



OTSUS

17.12.2025 nr 5-5/2025-055

Koondumisele nr 28/2025 Sandojo Grupp OÜ / Osühing Rademar loa andmine

1. Koondumine

14.08.2025 esitas Sandojo Grupp OÜ (registrikood 17276858) volitatud esindaja Konkurentsiametile koondumise teate, mille kohaselt sõlmisid 09.08.2025 Sandojo Grupp OÜ ja Margus Juksar (isikukood [...]), Martin Juksar (isikukood [...]), Marcus Juksar (isikukood [...]), Martin Henry Radevall (isikukood [...]) ning Helen Juksar (isikukood [...]) osade müügilepingu (edaspidi leping). Lepingu kohaselt kavatseb Sandojo Grupp OÜ omandada 100% Osühing Rademar (registrikood 10235879) osadest.

Tehingu tulemusel omandab Sandojo Grupp OÜ ainuvalitseva mõju Osühing Rademar üle konkurentsiseaduse (edaspidi KonkS) § 2 lg 4 tähenduses ning antud juhul on tegemist koondumisega KonkS § 19 lg 1 punktis 2 sätestatud viisil.

2. Koondumise menetluse käik

Konkurentsiamet avaldas 15.08.2025 ülalnimetatud koondumise teate saamise kohta teadaande väljaandes Ametlikud Teadaanded. Koondumise kohta esitati vastuväide. Koondumise teate esitaja esitas vastuse vastuväitele. Tuvastamaks koondumise osaliste positsiooni ning konkurentsiolukorda ettevõtjate äritegevustes horisontaalne kattuvus puhul spordi- ja vabaajakaupade, vähesemal määral ka matkakaupade jaemüügil, pidas Konkurentsiamet KonkS § 27 lg 1 p 2 alusel põhjendatuks koondumisega seotud valdkonna täiendavat analüüsimist.

Konkurentsiamet alustas 05.09.2025 otsusega nr 5-5/2025-040 koondumise täiendavat menetlust.

Konkurentsiolukorra ning koondumisest tulenevate mõjude analüüsimiseks saatis Konkurentsiamet täiendava menetluse kestel 24.09.2025 taotlused teabe andmiseks ettevõtjatele (TKM Grupp AS, Rivita OÜ, Weekend Eesti OÜ, OÜ Apranga Estonia, Stockmann Aktsiaselts, Osühing Hawaii Express, PÕLDMA KAUBANDUSE AKTSIASELTS, MATKaSPORT OÜ, Deichmann Kingad OÜ, Veloplus Osühing, Osühing Surfar, Velomarket OÜ, Osühing Jahipaun, AT Sport Osühing, Osühing SPOLEMAN, Baltic Betting OÜ, Osühing A2K Sport, Maratonsport OÜ, 4 Teams OÜ, OÜ Ski & Surf, Osühing Duncan, OÜ Rattaring, SILJA SPORT OÜ, Osühing Rakser Sport, OÜ A.I.R. SPORT PROJEKT, Stabira OÜ, Osühing BALTIMPEKS, Osühing Petersport, osühing NITTIS, AS Prisma Peremarket, Decathlon Lietuva UAB Eesti filiaal, Rattabaas OÜ, Sportland

Eesti Aktsiaselts, AKTSIASELTS JALAJÄLG, Aktsiaselts Fifaa ja MTÜ-le Eesti e-Kaubanduse Liit.

Samuti saatis Konkurentsiamet 24.09.2025, 30.09.2025 ja 13.10.2025 taotlused teabe andmiseks koondumise osalistele.

3. Koondumise osalised

KonkS § 20 punkti 2 järgi on koondumise osaliseks füüsiline isik või ettevõtja, kes omandab valitseva mõju ühe ettevõtja või tema osa või mitme ettevõtja või nende osade üle. KonkS § 20 punkti 4 järgi on koondumise osaliseks ettevõtja, kelle üle või kelle osa üle valitsev mõju omandatakse.

Seega on koondumise osalisteks Sandojo Grupp OÜ ja Osühing Rademar.

Sandojo Grupp OÜ on 07.07.2025 Eestis registreeritud ettevõtja, millel puudub iseseisev äritegevus. Sandojo Grupp OÜ üle omab valitsevat mõju Kristjan Luha (isikukood [...]).

Sandojo Grupp OÜ-l on tütar-ettevõtja Streetbrand OÜ (registrikood 12538213)¹, mis tegeleb spordi- ja vabaaja kaupade jaemüügiga kolmes Ballzy kontseptsiooniga kaupluses Tallinnas ja Tartus ning veebipoes aadressil <https://ballzy.eu>. Suurima osa Ballzy müügist moodustavad vabaaja- ja spordijalatsid (vähesel määral ka matkajalatsid), kuid müüakse ka erinevaid vabaaja- ja spordiriideid, aksessuaare, hooldusvahendeid jne. Müüdavate kaupade kaubamärgid on Ballzy, Champion, Dickies, Market, New Balance, Nike, Rämmar, Timberland, adidas Original, adidas Performance, Carhartt WIP, Converse, Jordan, Mitchell & Ness, New Era, Puma, The North Face, Vans.

