skada på konsumenter eller om många konsumenter påverkas. Med hänsyn till att det finns konkurrensfrämjande effekter som leder till en mer effektiv marknad, så kan förfarandet inte ha lett till en stor skada på konsumenter. Tapwell anför vidare att det saknas stöd för Konkurrensverkets påstående att konkurrensbegränsningar som sker på internet kan få mycket allvarliga konsekvenser för priskonkurrensen. Tapwell menar vidare att Konkurrensverket inte heller visat att Tapwells avsikt varit att den påstådda prispolicyn skulle omfatta samtliga eller ett stort antal återförsäljare.

84. Vad gäller förmildrande omständigheter har Tapwell framfört att en eventuell överträdelse skett av uppenbar oaktsamhet. Detta mot bakgrund av att Tapwell endast har haft konkurrensfrämjande avsikter med sin kommunikation med återförsäljarna, samt att kommunikationen har syftat till att ge återförsäljarna en service att marknadsföra Tapwells produkter på





ett korrekt sätt, för att undvika snålskjutsproblematik och minska erodering av Tapwells varumärke.

85. Tapwells invändningar kommer behandlas nedan under respektive avsnitt i Konkurrensverkets skäl till beslut.

### **3 Skälen för Konkurrensverkets beslut**

#### **3.1 Inledning**

86. Av 2 kap. 1 § KL framgår att avtal mellan företag som har till syfte eller resultat att hindra, begränsa eller snedvrیدا konkurrensen på marknaden på ett märkbart sätt är förbjudna. Enligt bestämmelsens andra stycke första punkten gäller detta särskilt vissa avtal, bl.a. avtal som innebär att inköps- eller försäljningspriser eller andra affärsvillkor direkt eller indirekt fastställs. Med avtal likställs enligt 1 kap. 6 § KL samordnade förfaranden.
87. Om förfarandet kan påverka handeln mellan Europeiska unionens medlemsstater ska även artikel 101 i EUF-fördraget tillämpas.<sup>85</sup> Förbudet enligt 2 kap. 1 § KL är utformat med artikel 101 i EUF-fördraget som förebild.
88. Avtal som är konkurrensbegränsande kan undantas från förbudet om villkoren för undantag i 2 kap. 2 § KL respektive artikel 101.3 i EUF-fördraget är uppfyllt.
89. Nedan följer en redogörelse för kriterierna i 2 kap. 1 § KL och motsvarande förbud i artikel 101 i EUF-fördraget samt varför Konkurrensverket anser att Tapwells agerande utgör en överträdelse av nämnda förbud. Därefter redogörs för förutsättningarna för Konkurrensverket att besluta om konkurrensskadeavgift och för bedömningen att en sådan avgift ska påföras Tapwell.
90. Som framgår i nedanstående avsnitt om Tapwells prispolicy har det framkommit indikationer på att flera återförsäljare varit införstådda med och agerat i enlighet med prispolicyn. Konkurrensverket har dock avgränsat beslutet till två av Tapwells återförsäljare (Home Online och Hemgallerian) för att visa på förekomsten av avtal eller samordnat förfarande med Tapwell. Mot bakgrund av att Tapwells förfarandet inte varit begränsat till de två aktuella återförsäljarna har Konkurrensverket valt att inte vidta åtgärder mot de två återförsäljarna. Beslutet avser således endast Tapwells delaktighet i konkurrensbegränsande avtal eller samordnade förfaranden.

---

<sup>85</sup> Artikel 3 i rådets förordning (EG) nr 1/2003 av den 16 december 2002 om tillämpningen av konkurrensreglerna i artiklarna 81 och 82 i fördraget, EUT L 1, 4.1.2003, s. 8.

## 3.2 Företagskriteriet

### 3.2.1 Rättsliga utgångspunkter för bedömningen

91. Avtal om konkurrensbegränsande samarbete kan enbart ingås mellan två eller fler företag. Enligt 1 kap. 5 § KL avses med företag en fysisk eller juridisk person som bedriver verksamhet av ekonomisk eller kommersiell natur, dock inte till den del verksamheten består i myndighetsutövning. Begreppet företag i konkurrenslagen tolkas på samma sätt som motsvarande begrepp i EU-rätten.
92. Vidare avses med begreppet företag en ekonomisk enhet, även om enheten i juridisk mening består av flera fysiska eller juridiska personer.<sup>86</sup> Exempelvis kan ett moderbolag och ett dotterbolag utgöra en ekonomisk enhet om dotterbolaget inte självt kan bestämma över sitt handlande på marknaden utan följer moderbolagets instruktioner.<sup>87</sup> Avgörande för om ett företag utgör en del av en ekonomisk enhet eller utgör ett självständigt företag är således om företaget självständigt bestämmer sitt agerande på marknaden.
93. Utöver moder- och dotterbolag kan andra juridiska och fysiska personer bedömas utgöra en ekonomisk enhet. Vidare har EU-domstolen funnit att en ekonomisk enhet kan bestå av olika företag som deltar i en överträdelse, om de har identiska intressen och kontrolleras av samma fysiska person.<sup>88</sup>

### 3.2.2 Konkurrensverkets bedömning

94. Inledningsvis kan konstateras att Tapwell, Home Online Se AB, Kakelkompaniet, Hem Gallerian AB respektive Badrumsgruppen är juridiska personer som bedriver verksamhet av ekonomisk och kommersiell natur.<sup>89</sup> De utgör således företag i konkurrensrättslig mening.
95. Vad gäller Home Online Se AB och Kakelkompaniet konstateras vidare följande. Dessa två företag är visserligen separata juridiska personer, men det finns särskilda ekonomiska, organisatoriska och juridiska band som binder samman de två företagen som gör att de inte kan anses självständigt bestämma sitt agerande på marknaden (se punkterna 11 till 15 ovan). De båda företagen har t.ex. under överträdelseperioden styrts och ägts (direkt eller indirekt) av samma fysiska personer, vilka tillhör samma familj. Vidare har CC varit den som fattat strategiska beslut såvitt avser internethandeln på såväl vvsonline.nu (som ägdes av Kakelkompaniet) som homeonline.se (som

---

<sup>86</sup> Se EU-domstolens dom den 12 juli 1984, *Hydrotherm*, C-170/83, EU:C:1984:271, p. 11 och EU-domstolens dom den 24 oktober 1996, *Viho mot kommissionen*, C-73/95 P, EU:C:1996:405, p. 50.

<sup>87</sup> Se EU-domstolens dom den 24 oktober 1996, *Viho mot kommissionen*, C-73/95 P, EU:C:1996:405, p. 51.

<sup>88</sup> Se EU-domstolens dom den 12 juli 1984, *Hydrotherm*, C-170/83, EU:C:1984:271, p. 11.

<sup>89</sup> Se handl.nr 476, Tapwells årsredovisning för räkenskapsåret 2022, handl.nr 395, Home Online Se AB:s årsredovisning för räkenskapsåret 2021-05-01 – 2022-04-30 och handl.nr 484, Hem Gallerian AB:s årsredovisning för räkenskapsåret 2022.

ägs av Home Online Se AB). Han har även använt samma mejladress för de båda bolagen.

96. Sammantaget har Home Online Se AB och Kakelkompaniet inte uppträtt självständigt på marknaden och ska därför enligt Konkurrensverket anses utgöra en ekonomisk enhet. I detta beslut används "Home Online" som namn för att beskriva enheten. När det har betydelse vilket av de två företagen (Home Online Se AB eller Kakelkompaniet) som avses anges det dock särskilt.
97. Vad gäller Hem Gallerian AB och Badrumsgruppen konstateras vidare följande. Dessa två företag är visserligen separata juridiska personer, men det finns särskilda ekonomiska, organisatoriska och juridiska band som binder samman de två företagen som gör att de inte kan anses självständigt bestämma sitt agerande på marknaden (se punkten 19 ovan). De båda företagen har t.ex. under överträdelseperioden styrts och ägts (direkt eller indirekt) av samma fysiska person, EE. [REDACTED] och en av styrelseledamöterna i båda bolagen under överträdelseperioden. De andra styrelseledamöterna har varit närstående till honom.
98. Sammantaget har Hem Gallerian AB och Badrumsgruppen inte uppträtt självständigt på marknaden och ska därför enligt Konkurrensverket anses utgöra en ekonomisk enhet. I detta beslut används "Hemgallerian" som namn för att beskriva enheten. När det har betydelse vilket av de två företagen (Hem Gallerian AB eller Badrumsgruppen) som avses anges det dock särskilt.

### **3.3 Avtalskriteriet**

#### **3.3.1 Inledning**

99. Som angetts ovan förutsätter förbuden mot konkurrensbegränsande samarbeten i 2 kap. 1 KL och artikel 101 i EUF-fördraget att det har förelegat ett avtal eller ett samordnat förfarande. I detta avsnitt redogörs för Konkurrensverkets bedömning av om ett sådant samarbete har ingåtts mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian. Först redovisas de rättsliga utgångspunkterna för Konkurrensverkets bedömning. Därefter redovisas Konkurrensverkets bedömning under tre huvudavsnitt, enligt följande.
100. I det första avsnittet beskrivs övergripande innehållet i de avtal som Konkurrensverket menar har ingåtts mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian. Avtalen har ingåtts genom att Tapwell har implementerat en prispolicy (med innebörden att slutkundspriserna på Tapwells produkter som säljs över internet inte ska understiga det



rekommenderade priset minus 10 procent), vilken Home Online respektive Hemgallerian har samtyckt till.

101. I det andra avsnittet beskrivs Konkurrensverkets bedömning av Tapwells prispolicy. I avsnittet presenteras omständigheter som visar på att policyn har funnits och att den har förmedlats till Tapwells återförsäljare. Vidare presenteras Konkurrensverkets analys av återförsäljarkollektivets prisföljsamhet till policyn.

102. I det tredje avsnittet presenteras Konkurrensverkets bedömning av Home Onlines och Hemgallerians samtycke till policyn. I avsnittet presenteras omständigheter som visar på att de två återförsäljarna samtyckt till prispolicyn. Vidare presenteras Konkurrensverkets analys av deras följsamhet till prispolicyn.

103. Avslutningsvis presenteras Konkurrensverkets slutsatser, nämligen att Tapwells och Home Onlines agerande respektive Tapwells och Hemgallerians agerande utgör avtal eller i vart fall samordnade förfaranden.

### 3.3.2 Rättsliga utgångspunkter för bedömningen

104. När det gäller frågan om vad som utgör ett konkurrensbegränsande samarbete har det fastställts i praxis att begreppet avtal i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget har en vidsträckt innebörd. Det krävs inte att det är fråga om ett civilrättsligt bindande avtal. Det är tillräckligt att företagen enats om att uppträda på ett visst sätt på marknaden för att ett avtal i konkurrensrättslig mening ska anses föreligga.<sup>90</sup> Enligt EU-domstolens praxis föreligger ett avtal om åtminstone två parter gemensamma vilja har uttryckts. Den form i vilken denna vilja kommer till uttryck har dock inte i sig någon avgörande betydelse.<sup>91</sup> Samma gäller vid tillämpningen av 2 kap. 1 § KL. Den gemensamma viljan kan exempelvis komma till direkt uttryck i ett formellt skriftligt eller muntligt avtal.

105. Avtal och samordnade förfaranden avser olika former av samförstånd som är av samma art men som skiljer sig åt vad avser intensitet och de former som de kommer till uttryck i.<sup>92</sup>

106. För att ett samordnat förfarande ska föreligga krävs inte att en verklig plan har utarbetats, utan den samordning och det samarbete som krävs ska förstås

---

<sup>90</sup> Se MD 2008:12, s. 13, MD 2009:11, s. 28, EU-domstolens dom den 8 juli 1999, *Montecatini mot kommissionen*, C-235/92 P, EU:C:1999:362, p. 39 och EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 47.

<sup>91</sup> Se EU-domstolens dom den 22 oktober 2015, *AC-Treuhand mot kommissionen*, C-194/14 P, EU:C:2015:717, p. 28.

<sup>92</sup> Se MD 2008:12, s. 13, EU-domstolens dom den 4 juni 2009, *T-mobile Netherlands*, C-8/08, EU:C:2009:343, p. 23 och EU-domstolens dom den 6 januari 2004 i de förenade målen C-2/01 P och C-3/01 P, *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure eV och kommissionen mot Bayer AG*, EU:C:2004:2, p. 96–111.



mot bakgrund av grundtanken bakom konkurrensreglerna, att samtliga företag självständigt ska bestämma hur de avser att agera på marknaden.<sup>93</sup>

107. Begreppet samordnat förfarande förutsätter, till skillnad från avtal, dels ett samförstånd mellan företagen, dels ett beteende på marknaden som svarar mot detta samförstånd och ett orsakssamband mellan dessa rekvisit.

### 3.3.2.1 Särskilt om avtalskriteriet vid vertikal prisstyrning

108. Förbudet i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget omfattar såväl horisontella som vertikala avtalsrelationer. Med ett vertikalt avtal avses t.ex. samarbeten som gäller leverans eller inköp av varor för återförsäljning.

109. En särskild typ av vertikalt avtal som kan vara förbjudet enligt 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget är avtal om s.k. vertikal prisstyrning. Vertikal prisstyrning innebär att en köparens möjligheter att bestämma försäljningspriset begränsas. Leverantören har dock möjlighet att fastställa ett högsta försäljningspris eller att rekommendera ett försäljningspris, förutsatt att dessa inte som en följd av påtryckningar eller incitament från någon av parterna får karaktären av ett fast eller lägsta försäljningspris.<sup>94</sup>

110. Avseende vertikala avtal framgår av kommissionens vertikala riktlinjer att det, för att det ska anses föreligga ett avtal enligt artikel 101 i EUF-fördraget, är tillräckligt att parterna har uttryckt sin gemensamma avsikt att uppträda på ett visst sätt på marknaden (s.k. gemensam partsvilja).<sup>95</sup> Det har ingen betydelse vilken form avsikten uttrycks så länge det verkligen är parternas faktiska avsikt som uttrycks.<sup>96</sup> Om det inte finns något konkret avtal som uttrycker den gemensamma partsviljan måste en part eller myndighet som påstår att artikel 101 i EUF-fördraget har överträtts visa att den ena partens ensidiga policy har fått den andra partens samtycke. Vad gäller vertikala avtal kan samtycket till en specifik ensidig policy vara antingen uttryckligt eller underförstått.<sup>97</sup> Rent ensidiga ageranden fångas emellertid inte.<sup>98</sup>

111. Däremot anses *skenbart* ensidigt agerande utgöra ett avtal i konkurrensrättslig mening och komma att omfattas av förbudet.<sup>99</sup> Så kan vara fallet när en

---

<sup>93</sup> Tribunalens dom den 15 september 2005, *Daimler Chrysler*, T-325/01, EU:T:2005:322, p. 200 med däri gjorda hänvisningar.

<sup>94</sup> Se artikel 4 a) i Gruppundantaget för vertikala begränsningar.

<sup>95</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 53.

<sup>96</sup> Se EU-domstolens dom den 14 januari 2021, *Konkurrens- och konsumentverket*, C-450/19, EU:C:2021:10, p. 21 med däri gjorda hänvisningar.

<sup>97</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 54. Se även Tribunalens dom den 26 oktober 2000, *Bayer mot kommissionen*, T-41/96, EU:T:2000:242, p. 71–72.

<sup>98</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 48.

<sup>99</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 49 och Tribunalens dom den 26 oktober 2000, *Bayer mot kommissionen*, T-41/96, EU:T:2000:242.



åtgärd kräver samarbete för att förverkligas och därmed även ett samtycke från den andra parten, exempelvis i förhållandet mellan tillverkare och återförsäljare. Detta har bekräftats av EU-domstolen i rättspraxis. I *Bayer-målet* konstaterade domstolen att det, för att ett avtal enligt artikel 101 i EUF-fördraget ska anses ha ingåtts genom ett underförstått godkännande, är nödvändigt att den vilja som en av avtalsparterna ger uttryck för i ett konkurrensbegränsande syfte utgör en uttrycklig eller underförstådd uppmaning till den andra parten att gemensamt förverkliga ett sådant syfte, i synnerhet när – så som var fallet i *Bayer-målet* – ett sådant avtal vid första anblicken inte ligger i den andra partens intresse.<sup>100</sup> Avtalsparternas gemensamma vilja kan utläsas ur såväl avtalets uttryckliga innehåll som parternas agerande och i synnerhet om återförsäljarna direkt eller indirekt har samtyckt till leverantörens uppmaning att följa minimipriser vid återförsäljning.<sup>101</sup>

112. Ett uttryckligt samtycke till en begäran kan exempelvis återfinnas i ett allmänt avtal mellan parterna som ger en part rätt att ensidigt lägga till bestämmelser i efterhand.<sup>102</sup> Ett underförstått/tyst samtycke kan föreligga om i) en part uttryckligen eller underförstått kräver att den andra parten samarbetar för att genomföra den förras ensidiga åtgärd och ii) den andra parten har gjort detta genom att tillämpa den ensidiga åtgärden.<sup>103</sup>
113. För att ett samtycke ska anses vara för handen bör det som utgångspunkt alltså vara tillräckligt att påvisa att den skenbart ensidiga åtgärden har *implementerats* av den andra parten.<sup>104</sup> Sådan implementering kan antingen visas genom skriftliga bevis (se exempelvis *Nintendo-fallet*<sup>105</sup>) eller genom att påvisa faktiskt beteende.<sup>106</sup>
114. Vidare har EU-domstolen förklarat att enligt effektivitetsprincipen kan bevisningen för att unionens konkurrensrätt har åsidosatts följaktligen inte bara utgöras av direkt bevisning, utan även av indicier, under förutsättning att dessa är objektiva och samstämmiga. Förekomsten av ett samordnat

---

<sup>100</sup> EU-domstolens dom den 6 januari 2004 i de förenade målen C-2/01 P och C-3/01 P, *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure eV och kommissionen mot Bayer AG*, EU:C:2004:2, p. 102.

<sup>101</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 53.

<sup>102</sup> Jfr Tribunalens dom den 6 juli 2000, *Volkswagen*, T-62/98, EU:T:2003:326, p. 236.

<sup>103</sup> EU-domstolens dom den 6 januari 2004 i de förenade målen C-2/01 P och C-3/01 P, *Bundesverband der Arzneimittel-Importeure eV och kommissionen mot Bayer AG*, EU:C:2004:2, p. 101–103.

<sup>104</sup> Faull & Nikpay, *The EU Law of Competition* (3 uppl., 2014), p. 3.111–3.113.

<sup>105</sup> Kommissionens beslut den 30 oktober 2002 i ärendena COMP/35.587, COMP/35.706 och COMP/36.321, *Nintendo*, p. 313–320.

<sup>106</sup> Tribunalens dom den 27 september 2006, *GlaxoSmithKline Services mot kommissionen*, T-168/01, EU:T:2006:265, p. 83. Se även Tribunalens dom den 3 december 2003, *Volkswagen mot Kommissionen*, T-208/01, EU:T:2003:326, p. 53 med däri gjorda hänvisningar och Tribunalens dom den 26 oktober 2000, *Bayer mot kommissionen*, T-41/96, EU:T:2000:242, p. 126.

förfarande eller ett avtal måste nämligen i de flesta fall härledas ur ett antal sammanträffanden och indicier som när de beaktas tillsammans kan utgöra bevis för att en överträdelse av konkurrensreglerna har skett, när annan hållbar förklaring saknas.<sup>107</sup>

115. Avtal i konkurrensrättslig mening, om vertikal prisstyrning, kan således fastställas inte bara genom direkta bevis utan även på grundval av sammanträffanden och samstämmiga indicier om det av detta går att sluta sig till att en leverantör har uppmanat sina återförsäljare att följa sådana priser och att dessa i praktiken har följt de priser som leverantören har angett.<sup>108</sup>
116. Bedömningen om huruvida samtycke föreligger görs även med hänsyn till *graden av tvång* som en part använder för att påtvinga den andra avtalsparten sin ensidiga policy. EU-domstolen har dock konstaterat att det inte i samtliga fall är nödvändigt att visa huruvida ett system med kontroller och sanktioner föreligger för att ett avtal som strider mot artikel 101 i EUF-fördraget ska anses ha ingåtts.<sup>109</sup>
117. När det särskilt gäller vertikal prisstyrning uttalas det i de vertikala riktlinjerna att sådan prisstyrning kan tillämpas genom direkta metoder, och att det exempelvis är fråga om en "*uppenbar [konkurrensbegränsning] om leverantören begär en prisökning och köparen tillgodoser begäran*".<sup>110</sup> Det följer även av de vertikala riktlinjerna att vertikal prisstyrning kan tillämpas genom indirekta metoder, däribland incitament att använda ett minimipris eller negativa incitament att avvika från ett minimipris.<sup>111</sup> Ett exempel på en sådan indirekt metod för tillämpning av vertikal prisstyrning kan vara avtal som fastställer de största rabatter som återförsäljaren får bevilja från en föreskriven prisnivå.<sup>112</sup>
118. Den omständigheten att en nedströmsaktör ibland handlar emot avtalet innebär inte automatiskt att ett avtal inte har kommit till stånd. I *Activision Blizzard*-målet påpekade EU-domstolen att "*en ensamåterförsäljare [kan] ha intresse av inte endast att komma överens med tillverkaren, för att begränsa parallellhandeln i syfte att skydda sitt eget område i större omfattning, utan även att*

---

<sup>107</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 55–56 och där angiven praxis.

<sup>108</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 57–58.

<sup>109</sup> EU-domstolens dom den 10 februari 2011, *Activision Blizzard*, C-260/09 P, EU:C:2011:62, p. 77.

<sup>110</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 186.

<sup>111</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 187.

<sup>112</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 187 (b).

*i hemlighet ägna sig åt försäljning i strid med det aktuella avtalet, för att försöka använda det till sin egen vinning.”<sup>113</sup>*

119. Prisövervakning används allt flitigare inom e-handeln, där det är vanligt förekommande att både leverantörer och återförsäljare använder programvara för prisövervakning. Prisövervakning betraktas emellertid inte i sig som vertikal prisstyrning, och förekomsten av ett system för prisövervakning är inte heller avgörande vid en bedömning enligt 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget.<sup>114</sup> Direkta eller indirekta metoder för vertikal prisstyrning kan dock göras effektivare om de kombineras med åtgärder som syftar till att identifiera vilka återförsäljare som sänker priserna, t.ex. införande av prisövervakningssystem eller en skyldighet för återförsäljare att rapportera andra medlemmar i distributionsnätet som avviker från standardprisnivån.<sup>115</sup> Förekomsten av ett prisövervakningssystem kan även få betydelse vid bedömningen av graden av överträdelsens allvarlighet.

### 3.3.2.2 *En enda och fortlöpande överträdelse*

120. En överträdelse av förbuden i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget kan följa inte bara genom ett enstaka handlande utan även genom en serie handlanden eller genom ett fortlöpande beteende. Detta även om ett eller flera led i denna serie handlanden eller i detta fortlöpande beteende även i sig och helt isolerat kan utgöra en överträdelse. När de olika handlandena ingår i en ”samlad plan” på grund av deras identiska syfte som snedvrider konkurrensen kan företag tillskrivas ansvar för dessa handlanden utifrån deltagandet i överträdelsen bedömd i dess helhet.<sup>116</sup> I sådana fall är det fråga om *en enda och fortlöpande överträdelse*.

121. En enda och fortlöpande överträdelse kan även omfatta element som inte i sig utgör överträdelser av förbuden i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget. Det räcker att de olika agerandena ingår i en samlad plan som syftar till att uppnå ett enda konkurrensbegränsande syfte.<sup>117</sup>

---

<sup>113</sup> EU-domstolens dom den 10 februari 2011, *Activision Blizzard*, C-260/09 P, EU:C:2011:62, p. 81–82.

<sup>114</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 191.

<sup>115</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 190.

<sup>116</sup> Se EU-domstolens dom den 7 januari 2004 i de förenade målen C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P och C-219/00 P, *Aalborg Portland m.fl. mot kommissionen*, EU:C:2004:6, p. 258, EU-domstolens dom den 21 september 2006, *Technische Unie mot kommissionen*, C-113/04 P, EU:C:2006:593, p. 178, EU-domstolens dom den 24 juni 2015, 293/13 P och C-294/13 P, *Fresh Del Monte Produce m.fl.*, EU:C:2015:416, p. 156, EU-domstolens dom den 26 januari 2017, C-625/13 P, *Villeroy & Boch*, EU:C:2017:52, p. 58 och 59. För vertikala avtal, se kommissionens beslut den 30 oktober 2002 i ärendena COMP/35.587, COMP/35.706 och COMP/36.321, *Nintendo*, p. 258 ff. och kommissionens beslut den 24 juli 2018 i ärende AT.40465, *Asus*, p. 100.

<sup>117</sup> Se Tribunalens dom den 2 februari 2022, *Scania m.fl. mot kommissionen*, T-799/17, EU:T:2022:48, p. 208.





### 3.3.3 Övergripande om avtalens innehåll

122. Genom Konkurrensverkets utredning har det framkommit att det förelegat avtal eller samordnade förfaranden mellan Tapwell och återförsäljaren Home Online respektive mellan Tapwell och återförsäljaren Hemgallerian i form av en vertikal prisstyrning som har begränsat återförsäljarnas möjligheter att fastställa försäljningspriset på Tapwells produkter som säljs över internet. Prisstyrningen har inneburit att det funnits ett lägsta pris som återförsäljarna inte fått understiga i sin marknadsföring och prissättning. Det lägsta priset har utgjorts av ett pris motsvarande Tapwells vid var tid gällande rekommenderade pris minus 10 procent.
123. Avtalen eller de samordnade förfarandena har ingåtts genom att Tapwell har implementerat en prispolicy (med innebörden att slutkundspriserna på Tapwells produkter som säljs över internet inte ska understiga det rekommenderade priset minus 10 procent), vilken Home Online och Hemgallerian har samtyckt till. Det har således funnit ett nära samband mellan det rekommenderade priset och det lägsta tillåtna priset enligt prispolicyn.
124. Tapwell har tillämpat olika metoder för att upprätthålla prisstyrningen. Eftersom det lägsta pris som får tas ut enligt prispolicyn bestäms utifrån det rekommenderade priset enligt Tapwells prislista (det rekommenderade priset minus 10 procent) har det haft påverkan på slutkundspriset om återförsäljarna utgått från rätt rekommenderat pris. Såväl Tapwell som återförsäljarna har – mot bakgrund av den överenskomna prispolicyn – vetat om att en justering av bruttopriset även leder till att slutkundspriset ändras till rätt nivå enligt prispolicyn.
125. En vanlig metod som Tapwell använt har varit att påtala till återförsäljarna att deras rekommenderade priser är fel (oftast uttryckt som ett påpekande om "*fel bruttopris*"). Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör sådana påpekanden från Tapwell om "*fel bruttopris*" direkta eller indirekta uppmaningar till återförsäljarna att följa prispolicyn genom att rätta till bruttopriset som beräkningen av slutkundspriset bygger på. Tapwells påpekanden om "*fel bruttopris*" har – även om det skulle förmodas att Tapwell i vissa fall har avsett bruttopriset – påverkat återförsäljarnas slutkundspriser.
126. En annan metod som tillämpats av Tapwell har varit att kontakta och ställa frågor till återförsäljare som haft kampanjerbjudanden i sina nätbutiker. Förutsatt att korrekt rekommenderat pris anges i återförsäljarens marknadsföring är den högsta tillåtna rabatten enligt prispolicyn 10 procent. Konkurrensverkets bedömning är att Tapwells frågor om återförsäljares kampanjer också utgör direkta eller underförstådda uppmaningar att höja priset till i vart fall det lägsta priset enligt prispolicyn.



127. En ytterligare metod som Tapwell har använt sig av för att prisstyra återförsäljarna har varit att vidarebefordra bevakningsmejl och annan information från Prisjakt till återförsäljarna. Tapwell har satt upp ett konto hos Prisjakt och erhållit sådana bevakningsmejl från Prisjakt när priset på olika Tapwell-produkter har sänkts.<sup>118</sup> I informationen från Prisjakt framgår de faktiska slutkundspriser som återförsäljare marknadsför och säljer produkter för. Konkurrensverkets bedömning är att även denna typ av meddelanden utgör uppmaningar att justera slutkundspriser som inte följer Tapwells prispolicy.
128. Att Tapwells begäran om prishöjningar har tillgodosetts framgår dels genom bekräftelser från Home Online och Hemgallerian (t.ex. "fixar", "ändrat"), dels genom att Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Home Online och Hemgallerian vid upprepade tillfällen har höjt priserna efter begäran.
129. Enligt Konkurrensverkets bedömning har Tapwell prisstyrt Home Online från och med den 28 augusti 2019 till och med den 15 februari 2021 och Hemgallerian från och med den 31 oktober 2018 till och med den 1 februari 2021. Prisstyrningen har omfattat hela Tapwells vid var tid aktuella produktutbud.
130. Tapwell har bestritt att bolaget prisstyrt Home Online och Hemgallerian och att avtal eller samordnade förfaranden alltså förelegat. Tapwell har framförallt framhållit att det inte finns någon sådan prispolicy som Konkurrensverket gör gällande och Tapwell har bestritt att de olika kontakterna från företaget till de två återförsäljarna utgör begäran om prishöjningar. Vidare har Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata ifrågasatts.<sup>119</sup>
131. Konkurrensverkets närmare bedömning av avtalskriteriet redovisas i det följande, varvid Tapwells invändningar utvecklas och bemöts.

### 3.3.4 Tapwells prispolicy

#### 3.3.4.1 *Innehåll, syfte och bakgrund*

132. Som tidigare redogjorts för inleddes Konkurrensverkets utredning med anledning av att två Tapwell-återförsäljare, Velltra och Hemmatema, uppmärksammat Konkurrensverket på en misstanke om att Tapwell avtalat eller samordnat sig med återförsäljare om fasta eller lägsta priser eller prisnivåer.

---

<sup>118</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 6–7.

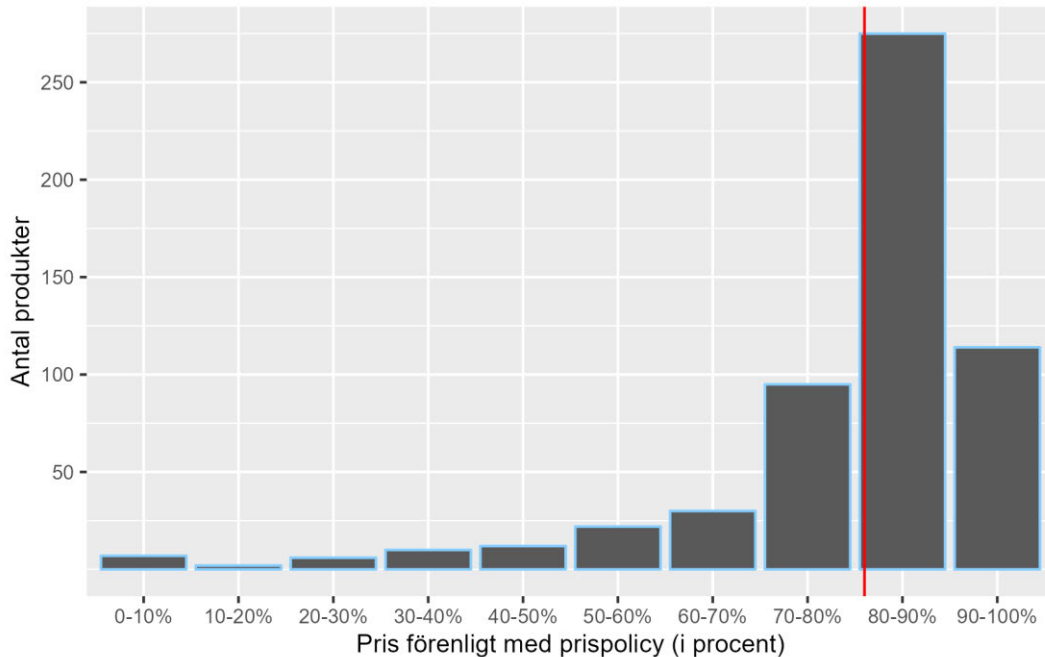
<sup>119</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics och handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023.

133. Av den efterföljande utredningen har det framkommit att Tapwell har implementerat en prispolicy. Som angetts har denne syftat till att slutkundspriserna på Tapwells produkter som säljs över internet inte skulle understiga vid var tid gällande rekommenderade pris minus 10 procent. Prispolicyn har alltså fastställt ett lägsta pris som återförsäljarna skulle iaktta. Policyn har även inneburit att produkterna inte har fått marknadsföras till ett lägre pris än det lägsta priset.
134. Mot bakgrund av att den omfattande korrespondens om prispolicyn som framkommit genom utredningen innefattar ett stort antal olika Tapwell-produkter är det Konkurrensverkets bedömning att policyn har omfattat hela Tapwells, vid respektive tidpunkt, gällande produktutbud. Att så varit fallet stöds även av den analys av Prisjaksdata som Konkurrensverket har gjort. Inom ramen för den analysen har det närmare undersökts i hur stor utsträckning olika Tapwell-produkter varit prissatta i enlighet med Tapwells prispolicy under perioden den 1 oktober 2018 till den 1 mars 2021.<sup>120</sup> Resultatet presenteras i figuren nedan.<sup>121</sup>

---

<sup>120</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 8–9. När det gäller produkter har Konkurrensverket för varje produkt beräknat graden av följsamheten till Tapwells prispolicy genom att skatta den genomsnittliga prislehetsföljsamheten för hela tidsperioden av samtliga återförsäljare från Tapwell som hade produkten uppe på Prisjakt. En detaljerad beskrivning av metoden som används i analysen finns i handl.nr 487.

<sup>121</sup> Figuren visar fördelning av 588 Tapwell-produkter från alla återförsäljare i tio olika stigande staplar beroende på i vilken utsträckning som produkten är prissatt i enlighet med Tapwells prispolicy. Varje stapel uttrycker ett stigande intervall där första stapeln visar antal produkter som har haft lägst följsamhet (mellan 0 procent och 10 procent) och den sista stapeln visar antal produkter som har haft högst följsamhet (mellan 90 procent och 100 procent) till Tapwells prispolicy.

**Figur 2. Genomsnittlig prisföljsamhet till Tapwells prispolicy uppdelat på produkter<sup>122</sup>**

135. Av Figur 2 framgår att den stora majoriteten av Tapwells produkter under den aktuella perioden har tillhandahållits av återförsäljare till ett pris som är förenligt med Tapwells prispolicy. Vidare framgår att det under samma period endast är några enstaka produkter som sällan har varit prissatta i enlighet med policyn. Den genomsnittliga graden av prisföljsamhet på produktnivå är 80 procent under analysperioden (den röda vertikala linjen i figuren).

136. Tapwell har härvid invänt att Konkurrensverkets analys inte tar hänsyn till hur viktig respektive produkt är för återförsäljarna. Det är enligt Tapwell inte troligt att en återförsäljare aktivt konkurrerar med pris på reservdelar eller produkter de säljer väldigt lite av. Tapwell har särskilt framhållit att prisföljsamheten för produkten TVM 7200-160 (Tapwells storsäljare) är låg och enligt deras sätt att beräkna endast uppgår till ca 45 procent.<sup>123</sup>

137. Konkurrensverket anser dock inte att Tapwells invändning är relevant. Konkurrensverket gör nämligen gällande att prisstyrningen omfattat hela Tapwells produktutbud, inte enbart storsäljare.

138. Därutöver har den analys som gjorts av prisföljsamheten endast innefattat de produkter som funnits tillgängliga på Prisjakt under den analyserade

<sup>122</sup> I figuren redovisas observationerna i olika intervaller. Om exempelvis en observation visar 10,00 procent så har denna kategoriserats i intervallet 0–10 procent, medan om observationen visar exempelvis 10,01 procent så har denna kategoriserats i intervallet 10–20 procent.

<sup>123</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 84 och handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 28-29.



perioden och som tillhandahållits av återförsäljare som inkluderats i analysen. Majoriteten av dessa produkter ingår i Tapwells huvudsortiment (90 procent av produkterna som ingår i analysen utgörs av köksblandare, tvättställsblandare och olika typer av duschar). Vidare återfinns endast nio produkter i analysen (motsvarande 1,5 procent av det totala antalet) som ingår i varugrupper som utgörs av reservdelar eller tillbehör.<sup>124</sup> Analysen omfattar alltså endast i begränsad omfattning sådana produkter som Tapwell påstår att det är mindre troligt att återförsäljarna aktivt konkurrerar med pris på – trots detta är prispölsamheten hög. Hade även sådana produkter (dvs. som Tapwell påstår att återförsäljarna inte aktivt konkurrerar med pris på) beaktats i Konkurrensverkets analys, skulle prispölsamheten ha blivit ännu högre. Det kan dessutom noteras att Konkurrensverkets analys avser just de produkter som funnits på Prisjakt, dvs. en prisjämförelsesajt, och alltså bör avse produkter där pris är en konkurrensfaktor.

139. Vad särskilt gäller TVM 7200 framgår det förvisso av kontakter mellan Tapwell och olika återförsäljare att det lägsta priset enligt prispölsicyn ibland har understigits för denna produkt. Av kontakterna framgår dock att Tapwell likväl har pekat på vilket pris återförsäljare bör ta för produkten (se punkterna 159 och 214 nedan). Det finns även exempel på hur återförsäljare höjt priset för just TVM 7200 till ett pris förenligt med prispölsicyn efter påpekande från Tapwell (se punkterna 415–418 nedan). Att prispölsamheten är lägre för denna produkt visar därför enligt Konkurrensverket inte på att den inte omfattas av prispölsicyn.
140. Konkurrensverkets bedömning är att prispölsicyn har varit gällande under hela den period som Konkurrensverkets beslut omfattar (dvs. från och med den 31 oktober 2018 till och med den 15 februari 2021).
141. Det övergripande syftet med Tapwells prispölsicity har, enligt Konkurrensverkets bedömning, varit att hålla en stabil prisnivå på Tapwells produkter som säljs över internet och att undvika ett prisrig.
142. Såvitt Konkurrensverket har kunnat finna har Tapwells prispölsicity sitt ursprung i att Tapwell började sälja till företag inom Bygghemma-sfären, vilken är Tapwells största återförsäljare i Sverige sett till omsättning. Detta får stöd i uppgifter som lämnats i förhör av EE, [REDACTED]. Han har i förhöret berättat om att AA på Tapwell, i samband med att EE uttryckt oro över att Tapwells utvidgning till bygghandeln skulle leda till ett prisrig, framfört en riktnivå som skulle komma att uppgå till 10 procents rabatt från Tapwells prislista.<sup>125</sup>

---

<sup>124</sup> Handl.nr 487, Fölsamheten till Tapwells prispölsicity, s. 2–3.

<sup>125</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 14–17.

143. Tapwell har invänt att det jämviktspris om 10 procent från Tapwells prislista som tillämpats på återförsäljarmarknaden satts utan inblandning av Tapwell och att det är Bygghemmas prisbild som har styrt marknaden.<sup>126</sup> Till stöd för detta har Tapwell hänvisat till<sup>127</sup> uttalanden i förhör av AA på Tapwell som framhåller att det är den största aktören som styr prisbilden<sup>128</sup> och till att såväl CC på Home Online som EE på Hemgallerian framhållit att det är Bygghemma som är den största aktören på marknaden.<sup>129</sup>
144. Konkurrensverkets bedömning, vilken stöds av redovisade uppgifter från EE på Hemgallerian om att det var AA på Tapwell som framförde en nivå på 10 procents rabatt från Tapwells prislista som en riktnivå, är dock att det är Tapwell som bestämt prisnivån. Detta stöds också av följande som framkommit av korrespondens mellan anställda på bolag inom Bygghemma-sfären och AA.
145. Den 4 juni 2020 skickar FF på Golvpoolen (som är ett företag inom Bygghemma-sfären) flera sms-meddelanden till AA på Tapwell där FF skriver följande: *"Vi måste sänka pris på alla era grejer. Bric TW Heaven Kakelpalatzet"*<sup>130</sup>, *"Måste köra 30 % på allt ert i [butiken]"*. AA svarar med ett frågetecken ("??") varvid FF svarar: *"De ger alla kunder det"*. Några dagar senare, den 9 juni 2020, skriver FF i ett sms-meddelande till AA: *"Lite kasst att ni släppt dem att sälja det på webb. Det tappar jag lite respekt på. Ni satte regel vi följde ..."* (Konkurrensverkets understrykning).<sup>131</sup>
146. Enligt Konkurrensverkets bedömning verkar det som att FF har sänkt priserna på Tapwells produkter till följd av att en annan återförsäljare, Kakelpalatzet, gjort det. *"De ger alla kunder det"* och *"dem"* som säljer det på webben åsyftar alltså Kakelpalatzet. Det framstår som att FF är upprörd över att Kakelpalatzet inte har följt prispolicy (dvs. högst 10 procents rabatt på internet). Den regel som FF nämner är enligt Konkurrensverkets bedömning alltså Tapwells prispolicy.
147. Även följande korrespondens, vilken sker redan 2018, talar enligt Konkurrensverket för att det är Tapwell som bestämt prisnivån.

---

<sup>126</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 91.

<sup>127</sup> Handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023 och handl.nr 467, Tapwells presentation vid muntligt förfarande den 13 oktober 2023, s. 75–77.

<sup>128</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 17.

<sup>129</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 3–4 och handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 13.

<sup>130</sup> Bric, TW och Heaven åsyftar enligt Konkurrensverket olika Tapwell-varumärken.

<sup>131</sup> Handl.nr 247, Sms-konversation den 4 till 9 juni 2020 mellan FF på Golvpoolen och AA på Tapwell, s. 36.



148. Den 17 oktober 2018 skickar GG på Arredo (som är ett företag inom Bygghemma-sfären) ett sms-meddelande till AA på Tapwell där han skriver följande: "*[AA] jag har snackat med [FF]. Vi kommer höja priserna så vi ligger på 10% rabatt på allt. Har satt en kille här på att fixa det omg. Det skulle dock vara bra om vi kan någon rumsren kort kampanj på även det som inte är kampanjvarorna. Vi kan väl fundera på och diskutera det? Vi hörs*".<sup>132</sup>
149. Konversationen i oktober 2018 talar enligt Konkurrensverket med styrka för att prisnivån har bestämts av Tapwell. Om den skulle ha satts av Bygghemma-sfären hade det inte funnits anledning för GG att fråga om möjlighet att ha kampanjpriser.
150. Vidare sker följande korrespondens 2019, vilken enligt Konkurrensverket också talar för att det är Tapwell som bestämt prisnivån.
151. Den 21 oktober 2019 skickar HH på Arredo ett mejl till FF på Golvpoolen med rubriken "*Tapwell TVM 7200 krom priser*" och framför: "*Så här ser det ut på Tapwells största volymprodukt. TVM 7200 krom. Vi får inte sänka en krona under 10% rabatt. Men de andra kör på flat out. GP är 16:e butik i ordningen så man får scrolla ner för att hitta oss [bild på Prisjakt]*".<sup>133</sup>
152. Enligt Konkurrensverkets bedömning hänvisar HH till det lägsta priset enligt prispolicyn (dvs. högst 10 procents rabatt). Att han uppger att "*vi får inte*" talar enligt Konkurrensverket tydligt för att det är en prisnivå som bestämts av någon annan.
153. Sammantaget ger de olika korrespondenserna ovan stöd för att det är Tapwell som bestämt prisnivån. Att Bygghemma förvisso också kan ha haft ett intresse av att följa den av Tapwell bestämda nivån påverkar inte bedömningen.
154. Konkurrensverkets bedömning är att Tapwells avsikt varit att prispolicyn skulle gälla för samtliga eller i vart fall ett stort antal av dess återförsäljare. Detta då policyn kommunicerats ut brett till återförsäljarkollektivet, vilket kommer att redogöras för nedan. Vidare måste det rimligen ha varit en förutsättning för att få Home Online och Hemgallerians samtycke till policyn att den även avsågs tillämpas gentemot andra återförsäljare.
155. I det följande kommer det att redogöras för omständigheter som visar att Tapwell har haft en prispolicy och att denna har förmedlats till återförsäljarna. Därefter kommer återförsäljarnas följsamhet till prispolicyn

---

<sup>132</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 17 oktober 2018 från GG på Arredo till AA på Tapwell s. 4.

<sup>133</sup> Handl.nr 58, Mejl den 21 oktober 2019 från HH på Arredo till FF på Golvpoolen.

behandlas. Slutligen redogörs för tillfällena då återförsäljarna tillåts understiga det lägsta priset enligt prispolicyn.

#### 3.3.4.2 *Omständigheter som visar att Tapwell har haft en prispolicy som förmedlats till återförsäljarna*

##### 3.3.4.2.1 **Inledning**

156. Nedan redogörs för olika omständigheter som enligt Konkurrensverkets bedömning visar på att Tapwell har haft en prispolicy (med ovan angivet innehåll) och att denne har förmedlats till återförsäljarna. De olika omständigheterna består av

- kommunikation inom Tapwell och kommunikation mellan Tapwell och återförsäljare där det hänvisas till prispolicyn,
- övervakning från Tapwell av återförsäljarnas prisföljsamhet och uppmaningar till återförsäljare att justera priser, och
- övervakning från återförsäljarna av varandra och rapportering till Tapwell.

157. Att det lägsta pris som får tillämpas enligt prispolicyn har bestämts utifrån Tapwells rekommenderade pris enligt aktuell prislista (vilken tillhandahålls återförsäljarna) minskar enligt Konkurrensverket behovet av kontakter mellan Tapwell och återförsäljarna. Av utredningen har dock framkommit att Tapwell på olika sätt kontaktat återförsäljare med olika påpekanden om priser eller kampanjer. Dessa kontakter har ofta varit kortfattade och det efterfrågade agerandet har varit underförstått. Skälen härför kan antingen vara att prispolicyn har varit så pass inarbetad och välkänd att endast kort och kryptisk kommunikation behövs, eller att försvåra upptäckt av ett olagligt beteende. Även om dessa typer av påpekanden inte uttryckligen uppmanar återförsäljare att vidta prishöjningar är det Konkurrensverkets bedömning att påpekandena i själva verket har utgjort uppmaningar att följa prispolicyn. Det kan även konstateras att två återförsäljare, vilka båda har köpt Tapwell-produkter via grossister, uppgivit att Tapwell per telefon gjort mer uttryckliga påtryckningar om att höja slutkundspriserna.<sup>134</sup> En företrädare från Tapwell har själv uppgett att många kontakter sker per telefon.<sup>135</sup>

##### 3.3.4.2.2 **Hänvisningar till prispolicyn**

158. Det lägsta pris som får tas ut enligt policyn är som angetts Tapwells rekommenderade pris minus 10 procent. Följande händelser utgör exempel

---

<sup>134</sup> Handl.nr 2, Tjänsteanteckning från samtal den 23 februari 2021 med Velltra, s. 1 och handl.nr 3, Tjänsteanteckning från samtal den 23 februari 2021 med Hemmatema.

<sup>135</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 5.





på kommunikation inom Tapwell och kommunikation mellan Tapwell och återförsäljare där det, enligt Konkurrensverkets bedömning, hänvisas till prispolicyn och det lägsta priset.

159. I ett mejl den 9 maj 2018 skriver II på Kakeldaxgruppen internt till JJ att: *"Vi har fått klagomål på oss från Tapwell att vi ligger på -20% på vissa av deras produkter via webhandeln. Vi bör därför ändra detta till -10% och hänvisa till att butikerna som kan köra specialkampanjer ibland. Nedan följer några produkter som vi kan lägga upp på nätet istället med extra bra kampanjpris!"*.<sup>136</sup> Härefter vidarebefordrar JJ samma dag mejlkedjan till AA på Tapwell och skriver: *"Har korrigerat kampanjen nu på webben till 10% på Tapwell produkter, som är tänkt att löpa denna veckan ut. En produkt som vi dock gärna vill pusha för som vi lagerför är TVM 7200. Vi säljer denna för 5495:- (standardpris 7995:-) både på webben och i våra butiker. Vad anser ni om det på Tapwell? Vi är ju inte direkt ensamma om att sälja den till ett kraftigt reducerat pris: [bild som inte syns]"*.<sup>137</sup> AA på Tapwell svarar JJ samma dag och framför: *"Ni får ju självklart ta vad ni vill men alla tar 5595kr. Tar ni 5495kr kommer någon annan ta 5395kr och till slut ligger den på 3995kr"*.<sup>138</sup>
160. I en sms-konversation den 17 oktober 2018 framför (som tidigare konstaterats, se punkten 148 ovan) GG på Arredo till AA på Tapwell: *"[AA] jag har snackat med [FF]. Vi kommer höja priserna så vi ligger på 10% rabatt på allt. Har satt en kille här på att fixa det omg. Det skulle dock vara bra om vi kan någon rumsren kort kampanj på även det som inte är kampanjvarorna. Vi kan väl fundera på och diskutera det? Vi hörs"*.<sup>139</sup>
161. I ett mejl från den 9 oktober 2019 med rubriken *"Tapwell web"* skriver BB på Tapwell till KK på Kakeldaxgruppen: *"Har du möjlighet att ändra pris på ett par artiklar på er web? EVO070 och SY071 Vi vill ha max 10% rabatt på weben, ni kan köra vassare pris i butiken såklart"*.<sup>140</sup> Samma dag skickar KK ett svar till BB och skriver: *"Fixat!"*.<sup>141</sup>
162. Den 26 augusti 2020 skriver KK på Kakeldaxgruppen i ett mejl till BB på Tapwell bl.a. att: *"Vi kör våra höstkampanjveckor mellan v39 och v49 i alla enheter samt webbhandel. Mellan 39-42 är det mer specifikt koncentrerat på duschväggar och blandare. Är ni intresserade av att vara med här? I så fall bestämmer vi ett koncept som ni är OK med, planen är att köra 25% och pusha hårt och stöttning under*

---

<sup>136</sup> Handl.nr 15, Mejl den 9 maj 2018 från II på Kakeldaxgruppen till JJ på Kakeldaxgruppen.

<sup>137</sup> Handl.nr 15, Mejl den 9 maj 2018 från JJ på Kakeldaxgruppen till AA på Tapwell.

<sup>138</sup> Handl.nr 15, Mejl den 9 maj 2018 från AA på Tapwell till JJ på Kakeldaxgruppen.

<sup>139</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 17 oktober 2018 från GG på Arredo till AA på Tapwell s. 4.

<sup>140</sup> Handl.nr 42, Mejl den 9 oktober 2019 från BB på Tapwell till KK på Kakeldaxgruppen.

