

ComExchange startar handelsplatser – livsmedelspriserna ska sänkas!

ComExchange nya affärsområde för handel mellan företag inom livsmedels-branschen är under uppbyggnad och beräknas vara igång under hösten. Ansvarig för satsningen är Lars Holmqvist, vice VD i ComExchange.

Affärsområdet kommer att bestå av flera handelsplatser, t ex planeras specifika handelsplatser för fisk, kött, kolonialprodukter och drycker. Genom handels-platsen kommer köpare och säljare, svenska som utländska, att via internet kunna köpa och sälja tjänster, produkter och tillverkningskapacitet. Totalt kommer tre till fem handelsplatser att öppnas.

- Vi har ett mycket bra koncept, säger Lars Holmqvist. Vi kommer att utmana, men även komplettera de etablerade försäljnings- och distributionsmodellerna, säger Lars Holmqvist. Och tillägger, ny teknik skapar en helt annan öppenhet än vad vi är vana vid – detta ska möjliggöra prissänkningar på bred front, både inom konsumentledet och inom den s k storköksindustrin.

ComExchange affärsidé baseras på två drivkrafter - att sänka inköpspriser med 20-30 % jämfört med traditionella inköpsvägar samt att vidga marknaden för mindre och medelstora leverantörer.

- Målsättningen är att handelsplatsen snabbt ska bli en naturlig samlingsplats för branschen och efter 6-9 månader beräknar vi att affärsområdet ska vara lönsamt, säger Lars Holmqvist.

Branschspecifika marknadsplatser kommer att startas inom ett flertal branscher, t ex kemikalier, bygg, verkstad, tryckeri, fordon och sjukvårdsrelaterad utrustning. Handeln kommer att omfatta tjänster, produkter och tillverknings-kapacitet. Affärer görs via anbud och auktioner.

För kommentarer och mer information:

Lars Holmqvist, Vice VD, ComExchange Commercial Exchange AB (publ)

Mobil: 0709-99 80 10

e-post:lars.holmqvist@comexchange.se

Fakta

Livsmedelsbranschen i Sverige kännetecknas av hög koncentration. I konkurrensverkets rapport "Konkurrensen i Sverige under 90-talet – problem och förslag" är livsmedelsbranschen en av åtta som granskas särskilt.

Dagligvarumarknaden

Livsmedel är den största gruppen av varor som ingår i dagligvarumarknaden (utöver livsmedel även kemisk-tekniska varor, pappersvaror, tobak, tidningar och blommor). De största aktörerna på dagligvarumarknaden under 1998 var:

<u>Aktör</u>	<u>Oms MSEK</u>	<u>Antal butiker 9812</u>
ICA-handlarna	59 107	2 125
Kooperationen	32 836	1 272
<i>(Inkl KF och fristående kooperativa föreningar)</i>		
D-gruppen	25 393	924
<i>(Vivo m fl)</i>		
Hemköp	5 479	95
Bergendahlsgruppen	3 482	87
Övriga*	43 132	
Summa	169 429	

*I gruppen "Övriga" ingår bl a bensinstationer, fiskhandel, konditorier och torghandel.

Produktionsledet

Olika delbranscher uppvisar skilda mönster, men gemensamt är den höga koncentrationen. Några exempel:

Mejeribranschen domineras av 8 lantbrukskooperativa mejeriföreningar. Arlas andel av totalmarknaden är 65 %! Föreningarna verkar inte i konkurrens med varandra, utan är verksamma inom olika regioner.

Inom **köttbranschen** har företaget Swedish Meats (ägt av lantbrukskooperationen) 72 % av marknaden för slaktkroppar. För styckat kött sjunker deras marknadsandel till knappt 30% och inom charkuterivaror 26%.

Sockermarknaden är ett faktiskt monopol.

Ofta är den vertikala integrationen väl utvecklad. Ett exempel är kött som slaktas, styckas och därefter förädlas av samma ägare för att säljas till konsument (Scan).

Konkurrensverket

"Den starka integrationen i dagligvaruhandeln och den vertikala integrationen mellan detalj och partihandel leder till en centralisering av inköp och därigenom till ökad

köpmakt som kan begränsa konkurrensen. Fåtalsdominans och vertikal integration från råvaror till konsumentprodukter begränsar konkurrensen på flera viktiga livsmedelsmarknader. Viktiga exempel är mejeri- och köttbranscherna.”

Källa: Konkurrensverket rapportserie 2000:1

Comexchange Commercial Exchanges

ComExchange, utvecklar och levererar nyckelfärdiga e-commerce lösningar inom business to business. Genom branschspecialiserade vertikala marknadsplatser kommer man att erbjuda olika typer av handels- och informationstjänster mellan företag. Genom att kombinera kunskap och erfarenheter från informations-teknologi, finansiella marknader, trading och industriell kunskap utvecklar man ett nytt "elektroniskt affärsmannaskap".

ComExchange har som målsättning att inom 12 månader ha öppnat ett 30-tal marknadsplatser. Dessa ska drivas inom 6-10 affärsområden, där ett affärsområde bildar ett "kluster" av handelsplatser. Affärsområdet ska drivas i ett dotterbolag under ledning av en marknadschef, tillika VD. Om ägarna önskar ska ett affärsområde kunna särnoteras inom 6-12 månader från start. De första två affärsområdena startar inom kort och handeln inom dessa beräknas komma igång under andra halvåret år 2000.

Under år 2000 har en ägarspridning gjorts och idag har företaget 600 aktieägare. Sedan den 22 maj kan aktien handlas på OM/Stockholmsbörsen, Nya Marknaden.

Ledningsgrupp:

Stefan Gripwall, Verkställande Direktör

Tidigare Försäljningschef SkandiaLeasing, Marknadschef Skandiabanken, Chef Carlson Fonder, Affärsutvecklare Skandia

Lars Holmqvist, Vice Verkställande Direktör

Tidigare Affärsområdeschef SkandiaLeasing, Marknadschef Skandiabanken

Pär Melin, Teknisk Chef

11 års kvalificerad erfarenhet av affärsutveckling med ny teknik som bas. Tidigare arbetsgivare, Mogul, Clockwork, LineWise