Osühing Rademar on Eestis registreeritud ettevõtja, mille põhitegevusalaks on spordi- ja vabaajakaupade jaemüük. Osühingu Rademar kaubavalik hõlmab spordi-, vabaaja ja matkariideid ja -jalatseid, aksessuaare, treeningvahendeid. Osühingul Rademar on 16 füüsilist kauplust Tallinnas, Tartus, Pärnus, Rakveres, Narvas, Jõhvis, Kuressaares, Viljandis ja Haapsalus. Kauplustele lisaks on e-pood aadressil www.rademar.ee. Müüdavate kaupade valikusse kuuluvad rahvusvaheliselt tuntud kaubamärgid: Nike, Adidas, Icepeak, Puma, Columbia, Didriksons, Asics, EA7, Brunotti, Craft, Endurance, Luhta, Arena, Trek, Kross, Fischer, Hudora jt.

4. Õiguslik hinnang

4.1 Koondumise kontrolli kohaldamine

KonkS § 21 lg 1 kohaselt kontrollitakse koondumist, kui koondumise osaliste eelnenud majandusaasta käibed Eestis kokku ületavad 6 000 000 eurot ja vähemalt kahe koondumise osalise käibed Eestis ületavad kummalgi 2 000 000 eurot.

Koondumise osaliste eelmise majandusaasta käive Eestis oli kokku üle 6 000 000 euro ja koondumise osaliste Eesti käive eraldi ületas nimetatud perioodil 2 000 000 eurot, mistõttu kuulub koondumine KonkS § 21 lg 1 kohaselt kontrollimisele.

4.2 Kaubaturud

¹ Sandojo Grupp OÜ omandas Streetbrand OÜ 14.07.2025.

KonkS § 3 lg 1 kohaselt on kaubaturg hinna, kvaliteedi, tehniliste omaduste, realiseerimis- ja kasutustingimuste ning tarbimis- ja muude omaduste poolest ostja seisukohalt omavahel vahetatavate või asendatavate (edaspidi asendatavate) kaupade käibimise ala, mis hõlmab muu hulgas kogu Eesti territooriumi või selle osa.

Majandus- ja kommunikatsiooniministri 17.07.2006 määrus nr 69 „Koondumise teate esitamise juhendi“ (edaspidi juhend) § 8 lg 3 punkti 1 kohaselt on horisontaalselt mõjutatud kaubaturuks selline kaubaturg, kus tegutseb vähemalt kaks koondumise osalist või nendega samasse kontserni kuuluvat ettevõtjat ja koondumine tekitab vähemalt 15-protsendilise ühise turuosa. Sama paragrahvi lõike 3 punkti 2 kohaselt on vertikaalselt mõjutatud kaubaturuks iga kaubaturg, kus tegutseb üks või mitu koondumise osalist või nendega samasse kontserni kuuluvat ettevõtjat, mis eelneb või järgneb kaubaturule, kus tegutseb mõni teine koondumise osaline või temaga samasse kontserni kuuluvat ettevõtjat, ning kus mõne osalise individuaalne turuosa või osaliste ühine turuosa on vähemalt 25 protsenti, olenemata sellest, kas nad on tegelikult müüja ja ostja suhetes või mitte.

Euroopa Komisjoni teatises asjaomase turu mõiste kohta ühenduse konkurentsioiguses selgitatakse, et turu määratlemine aitab kindlaks teha ja määratleda ettevõtjate vahelise konkurentsi piire. Nii toote- kui geograafilise turu piiritlemise eesmärk on kindlaks määrata koondumise osaliste need konkurendid, kes avaldavad neile konkurentsipurvet ning piiravad nende sõltumatut tegevust. Samuti ei ole komisjon aga kohustatud kohaldama oma varasemates otsustes kasutatud asjaomase turu määratlust ning jälgib alati tähelepanelikult võimalikke muutusi, nagu digipööre ja muutused väärtusahelates või klientide varustamise allikates, ning kaubandussuhete üleilmastumise areng².

Koondumise teate kohaselt koondumise osaliste ja nendega valitseva mõju kaudu seotud ettevõtjate äritegevustes esinevad horisontaalsed kattuvused spordi- ja vabaajakaupade, vähesemal määral ka matkakaupade jaemüügil Eestis.

Konkurentsiamet on oma varasemas praktikas määratlenud spordi-, matka- ja vabaajakaupade jaemüügi kaubaturu või käsitletud vastavaid kaubaturgusid, jättes täpse kaubaturu piiritluse lahtiseks. Samas on Konkurentsiamet leidnud, et spordi-, matka- ja vabaajakaupade jaemüük interneti teel ei kuulu samale kaubaturule kui vastavate toodete müük nõ tavapoe kaudu³. Koondumise teate esitaja hinnangul on turg võrreldes 2013. aastaga muutunud, olulise muudatusena on toimunud internetikaubanduse suurenemine. Kui varasemalt olid toimivad e-pood mõnedel üksikutel turuosalistel, siis praegusel hetkel müüvad enamik turuosalisi oma tooteid ka interneti kaudu. Lisaks kohalikele e-poodidele tellitakse tooteid järjest enam ka rahvusvahelistest e-kaubamajadest.

