



Beschluss

In dem Verwaltungsverfahren

1. GoodMills Deutschland GmbH

Haulander Hauptdeich 2

21107 Hamburg

– Beteiligte zu 1. –

Verfahrensbevollmächtigte:

Linklaters LLP

Herr Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Deselaers

Herr Rechtsanwalt Dr. René Grafunder

Königsallee 49-51

40212 Düsseldorf

2. Kampfmeyer Mühlen GmbH

Haulander Hauptdeich 2

21107 Hamburg

– Beteiligte zu 2. –

Verfahrensbevollmächtigte:

Linklaters LLP

Herr Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Deselaers

Herr Rechtsanwalt Dr. René Grafunder

Königsallee 49-51

40212 Düsseldorf

3. PMG Premium Mühlen Gruppe GmbH & Co. KG

Königstraße 1
41460 Neuss

– Beteiligte zu 3. –

Verfahrensbevollmächtigte:

Wilmer Cutler Pickering Hale and Dorr LLP

Herr Rechtsanwalt

Prof. Dr. Hans-Georg Kamann

Ulmenstraße 37-39

60325 Frankfurt am Main

zur Prüfung eines Zusammenschlussvorhabens nach § 36 Abs. 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen¹ (GWB) hat die 2. Beschlussabteilung des Bundeskartellamtes am 24. März 2015 beschlossen:

I. Das mit Schreiben vom 28. November 2014 angemeldete Vorhaben der Beteiligten zu 1. und 2., den Geschäftsbereich Hartweizen der Pfalzmühle Mannheim von der Beteiligten zu 3. zu erwerben, wird freigegeben.

II. Die Gebühr für diese Entscheidung wird auf

€[...],-

(in Worten: [...] Euro)

festgesetzt und den Beteiligten zu 1. bis 3. als Gesamtschuldern auferlegt. Dabei wird auf die Gebühr für die Freigabeentscheidung die gesondert festzusetzende Gebühr von €[...],- für die Anmeldung des Zusammenschlussvorhabens angerechnet.

¹ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Juli 2005 (BGBl. I, S. 2114; 2009 I S. 3850), zuletzt geändert durch Artikel 1 u. Artikel 4 Absatz 2 des Gesetzes vom 5. Dezember 2012 (BGBl. I S. 2403).

Gründe

A. Zusammenfassung

- (1) Die Beteiligten zu 1. und 2. (im Folgenden zusammengefasst: „GoodMills“) beabsichtigen, den Geschäftsbereich Hartweizen der Pfalzmühle Mannheim (im Folgenden: „Zielunternehmen“) von der Beteiligten zu 3. (im Folgenden: „PMG“) zu erwerben („Zusammenschlussvorhaben“).
- (2) Das Zusammenschlussvorhaben führt nicht zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs. Betroffen von dem Zusammenschlussvorhaben ist schwerpunktmäßig der Markt für Hartweizenmahlprodukte. Es kann im Ergebnis dahinstehen, ob es sich dabei um einen bundesweiten Markt handelt oder ob der Markt regional abzugrenzen und hier auf das Gebiet Südwestdeutschland zu beschränken ist. Auf diesem Markt stärkt GoodMills durch das Zusammenschlussvorhaben zwar seine bereits bestehende Stellung als Marktführer und baut diese weiter aus. Dies führt jedoch nicht dazu, dass wirksamer Wettbewerb auf dem Markt für Hartweizenmahlprodukte erheblich behindert wird. Insbesondere führt das Zusammenschlussvorhaben nicht zu der Begründung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung von GoodMills. Im Rahmen der fusionskontrollrechtlichen Prognose ist vielmehr davon auszugehen, dass GoodMills weiterhin einem hinreichenden Wettbewerbsdruck durch andere inländische und ausländische Anbieter ausgesetzt sein wird. Der Marktanteil von GoodMills wird nach Vollzug des Zusammenschlussvorhabens bei Annahme eines regionalen Marktes Südwestdeutschland zwar knapp über der Vermutungsschwelle für die Einzelmarktbeherrschung liegen. Der Marktanteilsabstand zu den nachfolgenden Wettbewerbern nimmt dabei auch zu. In dem Markt für Hartweizenmahlprodukte sind jedoch erhebliche Überkapazitäten vorhanden, die den wettbewerblichen Verhaltensspielraum von GoodMills wirksam begrenzen. Insbesondere übersteigen die bei den inländischen Wettbewerbern vorhandenen Überkapazitäten den durch das Zusammenschlussvorhaben bewirkten Marktanteilszuwachs. Es ist auch davon auszugehen, dass die anderen Anbieter diese Überkapazitäten wettbewerbswirksam einsetzen können und werden. Schon jetzt besteht eine relativ hohe Kundenwechselintensität in diesem durch ein weitgehend homogenes Produktangebot geprägten Markt, die darauf beruht, dass Kunden nachgefragte Mengen immer wieder verhältnismäßig schnell und in größerem Umfang von einem auf den anderen Anbieter verlagern. Dieses Vorgehen wird dadurch begünstigt, dass Kunden häufig eine Multiple-Sourcing Strategie verfolgen und

Mengen bei mehreren Anbietern gleichzeitig nachfragen. Die Kunden haben dabei auch die Möglichkeit, größere Mengen von weiter entfernt ansässigen Anbietern zu beziehen, da die Transportkosten nur einen relativ geringen Anteil im Verhältnis zum Preis ausmachen. Dies gilt in jedem Fall hinsichtlich der im Inland ansässigen Wettbewerber, trifft in eingeschränktem Umfang aber auch in Bezug auf ausländische Anbieter zu. Die Importe von Hartweizenmahlprodukten nach Deutschland machen bereits heute einen nicht unerheblichen Teil des Marktvolumens aus. Vor allem aus Frankreich, Luxemburg, Österreich, Spanien und Italien erfolgen dabei in größerem Umfang Lieferungen von Hartweizenmahlprodukten nach Deutschland. Diese Importe gehen schwerpunktmäßig in die südlichen Regionen Deutschlands (Baden-Württemberg, Bayern) und entfalten ihre wettbewerbliche Wirkung auf den inländischen Markt damit vor allem dort, wo die Beteiligten sowie ein Großteil der Kunden der Beteiligten ansässig sind. Insbesondere aufgrund der hohen Kundenwechselintensität besteht auch ein starker Binnenwettbewerb zwischen den führenden inländischen Anbietern, so dass das Zusammenschlussvorhaben auch nicht zu der Begründung oder Verstärkung eines fusionskontrollrechtlich problematischen Oligopols führt. Auch eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs aufgrund eines unilateralen Verhaltens unterhalb der Marktbeherrschung ist im vorliegenden Fall nicht anzunehmen. Soweit die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss ihre Preise gegenüber den Nachfragern signifikant anheben würden, hätten diese aufgrund der Homogenität des betroffenen Produktes und der hohen Überkapazitäten im Markt ausreichende Ausweichmöglichkeiten für ihre Nachfrage.

B. Sachverhalt

I. Beteiligte Unternehmen

- (3) Die Beteiligte zu 1. ist die Obergesellschaft des deutschen Teils der GoodMills-Gruppe. Die GoodMills-Gruppe ist ein international tätiger Unternehmensverbund, der vor allem im Bereich der Getreideverarbeitung tätig ist und über Mühlenstandorte in sieben Ländern verfügt. Bis vor kurzem firmierte die Beteiligte zu 1. als „VK Mühlen AG“. Die Anteile an der Beteiligte zu 1. werden zu 100% von der Leipnik-Lundenburg Invest Beteiligungs Aktiengesellschaft gehalten. Haupteigentümer der Leipnik-Lundenburg Invest Beteiligungs Aktiengesellschaft ist die Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien reg.Gen.m.b.H. Die Beteiligte zu 1. erzielte im Jahr 2013 weltweit Umsätze in Höhe von [...] €, davon in der EU Umsätze in Höhe von [...] € und in Deutschland Umsätze in Höhe von [...] €. Die Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien reg.Gen.m.b.H. einschließlich aller verbundener

Unternehmen erzielte im Jahr 2013 weltweit Umsätze in Höhe von [...] €, davon in der EU Umsätze in Höhe von [...] € und in Deutschland Umsätze in Höhe von [...] €.

- (4) Die Beteiligte zu 2. ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Beteiligten zu 1. und soll als unmittelbare Erwerberin das Zielunternehmen erwerben.
- (5) Die Beteiligte zu 3. ist ebenfalls im Bereich der Getreideverarbeitung tätig. Sie ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Bindewald und Gutting Verwaltungs-GmbH (im Folgenden: „Bindewald und Gutting-Gruppe“). Die Beteiligte zu 3. betreibt die Pfalzmühle in Mannheim, in der Weichweizen, Roggen und Hartweizen vermahlen werden. Daneben verfügt die Beteiligte zu 3. noch über weitere Standorte für die Weichweizenvermahlung in Deutschland. Die Bindewald und Gutting-Gruppe ist darüber hinaus die Obergesellschaft der Saalemühle Alsleben GmbH in Alsleben, die Weichweizen und Hartweizen vermahlt. Das Zielunternehmen erzielte im Jahr 2013 weltweit Umsätze in Höhe von [...] €, davon in der EU Umsätze in Höhe von [...] € und in Deutschland Umsätze in Höhe von [...] Mio. €.

II. Das Vorhaben

- (6) Die Beteiligten zu 1. und 2. beabsichtigen, das Zielunternehmen von der Beteiligten zu 3. [...] zu erwerben. Als Erwerberin wurde in der Anmeldung vom 28. November 2014 die Beteiligte zu 1. bezeichnet, die das Zusammenschlussvorhaben auch im eigenen Namen angemeldet hat. Der dem Zusammenschlussvorhaben zugrundeliegende Kaufvertrag vom 28. November 2014 („Kaufvertrag“), der als Anlage 2 zum Schreiben vom 19. Dezember 2014 vorgelegt worden ist, wurde demgegenüber zwischen der Beteiligten zu 2. als Käuferin und der Beteiligten zu 3. als Verkäuferin geschlossen.
- (7) Gegenstand des Zusammenschlussvorhabens ist der Geschäftsbereich Hartweizen der Pfalzmühle Mannheim. Die Pfalzmühle Mannheim wird derzeit als Mühlenstandort unter der Anschrift Mühlenstraße 1 in 68169 Mannheim von der Beteiligten zu 3. betrieben. In der Pfalzmühle Mannheim werden Weichweizen, Roggen und Hartweizen verarbeitet. Die Verarbeitung von Hartweizen erfolgt dabei auf einem separaten Mahlstrang. Gegenstand des Kaufvertrages ist [...].

III. Verfahrensgang und Struktur der Ermittlungen

1. Verfahrensgang

- (8) Mit Schreiben vom 28. November 2014, beim Bundeskartellamt per Telefax eingegangen am selben Tag, haben die Verfahrensbevollmächtigten der Beteiligten zu 1. das Zusammenschlussvorhaben namens und im Auftrag der Beteiligten zu 1. und in Abstimmung mit der Beteiligten zu 3. gemäß § 39 GWB angemeldet („Anmeldung“).
- (9) Mit Auskunftsbeschluss vom 11. Dezember 2014, den Beteiligten zu 1. und 3. jeweils per Telefax mit Empfangsbekanntnis am selben Tag zugestellt, hat die Beschlussabteilung den Beteiligten zu 1. und 3. jeweils aufgegeben, ergänzende Fragen betreffend das Zusammenschlussvorhaben zu beantworten sowie verschiedene Unterlagen betreffend das Zusammenschlussvorhaben vorzulegen.
- (10) Mit Schreiben vom 17. Dezember 2014, den Beteiligten zu 1. und 3. jeweils per Telefax mit Empfangsbekanntnis am selben Tag zugestellt, hat die Beschlussabteilung den Beteiligten zu 1. und 3. jeweils die Einleitung des Hauptprüfverfahrens gemäß § 40 Abs. 1 GWB mitgeteilt. Die Mitteilung über die Einleitung des Hauptprüfverfahrens ist als Bekanntmachung Nr. 34/2014 im Bundesanzeiger vom 14. Januar 2015 veröffentlicht worden.
- (11) Mit Schreiben vom 19. Dezember 2014, beim Bundeskartellamt per Telefax ohne Anlagen eingegangen am selben Tag, hat die Beteiligte zu 1. der Beschlussabteilung in Erfüllung ihrer Pflichten aus dem Auskunftsbeschluss vom 11. Dezember 2014 verschiedene Angaben gemacht und Informationen übermittelt. Insbesondere heißt es auf S. 12 des Schreibens vom 19. Dezember 2014 in Bezug auf die eingereichten Unterlagen: „Kaufvertrag zwischen PMG Premium Mühlen-Gruppe GmbH & Co. KG und Kampffmeyer Mühlen GmbH vom 28.11.2014 inkl. Anlagen, Anlage 2“. Der in Bezug genommene Kaufvertrag wurde als Anlage 2 zum Schreiben vom 19. Dezember 2014 in der auf dem Postweg übersandten Version, beim Bundeskartellamt gemäß Posteingangsstempel eingegangen am 22. Dezember 2014, übermittelt.
- (12) Mit Schreiben vom 19. Januar 2015, den Beteiligten zu 1. und 3. jeweils per Telefax am selben Tag übermittelt, hat die Beschlussabteilung die Beteiligten zu 1. und 3. jeweils darauf hingewiesen, dass die Anmeldung vom 28. November 2014 gemäß § 39 Abs. 3 Satz 2 Nr. 1 und 2 GWB unvollständig gewesen ist, da als Erwerberin in der Anmeldung vom 28. November 2014 die Beteiligte zu 1. genannt wird, während der Kaufvertrag vom

28. November 2014 die Beteiligte zu 2. als Käuferin bezeichnet. Die Beteiligte zu 1. wurde gebeten mitzuteilen, ob die in dem Kaufvertrag bezüglich der Beteiligten zu 2. gemachten Angaben zutreffend und aktuell sind. Darüber hinaus wurde die Beteiligte zu 1. gebeten, eine aktuelle Liste aller mit dem erwerbenden Unternehmen i.S.v. § 39 Abs. 2 Satz 4 GWB verbundenen Unternehmen mit Angabe des jeweiligen Geschäftsbetriebs einzureichen. Mit Schreiben vom 21. Januar 2015, beim Bundeskartellamt per Telefax am selben Tag eingegangen, hat die Beteiligte zu 1. bestätigt, dass die in dem Kaufvertrag bezüglich der Beteiligten zu 2. gemachten Angaben (Unternehmensname, Anschrift) zutreffend und aktuell sind.