<sup>141</sup> Handl.nr 42, Mejl den 9 oktober 2019 från KK på Kakeldaxgruppen till BB på Tapwell.

höstkampanjen är som vanligt mycket uppskattat".<sup>142</sup> Samma dag vidarebefordrar BB på Tapwell mejlet till AA på Tapwell och framför: "Kommer du ihåg hur vi gjorde i våras? Deras kampanj blir 4 veckor... Ska jag meddela dem att de kan få 10% extra i 2 veckor, antagligen de 2 sista, och att de inte får lägga rabatterna på nätet(max 10%) Är det uppstadat på Bygghemma?".<sup>143</sup> AA svarar BB samma dag och framför: "Bra lös det som nedan. Ingen ordning på nätet. Hemgallerian [EE] har börjat med 20%".<sup>144</sup>

163. BB på Tapwell svarar några dagar senare, den 30 augusti 2020, KK på Kakeldaxgruppen och skriver: "Tapwell är gärna med på kampanjen, dock kan vi endast stötta med 10% extra under 2 veckor. Ska vi välja de 2 sista veckorna så får ni samla in ordrar under början av kampanjen och skicka in dem under de två veckor ni har extra stöttning? Och priserna i webbshoppen kvarstår oförändrade antar jag?"<sup>145</sup> KK på Kakeldaxgruppen svarar BB dagen efter och skriver bl.a. att: "Planen är att hela bolaget kör enligt kampanjen och då även inkluderat webbhandeln. Blir det ett problem att inkludera webbutiken i så fall? [...]".<sup>146</sup> BB svarar KK den 1 september 2020 och framför bl.a. att: "Vi vill helst inte se att webbhandeln drar ner byxorna dessvärre. [...]".<sup>147</sup> Härefter skriver KK bl.a.: "Absolut, har förståelse för detta. Hade exempelvis 20% fungerat istället om vi också inkluderar webben? Eller är det längden på kampanjen som spökar? [...]".<sup>148</sup> BB på Tapwell vidarebefordrar hela mejlkedjan till AA på Tapwell och skriver: "Tar du och ringer och förklarar läget med internetkampanjer, de vill gärna köra kampanj då de ser att många andra gör det..".<sup>149</sup>
164. I ett mejl från den 9 september 2020 mejlar BB på Tapwell internt på Tapwell och framför: "FYI Samtliga kakeldax kommer köra kampanj v. 39-42. Jag har godkänt 10% extra 21-28 sep och 5-12 okt, Dvs andra och fjärde veckan så får de samla in ordrar och lägga dem under rabattperioden vi lämnar. De kommer även köra på sin webhandel under förutsättning att det inte dyker upp på prisjakt eller pricerunner, om så blir fallet så får de justera priserna på webben"<sup>150</sup>. AA på Tapwell svarar dagen efter och framför: "Bra [BB] [...]".<sup>151</sup>

---

<sup>142</sup> Handl.nr 160, Mejl den 26 augusti 2020 från KK på Kakeldaxgruppen till BB på Tapwell och handl.nr 166, Mejl den 26 augusti 2020 från KK på Kakeldaxgruppen till BB på Tapwell.

<sup>143</sup> Handl.nr 166, Mejl den 26 augusti 2020 från BB på Tapwell till AA på Tapwell.

<sup>144</sup> Handl.nr 166, Mejl den 26 augusti 2020 från AA på Tapwell till BB på Tapwell.

<sup>145</sup> Handl.nr 160, Mejl den 30 augusti 2020 från BB på Tapwell till KK på Kakeldaxgruppen.

<sup>146</sup> Handl.nr 160, Mejl den 31 augusti 2020 från KK på Kakeldaxgruppen till BB på Tapwell.

<sup>147</sup> Handl.nr 160, Mejl den 1 september 2020 från BB på Tapwell till KK på Kakeldaxgruppen.

<sup>148</sup> Handl.nr 160, Mejl den 1 september 2020 från KK på Kakeldaxgruppen till BB på Tapwell.

<sup>149</sup> Handl.nr 160, Mejl den 1 september 2020 från BB på Tapwell till AA på Tapwell.

<sup>150</sup> Handl.nr 168, Mejl den 9 september 2020 från BB på Tapwell till MM och OO båda på Tapwell och med kopia till AA på Tapwell.

<sup>151</sup> Handl.nr 168, Mejl den 10 september 2020 från AA på Tapwell till BB på Tapwell.



165. I ett internt mejl inom Kakeldaxgruppen informerar JJ den 24 september 2020 II och framför: "Hej, OK för mig att vi kör 10% på webb och 20-25% i butik. Jag har sänkt Tapwell till 10% rabatt precis på webben. Jag kollade på Bygghemma och de kör samma. Vi gör stickprov på deras webb och på Price Runner!".<sup>152</sup> Detta internmejl med rubriken "Kakeldax Tapwell rabatter på nätet" vidarebefordrar II samma dag till AA på Tapwell och skriver: "För din info!".<sup>153</sup>
166. I ett mejl från den 7 oktober 2020 framför LL på Kakelpalatzet synpunkter på Tapwells prissättning.<sup>154</sup> MM på Tapwell svarar LL samma dag och framför bl.a. att: "[...] Ang internet så har det varit ett 'priskrig' precis. Vi har alltid haft 10% rabatt på nätet men någon jubelidiot sänkte priserna och vips så var alla andra igång och sänkte. Nu har vi lyckats lösa det förra veckan så nu är alla priser tillbaka på 10% igen. Förutom TVM7200 som kostar 5495kr eller 5295kr, det är en kampanjvara som de får ha lägre pris på. Så när dina kunder hävdar 20% på nätet så stämmer inte det. Vi till skillnad från de flesta andra leverantörerna har koll på prisbilden på nätet till förmån för våra återförsäljare (butikerna)".<sup>155</sup> I en senare del av denna mejlslinga framför MM den 8 oktober 2020 även att: "Ja det har varit katastrof på nätet de senaste tre veckorna. Om du kollar nu ser du att alla kör 10%."<sup>156</sup>
167. I ett mejl från den 9 december 2020 med rubriken "Tapwell på webben" skriver BB på Tapwell till NN på Skene Järn AB: "Jag fick ett samtal från min försäljningschef ang priserna på webben. Det är fel priser på en del artiklar, vill du ombesörja att det blir fixat? [Listat 4 produkter med priser det "ska vara"] Så får ni se över kampanjpriserna i samband med justeringen, vi rekommenderar 10% rabatt förutom takduschen som ni kan köra 5495:- på".<sup>157</sup> Dagen efter svarar NN och framför: "Absolut, vi fixar detta!"<sup>158</sup>
168. De redogjorda händelserna utgör enligt Konkurrensverkets bedömning alltså exempel på hur återförsäljare och Tapwell hänvisat till prispolicy och dess lägsta pris. Omständigheterna talar tydligt för att Tapwell haft en prispolicy

---

<sup>152</sup> Handl.nr 145, Mejl den 24 september 2020 från JJ på Kakeldaxgruppen till II på Kakeldaxgruppen.

<sup>153</sup> Handl.nr 145, Mejl den 24 september 2020 från II på Kakeldaxgruppen till AA på Tapwell.

<sup>154</sup> Handl.nr 171, Mejl den 7 oktober 2020 från LL på Kakelpalatzet till MM på Tapwell. I mejlet framför LL bl.a. följande: "Vi har haft denna dialog förut men nu lyfter jag den igen. Nu ser du att vi satsar stenhårt på Er och jag antar att det även syns på våra beställningar utav Er. Just nu har vi 50% marginal på lagervaror. Alla beställningar utöver det är det 38%. Som du själv vet med all internet-handel m.m. så släpper enormt många 20% direkt på Ert sortiment. Folk är inte dumma nog att trycka på detta när dom handlar ifrån oss och det händer oerhört ofta. Vi blir dessvärre tvungna att möta dom med 20% då. Möbler och blandare i denna har inte dom bästa marginalerna och det är jag medveten om. Det känns bara oerhört surt att ge bort 20% och behålla 18% oerhört ofta för att få affären. Jag vet att ni släpper 43% till vissa, som jag även förklarar för dig är jag villig att satsa stenhårt på Er [...]".

<sup>155</sup> Handl.nr 171, Mejl den 7 oktober 2020 från MM på Tapwell till LL på Kakelpalatzet.

<sup>156</sup> Handl.nr 158, Mejl den 8 oktober 2020 från MM på Tapwell till LL på Kakelpalatzet.

<sup>157</sup> Handl.nr 196, Mejl den 9 december 2020 från BB på Tapwell till NN på Skene Järn.

<sup>158</sup> Handl.nr 196, Mejl den 10 december 2020 från NN på Skene Järn till BB på Tapwell.



med ett lägsta pris (10 procent under rekommenderat pris), och för att policyn förmedlats till återförsäljarna.

**3.3.4.2.3 Tapwell har övervakat följsamheten till prispolicyn och uppmanat återförsäljare som bryter mot den att ändra sin prissättning**

169. Som redan angetts är det Konkurrensverkets bedömning att Tapwells avsikt har varit att prispolicyn skulle tillämpas av samtliga, eller i vart fall ett stort antal av, dess återförsäljare. Konkurrensverkets bedömning är att Tapwell därför på olika sätt har övervakat återförsäljarnas följsamhet till prispolicyn och kontaktat återförsäljare som avviker från den med uppmaningar om att höja priserna till i vart fall det lägsta priset.
170. Av utredningen har det framkommit flera exempel på hur Tapwell kontaktat olika återförsäljare och påpekat att de har "*fel bruttopris*". Ibland har Tapwell använt uttrycket "*konsumentpris*", med vilket AA på Tapwell uppger avser det rekommenderade konsumentpriset enligt företagets prislista, dvs. bruttopriset.<sup>159</sup>
171. Tapwell har bestritt att dessa påpekanden skulle utgöra uppmaningar att ändra slutkundspriserna. Enligt Tapwell ska påpekandena om fel bruttopris ses som ett led i den service som tillhandahålls återförsäljare för att hjälpa dem att utgå från rätt bruttopriser i sin prissättning och sin marknadsföring. Ett annat syfte med påpekandena är enligt Tapwell att förhindra att återförsäljarna återkommer till Tapwell och försöker få gamla bruttopriser för att inte tappa marginal när återförsäljarna har missat att höja bruttopriserna.<sup>160</sup>
172. Enligt vad som anges nedan är det dock Konkurrensverkets bedömning att påpekandena i själva verket utgör uppmaningar till återförsäljarna att följa prispolicyn. Såväl Tapwell som återförsäljarna har – mot bakgrund av den överenskomna prispolicyn – agerat med vetskap om att en justering av bruttopriset även leder till att slutkundspriset ändras till rätt nivå enligt prispolicyn. Detta då Tapwell har haft insikt i hur återförsäljarna prissätter Tapwell-produkter, dvs. att de (i enlighet med prispolicyn) utgår från Tapwells rekommenderade slutkundspris (bruttopriset) och ger 10 procent rabatt på bruttopriset till slutkunden. Det har alltså funnits ett nära samband mellan de rekommenderade slutkundspriserna (bruttopriserna) och de faktiska slutkundspriserna. Tapwells påpekanden om "*fel bruttopris*" har därför – även om Tapwell skulle ha avsett bruttopriset i vissa fall – styrt återförsäljarnas slutkundspriser.
173. Tapwell har till återförsäljaren Home Online skickat flera sådana påpekanden om "*fel bruttopris*". Dessa redogörs för nedan i punkterna 329 till 355 nedan.

<sup>159</sup> Se t.ex. handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 1.

<sup>160</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 18 och 28.



Tapwell har även skickat påpekanden om *"fel bruttopris"* till Hemgallerian. Dessa redogörs för nedan i punkterna 409 till 428 nedan. Som kommer att framgå av redogörelserna nedan har Konkurrensverket vid flera av dessa påpekanden kunnat påvisa att Home Online och Hemgallerian har höjt de faktiska slutkundspriserna.

174. Även till andra återförsäljare har Tapwell gjort påpekanden om *"fel bruttopris"*. Exempelvis skickar MM på Tapwell ett mejl till PP på Rörfokus den 15 januari 2021.<sup>161</sup> I mejlet vidarebefordras ett mejl som MM tidigare samma dag fått från AA på Tapwell med rubriken *"Blandarfäste fel brutto Rörfokus"*.<sup>162</sup> I mejlet från AA återfinns en bild som visar en prisuppgift gällande ett s.k. Blandarfäste Tapwell 150 och vid produkten på bilden anges *"-56%"*.<sup>163</sup> MM på Tapwell framför i mejlet till PP på Rörfokus: *"De ligger på mig om denna. Detta kan otroligt nog starta ett priskrig"*.<sup>164</sup> Av konversationen framgår även att Tapwell till och med övervakar prisutvecklingen på tillbehör, såsom ett blandarfäste.
175. Ytterligare exempel på sådana påpekanden är ett mejl från Tapwell till Stonefactory den 10 juli 2019,<sup>165</sup> ett mejl från Tapwell till Ballingslöv den 13 oktober 2020,<sup>166</sup> ett mejl från Tapwell till Ballingslöv den 9 december 2020,<sup>167</sup> ett mejl från Tapwell till Hemmatema den 11 januari 2021,<sup>168</sup> och ett mejl från Tapwell till Ballingslöv den 1 februari 2021.<sup>169</sup>
176. Av Konkurrensverkets utredning har det även framkommit exempel på hur Tapwell kontaktat återförsäljare som haft kampanjerbjudanden i sina nätbutiker.
177. Tapwell har bestritt att dessa kontakter skulle utgöra uppmaningar att ändra slutkundspriserna. Enligt Tapwell ställs frågor om kampanjer för att undersöka om återförsäljaren förväntar sig extra stöttning i form av kampanjbidrag.<sup>170</sup>

---

<sup>161</sup> Handl.nr 226, Mejl den 15 januari 2021 från MM på Tapwell till PP på Rörfokus.

<sup>162</sup> Handl.nr 226, Mejl den 15 januari 2021 från AA på Tapwell till MM på Tapwell.

<sup>163</sup> Handl.nr 226, Mejl den 15 januari 2021 från AA på Tapwell till MM på Tapwell.

<sup>164</sup> Handl.nr 226, Mejl den 15 januari 2021 från MM på Tapwell till PP på Rörfokus.

<sup>165</sup> Handl.nr 7, Mejl den 10 juli 2019 från AA på Tapwell till QQ på Stonefactory.

<sup>166</sup> Handl.nr 164, Mejl den 13 oktober 2020 från AA på Tapwell till RR på Ballingslöv.

<sup>167</sup> Handl.nr 201, Mejl den 9 december 2020 från AA på Tapwell till RR på Ballingslöv.

<sup>168</sup> Handl.nr 220, Mejl den 11 januari 2021 från AA på Tapwell till SS och med kopia till TT, båda på Hemmatema.

<sup>169</sup> Handl.nr 217, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till RR på Ballingslöv.

<sup>170</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 33.



178. Konkurrensverkets bedömning är dock att dessa kontakter i själva verket utgör uppmaningar att sluta med kampanjen och i stället följa prispolicyen.
179. Ett exempel på en sådan kontakt är följande händelse. Den 6 december 2019 skriver CC på Home Online i ett sms till AA på Tapwell: *"Kund som vill ha prisgaranti från oss för att hemgallerian har 20%."*<sup>171</sup> Senare samma dag kompletteras meddelandet genom att CC även framför till AA: *"Varför ändrar inte Hemgallerian?"*.<sup>172</sup> Strax därefter svarar AA och framför till CC: *"Vet inte"*.<sup>173</sup> En knapp halvtimme efter att CC frågat AA varför Hemgallerian inte ändrar skickar AA ett sms till EE på Hemgallerian och frågar: *"Hur länge hade ni tänkt köra black week på Tapwell?"*<sup>174</sup> Några minuter senare svarar EE och framför till AA: *"Ändrat nu."*<sup>175</sup> varvid AA minuten senare till EE återkopplar och framför: *"Kanon trevlig helg"*.<sup>176</sup> Efter denna konversation mellan AA och EE skickar AA symbolen tumme upp till CC på Home Online.<sup>177</sup>
180. Ytterligare händelser där Tapwell gjort påpekanden om kampanjer till Home Online och Hemgallerian redogörs för nedan (se punkterna 309 till 311 nedan och 383 till 407 nedan).
181. Tapwell har även gjort påpekanden om kampanjer till andra återförsäljare, exempelvis vid följande tillfälle. Den 1 december 2020 skickar AA på Tapwell ett sms till QQ på Stonefactory med en bild från Stonefactorys hemsida där det på bilden bl.a. anges: *"Black Week 30 % Tapwell"*.<sup>178</sup> Några timmar senare samma dag svarar QQ på Stonefactory: *"Strax borta"*.<sup>179</sup> En knapp timme därefter fortsätter AA på Tapwell och frågar QQ: *"Slutar Bygghemma och Golopoolens kampanj nu också?"*<sup>180</sup> varvid QQ minuten senare svarar: *"jag vet faktiskt inte.. jag hoppas det"*<sup>181</sup> varvid AA minuten därefter till QQ framför: *"Dina kollegor snackar ni inte med varandra?"*<sup>182</sup>.
182. En del av Tapwells övervakning av återförsäljarnas prisföljsamhet har skett genom användningen av Prisjakt. På Prisjakt anges de faktiska slutkundspriser som olika återförsäljare säljer en viss produkt för i en lista.

---

<sup>171</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell s. 23.

<sup>172</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell s. 24.

<sup>173</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 24.

<sup>174</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 24.

<sup>175</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell, s. 24.

<sup>176</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 24.

<sup>177</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 24.

<sup>178</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 1 december 2020 från AA på Tapwell till QQ på Stonefactory, s. 51.

<sup>179</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 1 december 2020 från QQ på Stonefactory till AA på Tapwell, s. 51.

<sup>180</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 1 december 2020 från AA på Tapwell till QQ på Stonefactory, s. 51.

<sup>181</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 1 december 2020 från QQ på Stonefactory till AA på Tapwell, s. 51.

<sup>182</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 1 december 2020 från AA på Tapwell till QQ på Stonefactory, s. 52.



Övervakningen har bl.a. skett genom att Tapwell har mottagit automatiserade mejl från Prisjakt när priset på en Tapwell-produkt har sänkts. Tapwell har vid ett stort antal tillfällen vidarebefordrat sådana bevakningar till återförsäljare som, enligt vad Tapwell kunnat utläsa från informationen från Prisjakt, tagit ut ett för lågt pris enligt prispolicyn.

183. Tapwell har bestritt att vidarebefordringen av information från Prisjakt har utgjort prisstyrning. Kontakterna har syftat till att tillse att återförsäljarna utgår från korrekta bruttopriser i sin prissättning.<sup>183</sup>
184. Konkurrensverkets bedömning är dock att Tapwell, genom att vidarebefordra informationen från Prisjakt, har uppmanat återförsäljare att följa prispolicyn.
185. För återförsäljarna Home Online och Hemgallerian, se punkterna 356 till 369 nedan och 429 till 435 nedan för exempel på hur Tapwell uppmanat de två återförsäljarna att följa prispolicyn genom att vidarebefordra information från Prisjakt.
186. Tapwell har även skickat vidare information från Prisjakt till andra återförsäljare. Ibland har detta skett helt utan kommentarer<sup>184</sup> och ibland med kommentarer om t.ex. "*fel bruttopris*"<sup>185</sup> eller med en fråga om återförsäljaren kör kampanj<sup>186</sup>. Ett exempel på en sådan händelse är följande kontakt med Hemvaruhuset.
187. Den 31 oktober 2019 vidarebefordrar AA på Tapwell till BB på Tapwell en prisbevakning från Prisjakt med rubriken "*Prissänkning på Tapwell Ringo Köksblandare RIN 886 (Krom)*". Det följer av Prisjaktens bevakningen att produkten säljs till lägst pris av Hemgallerian.<sup>187</sup> BB på Tapwell vidarebefordrar mejlet samma dag till Hemvaruhuset och framför: "*Kan du justera?*"<sup>188</sup>. VV på Hemvaruhuset svarar den 2 november 2019 BB på Tapwell och framför: "*Kan inte justera priser på Hemgallerian*"<sup>189</sup> varvid BB en halvtimme senare till Hemvaruhuset framför "*Mmmh fattar det.*"<sup>190</sup>

---

<sup>183</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 36.

<sup>184</sup> Handl.nr 60, Mejl den 12 november 2019 från AA på Tapwell till QQ på Stonefactory, handl.nr 65, Mejl den 27 januari 2020 från AA på Tapwell till UU på Kakelgallerian, handl.nr 72, Mejl den 27 januari 2020 från AA på Tapwell till UU på Kakelgallerian och handl.nr 134, Mejl den 23 juni 2020 från AA på Tapwell till Bytffönster.

<sup>185</sup> Handl.nr 77, Mejl den 13 december 2019 från AA på Tapwell till Rörprodukter.

<sup>186</sup> Handl.nr 113, Mejl den 26 maj 2020 från AA på Tapwell till ZZ på Bygghemma.

<sup>187</sup> Handl.nr 59, Mejl den 31 oktober 2019 från AA på Tapwell till BB på Tapwell.

<sup>188</sup> Handl.nr 59, Mejl den 31 oktober 2019 från BB på Tapwell till Hemvaruhuset.

<sup>189</sup> Handl.nr 59, Mejl den 2 november 2019 från VV på Hemvaruhuset till BB på Tapwell.

<sup>190</sup> Handl.nr 59, Mejl den 2 november 2019 från BB på Tapwell till Hemvaruhuset.



188. Ett annat exempel på hur Tapwell övervakat återförsäljarnas följsamhet till prispolicyn är följande händelse.
189. Den 6 oktober 2020 skickar AA på Tapwell ett mejl till XX på grossisten Carpings med rubriken "Hemmatema".<sup>191</sup> AA vidarebefordrar samma mejl den 12 oktober 2020, men denna gång till ÅÅ på Carpings.<sup>192</sup> I mejlet framför AA att: "Jag har informerat Hemmatema att vi har höjt konsumentpriset på artiklarna nedan. Följande pris har fel konsumentpris på:" varefter det anges 16 Tapwell-produkter och för varje produkt anges "gammalt pris" och "nytt pris".<sup>193</sup>
190. Det har enligt Konkurrensverket inte framkommit någon anledning för Tapwell att informera en grossist om en återförsäljares prissättning. Enligt Konkurrensverkets bedömning har kontakten i stället skett som ett led i bevakningen av den aktuella återförsäljarens (Hemmatemas) följsamhet till prispolicyn.
191. Enligt Konkurrensverkets bedömning visar utredningen även på hur Tapwell har övervakat återförsäljarnas prissättning och följsamhet i förhållande till prispolicyn genom att göra sammanställningar i Excel.
192. Tapwell har invänt att de Excel-sammanställningar som förekommer i ärendet ursprungligen har skickats från, vad Tapwell benämnt, Bygghemma-konglomeratet. Det är enligt Tapwell Bygghemma-konglomeratet som informerat Tapwell om att de tillämpar en rabatt på ■ procent från Tapwells prislista.<sup>194</sup>
193. Konkurrensverkets bedömning är dock att Tapwell har använt och bearbetat sammanställningarna i enlighet med vad som anges nedan och i samband med att Excel-sammanställningarna tas upp i detta beslut.
194. Den 1 juli 2020 skickar ÄÄ på Tapwell ett mejl till AA på Tapwell där han skriver: "Hej [AA], Klar med sammanställningen av priser hos internet återförsäljare. På blad 2 kan du se dem produkter som har lägre pris än det ska vara hos respektive återförsäljare. Blad 3 visar produkter som inte ligger upp hos återförsäljarna." AA svarar dagen efter: "Sjukt bra tack [ÄÄ]".<sup>195</sup>

---

<sup>191</sup> Handl.nr 153, Mejl den 6 oktober 2020 från AA på Tapwell till XX på Carpings.

<sup>192</sup> Handl.nr 153, Mejl den 12 oktober 2020 från AA på Tapwell till ÅÅ på Carpings.

<sup>193</sup> Handl.nr 153, Mejl den 6 oktober 2020 från AA på Tapwell till XX på Carpings.

<sup>194</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 43.

<sup>195</sup> Handl.nr 125, Mejl-konversation den 1 till 2 juli 2020 mellan ÄÄ på Tapwell och AA på Tapwell.





195. I sammanställningen som nämns i mejl-konversationen<sup>196</sup> finns under blad 2 ("Lägre pris än vad som ska va") olika kolumner där det framgår vilken återförsäljare som avses (kolumn A), vilken produkt som avses (kolumn B), vilket bruttopris som återförsäljaren tar för produkten (kolumn C), uppgift om rabatt (kolumn D), vad som är "Rätt pris" (kolumn E), vilket nettopris återförsäljaren tar för produkten (kolumn F) och en kolumn benämnd "Lägre pris" där "Nej" eller "Ja" har angetts (kolumn G). Nedan presenteras ett utklipp ur filen. I utklippet visas blad 2 ("Lägre pris än vad som ska va") och kolumn B filtreras för produkten BOX7268 ED2 Mattsvart.<sup>197</sup>

Figur 3. Utklipp av handling 349. Excel-filen är filtrerad på produkt "Box7268 ED2 Mattsvart"

	A	B	C	D	E	F	G
1	Företag	Produkt	Brutttopris	Rabatt	Rätt pris	Netto	Lägre pris
84	Badhuset	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		10%	17995	17996 Nej
317	Badshop	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		12%	17995	17545 Ja
516	Bygg hemma	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		12%	17995	17545 Ja
682	Byggshop	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		12%	17995	17545 Ja
1211	Golvpoolen	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		12%	17995	17555 Ja
1370	Golvshop	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		12%	17995	17545 Ja
1857	Home Online	BOX7268 ED2 Mattsvart	19495		10%	17995	17546 Ja
2007	Inredningsvaruhuset	BOX7268 ED2 Mattsvart	19495		10%	17995	17545 Ja
2238	Kakelgallerian	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		10%	17995	17996 Nej
2907	Stonefactory	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		10%	17995	17995 Nej
3069	Stuvbutiken	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		10%	17995	17996 Nej
3347	VVS & Bygg	BOX7268 ED2 Mattsvart	19495		10%	17995	17545 Ja
3640	VVS och BAD	BOX7268 ED2 Mattsvart	19495		10%	17995	17545 Ja
3888	VVS Online	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995		10%	17995	17996 Nej
4193							
4194							
4195							
4196							
4197							
4198							
4199							
4200							
4201							
4202							
4203							
4204							
4205							
4206							

196. AA har i förhör sagt, angående vad han har bett ÄÄ att göra, att: "Jag har väl sagt åt honom kolla upp hur det ser ut med våra produkter på nätet", och, angående uttrycket "Lägre pris än vad som ska va" att "Jag vet inte varför han uttrycker sig så". Angående om han kan säga något om kolumnen "Rätt pris" uppger AA: "Nej, det kan jag inte säga någonting om. Jag vet inte varför han benämner den som så."<sup>198</sup> Tapwell har i sitt yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut framhållit att Excel-sammanställningar som bearbetats av skolpraktikanter har två syften, att lära praktikanterna branschen och i viss mån undersöka

<sup>196</sup> Handl.nr 349, Excel-fil.

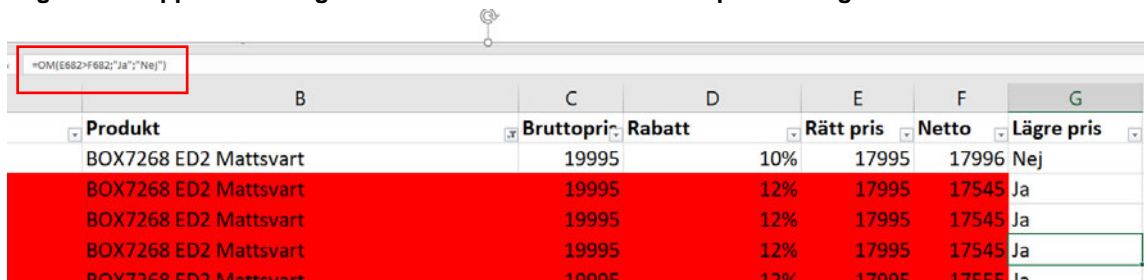
<sup>197</sup> Produkten har valts som exempel eftersom den åskådliggör hur de olika kolumnerna förhåller sig till varandra.

<sup>198</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 65 och 69–70.

den verkliga prisbilden och marginalen för Tapwells återförsäljare. Detta är ett naturligt led i utbildningen av praktikanter och ett normalt sätt att införskaffa sig information om marknaden.<sup>199</sup>

197. Konkurrensverkets bedömning är dock att syftet varit att undersöka om återförsäljarna följer prispolicyn. Vad Tapwell anfört om att bearbetningen delvis skett i syfte att undersöka den verkliga prisbilden och marginalen för Tapwells återförsäljare stärker endast denna bedömning. Detta då Tapwell alltså självt medgett att det är slutkundspriser som undersökts.
198. Det kan i sammanhanget noteras att Excel-filen är framtagen nära inpå att Tapwell infört en ny prislista. Av filen framgår dock att frågan om ett pris är "rätt" inte har att göra med vilket bruttopris återförsäljaren har tagit, utan om det faktiska slutkundspriset motsvarar prispolicyn. Detta framgår av det följande.
199. Enligt Konkurrensverkets bedömning motsvarar det pris som är angivet under kolumn E, "Rätt pris", det lägsta priset enligt prispolicyn. Detta då priset motsvarar 10 procents rabatt utifrån den nya prislistan. Av utklippet ovan framgår att alla de återförsäljare som har fått ett "Ja" under kolumn G ("Lägre pris") har ett nettopris (kolumn F) som understiger "Rätt pris" (kolumn E). Det framgår även av den formel som använts för kolumn G att ett "Ja" under "Lägre pris" innebär att priset under "Netto" (kolumn F) är lägre än priset under "Rätt pris" (kolumn E). Se Figur 4 nedan ett utklipp från utklippet ovan, med formeln markerad i en röd ruta.

Figur 4. Utklipp av handling 349. Formeln visar "Ja" om "Rätt pris" är högre än "Netto".



	B	C	D	E	F	G
	Produkt	Bruttopris	Rabatt	Rätt pris	Netto	Lägre pris
	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995	10%	17995	17996	Nej
	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995	12%	17995	17545	Ja
	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995	12%	17995	17545	Ja
	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995	12%	17995	17545	Ja
	BOX7268 ED2 Mattsvart	19995	12%	17995	17545	Ja

200. Figur 3 ovan visar även att Tapwells bevakning inte endast kan ha avsett bruttopriset eftersom återförsäljare har bedömts ibland vara över och ibland under lägsta tillåtna pris (dvs. fått "Ja" eller "Nej" på "Lägre pris" [kolumn E]) trots att de haft samma bruttopris (19 995 kronor).
201. Att bevakningen inte endast kan ha avsett bruttopriset följer även av Figur 5 nedan. Där framgår att för produkten EVO980 Koppar har en återförsäljare

<sup>199</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 47.



(VVS och BAD, rad nummer 3676) angetts ha bruttopriset 4 695 kronor i stället för 4 895 kronor som bruttopriset rätteligen skulle vara enligt den vid tidpunkten gällande prislstan. Tapwell har trots detta inte angett att återförsäljaren har ett lägre pris än det lägsta tillåtna (återförsäljaren har fått "Nej" på "Lägre pris" [kolumn E]) eftersom återförsäljarens slutkundspris (nettopris) överstigit det lägsta tillåtna enligt prispolicy.

**Figur 5. Utklipp av handling 349. Excel-filen är filtrerad på produkt "EVO980 Koppar"**

	A	B	C	D	E	F	G
1	Företag	Produkt	Bruttopr	Rabatt	Rätt pr	Nett	Lägre pris
153	Badhuset	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4406 Nej
381	Badshop	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
577	Bygghemma	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
729	Byggshop	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
1102	Confident Living	EVO980 Koppar	5293		15%	4405	4495 Nej
1273	Golvpoolen	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4415 Nej
1405	Golvshop	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
1675	Hemgallerian	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
1899	Home Online	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4406 Nej
2056	Inredningsvaruhuset	EVO980 Koppar	4695		10%	4405	4225 Ja
2302	Kakelgallerian	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4406 Nej
2428	Kitchentime	EVO980 Koppar	5293		15%	4405	4495 Nej
2588	Qbad	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
2772	Rörfokus	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
2973	Stonefactory	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
3150	Stuvbutiken	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4406 Nej
3484	VVS & Bygg	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4405 Nej
3676	VVS och BAD	EVO980 Koppar	4695		4%	4405	4499 Nej
4051	VVS Online	EVO980 Koppar	4895		10%	4405	4406 Nej
4193							
4194							

202. Under kolumn C kan det i Figur 3 noteras att två olika priser förekommer. Det högre (19 995 kronor) motsvarar bruttopriset enligt den nyligen införda prislstan och det lägre (19 495 kronor) bruttopriset enligt den tidigare gällande prislstan.<sup>200</sup> Den procentsats som är angiven under rabatt (kolumn D) är tillsynes uträknad utifrån brutto- och nettopriserna (brutto-netto/brutto). Som framgår finns det ett antal återförsäljare som har ett för lågt pris ("Ja" under kolumn G) trots att deras rabatt uppgår till 10 procent. Detta beror alltså på att återförsäljaren har använt ett gammalt bruttopris, vilket resulterat i att procentsatsen ser "rätt" ut, trots att nettopriset blir – utifrån Tapwells prispolicy – för lågt.

203. Sammantaget ger Excel-filen och mejl-konversationen mellan ÄÄ och AA enligt Konkurrensverket stöd för att Tapwell har övervakat och kontrollerat om återförsäljarna följer Tapwells prispolicy.

<sup>200</sup> Handl.nr 315, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislsta 2019), se rad 419 och handl.nr 316, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislsta 2021), se rad 533.



204. Samtliga de omständigheter som redogjorts för i detta avsnitt om Tapwells övervakning och olika kontakter med återförsäljarna om deras prissättning talar enligt Konkurrensverket för att det har funnits en prispolicy och att denne har förmedlats till återförsäljarna.

#### **3.3.4.2.4 Återförsäljarna har övervakat varandra och rapporterat avvikelser till Tapwell**

205. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit flera exempel på hur olika återförsäljare klagat på andra återförsäljares prissättning till Tapwell. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör dessa kontakter exempel på hur återförsäljarna övervakat varandra och rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell.

206. Det finns flera exempel på hur såväl Home Online som Hemgallerian klagat till Tapwell på andra återförsäljares prissättning. CC på Home Online har exempelvis uppgett följande i en konversation med AA på Tapwell: *"Hade de nu varit seriösa så hade de ju nu faktiskt också lagt sig på 10%. Blir mer och mer irriterad."*<sup>201</sup>. I punkterna 370 till 378 nedan och 440 till 447 nedan redogörs för fler sådana händelser där Home Online och Hemgallerian – enligt Konkurrensverkets bedömning – rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell.

207. Nedan redogörs för ett antal exempel på hur andra återförsäljare till Tapwell klagat på varandras prissättning.

208. I en mejlkedja mellan en VV på Hemvaruhuset och BB på Tapwell skriver VV den 8 oktober 2018: *"Ok plockar bort"*.<sup>202</sup> BB svarar ett par minuter senare: *"Tack! Är budbärare som du fattar"*.<sup>203</sup> Ytterligare ett par minuter senare svarar då VV: *"Då kan du fråga [AA] varför inte Bygghemma inte höjt era rek riktpriser"*.<sup>204</sup> Fem minuter senare svarar BB: *"I am on it"*.<sup>205</sup> Fem minuter härefter skriver VV vidare: *"Här kommer även lite länkar trodde ju det var-10% som gällde [7 länkar till Tapwell-produkter på Bygghemma]"*.<sup>206</sup> Fem minuter efter detta skriver BB: *"Drar detta vidare till [AA] asap"*.<sup>207</sup> En knapp timme senare framför BB ytterligare: *"Han är på dem, snart fixat"*.<sup>208</sup> Den 11 oktober 2018 fortsätter VV i samma mejlkedja och skickar ytterligare sex länkar till Tapwell-produkter till hemsidorna badshop.se, bygghemma.se, byggshop.se,

---

<sup>201</sup> Handl.nr 133, Mejl den 1 juni 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>202</sup> Handl.nr 20, Mejl den 8 oktober 2018 från VV på Hemvaruhuset till BB på Tapwell.

<sup>203</sup> Handl.nr 20, Mejl den 8 oktober 2018 från BB på Tapwell till VV på Hemvaruhuset.

<sup>204</sup> Handl.nr 20, Mejl den 8 oktober 2018 från VV på Hemvaruhuset till BB på Tapwell.

<sup>205</sup> Handl.nr 20, Mejl den 8 oktober 2018 från BB på Tapwell till VV på Hemvaruhuset.

<sup>206</sup> Handl.nr 20, Mejl den 8 oktober 2018 från VV på Hemvaruhuset till BB på Tapwell.

<sup>207</sup> Handl.nr 20, Mejl den 8 oktober 2018 från BB på Tapwell till VV på Hemvaruhuset.

<sup>208</sup> Handl.nr 20, Mejl den 8 oktober 2018 från BB på Tapwell till VV på Hemvaruhuset.



golvshop, lindstromsbad.se och golvpoolen.se.<sup>209</sup> Den 16 oktober 2018 fortsätter VV i samma mejlkedja och skriver: *"Inte mye ändrat på alla Bygghemmas sidor?"* och bifogar ytterligare fyra länkar till hemsidorna bygghemma.se, badshop.se och golvpoolen.se.<sup>210</sup> VV skriver i ett sista meddelande i kedjan den 18 oktober 2018: *"Golvpoolen verkar ha reglerat"* och skickar två länkar till Tapwell-produkter på hemsidorna bygghemma.se och badshop.se.<sup>211</sup> BB på Tapwell svarar VV samma dag och framför: *"Inte allt tydligen"*.<sup>212</sup>

209. Den 22 oktober 2018 skriver HH på Arredo till AA och framför: *"Vi justerade priserna i torsdags så vi ligger på 10% rabatt på alla artiklar från er. Kampanjartiklarna är på väg att publiceras. Detta har dock resulterat i att vi tappat stor del av försäljningen på Tapwell. Går du igen så konkurrenterna höjer till samma pris som oss direkt? T ex [länk till Golvpoolen för Tapwell-produkter] Det är stökigt med att Kakelcentralen visar fel priser på Tapwell. Vi har anmält det till Prisjakt. Bättre de tar bort sina produkter på Prisjakt tills de visar rätt pris. Ger bara badwill nu."*<sup>213</sup>
210. Den 15 februari 2019 skickar en ÖÖ på Stonefactory ett mejl till AA på Tapwell och framför bl.a.: *"Vet inte vilka priser Home Online kör men de ligger ju helt fel i pris på majoriteten av sortimentet. [länk till Home Online för Tapwell-produkter] Kikar du på detta?"* AA svarar tre dagar senare, den 18 februari 2019: *"Hej [ÖÖ] kommer till er på Onsdag vi kan ta det då"*.<sup>214</sup>
211. Den 22 februari 2019 skickar AB på Badrumsspecialisten Badrummet AB ett mejl till AC på Tapwell med rubriken *"ska ni ha så höga rabatter på nätet?"*. I mejlet finns en skärmdump från Bygghemmas hemsida där man kan se att produkten TVM 7200 Edition 2 160 cc säljs med 31 procent rabatt till priset 5 495 kronor.<sup>215</sup>
212. Den 4 juli 2019 skickar RR på Ballingslöv Mölndal ett mejl till AA på Tapwell med rubriken *"Tapwell priser på nätet"*. I mejlet framför han bl.a. följande: *"När jag går in och kollar nu på Prisjakt så ligger inte all med samma pris, varför. Skall vi också ändra då? Exempel: 1kr diff: [länk till Prisjakt] 1kr diff [länk till Prisjakt] 201:- [länk till Prisjakt]"*.<sup>216</sup>

---

<sup>209</sup> Handl.nr 20, Mejl den 11 oktober 2018 från VV på Hemvaruhuset till BB på Tapwell.

<sup>210</sup> Handl.nr 20, Mejl den 16 oktober 2018 från VV på Hemvaruhuset till BB på Tapwell.

<sup>211</sup> Handl.nr 20, Mejl den 18 oktober 2018 från VV på Hemvaruhuset till BB på Tapwell.

<sup>212</sup> Handl.nr 20, Mejl den 18 oktober 2018 från BB på Tapwell till VV på Hemvaruhuset.

<sup>213</sup> Handl.nr 9, Mejl den 22 oktober 2018 från HH på Arredo till AA på Tapwell.

<sup>214</sup> Handl.nr 18, Mejl-konversation den 15 till 18 februari 2019 mellan en ÖÖ på Stonefactory och AA på Tapwell.

<sup>215</sup> Handl.nr 22, Mejl den 22 februari 2019 från AB på Badrumsspecialisten Badrummet AB till AC på Tapwell.

<sup>216</sup> Handl.nr 48, Mejl den 4 juli 2019 från RR på Ballingslöv Mölndal till AA på Tapwell.



213. Den 7 oktober 2019 skickar PP på Rörfokus ett mejl till MM på Tapwell och framför: *"Hej Ni som är så hårda med priser [länk till Kitchentime] Är detta okej?"*. MM svarar samma dag: *"Tack för info. Inte min kund men ska vidarebefordra"*.<sup>217</sup>
214. Den 21 oktober 2019 skickar HH på Arredo ett mejl till FF på Golvpoolen med rubriken *"Tapwell TVM 7200 krom priser"* och framför (som tidigare redovisats i punkt 151 ovan): *"Så här ser det ut på Tapwells största volymprodukt. TVM 7200 krom. Vi får inte sänka en krona under 10% rabatt. Men de andra kör på flat out. GP är 16:e butik i ordningen så man får scrolla ner för att hitta oss [bild på Prisjakt]"*.<sup>218</sup> Bilden på Prisjakt visar de priser som 14 av Tapwells återförsäljare tar för Tapwell-produkten TVM 7200 Edition 2 160 c/c (Krom). FF vidarebefordrar mejlet samma dag till AA på Tapwell och skriver: *"Nu flippar det ur här :("*.<sup>219</sup> Den 22 oktober 2019 svarar AA på det vidarebefordrade mejlet och skriver: *"Sänk priset till 5495 kr Stonefactory, Bygghemma, Golvpoolen ni kommer ändå tjäna mer än de andra med tanke på att ni har dem på lager och köper 200 i stöten"*.<sup>220</sup> FF på Golvpoolen svarar AA och skriver: *"Ok"*.<sup>221</sup> Priset, om 5 495 kronor, som AA uppger till FF är samma pris som flera andra återförsäljare med lägst pris tar (bl.a. Home Online och Hemgallerian). Mejl-korrespondensen talar enligt Konkurrensverkets bedömning för att en återförsäljare måste be om Tapwells godkännande för att göra avsteg från prispolicyen.
215. I ett mejl från den 12 juli 2020 med rubriken *"Kampanjpriser"* skriver AD på Stuvbutiken till BB på Tapwell och frågar: *"Såg att Bygghemma kör kampanj som är mer än 10% igen. Är det något kampanj vi har missat?"*.<sup>222</sup>
216. Händelserna ovan utgör enligt Konkurrensverket exempel på hur återförsäljarna övervakar varandra och rapporterar avvikelser från prispolicyen till Tapwell.
217. Tapwell har dock invänt att denna typ av kontakter bara utgör *"gnäll"*. När återförsäljare ser att en annan återförsäljare tillämpar ett lägre pris än den själv gör vänder den sig till leverantören för att gnälla över situationen och undersöka om det finns någon rabatt den andra återförsäljaren får som den själv inte får.<sup>223</sup> Ibland måste Tapwell vara till lags och en säljare kan t.ex. svara: *"det är för jävligt, håller med, jag tar det vidare"*, men gör sedan ingenting

---

<sup>217</sup> Handl.nr 62, Mejl-konversation den 7 oktober 2019 mellan PP på Rörfokus och MM på Tapwell.

<sup>218</sup> Handl.nr 58, Mejl den 21 oktober 2019 från HH på Arredo till FF på Golvpoolen.

<sup>219</sup> Handl.nr 58, Mejl den 21 oktober 2019 från FF på Golvpoolen till AA på Tapwell.

<sup>220</sup> Handl.nr 64, Mejl den 22 oktober 2019 från AA till FF på Golvpoolen och handl.nr 389, Handl.nr 64 med tilläggsinformation.

<sup>221</sup> Handl.nr 64, Mejl den 22 oktober 2019 från FF på Golvpoolen till AA på Tapwell.

<sup>222</sup> Handl.nr 137, Mejl den 12 juli 2020 från AD på Stuvbutiken till BB på Tapwell.

<sup>223</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 38–39.



och hoppas på att återförsäljaren glömmer gnället.<sup>224</sup> AA på Tapwell har i förhör också framhållit detta, att det bara är återförsäljarna som "gnäller på varandra, det är som en klagomur".<sup>225</sup>

218. Av de händelser som redogjorts för ovan framgår emellertid att många av återförsäljarna, när de "gnäller", hänvisar till en prisnivå som motsvarar det lägsta priset enligt prispolicyn (10 procent). Detta talar enligt Konkurrensverket för att det inte bara är fråga om återförsäljare som beklagar sig, utan även om återförsäljare som rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell.
219. Tapwells invändning framstår vidare inte som trolig eftersom Tapwell, som företaget självt har förklarat, haft en medveten och kommunicerad strategi om att [REDACTED] vid inköp från Tapwell. Återförsäljarna, i synnerhet sådana som sålt Tapwell-produkter i många år, måste alltså ha varit väl medvetna om denna strategi och att det finns [REDACTED].
220. Som kommer att redogöras för närmre i samband med Home Online och Hemgallerians samtycke till prispolicyn har det också framkommit att Tapwell har använt sig av den information som erhållits i "gnäll" för att uppmana andra återförsäljare att följa policyn (se punkterna 378 och 447 nedan), vilket ytterligare talar för att återförsäljarna övervakar varandra och rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell. Detta är något som tydligt talar för att Tapwell haft en prispolicy och att denne förmedlats till återförsäljarna.

#### **3.3.4.2.5 Sammanfattning**

221. De omständigheter som redogjorts för i avsnittet visar enligt Konkurrensverket sammantaget på att Tapwell har haft en prispolicy som inneburit att det funnits ett lägsta pris (det rekommenderade priset minus 10 procent) som återförsäljarna inte skulle understiga i sin prissättning eller marknadsföring. Vidare visar omständigheterna på att prispolicyn har förmedlats till återförsäljarna.
222. Att så varit fallet stöds enligt Konkurrensverket ytterligare av den analys av återförsäljarnas prisfölsamhet som verket genomfört. Denna redogörs för i det följande.

---

<sup>224</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 21–22.

<sup>225</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 2.

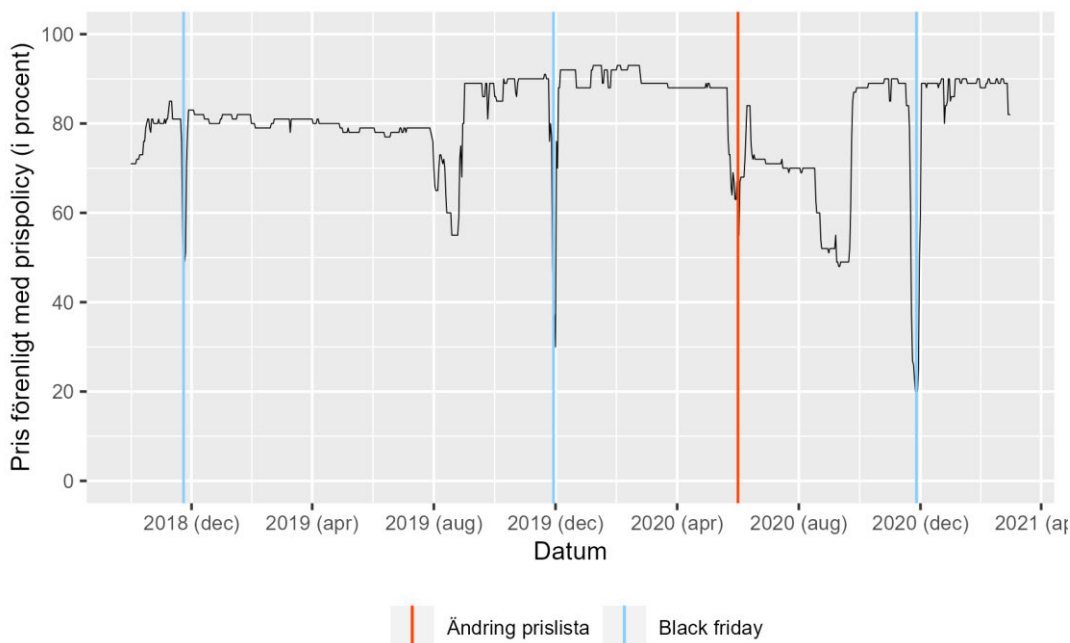
### 3.3.4.3 Återförsäljarnas prisföljsamhet

#### 3.3.4.3.1 Återförsäljarna har haft en hög prisföljsamhet

223. Konkurrensverket har, med utgångspunkt i data från Prisjakt, analyserat och uppskattat med vilken frekvens som återförsäljarnas prissättning till slutkunder har följt Tapwells prispolicy.<sup>226</sup>

224. I den nämnda analysen har bl.a. den genomsnittliga prisföljsamheten bland återförsäljarna undersökts. I Figur 6 nedan redovisas den dagliga utvecklingen av den genomsnittliga prisföljsamhet bland återförsäljarna.

**Figur 6. Daglig utveckling av genomsnittlig prisföljsamhet bland återförsäljarna till Tapwells prispolicy.**



225. Figur 6 visar ett aggregerat mått på följsamheten till Tapwells prispolicy av återförsäljare som är listade på Prisjakt. Måttet *Pris förenligt med prispolicy* (i procent) (*y-axeln*) kan ha ett kontinuerligt värde mellan 0 procent till 100 procent och är ett samlat mått på den genomsnittliga prisföljsamhet för samtliga produkter av samtliga återförsäljare från Tapwell för en viss dag (*x-axeln*) som har haft ett pris till slutkunder som är förenligt med Tapwells prispolicy.<sup>227</sup> Till exempel innebär ett värde på "60 procent" för en viss dag att för den dagen har 60 procent av alla produkter från Tapwell, från samtliga återförsäljare<sup>228</sup> som finns på Prisjakt, haft ett pris som motsvarat det lägsta priset enligt Tapwells prispolicy eller högre.

<sup>226</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy.

<sup>227</sup> I genomsnitt innehåller serien ca 519 produkter för varje dag.

<sup>228</sup> I genomsnitt innehåller serien ca 33 återförsäljare för varje dag.