Konkurentsiamet nõustub koondumise teate esitaja seisukohaga selles osas, et tarbijad ostavad nii e-kauplustest kui füüsilistest kauplustest, mistõttu veebimüük (*online*) ja tavapoodide müük (*offline*) on omavahel seotud. Seda seisukohta toetab ka Euroopa Komisjoni hiljutine lahend, kus komisjon leidis, et interneti müük ja füüsiline jaemüük on omavahel seotud, kuna tarbijad kasutavad mõlemat kanalit ning võivad vajadusel ühest teise üle minna. Komisjon ei pidanud asjakohaseks turu segmenteerimist tava- ja veebimüügi vahel, sest „*omnichannel*“ turustustrend mõjutab tarbijaid tegema hübriidseid ostuteekondi (st

² Komisjoni teatis asjaomase turu määratlemise kohta liidu konkurentsioiguse kohaldamisel, p-d 6, 14 (C/2024/1645).

³ Konkurentsiameti 28.06.2013 otsus nr 12/2013 Sportsdirect.com Retail (Europe) SA /Sportland International Group AS koondumisele loa andmise kohta.

otsustusprotsess võib alata veebis ja jätkuda kaupluses või vastupidi). Enamik spordikaupade jaemüüjaid, kellel on nii füüsilised kauplused ja/või veebipoed, jälgivad täpselt veebikonkurentsi ja leiavad, et puhtalt veebipõhised tegijad avaldavad neile konkurentsipurvet, ning piirid veebi- ja tavapoodide müügi vahel on üha enam hägustunud, kuna spordikaupade jaemüügis muutuvad need kaks turustusvormi üha enam täiendavaks⁴.

Koondumise teate esitaja on leidnud, et kaubaturgu on võimalik määratleda võimalikult laialt, see tähendab kogu rõivaste, jalatsite, spordi- ja matkakaupade jaemüügi kaubaturuna, kus rõivaste, jalatsite ja spordikaupadega jaemüügiga tegelevad ettevõtjad konkureerivad omavahel. Samas on koondumise teate esitaja esitanud ka kitsama kaubaturu määratluse ja leidnud, et kaubaturu võib piiritleda ka spordi-, matka- ja vabaajakaupade jaemüügina Eestis. Konkurentsiamet viis läbi konkurentsiolekorra analüüsi ja kogus analüüsi käigus andmeid ja teavet turuosalistelt. Kogutud andmete põhjal ilmneb, et ettevõtjad, kes kajastavad oma raamatupidamises matkakaupu eraldi, tegelevad samaaegselt ka spordi- ja vabaajakaupade müügiga. Samas ei kehti vastupidine seos – mitmed ettevõtjad ei käsitle matkakaupu eraldiseisva turusegmendina seetõttu, et nad ei pea seda iseseisvaks kaubaturuks, või kuna neil puudub võimalus müüki selliselt eristada. Samas kinnitas turuanalüüs, et asjakohane on kaubaturgu piiritleda ka tootekategooriate põhiselt, ehk siis jalatsid ja rõivad eraldi kategooriatena.

Konkurentsiamet leiab, et asjakohane on piiritleda kaubaturgu spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüügi kaubaturuks ning spordi-, matka- ja vabaajarõivaste jaemüügi kaubaturuks. Mõlemad koondumise osalised jagavad oma veebilehtedel tooteid kategooria põhiselt, näiteks jalatsid (spordi-, matka- ja vabaajajalatsid), rõivad (spordi- ja vabaajarõivad), mis rõhutab selle segmenteerimise asjakohasust. Lisaks erinevates kategooriates olevate toodete osas puudub tarbijatel piisav asendatavus. Näiteks jalatsite kategooriasse kuuluvaid tooteid ei ole võimalik asendada rõivaste kategooriaga. Käesoleval juhul kuuluvad internetimüük ja füüsiline müük samale kaubaturule spordi-, matka- ja vabaajakaupade ning spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüügi osas.

Konkurentsiamet on varasema praktika kohaselt geograafilise kaubaturu piiritletud kogu Eesti territooriumiga, kuna konkurentsitingimused spordi-, matka- ja vabaajakaupade jaemüügi kaubaturul on Eesti erinevates piirkondades sarnased⁵. Samas traditsioonilise kaubanduse kõrval on üha enam hoogu kogumas e-kaubandus, laiendades tarbijatele kättesaadavate toodete valikut. 2024. a osteti spordikaupu e-poodidest hinnanguliselt 19%⁶. Tellitakse ka piiriülestest e-poodidest⁷. Selline olukord viitab geograafilise kaubaturu avatusele ning võimalusele, et see ei piirdu ainult Eesti territooriumiga. Samas puuduvad täpsed andmed piiriüleste e-poodide mahtude kohta, seetõttu piiritleb Konkurentsiamet ka käesoleva koondumise raames spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüügi ning spordi-, matka- ja vabaajarõivaste jaemüügi kaubaturu Eestiga.