2. Struktur der Ermittlungen

- (13) Die Beschlussabteilung hat im Rahmen der Marktermittlungen neben den Beteiligten die vier weiteren im Inland ansässigen Anbieter von Hartweizenmahlprodukten sowie neun im Ausland ansässige Anbieter von Hartweizenmahlprodukten befragt. Außerdem hat die Beschlussabteilung auf Grundlage der von den Beteiligten eingereichten Kundenlisten neunundzwanzig Nachfrager nach Hartweizenmahlprodukten befragt. Dabei handelte es sich jeweils um Nachfrager mit bedeutenden Bezugsmengen. Darüber hinaus hat die Beschlussabteilung von dem Statistischen Bundesamt Angaben über die Importe von Hartweizenmahlprodukten nach Deutschland erhalten. Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens weitere Angaben zu dem Verfahren gemacht und entsprechende Unterlagen eingereicht. Insbesondere haben die Beteiligten ein ökonomisches Gutachten vorgelegt, das unter anderem die Kundenwechsel in dem Geschäftsbereich Hartweizenmahlprodukte analysiert. Die eingereichten Unterlagen wurden im Rahmen der Ermittlungen geprüft und berücksichtigt.

C. Rechtliche Würdigung

I. Formelle Untersagungsvoraussetzungen

1. Anwendungsbereich des GWB

- (14) Das Zusammenschlussvorhaben wirkt sich gemäß § 130 Abs. 2 GWB im Inland aus.
- (15) Das Zusammenschlussvorhaben erfüllt die Voraussetzungen von § 35 Abs. 1 GWB. Die Beteiligte zu 1. erzielte im Geschäftsjahr 2013 weltweit Umsatzerlöse von mehr als

500 Mio. € und im Inland Umsatzerlöse von mehr als 25 Mio. €. Das Zielunternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2013 im Inland Umsatzerlöse von mehr als 5 Mio. €.

- (16) Die Voraussetzungen von § 35 Abs. 2 Satz 1 GWB liegen nicht vor, da die Beteiligte zu 1. und das Zielunternehmen im Geschäftsjahr 2013 jeweils Umsatzerlöse von mehr als 10 Mio. € erzielten.
- (17) Die Zuständigkeit des Bundeskartellamtes ist nicht nach § 35 Abs. 3 GWB ausgeschlossen, da die Umsatzerlöse der Beteiligten zu 1. und des Zielunternehmens nicht die in Art. 1 Abs. 2, Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates vom 20. Januar 2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen genannten Schwellenwerte erreichen und eine Zuständigkeit der Europäischen Kommission somit nicht gegeben ist.

2. Zusammenschlusstatbestand

- (18) Das angemeldete Zusammenschlussvorhaben erfüllt die Zusammenschlusstatbestände des Vermögenserwerbs (§ 37 Abs. 1 Nr. 1 GWB) und des Kontrollerwerbs (§ 37 Abs. 1 Nr. 2 GWB). Ein Vermögenserwerb i.S.v. § 37 Abs. 1 Nr. 1 GWB liegt vor, wenn das Vermögen eines anderen Unternehmens ganz oder zu einem wesentlichen Teil erworben wird. Ein wesentlicher Unternehmensteil i.S.v. § 37 Abs. 1 Nr. 1 GWB liegt vor, wenn die erworbenen Vermögensgegenstände sich als betriebliche Teileinheit mit marktwirtschaftlicher Tätigkeit und im Hinblick auf die Marktstellung des Veräußerers qualitativ eigener Bedeutung von dem übrigen Vermögen aufgrund ihrer organisatorischen Selbständigkeit oder ihrer räumlichen Trennung oder ihrer speziellen Produktions- oder Vertriebsziele deutlich unterscheiden². Dies ist hier im Hinblick auf das Zielunternehmen der Fall. Bei dem Geschäftsbereich Hartweizen handelt es sich [...] um einen eigenständigen Betriebs- teil der Pfalzmühle in Mannheim. [...] Das Zielunternehmen stellt insbesondere auch einen Vermögensteil i.S.v. § 37 Abs. 1 Nr. 2a GWB dar, über den die Erwerberin aufgrund des Zusammenschlussvorhabens die Kontrolle erwirbt.

II. Materielle Untersagungsvoraussetzungen

- (19) Das Zusammenschlussvorhaben erfüllt nicht die Untersagungsvoraussetzungen gemäß § 36 Abs. 1 GWB. Ein Zusammenschluss ist gemäß § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB zu untersagen, wenn durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb erheblich behindert wür-

de, insbesondere von dem Zusammenschluss zu erwarten ist, dass er eine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt, sofern nicht einer der in § 36 Abs. 1 Satz 2 GWB genannten Fälle vorliegt. Das Zusammenschlussvorhaben erfüllt weder auf den absatzseitig betroffenen Märkten für die Verarbeitung von Hartweizen noch auf dem beschaffungsseitig betroffenen Markt für den Bezug von Hartweizen die in § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB genannten Voraussetzungen.

1. Marktabgrenzung

a) Sachlich relevanter Markt

- (20) Die von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen Geschäftsbereiche sind auf der Absatzseite die Verarbeitung von Hartweizen (hierzu unter aa)) und auf der Beschaffungsseite der Bezug von Hartweizen (hierzu unter bb)).

aa) Verarbeitung von Hartweizen

- (21) Der von dem Zusammenschlussvorhaben auf der Absatzseite schwerpunktmäßig betroffene sachlich relevante Markt ist der Markt für die Herstellung und den Vertrieb von Hartweizenmahlprodukten („Markt für Hartweizenmahlprodukte“). Dieser Markt umfasst die bei der Vermahlung von Hartweizen anfallenden Hauptprodukte (Hartweizengrieß, Hartweizendunst, Hartweizenmehl). Nicht einbezogen in diesen Markt sind Hartweizenprodukte, die nicht durch Vermahlung, sondern durch andere Verarbeitungsschritte hergestellt werden (Hartweizenkörner), sowie Hartweizennachprodukte, die als Nebenprodukte bei der Verarbeitung von Hartweizen anfallen (Hartweizennachmehl, Hartweizenkleie).
- (22) Ob der Geschäftsbereich Hartweizenkörner einen einheitlichen sachlich relevanten Markt darstellt oder im Rahmen der sachlichen Marktabgrenzung weiter zu unterteilen ist, braucht im Rahmen des vorliegenden Verfahrens nicht entschieden zu werden, weil es darauf für die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens nicht ankommt.

² *Kallfaß* in Langen/Bunte, Kartellrecht, Band 1, Deutsches Kartellrecht, 12. Aufl., § 37, Rn. 6 ff. m.w.N.

- (23) Im Hinblick auf den Geschäftsbereich Hartweizennachprodukte ist nicht von einem eigenständigen sachlich relevanten Markt auszugehen. Hartweizennachprodukte sind vielmehr Bestandteil eines größer abzugrenzenden Marktes für Getreidenachprodukte bzw. Futtermittel. Die genaue Marktabgrenzung kann aber auch insoweit dahinstehen, weil es darauf für die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens nicht ankommt.

(1) Darstellung der Getreideverarbeitung

- (24) Als Getreide wird eine Gruppe von Pflanzen bezeichnet, die wegen ihrer Körnerfrüchte kultiviert werden und deren Körner als Grundnahrungsmittel zur menschlichen Ernährung bzw. als Viehfutter verwendet werden. Daneben werden auch die geernteten Körnerfrüchte als Getreide bezeichnet. Wichtige Getreidesorten sind Weizen, Dinkel, Roggen und Gerste. Daneben werden auch Mais, Reis und Hirse als Getreide bezeichnet. Beim Weizen wird zwischen Weichweizen und Hartweizen unterschieden. Weichweizen – auch als Brotweizen bezeichnet – ist eine der ältesten Kulturpflanzen und die wirtschaftlich bedeutendste Weizenart. Weichweizen wird in verarbeiteter Form insbesondere zur Herstellung von Brot, anderen Backwaren, Malz, Futtermitteln und zur Stärkegewinnung eingesetzt. Im Unterschied zum Hartweizen hat Weichweizen ein deutlich weiches, mehliges Korn und einen geringeren Proteinanteil. Hartweizen – auch als Durum bezeichnet – ist nach Weichweizen die wirtschaftlich bedeutendste Weizenart. Er verfügt über einen hohen Glutengehalt und weist einen höheren Proteingehalt sowie einen niedrigeren Stärkegehalt als Weichweizen auf. Hartweizen wird in verarbeiteter Form vor allem zur Herstellung von Teigwaren – insbesondere von Nudelprodukten – genutzt. Daneben verwenden auch Molkereien sowie die Hersteller von Desserts und Kindernahrungsmitteln Hartweizenprodukte. Roggen ist eine Getreideart, die zur Brotherstellung, als Hoffutter, als Mischfutter sowie zur Herstellung von Bioenergie genutzt wird. (Weich-) Weizen und Roggen werden zusammenfassend auch als Brotgetreide bezeichnet.
- (25) Hinsichtlich der Verarbeitung von Getreide wird zwischen der Getreidevermahlung und der sonstigen Verarbeitung von Getreide unterschieden. Die Vermahlung von Getreide erfolgt in einer Getreidemühle. Dabei wird das Getreide in einem ersten Schritt gereinigt. Die Vorreinigung erfolgt vor der Einlagerung und beseitigt insbesondere Stroh, Erdklumpen oder Steine. Im Rahmen der weiteren Reinigung sibt zunächst ein sogenannter Separator weitere Bestandteile aus, die größer oder kleiner als Getreidekörner sind. Im Aspirateur werden leichtere Teilchen wie Stroh oder Staub im Luftstrom aussortiert. Zudem

werden zur Sicherung einer hohen Produktqualität andersfarbige Körner mittels Farbausleser aussortiert. Bei der Vermahlung selbst wird Getreide anschließend auf Walzenstühlen, die sich mit unterschiedlicher Drehzahl gegenläufig drehen, zerkleinert. Daraufhin werden die Mehl- und Schalenteilchen mit Hilfe von Sieben voneinander getrennt. Nach der Vermahlung des Getreides wird das Mahlgut durch den Plansichter, ein Gerät mit mehreren übereinander gestapelten Sieben unterschiedlicher Maschenweite, sortiert. Diese als Passage bezeichnete Abfolge von Mahlen und Sieben wird so oft wiederholt, bis der geplante Trennungsgrad von Schalen- und Mehlteilchen erreicht ist. Abschließend findet noch einmal eine Reinigung statt.

- (26) Als Mahlerzeugnisse fallen während des Mahlprozesses vor allem Mehl, Grieß und Dunst an. Daneben entstehen noch Kleie und Nachmehl als Nachprodukte der Getreidevermahlung. Als Mehl wird das durch die Vermahlung des Getreides entstehende Pulver bezeichnet. Beim Mehl lassen sich gemäß DIN 10335 verschiedene Mehltypen nach dem Anteil der enthaltenen Mineralstoffe unterscheiden. Mehl wird insbesondere zur Herstellung von Backwaren verwendet. Als Grieß werden Teilstückchen des Getreidekorns mit einer Größe von 0,3 bis 1 mm bezeichnet. Die Herstellung von Grieß ähnelt der Herstellung von Mehl, allerdings wird dabei die Mühle anders eingestellt. Die feinere Mehlfraktion, die bei diesem Mahlvorgang gleichzeitig entsteht, wird später ausgesiebt. Als Dunst wird ein Mahlprodukt bezeichnet, das ebenfalls bei der Vermahlung von Getreide entsteht und feiner als Grieß, aber nicht so fein wie Mehl ist. Die Teilchengröße von Dunst beträgt 0,15 bis 0,3 mm. Bei der sonstigen Getreideverarbeitung wird das Getreide nicht vermahlen, sondern durch andere Verarbeitungsschritte behandelt und weiterverarbeitet. Hartweizenkörner werden dementsprechend nicht vermahlen, sondern in speziellen Maschinen geschliffen. Die geschliffenen Hartweizenkörner werden für die Herstellung bestimmter Frühstückscerealien verwendet.

(2) Grundsätze der sachlichen Marktabgrenzung

- (27) Ausgangspunkt bei der Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes ist nach ständiger Rechtsprechung und Verwaltungspraxis das sogenannte Bedarfsmarktkonzept³. Danach sind einem bestimmten relevanten Markt alle Produkte oder Dienstleistungen zuzurech-

³ BGH, Beschluss vom 21. Dezember 2014, KVR 26/03, WuW/E DE-R 1419, 1423 – *Deutsche Post/trans-offlex* m.w.N.; *Bardong* in Langen/Bunte, Kartellrecht, Band 1, Deutsches Kartellrecht, 12. Aufl., § 18, Rn. 15 ff. m.w.N.

nen, die aus Sicht der Nachfrager nach Eigenschaft, Verwendungszweck und Preislage zur Deckung eines bestimmten Bedarfs austauschbar sind⁴. Das Bedarfsmarktkonzept stellt auf die funktionelle Austauschbarkeit aus Sicht der jeweiligen Marktgegenseite ab.

- (28) Das allein auf das Nachfrageverhalten abstellende Bedarfsmarktkonzept bedarf allerdings eines Korrektivs, wenn es nicht geeignet ist, das Ziel der Marktabgrenzung, die relevanten Wettbewerbskräfte zu ermitteln und adäquat abzubilden, zu erreichen⁵. In diesem Fall ist ergänzend auf das Konzept der Angebotsumstellungsflexibilität bzw. Produktionsumstellungsflexibilität zurückzugreifen⁶. Das Konzept der Angebotsumstellungsflexibilität beruht auf der Erkenntnis, dass ein die Verhaltensspielräume kontrollierender Wettbewerb auch von Anbietern ähnlicher Produkte ausgeht, die ihr Angebot kurzfristig umstellen können, um eine bestehende Nachfrage zu befriedigen⁷. Im Rahmen der Marktabgrenzung kann eine mögliche Angebotsumstellungsflexibilität allerdings nur dann Berücksichtigung finden, wenn die Anbieter ähnlicher Produkte bereit und in der Lage sind, ihre Produktion kurzfristig und mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand umzustellen⁸.

(3) Auffassung der Beteiligten zur sachlichen Marktabgrenzung

- (29) Die Beteiligten vertreten die Auffassung, dass auf der Absatzseite ein Markt für Hartweizenmahlprodukte abzugrenzen sei, der jedenfalls die Produkte Hartweizengrieß und Hartweizenmehl umfasse⁹. Ob auch Hartweizenkörner in den sachlich relevanten Markt einzubeziehen sind, könne hier dahinstehen¹⁰. In Bezug auf die Produktion von Hartweizengrießen (grob- oder feinkörnig), Hartweizenmehl, Nachmehl und Kleie bestehe eine vollständige Angebotsumstellungsflexibilität im fusionskontrollrechtlichen Sinn, da alle Produkte auf denselben Maschinen hergestellt werden. Folgerichtig böten alle Hersteller von Hartweizengrießen auch die anderen Hartweizenmahlprodukte wie Hartweizenmehl, Nachmehl und Kleie an, zumal diese bei der Vermahlung ohnehin anfielen. Eine

⁴ BGH, Deutsche Post/trans-o-flex, a.a.O.