226. Figur 6 visar även fyra vertikala linjer som utmärker särskilda omständigheter av betydelse i ärendet. De blå linjerna indikerar tidsperioden som motsvarar "Black Week", som är Sveriges största kampanjperiod. Linjen som är orange avser ett datum då Tapwell introducerat en ny prislista med ändrade rekommenderade slutkundspriser (och därmed ändrade inköpspriser för återförsäljare).
227. Figuren visar en konstant trend, vilket talar för att graden av prisföljsamheten har varit stabil över tid med ett snitt på ca 80 procent följsamhet under hela analysperioden.
228. Tapwell har invänt mot Konkurrensverkets analys av prisföljsamheten. Enligt Tapwell är det naturligt att återförsäljare sätter priser som motsvarar eller ligger nära de rekommenderade priserna eftersom det skulle vara för kostsamt för återförsäljarna att självständigt undersöka en rimlig prisnivå för samtliga Tapwells produkter (över 1 000 artiklar). Tapwells produkter utgör även en mycket liten del av återförsäljarnas omsättning. En hög prisföljsamhet kan därför vara ett naturligt utfall. Vidare har Konkurrensverket, genom att definiera ett pris som förenligt med påstådd prispolicy om slutkundspriset är större eller lika med 10 procents rabatt av det rekommenderade priset beaktat priser som t.ex. är 30 procent högre än det rekommenderade priset som prisföljsamma. En återförsäljare som väljer att sätta ett pris som är betydligt högre än det rekommenderade priset kan inte rimligtvis antas vara bunden av ett sådant rekommenderat pris.<sup>229</sup>
229. Tapwell har härvid gjort en egen beräkning av prisföljsamheten, och funnit att den bland återförsäljarna i genomsnitt legat på under 60 procent.<sup>230</sup>
230. Konkurrensverket gör följande bedömning. Det kan för det första erinras om (se punkten 137 ovan) att analysen av prisföljsamheten inte innefattar hela Tapwells produktutbud samt att de produkter som förekommer i analysen nästan uteslutande tillhör sådana varugrupper som tillhör Tapwells huvudsortiment och att endast 9 produkter (motsvarande 1,5 procent) utgör reservdelar eller tillbehör. Det är alltså endast i begränsad omfattning som analysen innefattar produkter som återförsäljare inte aktivt konkurrerar med pris på.
231. För det andra är inte Tapwell förhindrat att använda rekommenderade priser. Det Konkurrensverket gör gällande är att Tapwells prispolicy har fastställt ett lägsta pris som återförsäljarna måste iaktta. Detta är något som

---

<sup>229</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 79–81 och handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 23–24.

<sup>230</sup> Handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 26–27.



kan utgöra – och i detta fall utgör – en otillåten prisstyrning. Det är därför fullt rimligt att beräkna prisföljsamheten utifrån ett lägsta pris.

### **3.3.4.3.2 Analysen visar att prisföljsamheten bland samtliga återförsäljare påverkas av enskilda återförsäljares och Tapwells agerande**

232. I Konkurrensverkets analys av återförsäljarnas följsamhet till prispolicyn har särskilt studerats hur prisföljsamheten utvecklades under augusti 2019.<sup>231</sup>

233. Under augusti 2019 ändrades graden av prisföljsamhet bland återförsäljarna kraftigt. Som lägst var den 55 procent (19 augusti 2019) och som högst 89 procent (1 september 2019). Enligt Konkurrensverket finns det, utifrån vad som framkommit i utredningen, ett samband mellan nyss nämnda förändring av prisföljsamheten och den omständigheten att Velltra träder in som återförsäljare av Tapwells produkter.

234. Velltra började sälja produkter från Tapwell genom grossisten Bragross under hösten 2019.<sup>232</sup> Konkurrensverket har genom data från Prisjakt kunnat bekräfta att Velltra började erbjuda Tapwell-produkter eftersom Velltra var representerat med sådana produkter på Prisjakt redan den 28 juli 2019. Data från Prisjakt visar vidare att Velltra från den 28 juli 2019 successivt trappade upp antalet unika Tapwell-produkter som saluförts på internet från två unika produkter till sammanlagt 165 unika produkter den 16 augusti 2019.<sup>233</sup> Under resten av augusti 2019 har Velltra därefter en konstant nivå på 165 produkter (förutom den 30 och 31 augusti 2019 då antalet uppgår till 163 produkter).<sup>234</sup>

235. Torsdagen den 22 augusti 2019 har AA på Tapwell skickat ett gruppmeddelande till flera säljare på Tapwell och framför: *”Hej Kommer inte gå att nå förräns på måndag. Det är lite priskrig på nätet låt det ske och följ efter de som vill. Vi hörs på måndag.”*<sup>235</sup>

236. Enligt Konkurrensverket finns det skäl som talar för att det nyss återgivna meddelandet är relaterat till att Velltra började erbjuda försäljning av Tapwell-produkter på internet. AA:s uttalande att: *”[d]et är lite priskrig på nätet”* överensstämmer i en betydande utsträckning med verkets analys av den genomsnittliga prisföljsamheten till Tapwells prispolicy som under denna tidsperiod utvisar väsentligt lägre prisföljsamhet än vad som är fallet under den övrigt redovisade perioden (se Figur 6 ovan).

---

<sup>231</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 11–15.

<sup>232</sup> Handl.nr 337, Tjänsteanteckning från samtal den 10 mars 2022 med Velltra, s. 1.

<sup>233</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 12–13.

<sup>234</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 12–13.

<sup>235</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 22 augusti 2019 från AA på Tapwell till MM, OO, ”BB Tapwell”, AC, ”AF Bricmate”, ”AG Bricmate” och AH, s. 4.



237. Velltra har förklarat att AA på Tapwell i samband med Velltras inledande försäljning reagerat på de priser som Velltra sålde Tapwell-produkter för och per telefon kontaktat Velltra och framfört uppmaningar om att Velltra ska höja sina priser.<sup>236</sup>
238. Den 26 augusti 2019 skickar AA på Tapwell ett tomt mejl till AE på Velltra.<sup>237</sup> Tre dagar senare den 29 augusti 2019 svarar AE AA och skriver: *"Vet inte om jag är så pigg på att fortsätta korrigera priserna. Jag hamnar här på 13 495: - men Renoverahuset.se ligger på 12 596. Det finns ju företag som säljer billigare än vad ni rekommenderar, här har vi inte haft artiklarna upplagda så vi har inte startat något här:"*.<sup>238</sup> Nedanför meddelandet redovisas uppgifter om fem olika Tapwell-produkter och priser för dessa produkter.<sup>239</sup>
239. Tapwell har invänt att mejlet från Tapwell den 26 augusti 2019 endast är ett tomt mejl och inte innehåller någon uppmaning. Konkurrensverket konstaterat dock följande. Vid frågor angående denna mejlväxling har AE på Velltra uppgett att han är osäker på varför ett tomt mejl har skickats från Tapwell men att det kan ha varit för att AE efterfrågat AA:s mejladress.<sup>240</sup> AE uppger dock dessutom att mejlväxlingen kan *"[...] ha skett efter det andra samtalet med [NN]"*.<sup>241</sup> Det muntliga samtal som AE nämner, verkar ha skett mellan Tapwells tomma mejl och Velltras skriftliga svar. Att en muntlig kontakt har förevarit stöds även av den omständigheten att AE, enligt hans beskrivning av skälet till det tomma mejlet, efterfrågat AA:s *mejladress*, inte telefonnummer vilket AE således redan haft tillgång till.
240. Detta muntliga samtal synes ha innehållit en uppmaning om att Velltra ska höja sina priser. Denna slutsats stöds av att Velltras prispölsamhet markant har ökat, från 17 till 88 procent mellan den 27 och 28 augusti 2019.<sup>242</sup> Velltras prispölsamhet ökar alltså dagen efter det "tomma" mejlet och dagen före AEs svar på nämnda "tomma" mejl att han inte *"[...] är så pigg på att fortsätta korrigera priserna"*. Att det skett en muntlig uppmaning framstår också som det enda rimliga med hänsyn till dels att Velltras mejl den 29 augusti 2019 besvarar eller tar ställning till någon form av uppmaning från Tapwell, dels att Tapwell vid upprepade tillfällen tagit sådana muntliga kontakter med Velltra (se punkt 237 ovan) och att Tapwell medvetet undvikit mejl vid sådana kontakter.<sup>243</sup> Den omständigheten att AE uppger att sådana kontakter

<sup>236</sup> Handl.nr 337, Tjänsteanteckning från samtal den 10 mars 2022 med Velltra, s. 1.

<sup>237</sup> Handl.nr 36, Mejl den 26 augusti 2019 från AA på Tapwell till AE på Velltra.

<sup>238</sup> Handl.nr 36, Mejl den 29 augusti 2019 från AE på Velltra till AA på Tapwell.

<sup>239</sup> Handl.nr 36, Mejl den 29 augusti 2019 från AE på Velltra till AA på Tapwell.

<sup>240</sup> Handl.nr 337, Tjänsteanteckning från samtal den 10 mars 2022 med Velltra, s. 2.

<sup>241</sup> Handl.nr 337, Tjänsteanteckning från samtal den 10 mars 2022 med Velltra, s. 2.

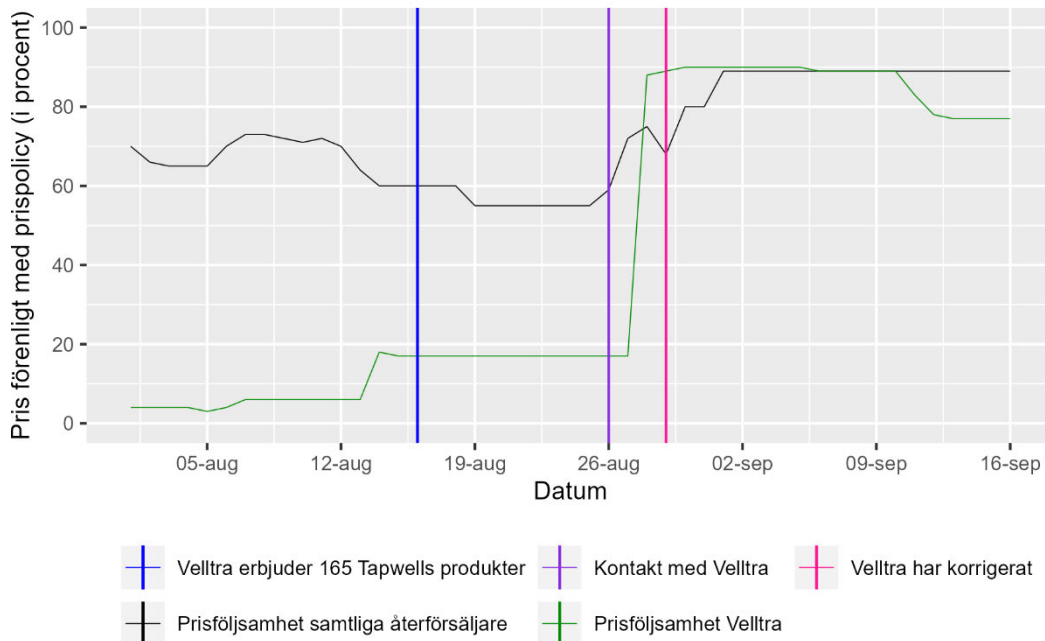
<sup>242</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 13.

<sup>243</sup> Handl.nr 337, Tjänsteanteckning från samtal den 10 mars 2022 med Velltra, s. 1, 2 och 3.

skett i slutet på september/början på oktober 2019<sup>244</sup> innebär vidare inte att de även kan ha skett tidigare, exempelvis i samband med mejlväxlingen 26-29 augusti 2019.

241. Konkurrensverkets bedömning är därför att Tapwell och Velltra, i samband med mejlväxlingen den 26 augusti 2019, även har haft muntliga kontakter varvid Tapwell uppmanat Velltra att höja sina priser.
242. Figur 7 nedan visar samma information som Figur 6 ovan men för en begränsad tidsperiod. I Figur 7 visas tidsperioden från den 1 augusti 2019 till den 16 september 2019. Den svarta grafen visar den genomsnittliga prispölsamheten till Tapwells prispolicy av återförsäljare som är listade på Prisjakt, såsom i Figur 6 ovan. Den gröna grafen visar enbart Velltras aggregerade prispölsamhet för perioden i fråga.

**Figur 7. Jämförelse mellan daglig utveckling av genomsnittlig prispölsamhet bland återförsäljare och återförsäljaren Velltra under augusti 2019.**



243. Figur 7 visar även tre vertikala linjer som avser särskilda omständigheter av betydelse för relationen mellan Velltra och Tapwell. Den blåa vertikala linjen i figuren med benämningen "Velltra erbjuder 165 Tapwells produkter" visar när Velltra har 165 unika Tapwell-produkter upplagda från det att företaget inledde sin försäljning den 28 juli 2019. Skälet för att notera denna tidpunkt är att måttet *Pris förenligt med prispolicy (i procent)* kan förväntas få ett högt genomslag om Velltra väljer att frånga Tapwells prispolicy i och med det

<sup>244</sup> Handl.nr 337, Tjänsteanteckning från samtal den 10 mars 2022 med Velltra, s. 1.

relativt höga antalet unika produkter som Velltra från denna tidpunkt erbjuder.

244. Den lila vertikala linjen ("*Kontakt med Velltra*") i figuren visar det datum då Tapwell kontaktat Velltra och, enligt Konkurrensverkets bedömning, gjort ett påpekande om Velltras låga prissättning eller att Velltra inte följt prispolicyn.<sup>245</sup> Den rosa vertikala linjen ("*Velltra har korrigerat*") i figuren visar när Velltra svarat att de har korrigerat priserna efter Tapwells önskemål.<sup>246</sup>
245. Sammantaget tyder konversationerna mellan Velltra och Tapwell och analysen av den genomsnittliga prisföljsamheten på en direkt påverkan på Velltras prissättning. Figur 7 visar därtill vilken effekt som Velltras prissättning över perioden haft för den genomsnittliga prisföljsamheten för samtliga återförsäljare (den svarta grafen). Vid tillfällen då Velltra frångår Tapwells prispolicy sjunker prisföljsamheten för samtliga återförsäljare och vid korrigeringar till prisnivåer som är förenliga med prispolicyn ökar prisföljsamheten för samtliga återförsäljare.
246. Tapwell har invänt att jämförelsen mellan Velltra och övriga återförsäljare blir felaktig eftersom Velltra endast säljer två Tapwell-produkter vid början av analysen, medan övriga återförsäljare säljer många Tapwell-produkter, och Konkurrensverkets beräkning av prisföljsamhet aggregerar dem till en prisföljsamhet per återförsäljare.<sup>247</sup>
247. Konkurrensverket har dock inte enbart beaktat den tidpunkt då Velltra sålde endast två Tapwell-produkter. Från mitten till slutet av augusti 2019 har Velltra mellan 163 och 165 Tapwell-produkter angivna på Prisjakt. Det totala antalet produkter som finns med i analysen för perioden mitten till slutet av augusti 2019 uppgår till mellan 506 och 508 stycken.<sup>248</sup> Varje återförsäljare som Velltra jämförs med har inte nödvändigtvis – och inte heller troligen – sålt samtliga dessa Tapwell-produkter.<sup>249</sup> Jämförelsen blir därför inte – enligt Konkurrensverket – missvisande.
248. Tapwell har även invänt att det inte är otänkbart att en ny aktör som Velltra börjar med lägre priser än resten av marknaden för att sedan sätta priser som är mer i linje med ett långsiktigt jämviktspris.<sup>250</sup> Mot bakgrund av den bevisning som finns kring kontakterna mellan Velltra och Tapwell är det

---

<sup>245</sup> Handl.nr 36, Mejl den 26 augusti 2019 från AA på Tapwell till AE på Velltra.

<sup>246</sup> Handl.nr 36, Mejl den 29 augusti 2019 från AE på Velltra till AA på Tapwell.

<sup>247</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 83 och handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 25.

<sup>248</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 13.

<sup>249</sup> Jfr figur 1 i handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 7.

<sup>250</sup> Handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 25.

dock enligt Konkurrensverket mer troligt att Velltras ändrade prisnivå beror på påtryckningar från Tapwell.

249. Tapwell har vidare invänt att prisutvecklingen som sker i augusti 2019 i stället kan förklaras av att återförsäljarna ville göra utförsäljningar under den tidiga hösten, för att därefter sätta högre priser under en period vilket möjliggör kampanj under Black Week. I detta hänseende hänvisas till en liknande prisutveckling hösten 2020.<sup>251</sup>
250. Konkurrensverket konstaterar för det första att Tapwell inte har åberopat någon bevisning till stöd för sitt påstående. Konkurrensverket konstaterar vidare att det finns en väsentlig skillnad mellan utvecklingen av prispölsamheten 2019 och 2020 (se Figur 7). Den minskning, av prispölsamheten, som sker i augusti 2019 sker snabbt och pågår under kort tid för att sedan snabbt återgå till en ännu högre nivå. Minskningen av prispölsamhet som sker 2020 sker stegvis och börjar redan i slutet av juni/början på juli – inte under hösten som Tapwell påstår. Tapwells påstående att det skulle vara en höstkampanj i förberedelse inför Black Week (vilken infaller i november, dvs. flera månader efter att prispölsamheten börjat minska) framstår därför inte som trolig. Sammanfattningsvis ändrar Tapwells invändning inte Konkurrensverkets bedömning.
251. AA har i förhör invänt att det är marknaden som styr prisutvecklingen: *”Jag skulle säga att marknaden styr skulle jag säga, när den största aktören lägger sig på tio procent då följer de andra efter, lägger sig den största aktören på 15 procent så följer de andra efter. Och sedan blommar det upp ett priskrig och så är det lite så och det beror ju på [transparensen] på internet helt enkelt, så Prisjakt är ju den...”*<sup>252</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning är AA:s förklaring inte rimlig. Sett till vad som redogjorts för ovan i detta avsnitt (Tapwells prispolicy) är det inte troligt att prisnivån hamnat på högst 10 procent under Tapwells rekommenderade priser utan inblandning av Tapwell. Detta exemplifieras också av exemplet med Velltra som nyss redogjorts för, där det framgår hur Tapwells uppmaningar till Velltra att höja priserna resulterade i en generell prisökning av återförsäljarna. Det enda som AA:s invändning egentligen visar är att det räcker för Tapwell att prisstyra en aktör för att påverka flera eller samtliga återförsäljare.

#### **3.3.4.4 Tillfällen då återförsäljarna tillåts understiga det lägsta priset enligt prispolicyn**

252. Det finns viss bevisning som förvisso kan tala emot att Tapwell implementerat en prispolicy. Vid vissa tillfällen har AA i meddelanden till återförsäljare gett uttryck för att återförsäljarna *”får göra vad de vill”*. Exempel

---

<sup>251</sup> Handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 24–25.

<sup>252</sup> Handl.nr 359, Dialogskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 17.

på sådana tillfällen redogörs för i det följande. Konkurrensverkets bedömning är att dessa händelser inte talar emot att det förekommit en prispolicy, utan att de visar på att Tapwells prispolicy tillåtit återförsäljare att vid vissa tillfällen understiga det lägsta priset enligt policyn.

253. Den 27 november 2019 skickar CC på Home Online ett antal sms-meddelanden till AA på Tapwell där han klagar på att andra återförsäljare alltiämt har höga rabatter. Dagen efter frågar han: *"Får jag också nu då? Eftersom de vägrar ändra"* och AA svarar: *"Ja"*. Ytterligare en dag senare framför CC till AA: *"Rörfokus kör nu 25% Är det ok att följa efter eller får de dra ner till 20%?"*.<sup>253</sup> på vilket AA svarar: *"Gör vad ni vill"*.<sup>254</sup>
254. Den 23 november 2020 skickar EE på Hemgallerian ett mejl till AA på Tapwell och frågar: *"Är det 30% som gäller???"* och AA svarar: *"NI får göra vad ni vill Black Week är tom den 30/11. Sedan hoppas vi att allt återgår till det normala."*<sup>255</sup>
255. Konkurrensverket kan konstatera att båda dessa konversationer sker vid en tidpunkt som sammanfaller med den s.k. Black Week. Tapwells prispolicy förefaller alltså ha tillåtit högre rabatter under denna period. Detta framgår också av Figur 6 ovan, där man kan se att prisfölsamheten bland återförsäljarkollektivet minskar i perioderna kring Black Week. Att Tapwell har accepterat högre rabatter under en begränsad kampanjperiod talar inte emot att en prispolicy förekommit. Tvärtom syns tydligt hur återförsäljarna, efter kampanjperiodens slut, höjer priserna igen (se Figur 6 ovan).
256. Vid ett annat tillfälle svarar Tapwell (som tidigare redogjorts för i punkt 159 ovan) på fråga från en återförsäljare om vad de tycker om att återförsäljaren säljer en produkt (TVM 7200) för 5 495 kronor, att: *"Ni får ju självklart ta vad ni vill men alla tar 5595kr. Tar ni 5495 kr kommer någon annan ta 5395kr och till slut ligger den på 3995kr"*.<sup>256</sup> Även om AA uppger att återförsäljaren får ta vad de vill för produkten varnar AA dock för att detta kan utlösa ett priskrig, och berättar vad "alla" tar. Att AA skriver till återförsäljaren *"ta vad ni vill"* talar alltså inte, sett till svarets övriga innehåll, emot att det förekommit en prispolicy.
257. Vidare har det framkommit fler tillfällen då återförsäljare bett om lov att få tillämpa vissa rabatter i sin prissättning eller på annat sätt frågat Tapwell om hur de ska agera (se punkterna 159, 160 och 212 ovan). Dessa händelser visar

---

<sup>253</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 29 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 22.

<sup>254</sup> Handl.nr 247, Sms-konversation den 27 november 2019 till den 29 november 2019 mellan CC på Home Online och AA på Tapwell, s. 18–22.

<sup>255</sup> Handl.nr 189, Mejl den 23 november 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.

<sup>256</sup> Handl.nr 15, Mejl-konversation den 9 maj 2018 mellan AA på Tapwell och JJ på Kakeldaxgruppen.



enligt Konkurrensverket på hur återförsäljarna inte understiger det lägsta priset enligt prispolicyn utan Tapwells tillåtelse.

#### **3.3.4.5 Slutsatser**

258. Sammantaget är det Konkurrensverkets bedömning att Tapwell har implementerat prispolicyn och förmedlat den till sina återförsäljare. Detta framgår dels av de olika händelser som redogjorts för, dels av den analys av återförsäljarnas prisföljsamhet som Konkurrensverket har gjort.

#### **3.3.5 Home Online och Hemgallerian har samtyckt till prispolicyn**

##### **3.3.5.1 Inledning**

259. Av det som anförts i föregående avsnitt om Tapwells prispolicy har det framkommit indikationer på att flera återförsäljare varit införstådda med och agerat i enlighet med prispolicyn. Konkurrensverket har dock begränsat sig till att bedöma om Home Online och Hemgallerian har samtyckt till Tapwells prispolicy.

260. Nedan redogörs för de omständigheter som enligt Konkurrensverkets bedömning visar att Home Online och Hemgallerian har samtyckt till prispolicyn. I ett första avsnitt presenteras olika händelser då Home Online och Hemgallerian, enligt Konkurrensverkets bedömning, har hänvisat till prispolicyn och dess lägsta pris. I ett andra avsnitt presenteras olika händelser som enligt Konkurrensverkets bedömning visar på hur prispolicyn har tillämpats i praktiken mellan Tapwell och Home Online respektive mellan Tapwell och Hemgallerian. I ett tredje avsnitt behandlas Konkurrensverkets ekonomiska analys av Home Online och Hemgallerians prisföljsamhet till policyn.

261. Konkurrensverkets bedömning är att samtliga dessa omständigheter som presenteras i dessa tre avsnitt sammantaget visar att Home Online och Hemgallerian har samtyckt till Tapwells prispolicy.

##### **3.3.5.2 Händelser då Home Online och Hemgallerian har hänvisat till prispolicyn i kontakten med Tapwell**

###### **3.3.5.2.1 Inledning**

262. I detta avsnitt presenteras ett antal olika händelser då Home Online och Hemgallerian har hänvisat till Tapwells prispolicy. Av händelserna framgår också att Home Online och Hemgallerian har varit införstådda med att prispolicyn tillämpats även mot andra återförsäljare och att de båda återförsäljarna haft ett intresse i att andra återförsäljare följer policyn.

###### **3.3.5.2.2 Home Online**

263. Som redogjorts för ovan gäller enligt Tapwells prispolicy ett lägsta pris som återförsäljarna inte får understiga i sin prissättning. Det lägsta priset





motsvarar det rekommenderade slutkundspriset enligt Tapwells prislista minus 10 procent. Vid fyra tillfällen har Home Online i kommunikationen med Tapwell hänvisat till en rabattnivå om 10 procent. Enligt Konkurrensverkets bedömning har Home Online vid tre av dessa tillfällen meddelat Tapwell att Home Onlines priser är satta enligt prispolicyn, dvs. högst 10 procents rabatt i förhållande till det rekommenderade priset. Händelserna redogörs för i det följande.

264. Det första av dessa tillfällen är i en mejlkonversation mellan CC på Home Online och AA på Tapwell den 28 till 29 augusti 2019. Den 28 augusti 2019 skickar CC ett mejl till AA och framför att: *"Robotarna" är snabba neråt men som alltid långsamma uppåt.. Fortfarande har de alla lägst pris och ingen annan än sig själva de matchar mot...[...]*". Mejlet avslutas med att CC framför: *"Ser dock som sagt till att fixa vsonline"*.<sup>257</sup> I ett uppföljande mejl den 29 augusti 2019 med rubriken "10%" framför CC: *"Nu är allt på vsonline 10% rabatt"*.<sup>258</sup> I ett ytterligare uppföljande mejl samma dag framför CC bl.a. att: *"Prisjakt har redan indexerat vsonline och uppdaterat priserna.. bygghemma ligger kvar på det ultimata lägsta.. [...] Sen har vi hemgallerian som ligger sjukt lågt också.. varför har inte hemgallerian ändrat.."*.<sup>259</sup>
265. Det andra tillfället är i en sms-konversation mellan CC och AA den 27 till 29 november 2019 (som delvis redogjorts för i punkt 253 ovan), dvs. i samband med Black Week 2019.<sup>260</sup> Konversationen inleds den 27 november 2019 med att CC till AA framför att: *"10:30 är det tillbaka till 10%"*.<sup>261</sup> Några timmar senare samma dag framför CC till AA vidare att: *"Sitter vid datorn om 13min!"*.<sup>262</sup> En knapp halvtimme efter det meddelandet skriver CC till AA vidare *"Klart"* och ett meddelande som innehåller en symbol föreställande en avböckad ruta.<sup>263</sup> Mindre än en minut senare fortsätter CC och skriver: *"Fast stonefactory ligger jag kvar"* och strax därefter ett meddelande som innehåller en bild.<sup>264</sup> Minuten därefter skickar CC till AA ytterligare ett meddelande och skriver: *"Och hemgallerian"* och direkt efter detta också ett meddelande med en bild.<sup>265</sup> Vidare i konversationen framför CC till AA att andra återförsäljare, Hemgallerian och Stonefactory, fortfarande *"kör 20 %"*.<sup>266</sup> Därefter framför

---

<sup>257</sup> Handl.nr 14, Mejl den 28 augusti 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>258</sup> Handl.nr 32, Mejl den 29 augusti 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>259</sup> Handl.nr 33, Mejl den 29 augusti 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>260</sup> Handl.nr 247, Sms-konversation den 27 november 2019 till den 29 november 2019 mellan CC på Home Online och AA på Tapwell, s. 18–22.

<sup>261</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 27 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 18.

<sup>262</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 27 november från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 19.

<sup>263</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 27 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 19.

<sup>264</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 27 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 19.

<sup>265</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 27 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 20.

<sup>266</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 28 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 20.



CC den 28 november 2019 till AA: *"Får jag också nu då? Eftersom de vägrar ändra"*<sup>267</sup> varvid Tapwell knappt två timmar därefter svarar *"Ja"*.<sup>268</sup> Dagen därefter, den 29 november 2019 (då Black Friday inföll), framför CC till AA: *"Rörfokus kör nu 25%. Är det ok att följa efter eller får de dra ner till 20%?"*.<sup>269</sup> Drygt tre minuter senare svarar AA och framför till CC: *"Gör vad ni vill"*.<sup>270</sup> Några minuter därefter svarar CC till AA: *"Vafan :)"*<sup>271</sup> och *"Full show idag alltså! Uppfattat!"*.<sup>272</sup>

266. Det tredje tillfället är i en sms-konversation den 23 september 2020 mellan CC och AA. Den inleds med att CC skriver till AA: *"10% på både home och VVS nu"*.<sup>273</sup> Några timmar dessförinnan har CC skrivit till AA: *"Kan jag ringa om en stund?"*.<sup>274</sup> Samma dag skickar CC påpekanden till AA att andra återförsäljare inte har ändrat sina priser. CC skriver till AA: *"20% på Stonefactory 20% på hemgallerian Varför ändrade dessa inte idag? De som ställer till det är också de som sen sist ska göra rätt... kan Tapwell inte försämma villkoren för de som håller på såhär?"*.<sup>275</sup> I ett ytterligare sms samma dag strax därefter skriver CC till AA vidare: *"Sen har inte dessa ändrat heller Vvsochbad Kakelgallerian Hemmatema"*.<sup>276</sup>
267. Home Online har även vid ett fjärde tillfälle hänvisat till en rabattnivå på 10 procent i kommunikationen med Tapwell. Kommunikationen gällde andra återförsäljares prissättning, och redogörs för i det följande.
268. I ett mejl den 1 juni 2020 till AA på Tapwell klagar CC på Bygghemmagruppens prissättning och skriver bl.a. (som tidigare redogjorts för i punkt 206 ovan): *"[h]ade de nu varit seriösa så hade de ju nu faktiskt också lagt sig på 10%"*.<sup>277</sup>
269. Samtliga fyra tillfällen som redogjorts för ovan visar också, enligt Konkurrensverkets bedömning, på att Home Online varit införstådd med att prispolicyn tillämpats även mot andra återförsäljare och på att Home Online också haft ett intresse i att de andra återförsäljarna följer policyn.

---

<sup>267</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 28 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 21.

<sup>268</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 28 november 2019 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 21.

<sup>269</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 29 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 22.

<sup>270</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 29 november 2019 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 22.

<sup>271</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 29 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 22.

<sup>272</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 29 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 22.

<sup>273</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>274</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>275</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>276</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>277</sup> Handl.nr 133, Mejl den 1 juni 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.



270. Att Home Online varit införstådd med att prispolicyn tillämpats av Tapwell även gentemot andra återförsäljare, och att det legat i Home Onlines intresse i att så skett, framgår enligt Konkurrensverket även av följande två händelser. Vid dessa tillfällen klagar Home Online till Tapwell på att en "ÖK" och "upplägget" inte efterlevs av andra återförsäljare. Konkurrensverkets bedömning är att det är prispolicyn som avses.

271. Den 18 januari 2020 skriver AA på Tapwell i ett sms till CC på Home Online: "Kör ni kampanj?".<sup>278</sup> CC svarar AA drygt fem minuter senare och framför: "Blev trött på att Velltra legat under priserna enligt ÖK huuur länge som helst så jag la allt på 12% för några timmar sen. Tapwellordrarna lyser med sin frånvaro och Velltra verkar ju vägra att ändra priserna till de som alla andra har...".<sup>279</sup>

272. Den 11 december 2020 skriver CC till AA i ett sms: "Hej [AA]! Hur kan hemmatema fortfarande skita i upplägget?".<sup>280</sup> I ett sms den 18 december 2020 skriver CC till AA: "Glöm inte att ta dem i örat!".<sup>281</sup> I ett ytterligare sms den 21 december 2020 skriver CC till AA: "Hemmatema.. tre veckor sedan BF.. antar att jag inte är ensam om att vara irriterad".<sup>282</sup>

273. Sammantaget talar de redovisade händelserna enligt Konkurrensverket för att Home Online varit medveten om prispolicyn och om att den tillämpats även gentemot andra återförsäljare.

### 3.3.5.2.3 Hemgallerian

274. Även Hemgallerian har enligt Konkurrensverkets bedömning hänvisat till prispolicyn och dess lägsta pris. Detta har skett dels i uttalanden av ■■■■■ EE i förhör, dels i mejl till Tapwell.

275. EE på Hemgallerian har i förhör berättat om hur Hemgallerian valt att tillämpa 10 procent rabatt på i princip hela Tapwells sortiment och att skälet till denna prissättning har en förklaring som går tillbaka till tiden då Tapwell inledde en utbredning av sitt distributionsnät till att även omfatta bygghandeln och då bl.a. började sälja till återförsäljare inom Bygghemma-sfären.<sup>283</sup> Denna ökade utbredning av återförsäljare inledde Tapwell enligt EE ungefär 2015. Hemgallerians priser på i princip samtliga Tapwell-produkter har sedan dess i allt väsentligt legat på denna 10-procentsnivå. Enligt EE var

<sup>278</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 25.

<sup>279</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 25.

<sup>280</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 11 december 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 53.

<sup>281</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 december 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 53.

<sup>282</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 21 december 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 53. Mot bakgrund av det tidsmässiga sambandet är det Konkurrensverkets bedömning att med "BF" åsyftas Black Friday. AA har i förhör angående händelsen uppgett att han tror att det är Black Friday som CC avsåg, se handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 32.

<sup>283</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 14–15.



det AA på Tapwell som framförde en riktnivå som skulle komma att uppgå till 10 procents rabatt från Tapwells prislista. Detta hade Tapwell framfört i samband med att EE till Tapwell uttryckt oro över att utvidgningen till bygghandeln skulle leda till ett priskrig. EE uppgav också att 10-procentsnivån blev något slags "konsensus rabatt på Tapwell på nätet".<sup>284</sup>

276. PM:s uppgifter talar enligt Konkurrensverket tydligt för att Hemgallerian har varit införstått med att Tapwell haft en prispolicy. Vidare talar de för att prispolicyn har legat i Hemgallerians intresse.

277. Även följande händelse talar för att Hemgallerian varit medvetet om prispolicyn och dess lägsta pris, samt varit införstådd med att den tillämpats även mot andra återförsäljare.

278. Den 31 oktober 2018 skickar EE ett mejl till AA med rubriken "Prisbild Tapwell".<sup>285</sup> EE skriver i mejlet: "[...] Har du koll på priserna på era produkter? Nu är det hela havet stormar. Fredells säljer tex TVM7200 för 4795:- och alla har högre rabatter än 10% på massor av produkter. Vi ändrar i morgon."<sup>286</sup>

279. EE har i förhör uppgett att anledningen till påpekandet i mejlet är Tapwells tidigare lämnade försäkran om att priserna på Tapwells produkter skulle komma att ligga runt 10 procent.<sup>287</sup>

280. Sammantaget talar de redovisade händelserna enligt Konkurrensverket för att Hemgallerian varit medvetet om prispolicyn och om att den tillämpats även gentemot andra återförsäljare.

### 3.3.5.3 Händelser som visar på hur prispolicyn har tillämpats mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian

#### 3.3.5.3.1 Inledning

281. I det följande kommer ett antal exempel på hur prispolicyn har tillämpats i praktiken mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian att gås igenom. Först ges en kort beskrivning av hur policyn i allmänhet har brukat tillämpas dem emellan.

282. Tapwell har övervakat återförsäljarnas prissättning av Tapwell-produkter, bl.a. genom bevakningsmejl från Prisjakt om prissänkningar. Även återförsäljarna har bidragit till övervakningen genom att rapportera till Tapwell när andra återförsäljare prissätter i strid med policyn. Tapwell har

---

<sup>284</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 16.

<sup>285</sup> Handl.nr 10, Mejl den 31 oktober 2018 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>286</sup> Handl.nr 10, Mejl den 31 oktober 2018 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>287</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 46-47.



därefter kontaktat återförsäljaren med felaktigt pris. I utredningen finns exempel på hur återförsäljare därefter uttryckligen bekräftat till Tapwell att priset ska åtgärdas. När en bekräftelse saknats har Konkurrensverket, genom analys av data från Prisjakt kunnat påvisa att återförsäljaren vid upprepade tillfällen har gått Tapwell tillmötes och höjt priset.<sup>288</sup>

283. Ett tydligt exempel på hur policyn, enligt Konkurrensverkets bedömning, har tillämpats är följande kontakter (vilka tidigare redogjorts för i punkt 179 ovan) som sker mellan Home Online, Tapwell och Hemgallerian.

284. Den 6 december 2019 skriver CC på Home Online i ett sms till AA på Tapwell: *"Kund som vill ha prisgaranti från oss för att hemgallerian har 20%."*<sup>289</sup> Senare samma dag kompletteras meddelandet genom att CC på Home Online även framför till AA: *"Varför ändrar inte Hemgallerian?"*<sup>290</sup> Strax därefter svarar AA och framför till CC på Home Online: *"Vet inte"*.<sup>291</sup> En knapp halvtimme efter att CC på Home Online frågat AA varför Hemgallerian inte ändrar skickar AA ett sms till EE på Hemgallerian och frågar: *"Hur länge hade ni tänkt köra black week på Tapwell?"*<sup>292</sup> Några minuter senare svarar EE på Hemgallerian och framför till AA: *"Ändrat nu."*<sup>293</sup> varvid AA minuten senare till EE på Hemgallerian återkopplar och framför: *"Kanon trevlig helg"*.<sup>294</sup> Efter denna konversation mellan AA och EE på Hemgallerian skickar AA symbolen tumme upp till CC på Home Online.<sup>295</sup>

285. Som tidigare konstaterats har prispolicy implementerats av Tapwell med olika metoder. En vanligt förekommande metod är att Tapwell har skickat påpekanden till Home Online och Hemgallerian om att de har *"fel bruttopris"* på en eller flera produkter. AA på Tapwell, som är den som har skickat dessa påpekanden, har i förhör uppgett att med *"bruttopris"* avses det rekommenderade slutkundspriset enligt deras prislistor.<sup>296</sup> Såväl CC på Home Online som EE på Hemgallerian har i förhör även de uppgett att det

---

<sup>288</sup> Se handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund.

<sup>289</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell s. 23.

<sup>290</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell s. 24.

<sup>291</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 24.

<sup>292</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 24.

<sup>293</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell, s. 24.

<sup>294</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 24.

<sup>295</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 24.

<sup>296</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 1.

AA avsett är bruttopriserna<sup>297</sup> och att de inte upplevt sig prisstyrda av Tapwell<sup>298</sup>.

286. Tapwell har som anförts ovan (se punkten 171 ovan) bestritt att dessa påpekanden skulle utgöra uppmaningar att ändra slutkundspriserna och i stället framhållit att de utgör ett led i en service och att de skett för att undvika att återförsäljare klagat på fakturor. Vad gäller Home Online och Hemgallerian har Tapwell särskilt framhållit att de manuellt måste justera sina marknadsförda priser, vilket görs i mån av tid och kan medföra stora fördröjningar på en prisändring. Det kan också ske misstag vid inmatningar och uppdateringar av sortiment. Vidare har Tapwell uppgett att företaget är medvetet om att Home Online och Hemgallerian normalt sett tillämpar en rabatt om 10 procent av bruttopriset i sin prissättning mot konsument. Det faktum att Tapwell ibland har blivit uppmärksam på att Home Online och Hemgallerian utgår från ett felaktigt bruttopris genom att ha noterat vilket deras marknadsförda konsumentpris är, talar därför inte för att påpekandet om fel bruttopris avser konsumentpriset. Det är nämligen enligt Tapwell inte särskilt svårt att med utgångspunkt i det marknadsförda konsumentpriset räkna baklänges för att komma fram till vilket bruttopris Home Online och Hemgallerian tillämpar. Tapwell har även framhållit att påpekanden om fel bruttopriser i många avseenden avsett enstaka eller enskilda produkter eller produkter som inte är storsäljare, vilket visar att det är individuella misstag eller eftersläpningar hos Home Online och Hemgallerian som påpekandena avser.<sup>299</sup>
287. Konkurrensverkets bedömning är dock att dessa påpekanden har utgjort uppmaningar att höja det faktiska slutkundspriset till rätt nivå enligt prispolicyn. Detta mot bakgrund av dels det som anförts ovan om Tapwells prispolicy, dels följande. Med hänsyn till policyn framstår det inte som rimligt att endast bruttopriserna avsetts. Vidare har Tapwells övervakning av Home Online och Hemgallerians prissättning ofta tagit avstamp via Prisjakt, där de faktiska slutkundspriserna syns. Dessutom består Tapwells uppmaningar ofta i att Tapwell vidarebefordrar information från Prisjakt, som alltså innehåller information om faktiska slutkundspriser. Tapwell har härvid invänt att såväl Tapwell som Home Online och Hemgallerian kan "räkna baklänges" (utifrån det rekommenderade priset, Tapwells rabatt till återförsäljaren och återförsäljarens normala rabatt) och inse att bruttopriset är fel.<sup>300</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning är denna invändning inte rimlig. Att det varit de faktiska slutkundspriserna som avsetts stöds vidare av att

---

<sup>297</sup> Se t.ex. handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 31 och handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 39.

<sup>298</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 14 och 18 och handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 21–22.

<sup>299</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 28–32.

<sup>300</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 37.



den interna bevakning som Tapwell utfört, genom t.ex. Excel-sammanställningar över priser, avsett om slutkundspriserna understiger lägsta tillåtna enligt policyn (se punkterna 194–203 ovan). Därutöver kan det noteras att Tapwell skickat ut ett stort antal påpekanden om "*fel bruttopriser*". Som kommer redogöras för närmare nedan har väldigt få av dessa påpekanden samband med nyligen genomförda justeringar av Tapwells prislista. Den blotta omfattningen av påpekandena talar därför för att Tapwells avsikt varit att prisstyra sina återförsäljare.

288. Som angetts ovan (se punkt 172 ovan) måste dessutom såväl Tapwell som Home Online och Hemgallerian – mot bakgrund av den överenskomna prispolicyn – ha agerat med vetskap om att en justering av bruttopriset även leder till att slutkundspriset ändras till rätt nivå enligt prispolicyn. Som konstaterats ovan har Tapwell själv uppgett att företaget är medvetet om att Home Online och Hemgallerian normalt sett tillämpar en rabatt om 10 procent av bruttopriset i sin prissättning mot konsument. Det har alltså funnits ett nära samband mellan de rekommenderade slutkundspriserna (bruttopriserna) och de faktiska slutkundspriserna, som såväl Tapwell som Home Online och Hemgallerian varit medvetna om. Tapwells påpekanden om "*fel bruttopris*" har därför – även om Tapwell i vissa fall skulle ha avsett bruttopriset – påverkat Home Onlines och Hemgallerians slutkundspriser på ett sätt som inneburit en prisstyrning.

289. Vad gäller Tapwells invändning att påpekandena i många avseenden avsett enstaka eller enskilda produkter kan följande konstateras. Det saknas anledning för Tapwell att göra påpekanden om produkter som redan är prissatta i enlighet med prispolicyn. Av Konkurrensverkets analys framgår att vid tidpunkten för de olika påpekanden som analyserats har (med undantag för ett av tillfällena) mellan 74,9 och 88,5 procent av de produkter som Home Online och Hemgallerian tillhandahållit på Prisjakt redan varit prissatta i enlighet med prispolicyn. Det är således endast mellan 36 och 73 stycken produkter, som Home Online och Hemgallerian, *inte* har haft prissatta i enlighet med prispolicyn vid respektive tillfälle (med undantag för ett av tillfällena).<sup>301</sup> Tapwells påpekanden, även sådana som kan avse enstaka eller enskilda produkter, avser således en inte obetydlig andel sett i förhållande till de produkter som inte varit prissatta enligt prispolicyn vid varje respektive tillfälle.

290. Vidare kan såvitt gäller Tapwells invändning att påpekandena avsett produkter som inte är storsäljare, följande konstateras. Bland de produkter som innefattas i samtliga de påpekanden som Konkurrensverket har analyserat prisutvecklingen i Prisjaksdatan för ingår inte några produkter

---

<sup>301</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 5.



som kan anses utgöra tillbehör eller reservdelar. Vidare ingår produkterna som omfattas av analysen i varugrupper som gemensamt svarade för 84,5 procent av Tapwells totala försäljning 2021.<sup>302</sup>

291. Information från Prisjakt har inte bara skickats vidare till Home Online och Hemgallerian tillsammans med påpekanden om "*fel bruttopris*". Det har ibland även skett utan något meddelande överhuvudtaget. Konkurrensverkets bedömning är att Tapwell genom att vidarebefordra information från Prisjakt – med eller utan påpekanden om "*fel bruttopriser*" – uppmanat de två återförsäljarna att höja sina slutkundspriser. Tapwell har som konstaterats bestritt detta och anfört att syftet varit att tillse att Home Online och Hemgallerian utgår från korrekta bruttopriser i sin prissättning, samt framhållit att det går att "*räkna baklänges*" (se punkterna 183 och 287 ovan). Som anförts ovan bedömer inte Konkurrensverket denna invändning som rimlig.
292. En annan metod som Tapwell använt sig av för att implementera prispolicyn har enligt Konkurrensverkets bedömning varit att Tapwell kontaktat Home Online och Hemgallerian med frågor om deras priskampanjer (se t.ex. exemplet ovan från den 6 december 2019). Att sådana kontakter utgjort uppmaningar att följa prispolicyn har, som redogjorts för ovan (se punkten 177 ovan), Tapwell nekat till. Enligt Tapwell ställs frågor om kampanjer för att undersöka om återförsäljaren förväntar sig extra stöttning i form av kampanjbidrag. Vidare har frågor ställts i samband med att större kampanjperioder tagit slut, t.ex. Black Week, för att informera Home Online och Hemgallerian om att Tapwells stöttning vid kampanj inte längre gäller. Frågorna har ställts för att värna om relationen till Home Online och Hemgallerian och har endast varit avsedda att undvika klagomål i samband med att Tapwells faktura ställs ut.<sup>303</sup>
293. Konkurrensverkets bedömning är dock att frågorna utgjort uppmaningar att upphöra med kampanjerna och i stället följa prispolicyn. Skälen för detta kommer att utvecklas i samband med att respektive sådant exempel redogörs för nedan.
294. Nedan redogörs för ett antal exempel på olika händelser som enligt Konkurrensverkets bedömning visar på hur prispolicyn implementerats. Först ges exempel på händelser som berör Home Online, och därefter händelser som rör Hemgallerian.

---

<sup>302</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 8.

<sup>303</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 33–35.





### 3.3.5.3.2 Home Online

295. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit flera exempel på hur prispolicyn har tillämpats mellan Tapwell och Home Online. Det har framkommit:

- att Tapwell uppmanat Home Online att höja priserna genom att ange de lägsta priser som får tas ut enligt prispolicyn,
- att Tapwell uppmanat Home Online att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn,
- att Home Online bett om lov att få göra avsteg från prispolicyn,
- att Tapwell uppmanat Home Online att höja priserna genom påpekanden om fel bruttopriser,
- att Tapwell uppmanat Home Online att höja priserna genom att vidarebefordra information från Prisjakt, och
- att Home Online övervakat och rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell.

#### 3.3.5.3.2.1 Tapwell uppmanar Home Online att höja priserna genom att ange de lägsta priser som får tas ut enligt prispolicyn

296. Det har av Konkurrensverkets utredning framkommit att Tapwell vid ett tillfälle skickat en lista på Tapwell-produkter till Home Online där Tapwell – enligt Konkurrensverkets uträkning – uttryckligen anger de lägsta slutkundspriser som får tas ut enligt prispolicyn. Händelsen redogörs för i det följande.

297. Den 9 december 2020 skickar AA ett mejl till CC med rubriken "Tapwell".<sup>304</sup> I mejlet återfinns en lista med 23 Tapwell-produkter.<sup>305</sup> I en kolumn anges för respektive produkt antingen "Vvsonline.nu" eller "Home Online" och i en kolumn därefter anges priser för varje produkt.<sup>306</sup>

298. Tapwell har uppgett att företaget, som en service, ser över återförsäljares sortiment så att det återger Tapwells sortiment med bilder och produkter på ett korrekt sätt. Mejlet från den 9 december skickades efter att AA gjort en sådan genomgång för Home Online och utgör en redogörelse för vilka av Tapwells produkter som är upplagda på homeonline.se men saknas på

---

<sup>304</sup> Handl.nr 205, Mejl den 9 december 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online.

<sup>305</sup> I mejlet anges 23 produkter varav 21 produkter är unika. Två produkter anges två gånger, en gång för nätbutiken homeonline.se och en gång för nätbutiken vvsonline.nu.

<sup>306</sup> Handl.nr 205, Mejl den 9 december 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online.



vvsonline.nu och vice versa. Prisangivelserna var enligt Tapwell det pris som respektive produkt marknadsfördes med på respektive hemsida.<sup>307</sup>

299. Utifrån Tapwells vid tillfället aktuella prislista kan det dock konstateras att de siffror som AA angett motsvarar det rekommenderade slutkundspriset minus 10 procent. I mejlet anges således det lägsta pris som får tas ut för varje produkt enligt Tapwells prispolicy. Mot bakgrund härav framstår Tapwells förklaring inte som trolig. Vid tidpunkten för AA:s mejl var i vart fall 18 av de 23 produkterna prissatta till ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>308</sup> Mejl utgör enligt Konkurrensverkets bedömning i stället en uppmaning till Home Online att höja priserna på de angivna produkterna till en nivå motsvarande Tapwells prispolicy.
300. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Home Online höjer priset för 16 av dessa produkter<sup>309</sup> till en nivå motsvarande prispolicyn efter AA:s uppmaning.<sup>310</sup> Detta visar enligt Konkurrensverket på hur Home Online har tillgodosett Tapwells begäran för en majoritet av de angivna produkterna.
301. I tabellen nedan framgår vilket pris som skulle tas ut för respektive produkt enligt prispolicyn vid tillfället, vilket pris som Home Online faktiskt tog ut för produkten och vilket pris Home Online ändrade till efter Tapwells uppmaning.<sup>311</sup>

**Tabell 1. Handl.nr 205**

Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran
<b>SY071 Krom</b>	1 705 kr	1 346 kr	1 705 kr
<b>BI071 Krom<sup>312</sup></b>	2 155 kr	1 885 kr	2 155 kr
<b>RIN081 Krom</b>	2 965 kr	Information saknas	Information saknas

<sup>307</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 15, s. 10.

<sup>308</sup> Se handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 28–44.

<sup>309</sup> Varav 14 unika produkter. Två produkter anges två gånger, en gång för nätbutiken homeonline.se och en gång för nätbutiken vvsonline.nu.

<sup>310</sup> Se handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 26–42.

<sup>311</sup> Informationen i tabellen kommer från handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 28–44.

<sup>312</sup> Produkten förekommer två gånger i mejlet, en gång för vvsonline.nu och en gång för homeonline.se. Priserna är desamma för båda hemsidorna.



Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran
<b>EVO186</b> <b>Borstad Nickel</b>	7 195 kr	6 746 kr	7 195 kr
<b>FME181 Krom</b>	2 965 kr	2 696 kr	2 965 kr
<b>EVO184</b> <b>Grottesco</b>	4 765 kr	4 676 kr	4 765 kr
<b>SK New 184</b> <b>Krom</b>	2 335 kr	2 246 kr	2 335 kr
<b>SK New 022-160</b> <b>Krom</b>	1 975 kr	1 886 kr	1 975 kr
<b>FME184</b> <b>Mässing</b>	4 855 kr	4 776 kr	4 885 kr
<b>FBLV180</b> <b>Krom</b> <sup>313</sup>	2 785 kr	2 696 / 2 695 kr	2 785 kr
<b>BOX7268 ED2</b> <b>Mattsvart</b>	17 995 kr	17 545 kr	17 995 kr
<b>BOX7268 ED2</b> <b>Mässing</b>	17 995 kr	17 545 kr	17 995 kr
<b>EVO176 Krom</b>	4 495 kr	4 225 kr	4 495 kr
<b>EVO185 Krom</b>	3 505 kr	3 415 kr	3 505 kr
<b>FBLV023-150</b> <b>Krom</b>	3 685 kr	3 595 kr	3 685 kr
<b>LEQ268-150</b> <b>Krom</b>	2 965 kr	2 695 kr	Ingen ändring

<sup>313</sup> Produkten förekommer två gånger i mejlet, en gång för vvsonline.nu och en gång för homeonline.se. Priserna som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran var något olika för vvsonline.nu (2 696 kr) och homeonline.se (2 695 kr). Priserna som Home Online ändrade till efter begäran var desamma för båda hemsidorna.



Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran
<b>EVO185</b> <b>Borstad nickel</b>	5 215 kr	4 946 kr	Information saknas
<b>BOX011-364</b> <b>Krom</b>	4 585 kr	4 586 kr	Ingen ändring, pris redan förenligt med prispolicyn
<b>EVM168-160+ZSAL300</b> <b>Mattsvart</b>	5 391 kr	5 391 kr	Ingen ändring, pris redan förenligt med prispolicyn
<b>EVM071</b> <b>Mässing</b>	3 955 kr	3 955 kr	Ingen ändring, pris redan förenligt med prispolicyn
<b>EVM026-160</b> <b>Mattsvart</b>	5 125 kr	Information saknas	Information saknas

302. Vidare har det av Konkurrensverkets utredning framkommit följande som ytterligare talar för att Tapwell vid tillfället begärt en prishöjning och att Home Online tillgodosett begäran. Den 8 december 2020, dvs. dagen innan AA skickar listan till CC, mottar AA ett tomt mejl från FF på Golvpoolen som innehåller en bifogad Excel-fil benämnd "Pricematch 2020-12-08 Tapwell.xls".<sup>314</sup> AA vidarebefordrar mejlet och filen till AI på Tapwell.<sup>315</sup> Excel-filen innehåller uppgifter om slutkundspriser för 104 olika Tapwell-produkter. Av filen framgår bl.a. vilket pris Bygghemma tar samt vilken återförsäljare som tar det lägsta priset och till vilket pris. Det pris som Bygghemma tar ligger på minus 10 procents rabatt från Tapwells prislista, dvs. i enlighet med Tapwells prispolicy. Det framgår att Home Onlines nätbutiker vvsonline.nu och homeonline.se ligger lägst i pris på 30 av produkterna som återfinns i filen. Ett utklipp av Excel-filen redovisas nedan. I utklippet har Konkurrensverket sorterat kolumn I på "VVsonline.nu", "Vvsonline", "Homeonline" och "Home Online".

<sup>314</sup> Handl.nr 200, Mejl den 8 december 2020 från FF på Golvpoolen till AA på Tapwell och handl.nr 213, Excel-fil.

<sup>315</sup> Handl.nr 206, Mejl den 10 december 2020 från AA på Tapwell till AI på Tapwell.



Figur 8. Utklipp av handling 213.

AX-nr	Art-nr	Item Name	Kategori	Varumärke	BHSE position	BHSE Price	BHSE Prisjakt	Competitor 1	Competitor 1 Position	Competitor 1 Price		
1	944753	389549	Tapwell Badkarsblandare EVO EVM 026-160 (Mattsvart)	BLANDARE	Tapwell	2	5126	3	Home Online	1	5 125	
5	611786	256173	Tapwell Evo Badkarsblandare EVM 026-160 (Krom)	BLANDARE	Tapwell	3	3596	1	Home Online	1	3 595	
6	1109407	9421668	BOX7268 Edition 2 Takdusch Mattsvart	DUSCHSET	Tapwell	2	17995	16	Home Online	1	17 545	
9	1109402	9421819	BOX7268 Edition 2 Takdusch Mässing	DUSCHSET	Tapwell	3	17995	146	Home Online	1	17 545	
11	922641	9418679	Tapwell TVM 7200-150 ec Edition 2 Krom - Takduschpaket	DUSCHSET	Tapwell	3	7195	53	Home Online	1	5 495	
13	527670	9418735	Takduschset Tapwell TVM 2200 Edition 2 med Badkarsblandare M	DUSCHSET	Tapwell	3	14395	197	Vvsonline.nu	1	11 696	
19	611781	337046	Tapwell Evo Badkarsblandare EVM 026-160 (Mässing)	BLANDARE	Tapwell	3	5125	122	Home Online	1	4 945	
20	528960	11094	Tvättställsblandare Tapwell Birillo BI 071 Krom	BLANDARE	Tapwell	6	2155	29	Homeonline	1	1 883	
27	520061	256177	Duschblandare Tapwell Evo EVM 168 Krom	BLANDARE	Tapwell	4	2245	20	Home Online	1	2 065	
29	519638	8111556	Badkarsblandare Tapwell Classic FBLV 023-150 med Händdusch K	BLANDARE	Tapwell	3	3685	6	Vvsonline.nu	1	3 593	
31	527611	256370	Köksblandare Tapwell EVO 184 Grottesco Obehandlad Mässing	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	4765	102	Vvsonline.nu	1	4 676	
32	527595	204416	Köksblandare Tapwell Stick SK New 184 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	2335	82	Vvsonline.nu	1	2 246	
35	528987	256187	Tvättställsblandare Tapwell Sly SY 071 Krom	BLANDARE	Tapwell	3	1705	113	Vvsonline	1	1 346	
36	527836	22309	Köksblandare Tapwell EVO 183 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	3505	132	Home Online	1	3 415	
39	977882	9421122	Duschset Tapwell Evo EVM168 + ZSAL300 Matt Svart	DUSCHSET	Tapwell	2	5391	130	Home Online	1	5 390	
46	527634	8322718	Köksblandare Tapwell EVO 176 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	4495	79	Home Online	1	4 225	
47	528952	256157	Tvättställsblandare Tapwell Birillo BI 071 Mässing	BLANDARE	Tapwell	2	3235	116	Home Online	1	2 875	
53	520072	8553373	Duschblandare Tapwell Box 011 Krom	BLANDARE	Tapwell	2	2875	388	Vvsonline.nu	1	2 696	
55	519642	9417613	Dusch- och Badkarsblandare Tapwell Stick SK New 022-160	BLANDARE	Tapwell	3	1975	51	Vvsonline.nu	1	1 886	
59	1040755	9419261	Köksblandare Tapwell Classic FME 184 Polerad Mässing	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	4855	178	Vvsonline.nu	1	4 766	
60	527653	8306138	Köksblandare Tapwell Classic FBLV 180 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	4	2785	585	Home Online	1	2 695	
66	977930	9421096	Tvättställsblandare Tapwell ARM071 Honey Gold	BLANDARE	Tapwell	4	4495	529	Homeonline	1	3 415	
73	519646	8236439	Dusch- och Badkarsblandare Tapwell BOX 022 Rettangolo Krom	BLANDARE	Tapwell	2	6745	106	Vvsonline.nu	1	6 296	
74	527615	8308904	Köksblandare Tapwell Classic FME 181 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	2965	88	Vvsonline.nu	1	2 696	
76	922666	9419146	Händduschstäng Tapwell TA212 600 mm Krom	ACCESSOARER	Tapwell	2	715	0	Vvsonline	1	626	
85	922674	8236087	Duschblandare Tapwell LEQ 268-150 Krom	BLANDARE	Tapwell	2	2965	349	Vvsonline.nu	1	2 696	
86	1109108	9420430	BOX026 Dusch- och badkarsblandare Black Chrome	BLANDARE	Tapwell	5	13495	99	Home Online	1	7 735	
92	93	1109162	9421197	EVO183 Köksblandare Brushed Nickel	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	5215	388	Vvsonline.nu	1	4 946
99	1109404	9421193	EVO186 Köksblandare Brushed Nickel	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	7195	502	Vvsonline.nu	1	6 746	
105	528954	8227463	Tvättställsblandare Tapwell Ringo RIN 081 Krom	BLANDARE	Tapwell	2	2965	252	Vvsonline	1	2 696	

303. Vid en jämförelse med den lista som AA dagen efter, den 9 december 2020, skickar till CC kan det konstateras att samtliga 23 produkter i listan återfinns i Excel-filen. Konkurrensverkets bedömning av det redogjorda är att Tapwell, med hjälp av filen från Golvpoolen, noterat att Home Onlines prissättning avviker från prispolicyn, och därför uppmanat Home Online att höja sina priser.

304. Av utredningen har dessutom framkommit att AA den 10 december 2020 får ett mejl från AI på Tapwell där en annan Excel-fil bifogas, också denna vid namn *Pricematch 2020-12-08 Tapwell.xls*. AIs mejl skickas i samma konversation som inleddes genom att AA mottog mejlet från FF på Golvpoolen, som beskrivits ovan. Konkurrensverkets bedömning är att den senare filen utgör en uppföljning av den fil som AA mottog från Golvpoolen två dagar tidigare, efter att bearbetningar gjorts av Tapwell. AA vidarebefordrar den nya Excel-filen till FF på Golvpoolen och ZZ på Bygghemma.<sup>316</sup> Excel-filen innehåller information om 107 olika Tapwell-produkter. För nätbutikerna homeonline.se och vvsonline.nu anges 31

<sup>316</sup> Handl.nr 206, Mejl-konversation den 10 december 2020 mellan AA och AI på Tapwell samt FF på Golvpoolen och ZZ på Bygghemma och handl.nr 215, Excel-fil.

produkter. Filen innehåller en kolumn M, där det – enligt Konkurrensverkets bedömning – anges om återförsäljaren har rätt eller fel pris enligt prispolicyn ("Ja" för fel pris och "Nej" för rätt pris). Konkurrensverket baserar sin bedömning av kolumn M på att det i utredningen förekommer en liknande och mer utförligt bearbetad Excel-fil (se punkten 404 nedan) där det efter kolumn "L" går att observera att kolumn "O" är benämnd "Fel". Vidare visar den liknande Excel-filen att innehållet i kolumnen "O" är en formel som ger resultatet "Ja" om återförsäljaren har ett lägre pris än Bygghemma och "Nej" om priserna är detsamma eller högre.<sup>317</sup>

305. Tapwell har invänt att den här typen av filer är framtagna av Bygghemma-sfären. Enligt Konkurrensverkets bedömning har dock Tapwell använt och bearbetat filen och lagt till den ovan beskrivna kolumnen M i den ursprungliga filen från Golvpoolen. Detta då den kolumnen inte finns med i den ursprungliga filen, men finns i den version som skickas vidare internt inom Tapwell. Vem som ursprungligen skapat filen saknar enligt Konkurrensverket dessutom betydelse då det oavsett framgått att Tapwell använt sig av den för att övervaka prisutvecklingen och vidtagit åtgärder mot återförsäljare som inte följer prispolicyn.
306. Bland de 31 produkter som säljs av homeonline.se eller vvsonline.nu ingår de 16 produkter som Konkurrensverket genom analys av Prisjaksdata kunnat konstatera att Home Online höjt priset på efter AA:s uppmaning. Dessa omständigheter visar enligt Konkurrensverket på hur Tapwell följt upp och kontrollerat att Home Online hörsammat begäran om prishöjningar. Ett utklipp av Excel-filen redovisas nedan. I utklippet har Konkurrensverket sorterat kolumn H på "VVsonline.nu", "Vvsonline", "Homeonline", "Home Online", "Home Online & VvsOnline" och "Home Online (plus 9 till)".

---

<sup>317</sup> Se handl.nr 234, Excel-fil.



Figur 9. Utklipp av handling 215.

AX-nr	Art-nr	Item Name	Kategori	Varumärke	BHSE position	BHSE Prisjäkt	Competitor 1	Competitor 1 Position	BHSE Price	Competitor Price	Skilnad		
24	527653	8306138	Köksblandare Tapwell Classic FBLV 180 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	4	585	Home Online & VvsOnline	1	2785	2 695	-90	Ja
25	944753	585549	Tapwell Badkarsblandare EVO EVM 026-160 (Mattsvart)	BLANDARE	Tapwell	2	3	Home Online (plus 9 till)	1	5126	5 125	-1	Ja
32	922674	6236087	Duschblandare Tapwell LEQ 268-150 Krom	BLANDARE	Tapwell	2	349	VvsOnline.nu	1	2965	2 696	-269	Ja
33	527615	6308904	Köksblandare Tapwell Classic FME 181 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	68	VvsOnline.nu	1	2965	2 696	-269	Nej
34	1109464	9421193	EVO186 Köksblandare Brushed Nickel	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	302	VvsOnline.nu	1	7195	6 746	-449	Nej
35	528987	256187	Tvättställsblandare Tapwell Shy SY 071 Krom	BLANDARE	Tapwell	3	113	VvsOnline	1	1705	1 346	-359	Nej
36	528990	11094	Tvättställsblandare Tapwell Birillo BI 071 Krom	BLANDARE	Tapwell	6	29	VvsOnline	1	2155	1 885	-270	Nej
37	1109162	9421197	EVO185 Köksblandare Brushed Nickel	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	588	VvsOnline.nu	1	5215	4 946	-269	Nej
38	528994	6227463	Tvättställsblandare Tapwell Ringo RIN 081 Krom	BLANDARE	Tapwell	2	252	VvsOnline	1	2965	2 696	-269	Nej
39	520072	8553373	Duschblandare Tapwell Box 011 Krom	BLANDARE	Tapwell	2	388	VvsOnline.nu	1	2875	2 696	-179	Nej
40	1109407	9421668	BOX7268 Edition 2 Takdusch Mattsvart	DUSCHSET	Tapwell	2	16	Home Online	1	17995	17 545	-450	Nej
41	1109402	9421819	BOX7268 Edition 2 Takdusch Mässing	DUSCHSET	Tapwell	3	146	Home Online	1	17995	17 545	-450	Nej
42	527634	6322718	Köksblandare Tapwell EVO 176 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	79	Home Online	1	4855	4 225	-270	Nej
43	527636	22309	Köksblandare Tapwell EVO 185 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	132	Home Online	1	3505	3 415	-90	Nej
44	528984	6227526	Tvättställsblandare Tapwell EVO EVM 071 Polerad mässing	BLANDARE	Tapwell	3	51	Home Online	1	3955	3 595	-360	Nej
45	528990	11094	Tvättställsblandare Tapwell Birillo BI 071 Krom	BLANDARE	Tapwell	6	29	Homeonline	1	2155	1 885	-270	Nej
46	519638	8111556	Badkarsblandare Tapwell Classic FBLV 023-150 med Handsusch K	BLANDARE	Tapwell	3	6	Homeonline	1	3685	3 593	-92	Nej
47	527611	256370	Köksblandare Tapwell EVO 184 Grottesco Obehandlad Mässing	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	102	VvsOnline.nu	1	4765	4 676	-89	Nej
48	527595	204416	Köksblandare Tapwell Stick SK New 184 Krom	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	62	VvsOnline.nu	1	2335	2 246	-89	Nej
49	519642	9417613	Dusch- och Badkarsblandare Tapwell Stick SK New 022-160	BLANDARE	Tapwell	3	51	VvsOnline.nu	1	1975	1 886	-89	Nej
50	1040755	9419261	Köksblandare Tapwell Classic FME 184 Polerad Mässing	KÖKSBLANDARE	Tapwell	2	178	VvsOnline.nu	1	4855	4 766	-89	Nej
58	1109108	9420430	BOX026 Dusch- och badkarsblandare Black Chrome	BLANDARE	Tapwell	5	99	Home Online	1	12495	7 735	-5 760	Nej
68	527670	9418735	Takduschset Tapwell TVM 2200 Edition 2 med Badkarsblandare M	DUSCHSET	Tapwell	3	197	VvsOnline.nu	1	14395	11 696	-2 699	Nej
77	977930	9421096	Tvättställsblandare Tapwell ARM071 Honey Gold	BLANDARE	Tapwell	4	529	Homeonline	1	4495	3 415	-1 080	Nej
85	519646	8236439	Dusch- och Badkarsblandare Tapwell BOX 022 Rettangolo Krom	BLANDARE	Tapwell	2	106	VvsOnline.nu	1	6745	6 296	-449	Nej
94	611781	537046	Tapwell Evo Badkarsblandare EVM 026-160 (Mässing)	BLANDARE	Tapwell	3	122	Home Online	1	5125	4 945	-180	Nej
95	520061	256177	Duschblandare Tapwell Evo EVM 168 Krom	BLANDARE	Tapwell	4	20	Home Online	1	2245	2 065	-180	Nej
01	922666	9419146	Handduksstång Tapwell TA212 600 mm Krom	ACCESSOARER	Tapwell	2	0	VvsOnline	1	715	626	-89	Nej
04	611786	256173	Tapwell Evo Badkarsblandare EVM 026-160 (Krom)	BLANDARE	Tapwell	3	1	Home Online	1	3596	3 595	-1	Nej
02	977882	9421122	Duschset Tapwell Evo EVM168 + ZSAL300 Matt Svart	DUSCHSET	Tapwell	2	130	Home Online	1	5391	5 390	-1	Nej (-1 på mässing)
04	528992	256157	Tvättställsblandare Tapwell Birillo BI 071 Mässing	BLANDARE	Tapwell	2	116	Home Online	1	3235	2 875	-360	Nej (koppar dock)

307. För tre av produkterna som inkluderas i Tapwells uppmaning kan det även noteras att Tapwell vid ett tidigare tillfälle påpekat till Home Online att de har fel bruttopris (se punkt 355 nedan).<sup>318</sup> Vid det tidigare påpekandet har Konkurrensverket inte kunnat påvisa att Home Online höjt priset. Detta talar enligt Konkurrensverket för att Tapwell återkommer till Home Online om en uppmaning att höja priset inte hör sammats.

### 3.3.5.3.2.2 Tapwell uppmanar Home Online att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn

308. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit att Tapwell kontaktat Home Online och frågat om Home Online har kampanj. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör frågan i själva verket en begäran att upphöra med kampanjen och i stället följa prispolicyn. Vidare har Home Online, enligt Konkurrensverkets bedömning, därefter bekräftat Tapwells begäran. Händelsen redogörs för i det följande.

309. Den 18 till 20 januari 2020 genomför AA på Tapwell och CC på Home Online en sms-konversation (som delvis tidigare redogjorts för i punkt 271 ovan). Konversationen inleds med att AA frågar CC: "Kör ni kampanj?".<sup>319</sup> CC svarar AA drygt fem minuter senare och framför: "Blev trött på att Velltra legat under

<sup>318</sup> Handl.nr 159, Mejl den 13 oktober 2020 från AA på Tapwell till Kakelkompaniet, produkterna BOX 7268 mässing, EVO 185 krom och BOX 7268 mattsvart.

<sup>319</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 25.



*priserna enligt ÖK huuur länge som helst så jag la allt på 12% för några timmar sen. Tapwellordrarna lyser med sin frånvaro och Velltra verkar ju vägra att ändra priserna till de som alla andra har...*<sup>320</sup> Knappt åtta minuter senare framför CC till AA: *"Inte för att tala om renoverarhuset och komfort som redan ligger ännu lägre på en rad produkter...inte konstigt att man inte säljer nu när man kollar runt"*<sup>321</sup> Direkt efter detta meddelande skickar CC till AA en länk till Prisjakt.<sup>322</sup> Därefter framför CC till AA: *"Om du vill att jag ändrar tillbaka så gör jag det omgående...ditt ord är min lag"*<sup>323</sup>. I ett direkt anslutande sms anför CC vidare: *"Fan vad dåligt samvete jag fick...ändrar tillbaka nu direkt... Fortsatt treolig helg"*<sup>324</sup> På måndagen efter helgen, dvs. den 20 januari 2020, återkommer CC till AA och framför: *"Nu ska allt vara rätt överallt!"*<sup>325</sup> Några minuter därefter återkopplar AA till CC och framför: *"Tnx"*.<sup>326</sup> Av utredningen har framkommit att CC även några dagar tidigare har klagat till AA på Velltras prissättning.<sup>327</sup>

310. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör AA:s fråga (*"Kör ni kampanj"*) en underförstådd uppmaning till Home Online att justera sina priser till en nivå i enlighet med prispolicyn. AA har i förhör uppgett att anledningen till att han frågar CC om återförsäljaren har kampanj är *"ifall han väntar sig någon extra stöttning av oss"*.<sup>328</sup> Att detta skulle vara anledningen till att denna typ av frågor ställs har även Tapwell invänt i sitt yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut (se punkterna 177 och 292 ovan). Konkurrensverket kan konstatera att Tapwell förvisso har stöttat återförsäljare med kampanjbidrag vid olika kampanjer. Att det skulle föranleda AA att fråga om kampanjpriser, utan att nämna frågan om kampanjbidrag, förefaller enligt Konkurrensverket dock inte rimligt. Konkurrensverkets bedömning är i stället att AA har identifierat att Home Onlines prissättning är lägre än prispolicyn (minus 12 procent i stället för högst minus 10 procent) och därför skickat frågan till CC för att, underförstått, uppmana honom att justera sitt pris. Händelsen visar enligt Konkurrensverket också på att Tapwell har reagerat redan vid mindre avvikelser från prispolicyn.

311. RG:s svar att han ändrar tillbaka om AA vill det och bekräftelsen att han ändrat tillbaka visar enligt Konkurrensverkets bedömning på att Home Online samtyckt till Tapwells begäran om prishöjning. Svaret talar också med

---

<sup>320</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 25.

<sup>321</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 25.

<sup>322</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 25.

<sup>323</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 26.

<sup>324</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 18 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 26.

<sup>325</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 20 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 27.

<sup>326</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 20 januari 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 27.

<sup>327</sup> Handl.nr 85, Mejl den 14 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell. CC skriver *"Velltra ligger och förstör prisbilden. Och det gäller varenda blandare"*.

<sup>328</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 24.





tydlighet emot invändningen att det skulle ha med kampanjbidrag att göra. Även den omständigheten att AA tackar CC ("*Tnx*") talar emot invändningen att frågan gällde kampanjbidrag. Att han tackar CC för att CC ändrar tillbaka talar i stället för att det var just det AA önskade, dvs. att Home Online skulle höja priset, och att CC också uppfattade frågan som en sådan begäran. Konversationen är vidare ett exempel på att Home Online följer Tapwells förutbestämda prispolicy och att det inte behövs en uttrycklig begäran om prishöjningar för att Home Online ska förstå vad Tapwell önskar.

312. Dagen efter sms-konversationen, den 21 januari 2020, sker även en mejlkonversation mellan AA på Tapwell och CC på Home Online. Den inleds med att AA vidarebefordrar en prisbevakning från Prisjakt med rubriken "*Prissänkning på Tapwell Evo Köksblandare EVO 180 (Krom)*" till en mejladress hos Kakelkompaniet.<sup>329</sup> I det vidarebefordrade mejlet skriver AA "*3095 kr är konsumentpris*".<sup>330</sup> CC svarar AA från mejladressen och framför "*Märkligt... den var redan fixad.. Prisjakt ligger kvar med fel pris.. denna kommer jag ihåg från igår..*".<sup>331</sup> Därefter lämnar CC en länk till Home Onlines nätbutik [homeonline.se](http://homeonline.se) och den nämnda produkten (EVO 180 Krom) och framför "*Jag får skicka in ett ärende till prisjakt..*".<sup>332</sup>
313. Med begreppet "*konsumentpris*" avser AA det rekommenderade konsumentpriset enligt företagets prislista, dvs. det som han brukar benämna bruttopris.<sup>333</sup> Vid tidpunkten för konversationen var det rekommenderade priset 3 095 kronor (dvs. "*konsumentpriset*" enligt AA:s mejl), och det lägsta priset som fick tas ut enligt prispolicyn 2 785 kronor.
314. Mejl-konversationen den 21 januari 2020 avsåg Home Onlines nätbutik [homonline.se](http://homonline.se). För den aktuella produkten har det emellertid inte funnits tillgänglig någon information om prisutvecklingen på [homeonline.se](http://homeonline.se) vid tidpunkten för konversationen i den data från Prisjakt som Konkurrensverket haft tillgång till. Däremot har information för prisutvecklingen på Home Onlines andra nätbutik, [vvsonline.nu](http://vvsonline.nu), funnits tillgänglig. Av den informationen framgår att produkten några dagar tidigare, den 18 januari 2020, erbjöds ett pris om 2 548 kronor, vilket är ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn. Vidare framgår att priset höjs den 19 januari till ett pris om 2 785 kronor, dvs. det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>334</sup>

---

<sup>329</sup> Handl.nr 71, Mejl den 21 januari 2020 från AA på Tapwell till Kakelkompaniet.

<sup>330</sup> Handl.nr 71, Mejl den 21 januari 2020 från AA på Tapwell till Kakelkompaniet.

<sup>331</sup> Handl.nr 71, Mejl den 21 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>332</sup> Handl.nr 71, Mejl den 21 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>333</sup> Se t.ex. handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 1.

<sup>334</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 15-17.



315. Konkurrensverkets bedömning är att prisändringen på vvsonline.nu som sker den 19 januari 2020 för produkten skett till följd av Tapwells uppmaning en dag tidigare (den 18 januari 2020) avseende hela sortimentet ("*Kör ni kampanj*"). Detta stöds av den omständigheten att, som redogjorts för ovan, CC den 20 januari 2020 skriver till AA och framför: "*Nu ska allt vara rätt överallt!*"<sup>335</sup> och därefter den 21 januari 2020 skriver: "*Märkligt... den var redan fixad.. Prisjakt ligger kvar med fel pris.. denna kommer jag ihåg från igår..*".<sup>336</sup>

316. CC har angående mejl-konversationen uppgett att: "*[d]et är nog bara bruttopriset jag hade ändrat" och på fråga om vad det leder till för marknadsfört pris "[i]ngen skillnad. (...) Det är ju det rabatterade priset, bruttopriset har ju ingenting med det här priset att göra. Om jag ändrar katalogpriset (...) då är det priset rätt men det kommer inte ändra mitt rabatterade pris"*.<sup>337</sup> Av den analys av Prisjaksdata som redogjorts för ovan framgår emellertid att Home Online justerat det faktiska slutkundspriset för produkten. Det kan även konstateras att den senaste prislistejusteringen från Tapwell skedde i maj 2018. Att Home Online skulle ha haft fel angivet rekommenderat pris under en period som överstiger ett och ett halvt år framstår inte som troligt.

317. Sammantaget utgör enligt Konkurrensverkets bedömning såväl sms-konversationen den 18 till 21 januari 2020 och mejl-konversationen den 21 januari 2020 exempel på hur prispolicyn implementerats mellan Tapwell och Home Online.

### 3.3.5.3.2.3 Home Online ber om lov att få göra avsteg från prispolicyn

318. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit att Home Online vid ett flertal tillfällen frågat Tapwell om lov att göra avsteg från prispolicyn. Detta är omständigheter som, enligt Konkurrensverkets bedömning, talar för att Home Online samtyckt till att följa prispolicyn. Händelserna redogörs för i det följande.

319. Den 25 december 2020 skickar CC på Home Online ett sms till AA på Tapwell och frågar: "*[...] Är det ok att köra 15% nu? Som kakelgallerian*". AA svarar en minut senare till CC: "*Nej*".<sup>338</sup>

320. Att Home Online frågar Tapwell om tillåtelse att tillämpa 15 procent rabatt visar enligt Konkurrensverket att Home Online samtyckt till prispolicyn. 15 procent rabatt innebär nämligen ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn.

---

<sup>335</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 20 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 27.

<sup>336</sup> Handl.nr 71, Mejl den 21 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>337</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 34.

<sup>338</sup> Handl.nr 247, Sms-konversation den 25 december 2020 mellan CC på Home Online och AA på Tapwell, s. 59.



321. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata att Home Online dagen efter konversationen inte har höjt rabatterna på sina Tapwell-produkter, utan att ca 76 procent av produkterna alltså var prissatta enligt prispolicyn.<sup>339</sup> Med andra ord stödjer analysen att Home Online har hörsammat AA:s nekande svar på frågan om bolaget får tillämpa 15 procent rabatt.
322. Av den analys av Prisjaksdata som Konkurrensverket har gjort kan däremot noteras att Kakelgallerian, dvs. den återförsäljare som tillämpade 15 procent rabatt, har justerat sina priser dagen efter konversationen. Från att ha haft en rabatt om 25 procent (dvs. 15 plus 10 procent) för 91 procent av sitt Tapwell utbud har Kakelgallerian dagen efter konversationen i stället ca 89 procent av sitt sortiment prissatt i enlighet med det lägsta priset enligt Tapwells prispolicy (25 minus 15 procent).<sup>340</sup>
323. Enligt AA har hans svar ("Nej") att göra med att han från CC har fått ett meddelande via Whatsapp eller Messenger angående var hans julklapp är (en Aladdin-kartong) och om han inte får någon julklapp i år.<sup>341</sup> Mot bakgrund av det tidsmässiga sambandet förefaller det enligt Konkurrensverket inte troligt att AA har svarat på ett meddelande som skickats via en annan kanal.
324. Utöver tillfället som nyss beskrivits har Home Online vid tidigare tillfällen frågat Tapwell om hur Home Online ska agera i sin prissättning.
325. Den 28 november 2019 framför CC på Home Online till AA på Tapwell i en sms-konversation flera klagomål på andra återförsäljare (se punkten 265 ovan). Han framför bl.a. att flera andra återförsäljare fortfarande "kör 20 %" och frågar: "Får jag också nu då? Eftersom de vägrar ändra"<sup>342</sup>.
326. Den 27 februari 2020 skickar CC på Home Online ett mejl till AA på Tapwell där han klagar på att andra företag "fular sig" och länkar till information på Prisjakt.<sup>343</sup> Den 3 mars 2020 skickar CC ett nytt till AA och uppger bl.a.: "Ingen som ändrar priserna. Himla trist att behöva stå vid sidlinjen och tappa massor med försäljning."<sup>344</sup> Tre dagar senare, den 6 mars 2020, skickar CC på

---

<sup>339</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 44-45.

<sup>340</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 44-45.

<sup>341</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 33.

<sup>342</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 28 november 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 20-21.

<sup>343</sup> Handl.nr 80, Mejl den 27 februari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>344</sup> Handl.nr 81, Mejl den 3 mars 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.



nytt mejlet från den 27 februari 2020 till AA och skriver bl.a.: *"Fortfarande ingen som ändrar pris.. ska jag också ändra nu?"*.<sup>345</sup>

327. Den 26 maj 2020 skickar CC på Home Online flera sms till AA på Tapwell i vilka han bl.a. framför: *"Mer skit... hemgallerian drar ner brallorna på Tapwell", "20% på hela sortimentet??"* och *"kakelgallerian, byggshop och badshop med.... jävla lekstuga igen"*.<sup>346</sup> Han skriver därefter, som ett svar på en fråga från AA om han tillämpar den nya prislistan: *"Var det svaret på prisdumpningarna? :) Tycker jag sköter mig ganska prickfritt. Så jag kommer få det att funka. Senaste halvåret att döma lär jag vara en av få. Hur ska jag agera gällande rabatterna online?"*.<sup>347</sup>

328. CC har i förhör uppgett att han förväntat sig att AA ska svara på hans frågor om hur han ska agera med ett *"gör vad du vill"*.<sup>348</sup> Det förefaller enligt Konkurrensverkets bedömning märkligt att CC, vid flera tillfällen, skulle fråga AA om hur han ska prissätta Tapwell-produkter om det är Home Online som självständigt sätter sina priser. Händelserna talar därför enligt Konkurrensverket för att Home Online samtyckt till att följa prispolicyn, och därför behöver fråga om lov för att göra avsteg från den.

#### 3.3.5.3.2.4 Tapwell uppmanar Home Online att höja priserna genom påpekanden om fel bruttopriser

329. Som tidigare angetts har det av Konkurrensverkets utredning framkommit att Tapwell vid flera tillfällen skickat påpekanden om *"fel bruttopris"* till återförsäljare. I det följande redogörs för ett antal sådana påpekanden till Home Online. Vid de flesta av dessa tillfällen har Home Online haft ett lägre slutkundspris än det lägsta priset enligt prispolicyn. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör påpekandena om *"fel bruttopris"* i själva verket uppmaningar från Tapwell till Home Online att höja det faktiska slutkundspriset på produkterna till rätt nivå enligt prispolicyn. I vart fall har påpekandena kunnat få detta resultat, vilket även är något som såväl Tapwell som Home Online måste ha varit medvetna om (se punkten 288 ovan). Tapwell har som konstaterats invänt mot att dessa påpekanden skulle utgöra uppmaningar att höja slutkundspriserna (se punkterna 171 och 286 ovan).

330. I det följande redogörs för ett antal sådana tillfällen då Tapwell skickat påpekanden om *"fel bruttopris"* till Home Online.

---

<sup>345</sup> Handl.nr 106, Mejl den 6 mars 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>346</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 26 maj 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 32.

<sup>347</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 26 maj 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 34.

<sup>348</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 44 och 72.



331. Den 11 januari 2021 skickar AA ett mejl till CC med rubriken "*Fel brutto Tapwell Homeonline*".<sup>349</sup> I mejlet anger AA tre Tapwell-produkter (EVM 026-160 Mässing, EVM 168 Krom och RIN 886 Krom) och efter respektive produkt anges: "*Fel brutto [pris]/Rätt[pris]*". 21 minuter senare svarar CC och uppger: "*Uppfattat! Fixar omgående!*".<sup>350</sup> Dagen efter, den 12 januari 2021, vidarebefordrar AA mejlkedjan till CC en gång till utan något kompletterande meddelande.<sup>351</sup> Samma dag skickar även AA ett sms till CC i vilket han skriver: "*Fixar du de produkterna jag Maila om med fel bruttopris*".<sup>352</sup>
332. Vid tidpunkten för AA:s mejl var i vart fall en av de tre produkterna prissatta till ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>353</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör AA:s mejl i själva verket en uppmaning till Home Online att höja priset på respektive produkt till en nivå motsvarande prispolicyn.
333. Både AA och CC har i förhör uppgett att konversationen avser bruttopriser.<sup>354</sup> Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar dock att Home Online har höjt det faktiska slutkundspriset på en av de tre produkterna dagen efter AA:s mejl. Det nya priset innebar att produkten dagen efter konversationen var prissatt i enlighet med prispolicyn.<sup>355</sup> För de andra två produkterna har en analys av Prisjaksdatan inte kunnat göras.<sup>356</sup> Det bör dock framhållas att Home Online i detta fall uttryckligen samtyckt till Tapwells begäran ("*Uppfattat! Fixar omgående!*").
334. I tabellen nedan redovisas det lägsta pris som fick tas ut för produkterna enligt prispolicyn, det pris som Home Online tog ut och det pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran.<sup>357</sup>

---

<sup>349</sup> Handl.nr 218, Mejl den 11 januari 2021 från AA på Tapwell till Kakelkompaniet.

<sup>350</sup> Handl.nr 218, Mejl den 11 januari 2021 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>351</sup> Handl.nr 218, Mejl den 12 januari 2021 från AA på Tapwell till CC på Home Online.

<sup>352</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 12 januari 2021 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 60.

<sup>353</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 45-47.

<sup>354</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 83 och handl.nr 299, Dialogutskrift förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 59-60.

<sup>355</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 45-47.

<sup>356</sup> Produkten EVM 168 förekommer i två olika CC-mått, en 150-variant och en 160-variant. Konkurrensverket har inte kunnat säkerställa vilken variant som mejlet från Tapwell hänvisar till och har därför inte kunnat analysera prisutvecklingen vid tillfället. För produkten EVM 026-160 saknas information i Prisjaksdatan.

<sup>357</sup> Informationen i tabellen kommer från handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 45-47.



Tabell 2. Handl.nr 218

Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran
<b>EVM026-160 Mässing</b>	5 125 kr	Information saknas	Information saknas
<b>EVM 168 Krom</b>	Analys ej möjlig	Analys ej möjlig	Analys ej möjlig
<b>RIN886 Krom</b>	3 775 kr	3 595 kr	3 775 kr

335. CC har i förhör uppgett på fråga om varför han justerade slutkundspriset till 10 procents rabatt att: "*Jag vill ju ha samma marginal som jag hade tidigare*"<sup>358</sup> och att om han hade 10 procents rabatt tidigare och priset höjs "*Då vill jag ha tio procent. Ja så vill jag fortfarande ha tio procent*".<sup>359</sup> Att CC skulle ha ändrat priset bara för att behålla samma marginal är dock inte förenligt med vad han har sagt om en liknande händelse (se punkten 316 ovan), för vilken han uttryckt att det rabatterade priset inte har något att göra med bruttopriset, och att han bara skulle ha ändrat bruttopriset.

336. AA har invänt att det han menat var: "*[...] vi har höjt priserna på de här produkterna och du har missat att ändra*".<sup>360</sup> Den senaste prislisterjustering skedde dock den 1 juni 2020, dvs. drygt sju månader innan AA:s uppmaning, varför AA:s förklaring framstår som orimlig.

337. För en av produkterna kan det noteras att Tapwell vid ett tidigare tillfälle påpekat till Home Online att den har fel bruttopris (se punkt 355 nedan).<sup>361</sup> Vid tillfället för det tidigare påpekandet har Konkurrensverket inte kunnat påvisa att Home Online höjt priset. Detta talar enligt Konkurrensverket för att Tapwell återkommer till Home Online om en uppmaning att höja priset inte hörsammats.

<sup>358</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 61.

<sup>359</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 61.

<sup>360</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 83.

<sup>361</sup> Handl.nr 159, Mejl den 13 oktober 2020 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com (avseende RIN 886). Detta är den mejladress som CC på Home Online genomgående har använt i kommunikationen med AA på Tapwell.



338. Den 22 oktober 2019 skickar AA ett mejl till Kakelkompaniet med rubriken "*Fel bruttopris*".<sup>362</sup> I mejlet återfinns en länk till Home Onlines hemsida och avser en av Tapwells köksblandare. Samma dag skickar AA ett ytterligare mejl till Kakelkompaniet med rubriken "*Felaktiga bruttopriser*".<sup>363</sup> I mejlet återfinns åtta länkar till Home Onlines hemsida och som avser olika Tapwell-produkter (varav en av produkterna är samma produkt som det första meddelandet avsåg). Tidigare samma dag har återförsäljaren Stonefactory skickat ett mejl till AA med rubriken "*Felaktiga rek.priser homeonline*".<sup>364</sup> I mejlet skriver AJ att: "*Du får gärna se över nedanstående då det är många rek.priser etc som är felaktiga på deras site. Bifogar ett par exempel nedan.*"<sup>365</sup> I mejlet återfinns därefter åtta länkar till Home Onlines hemsida och som avser olika Tapwell-produkter. Länkarna som Stonefactory har skickat till AA är samma länkar som AA senare samma dag har skickat till CC på Home Online.
339. Vid tidpunkten för mejlen var i vart fall sju av de åtta produkterna prissatta till ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>366</sup>
340. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör AA:s påpekande om "*fel bruttopris/er*" i själva verket en uppmaning till Home Online att höja priset på de angivna produkterna till en nivå motsvarande prispolicyn.
341. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Home Online fem dagar senare, den 27 oktober 2019 höjer priset på produkten som fanns med i båda mejlen. Det nya priset motsvarar det lägsta pris som får tas ut enligt prispolicyn.<sup>367</sup>
342. I tabellen nedan redovisas vilket lägsta pris som skulle tas ut för produkterna i mejlen enligt prispolicyn, vilka priser Home Online tog ut vid tidpunkten och vilka priser som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran.<sup>368</sup>

---

<sup>362</sup> Handl.nr 43, Mejl den 22 oktober 2019 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>363</sup> Handl.nr 54, Mejl den 22 oktober 2019 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>364</sup> Handl.nr 55, Mejl den 22 oktober 2019 från AJ på Stonefactory Kundenservice till AA på Tapwell.

<sup>365</sup> Handl.nr 55, Mejl den 22 oktober 2019 från AJ på Stonefactory Kundenservice till AA på Tapwell.

<sup>366</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 9–14.

<sup>367</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 9.

<sup>368</sup> Informationen i tabellen kommer från handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 9–14.



Tabell 3. Handl.nr 43 och 54

Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran
<b>EVO984 Krom</b>	3 145 kr	2 965 kr	3 145 kr
<b>Diskho 5040 PVD Mässing</b>	7 195 kr	6 395 kr	Ingen ändring
<b>RIN885 Krom</b>	3 595 kr	3 506 kr	Ingen ändring
<b>RIN071 Mattsvart</b>	2 425 kr	Information saknas	Information saknas
<b>SYO71 Krom</b>	1 525 kr	1 345 kr	Ingen ändring
<b>BOX006 Krom</b>	4 765kr	4 495 kr	Ingen ändring
<b>EVO184 Honey Gold</b>	6 295 kr	5 935 kr	Ingen ändring
<b>EVO180 Grottesco</b>	4 225 kr	4 045 kr	Ingen ändring

343. Händelserna kring den 22 oktober 2019 visar enligt Konkurrensverket också på hur återförsäljare till Tapwell övervakar varandras prissättning och rapporterar till Tapwell. För fler sådana exempel, se punkterna 205–216 ovan och punkterna 370–381 nedan.

344. Den 13 december 2019 vidarebefordrar AA en prisbevakning från Prisjakt för produkten TVM 300 160 c/c (Koppar) till CC på Home Online och skriver: "*Fel bruttopris 16 495,00 rätt*".<sup>369</sup>

345. Vid tillfället sålde Home Online produkten för ett pris understigande det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>370</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning utgjorde AA:s påpekande om bruttopriset i själva verket en uppmaning att höja slutkundspriset till en nivå motsvarande prispolicyn.

<sup>369</sup> Handl.nr 66, Mejl den 13 december 2019 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>370</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 14–15.





346. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Home Online tre veckor senare, den 3 januari 2020 höjer priset till ett pris som är förenligt med prispolicyn.<sup>371</sup>

347. I tabellen nedan framgår det lägsta priset för produkten enligt prispolicyn vid tillfället, vilket pris som Home Online tog ut och vilket pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran.<sup>372</sup>

**Tabell 4. Handl.nr 66**

Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran
<b>TVM300-160 Koppar</b>	14 845 kr	13 495 kr	14 995 kr

348. Den 1 februari 2021 skickar AA på Tapwell ett mejl till CC på Home Online med rubriken "Tapwell" och refererar till tre Tapwell-produkter.<sup>373</sup> Vid var och en av dessa tre produkter anger AA "Fel bruttopris rätt [pris]". Vid en fjärde angiven produkt uppger AA "Utgått ta bort".<sup>374</sup>

349. Vid tillfället sålde Home Online två av de tre produkterna för ett pris understigande det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>375</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning utgjorde AA:s påpekande om bruttopriset i själva verket en uppmaning att höja slutkundspriserna till en nivå motsvarande prispolicyn.

350. Tapwell har invänt att händelsen utgör ett tydligt exempel på hur kommunikationen från Tapwell utgör en ren serviceåtgärd. Påpekandet har skett för att hjälpa Home Online att återge Tapwells sortiment på korrekt sätt, genom att utgå ifrån såväl rätt bruttopriser som att inte marknadsföra produkter som har utgått ur Tapwells sortiment.<sup>376</sup>

<sup>371</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 14–15.

<sup>372</sup> Informationen i tabellen kommer från handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 14–15.

<sup>373</sup> Handl.nr 219, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>374</sup> Handl.nr 219, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>375</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 46–49.

<sup>376</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 101 och handl.nr 467, Tapwells presentation vid muntligt förfarande den 13 oktober 2023, s. 44.



351. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar dock att Home Online, för två av produkterna, två veckor senare höjer priset på produkterna. De nya priserna motsvarar de lägsta priserna enligt prispolicyn.<sup>377</sup> Detta talar enligt Konkurrensverket för att Tapwells påpekande avsett slutkundspriserna. I vart fall har även slutkundspriserna påverkats av påpekandet. Att påpekandet kunnat få det resultatet har såväl Tapwell som Home Online varit medvetna om. Att Tapwell även vid samma tillfälle kan ha passat på att informera om att en produkt har utgått ur sortimentet talar enligt Konkurrensverket inte emot denna bedömning.

352. I tabellen nedan framgår de lägsta priserna för produkterna enligt prispolicyn vid tillfället, vilka priser som Home Online tog ut och vilka priser som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran.<sup>378</sup>

**Tabell 5. Handl.nr 219**

Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Home Online tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Home Online ändrade till efter Tapwells begäran
<b>BOX7268 ED2</b> <b>Mässing</b>	17 995 kr	17 545 kr	17 995 kr
<b>EVO185 Krom</b>	3 505 kr	3 415 kr	3 505 kr
<b>FBLV023-150</b> <b>Krom</b>	3 685 kr	3 686 kr	Ingen ändring, pris redan förenligt med prispolicyn

353. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit fler exempel på hur Tapwell har skickat påpekanden till Home Online om "fel bruttopris". För dessa tillfällen har Konkurrensverket inte kunnat påvisa att Home Online har tillgodosett Tapwells begäran. Likväl är det Konkurrensverkets bedömning att dessa händelser, sett i sitt sammanhang, visar på hur prispolicyn har implementerats av Tapwell. Den omständigheten att en återförsäljare ibland agerar i strid med avtalet innebär inte heller automatiskt att ett avtal inte har kommit till stånd.<sup>379</sup> Händelserna redogörs för i det följande.

<sup>377</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 47–48.

<sup>378</sup> Informationen i tabellen kommer från Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 47–49.

<sup>379</sup> Jfr EU-domstolens dom den 10 februari 2011, *Activision Blizzard*, C-260/09 P, EU:C:2011:62, p. 81–82.



354. Den 5 oktober 2020 skickar AA ett mejl till Kakelkompaniet med rubriken "*Fel bruttopris rätt 2595kr*".<sup>380</sup> I mejlet återfinns en länk till en produkt på hemsidan vvsonline.nu. AA skickar samma dag ytterligare ett mejl till Kakelkompaniet där det i mejlrubriken lämnas en länk till en produkt på hemsidan vvsonline.nu. I mejlrubriken framförs härutöver: "*fel brutto rätt 2595kr*".<sup>381</sup>

355. Den 13 oktober 2020 skickar AA ett mejl till Kakelkompaniet med rubriken "*Homeonline fel bruttopriser*".<sup>382</sup> I mejlet återges en lista med angivande av 12 Tapwell-produkter och för respektive produkt anges priser i två kolumner med rubrikerna "*Brutto*" respektive "*Gammalt brutto*".

#### 3.3.5.3.2.5 Tapwell uppmanar Home Online att höja priserna genom att vidarebefordra information från Prisjakt

356. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit att Tapwell har övervakat prisutveckling på sina produkter på Prisjakt. Detta framgår dels av att Tapwell har mottagit bevakningsmejl från Prisjakt om att priset på en produkt har sänkts, dels av att Tapwell har skickat information från Prisjakt till olika återförsäljare ( däribland Home Online) i form av skärmdumpar eller länkar. Genom att vidarebefordra informationen till återförsäljarna har Tapwell – enligt Konkurrensverkets bedömning – uppmanat återförsäljarna att höja sitt slutkundspris till en nivå som är förenlig med prispolicyn.

357. Ibland förenas information från Prisjakt med ett påpekande om "*fel bruttopris*". Eftersom informationen på Prisjakt avser de faktiska slutkundspriserna är det Konkurrensverkets bedömning att det som påpekandet faktiskt avsett har varit slutkundspriserna. I vart fall har även slutkundspriserna kunnat påverkas av påpekandet, vilket såväl Tapwell som Home Online varit medvetna om.

358. Tapwell har som konstaterats invänt mot att vidarebefordring av information från Prisjakt skulle utgöra uppmaningar att höja slutkundspriserna (se punkterna 183, 287 och 291 ovan).

359. Nedan redogörs för exempel på hur information från Prisjakt har skickats till Home Online.

360. Som redan redogjorts för ovan vidarebefordrar AA på Tapwell bevakningsmejl från Prisjakt till Home Online den 13 december 2019 (se punkten 344 ovan) och den 21 januari 2020 (se punkten 312 ovan).

---

<sup>380</sup> Handl.nr 162, Mejl den 5 oktober 2020 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>381</sup> Handl.nr 173, Mejl den 5 oktober 2020 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>382</sup> Handl.nr 159, Mejl den 13 oktober 2020 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.



361. Av Konkurrensverkets utredning har det även framkommit att AA på Tapwell vid ytterligare tillfällen vidarebefordrat information från Prisjakt till Home Online, vilket redovisas i det följande.
362. Den 5 respektive 6 oktober 2020 skickar AA på Tapwell två sms till CC på Home Online, det ena med en skärmdump från Prisjakt där det framgår att AA har muspekaren på produktnamnet SK 071 Krom för nätbutiken vvsonline.nu, och det andra med en länk till Prisjakt för produkten BI 071 Krom. CC svarar den 6 oktober 2020: "*Uppfattat! Fixat innan 10:30 imorgon*".<sup>383</sup>
363. Enligt Konkurrensverkets mening utgör skärmdumpen och Prisjaktslänken uppmaningar till Home Online att höja slutkundspriset för respektive produkt. CC:s svar utgör enligt Konkurrensverkets bedömning en bekräftelse på att priserna ska justeras till en korrekt nivå enligt prispolicyn.
364. AA har inte hörts om den aktuella konversationen, men däremot för en liknande händelse – dvs. en situation där han endast har skickat vidare information från Prisjakt till en återförsäljare utan att skriva något meddelande.<sup>384</sup> Tapwell har invänt mot att Konkurrensverket ska beakta vad AA gett för förklaring angående den liknande händelsen, vid bedömningen av den aktuella konversationen utan att AA fått möjlighet att yttra sig över just den konversationen.<sup>385</sup> Tapwell har dock inte lämnat någon alternativ förklaring till meddelandena, vare sig i sitt yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut eller vid det muntliga förfarande som hållits i ärendet. Konkurrensverket noterar att så inte skett trots att även AA varit närvarande vid det muntliga förfarandet.
365. Angående skärmdumpen har CC på Home Online i förhör invänt att konversationen kan ha avsett att Home Online har marknadsfört produkten i fråga som att den inte finns i lager, fastän den finns i lager. Detta eftersom det, enligt CC, på bilden syns en liten röd prick vid vvsonline.nu.<sup>386</sup> Skärmdumpen i fråga ser ut enligt följande.