5. Menetluse käigus esitatud vastuväide ja ettevõtjate arvamused

Menetluse raames esitati vastusväide, kus kokkuvõtlikult leiti, et Sandojo Grupp OÜ omanik

⁴ Euroopa Komisjoni otsus M.11159 - JD SPORTS / GROUPE COURIR [M.11159 - JD SPORTS / GROUPE COURIR](#).

⁵ Konkurentsiameti 07.09.2007.a otsus nr 37-KO Koondumisele nr 12/2007 Sportland International Group Aktsiaselts ja AS Spordi Agent loa andmine.

⁶ <https://www.e-kaubanduseliit.ee/liidust/statistika#Trendid>. Nimetatud protsent tuletatud tuginedes DPD ja e-Commerce Europe raportitele.

⁷ <https://www.e-kaubanduseliit.ee/uudised>.

Kristjan Luha omab ka 90% osalust Streetbrand OÜ-s, mis kuulub kuni 14.07.2025 Aktsiaseltsile Fifaa, kelle omanikeks on Anti Kalle ning Are Altraja. Vastuväite kohaselt on nende isikutega seotud AS Jalajälg, kes on Nike toodete ametlik esindaja Baltikumis. Kristjan Luha oli omakorda äriregistri andmetel alates 18.02.2020 - 13.08.2024 AS Jalajälg nõukogu esimees ning avalike andmete⁸ kohaselt varasemalt Nike endine asepresident, olles Nike'iga seotud ca 20 aastat. Leiti, et koondumise osaliseks tuleks turumõjude hindamise osas lugeda ka Kristjan Luhaga varasemalt seotud AS Jalajälg.

Menetluse käigus Konkurentsiameti teabe andmise taotlustele vastanud ettevõtjatest ligikaudu pooled ei andnud hinnangut, kas käesolev koondumine avaldab mõju konkurentsile või mitte.

Üks ettevõtja leidis, et koondumine spordi- ja vabaajatoodete ja matkatoodete turule on positiivne samm. Selle tulemusena säilib turul oluline kohalik osaline, kes suudab pakkuda kohalikule turule/tarbijale olulist tootevalikut.

Kümme ettevõtjat arvasid kokkuvõtlikult, et koondumine ei avaldada olulist mõju nimetatud jaemüügisektorile või et mõju on pigem vähene. Toodi välja, et pigem on järjest kasvanud konkurents Eesti ettevõtjate poolt, kes läbi e-kanalite tarnivad kohalikule turule märkimisväärtes mahtudes tooteid. E-kaubanduse üldine maht on kasvanud märkimisväärselt (kuigi seda on keeruline mõõta). Kohalike turuosaliste käibed kasvanud pole, vaid on pigem isegi vähenenud. Samuti on tavaline, et tarbija tuleb kauplusesse tooteid proovima ning võrdleb samal ajal hindu internetis kättesaadavatega ja lõpuks tellib toote mõnelt rahvusvaheliselt platvormilt. Ilmselt selliselt veab e-sektor turu kasvu. Turul tegutseb arvukalt erinevaid ettevõtjaid ning ühelgi neist ei ole märkimisväärt turujõudu. Uue tulija (Decathlon) hiljutine sisenemine Eesti turule pakub konkurentsipurvet. Selle koondumise tagajärjel, ei tohiks olla suuri muutusi Eesti jaemüügi valdkonnas. Sandojo Grupp OÜ ostab pikalt majanduslikes raskustes oleva Rademar Osühingu. Mõned ettevõtjad arvasid, et kuna nende tegevusvaldkond ei ole seotud spordikaupade jaemüügiga, siis ei oma koondumine turuolukorrale mõju.

Mitmed ettevõtjad märkisid kokkuvõtvalt, et tugevneb suuruselt teise müügiühikuga jaemüüja positsioon spordi- ja vabaajatoodete ning matkatoodete jaemüügis. Koonduv ettevõtja saavutab laiema kliendibaasi ning kasvatab mõju klientide eelistuste ja valikute üle ning eeldatavalt saavutab tugevama positsiooni teiste turuosaliste suhtes. See võib vähendada konkurentsi, mõjutada hindade kujunemist. Samas võib vähenenud konkurents soodustada väikeste ja nišipoe tegijate arengut, pakkudes tarbijatele alternatiive.