⁵ BGH, Beschluss vom 16. Januar 2007, KVR 12/06, WuW/E DE-R 1925 ff. – National Geographic II, Rz. 19.

⁶ BGH, National Geographic II, Rz. 19 m.w.N.; *Bardong* in Langen/Bunte, Kartellrecht, Band 1, Deutsches Kartellrecht, 12. Aufl., § 18, Rn. 35 ff. m.w.N.

⁷ BGH, National Geographic II, Rz. 19.

⁸ BGH, National Geographic II, Rz. 20.

⁹ Anmeldung der Beteiligten zu 1. vom 28. November 2014, S. 3; Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 3.

¹⁰ Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 3

Umstellung der Produktion auf die Herstellung geschliffener Hartweizenkörner setze demgegenüber den Erwerb einer entsprechenden Schleif- bzw. Peelingmaschine voraus.

(4) Sachliche Marktabgrenzung der Beschlussabteilung

- (30) Bei der Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes stellt sich zunächst die Frage, ob insoweit von einem einheitlichen Markt für Getreideverarbeitung auszugehen ist oder ob dabei zwischen der Verarbeitung von verschiedenen Getreidesorten unterschieden werden muss. Der Bundesgerichtshof hat bereits in der Entscheidung *Kampffmeyer-Plange* ausgeführt, dass Weizen- und Roggenmehl hinsichtlich ihrer Verarbeitung und der Beschaffenheit der Endprodukte so verschieden sind, dass beide Mehlsorten, auch im Hinblick auf die Verbrauchergewohnheiten, im Allgemeinen nicht austauschbar sind¹¹. Dasselbe gilt nach dem Ergebnis der Ermittlungen grundsätzlich auch im Verhältnis zwischen Hartweizenprodukten und Weichweizenprodukten bzw. zwischen Hartweizenprodukten und sonstigen verarbeiteten Getreidesorten. Hartweizenprodukte – d.h. Hartweizenmahlprodukte (Hartweizengrieß, Hartweizendunst, Hartweizenmehl), Hartweizenkörner und Hartweizennachprodukte (Hartweizennachmehl und Hartweizenkleie) – unterscheiden sich in ihren Verwendungsmöglichkeiten jedenfalls insoweit von anderen verarbeiteten Getreidesorten, als Hartweizenmahlprodukte und Hartweizenkörner betroffen sind. Hartweizenmahlprodukte werden schwerpunktmäßig für die Herstellung von Nudeln bzw. Teigwaren verwendet. Getreidemahlprodukte aus Weichweizen und Roggen werden dagegen vor allem bei der Herstellung von Backwaren (Brote, Brötchen, Kuchen) eingesetzt. Dementsprechend unterscheiden sich auch die jeweiligen Nachfragergruppen. Während Kunden der Hersteller von Hartweizenprodukten vor allem Nudelhersteller sind, werden Weichweizen- und Roggenprodukte im industriellen Rahmen von Backwarenherstellern bzw. im Kleinverpackungsformat von dem Lebensmitteleinzelhandel nachgefragt. Eine funktionelle Austauschbarkeit aus Sicht der Nachfrager liegt deshalb insoweit nicht vor.
- (31) Eine Besonderheit besteht hier allerdings im Hinblick auf Hartweizennachprodukte. Hartweizennachprodukte (Hartweizennachmehl und Hartweizenkleie) fallen bei der Produktion von Hartweizenmahlprodukten als Nebenprodukte an und werden nicht für die Lebensmittelherstellung verwendet, sondern als Futtermittel an die Futtermittelindustrie verkauft. Dabei werden die entsprechenden Hartweizennachprodukte oft mit Nachproduk-

¹¹ BGH, Beschluss vom 7. März 1989, KVR 3/88 – *Kampffmeyer-Plange*, Rz. 16.

ten aus der Verarbeitung anderer Getreidesorten vermengt oder durch diese ersetzt¹². Insoweit ist deshalb jedenfalls bis zu einem gewissen Grad von einer Austauschbarkeit der verschiedenen Getreidenachprodukte aus Sicht der Nachfrager auszugehen. Dagegen unterscheiden sich Hartweizennachprodukte in ihrer Verwendung wesentlich von Hartweizenmahlprodukten sowie Hartweizenkörnern und sind mit diesen nicht zu einem einheitlichen sachlich relevanten Markt zusammenzufassen. Hartweizennachprodukte sind vielmehr dem Bereich Futtermittel zuzuordnen. Die genaue Marktabgrenzung kann dabei allerdings dahinstehen, weil es darauf für die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens nicht ankommt.

- (32) Betrachtet man das Verhältnis zwischen Hartweizenmahlprodukten und Hartweizenkörnern einerseits sowie Vermahlungsprodukten aus anderen Getreidesorten andererseits, so kommt eine Zusammenfassung dieser Produkte in einem einheitlichen sachlichen relevanten Markt auch nicht unter dem Aspekt der Angebotsumstellungsflexibilität in Betracht. Eine Vermahlung von verschiedenen Getreidesorten auf denselben Anlagen ist – außer in dem Sonderfall einer sogenannten Kombimühle – nicht möglich. Eine Umstellung von Hartweizenvermahlung auf Weichweizenvermahlung bzw. von Weichweizenvermahlung auf Hartweizenvermahlung setzt zeitlich aufwendige und kostenintensive technische Umrüstungen bzw. Neuanschaffungen von Maschinen und Anlagen voraus¹³. Es ist deshalb nicht möglich, die Produktion kurzfristig und mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand entsprechend umzustellen.
- (33) Hartweizenmahlprodukte und Hartweizenkörner sind damit im Rahmen der sachlichen Marktabgrenzung von Vermahlungsprodukten aus anderen Getreidesorten zu unterscheiden. Es stellt sich die Frage, ob Hartweizenmahlprodukte einerseits und Hartweizenkörner andererseits einem einheitlichen sachlich relevanten Markt zuzuordnen sind. Aus Nachfragersicht ist eine funktionelle Austauschbarkeit insoweit nicht gegeben. Während Hartweizenmahlprodukte schwerpunktmäßig bei der Nudelherstellung Verwendung finden, werden Hartweizenkörner vor allem bei der Herstellung von Frühstückscerealien eingesetzt. Eine Angebotsumstellungsflexibilität auf Seiten der Hersteller besteht ebenfalls nicht. Hartweizenkörner werden im Gegensatz zu Hartweizenmahlprodukten nicht vermahlen, sondern auf bestimmten Maschinen geschliffen. Zum Schleifen werden ent-

¹² Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 3; Schreiben der Beteiligten zu 3. vom 22. Dezember 2014, S. 4 f.

¹³ Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 3 f.

weder spezielle Schleifmaschinen verwendet oder sogenannte Peelingmaschinen benutzt, die eigentlich zur Schadstoffreduktion eingesetzt werden, aber nach Umbaumaßnahmen auch zum Schleifen von Hartweizenkörnern verwendet werden können¹⁴. In Deutschland verfügen nur einige Anbieter über entsprechende Maschinen, so dass geschliffene Hartweizenkörner nicht von allen Hartweizenmühlen angeboten werden. Der Erwerb bzw. die Umrüstung entsprechender Maschinen ist zeitlich aufwendig und kostenintensiv¹⁵. Es ist deshalb nicht möglich, die Produktion kurzfristig und mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand entsprechend umzustellen. Hartweizenmahlprodukte einerseits und Hartweizenkörner andererseits sind deshalb nicht in denselben sachlich relevanten Markt einzubeziehen. Ob Hartweizenkörner einen einheitlichen sachlich relevanten Markt bilden oder ob dieser Bereich im Rahmen der sachlichen Marktabgrenzung weiter zu unterteilen ist, braucht im Rahmen des vorliegenden Verfahrens nicht entschieden zu werden, weil es darauf für die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens nicht ankommt.

- (34) Betrachtet man den Bereich Hartweizenmahlprodukte, so stellt sich als Nächstes die Frage, ob dieser einen einheitlichen sachlich relevanten Markt bildet oder ob insoweit zwischen den Bereichen Mehl, Dunst und Grieß zu unterscheiden ist. Dabei ist zunächst zu berücksichtigen, dass Hartweizendunst zwar als Kategorie im Rahmen der gesetzlich geregelten Meldepflichten und Statistiken erscheint, aber als eigenständiger Begriff in der unternehmerischen Praxis nicht verwendet wird¹⁶. Die statistisch als Hartweizendunst erfassten Mengen werden von den Unternehmen nicht separat vermarktet, sondern den Produktbereichen Hartweizengrieß bzw. Hartweizenmehl zugeordnet. Im Hinblick auf die Unterscheidung zwischen Hartweizengrieß und Hartweizenmehl kommt man bei Anwendung des Bedarfsmarktkonzepts zu dem Ergebnis, dass diese Produkte aus Nachfragersicht nicht gegeneinander austauschbar sind, da sie unterschiedlichen Verwendungszwecken dienen und von verschiedenen Kundengruppen nachgefragt werden. Während Hartweizengrieß für die Herstellung von Nudeln eingesetzt und von Teigwarenherstellern nachgefragt wird, erfolgt der Absatz von Hartweizenmehl an Hersteller von Backwaren, die damit bestimmte Backprodukte (z.B. Ciabatta) herstellen. Dieses Ergebnis ist allerdings unter dem Aspekt der Angebotsumstellungsflexibilität zu korrigieren, da

¹⁴ Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 2 f.

¹⁵ Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 3; Schreiben der Beteiligten zu 3. vom 22. Dezember 2014, S. 4.

eine separate Betrachtung der Segmente Hartweizengrieß und Hartweizenmehl im Rahmen der sachlichen Marktabgrenzung die tatsächlichen Wettbewerbsverhältnisse in dem Bereich Hartweizenvermahlung nicht adäquat abbilden würde. Insoweit ist zunächst festzuhalten, dass der Schwerpunkt der Hartweizenvermahlung bezogen auf die hergestellte bzw. abgesetzte Menge an Hartweizenmahlprodukten ganz eindeutig im Bereich Hartweizengrieß liegt. Der Anteil, den die abgesetzte Menge an Hartweizenmehl am Gesamtumsatz der Hartweizenmahlprodukte ausmacht, liegt sowohl bei der Beteiligten zu 1. als auch bei der Beteiligten zu 3. jeweils bei weniger als [...]%. Der Großteil der hergestellten bzw. abgesetzten Menge an Hartweizenmehl fällt als Kuppelprodukt bei der Produktion von Hartweizengrieß mit an¹⁷. Nur vereinzelt wird Hartweizenmehl als eigenständiges Produkt hergestellt. Hartweizengrieß und Hartweizenmehl werden auf denselben Maschinen vermahlen. Die Produktion von Hartweizengrieß und Hartweizenmehl ist damit so eng miteinander verknüpft, dass insoweit von einem einheitlichen sachlich relevanten Markt auszugehen ist.

- (35) Eine weitere Unterteilung des Marktes für Hartweizenmahlprodukte nach Qualitätsstufen der hergestellten Produkte kommt nicht in Betracht. Bei der Herstellung von Hartweizengrießen wird zwischen verschiedenen Qualitätsstufen unterschieden¹⁸. Wesentliches Qualitätskriterium ist der Ausmahlungsgrad (Aschegehalt) und die sich daraus ergebenden Qualitätsparameter Granulation, Proteinqualität und Gelbwert. Bei der Produktion von hochwertigem Hartweizengrieß (sogenannter SSSE-Grieß) erfolgt eine geringere Ausmahlung, während niedrigere Qualitätsstufen (sogenannter Feingrieß) stärker vermahlen werden. Bei der Herstellung von SSSE-Grieß werden zudem hochwertige Getreidemischungen eingesetzt, die aus bestimmten Anbaugebieten (z.B. aus Kanada, USA, Frankreich, Deutschland, Österreich, Italien) stammen. SSSE-Grieß ist aufgrund der geringen Vermahlung gold-gelb, während Feingrieß eher grau ist und einen höheren Mineralstoffgehalt sowie einen geringeren Gelbpigmentgehalt hat. Bei SSSE-Grieß und Feingrieß handelt es sich um Kuppelprodukte, da bei der Herstellung von SSSE-Grieß stets auch Feingrieß zu einem bestimmten Anteil anfällt. Auch wenn eine Unterscheidung nach Qua-

¹⁶ Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 2; Schreiben der Beteiligten zu 3. vom 22. Dezember 2014, S. 2 .

¹⁷ Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 2 f.

litätsstufen im Rahmen der sachlichen Marktabgrenzung bei Anwendung des Bedarfsmarktkonzepts in Betracht kommen könnte, da SSSE-Grieß von den Kunden eher zur Herstellung von hochwertigeren Markenprodukten eingesetzt wird, ist unter dem Aspekt der Angebotsumstellungsflexibilität eine einheitliche Marktabgrenzung geboten. Die Herstellung von Hartweizengrieß der unterschiedlichen Qualitätsstufen erfolgt auf denselben Maschinen. Die Hersteller haben insbesondere auch die Möglichkeit, die Produktion von SSSE-Grieß jederzeit durch Einstellung des entsprechenden Ausmahlungsgrads und den Bezug entsprechender Vorprodukte ohne größeren wirtschaftlichen Aufwand zu erhöhen.

- (36) Eine weitere Unterteilung des Marktes für Hartweizenmahlprodukte nach Verpackungs- bzw. Gebindegröße kommt ebenfalls nicht in Betracht. Der Bundesgerichtshof hat in der Entscheidung *Kampffmeyer-Plange* ausgeführt, dass bei Weichweizenmehl eine Unterscheidung zwischen Haushaltsmehl und Industriemehl geboten ist, die der Annahme eines einheitlichen sachlich relevanten Marktes für Weichweizenmehl entgegensteht¹⁹. Das Fehlen einer endverbrauchergerechten Portionierung schließe ein Ausweichen des Handels, der Industriemehl mangels geeigneter Verpackungsanlagen nicht selbst umpacken könne, aus, da dies nur unter besonderen Investitions- und Organisationsanstrengungen möglich sei. Im Gegensatz zur Weichweizenvermahlung spielt der Vertrieb von Getreidemahlprodukten in Kleinverpackungen dagegen bei Hartweizen nur eine untergeordnete Rolle und hat auf die Marktstellung der entsprechenden Anbieter keinen Einfluss. Der Absatz von Hartweizenmahlprodukten geht nahezu vollständig an Industriekunden. Die Lieferung der Produkte erfolgt dabei entweder abgesackt (z.B. in 25 kg Säcken) oder lose (Lieferung in Silofahrzeugen). Vor diesem Hintergrund ist bei Hartweizenmahlprodukten die Annahme getrennter Märkte für Industrie- und Haushaltsmahlprodukte unter Berücksichtigung der jeweiligen Verpackungs- bzw. Gebindegrößen nicht sachgerecht, um die Wettbewerbsverhältnisse in diesem Bereich adäquat abzubilden.