---

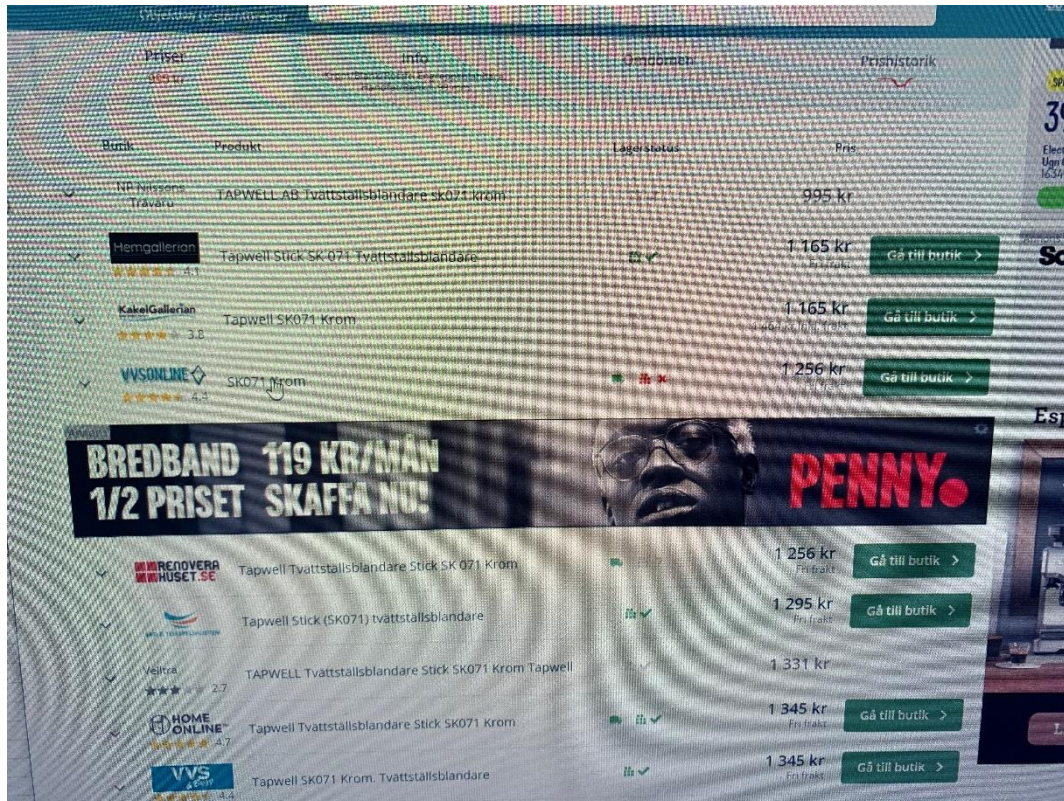
<sup>383</sup> Handl.nr 247, Sms-konversation den 5 oktober 2020 till den 6 oktober 2020 mellan AA på Tapwell och CC på Home Online, s. 41–43.

<sup>384</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 4 f.

<sup>385</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 104.

<sup>386</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 37–38.

Figur 10. Skärmdump i handl.nr 247, s. 41–43.



366. De röda figurerna som syns under kolumnen lagerstatus kan förvisso tala för att CC:s förklaring stämmer. Sett till vad som har framkommit om Tapwells prispolicy (se punkterna 132–258 ovan) framstår den dock inte som rimlig. Att AA just denna gång avsett att uppmärksamma CC på att något inte stämmer med lagerstatusen när liknande meddelanden – enligt Konkurrensverkets bedömning vilken får stöd i analyser av Prisjaksdata – utgjort uppmaningar att höja slutkundspriset, framstår inte som troligt. CC:s påstående, att kontakterna avser lagerstatusen, motsägs även av att AA haft en liknande kontakt med Hemgallerian (se nedan) vilka – som framgår av skärmdumpen – haft en grön prick. Kontakterna kan därför inte ha avsett lagerstatusen.

367. Vidare har det av utredningen framkommit att AA samma dag har skickat ett mejl till Hemgallerian, som har haft ett ännu lägre pris än Home Online, med en länk till samma produkt och meddelandet: "Ni har fel konsumentpris på SK071 det nya är 1495 kr".<sup>387</sup> I mejlet anger AA en länk till Hemgallerians hemsida, men av länken går det att utläsa att AA har gått till Hemgallerians hemsida via Prisjakt ("referer=prisjakt"). Det framstår därför enligt Konkurrensverket som mer troligt att AA har noterat att såväl Home Online som Hemgallerian legat för lågt i pris på Prisjakt, och därför skickat

<sup>387</sup> Handl.nr 163, Mejl den 5 oktober 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.



skärmdumpen respektive mejlet för att uppmana återförsäljarna att höja sina slutkundspriser.

368. Den 20 januari 2020 vidarebefordrar AA en prisbevakning från Prisjakt med rubriken "*Prissänkning på Tapwell TVM 7200 Edition 2 160 c/c (Krom)*" till Kakelkompaniet.<sup>388</sup>

369. För båda dessa tillfällen (den 5 till 6 oktober 2020 och den 20 januari 2020) har Konkurrensverket inte kunnat konstatera en höjning från Home Online av slutkundspriserna. Konkurrensverkets bedömning är likväl att händelserna utgör ett exempel på hur prispolicyn har implementerats. Den omständigheten att en återförsäljare ibland agerar i strid med avtalet innebär inte heller automatiskt att ett avtal inte har kommit till stånd.<sup>389</sup>

### 3.3.5.3.2.6 Home Online övervakar och rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell

370. Nedan redogörs för olika tillfällen då Home Online har uppmärksammat Tapwell på andra återförsäljares prissättning eller rabatter. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör händelserna exempel på hur Home Online övervakar och rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell.

371. Den 14 januari 2020 skickar CC på Home Online (som tidigare redogjorts för i fotnot 327) ett mejl till AA på Tapwell och framför att "*Velltra ligger och förstör prisbilden. Och det gäller varenda blandare*".<sup>390</sup> I mejlet lämnas också en länk till Velltras hemsida avseende en köksblandare.<sup>391</sup> CC skickar ett annat mejl den 15 januari 2020 till AA och framför "*Antar att det inte undgått dig att Renovera huset sänkt alla priser*"<sup>392</sup> varvid AA samma dag svarar: "*Har koll på det*".<sup>393</sup>

372. Den 27 februari 2020 skickar CC på Home Online (som tidigare redogjorts för översiktligt i punkt 326 ovan) ett mejl till AA på Tapwell med rubriken "*Fel priser*" som innehåller åtta olika länkar till Prisjakt.<sup>394</sup> Länkarna hänvisar till en prissänkning av Tapwells produkter från bl.a. en annan återförsäljare, Renoverahuset, eftersom det mellan länkarna uppges att: "*Gäller alla andra ytor på TVM som renoverahuset kört i botten. Här kommer tre exempel men det är som sagt alla...*" CC framför avslutningsvis i mejlet: "*Det är så jäkla många produkter.. och det är massa mer.. men detta var några så ser du vilka företag som fular sig..*". Mellan länkhänvisningarna i mejlet återges beteckningar på fem

---

<sup>388</sup> Handl.nr 79, Mejl den 20 januari 2020 från AA på Tapwell till kakelkompaniet@telia.com.

<sup>389</sup> Jfr EU-domstolens dom den 10 februari 2011, *Activision Blizzard*, C-260/09 P, EU:C:2011:62, p. 81–82.

<sup>390</sup> Handl.nr 85, Mejl den 14 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>391</sup> Handl.nr 85, Mejl den 14 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>392</sup> Handl.nr 78, Mejl den 15 januari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>393</sup> Handl.nr 78, Mejl den 15 januari 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online.

<sup>394</sup> Handl.nr 80, Mejl den 27 februari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.



av Tapwells produkter.<sup>395</sup> Den 3 mars 2020 skickar CC ytterligare ett mejl till AA (vilket också tidigare redogjorts för i punkt 326 ovan) och skriver: *"Vad är det dem håller på med på bygghemmagruppen, hemgallerian och rörfokus mfl... Ingen som ändrar priserna. Himla trist att behöva stå vid sidlinjen och tappa massor med försäljning."*<sup>396</sup> I ytterligare ett mejl den 6 mars 2020 (vilket även detta tidigare redogjorts för i punkt 326 ovan) vidarebefordrar CC mejlet från den 27 februari 2020 på nytt och framför: *"Fortfarande ingen som ändrar pris.. ska jag också ändra nu? Det har gått två veckor.. hade det varit jag hade golpoolen med flera varit så jävla pissed off."*<sup>397</sup> I ett ytterligare mejl från den 15 mars 2020 skickar CC till AA sju länkar till Prisjakt.<sup>398</sup> Med hänvisning till tre av länkarna skriver CC: *"Gäller alla andra ytor på TVM som renoverahuset kört i botten. Här kommer tre exempel men det är som sagt alla.."*<sup>399</sup> Vidare skriver CC: *"ett par till"* och lämnar därunder två länkar samt framhåller avslutningsvis: *"Som vanligt finns det fler men jag orkar inte gå igenom mer. [...]"*<sup>400</sup>

373. Den 14 maj 2020 skickar CC på Home Online ett mejl till AA på Tapwell med rubriken *"Renovera huset"* som innehåller tre länkar till Prisjakt och framför i mejlet att: *"Nu håller renoverahuset.se på igen [...] Vet inte hur många mer produkter det kan röra sig om men säkerligen fler än dessa tre."*<sup>401</sup> Mejlet vidarebefordras internt inom Tapwell från AA till en säljare på Tapwell, OO, och där AA skriver: *"Snackar du med [YY]"*.<sup>402</sup> Personen som avses, YY, är ägare till en annan av Tapwells återförsäljare som har försäljning över internet genom de båda nätbutikerna Bytfonster.se och Renoverahuset.se.<sup>403</sup>

374. Den 26 maj 2020 sker en sms-konversation mellan CC på Home Online och AA på Tapwell (som tidigare delvis redogjorts för i punkt 327 ovan). Konversationen inleds med att CC skickar flera sms i en följd till AA, där CC i det första av dessa framför: *"Tjena! Mer skit... hemgallerian drar ner brallorna på Tapwell"*.<sup>404</sup> Därefter skickar CC till AA ett meddelande som bara innehåller en symbol och därefter en skärmdump från Prisjakt. Därefter framför CC till AA: *"20% på hela sortimentet??"*, och bifogar ytterligare en skärmdump från Prisjakt. Därefter framför CC till AA: *"Och kakelgallerian, byggshop och badshop med.... jävla lekstuga igen"* samt bifogar ytterligare en

---

<sup>395</sup> Handl.nr 80, Mejl den 27 februari 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell. I mejlet återges en länkreferens till EVM071, fyra länkreferenser till TVM7200, en länkreferens till EVO070, en länkreferens till CA071 och en länkreferens till EVM026.

<sup>396</sup> Handl.nr 81, Mejl den 3 mars 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>397</sup> Handl.nr 106, Mejl den 6 mars 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>398</sup> Handl.nr 115, Mejl den 15 mars 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>399</sup> Handl.nr 115, Mejl den 15 mars 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>400</sup> Handl.nr 115, Mejl den 15 mars 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>401</sup> Handl.nr 100, Mejl den 14 maj 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>402</sup> Handl.nr 100, Mejl den 18 maj 2020 från AA på Tapwell till OO på Tapwell.

<sup>403</sup> Handl.nr 271, Tjänsteanteckning från samtal den 15 oktober 2021 med Dere Fönster & Portar AB.

<sup>404</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 26 maj 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 32.



skärmdump från Prisjakt.<sup>405</sup> I en kommentar på denna serie av meddelanden framför AA till CC: "Kör du också nya prislistan börjar 1/6".<sup>406</sup> I en kommentar till detta svarar CC till AA: "Var det svaret på prisdumpningarna? :) Tycker jag sköter mig ganska prickt. Så jag kommer få det att funka. Senaste halvåret att döma lär jag vara en av få. Hur ska jag agera gällande rabatterna online?".<sup>407</sup>

375. Den 1 juni 2020 skickar CC ett mejl till AA med rubriken "Uppdaterade" och framför: "Priserna på homeonline är nu uppdaterade."<sup>408</sup> AA återkopplar till CC och framför: "Kanon."<sup>409</sup> Den 1 juni 2020 fortsätter CC den nyss refererade mejlslingan och framför till AA: "Så bygghemmagruppen skiter i att nollställa. De uppdaterar konsumentpriserna men har kvar samma rabatterade pris sen innan höjningen."<sup>410</sup> Därefter bifogar CC i mejlet en Prisjaktslänk och skriver ovanför länken "Exempel". Slutligen framför CC i mejlet att (vilket tidigare redogjorts för i punkterna 206 och 268 ovan): "Hade de nu varit seriösa så hade de ju nu faktiskt också lagt sig på 10%. Bli mer och mer irriterad."<sup>411</sup>

376. Den 23 september 2020 skickar CC på Home Online flera sms till AA på Tapwell (vilka tidigare redogjorts för i punkten 266 ovan). CC skriver i ett sms: "10% på både home och VVS nu".<sup>412</sup> Några timmar dessförinnan har CC skrivit till AA: "Kan jag ringa om en stund?".<sup>413</sup> Samma dag skickar CC påpekanden till AA att andra återförsäljare inte har ändrat sina priser. CC skriver till AA: "20% på Stonefactory 20% på hemgallerian Varför ändrade dessa inte idag? De som ställer till det är också de som sen sist ska göra rätt... kan Tapwell inte försäkra villkoren för de som håller på såhär?".<sup>414</sup> I ett ytterligare sms samma dag strax därefter skriver CC till AA vidare: "Sen har inte dessa ändrat heller Vvschbad Kakelgallerian Hemmatema".<sup>415</sup>

377. Den 3 december 2020 skriver CC på Home Online till AA på Tapwell: "Tja [AA], De måste skämta på hemmatema?".<sup>416</sup> Dagen efter, den 4 december 2020, skriver CC till AA: "Tja! Fortfarande kör hemmatema 15%... något nytt där? Kasta

---

<sup>405</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 26 maj 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 32-34.

<sup>406</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 26 maj 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 34.

<sup>407</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 26 maj 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 34.

<sup>408</sup> Handl.nr 138, Mejl den 1 juni 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>409</sup> Handl.nr 138, Mejl den 1 juni 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online.

<sup>410</sup> Handl.nr 133, Mejl den 1 juni 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>411</sup> Handl.nr 133, Mejl den 1 juni 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>412</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>413</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>414</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>415</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 23 september 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 40.

<sup>416</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 3 december 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 57.



*ut dem?"*<sup>417</sup> Minuten därefter skriver AA till CC: *"Jag fixar hemmatema nästa vecka."*<sup>418</sup>

378. De redovisade händelserna utgör enligt Konkurrensverket exempel på hur Home Online rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell. Tapwell har dock, som konstaterats, invänt att det bara är fråga om "gnäll" (se punkten 217 ovan). Även AA på Tapwell har i förhör invänt att det bara är återförsäljarna som "gnäller på varandra" (se punkten 216 ovan). Konkurrensverket kan dock konstatera att det vid ett sådant "gnäll" hänvisats till prispolicyns lägsta pris (*"Hade de nu varit seriösa så hade de ju nu faktiskt också lagt sig på 10%"*). Av Konkurrensverkets utredning har det även framkommit att Tapwell använt sig av informationen som Home Online lämnat till Tapwell. Den 6 december 2019 skickar CC på Home Online (som tidigare redogjorts för) två sms-meddelanden till AA: *"Kund som vill ha prisgaranti från oss för hemgallerian har 20%"* och *"Varför ändrar inte hemgallerian?"*<sup>419</sup> Detta resulterar i att AA kontakter Hemgallerian, som ändrar sina priser (se punkterna 179 och 284 ovan och punkterna 384–390 nedan). Vidare har det som redogjorts för framkommit att AA svarat CC, efter att den senare klagat på andra återförsäljares priser (*"Har koll på det"*<sup>420</sup> och *"Jag fixar hemmatema nästa vecka"*<sup>421</sup>). Han har även vid ett tillfälle skickat vidare CC:s klagomål internt på Tapwell och bett en kollega att snacka med ägaren till den utpekade återförsäljaren (se punkten 373 ovan). Att Tapwell har använt sig av informationen om andra återförsäljare som Home Online har lämnat till Tapwell talar enligt Konkurrensverket emot invändningen om att det bara är "gnäll". I stället talar det för Konkurrensverkets bedömning att händelserna utgör exempel på hur Home Online rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell.
379. Tapwell har härvid invänt att det i "gnället" kan framkomma information som tyder på att andra återförsäljare har fel bruttopriser, och att det då inte är konstigt om Tapwell tar den till sig för att kontakta återförsäljaren och informera denne om att den utgår från ett gammalt eller felaktigt bruttopris.<sup>422</sup> Av de händelser som redogjorts för ovan framgår dock att "gnället" har avsett rabatter och slutkundspriser. Detta talar enligt Konkurrensverket emot att Tapwell bara skulle ha använt informationen för att passa på att påpeka felaktiga bruttopriser.

---

<sup>417</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 3 december 2020 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 57.

<sup>418</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 3 december 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 57.

<sup>419</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelanden den 6 december 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 23–24.

<sup>420</sup> Handl.nr 78, Mejl den 15 januari 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online.

<sup>421</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 4 december 2020 från AA på Tapwell till CC på Home Online, s. 57.

<sup>422</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 41.



380. Tapwell har som konstaterats även invänt att företaget ibland måste vara till lags och hålla med ("*det är för jävligt, håller med, jag tar det vidare*"), men gör sedan ingenting och hoppas på att återförsäljaren glömmer gnället.<sup>423</sup> Enligt Konkurrensverket motsägs detta dock av det faktum att Tapwell använt informationen enligt vad som redogjorts för ovan.

381. Att Home Online rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell är något som enligt Konkurrensverket tydligt talar för att Home Online samtyckt till prispolicyn. Vidare framgår det av händelserna att Home Online haft ett intresse i att även andra återförsäljare skulle följa prispolicyn, och att bolaget utgått från att så varit fallet.

### **3.3.5.3.3 Hemgallerian**

382. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit flera exempel på hur prispolicyn har tillämpats mellan Tapwell och Hemgallerian. Det har framkommit

- att Tapwell uppmanat Hemgallerian att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn,
- att Tapwell uppmanat Hemgallerian att höja priserna genom påpekanden om fel bruttopriser,
- att Tapwell uppmanat Hemgallerian att höja priserna genom att vidarebefordra information från Prisjakt,
- att Hemgallerian höjt priset efter att en annan återförsäljare klagat till Tapwell på Hemgallerians prissättning, och
- att Hemgallerian övervakat och rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell.

#### **3.3.5.3.3.1 Tapwell uppmanar Hemgallerian att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn**

383. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit att Tapwell vid två tillfällen kontaktat Hemgallerian med frågor om Hemgallerian har kampanj. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör frågorna i själva verket uppmaningar att upphöra med kampanjen och i stället följa prispolicyn. Tapwell har som konstaterats invänt mot denna bedömning (se punkterna 177 och 292 ovan). Händelserna redogörs för i det följande.

384. Den 6 december 2019 sker följande sms-konversationer (vilka tidigare redogjorts för i punkterna 179, 284 och 378 ovan). AA på Tapwell skickar ett

---

<sup>423</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 21–22.



sms-meddelande till EE på Hemgallerian och frågar: *"Hur länge hade ni tänkt att köra black week på Tapwell?"*. EE svarar några minuter senare: *"Ändrat nu"*.<sup>424</sup> AA:s fråga till EE verkar ha föranletts av att CC på Home Online en halvtimme innan frågan till EE skickar ett sms till AA och frågar: *"Varför ändrar inte hemgallerian"*.<sup>425</sup>

385. AA har i förhör på fråga om händelsen uppgett att Tapwell vid Black Week har gett sina kunder 10 procent extra rabatt, men att de varit oense om hur länge de ska ha rabatten.<sup>426</sup> Han har, avseende en annan konversation angående rabatter i samband med Black Week, förklarat att det han vill uppmärksamma återförsäljare på är när kampanjen från Tapwells sida är slut, så att kunderna vet när de inte får extra rabatt längre.<sup>427</sup> Även Tapwell har, som en allmän invändning mot att frågor om kampanjer skulle utgöra uppmaningar att följa prispolycyn, invänt att denna typ av fråga skulle avse att förklara hur länge återförsäljaren kan förvänta sig kampanjbidrag.<sup>428</sup>
386. EE har i förhör berättat följande om konversationen: *"Ja det är väl att vi har släppt 20 skulle jag gissa och att han har frågat hur länge, precis vad det står och att vi har, vi har... jag menar, jag förstår ju att de vill ju inte att vi dumpar priset såklart, det förstår vi ju och sedan så har jag ändrat till vårt ordinarie pris."* På fråga om han uppfattar det mer som en uppmaning än en fråga från AA uppgav EE: *"Aj, det kan man väl säga, ja. Han kan ju inte säga till mig vad jag ska göra men jag vet ju att han tycker att vi... att det inte är bra med för höga rabatter, såklart som alla."* Angående vad han har ändrat så uppgav EE att det är rabattsatsen och bekräftade att han sannolikt ändrat till den generella rabattsatsen Hemgallerian tillämpar.<sup>429</sup>
387. Konkurrensverket gör bedömning att EE:s uppgifter tydligt talar för att AA:s fråga inte har haft att göra med hur länge Hemgallerian skulle få kampanjbidrag. Tvärtom talar hans uppgifter med styrka för att AA önskat att Hemgallerian skulle höja priset på Tapwells produkter vid försäljning över internet. Av EE:s uppgifter framgår också att detta högst troligt har skett. Den generella rabattsatsen som Hemgallerian tillämpar motsvarar det lägsta priset enligt prispolycyn, dvs. högst 10 procent rabatt på det rekommenderade priset.

---

<sup>424</sup> Handl.nr 247, Sms-konversation den 6 december 2019 mellan AA på Tapwell och EE på Hemgallerian, s. 24.

<sup>425</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell, s. 24.

<sup>426</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 23–24.

<sup>427</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 75.

<sup>428</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 34.

<sup>429</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 53.



388. Vidare talar den omständigheten att frågan till Hemgallerian föranletts av att Home Online frågat varför Hemgallerian inte ändrar för att AA:s fråga i själva verket var en begäran till Hemgallerian om att höja priset.
389. Hemgallerians svar att bolaget "*Ändrat nu*"<sup>430</sup> visar på att Hemgallerian har samtyckt till Tapwells begäran. EE:s uppgifter i förhöret talar inte emot denna slutsats.
390. Slutsatsen stöds dessutom ytterligare av den analys av Prisjaksdata som Konkurrensverket har gjort. Analysen visar att Hemgallerians utbud av Tapwell-produkter före Black Week till ca 78 procent var prissatt i enlighet med Tapwells prispolicy men att utbudet under Black Week till ca 92 procent var prissatt till ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn. Den 7 december 2019, dvs. dagen efter AA:s påpekande, har priserna höjts och 85 procent av utbudet ligger återigen på en prisnivå i enlighet med prispolicyn.<sup>431</sup>
391. Tapwell har härvid invänt att det är förväntat att återförsäljare justerar tillbaka sina priser efter Black Week. Det är mer sannolikt att Hemgallerian ändrade sina priser den 6 december som resultat av Black Week-kampanjens slut och inte korrespondensen från Tapwell.<sup>432</sup>
392. Konkurrensverket kan dock konstatera att priserna ändras tillbaka först efter att AA på Tapwell kontaktat Hemgallerian den 7 december 2019. Black Week avslutas normalt med den s.k. Cyber Monday. År 2019 inföll Cyber Monday den 2 december 2019, dvs. 5 dagar före Tapwells kontakt. Det förefaller därför enligt Konkurrensverket som mer sannolikt att priserna ändrats till följd av Tapwells kontakt än som ett naturligt resultat av att Black Week upphörde.
393. Tapwell har även invänt, utan att specificera vilken händelse som avses, att det "*I något fall kan det vara så att en [å]terförsäljare, som normalt sett kör en Black Week-kampanj och efter den veckan brukar ändra tillbaka, har glömt att justera tillbaka sina priser*".<sup>433</sup> För det första kan det enligt Konkurrensverket ifrågasättas om Tapwells service till sina återförsäljare över huvud taget bör innefatta att påminna dem om att inte ha kampanj längre än en viss tid. Detta gäller i synnerhet när, som i detta fall Tapwell vet att, kontakten dessutom får som konsekvens att slutkundspriserna höjs. För det andra är det enligt Konkurrensverket inte trovärdigt att AA, om det varit hans syfte att hjälpa Hemgallerian, frågar: "*Hur länge hade ni tänkt att köra black week*" i stället för

---

<sup>430</sup> Handl.nr 247, Sms-konversation den 6 december 2019 mellan AA på Tapwell och EE på Hemgallerian, s. 24.

<sup>431</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 50.

<sup>432</sup> Handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 19.

<sup>433</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 34.



att mer uttryckligen fråga om Hemgallerian har glömt att ändra tillbaka. För det tredje ger inte AA:s uppgifter i förhör stöd för att det skulle ha varit syftet. Invändningen framstår därför sammantaget inte som relevant och under alla omständigheter inte trolig.

394. Den 1 februari 2021 skickar AA på Tapwell ett mejl till EE på Hemgallerian och frågar: *"Kör ni kampanj på nedan?"*.<sup>434</sup> I mejlet lämnas en länk till Hemgallerians hemsida avseende Tapwell-produkten Box 006 tvättställsblandare inbyggnad. Mindre än tio minuter efter frågan från AA svarar EE i ett mejl med rubriken *"Re: Box006"*, *"Nix, vet inte varför men ändrat nu."*<sup>435</sup> Några timmar senare svarar AA till EE: *"Tnx. [...]"*.<sup>436</sup>
395. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör AA:s fråga i själva verket en uppmaning till Hemgallerian att höja priset på produkten till en nivå som är förenlig med prispolicyn, och EE:s svar en bekräftelse på Tapwells begäran.
396. EE har i förhör angående konversationen ovan sagt att det antagligen gällt att de *"ligger helt galet"* på produkten.<sup>437</sup> Han har i förhöret beskrivit hur Hemgallerian brukar ha 10 procent rabatt på Tapwell och att när man lägger in en produkt i Hemgallerians system så bockar man i vilken leverantör det är. Det som kan ha hänt vid detta tillfälle är att fel leverantör eller två leverantörer bockats i, men att det bara är en gissning. Att han tror det kan vara så beror på att de *"aldrig kört någon kampanj på en inbyggnadsbox, det händer ju inte"*.<sup>438</sup>
397. Även AA har i förhör reagerat på vilken typ av produkt som konversationen rör: *"Det blir väldigt mycket spekulationer men vi vill ju att de ska fronta våra storsäljare först på hemsidorna så går man in på Hemgallerian, då vill vi att TVM7200, till exempel ska komma först på front pagen på Tapwell för att det är den man säljer jättemycket av. Kommer en BOX006 först, då säljer vi väldigt lite ifall man frontar den till exempel."*<sup>439</sup>
398. Tapwell har även, med hänsyn till vad EE och AA sagt i förhören, invänt att konversationen avsett just *"frontning"* av fel produkt.<sup>440</sup>
399. Vad EE och AA framfört i förhör skulle förvisso kunna tala för att konversationen den 1 februari 2021 inte utgjort ett led i Tapwells prisstyrning

---

<sup>434</sup> Handl.nr 222, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.

<sup>435</sup> Handl.nr 222, Mejl den 1 februari 2021 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>436</sup> Handl.nr 222, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.

<sup>437</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 61.

<sup>438</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 62.

<sup>439</sup> Handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 38.

<sup>440</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 99 och handl.nr 467, Tapwells presentation vid muntligt förfarande den 13 oktober 2023, s. 49–51.

av Hemgallerian. Mot deras uppgifter måste dock ställas det sammanhang inom vilket konversationen sker, vilket utgörs av omfattande kontakter av liknande art som enligt Konkurrensverkets bedömning utgjort en implementering av Tapwells prispolicy. Att Tapwell med just detta påpekande skulle ha avsett något annat (att ifrågasätta varför man "frontar" en inbyggnadsbox) framstår i det sammanhanget som mindre troligt. AA:s mejl innehåller inte heller uttryckligen något sådant ifrågasättande.

400. En ytterligare aspekt som enligt Konkurrensverket talar för att händelsen utgör ett led i Tapwells prisstyrning av Hemgallerian är följande.
401. Några veckor innan Tapwells påpekande till Hemgallerian mottar AA ett mejl från Bygghemma med ämnet "Manuell sökning". Mejlet har vidarebefordrats internt på Tapwell av AA till AI med instruktionen "Lägger du in en flik med företagen". AA får sedan svar från AI den 18 januari 2021 och filen "Copy of Tapwell Manuell sökning 2020-01-09.xlsx" bifogas.<sup>441</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning har filen som AA mottar internt funnits med i hela mejl-korrespondensen och har alltså sitt ursprung från Bygghemma, men har bearbetats internt på Tapwell.
402. Excel-filen visar i) ett 30-tal länkar till olika Tapwell-produkter på Prisjakt, ii) information om vilket pris som Bygghemma tar, iii) priset för den billigaste konkurrenten, iv) skillnaderna i pris mellan den billigaste konkurrenten och Bygghemma samt v) vilket verkligt pris som den billigaste konkurrenten tar. Av filen framgår för BOX 006 (i krom) att Hemgallerians pris är lägre än det som Bygghemma tar för produkten. Det pris som Bygghemma tar för produkten motsvarar det lägsta priset enligt prispolicyn. Vidare finns även samma länk till Hemgallerians hemsida för produkten som AA lagt in i mejlet till Hemgallerian den 1 februari 2021. Se figuren nedan för utdrag ur filen, rad 20.

**Figur 11. Utdrag av handling 232. Manuell prisjämförelse av Bygghemma.**

	A	B	C	D	E	F	G
1	Länk	BHSE Pris	Billigaste Konkurrent	Diff I %	Verkligt pris	Företag	Länk 1
20	<a href="https://classic.prisjakt.nu/produkt.php?p=3084039">https://classic.prisjakt.nu/produkt.php?p=3084039</a>	5395	4766	-12%	5185	Hemgallerian	<a href="#">Tapwell Box 006 tvättställsblandare inbyggnad   Hemgallerian.se</a>

403. Tapwell har invänt att den här typen av Excel-filer är framtagna av Bygghemma.<sup>442</sup> Tapwell har dock bearbetat filen och alldeles oavsett använt

<sup>441</sup> Handl.nr 227, Mejl-konversation den 12 till 18 januari 2021 mellan ZZ på Bygghemma, AA på Tapwell och AI på Tapwell och handl.nr 232, Excel-fil.

<sup>442</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 43–45.

sig av uppgifterna i den till att prisövervaka och därefter vidta åtgärder (se nedan). Det har därför enligt Konkurrensverket ingen betydelse vem som ursprungligen skapat filen.

404. I Konkurrensverkets utredning har det även noterats en annan Excel-fil med en liknande struktur som den ovan nämnda (vilken tidigare har nämnts i samband med att en ytterligare Excel-fil analyserats, se punkten 304 ovan).<sup>443</sup> Meta-datan anger att den är skapad på Tapwell och senast ändrad den 3 februari 2021 av AA, dvs. två dagar efter konversationen med EE. Filen har bl.a. tre kolumner benämnda "Prisskillnad", "Fel" och "Kommentar". Konkurrensverkets uppfattning är att det är Tapwell som har lagt till dessa kolumner. Enligt Konkurrensverkets bedömning visar kolumnen "Prisskillnad" på vad den billigaste konkurrenten tar ut för pris jämfört med Bygghemma. Detta innebär att prisskillnaden visar om prispolicyn efterföljts, eftersom Bygghemmas prissättning legat på den lägsta nivån enligt policyn. Under kolumnen "Fel" anges "Ja" om priset är lägre än Bygghemmas och "Nej" om priserna är högre. I filen kan det noteras att den produkt som AA och EE:s konversation den 1 februari 2021 avsåg har ett "Nej" angett under kolumnen "Fel". Av filen framgår också att priset som Hemgallerian tar ligger på samma nivå som det Bygghemma tar, dvs. i enlighet med det lägsta priset enligt prispolicyn. Se figuren nedan för ett konsoliderat utdrag ur filen, rad 108.

**Figur 12. Utdrag av handling 234. Uppföljning av prisbevakning.**

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
	AX-nr	Art-nr	Item Name	Category	ItemGroup2	Brand	BHSE position	BHSE Price	Comp1	Position	Price	Diff 1%	Faktiskt pris	Prisskillnad	Fel	Kommentar
1	529006	452356	Tvättställsblandare	BAD	BLANDARE	TAPWELL	2	5 395	Hemgallerian	1	5 395	0%	5395	0	Nej	
108			Tapwell Box 006													
			Krom													

405. AA har i förhör fått frågor om de nämnda Excel-filerna. Angående den första har han uppgett att han inte använt den själv. Han har uppgett att AI antagligen har undersökt prisbilden på nätet för vissa produkter eller att Bygghemma kan ha bett Tapwell att lägga till företagen. Angående den andra filen så har AA uppgett att han inte känner igen den. Han har även uppgett att AI är en sommarjobbare och att de "får lite hittapåuppgifter", och att det även kan vara något som AI hittat på själv. Det skulle enligt honom kunna vara att AI har undersökt ifall Bygghemma dominerar marknaden.<sup>444</sup>

406. Tapwell har i yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut invänt att den bearbetning som skett av en "skolpraktikant" skett i två syften: att lära praktikanten branschen och i viss mån att undersöka den verkliga prisbilden och marginalen för Tapwells återförsäljare. Detta utgör enligt Tapwell ett

<sup>443</sup> Handl.nr 234, Excel-fil.

<sup>444</sup> Handl.nr 359, Dialogskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 70-83.



naturligt led i utbildningen av praktikanter och är ett normalt sätt att införskaffa sig information om marknaden.<sup>445</sup>

407. Enligt Konkurrensverkets bedömning ger Excel-filerna och tillhörande mejlkonversation snarare stöd för att Tapwell har övervakat återförsäljarnas prissättning och då noterat att Hemgallerians pris på den aktuella produkten avviker från prispolicyn, samt att Tapwell därefter även följt upp och kontrollerat att uppmaningen efterföljts. Detta talar enligt Konkurrensverket för att mejlet från AA till EE den 1 februari 2021 med frågan om Hemgallerian kör kampanj på produkten i själva verket utgjort en uppmaning att höja slutkundspriset till rätt nivå enligt prispolicyn. Vad AA har sagt i förhör om att det varit "*hittapåuppgifter*" för en sommarjobbare framstår inte som rimligt. Alldeles oavsett varför filerna tagits fram talar vad som redogjorts för ovan för att filerna har använts av Tapwell i syfte att övervaka och följa upp återförsäljares prissättning.

408. Vad Tapwell anfört om att bearbetningen delvis skett i syfte att undersöka den verkliga prisbilden och marginalen för Tapwells återförsäljare stärker endast Konkurrensverkets bedömning att Tapwell har övervakat sina återförsäljare.

#### 3.3.5.3.3.2 Tapwell uppmanar Hemgallerian att höja priserna genom påpekanden om fel bruttopriser

409. Som tidigare angetts har det av Konkurrensverkets utredning framkommit att Tapwell vid flera tillfällen skickat påpekanden om "*fel bruttopris*" till återförsäljare. I det följande redogörs för ett antal sådana påpekanden till Hemgallerian. Vid vissa av påpekanden har begreppet "*konsumentpris*" använts i stället, med vilket AA på Tapwell (som tidigare konstaterats) avser det rekommenderade konsumentpriset enligt företagets prislista (dvs. bruttopriset).<sup>446</sup> Vid dessa tillfällen har Hemgallerian haft ett lägre slutkundspris än det lägsta priset enligt prispolicyn. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör påpekandena om "*fel bruttopris*" i själva verket uppmaningar från Tapwell till Hemgallerian att höja det faktiska slutkundspriset på produkterna till rätt nivå enligt prispolicyn. I vart fall har påpekandena kunnat få detta resultat, vilket även är något som såväl Tapwell som Hemgallerian insett (se punkten 288 ovan). Tapwell har som konstaterats invänt mot detta (se punkterna 171 och 286 ovan).

410. Den 13 december 2019 mottar AA på Tapwell ett prisbevakningsmejl från Prisjakt<sup>447</sup> med rubriken "*Prissänkning på Tapwell Classic Köksblandare FME 181 (Polerad Mässing)*". Samma dag vidarebefordrar AA mejlet till EE och skriver

<sup>445</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 47.

<sup>446</sup> Se t.ex. handl.nr 362, Dialogutskrift från förhör den 21 april 2022 med AA, s. 1–2.

<sup>447</sup> Handl.nr 67. Mejl den 13 december 2019 från Prisjakt till Tapwell.



*"Såg att konsumentpriset var det gamla 4495kr på FME 181 mässing nya konsumentpriset är 4695kr".<sup>448</sup>*

411. Vid tidpunkten för AA:s mejl sålde Hemgallerian produkten för ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>449</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör mejlet en uppmaning att höja slutkundspriset till rätt nivå enligt prispolicyn.
412. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Hemgallerian två dagar senare, den 15 december 2019, höjer priset till slutkunden på produkten i fråga. Det nya priset motsvarar det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>450</sup>
413. EE har i förhör uppgett att det AA menade med mejlet är att Tapwell har höjt priset i sin prislista och att Hemgallerian har missat att höja priset, och att det alltså är fel bruttopris som AA uppmärksammar honom på.<sup>451</sup> Genom utredningen har dock framkommit att den aktuella produkten haft samma pris sedan den 1 april 2016.<sup>452</sup> Om Hemgallerian har angett fel rekommenderat pris för produkten har det i så fall varit fallet i över tre år. EE:s förklaring förefaller därför inte rimlig.
414. EE har i förhör uppgett att: *"Jag kan inte tänka något annat än att vi höjde FME till 4695 brutto och så minus våra vanliga 10%"*.<sup>453</sup> Att Hemgallerian vanligen prissätter Tapwell-produkter 10 procent under det rekommenderade slutkundspriset verkar dock ha att göra med att Tapwell, i samband med att Bygghemma började sälja Tapwell-produkter, försäkrade att det var på den nivå som priserna skulle komma att ligga (se punkten 142 ovan).
415. Den 13 december 2019 mottar AA på Tapwell ytterligare ett mejl från Prisjakt om att priset på en produkt har sänkts (TVM 7200 Edition 2 160c/c, Polerad Mässing). Samma dag vidarebefordrar AA mejlet till EE på Hemgallerian och skriver: *"Såg att ni hade fel konsumentpris på TVM7200 Edition 2 160 c/c Polerad Mässing. 11995kr är konsumentpriset."*<sup>454</sup>

---

<sup>448</sup> Handl.nr 67, Mejl den 13 december 2019 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.

<sup>449</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 50–51.

<sup>450</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 50–51.

<sup>451</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 35.

<sup>452</sup> Handl.nr 314, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislista 2018), se rad 782, handl.nr 315, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 28 (Prislista 2019), se rad 796 och handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 7, s. 3.

<sup>453</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 36.

<sup>454</sup> Handl.nr 84, Mejl den 13 december 2019 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.



416. Vid tidpunkten för AA:s mejl sålde Hemgallerian produkten för ett lägre pris än det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>455</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör mejlet en uppmaning att höja slutkundspriset till rätt nivå enligt prispolicyn.

417. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Hemgallerian samma dag höjer priset till slutkunden på produkten i fråga. Det nya priset motsvarar priset enligt prispolicyn.<sup>456</sup>

418. I tabellen nedan anges – för de två produkterna i respektive mejl den 13 december 2019 – de lägsta priserna enligt prispolicyn, de priser som Hemgallerian tog ut vid tidpunkten och de priser som Hemgallerian ändrade till efter Tapwells begäran.<sup>457</sup>

**Tabell 6. Handl.nr 67 och 84**

Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Hemgallerian tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Hemgallerian ändrade till efter Tapwells begäran
<b>FME 181 Mässing</b>	4 225 kr	4 045 kr	4 225 kr
<b>TVM 7200-160 Mässing</b>	10 795 kr	10 786 kr	10 795 kr

419. Den 5 oktober 2020 skickar AA (som tidigare redogjorts för i punkten 367 ovan) ett mejl till EE med rubriken "Fel bruttopris". I mejlet skriver AA: "Ni har fel konsumentpris på SK071 det nya är 1495kr".<sup>458</sup> Mejlet innehåller även en länk till Hemgallerians hemsida som slutar med "referer=prisjakt".

420. Vid tidpunkten för mejlet tog Hemgallerian ut ett pris för produkten som var lägre än det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>459</sup> Enligt Konkurrensverkets

<sup>455</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 51.

<sup>456</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 51.

<sup>457</sup> Informationen i tabellen kommer från handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 50–51.

<sup>458</sup> Handl.nr 163, Mejl den 5 oktober 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.

<sup>459</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 54–55.

bedömning utgör mejlet en uppmaning till Hemgallerian att höja priset till en nivå som är förenlig med prispolicyn.

421. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Hemgallerian samma dag höjer priset till slutkunden på produkten i fråga. Det nya priset motsvarar det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>460</sup>
422. Den 5 oktober 2020 skickar AA på Tapwell ytterligare ett mejl till EE på Hemgallerian med rubriken "*Fel bruttopris rätt brutto 2595kr*".<sup>461</sup> I mejlet finns även en länk till Hemgallerians hemsida för produkten (Sk new 184) som slutar med "*referer=prisjakt*".
423. Vid tidpunkten för mejlet tog Hemgallerian ut ett pris för produkten som var lägre än det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>462</sup> Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör mejlet en uppmaning till Hemgallerian att höja priset till en nivå som är förenlig med prispolicyn.
424. Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visar att Hemgallerian dagen efter, den 6 oktober 2020, höjer priset till slutkunden på produkten i fråga. Det nya priset motsvarar det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>463</sup>
425. I tabellen nedan redovisas det lägsta priset enligt prispolicyn för de två produkterna som nämns i mejlen vid tillfället, vilket pris Hemgallerian tog ut och det pris som Hemgallerian ändrade till efter Tapwells uppmaning.<sup>464</sup>

---

<sup>460</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 54–55.

<sup>461</sup> Handl.nr 157, Mejl den 5 oktober 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.

<sup>462</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 54.

<sup>463</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 54.

<sup>464</sup> Informationen i tabellen kommer från handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 54–55.



Tabell 7. Handl.nr 163 och 157

Produkt	Lägsta pris enligt prispolicyn	Pris som Hemgallerian tog ut vid tidpunkten för Tapwells begäran	Pris som Hemgallerian ändrade till efter Tapwells begäran
SK071 Krom	1 345 kr	1 165 kr	1 345 kr
SK New 184 Krom	2 335 kr	2 155 kr	2 335 kr

426. EE har i förhör angående det första av de två redovisade mejlen invänt att det AA menat är att Tapwell har höjt priset i sin prislista och att Hemgallerian har missat att höja priset.<sup>465</sup>

427. Den senaste ändringen i prislistan för båda produkterna som nämns i respektive mejl den 5 oktober 2020 skedde den 1 juni 2020. Det har alltså endast förflutit ca 4 månader sedan den senaste höjningen av det rekommenderade slutkundspriset. Enligt Konkurrensverket framstår det dock inte – sett i ljuset av liknande typer av meddelanden från AA – som troligt att just detta påpekande från AA faktiskt avsett ett felaktigt rekommenderat pris.

428. Att det var de faktiska slutkundspriserna som avsågs stödjts också av det faktum att AA vid båda tillfällena har kommit in på Hemgallerians hemsida via att klicka sig vidare dit från Prisjakt (som visar de faktiska slutkundspriserna), vilket framgår av att det står "referer=prisjakt" i länkarna till Hemgallerians hemsida som AA skickar till EE i respektive mejl. I vart fall har kontakterna lett till att slutkundspriserna påverkats och höjts till rätt nivå enligt prispolicyn, vilket såväl Tapwell som Hemgallerian varit medvetna om.

### 3.3.5.3.3.3 Tapwell uppmanar Hemgallerian att höja priserna genom att vidarebefordra information från Prisjakt

429. Av Konkurrensverkets utredning har det framkommit att Tapwell har övervakat prisutveckling på sina produkter på Prisjakt. Detta framgår dels av att Tapwell har mottagit bevakningsmejl från Prisjakt om att priset på en produkt har sänkts, dels av att Tapwell har skickat vidare information från Prisjakt till olika återförsäljare (däribland Hemgallerian). Genom att

<sup>465</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 39. EE hänvisade till vad han sagt om ett annat mejl från AA (handl.nr 67, Mejl från AA till EE den 13 december 2019), "Det här är precis samma sak som det förra". För det andra mejlet uppgav han bl.a. att "[...] nu är den uppenbarligen höjd till 4695 i deras prislista men vi på Hem Gallerian har missat att höja vårt konsumentpris [...]" och "Så jag har liksom fel bruttopris, det är det som han uppmärksammar mig på", se handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 35.



vidarebefordra informationen till återförsäljarna har Tapwell enligt Konkurrensverkets bedömning uppmanat återförsäljarna att höja sitt slutkundspris till en nivå som är förenlig med prispolicyn. Tapwell har som konstaterats invänt mot detta (se punkterna 183, 287 och 291 ovan).

430. Nedan redogörs för exempel på hur information från Prisjakt har skickats till Hemgallerian.
431. Som redan redogjorts för ovan vidarebefordrar AA på Tapwell två bevakningsmejl från Prisjakt till Hemgallerian den 13 december 2019 (se punkterna 410 och 415 ovan). I båda dessa mejl har Tapwell förenat information från Prisjakt med påpekanden om "*fel konsumentpris*". Eftersom informationen på Prisjakt avser de faktiska slutkundspriserna är det Konkurrensverkets bedömning att det som påpekandena faktisk avsett var slutkundspriserna. I vart fall har påpekandena påverkat slutkundspriserna, vilka i båda fallen höjts till rätt nivå enligt prispolicyn (se punkterna 412, 417 och 418 ovan). Detta har såväl Tapwell som Hemgallerian varit medvetna om.
432. Som också redogjorts för ovan skickar AA på Tapwell den 5 oktober 2020 två mejl till Hemgallerian med påpekanden om fel bruttopris/konsumentpris (se punkterna 419 och 422 ovan). I mejlen finns länkar till Hemgallerians hemsida av vilka det framgår att AA har kommit in på Hemgallerians hemsida via Prisjakt.
433. Vid de ovan fyra nämnda tillfällena har Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata visat på hur Hemgallerian därefter höjt priset på de utpekade produkterna. Av Konkurrensverkets utredning har det även framkommit att AA på Tapwell vid ett ytterligare tillfälle vidarebefordrat information från Prisjakt till Hemgallerian, vilket redovisas i det följande.
434. Den 13 december 2019 mottar Tapwell ytterligare två prisbevakningsmejl från Prisjakt utöver de som redan redogjorts för.<sup>466</sup> Samma dag vidarebefordrar AA på Tapwell även dessa två prisbevakningsmejl till EE på Hemgallerian i ett mejl med rubriken "*EVM*".<sup>467</sup>
435. För detta tillfälle har Konkurrensverket inte kunnat konstatera en höjning från Hemgallerian av slutkundspriserna. Konkurrensverkets bedömning är likväl att händelsen utgör ett exempel på hur prispolicyn har implementerats.

---

<sup>466</sup> Handl.nr 68, Mejl den 13 december 2019 från Prisjakt till Tapwell med rubriken Prissänkning på Tapwell Evo Tvättställsblandare EVM 071 (Polerad mässing) och handl.nr 69, Mejl den 13 december 2019 från Prisjakt till Tapwell med rubriken Prissänkning på Tapwell Evo Tvättställsblandare EVM 071 (Svart Krom).

<sup>467</sup> Handl.nr 87, Mejl den 13 december 2019 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.



#### 3.3.5.3.3.4 Hemgallerian höjer priset efter att en annan återförsäljare klagat till Tapwell på Hemgallerians prissättning

436. Som tidigare konstaterats har Tapwells återförsäljare övervakat varandra och rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell. Nedan redogörs för en sådan händelse då en återförsäljare har klagat till Tapwell på Hemgallerians prissättning.

437. I ett mejl från den 29 maj 2020 framför företrädare för Stenfirma Lapital AB till Tapwell följande: *"Hej [MM] lovade att näthandel ska inte dumpa priset mer 10% på Tapwell Här gör de: [länk till hemgallerian]"*.<sup>468</sup> Samma dag svarar MM på Tapwell och framför: *"Tack för info"*.<sup>469</sup>

438. Av Konkurrensverkets utredning har det inte framkommit någon skriftlig kontakt från Tapwell till Hemgallerian efter händelsen. Däremot har det av Konkurrensverkets analys av Prisjaksdata framkommit att Hemgallerian inom två veckor efter klagomålet (den 9 juni 2020) höjt priset till en nivå som är förenlig med prispolicyn.<sup>470</sup> Detta talar enligt Konkurrensverket för att det skett en kontakt mellan Tapwell och Hemgallerian, vid vilken Tapwell uppmanat Hemgallerian att höja priset på produkten.

439. Tapwell har härvid invänt att det är mer sannolikt att Hemgallerian har höjt priset till följd av att en ny prislista introducerades sju dagar innan Hemgallerians prishöjning.<sup>471</sup> Konkurrensverket kan dock konstatera att det av verkets analys av Prisjaksdata framgår att Hemgallerian redan gjort en prishöjning i samband med att den nya prislistan började gälla den 1 juni 2020. Den nivå som Hemgallerian då höjer priset till ligger under det lägsta priset enligt prispolicyn.<sup>472</sup> Hemgallerian har alltså fortsatt att *"dumpa priset mer än 10%"* även efter den nya prislistan trätt i kraft. Enligt Konkurrensverket är det därför mer sannolikt att den höjning som sedan sker den 9 juni 2020 sker till följd av en uppmaning från Tapwell.

#### 3.3.5.3.3.5 Hemgallerian övervakar och rapporterar avvikelser från prispolicyn till Tapwell

440. Nedan redogörs för olika tillfällen då Hemgallerian har uppmärksammat Tapwell på andra återförsäljares prissättning eller rabatter. Enligt Konkurrensverkets bedömning utgör händelserna exempel på hur

---

<sup>468</sup> Handl.nr 131, Mejl den 29 maj 2020 från "info@lapital" till Tapwell.

<sup>469</sup> Handl.nr 131, Mejl den 29 maj 2020 från MM på Tapwell till "info@lapital".