Mõned ettevõtjad leidsid kokkuvõtlikult, et koondumisel on oluline mõju Eesti spordi- ja vabaajatoodete jaemüügiturule. Kui Sandojo Grupp OÜ omandab Osühingu Rademar, hakkab uus ettevõtja otseselt mõjutama Nike toodete turustamist Eestis. Kuna Aktsiaselts Fifaa omanike mõjuvõimu suurenemine koondaks veelgi suurema osa turust ühe omanikeri kätte, vähendades konkurentsi jaemüügis ja hulgi müügis ning piirates väiksemate ettevõtjate turule tulekut. Samuti leiti, et valitsevat mõju Sandojo Grupp OÜ üle omab tegelikkuses AS Jalajälg ning selle omanikuks olevad füüsilised isikud.

6. Koondumise osaliste seisukohad

Koondumise menetluse raames esitas koondumise teate esitaja kokkuvõtvalt järgmisi seisukohti, et Sandojo Grupp OÜ üle valitsevat mõju omava Kristjan Luha ametialane karjäär on selle algusest peale olnud seotud spordikaubandusega. Aastatel 2002 – 2019 töötas Kristjan

⁸ Äripäeva 23.05.2024 saade “Nike endine asepresident selgitab, kuidas Eestis brändiriie hinnad alla tuua”.

Luha erinevatel positsioonidel Nike'i organisatsioonis üle maailma, sealhulgas Hollandis, USA-s, Venemaal ja Kreekas. Arvestades Eesti turu suhtelist väiksust ja turul tegutsevate isikute arvu, on iseenesest mõistetav, et turuosalistes puutuvad omavahel erinevatel tasanditel suuremal või vähemal määral kokku. Kristjan Luha on Nike'i peakontoris töötamise ajal Nike'i kaubamärgi esindajana puutunud Eestis kokku nii AS Jalajälg / Aktsiaselts Fifaa omanikega, OÜ Rademar esindajatega kui ka paljude teiste turuosalistega. Pärast Nike'i struktuurist lahkumist sai Kristjan Luha erinevaid tööalaseid pakkumisi, sh kutsus AS Jalajälg, kes on Nike toodete ametlik esindaja Baltikumis, Kristjan Luha nõukogu liikmeks ning perioodil 18.02.2020 - 13.08.2024 oli Kristjan Luha AS Jalajälg nõukogu esimees. Perioodil 2022-2024 töötas igapäevaselt Itaalias Nike'i konkurendi Reebok Euroopa peakontoris. Tundes hästi rahvusvahelise spordikaubanduse turgu ning omades häid globaalseid kontakte, otsustas Kristjan Luha siseneda siinsesse jaekaubandusärisse. Ajaliselt lähetikku pakkus AS Fifaa Kristjan Luhale ühe oma kõrvaläri (Streetbrand OÜ) müüki ning OÜ Rademar omanikud tegid Kristjan Luhale ettepaneku raskustes oleva OÜ Rademar omandamiseks. Kristjan Luha tegevus AS Jalajälg nõukogu liikmena piirdus konkreetse brändi (Nike) maaletoomise, hulgimüügi, turunduse, jms, kus Kristjan Luha jagas oma varasemaid rahvusvahelisi erialaseid kogemusi nõuandvas rollis. Kristjan Luha eesmärk on koondumise kaudu tõsta OÜ Rademar konkurentsivõimet, suurendada efektiivsust ning luua uusi sünergiaid Streetbrand OÜ ning OÜ Rademar logistika ja tugifunktsioonide integreerimise, hankijate tarnetingimuste parandamise ja muude kuluefektiivsuste läbi.

Lisaks on koondumise teate esitaja oma 03.10.2025 vastuses Konkurentsiameti teabe andmise taotlusele vastanud, et Sandojo Grupp OÜ on 07.07.2025 asutatud äriühing, millel on üks osanik ja juhatuse liige – Kristjan Luha. Sandojo Grupp OÜ juhatuse ei ole käesoleva teingu osas eraldi vastu võtnud juhatuse otsuseid ega koostanud protokolle. Sandojo Grupp OÜ-l ei ole nõukogu. Kristjan Luha ja AS-i Jalajälg ning selle üle valitsevat mõju teostavaid füüsilisi isikuid⁹ ei seo mistahes suulised ega kirjalikud lepingud. Kristjan Luha ametikoht AS Jalajälg nõukogu esimehena lõppes 13.08.2024. Sandojo Grupp OÜ ei ole sõlminud krediidi- ega investeerimise lepinguid. Sandojo Grupp OÜ-l on selge plaan omandamise järgselt OÜ Rademar äritegevuse uuele kasvule pööramiseks. Kristjan Luha usub, et tema heade kontaktide, valdkonnaspetsiifiliste oskuste ja tema suhtes oleva usalduskrediidi valguses on seatud eesmärgid realiseeritavad. Lisaks eelnevale tekib ka OÜ Rademar ja OÜ Streetbrand ühe omaniku alla toomisel sünergia ja mastaabiefekt, mis aitab vähendada üldhalduskulusid, suurendada logistikalahenduste efektiivsust ning samuti suurendab maaletoojate ja teiste koostööpartneritega suheldes läbirääkimisjõudu jne. Menetluse kestel on koondumise teate esitaja kinnitanud, et Sandojo Grupp OÜ ega ka Kristjan Luha ei oma Nike kaubamärgi esindusõigust, sealhulgas ka Nike toodete maale toomise õigust Eestis ja Baltikumis.