¹⁸ Schreiben der Beteiligten zu 1. vom 19. Dezember 2014, S. 4 f.; Schreiben der Beteiligten zu 3. vom 22. Dezember 2014, S. 5 f.

¹⁹ BGH, *Kampffmeyer-Plange*, Rz. 12 ff..

bb) Bezug von Hartweizen

- (37) Der von dem Zusammenschlussvorhaben auf der Beschaffungsseite betroffene sachlich relevante Markt ist der Markt für den Bezug von Hartweizen („Markt für den Bezug von Hartweizen“).

(1) Darstellung des Bezugs von Hartweizen

- (38) Hartweizen wird in verschiedenen Regionen der Welt angebaut. Große Anbaugelände befinden sich insbesondere in den USA, Kanada, der Türkei und Kasachstan. In Europa wird Hartweizen außer in Deutschland vor allem auch in Frankreich, Italien, Spanien und Griechenland angebaut. Während ein Teil der Hartweizenmengen in den Anbauländern selbst abgesetzt wird, wird ein erheblicher Teil exportiert. Der Handel mit Hartweizen erfolgt dabei weltweit. Der Import nach Deutschland erfolgt durch nationale bzw. internationale Landhandelsunternehmen, die den Hartweizen im Inland vertreiben.

(2) Sachliche Marktabgrenzung

- (39) Der Markt für den Bezug von Hartweizen ist nach dem Bedarfsmarktkonzept als eigenständiger Beschaffungsmarkt abzugrenzen und von dem Bezug anderer Getreidesorten zu unterscheiden. Die Nachfrage der Hartweizenmühlen als Verarbeiter von Hartweizen auf der Beschaffungsseite wird wesentlich durch die Nachfrage geprägt, der die Hartweizenmühlen auf der Absatzseite bei dem Vertrieb von Hartweizenmahlprodukten gegenüberstehen. Da sich Hartweizenmahlprodukte in ihrem Verwendungszweck wesentlich von Produkten aus anderen Getreidesorten unterscheiden, besteht aus Sicht der Nachfrager nach Hartweizenmahlprodukten insoweit keine funktionale Austauschbarkeit. Daraus leitet sich aber auch die Nachfrage der Hartweizenmühlen auf der Beschaffungsseite ab, die aufgrund der spezifischen Eigenschaften von Hartweizen nun ihrerseits keine Möglichkeit haben, bei dem Bezug des Vorprodukts auf andere Getreidesorten auszuweichen.

b) Räumlich relevanter Markt

- (40) Die Frage, wie der von dem Zusammenschlussvorhaben auf der Absatzseite schwerpunktmäßig betroffene sachlich relevante Markt für Hartweizenmahlprodukte in räumlicher Hinsicht abzugrenzen ist, braucht hier nicht abschließend entschieden zu werden, weil es darauf für die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens

nicht ankommt, auch wenn gute Gründe dafür sprechen, insoweit von einem auf das Gebiet Südwestdeutschland beschränkten regionalen Markt auszugehen (hierzu unter aa)) Im Hinblick auf die weiteren von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen Geschäftsbereiche „Hartweizenkörner“ und „Hartweizennachprodukte“ braucht ebenfalls nicht über die räumliche Marktabgrenzung entschieden zu werden, weil es darauf für die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens nicht ankommt. Die genaue räumliche Abgrenzung des von dem Zusammenschlussvorhaben auf der Beschaffungsseite betroffenen sachlich relevanten Marktes für den Bezug von Hartweizen kann im Ergebnis auch dahinstehen (hierzu unter bb)).

aa) Hartweizenmahlprodukte

- (41) Es sprechen gute Gründe dafür, den von dem Zusammenschlussvorhaben schwerpunktmäßig betroffenen Markt für Hartweizenmahlprodukte regional abzugrenzen und hier auf das Gebiet Südwestdeutschland zu beschränken.

(1) Grundsätze der räumlichen Marktabgrenzung

- (42) Der für die Zusammenschlusskontrolle räumlich relevante Markt ist nach dem Bedarfsmarktkonzept der Markt, auf den sich das Zusammenschlussvorhaben auswirkt²⁰. Dieser Markt umfasst alle Nachfrager, die nach den tatsächlichen Verhältnissen des konkreten Falles als Abnehmer für das Angebot der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen in Betracht kommen und deren wettbewerbliche Handlungsmöglichkeiten durch den Zusammenschluss betroffen, insbesondere beschränkt werden können²¹. Der räumlich relevante Markt grenzt den Kreis der Nachfrager ab, auf den es für die Beurteilung des Zusammenschlusses ankommt²².
- (43) Als Ausgangspunkt für die Bestimmung des räumlich relevanten Marktes ist zunächst das Gebiet zu betrachten, in dem die Beteiligten ihre Waren bzw. Dienstleistungen anbieten („Einzugsgebiet“)²³. Eine solche angebotsseitige Betrachtung kann allerdings nur ein erster Schritt bei der Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes sein, da sie nicht hinrei-

²⁰ BGH, Beschluss vom 16. Januar 2008, KVR 26/07, WuW/E DE-R 2327 ff. – *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 69.

²¹ BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 69.

²² BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 69.

chend das tatsächliche Nachfrageverhalten der von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen Nachfrager berücksichtigt. Der räumlich relevante Markt kann deshalb größer oder kleiner als das Einzugsgebiet der Beteiligten sein.

- (44) In einem nächsten Schritt ist deshalb im Rahmen einer nachfrageseitigen Betrachtung zu untersuchen, bei welchen Anbietern die Nachfrager in einem bestimmten Gebiet ihre Waren bzw. Dienstleistungen beziehen. Ist der Anteil der in diesem Gebiet ansässigen Anbieter am Gesamtbezugsvolumen der betreffenden Nachfrager („Eigenversorgungsanteil“) relativ hoch, spricht dies eher für die Annahme eines eigenständigen räumlich relevanten Marktes. Dabei kommt es nicht auf das potenzielle, sondern auf das tatsächliche Verhalten der Nachfrager an²⁴. Überregionale Bezugsmöglichkeiten („Auswanderungen“) sind daher nicht als Ausweichmöglichkeiten zu berücksichtigen, wenn sie von den Nachfragern faktisch nicht oder kaum wahrgenommen werden²⁵. Mögliche räumliche Ausweichmöglichkeiten sind allerdings im Rahmen der wettbewerblichen Beurteilung zu berücksichtigen, wenn sie den wettbewerblichen Verhaltensspielraum der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen einschränken.²⁶
- (45) Gebiete, die an das Einzugsgebiet angrenzen, sind dann in den räumlich relevanten Markt einzubeziehen, wenn die dort ansässigen Nachfrager Waren bzw. Dienstleistungen in einem relevanten Umfang bei im Einzugsgebiet ansässigen Anbietern beziehen („Einpendlerquote“)²⁷. Dabei kommt es nicht auf eine wechselseitige Marktdurchdringung an. Einpendlerquoten, die eine bloß unbedeutende Randunschärfe darstellen, sind bei der Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes nicht zu berücksichtigen²⁸.

²³ BGH, Beschluss vom 8. November 2011, KVZ 14/11, Rz. 11; *Bardong* in Langen/Bunte, Kartellrecht, Band 1, Deutsches Kartellrecht, 12. Aufl., § 18, Rn. 51.

²⁴ BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 65.

²⁵ BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 65.

²⁶ BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 67.

²⁷ BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 73; BGH, KVZ 14/11, Rz. 11.

²⁸ BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 73.

(2) Auffassung der Beteiligten zur räumlichen Marktabgrenzung

- (46) Die Beteiligten vertreten die Auffassung, dass der räumlich relevante Markt für Hartweizenmahlprodukte mindestens bundesweit abzugrenzen sei²⁹. Eine Belieferung der Abnehmer von Hartweizenmahlprodukten in Deutschland erfolge von Hartweizenmühlen aus dem In- und Ausland. Im Durchschnitt ließen sich für die deutschen Mühlen bei Hartweizenmahlprodukten Lieferradien von mindestens 400-500 km annehmen, so dass viele Mühlen bereits für sich betrachtet das Bundesgebiet fast vollständig abdecken würden. Zudem erfolgten Lieferungen teilweise auch darüber hinaus. Für beide Beteiligten seien von Mannheim aus Kunden im gesamten Bundesgebiet und insbesondere auch im Norden, Westen und Osten erreichbar. Abgesehen von der Beteiligten zu 3., die über die Hartweizenmühlen in Mannheim (Pfalzmühle) und Alsleben (Saalemühle) verfügt, hätten alle deutschen Anbieter nur eine Mühle für Hartweizen in Deutschland, mit der sie grundsätzlich das gesamte Bundesgebiet abdecken könnten. Im Übrigen gebe es große Überschneidungen der Liefergebiete der deutschen Mühlen, die ebenfalls eine zumindest bundesweite Marktabgrenzung rechtfertigten. Ob der räumlich relevante Markt auch angrenzende EU-Mitgliedsstaaten erfasst, könne offenbleiben. Dafür spreche, dass ein erheblicher Anteil des Bedarfs an Hartweizenmahlprodukten in Deutschland nach Schätzungen der Beteiligten durch importierende ausländische Anbieter gedeckt werde. Importe gebe es vor allem aus Norditalien. Trotz höherer Transportkosten seien ausländische Anbieter auf dem deutschen Markt wettbewerbsfähig, da sie teils erhebliche Kostenvorteile insbesondere bei der Rohstoffbeschaffung hätten. Auch die Transportkosten seien im Verhältnis zum Verkaufspreis relativ gering.

(3) Räumliche Marktabgrenzung der Beschlussabteilung

- (47) Nach Ansicht der Beschlussabteilung sprechen gute Gründe dafür, den von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen räumlich relevanten Markt regional abzugrenzen und hier auf das Gebiet Südwestdeutschland zu beschränken. Die Beschlussabteilung hat sich bei der Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes nicht auf die Prüfung anbieterseitiger Aspekte beschränkt, sondern auch das tatsächliche Beschaffungsverhalten der Nachfrager untersucht und berücksichtigt. Die Beteiligten stellen bei ihrer Argumentation maßgeblich auf die Angebotsstruktur ab und führen als Gründe für eine bundesweite Marktabgrenzung insbesondere die Lieferradien der Anbieter und niedrige Transportkos-

²⁹ Vgl. Anmeldung vom 28. November 2014, S. 3 f.

ten an. Auch wenn die von den Beteiligten genannten Faktoren bei der Abgrenzung räumlich relevanter Märkte von Bedeutung sein können, vernachlässigen die Beteiligten bei ihrer Argumentation das tatsächliche Nachfrageverhalten der Kunden. Die von den Beteiligten vertretene Auffassung berücksichtigt insbesondere nicht, in welchem Umfang bei den einzelnen Anbietern Lieferungen über größere Entfernungen erfolgen und inwieweit die angeführten Transportkosten tatsächlich zu einer – quantitativ relevanten – Ausdehnung des Einzugsbereichs führen.

- (48) Die Beschlussabteilung ist bei der Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes in mehreren Schritten vorgegangen. Zunächst wurden im Rahmen einer angebotsseitigen Betrachtung auf der Grundlage zweistelliger Postleitzahlregionen die jeweiligen Kernabsatzgebiete der Beteiligten ermittelt und das von dem Zusammenschlussvorhaben betroffene Einzugsgebiet bestimmt (hierzu unter (a)). Anschließend wurde geprüft, inwieweit die im Einzugsgebiet ansässigen Nachfrager Hartweizenmahlprodukte von im Einzugsgebiet ansässigen Anbietern beziehen („Eigenversorgungsanteile“) und inwieweit Nachfrager aus inländischen Gebieten, die nicht zum Einzugsgebiet gehören, in einem relevanten Umfang Hartweizenmahlprodukte bei im Einzugsgebiet ansässigen Anbietern beziehen („Einpendlerquoten“) (hierzu unter (b)). Daraufhin wurde untersucht, welchen Umfang die aggregierten Lieferströme zwischen den Gebieten Südwestdeutschland und Nordostdeutschland sowie die Importe haben (hierzu unter (c)). Schließlich wurde geprüft, ob bzw. inwieweit sich die Liefergebiete der verschiedenen Anbieter überschneiden (hierzu unter (d)).
- (49) Zur Prüfung der oben dargestellten Schritte im Rahmen der räumlichen Marktabgrenzung hat die Beschlussabteilung umfangreiche Ermittlungen durchgeführt. Die Beschlussabteilung hat bei allen sechs im Inland ansässigen Anbietern jeweils eine vollständige Kundenliste mit Angabe der im Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014 abgesetzten Mengen an Hartweizenmahlprodukten und der entsprechenden Umsätze angefordert. Darüber hinaus hat die Beschlussabteilung neun ausländische Anbieter von Hartweizenmahlprodukten befragt, um die von diesen nach Deutschland gelieferten Mengen an Hartweizenmahlprodukten zu ermitteln. Es kann davon ausgegangen werden, dass mit den durchgeführten Ermittlungsschritten die inländische Nachfrage nach Hartweizenmahlprodukten nahezu vollständig abgebildet wird.

(a) Angebotsseitige Betrachtung

- (50) In einem ersten Schritt werden die Kernabsatzgebiete des Zielunternehmens (hierzu unter (aa)) und der Erwerberin (hierzu unter (bb)) betrachtet. Dabei wird jeweils ermittelt, in welchen PLZ-Regionen – nach Entfernung zum Vermahlungsstandort – 90% der jeweiligen Gesamtabsatzmenge an Hartweizenmahlprodukten abgesetzt werden³⁰. Die Beschlussabteilung hat zu diesem Zweck die von den Beteiligten übermittelten Kundenlisten danach sortiert, wie weit der Belieferungsort des jeweiligen Kunden von dem Vermahlungsstandort des Lieferanten entfernt ist und anschließend ermittelt, wie weit man die PLZ-Regionen – ausgehend vom Vermahlungsstandort – ausdehnen kann, bis man 90% der Absatzmenge überschreitet.
- (51) Auf der Grundlage der so abgegrenzten Kernabsatzgebiete der Beteiligten hat die Beschlussabteilung das Einzugsgebiet der Beteiligten bestimmt, indem sie in einem ersten Schritt das gemeinsame Kernabsatzgebiet als Vereinigungsmenge der in den jeweiligen Kernabsatzgebieten gelegenen PLZ-Regionen gebildet hat und dieses gemeinsame Kernabsatzgebiet in einem zweiten Schritt um bestimmte PLZ-Regionen ergänzt hat (hierzu unter (cc)).