<sup>470</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 53.

<sup>471</sup> Handl.nr 471, Granskning av Konkurrensverkets utkast till beslut, RBB Economics, s. 18.

<sup>472</sup> Handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 53.

Hemgallerian har övervakat och rapporterat avvikelser från prispolicy till Tapwell.

441. Den 26 november 2019 skickar EE på Hemgallerian ett mejl till AA på Tapwell med rubriken "*Kakelgallerian 30%*".<sup>473</sup> I mejlet skriver EE vidare: "*Det ser ut som att Kakelgallerian har 30% på era produkter. Är det nya tankar kring Black Friday?*".<sup>474</sup> Samma dag, några minuter senare, skickar EE ytterligare ett mejl till AA med rubriken "*50%*".<sup>475</sup> I mejlet bifogas en länk till Kakelgallerian (dvs. Home Online) och som avser en Tapwell-produkt.
442. Den 25 maj 2020 skriver EE på Hemgallerian ett mejl med rubriken "*Bygghemmabolagen*" till AA på Tapwell och framför: "*Vad händer?*".<sup>476</sup> Bifogat i mejlet återfinns skärmurklipp som visar Tapwell-produkter från hemsidorna byggshop.se och bygghemma.se. På urklippet från bygghemma.se finns angivet rabattsatser som i merparten av de visade produkterna anger rabattsatser som överstiger 10-procent.<sup>477</sup>
443. Den 23 november 2020 skickar EE på Hemgallerian ett mejl till AA på Tapwell (vilket tidigare redogjorts för i punkten 254 ovan) med rubriken "*Rabatter*" och frågar: "*Är det 30% som gäller???*".<sup>478</sup> AA svarar som tidigare redogjorts för EE och framför: "*NI får göra vad ni vill Black Week är tom den 30/11. Sedan hoppas vi att allt återgår till det normala.*".<sup>479</sup>
444. Den 1 december 2020 skriver EE på Hemgallerian i ett sms till AA på Tapwell: "*Bygghemma fortsätter.*".<sup>480</sup> Dagen efter, den 2 december 2020, skriver EE igen till AA i ett sms-meddelande och framför: "*Man kan alltid lita på Bygghemma*".<sup>481</sup> varvid AA svarar EE en halvtimme senare och framför: "*Ja blir så trött. Pratade med dom nyss. De är på g.....suck. Träffar dom på Torsdag.*".<sup>482</sup> Den 2 december 2020, efter EE:s nyss nämnda första sms-meddelande till AA men innan EE:s därefter nyss nämnda ytterligare sms-meddelande till AA, skickar AA till FF på Golvpoolen två sms-meddelanden efter varandra.<sup>483</sup> I det första sms-meddelandet skriver AA: "*Ingen kör black week längre förutom GP och*

---

<sup>473</sup> Handl.nr 76, Mejl den 26 november 2019 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>474</sup> Handl.nr 76, Mejl den 26 november 2019 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>475</sup> Handl.nr 70, Mejl den 26 november 2019 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>476</sup> Handl.nr 95, Mejl den 25 maj 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>477</sup> Handl.nr 95, Mejl den 25 maj 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>478</sup> Handl.nr 189, Mejl den 23 november 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>479</sup> Handl.nr 189, Mejl den 23 november 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.

<sup>480</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 1 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell, s. 52.

<sup>481</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 2 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell, s. 54.

<sup>482</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 2 december 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 54.

<sup>483</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 2 december 2020 från AA på Tapwell till FF på Golvpoolen, s. 53.



BH".<sup>484</sup> I det andra sms-meddelandet skriver AA: "Fixar du GP och BH direkt nu på morgonen?".<sup>485</sup> Ytterligare en dag senare, den 3 december 2020, skriver AA ett sms-meddelande till EE och framför: "Fixar".<sup>486</sup> Samma dag några timmar senare kompletterar AA sitt nyss skickade meddelande och framför: "Klart".<sup>487</sup>

445. Den 3 december 2020 skickar EE på Hemgallerian ett mejl till AA på Tapwell med rubriken "Golvshop".<sup>488</sup> I mejlet skriver EE: "De kör glatt vidare" och bifogar 4 länkar till Tapwell-produkter till hemsidan Golvshop.<sup>489</sup>
446. Den 18 december 2020 skickar EE på Hemgallerian ett mejl till AA på Tapwell med rubriken "Vinterkampanj".<sup>490</sup> I mejlet skriver EE: "Du kan alltid lita på Bygghemma med döttrar..." och bifogar även en länk till Stonefactory som gäller en köksblandare från Tapwell.<sup>491</sup>
447. De redovisade händelserna utgör enligt Konkurrensverket exempel på hur Hemgallerian rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell. Tapwell har dock, som konstaterats, invänt att det bara är fråga om "gnäll" (se punkten 217 ovan). Även AA på Tapwell har i förhör invänt att det bara är återförsäljarna som "gnäller på varandra" (se punkten 216 ovan). Av Konkurrensverkets utredning har det dock framkommit att Tapwell använt sig av informationen som Hemgallerian lämnat till Tapwell. Den 1 december 2020 skickar (som redogjorts för ovan) EE ett sms-meddelande till AA där han skriver: "Bygghemma fortsätter"<sup>492</sup> och dagen efter skickar han ett nytt sms-meddelande till AA och framför: "Man kan alltid lita på Bygghemma"<sup>493</sup>. AA svarar: "Ja blir så trött. Pratade med dom nyss. De är på g.....suck. Träffar dom på Torsdag."<sup>494</sup>. Av utredningen har framkommit att AA i tiden mellan EE:s första och andra sms-meddelanden har haft kontakter med FF på Golvpoolen där han ifrågasätter varför "GP och BH" inte ändrat sina priser när alla andra har ändrat (se punkten 444 ovan). Att Tapwell har använt sig av informationen om andra återförsäljare som Hemgallerian har lämnat till Tapwell talar enligt Konkurrensverket emot AA:s invändning om att det bara är "gnäll". I stället talar det för Konkurrensverkets bedömning att

---

<sup>484</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 2 december 2020 från AA på Tapwell till FF på Golvpoolen, s. 53.

<sup>485</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 2 december 2020 från AA på Tapwell till FF på Golvpoolen, s. 53.

<sup>486</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 3 december 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 55.

<sup>487</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 3 december från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 57.

<sup>488</sup> Handl.nr 194, Mejl den 3 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>489</sup> Handl.nr 194, Mejl den 3 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>490</sup> Handl.nr 221, Mejl den 18 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>491</sup> Handl.nr 221, Mejl den 18 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>492</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 1 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell, s. 52.

<sup>493</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 2 december 2020 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell, s. 54.

<sup>494</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 2 december 2020 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian, s. 54.



händelserna utgör exempel på hur Hemgallerian rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell.

448. Tapwell har härvid invänt att det i "gnället" kan framkomma information som tyder på att andra återförsäljare har fel bruttopriser, och att det då inte är konstigt om Tapwell tar den till sig för att kontakta återförsäljaren och informera denne om att den utgår från ett gammalt eller felaktigt bruttopris.<sup>495</sup> Av de händelser som redogjorts för ovan framgår dock att "gnället" har avsett rabatter och slutkundspriser. Detta talar enligt Konkurrensverket emot att Tapwell bara skulle ha använt informationen för att passa på att påpeka felaktiga bruttopriser.
449. Tapwell har som konstaterats även invänt att företaget ibland måste vara till lags och hålla med ("*det är för jävligt, håller med, jag tar det vidare*"), men gör sedan ingenting och hoppas på att återförsäljaren glömmet gnället.<sup>496</sup> Enligt Konkurrensverket motsägs detta dock av det faktum att Tapwell använt informationen enligt vad som redogjorts för ovan.
450. Att Hemgallerian rapporterat avvikelser från prispolicyn till Tapwell är något som enligt Konkurrensverket tydligt talar för att Hemgallerian samtyckt till prispolicyn. Vidare framgår det av händelserna att Hemgallerian haft ett intresse i att även andra återförsäljare skulle följa prispolicyn, och att bolaget utgått från att så varit fallet.

#### 3.3.5.4 *Home Onlines och Hemgallerians prisföljsamhet*

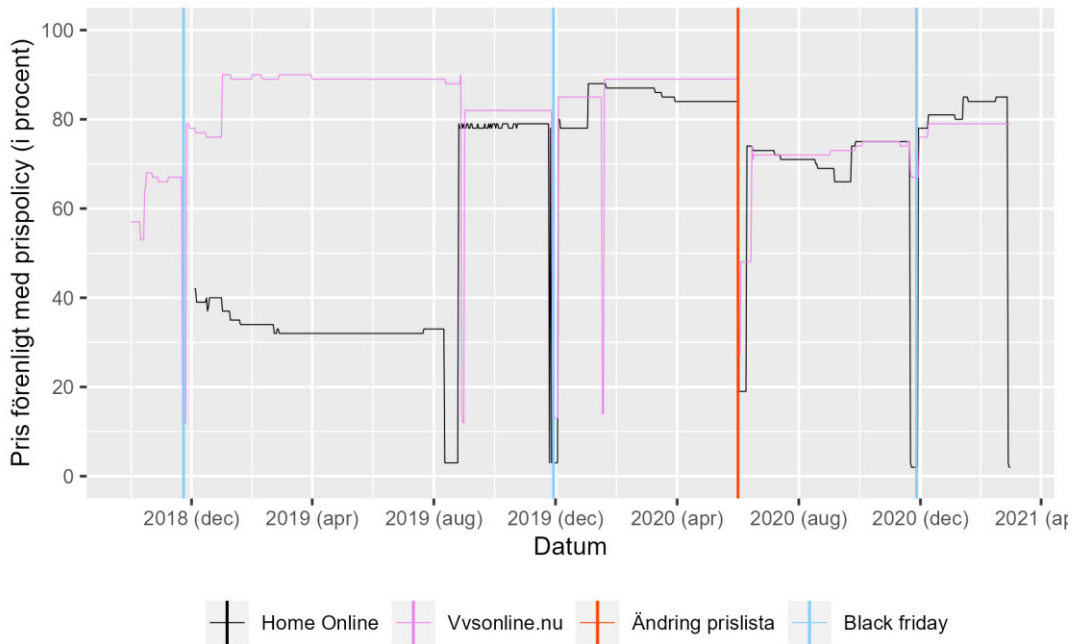
451. Konkurrensverket har särskilt analyserat hur Home Online och Hemgallerians följsamhet till Tapwells prispolicy har sett ut under den påstådda överträdelseperioden.<sup>497</sup>
452. För Home Online har analysen av prisföljsamheten gjorts separat för de två nätbutikerna *vvsonline.nu* och *homeonline.se*. Prisföljsamheten har sett ut enligt följande.

---

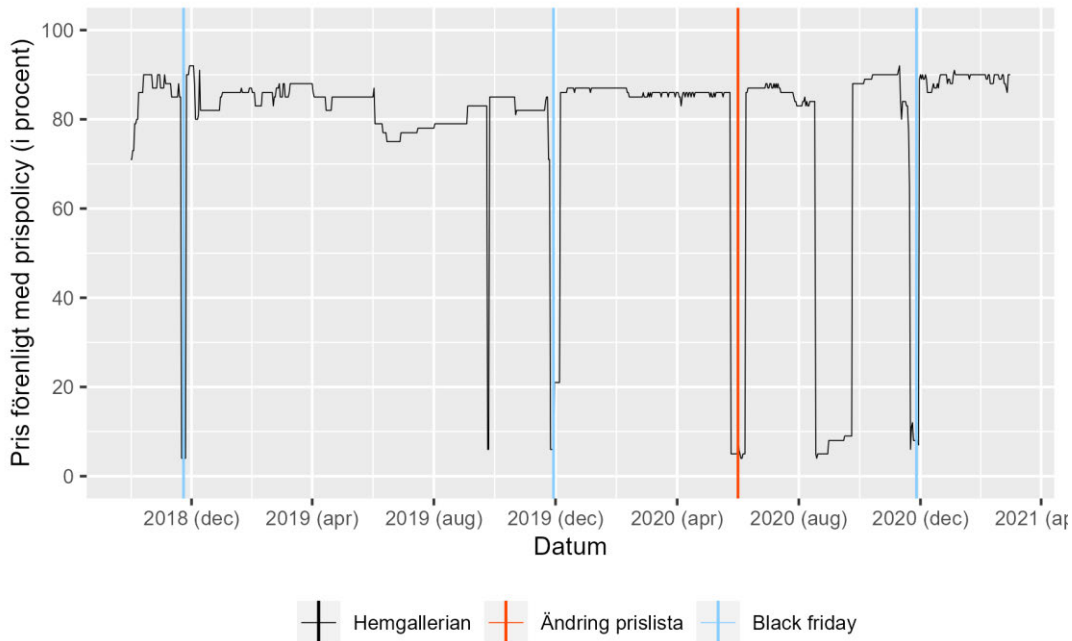
<sup>495</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 41.

<sup>496</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 21–22.

<sup>497</sup> Se handl.nr 487, Följsamheten till Tapwells prispolicy, s. 15–17.

**Figur 13. Daglig utveckling av Home Onlines genomsnittliga prispölsamhet till Tapwells prispolicy**

453. Det kan inledningsvis konstateras att nätbutiken homeonline.se har en låg prispölsamhet under början av den analyserade tidsperioden. Under den period som Konkurrensverket menar att ett avtal ingåtts mellan Tapwell och Home Online, dvs. från och med den 28 augusti 2019 till och med den 15 februari 2021, har dock följksamheten varit hög.
454. Vidare kan det noteras att prispölsamheten har varit lägre i samband med perioderna för Black Week, men som konstaterats har Tapwells prispolicy tillåtit att det lägsta priset understigs vid sådana kampanjperioder. Att följksamheten tillfälligt sjunkit i samband med att Tapwell 2020 införde en ny prislista är inte heller något som talar emot att Home Online samtyckt till prispolicyn. Tvärtom framgår att Home Online efter en kortare tid återigen har en hög prispölsamhet och således har höjt sina slutkundspriser till de lägsta priserna enligt prispolicyn, räknat utifrån den nya prislistan.
455. Analysen talar sammantaget enligt Konkurrensverket för att Home Online har samtyckt till Tapwells prispolicy.
456. För Hemgallerian har prispölsamheten sett ut enligt följande.

**Figur 14. Daglig utveckling av Hemgallerians genomsnittliga prisföljsamhet till Tapwells prispolicy**

457. Som framgår av figuren har Hemgallerian haft en hög prisföljsamhet under i princip hela överträdelseperioden. Den genomsnittliga prisföljsamheten under perioden har varit ca 78 procent. Precis som för Home Online sjunker prisföljsamheten i samband med Black Week och att den nya prislistan infördes 2020. Som konstaterats för Home Online är detta dock inget som talar emot att Hemgallerian samtyckt till prispolicyn eftersom prisföljsamheten snabbt stiger igen efter dessa händelser.

458. Analysen talar enligt Konkurrensverket sammantaget för att Hemgallerian har samtyckt till Tapwells prispolicy.

### 3.3.5.5 Slutsatser

459. Av det som redovisats ovan har det enligt Konkurrensverkets bedömning visats att Home Online och Hemgallerian har samtyckt till Tapwells prispolicy. Som framgått har det förvisso förekommit att de två återförsäljarna inte alltid har hört sammat Tapwells begäran om prishöjningar. Enligt Konkurrensverket visar den omfattande kommunikationen mellan parterna ändå på att Tapwell har prisstyrt såväl Home Online som Hemgallerian. Home Online och Hemgallerians samtycke kan inte bara bedömas utifrån om de vid olika tillfällen hört sammat en begäran, utan det bör också beaktas att de händelser som redogjorts för visar att de hjälpt till att upprätthålla prispolicyn genom att rapportera till Tapwell när andra återförsäljare avviker från policyn. Den omständigheten att en återförsäljare

ibland agerar i strid med avtalet innebär inte heller automatiskt att ett avtal inte har kommit till stånd.<sup>498</sup>

460. Sammantaget är det Konkurrensverkets bedömning att de redogjorda omständigheterna – sett i sin helhet – visar att Home Online och Hemgallerian har samtyckt till prispolicyn.

### 3.3.6 Sammanfattande slutsatser om avtalskriteriet

461. Mot bakgrund av det som redogjorts för ovan är det Konkurrensverkets bedömning att det föreligger sådana sammanträffanden och samstämmiga indicier av vilka det går att sluta sig till att Tapwell har prisstyrkt Home Online och Hemgallerian. Vidare saknas annan hållbar förklaring. Av dessa sammanträffanden och samstämmiga indicier – beaktat tillsammans – har det framkommit att Tapwell har haft en prispolicy som har kommunicerats till i vart fall flera av Tapwells återförsäljare och att återförsäljarna Home Online och Hemgallerian har samtyckt till prispolicyn. Detta har framkommit dels genom händelser då Home Online och Hemgallerian har hänvisat till prispolicyn, dels genom exempel på hur prispolicyn har tillämpats i praktiken genom att Tapwell gjort uppmaningar till Home Online och Hemgallerian, vilka de senare har vid upprepade tillfällen efterföljt.

462. Det är därför Konkurrensverkets bedömning att Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian har gett uttryck för en gemensam vilja att inte marknadsföra och sälja Tapwells produkter över internet till ett pris understigande det lägsta priset enligt Tapwells prispolicy (dvs. högst 10 procent under vid var tid gällande rekommenderat pris). Tapwells och Home Onlines agerande respektive Tapwells och Hemgallerians agerande utgör således var för sig ett avtal enligt bestämmelserna i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget.

463. I vart fall har deras agerande utgjort samordnade förfaranden enligt nämnda bestämmelser. Detta då Home Online respektive Hemgallerian varit medvetna om Tapwells prispolicy och önskan att återförsäljarna följer denna samt att Home Online respektive Hemgallerian anpassat sin respektive marknadsföring och försäljning därefter.

### 3.3.7 En enda och fortlöpande överträdelse

464. Som redogjorts för i avsnitten 3.3.4 och 3.3.5 ovan finns under perioden 28 augusti 2019 till och med 15 februari 2021 vad avser Home Online och under perioden 31 oktober 2018 till och med 1 februari 2021 vad avser Hemgallerian återkommande uttryck för gemensam avsikt hos Tapwell och Home Online

---

<sup>498</sup> Jfr EU-domstolens dom den 10 februari 2011, *Activision Blizzard*, C-260/09 P, EU:C:2011:62, p. 81–82.

respektive Tapwell och Hemgallerian att agera i enlighet med Tapwells prispolicy.

465. Tapwells prispolicy har syftat till att säkerställa att slutkundspriserna på Tapwells produkter som säljs över internet inte ska understiga vid var tid gällande rekommenderade pris minus 10 procent. Prispolicyn har alltså fastställt ett lägsta pris som återförsäljarna skulle iaktta. Det övergripande syftet med Tapwells prispolicy har, enligt Konkurrensverkets bedömning, varit att hålla en stabil prisnivå på Tapwells produkter som säljs över internet och att undvika ett priskrig.
466. Av utredningen har det således framkommit att det har funnits en samlad plan från Tapwells sida. Planen har haft ett konkurrensbegränsande syfte, nämligen att priserna på Tapwells produkter vid försäljning över internet inte ska understiga en viss nivå, av allt att döma 10 procent under det rekommenderade slutkundspriset. Mycket talar för att flera återförsäljare har följt Tapwells prispolicy (se Figur 6).
467. Utöver det omedelbara syftet med den samlade planen, dvs. att återförsäljarna skulle iaktta det lägsta priset enligt prispolicyn, har ett övergripande syfte varit att undvika situationen att återförsäljarna anpassar sina priser efter den återförsäljare som håller lägst pris, och därmed undvika en generell prisedgång på marknaden.<sup>499</sup> Att Tapwell velat undvika att prisbilden på produkterna ska dumpas har framförts av ett av de företag som uppmärksammade Konkurrensverket på misstanken om att Tapwell prisstyrt återförsäljare.<sup>500</sup> Även CC på Home Online och EE på Hemgallerian har i förhör gett uttryck för en önskan om att undvika priskrig.<sup>501</sup>
468. Detta övergripande syfte framgår även av t.ex. följande meddelande som skickas av en Tapwell-anställd till en återförsäljare (och som tidigare redogjorts för i punkten 166 ovan): *"Vi har alltid haft 10% rabatt på nätet men någon jubelidiot sänkte priserna och vips så var alla andra igång och sänkte. Nu har vi lyckats lösa det förra veckan så nu är alla priser tillbaka på 10% igen. Förutom TVM7200 som kostar 5495 kr eller 5295 kr, det är en kampanjvara som de får ha lägre pris på. Så när dina kunder hävdar 20% på nätet så stämmer inte det. Vi till skillnad från de flesta andra leverantörerna har koll på prisbilden på nätet till förmån för våra återförsäljare (butikerna)".*<sup>502</sup> Samma anställd har även i ett meddelande till en annan återförsäljare (vilket tidigare redogjorts för i punkten 174 ovan)

---

<sup>499</sup> Jfr Kommissionens beslut den 24 juli 2018 i ärende AT.40465, *Asus*, p. 103.

<sup>500</sup> Handl.nr 4, Tjänsteanteckning från samtal den 5 maj 2021 med Hemmatema, s. 2.

<sup>501</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 10–11 och handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 14.

<sup>502</sup> Handl.nr 171, Mejl den 7 oktober 2020 från MM på Tapwell till LL på Kakelpalatzet.

uttryckt att återförsäljarens prissättning av en enstaka produkt kan starta ett priskrig. "De ligger på mig om denna. Detta kan otroligt nog starta ett priskrig".<sup>503</sup>

469. Syftet framgår även av den analys av Prisjaksdata som Konkurrensverket har gjort. Som framgår av Figur 7 ovan sjönk återförsäljarnas priser i augusti 2019 efter att återförsäljaren Velltra sålt Tapwell-produkter till ett lägre pris än Tapwells prispolicy. Detta föranledde, enligt Konkurrensverkets bedömning, Tapwell att vidta åtgärder gentemot Velltra. Det framgår även av Figur 7 att återförsäljarnas priser därefter steg i stort. Händelseförloppet visar det övergripande syfte med planen som funnits, nämligen att undvika ett priskrig.
470. Samtliga händelser som redogjorts för i detta beslut utgör olika led i att implementera denna samlade plan. Denna slutsats stöds också av att de involverade personerna från Tapwell, Home Online och Hemgallerian varit desamma under perioden och av att liknande metoder för att implementera planen fortlöpande använts.<sup>504</sup> Det är därmed fråga om en enda och fortlöpande överträdelse som pågått (i vart fall) under perioden 31 oktober 2018 till 15 februari 2021.

### 3.4 Konkurrensbegränsningen

#### 3.4.1 Rättsliga utgångspunkter för bedömningen

471. För att bestämmelserna i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget ska vara tillämpliga krävs att avtalet har till syfte eller resultat att hindra, begränsa eller snedvrída konkurrensen på marknaden på ett märkbart sätt.<sup>505</sup> Bestämmelserna i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget är inte enbart avsedda att skydda konkurrenternas eller konsumenternas direkta intressen, utan de ska även skydda marknadsstruktur och därmed konkurrensen som sådan.<sup>506</sup>
472. Kriterierna konkurrensbegränsande syfte eller resultat är alternativa och om det fastställs att ett avtal har ett konkurrensbegränsande syfte saknas det anledning att undersöka dess resultat.<sup>507</sup> Bedömningen av ett avtal och dess

<sup>503</sup> Handl.nr 226, Mejl den 15 januari 2021 från MM på Tapwell till PP på Rörfokus.

<sup>504</sup> Jfr Kommissionens beslut den 24 juli 2018 i ärende AT.40465, *Asus*, p. 104.

<sup>505</sup> Se EU-domstolens dom den 4 juni 2009, *T-Mobile Netherlands*, C-8/08, EU:C:2009:343, p. 28–31. Bedömningen av huruvida ett samordnat förfarande är konkurrensbegränsande är i allt väsentligt samma som för ett avtal.

<sup>506</sup> Se EU-domstolens dom den 20 november 2008, *Beef Industry Development Society m.fl. (BIDS)*, C-209/07, EU:C:2008:643, p. 22 ff., EU-domstolens dom den 4 juni 2009, *T-mobile Netherlands*, C-8/08, EU:C:2009:343, p. 36 och 38–39, EU-domstolens dom den 19 mars 2015, *Dole Food och Dole Fresh Fruit Europé mot kommissionen*, C-286/13 P, EU:C:2015:184, p. 123–125 och Tribunalens dom den 2 februari 2022, *Scania*, T-799/17, EU:T:2022:48, p. 321. Se även Patent- och marknadsdomstolens dom den 21 december 2016 i mål PMT 17299-14, *Telia/GothNet*, s. 103–104.

<sup>507</sup> Se EU-domstolens dom den 4 juni 2009, *T-Mobile Netherlands*, C-8/08, EU:C:2009:343, p. 28 och 30, EU-domstolens dom av den 26 november 2015, *Maxima Latoija*, C-345/14, EU:C:2015:784, p. 16 och där angiven



syfte göras utifrån de förutsättningar som förelåg vid tidpunkten för avtalet.<sup>508</sup>

473. Begreppet "konkurrensbegränsande syfte" ska tolkas restriktivt. Det kan endast tillämpas för vissa typer av samordning mellan företag som är så pass skadlig för konkurrensen att det kan anses att någon bedömning av dess effekter inte behöver göras.<sup>509</sup> EU-domstolen har därvid konstaterat att också vertikala avtal kan ha ett konkurrensbegränsande syfte.<sup>510</sup> Även om vertikala avtal till sin art ofta är mindre skadliga för konkurrensen än horisontella avtal kan de nämligen ändå under vissa omständigheter uppvisa en särskilt hög konkurrensbegränsande potential.<sup>511</sup>
474. Det grundläggande rättsliga kriteriet för att avgöra huruvida ett avtal har till syfte att begränsa konkurrensen är om det kan fastställas att ett sådant avtal i sig självt uppvisar en tillräcklig grad av skadlighet för konkurrensen.<sup>512</sup>
475. Frågan om ett avtal i sig självt uppvisar en sådan tillräcklig grad av skadlighet för konkurrensen ska prövas med hänsyn till innehållet i avtalet, de mål som eftersträvas med avtalet samt det rättsliga och ekonomiska sammanhang som avtalet ingår i. Vid bedömningen av detta sammanhang ska hänsyn även tas till de aktuella produkternas eller tjänsternas beskaffenhet samt till strukturen och de faktiska villkoren på den eller de relevanta marknaderna.<sup>513</sup>
476. En sådan prövning ska även göras vid bedömningen ifall avtal om vertikal prisstyrning ska anses ha ett konkurrensbegränsande syfte.<sup>514</sup> Som en del av

---

rättspraxis, EU-domstolens dom av den 18 november 2021, *Visma Enterprise*, C-306/20, EU:C:2021:935, p. 54–55 och där angiven rättspraxis, EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 31 samt Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 9 maj 2019 i mål PMT 7779-18, *Booking mot Visita*, s. 6.

<sup>508</sup> Se generaladvokat Wahls förslag till avgörande den 23 april 2015, *ING Pensii*, C-172/14, EU:C:215:272, p. 59–60 samt MD 1997:15, s. 4 och Patent- och marknadsdomstolens dom den 21 december 2016 i mål PMT 17299-14, *GothNet/TeliaSonera*, s. 105.

<sup>509</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 32 och där angiven praxis.

<sup>510</sup> Se exempelvis EU-domstolens dom den 13 oktober 2011, *Pierre Fabre*, C-439/09, EU:C:2011:649, EU-domstolens dom den 14 mars 2013, *Allianz Hungária*, C-32/11, EU:C:2013:160, p. 43, EU-domstolens dom den 18 november 2021, *Visma Enterprise*, C-306/20, EU:C:2021:935, p. 61 och EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 33.

<sup>511</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 33.

<sup>512</sup> Se EU-domstolens dom den 11 september 2014, *Groupment des cartes bancaires (CB)*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, p. 57, EU-domstolens dom den 2 april 2020, *Budapest Bank*, C-228/18, EU:C:2020:265, p. 37, EU-domstolens dom den 18 november 2021, *Visma Enterprise*, C-306/20, EU:C:2021:935, p. 59 och EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 34 och där angiven praxis.

<sup>513</sup> Se EU-domstolens dom den 20 november 2008, *Beef Industry Development Society m.fl. (BIDS)*, C-209/07, EU:C:2008:643, p. 16 och 21, EU-domstolens dom den 14 mars 2013, *Allianz Hungária*, C-32/11, EU:C:2013:160, p. 36, EU-domstolens dom den 11 september 2014, *Groupment des cartes bancaires (CB)*, C-67/13 P, EU:C:2014:2204, p. 53, EU-domstolens dom den 16 juli 2015, *ING Pensii*, C-172/14, EU:C:2015:484, p. 35 ff. och EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 35.

<sup>514</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 37.



det rättsliga sammanhanget i vilket avtalet ingår ska beaktas att vertikal prisstyrning kan omfattas av kategorin särskilt allvarlig begränsning<sup>515,516</sup>. Det måste dock fortfarande ske en sådan prövning som avses i punkterna 475 och 478 ovan.<sup>517</sup>

477. Det är inte nödvändigt att konkurrensen verkligen hindras, begränsas eller snedvrids för att en syftesöverträdelse ska föreligga.<sup>518</sup> För att ett avtal ska kunna anses ha ett konkurrensbegränsande syfte räcker det i stället att det, med hänsyn till det sammanhang i vilket det ingår, är konkret *ägnat* att hindra, begränsa eller snedvrida konkurrensen.<sup>519</sup> Ett sådant förfarande är alltså förbjudet oavsett vilka konsekvenser avtalet i slutändan får, enbart på grund av den potentiella fara som förfarandet innebär för konkurrensen. Att ett avtal har en konkurrensbegränsande verkan kan vid syftesöverträdelser därför endast få betydelse för beräkningen av avgiften eller när ett eventuellt skadestånd ska bestämmas.<sup>520</sup>

478. Trots att avtalets verkningar alltså inte ska beaktas kan det, inom ramen för det rättsliga och ekonomiska sammanhanget, under vissa förutsättningar finnas skäl att beakta konkurrensfrämjande effekter. Ett sådant beaktande förutsätter emellertid att avtalets konkurrensfrämjande effekter är styrkta, relevanta och specifika för det berörda avtalet.<sup>521</sup> Det räcker därvid inte att enbart påstå, utan att åberopa någon bevisning, att det omtvistade avtalet har konkurrensfrämjande effekter.<sup>522</sup> Vidare medför enbart förekomsten av sådana konkurrensfrämjande effekter inte i sig att avtalet ska anses vara konkurrensbegränsande genom syfte.<sup>523</sup> De måste dessutom vara tillräckligt betydande så att de ger upphov till rimligt tvivel om att avtalet är tillräckligt skadligt för konkurrensen.<sup>524</sup> Det är den som gör gällande att sådana konkurrensfrämjande effekter föreligger som har bevisbördan för detta.<sup>525</sup>

---

<sup>515</sup> Enligt artikel 4 a) i Gruppundantaget för vertikala begränsningar och kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 185.

<sup>516</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 38.

<sup>517</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 38.

<sup>518</sup> Se EU-domstolens dom den 4 juni 2009, *T-Mobile Netherlands*, C-8/08, EU:C:2009:343, p. 31 och 43 samt MD 2008:12, s. 15.

<sup>519</sup> Se EU-domstolens dom den 4 juni 2009, *T-Mobile Netherlands*, C-8/08, EU:C:2009:343, p. 31.

<sup>520</sup> Se EU-domstolens dom den 4 juni 2009, *T-Mobile Netherlands*, C-8/08, EU:C:2009:343, p. 31 och 42, Tribunalens dom den 14 mars 2013, *Beef Industry Development Society m.fl. (BIDS)*, T-588/08, EU:T:213:130, p. 69–71 och EU-domstolens dom den 14 mars 2014, *Allianz Hungária*, C-32/11, EU:C:2013:160, p. 38.

<sup>521</sup> EU-domstolens dom den 30 januari 2020, *Generics*, C-307/18, EU:C:2020:52, p. 105 och EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 36.

<sup>522</sup> EU-domstolens dom den 25 mars 2021, *Lundbeck*, C-591/16 P, EU:C:2021:243, p. 137.

<sup>523</sup> EU-domstolens dom den 30 januari 2020, *Generics*, C-307/18, EU:C:2020:52, p. 106.

<sup>524</sup> EU-domstolens dom den 30 januari 2020, *Generics*, C-307/18, EU:C:2020:52, p. 107 och EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 36.

<sup>525</sup> Jfr EU-domstolens dom den 25 mars 2021, *Lundbeck*, C-591/16 P, EU:C:2021:243, p. 136–137.





479. Som EU-domstolen har klargjort utgör denna bedömning av avtalens konkurrensfrämjande effekter inte en "skälighetsregel" (eng. "rule of reason") och det ska således inte ske en avvägning mellan ett avtals konkurrensfrämjande och konkurrensbegränsande effekter.<sup>526</sup>
480. Det är vidare det objektiva syftet med avtalet som ska beaktas. Ett konkurrensbegränsande syfte utgörs inte av subjektiva avsikter hos företrädare för ett företag, även om det inte finns något som hindrar konkurrensmyndigheter från att även beakta parternas subjektiva syfte med avtalet.<sup>527</sup>
481. Slutligen kan ett avtal ha ett konkurrensbegränsande syfte även om det inte har som enda syfte att begränsa konkurrensen, utan även har andra i och för sig legitima syften.<sup>528</sup> Om en bestämmelse eller del av ett avtal har bedömts vara konkurrensbegränsande saknar det vidare betydelse ifall andra delar av avtalet kan vara konkurrensfrämjande.<sup>529</sup>

### 3.4.2 Konkurrensbegränsande syfte

#### 3.4.2.1 Är förfarandet av sådant slag att det vid första påseende utgör en överträdelse med konkurrensbegränsande syfte?

482. Det grundläggande kriteriet för att avgöra om en samordning mellan företag innebär en konkurrensbegränsning genom syfte är alltså om det kan fastställas att en sådan samordning i sig själv uppvisar en tillräcklig grad av skadlighet för konkurrensen.<sup>530</sup>
483. Första steget består i att analysera innehållet i och ändamålet med avtalet.<sup>531</sup> Syftet med detta är att fastställa om avtalet i fråga ingår i den kategori av

---

<sup>526</sup> EU-domstolens dom den 30 januari 2020, *Generics*, C-307/18, EU:C:2020:52, p. 104 med där angiven praxis.

<sup>527</sup> Jfr EU-domstolens dom den 11 september 2014, *Groupment des cartes bancaires* (CB), C-67/13 P, EU:C:2014:2204, p. 54 och däri angiven rättspraxis.

<sup>528</sup> EU-domstolens dom den 8 november 1983, *NV IAZ m.fl.*, förenade målen C-96-102, 104, 105, 108 och 110/82, EU:C:1983:310, p. 25, EU-domstolens dom den 6 april 2006, *General Motors*, C-551-03 P, EU:C:2006:229, p. 64 och där angiven praxis samt EU-domstolens dom den 20 november 2008, *Beef Industry Development Society m.fl.* (BIDS), C-209/07, EU:C:2008:643, p. 21.

<sup>529</sup> Generaladvokat Rantos förslag till avgörande den 2 mars 2023, *EDP m.fl.*, C-331/21, EU:C:2023:153, p. 119.

<sup>530</sup> Se EU-domstolens dom den 11 september 2014, *Groupment des cartes bancaires* (CB), C-67/13 P, EU:C:2014:2204, p. 57, EU-domstolens dom den 2 april 2020, *Budapest Bank*, C-228/18, EU:C:2020:265, p. 37, EU-domstolens dom den 18 november 2021, *Visma Enterprise*, C-306/20, EU:C:2021:935, p. 59 och EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 34 och där angiven praxis.

<sup>531</sup> Se EU-domstolens dom den 16 juli 2015, *ING Pensii*, C-172/14, EU:C:2015:484, p. 35 ff. och generaladvokat Wahls förslag till avgörande den 23 april 2015, *ING Pensii*, C-172/14, EU:C:2015:272, p. 53 ff.



avtal vars skadliga verkan, mot bakgrund av tidigare erfarenheter, är allmänt vedertagen och lätt att identifiera.<sup>532</sup>

484. Av bestämmelserna i 2 kap. 1 § andra stycket 1 KL och artikel 101.1 a) i EUF-fördraget framgår särskilt att avtal som innebär att inköps- eller försäljningspriser eller andra affärsvillkor direkt eller indirekt fastställs omfattas av förbudet. Sådana avtal utgör alltså typiskt sett syftesöverträdelser.

485. Inom EU-rätten anses vertikal prisstyrning kunna begränsa inommärkeskonkurrensen på olika sätt. Den direkta effekten av vertikal prisstyrning är att inommärkeskonkurrensen avseende pris elimineras genom att vissa eller alla återförsäljare förhindras från att sänka sina försäljningspriser för det berörda varumärket, vilket leder till en prisökning för varumärket.<sup>533</sup> Vertikal prisstyrning kan även underlätta samverkan mellan leverantörer<sup>534</sup> eller innebära att pressen på tillverkaren att sänka sina marginaler minskar genom att denne håller uppe priserna i återförsäljarledet.<sup>535</sup>

#### **3.4.2.1.1 Avtalens innehåll**

486. Konkurrensverket har ovan konstaterat att de aktuella avtalen eller samordnade förfarandena innebär att Tapwell har styrt vilka lägsta priser som Home Online respektive Hemgallerian har marknadsfört och sålt produkter från Tapwell för över internet.

487. Konkurrensverket har vidare konstaterat följande. Genom avtalen eller de samordnade förfarandena har Home Online respektive Hemgallerian inte fritt satt sina priser på Tapwell-produkter som de sålt över internet. Tapwell har haft en prispolicy bestående av att inte marknadsföra och sälja Tapwells produkter över internet till ett pris understigande det lägsta priset enligt Tapwells prispolicy (dvs. högst 10 procent under vid var tid gällande rekommenderat pris). Tapwell har avsett att tillämpa prispolicyn mot samtliga eller i vart fall ett stort antal av dess återförsäljare. Home Online och Hemgallerian har samtyckt till Tapwells prispolicy.

488. Prispolicyn har, som Konkurrensverket konstaterat ovan, tillämpats mellan Tapwell och Home Online bl.a. genom att Tapwell uppmanat Home Online att höja priserna till en viss nivå, att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn samt att höja priserna genom påpekande om fel bruttopriser.

---

<sup>532</sup> Se generaladvokat Bobeks förslag till avgörande den 5 september 2019, *Budapest Bank*, C-228/18, EU:C:2019:678, p. 42.

<sup>533</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 196 g).

<sup>534</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 196 a).

<sup>535</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 196 d).



489. Prispolicyn har, som Konkurrensverket konstaterat ovan, tillämpats mellan Tapwell och Hemgallerian bl.a. genom att Tapwell uppmanat Hemgallerian att höja priserna genom påpekande om fel bruttopriser, genom vidarebefordran av information från Prisjakt och att upphöra med kampanj och i stället följa prispolicyn.

490. Avtalens innehåll har således bestått av att styra vilka lägsta priser Home Online respektive Hemgallerian tar för Tapwell-produkter vid försäljning över internet.

#### **3.4.2.1.2 Avtalens ändamål**

491. Konkurrensverket anser att även ändamålen med de aktuella avtalen eller samordnade förfarandena har varit att Tapwell ska styra vilka lägsta priser som Home Online respektive Hemgallerian har marknadsfört och sålt produkter från Tapwell för över internet.

492. Tapwell har i huvudsak invänt följande. Det är inte rimligt eller sannolikt att Tapwell skulle ha velat begränsa konkurrensen mellan återförsäljarna av Tapwells produkter. Tapwell tjänar nämligen lika mycket oavsett vilket pris återförsäljarna säljer vidare produkterna för. Om återförsäljarna höjer priserna på Tapwell-produkter så kommer försäljningen av Tapwell-produkter att minska – eftersom Tapwell möter stark konkurrens från andra leverantörer av blandare och sanitetsarmaturer – och Tapwell skulle alltså tjäna mindre. Tapwell menar att Konkurrensverket inte har presenterat någon förklaring till hur Tapwells vinst skulle kunna öka på grund av minskad konkurrens bland återförsäljarna. Med hänsyn till att det alltså inte finns något för Tapwell att vinna på en prisökning så kan det inte rimligen vara syftet med förfarandet.<sup>536</sup>

493. Inledningsvis kan Konkurrensverket konstatera att det finns vare sig något krav på att förfarandet ska ha inneburit en ekonomisk vinning för ett företag eller att förfarandet ska ha framstått som rimligt för att det ska anses utgöra en konkurrensbegränsning genom syfte.

494. Trots att sådana krav saknas kan Konkurrensverket ändå konstatera följande.

495. Även om återförsäljarens slutkundspris inte *omedelbart* påverkar det pris som Tapwell tar av återförsäljaren så är Tapwells försäljningspris över tid beroende av vilket pris en återförsäljare kan ta för Tapwell-produkter. Ju högre pris återförsäljarna kan ta av sina slutkunder, desto högre pris är återförsäljarna villiga att betala till Tapwell och motsatsvis ju lägre slutkundspris desto mindre är återförsäljarna villiga att betala till Tapwell. Detta innebär att Tapwell har ett incitament att hålla upp slutkundspriserna,

---

<sup>536</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 59–64.

eftersom den direkta följden av vertikal prisstyrning är en prisökning för Tapwell-produkter<sup>537</sup>, och därmed även att prisstyra sina återförsäljare.

496. Tapwell har dessutom incitament att, genom prisstyrning, hålla uppe slutkundspriserna för att undvika krav från återförsäljarna om att Tapwell ska minska sitt eget pris. Om återförsäljarna inte kände sig trygga med att Tapwell skulle styra vilka slutkundspriser andra återförsäljare fick ta, kommer återförsäljarna sannolikt öka pressen på Tapwell att sänka Tapwells försäljningspriser till återförsäljarna. Minskade slutkundspriser skulle alltså, i längden, kunna innebära att Tapwells egen marginal minskar.<sup>538</sup>
497. Detta gäller oaktat den omständigheten att Tapwell, som anförts i företagets yttrande, skulle ha ingående förhandlingar med sina leverantörer.<sup>539</sup> För det första saknar det betydelse, i nu aktuell bedömning, huruvida Tapwell förhandlat med sina leverantörer. För det andra har Tapwell inte påstått att dessa förhandlingar lett till högre rabatter eller lägre inköpspriser för återförsäljarna. Tapwells invändning visar således tvärtom snarare på Tapwells önskan att hålla uppe sina marginaler. Detta visar på ytterligare incitament för Tapwell att hålla uppe återförsäljarpriserna på deras produkter.
498. Vidare har Tapwell självt förklarat att företaget haft som uttalad strategi att deras produkter ska ligga på [REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED] Detta uppnåddes bl.a. genom att ta bort grossistledet. Tapwell har illustrerat detta genom nedanstående bild i samband med AA:s presentation vid det muntliga förfarandet vid Konkurrensverket.<sup>542</sup>

---

<sup>537</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 196 g).

<sup>538</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 196 d).

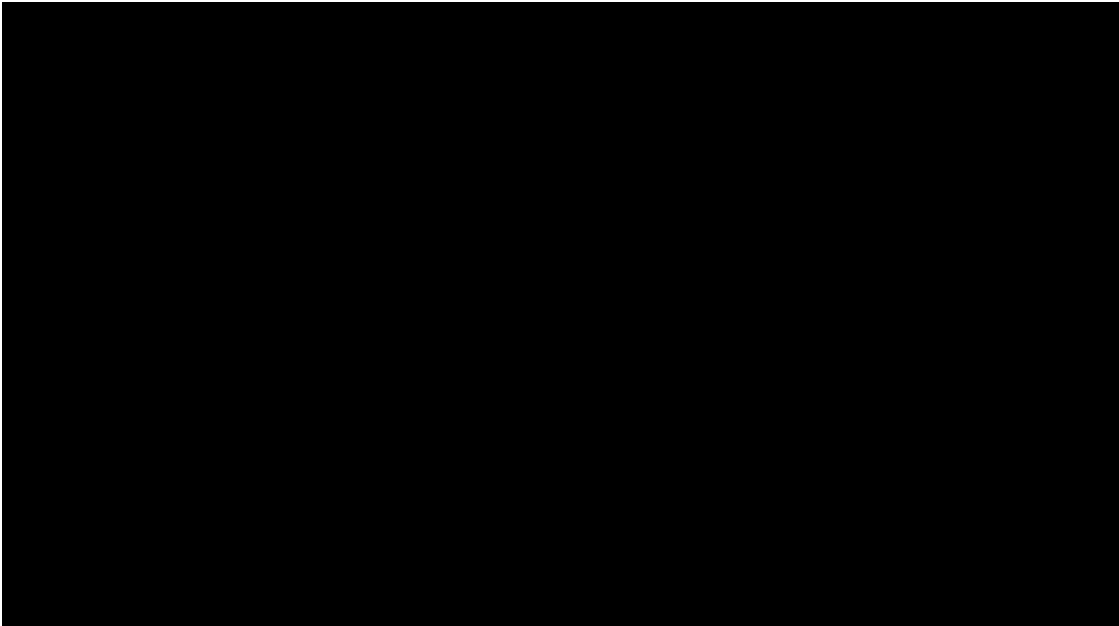
<sup>539</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 74.

<sup>540</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 71.

<sup>541</sup> Handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023, s. 3 och 4.

<sup>542</sup> Handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023, s. 3.

Figur 15. Tapwells illustration av företagets strategi



499. Tapwell självt har lyft fram denna medvetna strategi som ett av skälen till företagets framgångar och att företaget kunde slå sig in på marknaden.<sup>543</sup> Detta i sig visar att Tapwell har ett incitament att hålla återförsäljarpriserna på deras produkter på en viss, högre, nivå.

500. Dessutom har, i förhör under Konkurrensverkets utredning, framkommit att återförsäljare efterfrågar produkter som de kan sälja till en högre marginal.<sup>544</sup> I förhör har även framkommit att återförsäljare slutat sälja vissa leverantörers produkter eftersom marginalen blivit för låg.<sup>545</sup> Tapwell har till och med självt förklarat att det är viktigt att återförsäljarna tjänar pengar på att sälja Tapwell-produkter och att om återförsäljarna har en för låg marginal kan det medföra negativa konsekvenser.<sup>546</sup> Konkurrensverket noterar därutöver att Tapwell, enligt egen utsago, har gjort Excel-sammanställningar just i syfte att utreda återförsäljarnas marginaler.<sup>547</sup> Återförsäljarnas marginaler har alltså varit av intresse för Tapwell att följa.

501. Detta visar att Tapwell dessutom haft ett incitament att hålla uppe återförsäljarpriserna på Tapwell-produkter, i syfte att hålla uppe återförsäljarnas marginaler.

---

<sup>543</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 16–17 och handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023, s. 3–4.

<sup>544</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 67–68.

<sup>545</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 25–26 och 67–68.

<sup>546</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 20.

<sup>547</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 47.



502. Sammanfattningsvis kan Konkurrensverket konstatera att det funnits incitament för Tapwell att hålla upp återförsäljarpriserna trots att Tapwell fått samma ersättning oavsett vilket pris slutkunden betalat till återförsäljarna.

503. Konkurrensverket finner därför att ändamålet med avtalen har varit att styra vilka lägsta slutkundspriser Home Online respektive Hemgallerian fått ha på internet.

#### **3.4.2.1.3 Avtalen är vid första påseende ägnade att begränsa konkurrensen**

504. Med hänsyn till ovanstående är Konkurrensverkets slutsats att avtalen, som innefattar vertikal prisstyrning, ingår i den kategori av avtal vars skadliga verkan, mot bakgrund av tidigare erfarenheter, är allmänt vedertagen och lätt att identifiera.

505. Avtalen är således av sådan art att de vid första påseende är ägnade att begränsa konkurrensen, dvs. utgör ett förfarande med konkurrensbegränsade syfte.

#### **3.4.2.2 Kan en bedömning av förfarandet i dess rättsliga och ekonomiska sammanhang vända bedömningen att det är fråga om ett förfarande med ett konkurrensbegränsande syfte?**

##### **3.4.2.2.1 Inledning och Tapwells invändningar**

506. Nästa steg i bedömningen är en analys av det rättsliga och ekonomiska sammanhanget i vilket avtalen ingår.

507. Vid denna bedömning ska hänsyn tas till de aktuella produkternas eller tjänsternas beskaffenhet samt till strukturen och de faktiska villkoren på den eller de relevanta marknaderna.<sup>548</sup> Det är vidare vid bedömningen av det rättsliga och ekonomiska sammanhanget väsentligt att en sammanblandning inte sker med den analys som görs då eventuella konkurrensbegränsande effekter av ett förfarande ska konstateras.<sup>549</sup>

508. Det rättsliga och ekonomiska sammanhanget kan i vissa fall vända på bedömningen att ett förfarande vid första påseende är ägnat att begränsa konkurrensen, och således leda till att förfarandet inte ska betraktas som en syftesöverträdelse.

---

<sup>548</sup> EU-domstolens dom den 11 september 2014, *Groupment des cartes bancaires* (CB), C-67/13 P, EU:C:2014:220, p. 53.

<sup>549</sup> Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 13 februari 2018 i mål PMT 761-17, *Telia*, s. 11 och generaladvokat Nils Wahls förslag till avgörande den 23 april 2015, *ING Pensii*, C-172/14, EU:C:2015:272, p. 41–43.



509. Tapwell har, vad gäller bedömningen av det rättsliga och ekonomiska sammanhanget i vilket förfarandet skett, anfört sammanfattningsvis följande.