7. Hinnang koondumisele

KonkS § 22 lg 1 kohaselt Konkurentsiamet lähtub koondumisele hinnangu andmisel vajadusest säilitada ja arendada konkurentsi, võttes seejuures arvesse kaubaturgude struktuuri ning tegelikku ja potentsiaalset konkurentsi kaubaturul, sealhulgas:

1. koondumise osaliste turupositsiooni, nende majanduslikku ja finantsjõudu ning konkurentide juurdepääsu kaubaturule;
2. juriidilisi või muid kaubaturule sisenemise tõkkeid;
3. kaupade nõudlust ja pakkumist;
4. ostjate, müüjate ja tarbijate huvisid.

⁹ Vastavalt äriregistrist avalikult kättesaadavatele andmetele on nendeks Anti Kalle ja Are Altraja.

KonkS § 22 lg 3 kohaselt keelab Konkurentsiamet koondumise, kui see oluliselt kahjustab konkurentsi kaubaturul, eelkõige turgu valitseva seisundi tekkimise või tugevnemise kaudu.

KonkS § 13 lg 1 järgi omab turgu valitsevat seisundit ettevõtja või mitu samal kaubaturul tegutsevat ettevõtjat, kelle positsioon võimaldab tal/neil sellel kaubaturul tegutseda arvestataval määral sõltumatult konkurentidest, varustajatest ja ostjatest. Turgu valitseva seisundi omamist eeldatakse, kui ettevõtjale või mitmele samal kaubaturul tegutsevale ettevõtjale kuulub kaubaturul vähemalt 40 protsenti käibest.

Esmalt peab Konkurentsiamet oluliseks käsitleda turuosaliste arvamustes esitatud väidet, et AS Jalajalg ning selle omanikuks olevad füüsilised isikud omavad väidetavalt valitsevat mõju koondumise osalise Sandojo Grupp OÜ üle. KonkS § 2 lg 4 kohaselt on valitsev mõju võimalus ühe või mitme ettevõtja poolt ühiselt või ühe või mitme füüsilise isiku poolt ühiselt teise ettevõtja aktsiate või osade omamise kaudu, tehingu või põhikirja alusel või muul viisil otseselt või kaudselt mõjutada teist ettevõtjat, mis võib seisneda õiguses oluliselt mõjutada teise ettevõtja juhtorganite koosseisu, hääletamist või otsuseid või kasutada või käsutada teise ettevõtja kogu vara või olulist osa sellest.

Äriregistri kohaselt¹⁰ omab Sandojo Grupp OÜ (registreeritud 07.07.2025) üle valitsevat mõju Kristjan Luha (100% osalus). Sandojo Grupp OÜ omab valitsevat mõju Streetbrand OÜ (90% osalus) üle. Sandojo Grupp OÜ omandas Streetbrand OÜ 14.07.2025, enne seda omas Streetbrand OÜ üle valitsevat mõju Aktsiaselts Fifaa. Aktsiaselts Fifaa üle omavad valitsevat mõju füüsilised isikud Are Altraja (50% osalus) ja Anti Kalle (50% osalus). AS Jalajalg üle omab valitsevat mõju OÜ H&F, mille üle omakorda omavad valitsevat mõju OÜ Futbol (50% osalus) ja OÜ Hakkei (50% osalus). OÜ Futbol üle omab valitsevat mõju Are Altraja (100% osalus) ja OÜ Hakkei üle omab valitsevat mõju Anti Kalle (100% osalus). Kristjan Luha oli AS Jalajalg nõukogu esimees perioodil 26.05.2020 - 13.08.2024. AS Jalajalg on Nike toodete ametlik esindaja Baltikumis¹¹.

Avalikust andmekogust ei ole tuvastatav, et Sandojo Grupp OÜ kuuluks AS Jalajalg või selle üle valitsevat mõju omavate füüsiliste isikute valitseva mõju alla. Sandojo Grupp OÜ põhikirjast ei tulene, et Sandojo Grupp OÜ üle oleks valitsev mõju teistel isikutele või ettevõtjatel peale Kristjan Luha. Menetluse käigus on Sandojo Grupp OÜ oma vastuses teabe andmise taotlusele märkinud, et Kristjan Luha ja AS Jalajalg ning selle üle valitsevat mõju teostavaid füüsilisi isikuid ei seo mistahes suulised ega kirjalikud lepingud ning Sandojo Grupp OÜ juhatus ei ole käesoleva tehingu osas eraldi vastu võtnud juhatuse otsuseid ega koostanud protokolle. Sandojo Grupp OÜ-l ei ole nõukogu. Sandojo Grupp OÜ ei ole sõlminud krediidi-ega investeerimise lepinguid.