³⁰ Als Maßstab für die Abgrenzung der Kernabsatzgebiete kommt auch ein niedrigerer Prozentsatz in Betracht. Hier ergibt sich aber trotz Zugrundelegung eines relativ hohen Prozentsatzes von 90% immer noch eine regionale Ausprägung der jeweiligen Kernabsatzgebiete.

(aa) Kernabsatzgebiet des Zielunternehmens

- (52) Im Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014 erzielte das Zielunternehmen 90% seines mengenbezogenen Absatzes mit Hartweizenmahlprodukten in den folgenden inländischen zweistelligen PLZ-Regionen: 34, 35, 36, 42, 50, 51, 53, 54, 56, 57, 60, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 86, 89, 96, 97.



(bb) Kernabsatzgebiet der Erwerberin

- (53) Im Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014 erzielte die Erwerberin 90% ihres mengenbezogenen Absatzes mit Hartweizenmahlprodukten in den folgenden zweistelligen PLZ-Regionen: 36, 42, 44, 47, 53, 59, 60, 63, 64, 65, 66, 68, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 86, 87, 88, 89, 89, 90, 91, 92, 97.



(cc) Einzugsgebiet

- (54) Für die Bestimmung des Einzugsgebiets wird in einem ersten Schritt das gemeinsame Kernabsatzgebiet als Vereinigungsmenge der beiden Kernabsatzgebiete der Beteiligten gebildet. Dieses gemeinsame Kernabsatzgebiet besteht aus den folgenden zweistelligen PLZ-Regionen: 34, 35, 36, 42, 44, 47, 50, 51, 53, 54, 56, 57, 59, 60, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 96, 97.



- (55) Das Einzugsgebiet wird nun in einem zweiten Schritt aus dem gemeinsamen Kernabsatzgebiet gebildet, indem PLZ-Regionen, die innerhalb dieses Gebietes liegen, in die aber keine Lieferungen durch die Beteiligten erfolgen, einbezogen werden (PLZ-Regionen: 40, 41, 45, 46, 52, 55, 58, 61, 69). Dabei zeigt sich, dass die Beteiligten zusammen praktisch das gesamte Gebiet Südwestdeutschland mit Lieferungen abdecken. Das gemeinsame Kernabsatzgebiet wird anschließend noch um solche PLZ-Regionen ergänzt, die zu diesem Marktraum geographisch zugehörig erscheinen (PLZ-Regionen: 48, 95, 98 sowie 80, 81, 82, 83, 84, 85, 93, 94).



- (56) Das Einzugsgebiet der Beteiligten umfasst das Gebiet Süwestdeutschland. Die Grenze zu dem Gebiet Nordostdeutschland bilden dabei die PLZ-Regionen 48, 59, 34, 36, 98, 96, 95, die noch dem Gebiet Südwestdeutschland zuzuordnen sind. Geographisch verläuft die Grenze damit ungefähr entlang der Verbindungslinie Münster, Kassel, Suhl und Hof.

(b) Eigenversorgungsanteile und Einpendlerquoten

- (57) Im Folgenden werden zunächst die Eigenversorgungsanteile in den einzelnen – dem Einzugsgebiet zugeordneten – PLZ-Regionen betrachtet. Grundlage für die Berechnung der Eigenversorgungsanteile sind dabei die Kundenlisten, die von den sechs inländischen Anbietern abgefragt wurden. Die einzelnen Kundenlisten wurden zusammengefasst, indem jeder PLZ-Region die dort ansässigen Kunden und die von diesen – bei den verschiedenen inländischen Anbietern – bezogenen Mengen zugeordnet wurden. Dadurch konnte für jede PLZ-Region das entsprechende inländische Beschaffungsvolumen ermittelt werden. Der auf das Einzugsgebiet bezogene Eigenversorgungsanteil errechnet sich dann, indem die Eigenlieferungen (d.h. die Menge, die die in der entsprechenden PLZ-Region ansässigen Kunden bei den in dem Einzugsgebiet ansässigen Anbietern bezogen haben) ins Verhältnis zu dem Gesamtbeschaffungsvolumen in der entsprechenden PLZ-Region gesetzt wird.
- (58) Die Bestimmung der Eigenversorgungsanteile weist allerdings zwei methodische Schwächen auf. Zum einen werden dabei nicht die Importmengen an Hartweizenmahlprodukten berücksichtigt, die aus dem Ausland in die jeweiligen PLZ-Regionen geliefert werden. Dies liegt darin begründet, dass eine Zuordnung der Importmengen zu den einzelnen PLZ-Regionen aufgrund der vorliegenden statistischen Daten nicht möglich ist. Zum anderen erfolgt die Bestimmung der Eigenversorgungsanteile dabei nicht mengengewichtet, so dass „nachfrageschwache“ PLZ-Regionen zunächst genauso in die Betrachtung eingehen wie „nachfragestarke“ PLZ-Regionen. Eine unzulässig Verzerrung der Ergebnisse ist damit aber nicht verbunden, weil die Bestimmung der Eigenversorgungsanteile nur einen Teilschritt bei der Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes darstellt und die nachfolgende Betrachtung der aggregierten Lieferströme sowohl die inländischen Gesamtmengen als auch die Importe berücksichtigt.

- (59) Die folgende Tabelle stellt die dem Einzugsgebiet zugeordneten PLZ-Regionen sowie die entsprechenden Eigenversorgungsanteile („EA“) dar. Die Angabe der Eigenversorgungsanteile erfolgt dabei in 10%-Spannen, um eine Zuordnung von Lieferströmen zu einzelnen Kunden auszuschließen. Eigenversorgungsanteile, die kleiner als 90% sind, werden in der Tabelle als fett markiert angezeigt. Für PLZ-Regionen ohne Eintrag liegen keine Lieferungen vor³¹.

PLZ	EA								
34	90%-100%	35	90%-100%	36	20%-30%	40	0%-10%	41	90%-100%
42	80%-90%	44	90%-100%	45	90%-100%	46	---	47	0%-10%
48	50%-60%	50	90%-100%	51	---	52	90%-100%	53	0%-10%
54	90%-100%	55	---	56	90%-100%	57	90%-100%	58	---
59	60%-70%	60	70%-80%	61	0%-10%	63	90%-100%	64	90%-100%
65	90%-100%	66	50%-60%	67	80%-90%	68	90%-100%	69	---
70	90%-100%	71	90%-100%	72	90%-100%	73	70%-80%	74	90%-100%
75	90%-100%	76	90%-100%	77	90%-100%	78	90%-100%	79	90%-100%
80	90%-100%	81	90%-100%	82	90%-100%	83	90%-100%	84	80%-90%
85	90%-100%	86	90%-100%	87	90%-100%	88	90%-100%	89	90%-100%
90	70%-80%	91	90%-100%	92	90%-100%	93	90%-100%	94	90%-100%
95	0%-10%	96	90%-100%	97	90%-100%	98	0%-10%		

Von den 59 PLZ-Regionen, die dem Einzugsgebiet zugeordnet werden, werden 54 PLZ-Regionen aktuell beliefert. Von diesen 54 PLZ-Regionen weisen 16 PLZ-Regionen einen Eigenversorgungsanteil von weniger als **90%** und 38 PLZ-Regionen einen Eigenversorgungsanteil von **90%** oder mehr auf.

³¹ Da im Rahmen der Ermittlungen alle inländischen Anbieter befragt wurden, ist davon auszugehen, dass in den betreffenden PLZ-Regionen derzeit keine Nachfrager nach Hartweizenmahlprodukten ansässig sind.

(60) Die folgende Tabelle stellt die nicht dem Einzugsgebiet zugeordneten PLZ-Regionen sowie die entsprechenden Einpendlerquoten (EQ“) in das Einzugsgebiet dar. Die Angabe der Einpendlerquoten erfolgt dabei in 10%-Spannen, um einen Zuordnung von Lieferströmen zu einzelnen Kunden auszuschließen. Einpendlerquoten, die größer als 10% sind, werden in der Tabelle als fett markiert angezeigt, Für PLZ-Regionen ohne Eintrag liegen keine Lieferungen vor³².

PLZ	EQ								
01	10%-20%	02	0%-10%	03	---	04	10%-20%	06	10%-20%
07	---	08	0%-10%	09	0%-10%	10	0%-10%	11	---
12	0%-10%	13	0%-10%	14	0%-10%	15	0%-10%	16	0%-10%
17	0%-10%	18	0%-10%	19	---	20	---	21	50%-60%
22	0%-10%	23	0%-10%	24	80%-90%	25	0%-10%	26	---
27	0%-10%	28	---	29	0%-10%	30	0%-10%	31	90%-100%
32	40%-50%	33	70%-80%	37	0%-10%	38	10%-20%	39	0%-10%
49	0%-10%	99	0%-10%						

Von den 37 PLZ-Regionen, die nicht dem Einzugsgebiet zugeordnet werden, werden 30 PLZ-Regionen aktuell beliefert. Von diesen 30 PLZ-Regionen weisen 9 PLZ-Regionen eine Einpendlerquote von mehr als 10% und 21 PLZ-Regionen eine Einpendlerquote von 10% oder weniger auf.

³² Da im Rahmen der Ermittlungen alle inländischen Anbieter befragt wurden, ist davon auszugehen, dass in den betreffenden PLZ-Regionen derzeit keine Nachfrager nach Hartweizenmahlprodukten ansässig sind.

Die folgende Karte stellt die Verteilung der Eigenversorgungsanteile in dem Gebiet Südwestdeutschland sowie der Einpendlerquoten in dem Gebiet Nordostdeutschland dar. PLZ-Regionen in dem Gebiet Südwestdeutschland, die Eigenversorgungsquoten kleiner als **90%** aufweisen, werden orange dargestellt. PLZ-Regionen in dem Gebiet Nordostdeutschland, die Einpendlerquoten in das Einzugsgebiet größer 10% aufweisen, werden orange schraffiert dargestellt.



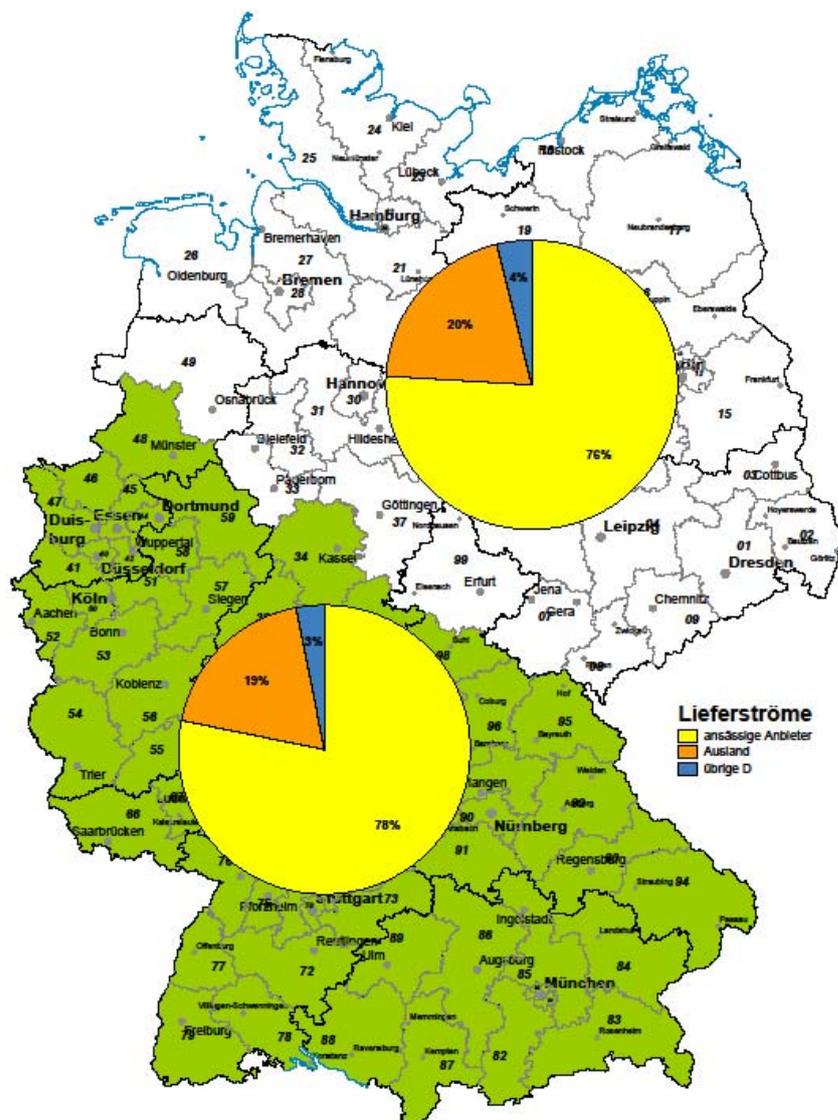
- (61) Die Betrachtung der Eigenversorgungsanteile und Einpendlerquoten zeigt, dass eine klare Trennung zwischen den Gebieten Südwestdeutschland und Nordostdeutschland, wie sie sich bei Zugrundelegung des anbieterseitigen Einzugsgebiets zunächst ergibt, bei Berücksichtigung des konkreten Nachfrageverhaltens der Kunden in den jeweiligen Gebieten problematisch erscheint. In einem nicht unerheblichen Teil der dem Einzugsgebiet zugeordneten PLZ-Regionen beziehen die dort ansässigen Kunden größere Mengen von Hartweizenmahlprodukten bei Anbietern, die außerhalb des Einzugsgebiets ansässig sind. Dies betrifft nicht nur PLZ-Regionen, die an der Grenze zwischen den beiden Gebieten liegen, sondern auch Regionen wie Düsseldorf (PLZ-Region 40), Wuppertal (PLZ-Region 42), Frankfurt am Main (PLZ-Region 60) Saarbrücken (PLZ-Region 66), Ludwigshafen (67), Esslingen (PLZ-Region 73) und Landshut (PLZ-Region 84). Umgekehrt gibt es auch eine nicht unerhebliche Anzahl von PLZ-Regionen außerhalb des Einzugsgebiet, die hohe Einpendlerquoten, d.h. einen hohen Bezugsanteil bei im Einzugsgebiet ansässigen Anbietern, aufweisen. Dies betrifft wiederum nicht nur PLZ-Regionen, die in der Nähe zum Einzugsgebiet liegen, sondern auch Regionen wie Lüneburg (PLZ-Region 21) und Kiel (PLZ-Region 24).