510. Tapwell menar att enbart den omständigheten att vertikal prisstyrning anses utgöra en särskilt allvarlig konkurrensbegränsning enligt det vertikala gruppundantaget inte befriar Konkurrensverket från att behöva göra en ordentlig utredning av den rättsliga och ekonomiska kontexten i vilket avtalet befinner sig. En relevant faktor, enligt Tapwell, i denna bedömning är förfarandets konkurrensfrämjande effekter.<sup>550</sup>

511. Tapwell har invänt att den påstådda vertikala prisstyrningen har haft konkurrensfrämjande effekter. Dessa konkurrensfrämjande effekter har bestått i dels att undvika en snålskjutsproblematik, dels att förhindra att Tapwells varumärke eroderas. Tapwell menar dessutom att på längre sikt kan en snålskjutsproblematik även leda till erosion av ett varumärke.<sup>551</sup> Snålskjutsproblematiken visar sig i att återförsäljare med lokaler och personal som erbjuder information och service till kunderna, inte längre kan bära dessa kostnader eftersom kunden kommer till butiken för servicen men beställer sedan varan på internet från en annan återförsäljare. Den andra återförsäljaren erbjuder inte samma service och säljer därmed varan till lägre pris.<sup>552</sup> Vad gäller skyddet av Tapwells varumärke, menar Tapwell att företaget marknadsför sina produkter som något mer exklusiva och att det är återförsäljarna med fysiska butiker, showrooms och shop-in-shops som upprätthåller Tapwells varumärke med service och utställning av produkterna. Dessutom kan kommunikationen minska risken att varumärket eroderas genom att ge återförsäljarna en fingervisning om rimligt pris i linje med Tapwells marknadsföringsstrategi. Detta är konkurrensfrämjande eftersom det leder till att återförsäljarna gör större satsningar i marknadsföring för slutkunderna.<sup>553</sup>

512. Konkurrensverket gör följande bedömning av avtalen sedda inom deras rättsliga och ekonomiska sammanhang.

#### **3.4.2.2 Omfattningen av Konkurrensverkets bedömning**

513. EU-domstolen har, i målet *Super Bock*, bekräftat att bedömningen av om ett avtal om vertikal prisstyrning utgör en syftesöverträdelse måste bestå av såväl en bedömning "vid första påseende" som avtalet i dess rättsliga och ekonomiska sammanhang. Hur omfattande och ingående den bedömningen behöver vara uttalas dock inte av EU-domstolen i nämnda avgörande. När det gäller sådana förfaranden som i tidigare rättspraxis har ansetts utgöra

---

<sup>550</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 65, 66 och 68.

<sup>551</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 69.

<sup>552</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 70.

<sup>553</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 71 och 72.



särskilt allvarliga överträdelser<sup>554</sup> och som uttryckligen förbjuds i 2 kap. 1 § KL respektive artikel 101 i EUF-fördraget kan bedömningen av det rättsliga och ekonomiska sammanhanget begränsas till vad som är absolut nödvändigt för att dra slutsatsen att det rör sig om en konkurrensbegränsning genom syfte.<sup>555</sup>

514. Konkurrensverket har ovan konstaterat att avtalen avser vertikal prisstyrning. Det är allmänt vedertaget att vertikal prisstyrning har skadliga verkningar på konkurrensen. Sådana avtal har – i äldre praxis av EU-domstolen – konstaterats kunna vara redan till sin natur skadliga för konkurrensen.<sup>556</sup> Avtal som direkt eller indirekt fastställer försäljningspriser nämns dessutom uttryckligen som sådana avtal vilka är förbjudna enligt 2 kap. 1 § KL respektive artikel 101 i EUF-fördraget. Vertikal prisstyrning anses dessutom i regel utgöra en särskilt allvarlig konkurrensbegränsning.<sup>557</sup> Slutligen ingår avtal som direkt eller indirekt fastställer ett lägsta försäljningspris i den kategori av förfaranden där det inte finns endast begränsade erfarenheter om deras konkurrensbegränsande verkan.<sup>558</sup>
515. Konkurrensverkets slutsats är därför, även med hänsyn tagen till *Super Bock*<sup>559</sup>, att bedömningen av avtal om vertikal prisstyrning inom ramen för deras rättsliga och ekonomiska sammanhang kan begränsas till vad som är absolut nödvändigt för att konstatera att avtalen har ett konkurrensbegränsande syfte.
516. Trots detta kommer Konkurrensverket i det aktuella ärendet att göra en bedömning, av de aktuella avtalen sedda inom ramen för deras rättsliga och ekonomiska sammanhang, som sträcker sig längre än absolut nödvändigt. Detta sker enbart för fullständighets skull och går egentligen längre än vad Konkurrensverket menar krävs för att bedöma att avtalen har ett konkurrensbegränsande syfte.

---

<sup>554</sup> Notera att detta begrepp inte endast innefattar sådana särskilt allvarliga konkurrensbegränsningar som avses i artikel 4 a) i Gruppundantaget för vertikala begränsningar.

<sup>555</sup> EU-domstolens dom den 20 januari 2016, *Toshiba Corporation*, C-373/14 P, EU:C:2016:26, p. 27–29 och EU-domstolens dom den 27 april 2017, *FSL m.fl. mot kommissionen*, C-469/15 P, EU:C:2017:308, p. 107. Se även generaladvokat Bobeks förslag till avgörande den 5 september 2019, *Budapest Bank*, C-228/18, EU:C:2019:678, p. 43–51.

<sup>556</sup> Se t.ex. EU-domstolens dom den 3 juli 1985, *Binon mot AMP*, C-243/83, EU:C:1985:284, p. 43–44, EU-domstolens dom den 1 oktober 1987, *VVR mot Sociale Dienst*, C-311/85, EU:C:1987:418, p. 17 och EU-domstolens dom den 19 april 1988, *SPRL Louis Erauw-Jacquery v La Hesbignonne SC*, C-27/87, EU:C:1988:183, p. 15. Jfr dock EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529.

<sup>557</sup> Artikel 4 a) i Gruppundantaget för vertikala begränsningar och kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 185 och kommissionens tillkännagivande om avtal av mindre betydelse som inte märkbart begränsar konkurrensen enligt artikel 101.1 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (stöd av mindre betydelse) (2014/C 291/01), 30 augusti 2014, p. 13. Jfr även EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 38.

<sup>558</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 196.

<sup>559</sup> EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 27–43.





### **3.4.2.2.3 Avtalen sedda inom ramen för deras rättsliga och ekonomiska sammanhang**

517. Det rättsliga och ekonomiska sammanhanget utgörs i förevarande fall av marknaden för försäljning av blandare och sanitetsarmaturer – avsedda för kök och badrum – till återförsäljare och grossister i Sverige. Förfarandet har avsett försäljning av Tapwell-produkter på internet via återförsäljare.
518. Konkurrensverket kan inledningsvis konstatera att förfarandet avsett vertikal prisstyrning och att pris är ett av de viktigaste konkurrensmedlen. Det har inte framkommit något i det rättsliga och ekonomiska sammanhanget som innebär att pris skulle vara ett oviktigt konkurrensmedel i detta fall. Tvärtom innebär försäljning över internet att konsumenter lätt kan jämföra priser och köpa produkten från den återförsäljare som erbjuder lägst pris – oaktat var i landet konsumenten befinner sig. Vidare har CC på Home Online själv förklarat att företaget tappar mycket försäljning vid bara mindre prisavvikelse från vad konkurrerande återförsäljare säljer produkterna för. Framför allt är det den s.k. rankningen på Prisjakt som påverkar försäljningen.<sup>560</sup>
519. Vad gäller omständigheten att förfarandet avsett försäljning på internet konstaterar Konkurrensverket följande. Vid försäljning på internet är det inte enbart konsumenter som jämför priser, även återförsäljare gör detta. Återförsäljare bevakar exempelvis via prisjämförelsesajter, både manuellt och automatiskt genom att få bevakningsmejl för prisförändringar på produkter, andra återförsäljares prissättning.<sup>561</sup> Tapwell använder också prisjämförelsesajter och återförsäljares hemsidor på internet för att bevakas prissättningen (se exempelvis punkterna 356–369 och 429–435 ovan). Det finns även vissa återförsäljare som automatiserar denna prisövervakning ytterligare genom s.k. prisrobotar eller prisspindlar. Dessa prisrobotar kan konstant bevakas priserna på internet, exempelvis genom att kontrollera prisjämförelsesajter. Återförsäljaren kan sedan ställa in att priserna på sin hemsida automatiskt ska ändras om prisroboten upptäcker att konkurrenternas priser ändrats. Återförsäljaren kan själv ställa in hur snabbt och med vilka villkor återförsäljarens egna priser ska ändras när prisförändringar upptäcks.<sup>562</sup>
520. Att det sker sådan prisövervakning i det aktuella fallet, antingen manuellt eller automatiskt, innebär även att prisstyrning av en återförsäljare kan få stort genomslag på flera återförsäljare.<sup>563</sup> Detta framgår exempelvis av Figur

---

<sup>560</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 13–15 och s. 25–26.

<sup>561</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 23–24 och handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 28–29 och s. 37.

<sup>562</sup> Handl.nr 14, Mejl den 28 augusti 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>563</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 37, handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 13–15 och s. 72–73 samt handl.nr 274, Tjänsteanteckning från samtal den 14 oktober 2021 med Rörfokus Gävle, s. 1–2.



7, där man kan se att när en återförsäljare inte följer 10-procentsstrategin så får det genomslag på följsamheten i stort.

521. Vidare innebär prisövervakningen att det är de marknadsförda priserna på prisjämförelsesajter eller andra återförsäljares hemsidor som är viktiga (inte det rekommenderade priset eller det pris som en konsument kan få via en speciell värdekod vilken kunden fyller i först när den lägger beställningen).
522. Omständigheten att prisstyrningen skett på internet vänder alltså inte på något sätt bedömningen vid första påseende att det är en syftesöverträdelse.
523. Inte heller den omständigheten att Tapwell har haft som affärsidé att minska försäljning via grossist,<sup>564</sup> och att prisstyrningen därför har skett gentemot återförsäljare, vänder bedömningen vid första påseende att det är en syftesöverträdelse.

#### **3.4.2.2.4 Tapwells invändning om konkurrensfrämjande effekter**

524. Vad sedan gäller Tapwells invändning om att avtalen har haft konkurrensfrämjande effekter, gör Konkurrensverket följande bedömning.
525. Inledningsvis ska noteras att det inte är fråga om att göra en skälighetsavvägning (se punkt 479 ovan). Vidare saknar den omständigheten att avtalet har haft andra legitima syften eller att andra delar av avtalet har konkurrensfrämjande effekter betydelse ifall en viss avtalsdel bedömts vara konkurrensbegränsande i och för sig (se punkt 481 ovan). Likaså är det de objektiva syftena med avtalen som ska beaktas (se punkt 480 ovan).
526. Vad särskilt gäller bedömningar av konkurrensfrämjande effekter inom ramen för det rättsliga och ekonomiska sammanhanget så förutsätter det dels att de är styrkta, relevanta och specifika för det berörda avtalet, dels tillräckligt betydande (se punkt 478 ovan).
527. Det är således Tapwell som har bevisbördan för att avtalen om vertikal prisstyrning har sådana konkurrensfrämjande effekter som nu avses. Tapwell har endast i allmänna ordalag påstått att avtalen innebär konkurrensfrämjande effekter. Tapwell har inte närmare konkretiserat vad exakt de konkurrensfrämjande effekterna skulle bestå av. Tapwell har inte heller gett in någon bevisning till styrkande för de påstådda konkurrensfrämjande effekterna.
528. Vad gäller Tapwells invändning om skyddet av varumärket så ifrågasätter Konkurrensverket om skyddet av Tapwells varumärke över huvud taget är en relevant omständighet att beakta. Tapwell är ett företag vilket har som

---

<sup>564</sup> Handl.nr 266, Bildpresentation av Tapwell, s. 2-3.



uttrycklig strategi [REDACTED].<sup>565</sup> Av praxis framgår att, för sådana produkter, som inte har en lyxig framtoning, kan syftet att skydda prestige inte rättfärdiga en konkurrensbegränsning.<sup>566</sup> Hade Tapwell velat skydda sitt varumärke finns det andra, legitima, metoder för att göra detta; exempelvis genom införandet av ett selektivt distributionssystem eller franchising.<sup>567</sup>

529. Vad gäller Tapwells invändning om snålskjutsproblematik så konstaterar Konkurrensverket följande.
530. Tapwells invändning får förstås som ett påstående om att vissa återförsäljare, som exempelvis har en fysisk butik samt lämnar service respektive information före ett köp, inte kan vara säkra på att dra fördel av detta eftersom kunden trots servicen kan köpa produkten av en annan återförsäljare – framför allt internetåterförsäljare. Tapwell menar att om priserna inte hålls uppe på internet skulle återförsäljare sluta investera i bl.a. marknadsföring och service.
531. Konkurrensverket konstaterar inledningsvis att avtalen inte avser särskilt tekniskt komplicerade produkter. Behovet av information och service inför ett köp är därmed inte särskilt stort.
532. Tapwell har inte preciserat vad det är för service, som företaget menar, sker av återförsäljarna innan köpet. Återförsäljarna utför inte någon egentlig service, i meningen reparationer eller montering, innan kundens köp. Den service som Tapwell får förstås avse är att återförsäljaren bistår kunden med information om produkterna. Tapwell har framhållit att kunderna har möjlighet att se och känna på produkterna i butik.<sup>568</sup> Konkurrensverket finner dock att informationsinhämtning i många fall likväl – och möjligen i vissa fall lättare – kan ske på internet hos en viss återförsäljare för att kunden sedan gör köpet i en fysisk butik av en annan återförsäljare.<sup>569</sup> Det framstår därför som omotiverat att Tapwell skulle behöva styra priserna på just internet.
533. Konkurrensverket konstaterar vidare att Tapwells egentliga problem är att vissa återförsäljare har sämre marginal än andra, möjligen effektivare, återförsäljare. Det framstår inte som en relevant omständighet i denna bedömning att värna mindre effektiva återförsäljare. Att skydda dessa

---

<sup>565</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 71 och handl.nr 475, Mötesanteckningar från muntligt förfarande den 13 oktober 2023, s. 3–4.

<sup>566</sup> EU-domstolens dom den 13 oktober 2011, *Pierre Fabre*, C-439/09, EU:C:2011:649, p. 45–46 och EU-domstolens dom den 6 december 2017, *Coty*, C-230/16, EU:C:2017:941, p. 37–58.

<sup>567</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 16 a), 16 b), 16 d), 16 e) och 16 h).

<sup>568</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 17.

<sup>569</sup> Jfr Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 14.

återförsäljare med sämre marginal, är inte konkurrensfrämjande utan snarare konkurrensbegränsande genom att det riskerar att förebygga eller förhindra införandet av och utbyggnaden av nya eller mer effektiva distributionsformer, vilket begränsar innovationen i distributionsledet.<sup>570</sup>

534. De eventuella konkurrensfrämjande effekterna av motverkande av varumärkets erodering respektive av snålskjutsproblematik bedöms därför inte som styrkta, relevanta eller specifika för avtalen.
535. Dessutom räcker det inte enbart med förekomsten av konkurrensfrämjande effekter, dessa måste även vara tillräckligt betydande för att ge upphov till rimligt tvivel om att avtalen om vertikal prisstyrning är tillräckligt skadliga för konkurrensen. Även detta åligger Tapwell att bevisa och Konkurrensverket konstaterar att Tapwell inte gett in någon bevisning.
536. Under alla omständigheter gör Konkurrensverket bedömningen att Tapwells invändningar om skydd av Tapwells varumärke och snålskjutsproblematik inte är tillräckligt konkurrensfrämjande för att anse att avtalen om vertikal prisstyrning inte vara skadliga för konkurrensen.
537. Vad gäller särskilt skyddet av varumärke, kan det ifrågasättas om detta över huvud taget är en relevant omständighet för Tapwell (se punkt 528 ovan).<sup>571</sup> Vad gäller Tapwells invändning om såväl skyddet av företagets varumärke som undvikande av snålskjutsproblematik konstaterar Konkurrensverket dessutom att det finns mindre konkurrensbegränsande metoder, än vertikal prisstyrning, för att hantera dessa – av Tapwell upplevda – problem.<sup>572</sup> De vertikala riktlinjerna ger som exempel användandet av ett exklusivt eller selektivt distributionssystem eller franchising.<sup>573</sup>
538. Konkurrensverket bedömer därför sammantaget att Tapwells invändning om konkurrensfrämjande effekter vare sig är styrkta, relevanta eller specifika för de berörda avtalen och under alla omständigheter att eventuella konkurrensfrämjande effekter inte är tillräckliga för att omkullkasta bedömningen att avtalen om vertikal prisstyrning är tillräckligt skadliga för konkurrensen.

#### **3.4.2.2.5 Slutsats**

539. Det rättsliga och ekonomiska sammanhanget vänder således inte bedömningen, vid första påseende, att avtalen utgör en syftesöverträdelse.

---

<sup>570</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 196 e).

<sup>571</sup> EU-domstolens dom den 13 oktober 2011, *Pierre Fabre*, C-439/09, EU:C:2011:649, p. 45–46. Jfr dock EU-domstolens dom den 6 december 2017, *Coty*, C-230/16, EU:C:2017:941, p. 37–58 för varor med en lyxig framtoning.

<sup>572</sup> Vad gäller snålskjutsproblematik jämför Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 197 d).

<sup>573</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 16 a), 16 b), 16 d), 16 e) och 16 h).



Tapwells invändningar om konkurrensfrämjande effekter är inte styrkta, relevanta eller specifika och i vart fall heller inte tillräckliga.

540. Det har inte heller i övrigt framkommit något inom det rättsliga och ekonomiska sammanhanget som skulle omkullkasta slutsatsen vid första påseende – att förfarandet har konkurrensbegränsande syfte.

#### **3.4.2.3 Avtalen har haft ett konkurrensbegränsande syfte**

541. Mot bakgrund av ovanstående är Konkurrensverkets bedömning att förfarandet, även med beaktande av det rättsliga och ekonomiska sammanhang i vilket förfarandet ägde rum, var sådant att det var ägnat att inverka negativt på konkurrensen.

542. Avtalen har därmed haft ett konkurrensbegränsande syfte.

### **3.5 Relevant marknad**

#### **3.5.1 Utgångspunkter för avgränsning av relevant marknad**

543. Vid bedömningen av konkurrensbegränsande avtal görs marknadsavgränsningen primärt för att avgöra om själva konkurrensbegränsningen är märkbar.<sup>574</sup>

544. En relevant marknad består dels av en relevant produktmarknad, dels av en relevant geografisk marknad. Syftet med att definiera dessa marknader är att identifiera de faktiska konkurrenter till de berörda företagen som är i stånd att begränsa deras beteende och hindra dem från att agera oberoende av ett effektivt konkurrenstryck.<sup>575</sup>

545. Företagen utsätts för tre huvudtyper av konkurrenstryck. Utbytbarhet på efterfrågesidan, utbytbarhet på utbudssidan och potentiell konkurrens. Ur ekonomisk synvinkel och i samband med avgränsningen av den relevanta marknaden utgör utbytbarheten på efterfrågesidan det mest omedelbara och effektiva konkurrenstrycket för leverantörer av en viss produkt.<sup>576</sup>

546. I de situationer då utbytbarheten på utbudssidan kan jämföras med utbytbarhet på efterfrågesidan vad gäller effektivitet och omedelbarhet kan även denna beaktas när marknaderna definieras. För detta krävs att leverantörerna som svar på små och varaktiga förändringar av de relativa priserna kan ställa om till produktion av de relevanta produkterna och kan

---

<sup>574</sup> Se MD 2012:16, s. 30–31. Jfr även kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i gemenskapens konkurrenslagstiftning, EGT C 372, 9.12.1997 (fortsättningsvis *kommissionens tillkännagivande om relevant marknad*), p. 11. Se även Tribunalens dom den 28 juni 2016, *Telefonica SA mot kommissionen*, T-216/13, EU:T:2016:369, p. 213–214.

<sup>575</sup> Se p. 2 i kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, s. 5.

<sup>576</sup> Se p. 13 i kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, s. 5.

marknadsföra dem på kort sikt utan att väsentliga tilläggskostnader eller risker uppstår. Om dessa villkor uppfylls kommer den ytterligare produktion som kommer ut på marknaden att ha en begränsande effekt på de berörda företagens konkurrensbeteende. I fråga om effektivitet och omedelbarhet är en sådan verkan likvärdig med verkan av utbytbarhet på efterfrågesidan.<sup>577</sup>

547. Även potentiell konkurrens från företag utanför den relevanta marknaden är en källa till konkurrenstryck, men förutsättningarna härför bedöms efter att den relevanta marknaden eller marknaderna avgränsats.<sup>578</sup>

548. I ett ärende där det är fråga om ett förfarande som har till syfte att begränsa konkurrensen kan marknaden avgränsas mer summariskt än vad som är fallet med avtal där det ska göras en effektbedömning. Vid syftesöverträdelser har mycket summariska marknadsdefinitioner godtagits i praxis.<sup>579</sup>

549. I ärenden avseende vertikal prisstyrning kan samordningen ha skett mellan aktörer verksamma på olika marknader. Det kan trots detta saknas behov, enbart av det skälet, att avgränsa samtliga relevanta marknader som aktörerna är verksamma på.

550. Tapwell har invänt att Konkurrensverket behöver definiera en nedströmsmarknad, dvs. marknaden där återförsäljarna återfinns. Detta för att kunna utreda Home Onlines och Hemgallerians marknadsandelar för att kunna bedöma märkbarheten samt för att kunna bedöma betydelsen av Bygghemma-sfärens agerande på marknaden.<sup>580</sup>

551. Konkurrensverket konstaterar dock att marknadsavgränsningen framför allt är relevant för bedömningen av om förfarandet märkbart har begränsat konkurrensen, om samhandeln märkbart har påverkats och som utgångspunkt för beräkningen av konkurrensskadeavgiften.

552. I och med att Konkurrensverket, ovan, har konstaterat att avtalen har haft konkurrensbegränsande syfte – och att detta i sig tillräckligt för att anse att överträdelserna är märkbara (se punkterna 614–616 nedan) – räcker det för den bedömningen med en mer begränsad marknadsavgränsning.

---

<sup>577</sup> Kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 20.

<sup>578</sup> Kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 24.

<sup>579</sup> SOU 2006:99 s. 500. Se även EU-domstolens dom den 11 juli 2013, *Stichting Administratiekantoor Portielje (SAP)*, C-440/11, EU:C:2013:514, p. 101–106, EU-domstolens dom den 11 juli 2013, *Ziegler SA mot kommissionen*, C-439/11, EU:C:2013:513, p. 71–73, Tribunalens dom den 28 juni 2016, *Teléfono SA mot kommissionen*, T-216/13, EU:T:2016:369, p. 213–214 och Patent- och marknadsdomstolens dom den 21 december 2016 i mål PMT 17299-14, *Gothnet/TeliaSonera*, s. 110 f.

<sup>580</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 107–108.



553. Inte heller bedömningen av om samhandeln märkbart har påverkats förutsätter en marknadsavgränsning av marknaden nedströms, eftersom bedömningen avser parternas sammanlagda marknadsandelar på *någon* av de relevanta marknaderna inom gemenskapen som påverkas av avtalet (se punkt 606 nedan).<sup>581</sup>
554. Vad slutligen gäller frågan om att marknadsavgränsningen kan tjäna som utgångspunkt för fastställandet av konkurrensskadeavgiften, konstaterar Konkurrensverket att inget företag på nedströmsmarknaden påförs någon konkurrensskadeavgift genom detta beslut (se punkt 713 nedan).
555. Sammantaget finner Konkurrensverket att det därför, i detta ärende, saknas skäl att avgränsa en nedströmsmarknad. I den följande summariska marknadsavgränsningen kommer Konkurrensverket därför endast att avgränsa den marknad som Tapwell är verksamt på.

### 3.5.2 Summarisk avgränsning av produktmarknad

#### 3.5.2.1 *Avgränsning baserad på produkterna som omfattas av förfarandet*

556. Den relevanta produktmarknaden omfattar alla varor eller tjänster som på grund av sina egenskaper, sitt pris och den tilltänkta användningen av konsumenterna betraktas som utbytbara.<sup>582</sup> Bedömningen av utbytbarheten ska göras i det enskilda fallet utifrån de produkter som förfarandet avser.<sup>583</sup>
557. Förfarandet avser vertikal prisstyrning av två återförsäljares försäljning av Tapwell-produkter över internet. Produkterna som omfattas av förfarandet är vattenblandare och sanitetsarmaturer för kök och badrum av varumärket Tapwell. Produkterna kan kategoriseras i diskhoar, köksblandare, tillbehör för kök, tvättställsblandare, badkarsblandare, dusch, badrumstillbehör, blandarfästen och tillbehör bad. Prisstyrningen har omfattat hela Tapwells vid var tid gällande produktutbud.
558. Home Online och Hemgallerian är återförsäljare som säljer vidare Tapwell-produkter till främst privatpersoner.<sup>584</sup>

---

<sup>581</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln i artiklarna 81 och 82 i fördraget, EUT C 101, 27.4.2004 (fortsättningsvis *kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln*), p. 52. Notera att den svenska versionen av tillkännagivandet har blivit felöversatt. Se därför exempelvis den engelska, franska eller tyska översättningen av tillkännagivandet.

<sup>582</sup> Kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 7.

<sup>583</sup> Jfr kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, p. 16.

<sup>584</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 3 och handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 5.



559. Med utgångspunkt i de omständigheter som rör förfarandet är de snävast tänkbara marknaderna produkterna i Tapwells sortiment som inte skulle kunna anses vara utbytbara med varandra vad gäller funktion och användningsområde för slutkunder (dvs. exempelvis diskhoar, köksblandare, badkarsblandare, osv.).
560. Konkurrensverket konstaterar emellertid att återförsäljare och grossister efterfrågar samtliga produkter från samtliga produktkategorier från olika tillverkare och leverantörer för att kunna erbjuda sina köpare helhetslösningar inom värme, ventilation och sanitet.<sup>585</sup>
561. Kommissionen har i sitt beslut avseende förvärvet mellan *Sanitec/Sphinx* funnit att det är viktigt för återförsäljare att erbjuda hela, bredare produktserier inom sanitetsporlin då konsumenter generellt efterfrågar badrumsinredningar till ett helt badrum vid samma tillfälle.<sup>586</sup> Kommissionen konstaterade därför att det från ett efterfrågeperspektiv fanns starka indikationer på att den relevanta produktmarknaden skulle innefatta flera olika produkter av sanitetsporlin och inte delas upp i separata marknader.<sup>587</sup>
562. Förvisso kan det finnas skillnader i efterfrågan såvitt avser entreprenadverksamheter och privatpersoner – och även inom dessa kundgrupper – som skulle kunna tala för en avgränsning till flera mindre produktmarknader. En ytterligare sådan avgränsning bedöms dock inte som nödvändig inom ramen för en sådan summarisk marknadsavgränsning som det nu är frågan om.
563. Vidare omfattar förfarandet samtliga kategorier av Tapwells produkter. Sammantaget ska produktmarknaden därför inte avgränsas uppdelat på produktkategorier.
564. Vad gäller frågan om det kan finnas ett premiumsegment av marknaden som skulle kunna utgöra en egen relevant produktmarknad på vilken Tapwell är verksamt konstaterar Konkurrensverket följande.
565. Tapwell har positionerat sig på marknaden för vattenblandare och sanitetsarmaturer som ett varumärke med premiumkänsla till ett lägre pris.<sup>588</sup> Tapwells produkter är dock [REDACTED] (se punkt 498 ovan). Detta [REDACTED]

---

<sup>585</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 6 och handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 5.

<sup>586</sup> Kommissionens beslut den 1 december 1999 i ärende IV/M.1578, *Sanitec/Sphinx*, p. 19, 23–24 och 28–29.

<sup>587</sup> Kommissionens beslut den 1 december 1999 i ärende IV/M.1578, *Sanitec/Sphinx*, p. 29.

<sup>588</sup> Handl.nr 274, Tjänsteanteckning från samtal den 14 oktober 2021 med Rölfokus Ab, s. 2 och handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 17.





skulle kunna tala för att produkter av varumärket Tapwell ingår i ett segment av marknaden som inte möter konkurrens i samma utsträckning från exempelvis vattenblandare och sanitetsarmaturer avsedda för kök och badrum av lägre respektive högre prisklass.<sup>589</sup> En sådan ytterligare avgränsning hade inneburit att totalmarknaden, för den produktmarknad som Tapwell verkar på, skulle ha blivit mindre men att Tapwells omsättning förblivit den samma. Detta hade fått till följd att Tapwells marknadsandelar på en sådan snävare avgränsad produktmarknad skulle ha ökat.

566. Konkurrensverket kan dock konstatera att även för en bredare marknadsavgränsning, som inkluderar lågpris- och högprisprodukter, innehar Tapwell en inte obetydlig marknadsandel. Det bedöms därför sammantaget inte vara nödvändigt för en summarisk marknadsavgränsning i detta ärende att göra en ytterligare segmentering.<sup>590</sup>

567. Sammantaget talar detta, enligt Konkurrensverkets bedömning, för att den relevanta produktmarknaden inte ska avgränsas på produktkategorier eller till att enbart omfatta produkter inom ett visst prissegment av vattenblandare och sanitetsarmaturer.

### *3.5.2.2 Ytterligare avgränsning av produktmarknaden baserat på olika kundgrupper i uppströmsledet?*

568. Tillverkare och leverantörer tillhandahåller sina produkter till återförsäljare, grossister och byggföretag. Frågan som är för handen är om efterfrågan av vattenblandare och sanitetsarmaturer mellan dessa kundgrupper är tillräckligt olikartade för att göra skäl för en avgränsning mellan olika typer av kunder.

569. När det gäller frågan om försäljning till byggföretag ska innefattas i den relevanta produktmarknaden där Tapwell är verksamt har företaget förklarat att efterfrågan för dess produkter bland projektkunderna är mer projektbaserad och oregelbunden<sup>591</sup> samt att Tapwell marknadsför en skräddarsydd serie med blandare som har tekniska egenskaper bättre anpassade efter projektmarknaden.<sup>592</sup>

570. Härutöver kan även uppmärksammas att vattenblandare och sanitetsarmaturer för byggföretag ingår som en del av ett husbygge eller omfattande renoveringar.<sup>593</sup> Denna typ av försäljning skiljer sig således

---

<sup>589</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 3–4.

<sup>590</sup> Det kan härvid noteras att Tapwell tagit hänsyn till bl.a. sådana produkter i sin uppskattning av marknadens storlek och Tapwells konkurrenters försäljning. Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 4, s. 2. En sådan ytterligare segmentering skulle alltså innebära att den av Tapwell uppskattade totalmarknaden skulle minska och att Tapwell skulle bli en än större aktör.

<sup>591</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 5, s. 2.

<sup>592</sup> Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 5, s. 2.

<sup>593</sup> Konkurrensen i byggmaterialindustrin. Konkurrensverkets rapport 2021:4, s. 92.



avsevärt från den typen av efterfrågan från återförsäljare och grossisters verksamhet, både avseende volymer och utförande.

571. Konkurrensverket konstaterar därför sammantaget att tillverkares, leverantörers och grossisters försäljning av vattenblandare och sanitetsarmaturer till byggföretag är en egen distributionskanal skild från motsvarande försäljning som sker till återförsäljare och grossister. Sådan försäljning till byggföretag ska alltså inte innefattas i den nu aktuella relevanta produktmarknaden.
572. När det sedan gäller försäljning till grossister och återförsäljare gör Konkurrensverket följande bedömning.
573. Som redogjorts för vid beskrivningen av marknadsförhållandena använder tillverkare och leverantörer olika distributionsformer. Vissa tillverkare och leverantörer använder en distributionsmodell där försäljningen enbart går genom grossister till återförsäljare och som sedan säljs vidare till nästa handelsled medan andra (t.ex. Tapwell) erbjuder återförsäljare möjligheten att köpa direkt från tillverkaren eller leverantören.
574. I praktiken innebär detta att Tapwell, vid försäljning till återförsäljare, konkurrerar med andra tillverkare och leverantörer som via grossister förmedlar de andra tillverkarnas och leverantörernas produkter till nästa handelsled (dvs. återförsäljare). Tapwell har uppskattat att ca 50 procent av den totala försäljningen av dess konkurrenter som går via grossister når återförsäljare.<sup>594</sup>
575. Det har i utredningen inte framkommit uppgifter om att försäljningen från tillverkare och leverantörer till grossister (som säljs vidare till återförsäljare) och återförsäljare skiljer sig åt i någon betydande bemärkelse, till skillnad mot försäljning till byggföretag.
576. Grossister av vattenblandare och sanitetsarmaturer säljer produkter till återförsäljare<sup>595</sup> och mindre entreprenadverksamheter medan återförsäljare vänder sig främst till privatpersoner men även i viss utsträckning till mindre entreprenadverksamheter.
577. Mot bakgrund av att det tilltänkta användningsområdet är detsamma oavsett om inköpen görs av privatpersoner genom återförsäljare eller av en entreprenadverksamhet genom grossist konstaterar Konkurrensverket att försäljningen av tillverkare och leverantörer till grossister och återförsäljare inte ska avgränsas som separata distributionskanaler.

---

<sup>594</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 3. B, s. 4.

<sup>595</sup> Gäller tillverkare och leverantörer som tillämpar distributionsmodellen med försäljning enbart till grossister.



578. Sammantaget bedömer Konkurrensverket att den relevanta produktmarknaden, där Tapwell är verksamt, ska definieras som försäljning av vattenblandare och sanitetsarmaturer – avsedda för kök och badrum – till återförsäljare samt grossister.

### 3.5.2.3 *Slutsats relevant produktmarknad*

579. Sammanfattningsvis innebär en summarisk marknadsavgränsning att diskhoar, köksblandare, tillbehör för kök, tvättställsblandare, badkarsblandare, dusch, badrumstillbehör, blandarfästen och tillbehör bad ingår på en och samma relevanta produktmarknad.

580. Konkurrensverket konstaterar dessutom att om den relevanta produktmarknaden hade avgränsats snävare – med olika marknader för lågpris-, mellanpris- respektive högprisprodukter – skulle Tapwells marknadsandelar inte bli mindre. Konkurrensverket konstaterar därvid även för en bredare marknadsavgränsning innehar Tapwell en inte obetydlig marknadsandel.

581. Vad avser byggföretag bedöms det däremot mot bakgrund av strukturen på efterfrågesidan att det finns tillräckligt stora skillnader att detta kundsegment faller utanför ovannämnda marknad.

582. I det handelsled Tapwell är verksamt är Konkurrensverkets samlade bedömning vid en summarisk marknadsavgränsning att den relevanta produktmarknaden kan definieras som: *försäljning av vattenblandare och sanitetsarmaturer – avsedda för kök och badrum – till återförsäljare samt grossister.*

### 3.5.3 Summarisk avgränsning av geografisk marknad

583. Den relevanta geografiska marknaden omfattar det område inom vilket de berörda företagen tillhandahåller de relevanta tjänsterna, inom vilket konkurrensvillkoren är tillräckligt likartade och som kan skiljas från angränsande geografiska områden, framför allt på grund av väsentliga skillnader i konkurrensvillkoren.<sup>596</sup>

#### 3.5.3.1 *Den geografiska verksamheten för tillverkare och leverantörer av vattenblandare och sanitetsarmaturer*

584. Vad gäller den geografiska omfattningen av marknaden kan det aktuella förfarandet utgöra en utgångspunkt för bedömningen. Såvitt Konkurrensverket har kunnat bedöma omfattar den aktuella prisstyrningen svenska återförsäljare, vilket indikerar att försäljning i Sverige utgör en egen relevant geografisk marknad.

---

<sup>596</sup> Se p. 8 och 13 i kommissionens tillkännagivande om relevant marknad, s. 5.



585. Tapwell har vidare uppskattat att direkt- och parallellimporten står för ca fem procent av totalmarknaden.<sup>597</sup> Dessutom har nio av Tapwells 13 främsta konkurrenter ursprung i Sverige och av de fyra övriga konkurrenterna så har samtliga upprättat svenska dotterbolag.<sup>598</sup> Detta i sig talar sammantaget för att Tapwell utsätts för ett endast begränsat konkurrenstryck från aktörer utanför Sverige.
586. Av utredningen har det dessutom framkommit att Sverige, liksom Finland, har en inhemsk blandartillverkning.<sup>599</sup> Det etablerade sättet att få avsättning för sina varor i Sverige och Finland är att förankra sina produkter tidigt hos rörmokare för att skapa en lojalitet som föranleder att rörmokarna förankrar en leverantörs varumärken till slutkonsument. Dessa omständigheter har, enligt Tapwell, lett till en form av varumärkesprotektionism i länderna.<sup>600</sup> I förhör har Tapwell även uppgett att det funnits utmaningar med att träda in på både den svenska och den finska marknaden.<sup>601</sup>
587. Konkurrensverkets bedömning är att detta talar för att efterfrågan på den svenska marknaden skiljer sig från andra länder och att det finns en preferens för inhemska produkter.
588. Omständigheterna i punkt 586 ovan visar även på förekomsten av inträdeshinder i form av behov av en nationell organisation. Detta stöds även av att Tapwell under 2018–2021 har haft separata företag (med egen personal, egna kontor och egna lager) för sin försäljning i Sverige respektive i andra länder.<sup>602</sup> Företagen bedrev även aktiv försäljning med resultatansvar och egna kundavtal.<sup>603</sup> På motsvarande sätt har, som nämnts, utländska konkurrenter till Tapwell upprättat dotterbolag i Sverige för sin svenska verksamhet.<sup>604</sup>

---

<sup>597</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 3.A, s. 4.

<sup>598</sup> Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 4, s. 2, handl.nr 402, FM Mattsson Mora Group årsredovisning för 2021, s. 16, handl.nr 413, Grohe A/S Danmark filial årsredovisning för 2021, handl.nr 414, Hansgrohe årsredovisning för 2021, handl.nr 415, Oras Sverige årsredovisning för 2021 och handl.nr 416, Vola AB årsredovisning för 2021.

<sup>599</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 7, s. 7.

<sup>600</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 7, s. 7.

<sup>601</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 3–4.

<sup>602</sup> Tapwell AS förvärvades som dotterbolag november 2020. Innan dess bedrevs Tapwell AS som ett systerbolag med i stort sett samma ägarbild som Tapwell AB. Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 9, s. 8. Handl.nr 476, Tapwell AB årsredovisning för 2022, Not 3. Moderbolagets omsättning från försäljning till Norge, Finland och "övrigt" uppgår för räkenskapsåret 2022 till ca 22 miljoner kronor av totalt ca 311 miljoner kronor. Handl.nr 306, Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 21, s. 3–4 och handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 9, s. 8.

<sup>603</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 9, s. 8.

<sup>604</sup> Handl.nr 346, Tapwells svar på åläggande av den 23 mars 2022, svar på fråga 4, s. 2, handl.nr 402, FM Mattsson Mora Group årsredovisning för 2021, s. 16, handl.nr 413, Grohe A/S Danmark filial årsredovisning för



589. Vidare förekommer det inträdeshinder i form av svenska branschstandarder som skiljer sig från standarden i övriga Europa för blandare och sanitetsarmaturer. Exempelvis skiljer sig den svenska branschstandarden för duschblandare<sup>605</sup> respektive Boverkets byggregler för diskmaskinsavstängning<sup>606</sup> från övriga Europa. Dessa branschstandarder påverkar utformningen av produkterna. Enligt Tapwell uppges upprinnelsen till den svenska branschstandarden, avseende duschblandare, vara för att skydda den svenska marknaden.<sup>607</sup>
590. Dessa två omständigheter försvårar, enligt Konkurrensverket, ett inträde på den svenska marknaden för utländska aktörer – vilket ytterligare talar för ett begränsat konkurrenstryck från utländska aktörer.
591. Tapwell har dock uppskattat att det tar ungefär [REDACTED] att ta fram produkter med ovanstående egenskaper som är förenliga med försäljning på den svenska marknaden och att tillverkarna tar dessa kostnader vid tillräcklig volym.<sup>608</sup> En tidsutdräkt som uppgår till [REDACTED] kan anses vara en kortare omställningstid för en ny aktör som vill få avsättning på sina produkter på den svenska marknaden.
592. Ett beslut om inträde för en tillverkare eller leverantör av vattenblandare och sanitetsarmaturer bör dock grundas på en sammanvägd bedömning baserat på samtliga relevanta faktorer. Mot bakgrund av vad som redovisats ovan finner Konkurrensverket sammantaget att det i förevarande ärende inte är sannolikt att den kortare omställningstiden i sig är tillräcklig för att utvidga den geografiska marknaden till ett större område än Sverige.
593. Bland det som talar för ett bredare geografiskt område är att i stort sett samtliga grossister och större återförsäljare verksamma i Sverige har egna märkesvaror avseende blandare<sup>609</sup> och att en relativt ny konkurrent, Scandtap, trätt in 2016/2017 och hade 2021 en omsättning om 33 miljoner kronor.<sup>610</sup>
594. Konkurrensverkets samlade bedömning gällande den geografiska marknaden är att de uppgifter som talar för en nationell geografisk

---

2021, handl.nr 414, Hansgrohe årsredovisning för 2021, handl.nr 415, Oras Sverige årsredovisning för 2021 och handl.nr 416, Vola AB årsredovisning för 2021.

<sup>605</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 10, s. 9 och svar på fråga 12, s. 9. Branschstandarden i Sverige för duschblandare är att avståndet mellan rören för varmt och kallt vatten ska uppgå till 160 mm medan branschstandarden är 150 mm i övriga Europa för motsvarande mått.

<sup>606</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 10, s. 9. I Sverige finns krav på att diskmaskinavstängningen måste finnas ovanför diskbänken.

<sup>607</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 10, s. 9.

<sup>608</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 11, s. 9.

<sup>609</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 6, s. 7.

<sup>610</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 6, s. 7.



avgränsning som avser Sverige väger tyngre än uppgifterna som förekommit som talar för en bredare geografisk marknadsavgränsning.

595. Konkurrensverket finner därför att vid en summarisk avgränsning ska marknaden bestämmas till försäljning av vattenblandare och sanitetsarmaturer – avsedda för kök och badrum – till återförsäljare samt grossister i Sverige.

### 3.5.3.2 *Slutsats relevant geografisk marknad*

596. Konkurrensverkets bedömning avseende försäljningen av vattenblandare och sanitetsarmaturer avsedda för kök och badrum till återförsäljare samt grossister är, med hänsyn till att handeln i Sverige främst är nationell och då marknaden präglas av vissa inträdeshinder, och att köparna framför allt handlar från nationella/lokala aktörer att denna ska avgränsas till Sverige.

### 3.5.4 *Slutsats relevant marknad*

597. Konkurrensverket finner att, vid en summarisk marknadsavgränsning inom ramen för detta ärende, ska den relevanta marknaden avgränsas till *marknaden för försäljning av blandare och sanitetsarmaturer – avsedda för kök och badrum – till återförsäljare samt grossister i Sverige.*

## 3.6 **Samhandel och artikel 101 i EUF-fördraget**

598. Konkurrensverket ska tillämpa artikel 101 i EUF-fördraget på avtal och samordnade förfaranden som kan påverka handeln mellan medlemsstater på ett märkbart sätt.<sup>611</sup> Vid bedömningen är avtalets karaktär, vilka produkter som omfattas av avtalet samt de berörda företagens ställning och betydelse av relevans.

599. För att ett avtal eller ett samordnat förfarande ska anses kunna påverka handeln mellan medlemsstater, måste det med tillräcklig grad av sannolikhet, på grundval av en rad objektiva rättsliga eller faktiska omständigheter, kunna förutses att avtalet eller det samordnade förfarandet direkt eller indirekt, faktiskt eller potentiellt inverkar på handelsflödet mellan medlemsstater, på ett sådant sätt att det kan förmodas komma att hindra förverkligandet av en inre marknad mellan medlemsstaterna.<sup>612</sup>

600. Avtal som endast omfattar en medlemsstat kan kräva en mer detaljerad undersökning för att kartlägga om avtalet kan påverka handeln mellan medlemsstaterna.<sup>613</sup> I Kommissionens tillkännagivande om begreppet

---

<sup>611</sup> Artikel 3 i rådets förordning (EG) 1/2003 av den 16 december 2002 om tillämpning av konkurrensreglerna i artiklarna 81 och 82 i fördraget, EUT L 1, 4.1.2003, s. 1.

<sup>612</sup> EU-domstolens dom den 11 juli 2013, *Ziegler mot kommissionen*, C-439/11 P, EU:C:2013:513, p. 92. Se även EU-domstolens dom den 13 juli 2006, *Manfredi*, C-295-298/04, EU:C:2006:461, p. 42.

<sup>613</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln p. 77.



påverkan på handeln ges exempel på avtal som typiskt sett kan anses påverka handeln mellan medlemsstater.<sup>614</sup>

601. Ett sådant exempel är att vertikala avtal som påverkar en hel medlemsstat och som gäller produkter som lämpar sig för handel över gränserna också kan påverka handeln mellan medlemsstater, även om de inte skapar direkta hinder för handeln.<sup>615</sup>
602. Ytterligare ett exempel är att avtal som leder till prisstyrning från de deltagande företagens sida kan ha direkt påverkan på handeln mellan medlemsstater genom att importen från andra medlemsstater ökar eller att exporten från den berörda medlemsstaten minskar.<sup>616</sup> Sådana avtal kan även påverka handelsmönstren på ungefär samma sätt som horisontella karteller.<sup>617</sup> Horisontella priskarteller kan exempelvis påverka samhandeln genom att företagen sätter konkurrensen ur spel och undanröjer eventuella därmed sammanhängande prisskillnader som skulle kunna uppmuntra såväl konkurrenter som kunder att handla över gränserna.<sup>618</sup>
603. Det aktuella förfarandet gäller vertikal prisstyrning av återförsäljares priser på internet och det har avsett hela Sverige. Tapwell importerar produkterna till Sverige från en tillverkare i Italien.<sup>619</sup> Vertikala avtal som omfattar en hel medlemsstat kan i synnerhet påverka handelsmönstret mellan medlemsstater om de gör det svårare för företag från andra medlemsstater att komma in på den berörda nationella marknaden, antingen genom export eller etablering.<sup>620</sup> Att försäljningsmetoden är internetbaserad innebär dessutom att den till sin natur kan nå konsumenter i andra länder.
604. Mot bakgrund av det aktuella förfarandets karaktär, vertikal prisstyrning vid försäljning över internet, och att de produkter avtalen gäller, vattenblandare och sanitetsarmatur, är varor som i och för sig lätt kan handlas och transporteras över gränserna, anser Konkurrensverket att förfarandet kan påverka handeln mellan medlemsstaterna.
605. Nästa fråga att ta ställning till är om en sådan påverkan har haft en märkbar effekt.

---

<sup>614</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 77.

<sup>615</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 88.

<sup>616</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 88.

<sup>617</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 88.

<sup>618</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 64.

<sup>619</sup> Handl.nr 359, Dialogutskrift från förhör den 31 mars 2022 med AA, s. 4.

<sup>620</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 86.



606. Det finns inga generella kvantitativa regler som täcker alla typer av avtal och enligt vilka det kan bedömas när handeln mellan medlemsstater kan påverkas märkbart.<sup>621</sup> Av kommissionens tillkännagivande framgår dock att avtal i princip inte kan påverka handeln mellan medlemsstater märkbart om i) parternas sammanlagda marknadsandel inte överskrider 5 procent på någon av de relevanta marknaderna inom gemenskapen som påverkas av avtalet och ii) när det gäller vertikala avtal, leverantörens årliga omsättning inom gemenskapen avseende de produkter som omfattas av avtalet inte överskrider 40 miljoner euro (den s.k. NAAT-regeln). Kraven är kumulativa.<sup>622</sup>
607. Tapwell har uppskattat att deras marknadsandelar uppgått till mellan [REDACTED] procent på den relevanta marknaden under perioden 2018–2021.<sup>623</sup> Tapwell själva har dessutom uppskattat att de 2020 utgjorde den [REDACTED] aktören på den marknad Tapwell är verksam på.<sup>624</sup> Konkurrensverket har, utifrån befintligt underlag, inte funnit skäl att göra en annan bedömning av Tapwells marknadsandelar på den relevanta marknaden.
608. Därmed överskrider Tapwells marknadsandel tröskeln om 5 procent. Redan på den grunden omfattas inte förfarandet av undantaget som följer av NAAT-regeln.
609. Däremot innebär denna negativa definition av märkbar påverkan inte att avtal som inte uppfyller kriterierna automatiskt kan anses påverka handeln mellan medlemsstater märkbart. Varje fall måste analyseras för sig.<sup>625</sup>
610. Konkurrensverket gör därvid följande bedömning. Det aktuella förfarandet utgör vertikal prisstyrning av återförsäljares priser på internet och avtalen har avsett en hel medlemsstat (Sverige). En sådan samverkan har, enligt praxis, genom själva sin karaktär till resultat att förstärka avskärmningen av marknaderna på nationell nivå och följaktligen hindra den ekonomiska växelverkan som eftersträvas i EUF-fördraget.<sup>626</sup>
611. Förfarandet har dessutom avsett samtliga Tapwells återförsäljare, prispolicyn har haft en hög prispölsamhet bland återförsäljarna och överträdelsen har

---

<sup>621</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln p. 50.

<sup>622</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 52. Notera att den svenska versionen av tillkännagivandet har blivit felöversatt. Se därför exempelvis den engelska, franska eller tyska översättningen av tillkännagivandet.

<sup>623</sup> Handl.nr 432, Bilaga 6 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023.

<sup>624</sup> Handl.nr 427, Bilaga 1 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023.

<sup>625</sup> Kommissionens tillkännagivande om begreppet påverkan på handeln, p. 51.

<sup>626</sup> EU-domstolens dom av den 26 november 1975, *Groupement des fabricants de papiers peints de Belgique m.fl.*, 73/74, EU:C:1975:160, p. 25 och 26, EU-domstolens dom den 16 juli 2015, *ING Pensii*, C-172/14, EU:C:2015:484, p. 49 och där angiven praxis samt EU-domstolens dom den 29 juni 2023, *Super Bock*, C-211/22, EU:C:2023:529, p. 62.





pågått under flera år. Därutöver har Tapwell uppskattat sina marknadsandelar till omkring [REDACTED] högre än gränsen, om 5 procent, för att undantas. Tapwell har dessutom själva uppskattat att de utgör [REDACTED] leverantören av blandare och sanitetsarmaturer i Sverige. Det finns således inget som antyder att de aktuella avtalen inte skulle påverka handeln mellan medlemsstater märkbart.

612. Sammanfattningsvis bedömer Konkurrensverket att det med en tillräcklig grad av sannolikhet kan förutses att avtalen direkt eller indirekt, faktiskt eller potentiellt, kan påverka handeln mellan medlemsstaterna på ett sådant sätt att även artikel 101 i EUF-fördraget ska tillämpas på förfarandet.

### **3.7 Märkbarhet**

613. För att ett konkurrensbegränsande avtal ska strida mot förbudet i 2 kap. 1 § KL behöver konkurrensbegränsningen vara märkbar. Det innebär att det konkurrensbegränsande samarbetet måste ha ekonomiska verkningar av någon betydelse.<sup>627</sup> Även enligt förbudet i artikel 101 i EUF-fördraget gäller ett märkbarhetskrav.<sup>628</sup> Det framgår av praxis att det är avtalet eller förfarandet som ska bedömas, inte de individuella företagens förmåga att med sin egen marknadsandel åstadkomma en konkurrensbegränsning eller påverka handeln.<sup>629</sup> Vid bedömningen ska förfarandets art och dess omfattning beaktas.