Seega Konkurentsiamet ei tuvastanud avalikus andmebaasis toodud andmete ja Sandojo Grupp OÜ esitatud seisukohtade põhjal, et Sandojo Grupp OÜ oleks AS Jalajalg valitseva mõju all.

Koondumisele hinnangu andmisel pidas Konkurentsiamet vajalikuks välja selgitada, kas koondumine muudab kaubaturgude struktuuri viisil, mis tooks kaasa konkurentsi olulise kahjustumise. Seetõttu oli esmalt vajalik piiritleda, milliseid kaubaturge koondumine mõjutab ning seejärel hinnata konkurentsiolukorda ja selle muutust vastavatel kaubaturgudel. Konkurentsiamet kogus turuanalüüsi käigus andmeid turuosalistelt ja palus esitada andmeid spordi-, matka- ja vabaajakaupade jaemüügi käivate kohta. Turuosalisel esitasid teavet

¹⁰ <https://ariregister.rik.ee/est/> (vaadatud 08.12.2025)

¹¹ Aktsiaselts Jalajalg 2023. a majandusaasta aruanne, <https://ariregister.rik.ee/>.

kaubaturgude mahtude kohta.

7.1 Spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüük

2024. a spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüügi kaubaturu kogumaht oli ligikaudu 56 338 536 eurot. Sellest lähtuvalt oli Rademar OÜ turuosa [10-20]% ja Sandojo Grupp OÜ ning temaga valitseva mõju kaudu seotud ettevõtja Streetbrand OÜ turuosa [5-10]%. Koondumise järgselt on koondumise osaliste ühine turuosa [20-30]%. Seega tekib koondumise tulemusena horisontaalset mõjutatud kaubaturg juhendi tähenduses. Vertikaalseid seoseid ei ole.

Euroopa Komisjoni horisontaalsete ühinemiste suuniste p-s 18 on märgitud, et võib eeldada, et koondumine ei takista tõhusat konkurentsi, kui asjaomaste ettevõtjate turuosa ei ole suurem kui 25%¹². Koondumise hindamisel kasutas Konkurentsiamet ka Herfindahl-Hirschmani indeksit, millega mõõdetakse turu kontsentratsiooni taset. Järgnevas tabelis on välja toodud horisontaalselt mõjutatud kaubaturu koondumise järgne kontsentratsioonitase ja selle delta. HHI tase võib anda esialgset teavet ühinemisjärgse turu konkurentsiprobleemi kohta ning muudatust HHI-s (mida nimetatakse "deltaks") võib pidada oluliseks näitajaks ühinemisest otseselt tuleneva koondumise muudatuse kohta. Horisontaalse konkurentsiga seotud probleeme ei tuvastata tõenäoliselt turul, mille koondumisjärgne HHI on 1 000 - 2 000 ja delta on alla 250. HHI taset võib koos asjaomaste deltaga kasutada esimese märgina konkurentsiprobleemide puudumisest¹³. Alljärgnevalt on arvatud HHI tasemed ja deltagad vastavalt käivatele põhinevatele turuosadele.

Tabel 1 Horisontaalselt mõjutatud kaubaturu kontsentratsioonitase ja selle muutus.

	Spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüük 2024. a
HHI koondumiseelne	[...]
delta	[...]
HHI koondumisjärgne	[...]

Käesoleva koondumise puhul viitavad nii kaubaturu kontsentratsioonitase kui ka selle muutus, et suure tõenäosusega ei esine koondumise järgselt spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüügi kaubaturul konkurentsiprobleeme.

7.2 Spordi-, matka- ja vabaajarõivaste jaemüük

2024. a spordi-, matka- ja vabaajarõivaste jaemüügi kaubaturu kogumaht oli ligikaudu 75 043 957 eurot. Sellest lähtuvalt oli Rademar OÜ turuosa [20-30]% ja Sandojo Grupp OÜ ning temaga valitseva mõju kaudu seotud ettevõtja Streetbrand OÜ turuosa [0-5]%. Koondumise järgselt on koondumise osaliste ühine turuosa [20-30]%. Seega tekib koondumise tulemusena horisontaalset mõjutatud kaubaturg juhendi tähenduses. Vertikaalseid seoseid ei ole.

¹² Horisontaalsete ühinemise hindamise suunistes vastavalt nõukogu määrusele kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumise üle (2004/C 31/03) [eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0205\(02\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004XC0205(02)).

¹³ Horisontaalsete ühinemiste hindamise suunistes vastavalt nõukogu määrusele kontrolli kehtestamise kohta ettevõtjate koondumiste üle (2004/C 31/03).

Euroopa Komisjoni horisontaalsete ühinemiste suuniste p-s 18 on märgitud, et võib eeldada, et koondumine ei takista tõhusat konkurentsi, kui asjaomaste ettevõtjate turuosa ei ole suurem kui 25%.

Tabel 2 Horisontaalselt mõjutatud kaubaturu kontsentratsioonitase ja selle muutus.

	Spordi-, matka- ja vabaajarõivaste jaemüük 2024. a
HHI koondumiseelne	[...]
delta	[...]
HHI koondumisjärgne	[...]