(c) Aggregierte Lieferströme

- (62) Um festzustellen, welche Bedeutung die oben dargestellte Verteilung der Eigenversorgungsanteile und Einpendlerquoten in quantitativer Hinsicht hat, werden ergänzend die aggregierten Lieferströme betrachtet³³. Auf Grundlage der durchgeführten Ermittlungen ergibt sich, dass in dem Gebiet Südwestdeutschland im Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014 insgesamt rund 225.000 t an Hartweizenmahlprodukten abgesetzt worden sind. Von dieser Menge entfielen rund 176.000 t (78%) auf in dem Gebiet Südwestdeutschland ansässige Anbieter, rund 42.000 t (19%) auf im Ausland ansässige Anbieter und rund 7.000 t (3%) auf in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässige Anbieter. In dem Gebiet Nordostdeutschland sind demgegenüber im Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014 insgesamt rund 104.000 t an Hartweizenmahlprodukten abgesetzt worden. Von dieser Menge entfielen rund 79.000 t (76%) auf in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässige Anbieter, rund 21.000 t (20%) auf im Ausland ansässige Anbieter und rund 4.000 t (4%) auf in dem Gebiet Südwestdeutschland ansässige Anbieter.

³³ Soweit die von dem Statistischen Bundesamt übermittelten Daten eine bundeslandbezogene Zuordnung der Importmengen nur für einen Teil des Getreidewirtschaftsjahres 2013/2014 zuließen, sind die fehlenden Angaben im Wege einer Hochrechnung geschätzt und entsprechend ergänzt worden.

Die folgende Karte zeigt die Lieferströme in den beiden Gebieten Südwestdeutschland und Nordostdeutschland. Wie oben dargestellt stammen dabei jeweils über 75% der in den Gebieten abgesetzten Mengen von Anbietern, die in dem jeweiligen Gebiet ansässig sind. Rund 20% der jeweils abgesetzten Mengen stammen aus dem Ausland und weniger als 5% stammen jeweils von inländischen Anbietern, die außerhalb des entsprechenden Gebietes ansässig sind.



- (63) Während eine Betrachtung, die auf die einzelnen PLZ-Regionen abstellt, zunächst den Eindruck vermittelt, dass es eine Reihe von PLZ-Regionen gibt, die für die Annahme eines bundesweiten Marktes sprechen, zeigt die Darstellung der aggregierten Lieferströme ein anderes Bild. In den Gebieten Südwestdeutschland und Nordostdeutschland stammt jeweils nur ein geringer Anteil der abgesetzten Menge von inländischen Anbietern, die nicht in dem betreffenden Gebiet ansässig sind. Größer fallen demgegenüber die Importanteile aus, die sich jeweils auf rund 20% belaufen.

(d) Lieferradien

- (64) Bei der Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass die anbieterseitig ermittelten Kernabsatzgebiete zwar regional begrenzt sind, diese regionale Ausprägung aber nicht zwingend Ausdruck einer tatsächlichen Beschränkung der Liefermöglichkeiten ist, sondern vielmehr Ergebnis des betriebswirtschaftlichen Bestrebens sein kann, Lieferströme zu optimieren und Transportkosten gering zu halten. Das bedeutet jedoch nicht, dass eine Belieferung von Kunden außerhalb der jeweiligen Kernabsatzgebiete aus betriebswirtschaftlichen Gründen ausgeschlossen ist. Zwar können Transportkosten bei homogenen Gütern faktisch als Marktzutrittsschranke wirken. Hier führen jedoch die relativ geringen Transportkosten in Verbindung mit der räumlichen Lage der verschiedenen Kernabsatzgebiete dazu, dass die Annahme eines größeren räumlich relevanten Marktes grundsätzlich möglich erscheint. Die Kernabsatzgebiete der inländischen Anbieter weisen einen Radius von rund 200-250 km auf. Für eine Ausdehnung der Lieferentfernung um 100 km würden nach dem Ergebnis der Ermittlungen durchschnittlich zusätzliche Transportkosten von rund 0-10 € anfallen. Dies entspricht bei einem durchschnittlichen Verkaufspreis für Hartweizenmahlprodukte von 390-440 € einer Preisdifferenz von 0-5 %. Berücksichtigt man, dass die Entfernung (Fahrstrecke) zwischen den Beteiligten mit dem Standort Mannheim und den inländischen Wettbewerbern Frankmühle (Standort: Bretten, Entfernung: rund 60 km), Scheller (Standort: Pfaffenhofen a.d. Ilm, Entfernung: rund 340 km), Saalemühle (Standort: Alsleben, Entfernung: rund 470 km), Roland Mills (Standort: Bad Langensalza, Entfernung: rund 300 km) und Rünigen (Standort: Braunschweig, Entfernung: rund 420 km) jeweils weniger als 500 km beträgt, ist von einer sehr weitgehenden Überschneidung der Lieferradien bzw. Kernabsatzgebiete der inländischen Anbieter auszugehen. Fraglich ist allerdings, ob dies bereits die Annahme eines bundesweiten Marktes rechtfertigt.

(e) Ergebnis

- (65) Es sprechen hier gute Gründe dafür, den von dem Zusammenschlussvorhaben betroffenen Markt für Hartweizenmahlprodukte regional abzugrenzen und auf das Gebiet Südwestdeutschland zu beschränken. Zunächst einmal ist das derzeitige Lieferverhalten der Beteiligten schwerpunktmäßig auf das Gebiet Südwestdeutschland ausgerichtet, wie die Kernabsatzgebiete der Beteiligten bzw. das Einzugsgebiet zeigen. Betrachtet man anschließend das tatsächliche und aktuelle Verhalten der Nachfrager, ändert sich daran im Ergebnis nichts. Zwar gibt es einzelne PLZ-Regionen, in denen Nachfrager größere Anteile ihrer eingekauften Mengen von Anbietern beziehen, die in dem jeweils anderen Gebiet ansässig sind. Eine aggregierte Betrachtung zeigt jedoch, dass die entsprechenden Mengen in quantitativer Hinsicht nur einen geringen Anteil an dem Gesamtabsatz in den jeweiligen Gebieten ausmachen, so dass nur relativ geringe wechselseitige Lieferdurchdringungen zwischen den Gebieten Südwestdeutschland und Nordostdeutschland vorliegen. Zu einer anderen Einschätzung kommt man auch nicht, wenn berücksichtigt wird, dass der Anteil der Importe in beiden betrachteten Gebieten nicht unerheblich ist. Zwar könnte diese Tatsache zu der Annahme führen, dass Anbieter, die in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässig sind, grundsätzlich viel größere Mengen an Hartweizenmahlprodukten nach Südwestdeutschland liefern könnten. Nach der Rechtsprechung sind solche – potentiellen – Lieferströme aber nicht im Rahmen der räumlichen Marktabgrenzung, sondern erst bei der wettbewerblichen Beurteilung eines Zusammenschlusses zu berücksichtigen³⁴. Aus demselben Grund erscheint es auch problematisch, hier aufgrund der sich überschneidenden Lieferradien bzw. Kernabsatzgebiete von einem bundesweiten Markt auszugehen. Im Ergebnis kann die Frage der räumlichen Marktabgrenzung aber offen bleiben, weil das Zusammenschlussvorhaben selbst bei Annahme eines engen, auf das Gebiet Südwestdeutschland beschränkten regionalen Marktes für Hartweizenmahlprodukte nicht die Untersagungsvoraussetzungen gemäß § 36 Abs. 1 GWB erfüllt.

bb) Bezug von Hartweizen

- (66) Es sprechen gute Gründe dafür, den Markt für den Bezug von Hartweizen im räumlicher Hinsicht zumindest EU-weit abzugrenzen. Wie bereits dargestellt wird Hartweizen weltweit gehandelt. Dabei werden auch große Mengen von Hartweizen aus Anbauregionen in Amerika und Asien nach Europa bzw. Deutschland importiert. Der Import bzw. Vertrieb im

³⁴ BGH, *Kreiskrankenhaus Bad Neustadt*, Rz. 65, 67.

Inland erfolgt dabei durch nationale bzw. internationale Landhandelsunternehmen. Die genaue Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes für den Bezug von Hartweizen kann hier aber dahinstehen, weil es darauf für die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlussvorhabens nicht ankommt.

2. Wettbewerbliche Würdigung

- (67) Das Zusammenschlussvorhaben führt weder auf dem Markt für Hartweizenmahlprodukte (hierzu unter (a)) noch auf anderen Märkten (hierzu unter b)) zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs.

a) Markt für Hartweizenmahlprodukte

- (68) Im Folgenden wird zunächst dargestellt, welche Marktstruktur der auf das Gebiet Südwestdeutschland beschränkte Markt für Hartweizenmahlprodukte aufweist (hierzu unter aa)). Danach wird untersucht, welche weiteren Wettbewerbsfaktoren hier für die fusionskontrollrechtliche Beurteilung von Bedeutung sind (hierzu unter bb)). Anschließend wird ausgeführt, dass durch das Zusammenschlussvorhaben eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs gemäß § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB nicht zu erwarten ist (hierzu unter cc)).

aa) Marktstruktur

- (69) Bei der Betrachtung der Marktstruktur wird zunächst dargestellt, welche inländischen und ausländischen Anbieter auf diesem Markt als Wettbewerber tätig sind (hierzu unter (1)). Anschließend wird das Marktvolumen angegeben (hierzu unter (2)) und dargestellt, über welche Marktanteile die einzelnen Anbieter auf dem inländischen Markt für Hartweizenvermahlung verfügen (hierzu unter (3)). Schließlich wird die Entwicklung der Marktanteile in den vergangenen Jahren betrachtet (hierzu unter (4)).

(1) Anbieterstruktur

- (70) Es gibt insgesamt sechs im Inland ansässige Anbieter von Hartweizenmahlprodukten mit insgesamt sieben Vermahlungsstandorten. Von den sieben Vermahlungsstandorten befinden sich vier Vermahlungsstandorte in dem Gebiet Südwestdeutschland und drei Vermahlungsstandorte in dem Gebiet Nordostdeutschland (hierzu unter (a)). Außerdem gibt es im Ausland mehrere Anbieter von Hartweizenmahlprodukten mit verschiedenen Ver-

mahlungsstandorten, die als Wettbewerber auf dem Markt für Hartweizenmahlprodukte zu berücksichtigen sind (hierzu unter (b)).

(a) Inländische Anbieter

- (71) Zu den in dem Gebiet Südwestdeutschland ansässigen Anbietern gehören GoodMills mit dem Standort Mannheim, die Pfalzmühle, die Frankmühle und die Schellermühle.
- (72) GoodMills – ehemals VK Mühlen – gehört mit rund 680 Mitarbeitern und bundesweit zehn Standorten zu den größten Mühlenunternehmen in Deutschland. Unter dem Dach der GoodMills Deutschland GmbH gliedert sich das Unternehmen in die drei operativen Geschäftsbereiche Kampffmeyer Milling Group (KMG), GoodMills Innovation (GMI) und Müller's Mühle. Die GoodMills Deutschland GmbH ist ein Tochterunternehmen der GoodMills-Group mit Sitz in Österreich, die mit 29 Mühlenstandorten in sieben Ländern sowie einer Vermahlungsmenge von insgesamt über 3 Mio. Tonnen eines der größten Mühlenunternehmen in Europa ist. GoodMills Deutschland verarbeitet in Deutschland insbesondere die Getreidesorten Weichweizen, Hartweizen und Roggen. Die Hartweizenvermahlung findet in dem Werk in Mannheim statt, das unmittelbar von dem Tochterunternehmen Kampffmeyer Mühlen GmbH betrieben wird.
- (73) Die Pfalzmühle Mannheim wird als Zweigniederlassung von der PMG Premium Mühlen Gruppe GmbH & Co. KG an dem Standort Mannheim betrieben. In der Pfalzmühle Mannheim werden neben Hartweizen auch Weichweizen und Roggen vermahlen. Die PMG Premium GmbH & Co. KG wurde im Jahr 2014 von der Bindewald und Gutting-Gruppe übernommen, zu der auch die Saalemühle gehört.
- (74) Die Frankmühle wird an dem Standort Bretten-Neibsheim betrieben. In der Frankmühle werden Hartweizen, Weichweizen, Roggen und Dinkel verarbeitet.
- (75) Die Schellermühle wird von der Kunstmühle Reisingang – Josef Scheller GmbH an dem Standort Reisingang-Pfaffenhofen/Ilm betrieben. In der Schellermühle werden Hartweizen und Weichweizen verarbeitet.

- (76) Zu den in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässigen Anbietern gehören die Saalemühle, die Heyl-Mühle und die Mühle Rünigen.
- (77) Die Saalemühle wird von der Saalemühle Alsleben GmbH an dem Standort Alsleben betrieben. Die Saalemühle Alsleben GmbH gehört zur Bindewald und Gutting-Gruppe. In den Markt für Hartweizenmahlprodukte ist die Saalemühle im Jahr 2009 eingetreten. Im Anschluss an den Markteintritt hat die Saalemühle ihre Vermahlungs- und Absatzmengen verhältnismäßig schnell steigern und auf das heutige Niveau anheben können.
- (78) Die Heyl-Mühle wird von der Heyl GmbH & Co. KG an dem Standort Bad Langensalza betrieben. Die Heyl GmbH & Co. KG gehört zu der Roland-Mills-Mühlengruppe.
- (79) Die Mühle Rünigen wird von der Mühle Rünigen Stefan Engelke GmbH an dem Standort Braunschweig betrieben. In der Mühle Rünigen werden Weichweizen, Hartweizen und Roggen vermahlen. Die Mühle Rünigen gehörte bis 2014 zu der PMG-Gruppe.

(b) Ausländische Anbieter

- (80) Ausländische Anbieter, die Hartweizenmahlprodukte nach Deutschland liefern, sind vor allem in Italien, Österreich, Frankreich, Luxemburg und Spanien ansässig.
- (81) Importe von Hartweizenmahlprodukten aus Italien kommen insbesondere von den Unternehmen Grandi Molini, Molino Grassi und Gruppo Casillo.
- (82) Importe von Hartweizenmahlprodukten aus Österreich kommen insbesondere von den Unternehmen Assmannmühlen und Vorarlberger Mühle.
- (83) Importe von Hartweizenmahlprodukten aus Frankreich kommen insbesondere von dem Unternehmen Semoulerie de Bellevue.
- (84) Importe von Hartweizenmahlprodukten aus Luxemburg kommen insbesondere von dem Unternehmen Moulins de Kleinbettingen.
- (85) Importe von Hartweizenmahlprodukten aus Spanien kommen insbesondere von den Unternehmen Harinera de Tardienta, Harinera de Vilafranquina und Harineras Villamayor.