614. Vad gäller bedömningen av avtalens märkbarhet på grund av deras art kan följande noteras.

615. Enligt EU-praxis anses ett avtal som kan påverka handeln mellan medlemsstater och som har ett konkurrensbegränsande syfte, till sin natur och oavsett om det har något faktiskt resultat, utgöra en märkbar konkurrensbegränsning.<sup>630</sup> Motsvarande gäller för syftesöverträdelser enligt svensk rätt.<sup>631</sup>

616. Konkurrensverket har, trots Tapwells invändning, bedömt att avtalen kan påverka handeln mellan medlemsstater och att det har ett konkurrensbegränsande syfte. Utrymmet för att förfarandet inte ska anses märkbart påverka konkurrensen får därmed anses vara mycket begränsat.

---

<sup>627</sup> Prop. 1992/93:56 s. 73.

<sup>628</sup> Se EU-domstolens dom den 6 juli 1969, *Voelk mot Vervaecke*, C-5/69, EU:C:1969:35, p. 5–7.

<sup>629</sup> Se Patent- och marknadsdomstolens dom den 21 december 2016 i mål PMT 17299-14, *Telia/Gothnet*, s. 114 och däri angiven rättspraxis från Tribunalen.

<sup>630</sup> Se EU-domstolens dom den 13 december 2012, *Expedia Inc.*, C-226/11, EU:C:2012:795, p. 37.

<sup>631</sup> Se prop. 2007/2008:135 s. 72. Se även exempelvis MD 2003:2, s. 4–5, MD 2008:12, s. 15 och Patent- och marknadsöverdomstolens dom den 6 oktober 2022 i mål PMT 13071-21, *Arla Foods AB mot Konkurrensverket*.

Förfarandet utgör alltså till sin art en allvarlig konkurrensbegränsning och anses redan därigenom på ett märkbart sätt ha begränsat konkurrensen.

617. Vad gäller bedömningen av avtalens märkbarhet på grund av deras omfattning kan följande noteras.
618. I en sådan situation, som nu är för handen, saknas alltså egentligen skäl att bedöma om avtalen begränsat konkurrensen märkbart på grund av deras omfattning. Konkurrensverket konstaterar ändå följande i det avseendet.
619. Tapwells policy har avsett slutkundspriserna på internet av Tapwells hela produktutbud. Vidare har Tapwells avsikt varit att policyn skulle gälla för samtliga eller i vart fall ett stort antal av företagets återförsäljare. Av Figur 6 framgår också att prisföljsamheten varit hög hos hela återförsäljarkollektivet (81 procent i genomsnitt under perioden 1 oktober 2018 till 1 mars 2021). Policyns omfattning har således varit betydande.
620. Det har dessutom framkommit att, exempelvis på grund av pristransparens på internet och förekomsten av prisrobotar (som konstant övervakar andra återförsäljares priser och kan ställas in att automatiskt ändra ens egna slutkundspriser beroende på andra återförsäljares agerande), även vid prisstyrning av endast en eller ett fåtal av återförsäljarna påverkar samtliga eller ett stort antal återförsäljares prissättning. Detta följer exempelvis av Figur 7 där det framgår att prisföljsamheten för samtliga återförsäljare på Prisjakt i genomsnitt ökar när Tapwell förmår Velltra att prissätta Tapwell-produkter enligt policyn.
621. Det finns vidare uppgifter i ärendet som visar att priserna på internet även har betydelse för prissättningen i fysiska butiker. Det är exempelvis inte bara återförsäljare som utnyttjar pristransparensen på internet och övervakar internetpriserna. Konsumenterna använder sig av prisjämförelsesajter, såsom Prisjakt, och de kan även i fysiska butiker hänvisa till priser på internet (men även andra fysiska butikens priser).<sup>632</sup> Det händer även att konsumenterna kommer till en fysisk butik och tittar på produkterna, för att sedan ändå beställa densamma på internet.<sup>633</sup> Trots att Tapwells policy avsett endast återförsäljarnas priser på internet kan avtalen alltså anses ha påverkan även på återförsäljares prissättning i fysiska butiker.

622. Vad gäller Tapwells marknadsandelar har följande framkommit.

---

<sup>632</sup> Handl.nr 247, Sms-meddelande den 6 december 2019 från CC på Kakelkompaniet till AA på Tapwell s. 23.

<sup>633</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 5.



623. Avtal som har ett konkurrensbegränsande syfte omfattas inte av den "säkra hamn" som skapats för avtal av mindre betydelse<sup>634</sup> och detta gäller särskilt avtal om vertikal prisstyrning.<sup>635</sup> Motsvarande gäller för syftesöverträdelser enligt svensk rätt.<sup>636</sup>
624. Tapwell har invänt att eftersom förfarandet inte utgör en syftesöverträdelse, så gäller de nyss beskrivna undantagen om avtal av mindre betydelse.<sup>637</sup> Konkurrensverket har dock redan konstaterat att det aktuella förfarandet utgör en syftesöverträdelse. Förfarandet omfattas därför inte av undantagen om avtal av mindre betydelse.
625. Det framgår inte av praxis hur stora marknadsandelar företag, som är del av ett konkurrensbegränsande avtal, måste ha för att avtalet ska anses märkbart begränsa konkurrensen. I avgöranden avseende horisontella överträdelser har dock svenska domstolar, med hänvisning till praxis angående märkbarhetsrekvisitet enligt samhandelskriteriet, konstaterat att märkbarhetskriteriet normalt ansetts vara uppfyllt vid sammanlagda marknadsandelar överstigande fem procent.<sup>638</sup> Tapwell har härvid invänt att nämnda praxis inte avser märkbarhetskriteriet utan märkbarhetsrekvisitet som ingår som en del i bedömningen av samhandelskriteriet.<sup>639</sup> Konkurrensverket konstaterar dock att domstolen uttryckligen hänvisat till en tröskel om fem procent, alldeles oavsett vilken praxis avgörandet baseras på.
626. Det saknas officiell statistik angående storleken på omsättningen i värde på den relevanta marknaden.<sup>640</sup> Tapwell har därför uppskattat sina marknadsandelar mätt i värde till mellan ■■■ och ■■■ procent på den relevanta marknaden under perioden 2018–2021.<sup>641</sup>

---

<sup>634</sup> Se p. 2 i Kommissionens tillkännagivande om avtal av mindre betydelse som inte märkbart begränsar konkurrensen enligt artikel 101.1 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (stöd av mindre betydelse), EUT C 291, 30.8.2014 (fortsättningsvis *kommissionens tillkännagivande om avtal av mindre betydelse*). Notera att den svenska versionen av tillkännagivandet har blivit felöversatt. Se därför exempelvis den engelska, franska eller tyska översättningen av tillkännagivandet.

<sup>635</sup> Se p. 13 i kommissionens tillkännagivande om avtal av mindre betydelse och artikel 4 a) i Gruppundantaget för vertikala begränsningar.

<sup>636</sup> Se p. 4 och 13 i Konkurrensverkets allmänna råd KKVSFS 2017:3 om avtal av mindre betydelse (bagatellavtal) och Osen Bergkvist & Karlsson, *Konkurrensrätt – en handbok*, uppl. 6, s. 195.

<sup>637</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 110.

<sup>638</sup> Patent- och marknadsdomstolens dom den 18 december 2015 i mål PMT 12305-13, *Aleris m.fl. mot Konkurrensverket*, s. 205 och Patent- och marknadsdomstolens dom den 21 december 2016 i mål PMT 17299-14, *Telia/Gothnet mot Konkurrensverket*, s. 118.

<sup>639</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 111.

<sup>640</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 3.A, s. 3.

<sup>641</sup> Handl.nr 432, Bilaga 6 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023.



**Tabell 8. Tapwell marknadsandelar 2018–2021<sup>642</sup>**

	2018	2019	2020	2021
<b>Marknadsandel (värde)</b>	■ %	■ %	■ %	■ %

627. Marknadsandelarna har i genomsnitt uppgått till ■ procent<sup>643</sup> under perioden. Som framgår av tabellen har Tapwells marknadsandelar under perioden ökat med ca ■ procent<sup>644</sup> från 2018 till 2021. Under samma period har Tapwell uppskattat att totalmarknaden ökat med ca 16,6 procent<sup>645</sup> och Tapwell har således vuxit mer än marknaden i övrigt.<sup>646</sup>

628. För år 2020 har Tapwell dessutom själva uppskattat att de utgjorde den ■ aktören på den marknad Tapwell är verksamt på.<sup>647</sup>

629. Även om det alltså saknas officiell statistik för omsättningen (mätt i värde) på den relevanta marknaden, så finns det statistik angående antalet sålda blandare i Sverige (mätt i volym).<sup>648</sup> Tapwell har därför, efter åläggande från Konkurrensverket, beräknat sina andelar av antalet sålda blandare, i Sverige till återförsäljare under perioden 2018–2021, till mellan ■ procent och ■ procent.<sup>649</sup>

**Tabell 9. Tapwell andel av antalet sålda blandare 2018–2021**

	2018	2019	2020	2021
<b>Andel (volym blandare)</b>	■ %	■ %	■ %	■ %

<sup>642</sup> Tapwell har uppgett att i denna uppskattning av sina marknadsandelar har de inte beaktat direkt- och parallellimporten som uppskattats uppgå till ■ procent. Tapwells uppskattade marknadsandelar skulle dock endast marginellt minska, till mellan ca ■ och ca ■ procent, om hänsyn tas även till direkt- och parallellimporten.

<sup>643</sup> Beräknat som ■.

<sup>644</sup> Beräknat som ■.

<sup>645</sup> Beräknat som  $(1\,198\,500\,000 - 1\,027\,285\,714) / 1\,027\,285\,714 = 16,67$  procent.

<sup>646</sup> Handl.nr 432, Bilaga 6 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023.

<sup>647</sup> Handl.nr 427, Bilaga 1 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023.

<sup>648</sup> Handl.nr 426, Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023, svar på fråga 3.A, s. 3–4.

<sup>649</sup> Handl.nr 429, Bilaga 3 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023.



630. Tapwells andelar har i genomsnitt uppgått till ■ procent<sup>650</sup> under perioden. Som framgår av tabellen har Tapwells andelar ökat med ca ■ procent<sup>651</sup> från 2018 till 2021. Under samma period har Tapwell uppskattat att det totala antalet sålda blandare, till återförsäljare i Sverige, ökat med ca 7 procent<sup>652, 653</sup>. Tapwell har således vuxit mer än marknaden i övrigt även mätt i volym.
631. Den relevanta marknaden i detta ärende innefattar visserligen inte enbart blandare. Blandare utgör dock ■ av Tapwells totala omsättning<sup>654</sup> och det saknas annan officiell statistik. Konkurrensverket anser därför att även dessa uppgifter kan tas till intäkt vid en helhetsbedömning av Tapwells betydelse på den relevanta marknaden.
632. Tapwell har invänt att uppgifterna ovan om marknadsandelar och andel av försålda blandare (se punkterna 626–630 ovan) endast utgör uppskattningar av Tapwell och att Konkurrensverket inte kan förlita sig enbart på dessa uppgifter vid sin bedömning av märkbarheten.<sup>655</sup>
633. I nu aktuellt fall, vilket konstaterats utgör en syftesöverträdelse, är förfarandet redan till sin art en märkbar överträdelse och det saknas egentligen skäl att bedöma om förfarandet även är märkbart sett till dess omfattning (se punkt 616 ovan). Tapwells marknadsandelar är därför i detta ärende inte avgörande. Den omständigheten att Konkurrensverket behandlar, uppskattningar, av Tapwells marknadsandelar utgör således endast ett ytterligare stöd för slutsatsen att överträdelsen är märkbar.
634. Dessutom är det Tapwell självt som har gjort nämnda uppskattningar av sina egna marknadsandelar. Uppskattningarna har inkommit med anledning av flera ålägganden från Konkurrensverket. Att Tapwell skulle ha överskattat sina egna marknadsandelar framstår inte som troligt.
635. Sammantaget finns det således inget som talar emot att Konkurrensverket tar hänsyn till de marknadsandelar som Tapwell självt uppskattat. Konkurrensverket noterar därvid att Tapwells marknadsandelar överskridit

---

<sup>650</sup> Beräknat som ■.

<sup>651</sup> Beräknat som ■.

<sup>652</sup> Beräknat som  $(460\,985 - 430\,614) / 430\,614 = 7,05$  procent.

<sup>653</sup> Handl.nr 429, Bilaga 3 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023.

<sup>654</sup> Handl.nr 308, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 19.

Konkurrensverket har summerat försäljningen av blandare, dvs. för badkars-, bidé-, sargmonterade-, dusch-, tvättställsblandare för badrum, köks- och tvättställsblandare för inbyggnad och köksblandare för kök för vart och ett av åren 2018 till 2021 och dividerat detta med Tapwells totala försäljning till återförsäljare för samtliga produktkategorier för vart och ett av åren 2018 till 2021. Som exempel uppgick omsättningen för försäljningen av blandare år 2020 till ■ kronor. Detta dividerat med Tapwells totala omsättning om ■ kronor ger att blandare stod för ■ procent av försäljningen år 2020 till återförsäljare. I sin helhet visar uträkningarna att blandare stått för mellan ■ procent (2020) till ■ procent (2021) av Tapwells försäljning mellan 2018 till 2021.

<sup>655</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 113–114.



de nämnda fem procent då märkbarhetskriteriet, enligt tidigare praxis, normalt ansetts vara uppfyllt (se punkt 625 ovan).

636. Konkurrensverket har, utifrån befintligt underlag, inte funnit skäl att göra en annan bedömning av Tapwells marknadsandelar på den relevanta marknaden. Tapwell är således en betydande aktör<sup>656</sup> på den relevanta marknaden och hade en omsättning som under överträdelseperioden uppgick till mellan 262 till 684 miljoner kronor och företaget hade ett positivt rörelseresultat varje år.<sup>657</sup>
637. De nu aktuella avtalen gäller mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian. Home Online och Hemgallerian utgjorde 2020 några av Tapwells enskilt största återförsäljare och stod för ■■■ respektive ■■■ procent<sup>658</sup> av Tapwells totala försäljning hänförlig till återförsäljare.<sup>659</sup>
638. Det ska även beaktas att förfarandet har pågått under flera år och avsett hela Sverige. Förfarandet har vidare avsett produkter som återförsäljarna huvudsakligen säljer till privatpersoner. Dessutom har förfarandet avsett försäljningen på internet och återförsäljarna har begränsats att använda pris som konkurrensparameter i försäljningen av sitt Tapwell-utbud. Detta är särskilt allvarligt när det rör onlineförsäljning eftersom denna generellt sett innebär lägre sökkostnader för konsumenter i förhållande till att uppsöka butiker.
639. Avtalen har således märkbart begränsat konkurrensen även sett till deras omfattning.
640. Sammanfattningsvis bedömer Konkurrensverket att märkbarhetskriteriet är uppfyllt.

### **3.8 Undantag**

641. För avtal som strider mot förbuden i 2 kap. 1 § KL och artikel 101.1 i EUF-fördraget, men som huvudsakligen har positiva effekter som överväger avtalets negativa påverkan på konkurrensen, finns enligt 2 kap. 2 § KL och

---

<sup>656</sup> Det kan därvid noteras att den brittiska tillsynsmyndigheten i ett ärende angående vertikal prisstyrning ansett marknadsandelar på 5–10 procent vara betydande även när den aktören endast varit en av de åtta största återförsäljarna av Casios produkter i hela Storbritannien, se Competition Market Authority:s beslut *Casio*, Case 50565-2, p. 4.183.

<sup>657</sup> Handl.nr 476, Tapwells årsredovisning för räkenskapsåret 2022, s. 2.

<sup>658</sup> Konkurrensverket har i avsnittet om företagskriteriet konstaterat att Home Online Se AB och Kakelkompaniet respektive Hem Gallerian AB och Badrumsgruppen anses utgöra två ekonomiska enheter. Dessa andelar motsvarar därför de totala inköpen från Tapwell av de två respektive ekonomiska enheterna.

<sup>659</sup> Handl.nr 309, Bilaga till Tapwells svar på åläggande av den 11 februari 2022, svar på fråga 20 och handl.nr 439, Tapwells kompletterande svar på åläggande av den 10 mars 2022 och 11 maj 2023.



artikel 101.3 i EUF-fördraget möjlighet till undantag. Bevisbördan för att ett avtal uppfyller villkoren för undantag åvilar det berörda företaget.<sup>660</sup>

642. Den som åberopar undantag enligt ovannämnda bestämmelser måste genom övertygande argument och bevisning styrka att villkoren för att beviljas undantag är uppfyllda.<sup>661</sup> Som beskrivits ovan utgör vertikal prisstyrning en särskilt allvarlig begränsning som inte omfattas av kommissionens gruppundantag för vertikala begränsningar.<sup>662</sup> Därutöver framgår av kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar att avtal som omfattar en särskilt allvarlig begränsning enligt gruppundantaget för vertikala begränsningar sannolikt inte uppfyller villkoren för undantag i artikel 101.3 i EUF-fördraget.<sup>663</sup> Det är normalt sett osannolikt att avtal som har till syfte att begränsa konkurrensen uppfyller villkoren för undantag.<sup>664</sup>

643. Tapwell har inte anfört några omständigheter som medför att förutsättningar för undantag från förbuden är uppfyllda. De omständigheter som Tapwell har framfört angående konkurrensfrämjande effekter inom ramen för bedömningen av konkurrensbegränsningskriteriet (se avsnitt 3.4.2.2.4 ovan) föranleder inte någon annan bedömning. Konkurrensverket anser inte heller att det föreligger några andra omständigheter som gör att förutsättningarna för undantag är uppfyllda.

644. Mot bakgrund av ovan bedömer Konkurrensverket att förutsättningarna för undantag i konkurrenslagen och EUF-fördraget inte är uppfyllda.

### **3.9 Varaktighet**

645. Enligt EU-praxis är det de ekonomiska verkningarna av avtal eller varje jämförbar form av samordning eller samarbete, och inte avtalens rättsliga form, som är avgörande för bedömningen av en överträdelses varaktighet.<sup>665</sup>

646. När det är fråga om konkurrensbegränsande överenskommelser som inte längre är i kraft är det tillräckligt att överenskommelserna fortsätter att ha verkan även efter den tidpunkt då de formellt har upphört att gälla. Det

---

<sup>660</sup> MD 2012:6, p. 156, MD 2012:13, p. 215, Stockholms tingsrätts dom den 18 december 2015 i mål T 12305-13, *Aleris m.fl.*, s. 205. Jfr artikel 2 i rådets förordning (EG) 1/2003 av den 16 december 2002 om tillämpningen av konkurrensreglerna i artiklarna 81 och 82 i fördraget, EUT L 1, 4.1.2003, s. 1.

<sup>661</sup> EU-domstolens dom den 7 februari 2013, *Slovenská sporiteľňa a.s.*, C-68/12, EU:C:2013:71, p. 32.

<sup>662</sup> Artikel 4 i Gruppundantaget för vertikala begränsningar.

<sup>663</sup> Kommissionens riktlinjer om vertikala begränsningar, p. 180 b).

<sup>664</sup> Kommissionens riktlinjer för tillämpningen av artikel 81.3 i fördraget, EUT C 101, 27.4.2004, s. 97, p. 46, och kommissionens beslut den 23 januari 2013 i ärende COMP/39.839, *Telefónica/Portugal Telecom*, p. 441.

<sup>665</sup> Se EU-domstolens dom den 14 januari 2021, *Eltel Group OY m.fl.*, C-450/19, EU:C:2021:10, p. 30, EU-domstolens dom den 30 maj 2013, *Quinn Barlo Ltd m.fl.*, C-70/12 P, EU:C:2013:351, p. 40 och EU-domstolens dom den 15 juni 1976, *EMI Record mot Storbritannien*, C-51/75, EU:C:1976:85, p. 30.

innebär exempelvis att en överträdelse kan föreligga under hela den tid då priser som tillkommit på sådant sätt tillämpas.<sup>666</sup>

647. Konkurrensverket har ovan bedömt att Tapwells agerande dels utgör två separata avtal i förhållande till respektive återförsäljare, dels att de handlingar som Tapwell vidtagit i förhållande till de båda återförsäljarna utgör en enda och fortlöpande överträdelse.
648. Vad gäller Home Online utgör följande händelser det första respektive det sista tillfället för uttryck av en gemensam partsvilja mellan Tapwell och Home Online. Den 28 augusti 2019 skickar CC på Home Online ett mejl till AA på Tapwell och framför att: *"Robotarna" är snabba neråt men som alltid långsamma uppåt.. Fortfarande har de alla lägst pris och ingen annan än sig själva de matchar mot...[...]*". Mejlet avslutas med att CC framför: *"Ser dock som sagt till att fixa vsonline"*.<sup>667</sup> I ett uppföljande mejl den 29 augusti 2019 med rubriken *"10%"* framför CC: *"Nu är allt på vsonline 10% rabatt"*.<sup>668</sup>
649. Den 1 februari 2021 skickar AA på Tapwell ett påpekande om fel bruttopris avseende tre produkter hos Home Online, och Konkurrensverket har kunnat konstatera en prishöjning avseende två av dessa produkter den 15 februari 2021.<sup>669</sup>
650. Vad gäller Hemgallerian utgör följande händelser det första respektive det sista tillfället för uttryck av en gemensam partsvilja mellan Tapwell och Hemgallerian. Den 31 oktober 2018 skickar EE på Hemgallerian ett mejl till AA på Tapwell med rubriken *"Prisbild Tapwell"*.<sup>670</sup> EE skriver i mejlet: *"Har du koll på priserna på era produkter? Nu är det hela havet stormar. Fredells säljer tex TVM7200 för 4795:- och alla har högre rabatter än 10% på massor av produkter. Vi ändrar i morgon."*<sup>671</sup> EE har i förhör uppgett att anledningen till påpekanget i mejlet är att Tapwell tidigare hade försäkrat honom om att priserna på Tapwells produkter skulle komma att ligga runt 10 procent.<sup>672</sup>
651. Den 1 februari 2021 skickar AA på Tapwell ett mejl till EE på Hemgallerian och frågar: *"Kör ni kampanj på nedan?"*.<sup>673</sup> I mejlet lämnas en länk till Hemgallerians hemsida avseende en Tapwell-produkt med beteckningen

---

<sup>666</sup> Se bl.a. mål C-70/12 P *Quinn Barlo m.fl. mot kommissionen*, EU:C:2013:351, p. 40 med hänvisningar.

<sup>667</sup> Handl.nr 14, Mejl den 28 augusti 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>668</sup> Handl.nr 32, Mejl den 29 augusti 2019 från CC på Home Online till AA på Tapwell.

<sup>669</sup> Handl.nr 219, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till Kakelkompaniet och handl.nr 486, Samband mellan korrespondens från Tapwell och återförsäljares prisjusteringar av priser till slutkund, s. 47–49.

<sup>670</sup> Handl.nr 10, Mejl den 31 oktober 2018 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>671</sup> Handl.nr 10, Mejl den 31 oktober 2018 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>672</sup> Handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 46–47.

<sup>673</sup> Handl.nr 222, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.





*"Tapwell Box 006 tvättställsblandare inbyggnad". Mindre än tio minuter efter frågan från AA svarar EE i ett mejl med rubriken "Re: Box006", "Nix, vet inte varför men ändrat nu."<sup>674</sup> Några timmar senare svarar AA till EE: "Tnx. [...]"<sup>675</sup>*

652. När det gäller varaktigheten för de två separata avtalen med respektive återförsäljare kan därmed konstateras att prisstyrningen av Home Online skedde från och med den 28 augusti 2019 till och med den 15 februari 2021 samt att prisstyrningen av Hemgallerian skedde från och med den 31 oktober 2018 till och med den 1 februari 2021.
653. Som återgetts ovan är det de ekonomiska verkningarna av ett avtal eller samordnat förfarande som är avgörande vid bedömningen av en överträdelses varaktighet, vilket innebär att en överträdelse kan anses föreligga även efter den tidpunkt då en överenskommelse formellt upphört att gälla, exempelvis om priser som tillkommit genom en konkurrensbegränsande överenskommelse fortsätter att tillämpas. I det aktuella ärendet finns indikationer på att de ekonomiska verkningarna kan ha varit mer omfattande än de ovan angivna tidsperioderna (dvs. även efter den 15 februari 2021 vad avser avtalet mellan Tapwell och Home Online respektive den 1 februari 2021 vad avser avtalet mellan Tapwell och Hemgallerian). Konkurrensverket har i förevarande fall trots detta, till Tapwells fördel, begränsat tidsperioden för överträdelsen till perioden mellan de första respektive sista identifierade tillfällena för uttryck av gemensam partsvilja mellan Tapwell och Home Online respektive Tapwell och Hemgallerian som framkommit av materialet i ärendet.
654. Vad avser varaktigheten för den fortlöpande överträdelsen omfattar tidsperioden från det av Konkurrensverket första identifierade tillfället för uttryck av en gemensam partsvilja mellan Tapwell och en återförsäljare (Hemgallerian) till det sista identifierade tillfället för uttryck av en gemensam partsvilja mellan Tapwell och en återförsäljare (Home Online), dvs. från och med den 31 oktober 2018 till och med den 15 februari 2021.
655. Mot bakgrund av ovan bedömer Konkurrensverket att Tapwell, under perioden 31 oktober 2018 till 15 februari 2021, har begränsat återförsäljarna Home Onlines och Hemgallerians möjligheter att bestämma sitt försäljningspris på så sätt att återförsäljarna inte skulle marknadsföra och sälja Tapwells produkter över internet till ett pris som understeg Tapwells vid var tid gällande rekommenderade priser minus 10 procent. Förfarandet utgör en enda fortlöpande överträdelse som varade under hela den angivna perioden, dvs. under två år, tre månader och 15 dagar.

---

<sup>674</sup> Handl.nr 222, Mejl den 1 februari 2021 från EE på Hemgallerian till AA på Tapwell.

<sup>675</sup> Handl.nr 222, Mejl den 1 februari 2021 från AA på Tapwell till EE på Hemgallerian.



### **3.10 Slutsats konkurrensbegränsande samarbete**

656. Konkurrensverkets utredning visar att Tapwell har överträtt förbuden i 2 kap. 1 § KL och artikel 101 i EUF-fördraget mot konkurrensbegränsande samarbete genom att, från och med den 31 oktober 2018 till och med den 15 februari 2021, ha begränsat återförsäljarna Home Onlines och Hemgallerians möjligheter att bestämma sitt försäljningspris på så sätt att återförsäljarna inte skulle marknadsföra och sälja Tapwells produkter över internet till ett pris som understeg Tapwells vid var tid gällande rekommenderade priser minus 10 procent. Prisstyrningen har haft till syfte att hindra, begränsa eller snedvrیدا marknaden på ett märkbart sätt i strid med nämnda bestämmelser.

### **3.11 Konkurrensskadeavgift**

#### **3.11.1 Rättsliga utgångspunkter**

657. Konkurrensverket får enligt 3 kap. 5 § första stycket 1 KL besluta att ett företag ska betala en särskild avgift, s.k. konkurrensskadeavgift, om företaget, eller någon som handlar på dess vägnar, uppsåtligen eller av oaktsamhet har överträtt förbuden i 2 kap. 1 § KL eller artikel 101 i EUF-fördraget.

658. Konkurrensskadeavgift får enligt 3 kap. 7 § KL inte påföras för åtgärder som omfattas av vissa i lagen angivna ålägganden eller förbud som har meddelats vid vite (första stycket 1) samt, under vissa förutsättningar, för åtgärder som har vidtagits under den tid då beslut om att godta visst i lagen närmare angivet åtagande har gällt (första stycket 2).<sup>676</sup> Det är i ärendet inte fråga om sådana omständigheter.

659. Konkurrensskadeavgift får inte påföras i ringa fall för överträdelser som ägt rum före den 1 mars 2021.<sup>677</sup>

660. För att konkurrensskadeavgift ska få påföras måste Konkurrensverket enligt 3 kap. 20 § KL ha meddelat beslut om sådan avgift inom fem år från det att överträdelserna upphörde. Om det berörda företaget inom denna tid får del av ett beslut om undersökning enligt 5 kap. 3 § KL eller ges tillfälle att yttra sig över Konkurrensverkets utkast till beslut, ska tiden i stället räknas från den dag detta skedde. I sådana fall gäller dock att avgift får påföras endast om Konkurrensverkets beslut om konkurrensskadeavgift meddelas inom tio år från det att överträdelserna upphörde.

---

<sup>676</sup> I ärendet är det 3 kap. 7 § KL, i dess lydelse före den 1 mars 2021, som är tillämplig i ärendet enligt p. 7 i övergångsbestämmelserna till ändringarna av KL (SFS 2021:81).

<sup>677</sup> Se p. 7 i övergångsbestämmelserna till ändringarna av KL, SFS 2021:81.



### 3.11.2 Uppsåt/oaktsamhet

661. Påförande av konkurrensskadeavgift förutsätter att företaget i fråga eller någon som handlar på dess vägnar har begått den aktuella överträdelsen uppsåtligen eller av oaktsamhet.
662. Kravet på uppsåt är uppfyllt om ett företag eller någon som handlar på dess vägnar inte kunnat vara omedvetet/en om att det påtalade förfarandet begränsade konkurrensen.<sup>678</sup> Det krävs inte uppsåt för varje led i förfarandet.<sup>679</sup> En överträdelse anses vara begången av oaktsamhet om företaget eller den som handlat på dess vägnar rimligen borde ha förutsett att handlandet skulle ha negativa verkningar på konkurrensen av det slag som är förbjudet.<sup>680</sup>
663. Det är inte heller nödvändigt att uppsåt eller oaktsamhet kan konstateras hos en person som intar en ledande ställning i ett företag, utan det är tillräckligt att uppsåt eller oaktsamhet kan konstateras hos en person som handlat på ett företags vägnar.<sup>681</sup> Bristande kännedom om förbuden i KL eller misstag om förbudens innebörd befriar inte företag från skyldighet att betala konkurrensskadeavgift.<sup>682</sup>
664. Tapwell har gjort gällande att förfarandet inte skett uppsåtligen eller av oaktsamhet och har till stöd för detta anfört följande. Konkurrensverket har inte beaktat de konkurrensfrämjande effekter som ligger bakom Tapwells kommunikation till företagets återförsäljare. Kommunikationen har, enligt Tapwell, syftat till att främja en hög kvalitet och service hos återförsäljare för att undvika snålskjutsproblem, klagomål samt minska eroderingen av Tapwells varumärke.<sup>683</sup> Vidare har Tapwell anfört att den kommunikation som förevarit mellan Tapwell och Home Online respektive Hemgallerian är kommunikation som typiskt sett förekommer mellan leverantörer och återförsäljare.<sup>684</sup>
665. Konkurrensverket gör följande bedömning.
666. Tapwell har prisstyr sina återförsäljare Home Online respektive Hemgallerian vid försäljning av Tapwells produkter över internet. Prisstyrningen har syftat till att säkerställa att Tapwells produkter inte säljs över internet till ett pris lägre än det rekommenderade priset, enligt Tapwells

---

<sup>678</sup> MD 2005:7, s. 41, med hänvisning till MD 1999:22 och MD 2000:2 och MD 2009:11, s. 103, prop. 2007/08:135 s. 111–112.

<sup>679</sup> MD 2005, s. 41 och MD 2009:11, s. 103.

<sup>680</sup> Prop. 1992/93:56 s. 92.

<sup>681</sup> MD 2005:7, s. 41.

<sup>682</sup> Prop. 1992/93:56 s. 92.

<sup>683</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 122.

<sup>684</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 123.



vid var tid gällande prislista, minus 10 procent. Tapwell kan inte ha varit omedvetet om att ett förfarande som på detta sätt begränsar återförsäljarna Home Onlines respektive Hemgallerians möjligheter att bestämma sina försäljningspriser är konkurrensbegränsande. Tapwells anförda motiv till förfarandet påverkar inte bedömningen om att företaget inte kan ha varit omedvetet om förfarandets konkurrensbegränsande effekter.

667. Tapwell borde, under alla omständigheter, insett att det aktuella förfarandet begränsade konkurrensen, varför företaget i vart fall begått överträdelsen av oaktsamhet.

668. Sammanfattningsvis begicks överträdelsen således uppsåtligen eller, i vart fall, av oaktsamhet.

### 3.11.3 Överträdelsen är inte ringa

669. Konkurrensverkets beslut omfattar förfarandet från 31 oktober 2018 till och med den 15 februari 2021. Som beskrivits ovan får konkurrensskadeavgift inte påföras i ringa fall för överträdelser som begåtts före den 1 mars 2021.

670. Med ringa fall avses enligt förarbetena överträdelser som med hänsyn till konkurrenslagens allmänna syfte, att främja en effektiv konkurrens, framstår som bagatellartade eller försumbara.<sup>685</sup>

671. Tapwell har invänt att effekterna av den påstådda överträdelsen, sett till konkurrenslagens syfte att främja effektiv konkurrens, har varit bagatellartade eller försumbara och att Konkurrensverket inte har visat att överträdelsen på något sätt varit skadlig för konkurrensen.<sup>686</sup> Tapwell har även invänt att överträdelsen har pågått en kortare tid och är ringa även av det skälet.<sup>687</sup>

672. Konkurrensverket gör följande bedömning.

673. Överträdelsen har bedömts utgöra en syftesöverträdelse och vara av sådan art att den vid första påseende är ägnad att begränsa konkurrensen. Konkurrensverket har ovan även konstaterat att det inte föreligger sådana konkurrensfrämjande effekter av betydelse för bedömningen av konkurrensbegränsningen. Det finns därför inte skäl att bedöma om överträdelsen har haft skadliga effekter för konkurrensen.

674. Överträdelsen, som har pågått i över två års tid och avsett samtliga Tapwells produkter, kan inte anses ha pågått en kortare tid.

---

<sup>685</sup> Prop. 1992/93:56 s. 93.

<sup>686</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 126.

<sup>687</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 126.



675. Överträdelsen är således inte att betrakta som bagatellartad eller försumbar med hänsyn till konkurrenslagens allmänna syfte. Överträdelsen är därmed inte ringa.

### 3.11.4 Avgiftens storlek

#### 3.11.4.1 Inledning

676. I 3 kap. 6 och 8–11 §§ KL finns regler om hur storleken på konkurrensskadeavgiften ska fastställas. Konkurrensverket har publicerat ett ställningstagande som redovisar hur Konkurrensverket tolkar och tillämpar konkurrenslagens regler om konkurrensskadeavgift, Konkurrensverkets ställningstagande 2021:1.<sup>688</sup>

677. Utgångspunkten vid bedömningen av konkurrensskadeavgiftens storlek är att avgiften ska vara så ingripande att den avskräcker företaget i fråga och avhåller andra företag från att överträda konkurrensreglerna.<sup>689</sup> Avgiften får emellertid inte överstiga 10 procent av företagets omsättning det år som föregick Konkurrensverkets beslut.

678. Vid fastställandet av konkurrensskadeavgiftens storlek tillämpar Konkurrensverket en tvåstegsmetod. I det första steget fastställs överträdelsens sanktionsvärde, vilket baseras på objektiva omständigheter avseende överträdelsen. I det andra steget kan sanktionsvärdet höjas eller sänkas beroende på förekomsten av försvårande eller förmildrande omständigheter.<sup>690</sup>

#### 3.11.4.2 Överträdelsens sanktionsvärde (allvar och varaktighet m.m.)

##### 3.11.4.2.1 Metodfrågor

679. Vid bedömningen av överträdelsens sanktionsvärde ska enligt 3 kap. 8 § KL hänsyn framför allt tas till hur allvarlig överträdelsen är och hur länge den har pågått.

680. När det gäller *allvarligheten*, framgår det av Konkurrensverkets ställningstagande 2021:1 att överträdelsens allvar uttrycks som en andel om högst 30 procent av företagets berörda omsättning. Andelens storlek avgörs särskilt med beaktande av överträdelsens art, marknadens omfattning och betydelse, samt överträdelsens konkreta eller potentiella påverkan på konkurrensen på marknaden.<sup>691</sup> Dessa omständigheter viktas olika tungt i den totala

---

<sup>688</sup> Konkurrensverkets Ställningstagande 2021:1. Metod för fastställande av konkurrensskadeavgiftens storlek (fortsättningsvis *Ställningstagande 2021:1*).

<sup>689</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 7 och prop. 2007/08:135 s. 112 och 119–120.

<sup>690</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 5 och 8.

<sup>691</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 17–18.

prövningen. Överträdelsens art intar en väsentlig roll.<sup>692</sup> Bedömningen av vilken relativ vikt som i övrigt ska tillmätas olika omständigheter när flera förekommer samtidigt avgörs utifrån förhållandena i det enskilda fallet.<sup>693</sup>

681. *Varaktigheten* beaktas i regel genom att det allvarlighetsbelopp som fastställts multipliceras med det antal år som företaget deltagit i överträdelsen. Vid fastställandet av varaktigheten räknas som utgångspunkt perioder under sex månader som ett halvår, och perioder över sex månader men kortare än ett år räknas som ett helt år.<sup>694</sup>

682. Vid fastställande av vilken omsättning som ska användas som bas för bedömningen av överträdelsens allvar, utgör företagets omsättning på den relevanta marknaden i regel en lämplig utgångspunkt.<sup>695</sup> Normalt sett används det sista kompletta räkenskapsåret som företaget deltog i överträdelsen, men om detta år inte är representativt för företagets försäljning på den relevanta marknaden så kan ett annat räkenskapsår, eller ett genomsnitt av omsättningen under flera räkenskapsår, användas.<sup>696</sup>

683. Konkurrensverket har konstaterat att Tapwell har deltagit i såväl enskilda överträdelser i förhållande till respektive återförsäljare och i en enda och fortlöpande överträdelse som omfattat båda dessa enskilda överträdelser. Det saknas därför anledning att bedöma allvar och varaktighet för de enskilda överträdelserna. Konkurrensverket utgår således vid fastställande av avgiftens storlek från Tapwells deltagande i en enda och fortlöpande överträdelse.

684. Utifrån omständigheter hänförliga till överträdelsens allvar och varaktighet sammantaget bedömer Konkurrensverket sanktionsvärdet enligt nedan.

#### **3.11.4.2.2 Företagets berörda omsättning**

685. Som beskrivits ovan är huvudregeln att utgå från företagets omsättning på relevant marknad under det sista kompletta räkenskapsår som företaget deltog i överträdelsen, då det anses vara representativt för företagets försäljning på relevant marknad under tiden för överträdelsen.<sup>697</sup>

---

<sup>692</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 19.

<sup>693</sup> Jfr prop. 2007/08:135 s. 121.

<sup>694</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 25.

<sup>695</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 12.

<sup>696</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 14.

<sup>697</sup> Jfr kommissionens riktlinjer för beräkning av böter som döms ut enligt artikel 23.2 a i förordning 1/2003 (2006/C 210/02), EUT C 210, 1.9.2006, p. 13 och 24.



686. Förfarandet som Konkurrensverkets beslut omfattar varade till och med den 15 februari 2021. Det sista kompletta räkenskapsåret som Tapwell deltog i överträdelsen var alltså 2020.

687. Tapwells omsättning på den relevanta marknaden uppgick 2020 till 135 233 739 kronor.<sup>698</sup> Det har inte framkommit något som talar för att detta år inte är representativt för Tapwells försäljning på den relevanta marknaden.

### 3.11.4.3 Överträdelsens allvar

688. Nästa steg i bedömningen av sanktionsvärdet är att fastställa en andel av den berörda omsättningen som speglar överträdelsens allvar.

689. Som beskrivits ovan ska allvarighetsbeloppet uppgå till högst 30 procent av företagets berörda omsättning.<sup>699</sup>

690. Vissa typer av överträdelser, såsom prissamarbeten, marknadsdelningar, produktionsbegränsningar samt otillåtna anbudssamarbeten, är till sin art så skadliga att de som regel medför en hög allvarlighetsgrad.<sup>700</sup>

691. Tapwell har invänt att det vad gäller överträdelsens sanktionsvärde ska beaktas om överträdelsen leder till stor skada på konsumenter eller om många konsumenter påverkas. Tapwell anför vidare att med hänsyn till att det finns konkurrensfrämjande effekter som leder till en mer effektiv marknad, så kan förfarandet inte ha lett till en stor skada på konsumenter.<sup>701</sup>

692. Konkurrensverket konstaterar dock att Tapwell inte har styrkt några konkurrensfrämjande effekter och att förfarandet utgör en syftesöverträdelse (se avsnitt 3.4.2 och särskilt 3.4.2.2.4 ovan).

693. Det aktuella prissamarbetet har skett inom ramen för vertikala avtalsförhållanden. Även om vertikala avtal, liksom ett horisontellt prissamarbete, kan ha till syfte att begränsa konkurrensen anses de till sin natur generellt mindre allvarliga än horisontella prissamarbeten.<sup>702</sup>

---

<sup>698</sup> Handl.nr 432, Bilaga 6 till Tapwells svar på åläggande av den 20 april 2023. Det kan noteras att den angivna omsättningen inte omfattar Tapwells försäljning till varken grossister för projektmarknaden eller till återförsäljare via grossister, såsom t.ex. Velltra eller Hemmatema. Tapwells försäljning via grossist utgör dock en mycket liten del av Tapwells totala försäljning, och eftersom den här angivna omsättningen är till Tapwells fördel jämfört med om försäljning via grossist inkluderas, bedömer Konkurrensverket att det angivna beloppet kan tjäna som utgångspunkt för beräkning av konkurrensskadeavgift i det aktuella fallet.

<sup>699</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 17.

<sup>700</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 19–20.

<sup>701</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 131.

<sup>702</sup> EU-domstolens dom den 14 mars 2013, *Allianz Hungária Biztosító m.fl.*, C-32/11, EU:C:2013:160, p. 43 och kommissionens beslut den 24 juli 2018 i ärende AT.40465, *Asus*, p. 138.



694. Överträdelsen i det aktuella ärendet har bestått i vertikal prisstyrning som i gruppundantaget för vertikala begränsningar till sin art anses vara en särskilt allvarlig konkurrensbegränsning.<sup>703</sup> Den har därtill omfattat försäljning över internet, där begränsningar av priskonkurrensen potentiellt kan få mycket allvarliga konsekvenser för slutkunder (se punkt 44 ovan).<sup>704</sup> Dessa omständigheter talar för att det är fråga om en allvarlig överträdelse.
695. Vad gäller marknadernas omfattning och betydelse har överträdelsen omfattat landet som helhet. Eftersom överträdelsen omfattar ett större geografiskt område ska den bedömas som allvarligare än en överträdelse som begränsar sig till ett mindre geografiskt område.<sup>705</sup> Den aktuella överträdelsens geografiska omfattning ska således beaktas i bedömningen på så sätt att det bör föranleda en högre allvarlighet jämfört med om förfarandet hade haft en mer begränsad geografisk omfattning.
696. Andra omständigheter som kan kopplas till marknaden, och därmed också till överträdelsens allvar, är betydelsen av den vara eller tjänst som överträdelsen avser och företaget eller företagens marknadsandelar.<sup>706</sup> I detta avseende konstaterar Konkurrensverket följande.
697. Tapwell är en betydande aktör på den relevanta marknaden och företagets marknadsandel har i genomsnitt uppgått till ■■■ procent under perioden och sista året under överträdelseperioden har Tapwells marknadsandelar överstigit ■■ procent (se Tabell 8 ovan).
698. Konkurrensverket har genom detta beslut konstaterat att avtal om prisstyrning förelegat mot två återförsäljare (Home Online och Hemgallerian). De berörda återförsäljarnas priser har justerats i enlighet med överenskommelserna. Återförsäljarna har dock – trots att de varit några av Tapwells enskilt största inköpare – stått för en relativt liten andel av Tapwells totala försäljning, vilket Konkurrensverket väger in i bedömningen.
699. När det gäller överträdelsens konkreta eller potentiella påverkan på konkurrensen kan konstateras att avtal om prissamarbete typiskt sett anses orsaka särskilt svåra skador på konkurrensen, varför någon påverkan på marknaden i regel inte behöver påvisas.<sup>707</sup> Det kan dock konstateras att prisstyrningen lett till att Home Online respektive Hemgallerian faktiskt höjt sina slutkundspriser.

---

<sup>703</sup> Artikel 4 i Gruppundantaget för vertikala begränsningar.

<sup>704</sup> Handl.nr 299, Dialogutskrift från förhör den 15 februari 2022 med CC, s. 12 och handl.nr 325, Dialogutskrift från förhör den 17 februari 2022 med EE, s. 18 och 28.

<sup>705</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 22 och prop. 2007/08:135 s. 124.

<sup>706</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 22.

<sup>707</sup> Prop. 2007/08:135 s. 124.





700. Konkurrensverket bedömer sammantaget att allvarligheten mot bakgrund av samtliga de specifika omständigheterna i det aktuella fallet motsvarar 5 procent av företagets berörda omsättning.

#### 3.11.4.4 Överträdelsens varaktighet

701. Konkurrensverkets beslut omfattar förfarandet från den 31 oktober 2018 till och med den 15 februari 2021. Överträdelsen har således pågått i vart fall i två år, tre månader och 15 dagar.

702. Överträdelsens varaktighet ska därför fastställas till två och ett halvt år.<sup>708</sup>

#### 3.11.4.5 Bedömning av sanktionsvärdet

703. Mot bakgrund av det ovan anförda ska sanktionsvärdet bestämmas enligt följande:

**Tabell 10. Sanktionsvärde.**

Företag	Berörd omsättning	Allvarlighet	Varaktighet	Sanktionsvärde
Tapwell	135 233 739	5 procent	2,5 år	16 904 217*

\*Beräknat som 135 233 739 x 5 procent x 2,5.

704. Sanktionsvärdet ska därför fastställas till 16 900 000 kronor avrundat nedåt.

#### 3.11.4.6 Justering av sanktionsvärdet

##### 3.11.4.6.1 Försvårande omständigheter

705. Sanktionsvärdet kan höjas beroende på förekomsten av försvårande omständigheter som är hänförliga till överträdelsen (enligt 3 kap. 9 § KL) respektive försvårande omständigheter som inte är hänförliga till överträdelsen (enligt 3 kap. 11 § KL).<sup>709</sup>

706. Det har i ärendet inte framkommit några sådana försvårande omständigheter.

##### 3.11.4.6.2 Förmildrande omständigheter

707. Sanktionsvärdet kan också sänkas beroende på förekomsten av förmildrande omständigheter som är hänförliga till överträdelsen (jfr 3 kap. 10 § KL) respektive förmildrande omständigheter som inte är hänförliga till överträdelsen (enligt 3 kap. 11 § KL).<sup>710</sup>

<sup>708</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 25.

<sup>709</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 31–33 och 37–43.

<sup>710</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 34–43.



708. Tapwell har framfört att en eventuell överträdelse skett av uppenbar oaktsamhet. Detta mot bakgrund av att Tapwell endast har haft konkurrensfrämjande avsikter med sin kommunikation med återförsäljarna, samt att kommunikationen har syftat till att ge återförsäljarna en service att marknadsföra Tapwells produkter på ett korrekt sätt, för att undvika snålskjutsproblematik och minska erodering av Tapwells varumärke.<sup>711</sup>

709. Mot bakgrund av vad som redovisats i avsnitt 3.11.2 bedömer Konkurrensverket att Tapwells invändning inte ska beaktas.

710. Konkurrensverket bedömer inte heller att det i ärendet har framkommit några andra förmildrande omständigheter.

### 3.11.5 Högsta tillåtna konkurrensskadeavgift

711. Som angivits ovan får konkurrensskadeavgiften inte överstiga 10 procent av företagets omsättning föregående räkenskapsår (enligt 3 kap. 6 § KL). Med föregående räkenskapsår avses det räkenskapsår som föregick Konkurrensverkets beslut om konkurrensskadeavgift.<sup>712</sup>

712. Tapwell är moderbolag i Tapwell-koncernen, och därmed ska omsättningen för hela Tapwell-koncernen beaktas vid beräkningen av taket för konkurrensskadeavgiften.<sup>713</sup> Tapwell-koncernens omsättning under 2022 uppgick till ca 785 958 847 kronor<sup>714</sup>, och avgiften för Tapwell får således inte överstiga 78 595 885 kronor. Konkurrensskadeavgiften understiger nämnda belopp.

### 3.11.6 Slutligt belopp

713. Konkurrensverket har fastställt sanktionsvärdet till 16 900 000 kronor. I ärendet har det inte konstaterats några omständigheter som medför att sanktionsvärdet ska justeras. Därmed har konkurrensskadeavgiften för Tapwell bestämts till 16 900 000 kronor.

### 3.11.7 Beslutet meddelas inom rätt tid

714. Konkurrensverkets beslut omfattar förfarandet som varade till och med den 15 februari 2021. Den 7–14 juni 2021 genomförde Konkurrensverket en undersökning enligt 5 kap. 3 § KL hos Tapwell, vilket är inom fem år från det att överträdelsen upphörde. Det innebär att den femåriga preskriptionsfristen för att påföra konkurrensskadeavgift, fram till det att Tapwell fått tillfälle att yttra sig över Konkurrensverkets utkast till beslut, ska räknas från den dag de fick del av beslutet om undersökning enligt 5 kap. 3 § KL. Det har inte gått

---

<sup>711</sup> Handl.nr 466, Tapwells yttrande över Konkurrensverkets utkast till beslut, p. 121 och 122.

<sup>712</sup> Ställningstagande 2021:1, p. 48.

<sup>713</sup> Prop. 2020/21:51 s. 116 och EU-domstolens dom den 26 november 2013, *Groupe Gascogne mot Kommissionen*, C-58/12 P, EU:C:2013:770, p. 51–53.

<sup>714</sup> Handl.nr 476, Tapwells årsredovisning för räkenskapsåret 2022.



fem år sedan den tidpunkten. Det har heller inte gått tio år från det att överträdelsen upphörde.

715. Konkurrensverkets beslut om konkurrensskadeavgift meddelas således Tapwell inom rätt tid för att kunna innefatta en konkurrensskadeavgift enligt 3 kap. 20 § KL.

### 3.11.8 Betalning

716. Sanktionsavgiften tillfaller staten och faktureras av Konkurrensverket när beslutet har vunnit laga kraft.

717. Det saknas skäl att frångå huvudregeln i 3 kap. 22 § KL enligt vilken konkurrensskadeavgift ska betalas till Konkurrensverket inom trettio dagar från det att beslutet fick laga kraft.

---

Detta beslut har fattats av generaldirektören Rikard Jermsten. Föredragande har varit konkurrensrådet Erik Westerström.

Beslutsfattandet har dokumenterats digitalt och beslutet saknar därför namnunderskrift.

Rikard Jermsten

### **Bilaga**

Hur man överklagar

### **Kopia till:**

Home Online Se AB

Kakelkompaniet Import & Försäljning i Stockholm AB

Hem Gallerian AB

Badrumsgruppen i Alvik AB

Detta beslut publiceras på Konkurrensverkets webbplats.