Käesoleva koondumise puhul viitavad nii kaubaturu kontsentratsioonitase kui ka selle muutus, et suure tõenäosusega ei esine koondumise järgselt spordi-, matka- ja vabaajarõivaste jaemüügi kaubaturul konkurentsiprobleeme.

Konkurentsiamet leiab, et mõlemal horisontaalsel mõjutatud kaubaturul jääb koondumiste osaliste ühine turuosa alla 25%. Koondumise teate esitaja ja turuosalistes on esile toonud, et sisenemistõkkeid pigem ei esine, kuna hiljuti on Eesti turule sisenenud Decathlon, kes pakub konkurentsipurvet koondumise osalistele. Lisaks kohalikele e-poodidele tellitakse tooteid järjest enam ka rahvusvahelistest e-kaubamajadest, laiendades tarbijatele kättesaadavate toodete valikut. Tellitakse piiriülestest e-poodidest. Samuti selgus turuosalistest vastustest, et on tavaline, et tarbija tuleb kauplusesse tooteid proovima ning võrdleb samal ajal hindu internetis kättesaadavatega ja lõpuks tellib toote mõnest rahvusvahelisest e-poest. Kui konkurentidena arvestada ka piiriüleseid e-poode, on koondumise osaliste poolt saavutatav turuosa väiksem. Kaubaturgudel tegutsevate ettevõtjate suur arv ning reaalsed turule sisenemise näide võib viidata, et tegemist on madalate sisenemisbarjääridega kaubaturgudega.

Läbiviidud turuanalüüsi käigus leidsid mõned ettevõtjad, et kui Sandojo Grupp OÜ omandab Osauhingu Rademar, hakkab ühinev ettevõtja otseselt mõjutama Nike toodete turustamist Eestis. Koondumise osalistes tegutsevad jaemüügi tasandil. Koondumise teate esitaja on kinnitanud menetluse kestel, et Sandojo Grupp OÜ ega ka Kristjan Luha ei oma Nike kaubamärgi esindusõigust, sealhulgas ka Nike toodete maale toomise õigust Eestis ja Baltikumis. Seega koondumise osalistes ei kontrolli Nike toodete kaubamärgiõigusi, mistõttu neil puudub võime või stiimul turgu sulgeda ehk piirata teiste ettevõtjate juurdepääsu Nike kaubamärgiga toodetele. Käesoleval juhul müüvad koondumise osalistes üksnes tarbijatele. Läbiviidud turuanalüüsist tuleneb, et Eestis on piisavalt palju ettevõtjaid, kes omavahel aktiivselt jaemüügi kaubaturul konkureerivad ja tarbijatele jääb piisavalt alternatiive. Olulisemad konkurendid koondumise osalistele spordi-, matka- ja vabaajajalatsite jaemüügi kaubaturul on Sportland Eesti Aktsiaselts, Weekend Eesti OÜ, Deichmann Kingad OÜ, Aktsiaselts Jalajalg ja Aktsiaselts Fifaa jne. Olulisemad konkurendid koondumise osalistele spordi-, matka- ja vabaajarõivaste jaemüügi kaubaturul on Sportland Eesti Aktsiaselts, Decathlon Lietuva UAB Eesti filiaal, Aktsiaselts Jalajalg ja Aktsiaselts Fifaa jne.

Eelnevat arvestades ja menetluse käigus kogutud teavet hinnates, on Konkurentsiamet seisukohal, et koondumise tulemusena ei muutu kaubaturgude struktuur sellisel viisil, mis kahjustaks oluliselt konkurentsi. Koondumise järgselt tegutsevad kaubaturgudel mitmed konkurendid. Samuti ei tekita ega tugevda koondumine turgu valitsevat seisundit KonkS § 13 lg 1 tähenduses. Seega ei esine käesoleva koondumise puhul KonkS § 22 lg 3 nimetatud asjaolusid, mis tingiksid koondumise keelamise.

Lähtudes eelnevast ja juhindudes KonkS § 27 lg 2 p 1 otsustab Konkurentsiamet

anda loa Sandojo Grupp OÜ ja Osühing Rademar koondumisele.

Otsuse peale võib esitada vaide Konkurentsiameti peadirektorile haldusmenetluse seaduses sätestatud korras või kaebuse Tallinna Halduskohtule halduskohtumenetluse seadustikus sätestatud korras 30 päeva jooksul, arvates otsuse teatavakstegemisest.

KonkS § 27 lg 6¹ kohaselt peavad koondumise osalised koondumise jõustama kuue kuu jooksul koondumiseks loa andmise otsuse kehtima hakkamisest arvates. Konkurentsiamet võib koondumise osalise põhjendatud taotluse alusel seda tähtaega ühe korra pikendada kuni ühe aastani.

(allkirjastatud digitaalselt)

Evelin Pärn-Lee
peadirektor

Anneli Laurits
Anneli.Laurits @ konkurentsiamet.ee