(2) Marktvolumen

- (86) Als Bezugsgröße für die Bestimmung des Marktvolumens und der Marktanteile wird hier die abgesetzte bzw. importierte Menge an Hartweizenmahlprodukten zugrunde gelegt. Die Berechnung von Marktanteilen im Rahmen der Fusionskontrolle kann grundsätzlich umsatz- oder absatzbezogen erfolgen³⁵. Für eine absatzbezogene Betrachtung spricht, dass es sich hier um ein homogenes Produkt mit geringen Preisunterschieden handelt und dass eine adäquate Erfassung der Importmengen, die einen wesentlichen Anteil des Marktvolumens ausmachen, nur durch einen Rückgriff auf die entsprechenden – mengenbasierten – Importstatistiken, nicht jedoch durch eine Direktbefragung der im Ausland ansässigen Anbieter sichergestellt werden kann.
- (87) Als Bezugszeitraum wird hier das Getreidewirtschaftsjahr zugrunde gelegt. Die Unternehmen der Mühlenwirtschaft haben nach der Verordnung über Meldepflichten über Marktordnungswaren (Marktordnungswaren-Meldeverordnung) in regelmäßigen Abständen die dort genannten Meldepflichten zu erfüllen. Bezugszeitraum für die entsprechenden Meldepflichten ist nicht das Kalenderjahr, sondern das Getreidewirtschaftsjahr, das gemäß § 1 Nr. 17 lit. a) Marktordnungswaren-Meldeverordnungen die Monate Juli bis einschließlich Juni des darauffolgenden Jahres umfasst. Da die Unternehmen aufgrund der genannten Meldepflichten verpflichtet sind, die entsprechenden Daten aufzubereiten und vorzuhalten, erscheint es sinnvoll, auch im Rahmen der fusionskontrollrechtlichen Prüfung auf das Getreidewirtschaftsjahr als Bezugszeitraum abzustellen. Ein wesentlicher Unterschied bei der Erfassung bzw. Abbildung der tatsächlichen Wettbewerbsverhältnisse ist damit nicht verbunden, da es sich bei dem Getreidewirtschaftsjahr wie bei dem Kalenderjahr ebenfalls um einen zwölfmonatigen periodischen Bezugszeitraum handelt. Das hier zugrundegelegte Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014 erstreckt sich vom 1. Juli 2013 bis zum 30. Juni 2014.
- (88) Bei der Ermittlung des Marktvolumens wurden zum einen die inländischen Anbieter befragt. Auf der Grundlage der von den inländischen Anbietern übermittelten Kundenlisten war es möglich, die von den einzelnen Anbietern abgesetzten Mengen den einzelnen PLZ-Regionen und damit auch dem hier betrachteten Gebiet Südwestdeutschland zuzuordnen. Bei der Bestimmung der Importmengen wurden die von dem Statistischen Bun-

³⁵ Vgl. Bundeskartellamt, Leitfaden zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle, Rn. 28; *Bardong* in Langen/Bunte, Kartellrecht, Band 1, Deutsches Kartellrecht, 12. Aufl., § 18, Rn. 92.

desamt übermittelten Daten zugrundegelegt. Soweit diese Daten eine bundeslandbezogene Zuordnung der Importmengen nur für einen Teil des Getreidewirtschaftsjahres 2013/2014 zuließen, sind die fehlenden Angaben im Wege einer Hochrechnung geschätzt und entsprechend ergänzt worden.

- (89) In dem Gebiet Südwestdeutschland sind in dem Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014 insgesamt rund 225.000 t Hartweizenmahlprodukte abgesetzt worden.

(3) Marktanteile

- (90) Bei der Berechnung der Marktanteile wurde wie bei der Bestimmung des Marktvolumens auf die in dem Gebiet Südwestdeutschland abgesetzte bzw. importierte Menge an Hartweizenmahlprodukten als Bezugsgröße abgestellt. Bezugszeitraum ist das Getreidewirtschaftsjahr 2013/2014. Danach ergeben sich folgende Marktanteile:

Tabelle Marktanteile nach Absatzmenge in dem Gebiet Südwestdeutschland im GWJ 2013/2014

Unternehmen	Marktanteil
GoodMills	[20%-30%]
Pfalzmühle (Zielunternehmen)	[15%-25%]
<i>GoodMills/Pfalzmühle</i>	<i>[40%-50%]</i>
Frankmühle	[10%-20%]
Schellermühle	[15%-25%]
Saalemühle	[0%-5%]
Heyl-Mühle	[0%-5%]
Mühle Rüningen	[0%-5%]
Importe	19%

Der Marktanteil von GoodMills liegt vor dem Zusammenschluss bei [20%-30%], der Marktanteil der Pfalzmühle bei [15%-20%]. Nach dem Zusammenschluss wird der gemeinsame Marktanteil von GoodMills und der Pfalzmühle bei [40%-50%] liegen. Der Marktanteil der Frankmühle liegt bei [10%-20%], der Marktanteil der Schellermühle bei

[15%-25%]. Die Marktanteile der in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässigen Anbieter liegen jeweils unter 5%. Der Anteil der Importe an der Absatzmenge beträgt 19%. Würde man hier einen bundesweiten Markt betrachten, wären die Marktanteile der Beteiligten noch niedriger.

(4) Marktanteilsentwicklung

- (91) Die Beschlussabteilung hat die Gesamtabsatzzahlen (Gesamtabsatz Hartweizenmahlprodukte Inland) aller inländischen Anbieter für die Getreidewirtschaftsjahre 2011/2012, 2012/2013 und 2013/2014 erhoben. Dabei zeigt sich, dass die Gesamtabsatzmenge der Pfalzmühle von 2011/2012 bis 2013/2014 zwar um rund [...] % gestiegen, die Gesamtabsatzmenge von GoodMills aber in demselben Zeitraum um rund [...] % gefallen ist. Der absolute Mengenverlust von GoodMills ist dabei mehr als [...] so groß wie der absolute Mengengewinn der Pfalzmühle. Demgegenüber haben die beiden anderen im Gebiet Südwestdeutschland ansässigen Anbieter, die Frankmühle und die Schellermühle, ihre Gesamtabsatzmengen in demselben Zeitraum steigern können.

bb) Weitere Wettbewerbsfaktoren

- (92) Neben marktstrukturellen Aspekten gibt es eine Reihe weiterer Wettbewerbsfaktoren, die für die Beurteilung der Wettbewerbsverhältnisse auf dem inländischen Markt für Hartweizenvermahlung von wesentlicher Bedeutung sind. Während die marktstrukturellen Aspekte dabei eine eher statische Beschreibung der Marktverhältnisse liefern, wirken die im Folgenden dargestellten Faktoren vor allem auf die wettbewerbsdynamischen Prozesse in dem inländischen Markt für Hartweizenvermahlung ein. Im Einzelnen werden dabei die Vermahlungskapazitäten (hierzu unter (1)), der Transport von Hartweizenmahlprodukten (hierzu unter (2)) und die Nachfrage der Kunden (hierzu unter (3)) näher betrachtet.

(1) Vermahlungskapazitäten

- (93) Nach dem Ergebnis der Ermittlungen gibt es bei den inländischen Anbietern von Hartweizenmahlprodukten in erheblichem Umfang freie Vermahlungskapazitäten. Nur wenige Anbieter lasten die bestehenden Produktionskapazitäten vollständig oder nahezu vollständig aus. Ein Großteil der Anbieter – und dies gilt sowohl für die Beteiligten als auch für die meisten Wettbewerber – verfügt dagegen über freie Vermahlungskapazitäten, die genutzt werden können, um die vermahlene Menge von Hartweizen bzw. die abgesetzte Menge an Hartweizenmahlprodukten zu erhöhen. Betrachtet man nur die inländi-

schen Wettbewerber der Beteiligten, betragen die freien Vermahlungskapazitäten derzeit insgesamt rund 90.000 t.

(2) Transport von Hartweizenmahlprodukten

- (94) Ein Transport von Hartweizenmahlprodukten ist auch über größere Entfernungen (>300 km) betriebswirtschaftlich sinnvoll und wettbewerbswirksam möglich. Der Transport von Hartweizenmahlprodukten erfolgt entweder abgesackt oder in Silofahrzeugen. Hartweizenmahlprodukte sind aufgrund ihrer Eigenschaften physisch für längere Lieferentfernungen geeignet. Wie oben bereits ausgeführt sind auch die Transportkosten bei Hartweizenmahlprodukten verhältnismäßig gering. Für eine Ausdehnung der Lieferentfernung um 100 km würden nach dem Ergebnis der Ermittlungen durchschnittlich zusätzliche Transportkosten von rund 0-10 € anfallen. Dies entspricht bei einem durchschnittlichen Verkaufspreis für Hartweizenmahlprodukte von 390-440 € einer Preisdifferenz von 0-5 %. Schon jetzt werden nicht unerhebliche Mengen von Hartweizenmahlprodukten über größere Entfernungen geliefert. Dies betrifft zum einen die Importe von Hartweizenmahlprodukten, die insbesondere auch aus Italien und Spanien kommen, wo Lieferentfernungen von – deutlich – mehr als 500 km überbrückt werden. Zum anderen verfügen auch die meisten inländischen Anbieter über maximale Lieferentfernungen, die weit über die durchschnittlichen Lieferentfernungen hinausgehen.

(3) Nachfrage

- (95) Die Nachfrage nach Hartweizenmahlprodukten weist einige Besonderheiten auf. Im Folgenden werden deshalb die Nachfragestruktur, das Bezugsverhalten und die Kundenwechselintensität näher betrachtet.
- (96) Charakteristisch für die Nachfragestruktur in dem Bereich Hartweizenmahlprodukte ist die Tatsache, dass man es hier im Wesentlichen mit zwei Gruppen von Nachfragern zu tun hat. Nachfragt werden Hartweizenmahlprodukte schwerpunktmäßig von Unternehmen, die Nudelprodukte bzw. Teigwaren herstellen. Dabei gibt es zum einen eine relativ kleine Gruppe von Unternehmen (5-10), die verhältnismäßig große Mengen an Hartweizenmahlprodukten pro Jahr beziehen (Jahresbezug > 10.000 t, „Großkunden“), und zum anderen relativ viele Unternehmen, die – zum Teil erheblich – kleinere Mengen nachfragen (Jah-

resbezug < 10.000 t, „Kleinkunden“)³⁶. Die Großkunden vereinigen mehr als die Hälfte der inländischen Gesamtnachfrage auf sich und sind grundsätzlich in der Lage, gegenüber den Anbietern deutlich geringere Preise als Kleinkunden durchzusetzen. Darüber hinaus führen die Unterschiede in den Bezugsmengen auch dazu, dass der Anteil, den die Großkunden an dem Gesamtabatz ihrer jeweiligen Lieferanten haben, verhältnismäßig groß ist. Dies hat zur Folge, dass das Abwerben eines einzelnen Großkunden bereits zu deutlichen Marktanteilsverschiebungen zwischen den betroffenen Anbietern führen kann. Berücksichtigt man, dass einzelne Großkunden sogar Bezugsmengen von mehr als 40.000 t pro Jahr aufweisen, wird deutlich, dass ein Anbieterwechsel durch einen solchen Kunden bei einem Marktvolumen von rund 225.000 t eine Marktanteilsverschiebung in Höhe von mehr als 15 Prozentpunkten zur Folge hätte.

- (97) Das Bezugsverhalten der Kunden ist dadurch geprägt, dass nahezu alle Nachfrager nach Hartweizenmahlprodukten eine Multiple-Sourcing Strategie verfolgen und ihre Bedarfsmengen entsprechend auf mehrere Anbieter aufteilen. Bei der Auswertung des Nachfrageverhaltens der im Rahmen der Marktermittlungen befragten Kunden ergab sich, dass die durchschnittliche Anzahl der Anbieter, mit denen die Nachfrager 100% ihres Bedarfs decken, in den Jahren 2009 bis 2014 von 3,5 auf 3,8 Anbieter gestiegen ist. Während im Jahr 2014 nur wenige Nachfrager lediglich einen oder zwei Lieferanten hatten, deckte der Großteil der befragten Kunden seinen Bedarf über drei oder vier Anbieter ab. Auffällig bei dem Bezugsverhalten ist vor allem, dass die Nachfrager jedenfalls 25% des Bedarfs und ein überwiegender Großteil der Nachfrager auch 50% des Bedarfs mit einem Lieferanten abdecken. Erst hinsichtlich der Restmengen erfolgt dann eine weitergehende Diversifizierung auf weitere Anbieter. Dies lässt sich so interpretieren, dass die Nachfrager grundsätzlich einen oder zwei Hauptlieferanten haben, von denen sie einen Großteil (> 50%) ihrer Bedarfsmenge beziehen. Eine Diversifizierung hinsichtlich der Restmengen führt dann dazu, dass die Kunden über Referenzangebote von anderen Anbietern verfügen und diese in die Verhandlungen mit dem Hauptlieferanten einfließen lassen können. Dieser Trend zur Anwendung von Multiple-Sourcing Strategien und einer Diversifizierung der Beschaffungsmengen zeigt sich insbesondere auch, wenn man das Bezugsverhalten der jeweils größten Kunden der Beteiligten betrachtet. Während ein Großteil dieser Kunden im Jahr 2009 die Nachfrage nach Hartweizenmahlprodukten zu nahezu 100% bei den Beteiligten abgedeckt hatte, lässt sich für das Jahr 2014 feststellen, dass die Beteiligten

³⁶ Da die Bestellmengen über die Jahre schwanken, wird hier eine Spannbreite angegeben.

hier große Mengenverluste haben hinnehmen müssen. Die betreffenden Kunden decken nunmehr verhältnismäßig große Teile ihrer Nachfrage entweder bei anderen inländischen Anbietern oder bei Anbietern im Ausland ab.

- (98) Kennzeichnend für die Nachfrage nach Hartweizenmahlprodukten ist neben dem Bezugsverhalten, das durch die Anwendung von Multiple-Sourcing Strategien und die Diversifizierung von Lieferantenbeziehungen geprägt ist, die relativ hohe Kundenwechselintensität. Als Kundenwechsel wird dabei sowohl der vollständige Wechsel eines Lieferanten als auch die Verschiebung von Mengen zwischen einzelnen Anbietern bezeichnet. Eine Auswertung der für die Jahre 2009 bis 2014 bei neunundzwanzig Nachfragern mit bedeutenden Bezugsmengen durchgeführten Kundenbefragung ergab, dass in den jeweiligen Jahren zwischen 78 und 89 Lieferbeziehungen vorlagen. Im Durchschnitt waren dabei rund 60% der Lieferbeziehungen von Mengenverschiebungen betroffen, die durchschnittlich 20% der Gesamtbezugsmenge ausmachten. Das Ausmaß der Mengenverschiebungen lässt Rückschlüsse auf eine sich ständig ändernde Bezugsstruktur zu. Darüber hinaus kann eine nennenswerte Anzahl an Beendigungen von Lieferbeziehungen und Erstbelieferungen aus den Daten identifiziert werden, die ebenfalls für die Wahrnehmung von wettbewerblichen Ausweichalternativen spricht, da sich die Gesamtbezugsmenge über die Jahre nur geringfügig geändert hat. Insgesamt ist nach dem Ergebnis der Ermittlungen von einer verhältnismäßig hohen Kundenwechselintensität in dem Markt für Hartweizenmahlprodukte auszugehen, die sich während der vergangenen Jahre noch verstärkt hat.

cc) Keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs

- (99) Durch das Zusammenschlussvorhaben ist eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs auf dem auf das Gebiet Südwestdeutschland beschränkten Markt für Hartweizenmahlprodukte nicht zu erwarten. Dies gilt sowohl im Hinblick auf unilaterale Effekte als auch hinsichtlich koordinierter Effekte. Eine einzelmarktbeherrschende Stellung von GoodMills auf diesem Markt wird durch das Zusammenschlussvorhaben weder begründet noch verstärkt (hierzu unter (1)). Es kommt durch das Zusammenschlussvorhaben auch nicht zu unilateralen Effekten ohne Marktbeherrschung, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen (hierzu unter (2)). Schließlich wird durch das Zusammenschlussvorhaben auch keine oligopolistische Marktbeherrschung begründet oder verstärkt (hierzu unter (3)).

(1) Einzelmarktbeherrschung

- (100) Die Voraussetzungen für die Begründung oder Verstärkung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung im dem auf das Gebiet Südwestdeutschland beschränkten Markt für Hartweizenmahlprodukte gemäß § 18 Abs. 1 i.V.m. Abs. 3 GWB liegen hier nicht vor. Die Beteiligten verfügen zwar nach dem Zusammenschluss über einen gemeinsamen Marktanteil von [40%-50%], der – knapp – über der Vermutungsschwelle von 40% für die Einzelmarktbeherrschung gemäß § 18 Abs. 4 GWB liegt. Die Vermutung wird aber hier widerlegt, weil die Beteiligten auch nach dem Zusammenschluss noch einem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt sind und im Verhältnis zu ihren Wettbewerbern über keine übertragende Marktstellung verfügen.
- (101) Bei der Betrachtung der Marktstrukturfaktoren ist zunächst zu berücksichtigen, dass mit der Schellermühle (Marktanteil: 15%-25%) und der Frankmühle (Marktanteil 10%-20%) noch zwei weitere Anbieter in dem Gebiet Südwestdeutschland tätig sind, die über nicht unerhebliche Marktanteile verfügen und die in der Lage sind, den wettbewerblichen Verhaltensspielraum der Beteiligten auch nach dem Zusammenschluss wirksam zu begrenzen. Dies zeigt sich unter anderem daran, dass GoodMills in den vergangenen Jahren kontinuierlich Absatzmengen verloren hat, während die Schellermühle und die Frankmühle ihre Absatzmengen in den betreffenden Zeiträumen erhöhen konnten. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass die Marktanteile, die ein Anbieter von Hartweizenmahlprodukten auf sich vereinigt, zu einem erheblichen Anteil von einer relativ kleinen Gruppe von Großkunden abhängen, die entsprechende Beschaffungsmengen bei dem betreffenden Anbieter beziehen. Gelingt es einem Wettbewerber, solche Großkunden – bzw. größere Mengen – von dem entsprechenden Anbieter abzuwerben, führt dies automatisch zu nicht unerheblichen Marktanteilsverschiebungen.
- (102) Die Beteiligten sind darüber hinaus einem starken Wettbewerbsdruck durch zwei weitere Gruppen von Wettbewerbern ausgesetzt. Ein entsprechender Wettbewerbsdruck geht zum einen von den in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässigen inländischen Anbietern aus. Zum anderen begrenzen aber auch ausländische Anbieter aus Ländern wie Italien Österreich, Luxemburg, Frankreich und Spanien den wettbewerblichen Verhaltensspielraum der Beteiligten.
- (103) Bei der Beurteilung des von den inländischen Wettbewerbern ausgehenden Wettbewerbsdrucks sind zunächst die bei den betreffenden Anbietern vorhandenen Produktionskapazitäten zu berücksichtigen. Die freien Vermahlungskapazitäten bei den inländischen

Wettbewerbern der Beteiligten betragen mit rund 90.000 t knapp 40% des Marktvolumens in dem Gebiet Südwestdeutschland und liegen deutlich über dem durch das Zusammenschlussvorhaben bewirkten Marktanteilszuwachs bei GoodMills. Es ist auch zu erwarten, dass die inländischen Wettbewerber – und zwar sowohl die in dem Gebiet Südwestdeutschland ansässigen Anbieter als auch die in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässigen Wettbewerber – in der Lage sind, diese freien Vermahlungskapazitäten wettbewerbswirksam einzusetzen und die Angebotsmenge in dem Gebiet Südwestdeutschland entsprechend zu erhöhen. Dies wird auch durch die erheblichen Mengenverschiebungen zwischen Hartweizenmühlen sowohl in Nordostdeutschland als auch in Südwestdeutschland belegt.

- (104) Aufgrund der verhältnismäßig geringen Transportkosten ist es grundsätzlich möglich, Hartweizenmahlprodukte auch über längere Strecken (>300 km) betriebswirtschaftlich sinnvoll und wettbewerbswirksam zu liefern. Belegt wird dies durch die Tatsache, dass schon jetzt ein erheblicher Anteil (rund 20%) der in den Gebieten Südwestdeutschland und Nordostdeutschland abgesetzten Mengen aus Importen – und hier zu einem Großteil aus Italien – stammt. Zudem verfügen die meisten inländischen Anbieter über maximale Lieferentfernungen zu einzelnen Kunden, die weit über die durchschnittlichen Lieferentfernungen hinausgehen. Auch insoweit finden vereinzelt grenzüberschreitende Lieferungen, beispielsweise nach Dänemark, Polen und Ungarn, statt. Dass die Lieferverflechtungen zwischen den Gebieten Südwestdeutschland und Nordostdeutschland bislang noch nicht so stark ausgeprägt sind, steht der Annahme entsprechender Liefermöglichkeiten nicht entgegen. Grundsätzlich ist es aus betriebswirtschaftlicher Sicht sinnvoll, die Lieferradien so zu gestalten, dass Transportkosten möglichst gering gehalten werden. Kommt es allerdings zu einer Änderung der Wettbewerbsverhältnisse in angrenzenden Gebieten, ist damit zu rechnen, dass die Anbieter ihre Angebotspolitik und Preisgestaltung überdenken, um auf die sich ändernden Marktbedingungen wettbewerbslich reagieren zu können. Insbesondere ist zu erwarten, dass ein entsprechender – potentieller – Wettbewerbsdruck als wettbewerbsliches Korrektiv wirkt, um die Preiserhöhungsspielräume der Anbieter in dem betreffenden Gebiet wirksam zu begrenzen. Außerdem ist hier zu berücksichtigen, dass es in der jüngeren Vergangenheit bereits mehrfach zu Eigentümerwechseln bezüglich einzelner Standorte gekommen ist. Die Bindewald und Gutting-Gruppe hat im Jahr 2014 die PMG-Gruppe mit der Pfalzmühle erworben und die PMG-Gruppe hat im selben Jahr den Standort Rünigen an die Mühle Rünigen Stefan Engleke GmbH veräußert. Es ist zu erwarten, dass eine solche Lösung aus dem Unterneh-

mensverbund mittelfristig ebenfalls zu einer Änderung der Angebotspolitik bei den betreffenden Anbietern führt.

- (105) Schließlich spricht auch das Nachfrageverhalten hier dafür, dass die Beteiligten nach dem Zusammenschluss weiterhin einem wirksamen Wettbewerb durch andere Anbieter ausgesetzt sein werden. Durch die Anwendung von Multiple-Sourcing Strategien und kontinuierliche Mengenverschiebungen sind die Kunden in der Lage, die Preise und Konditionen der verschiedenen Anbieter zu vergleichen und ihre Hauptlieferanten in den Verhandlungen entsprechend unter Druck zu setzen. Im Durchschnitt haben die Kunden drei bis vier Anbieter, zwischen denen auch ständig Beschaffungsmengen in größerem Umfang verschoben werden.

(2) Unilaterale Effekte ohne Marktbeherrschung

- (106) Das Zusammenschlussvorhaben führt auch nicht zu unilateralen Effekten ohne Marktbeherrschung, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs erwarten lassen. Bei homogenen Produkten können fusionskontrollrechtlich problematische unilaterale Effekte vor allem dann auftreten, wenn der Zusammenschluss zu Mengenreduktionen führt und die Zusammenschlussbeteiligten von den daraus resultierenden Preissteigerungseffekten aufgrund der vergrößerten Absatzbasis stärker als vor dem Zusammenschluss profitieren können³⁷. Ein solcher Effekt fällt jedoch umso geringer aus, je größer die freien Produktionskapazitäten der Wettbewerber sind und je größer die Preiselastizität der Nachfrage ist. Die inländischen Wettbewerber der Beteiligten verfügen hier über freie Vermahlungskapazitäten in Höhe von rund 90.000 t. Dies entspricht knapp 40% des Marktvolumens in dem Gebiet Südwestdeutschland und liegt deutlich über dem durch das Zusammenschlussvorhaben bewirkten Marktanteilszuwachs bei GoodMills. Es ist auch zu erwarten, dass diese freien Kapazitäten wettbewerbswirksam eingesetzt werden können, um etwaige zusammenschlussbedingte Mengenreduktionen seitens der Beteiligten kurzfristig zu kompensieren. Dies belegen insbesondere auch die Absatzverluste der Beteiligten und die Marktanteilsverschiebungen in der Vergangenheit. Unilaterale Effekte, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen, sind hier deshalb nicht zu erwarten.

³⁷ Vgl. dazu *Kallfaß* in Langen/Bunte, Kartellrecht, Band 1, Deutsches Kartellrecht, 12. Aufl., § 36, Rn. 71 ff.

(3) Oligopolistische Marktbeherrschung

- (107) Ausreichende Anhaltspunkte für die Begründung oder Verstärkung einer oligopolistischen marktbeherrschenden Stellung im dem auf das Gebiet Südwestdeutschland beschränkten Markt für Hartweizenmahlprodukte gemäß § 18 Abs. 1 i.V.m. Abs. 5 GWB liegen hier nicht vor. Das Zusammenschlussvorhaben erfüllt zwar die Voraussetzungen der Vermutungsregelung gemäß § 18 Abs. 6 Nr. 1 und 2 GWB, da nach dem Zusammenschluss mit GoodMills/Pfalzmühle, der Frankmühle und der Schellermühle drei Anbieter in dem auf das Gebiet Südwestdeutschland beschränkten Markt für Hartweizenmehlprodukte tätig sein werden, die gemeinsam einen Marktanteil von rund [70%-80%] auf sich vereinigen. Die Marktbeherrschungsvermutung gemäß § 18 Abs. 6 Nr. 1 und 2 GWB wird aber gemäß § 18 Abs. 7 Nr. 1 GWB widerlegt, weil die Marktstrukturbedingungen und die Prognose der Marktentwicklungen hier wesentlichen Wettbewerb zwischen den verbleibenden Anbietern erwarten lassen. Es ist davon auszugehen, dass die freien Vermahlungskapazitäten, die – insbesondere zwischen den in dem Gebiet Südwestdeutschland ansässigen Anbietern – geringen Transportkosten und die hohe Kundenwechselintensität auch in Zukunft zu einem hinreichenden Binnenwettbewerb i.S.v. § 18 Abs. 5 Nr. 1 GWB führen werden. Insbesondere das Nachfrageverhalten der Kunden, das nach den umfassenden Ermittlungen durch die Anwendung von Multiple-Sourcing Strategien, kontinuierliche Ausschreibungen bzw. Mengenabfragen sowie häufige Mengenverschiebungen geprägt ist, lässt eine stabile Verhaltenkoordinierung im Innenverhältnis mit der notwendigen Wahrscheinlichkeit nicht erwarten. Darüber hinaus sprechen derzeit die überwiegenden Ermittlungsergebnisse dafür, dass die drei verbleibenden Anbieter weiterhin einem wesentlichen Außenwettbewerb i.S.v. § 18 Abs. 5 Nr. 2 GWB durch die in dem Gebiet Nordostdeutschland ansässigen inländischen Anbieter und die im Ausland ansässigen Wettbewerber ausgesetzt sein werden.

b) Weitere Märkte

- (108) Das Zusammenschlussvorhaben führt weder absatzseitig in den Geschäftsbereichen Hartweizenkörnern (hierzu unter (aa)) und Hartweizennachprodukte (hierzu unter (bb)) noch beschaffungsseitig bei dem Bezug von Hartweizen (hierzu unter (cc)) zu einer erheblichen Behinderung von wirksamem Wettbewerb gemäß § 36 Abs. 1 GWB.

aa) Hartweizenkörner

- (109) Das Zusammenschlussvorhaben hat keinen nennenswerten Einfluss auf die Wettbewerbsverhältnisse in dem Bereich Hartweizenkörner. Von den Zusammenschlussbeteiligten stellt nur GoodMills, nicht aber die Pfalzmühle geschliffene Hartweizenkörner her. [...] Durch das Zusammenschlussvorhaben kommt es deshalb insoweit zu keinen Verstärkungseffekten und damit auch nicht zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs.

bb) Hartweizennachprodukte

- (110) Das Zusammenschlussvorhaben hat keinen nennenswerten Einfluss auf die Wettbewerbsverhältnisse in dem Bereich Hartweizennachprodukte. Hartweizennachprodukte werden nicht für die Lebensmittelherstellung, sondern als Futtermittel verwendet. Dabei werden die entsprechenden Hartweizennachprodukte oft mit Nachprodukten aus der Verarbeitung anderer Getreidesorten vermengt oder durch diese ersetzt. Unternehmen, die Hartweizennachprodukte als Futtermittel nachfragen, haben deshalb die Möglichkeit, im Fall einer zusammenschlussbedingten Verschlechterung des Angebots von Hartweizennachprodukten auf verschiedene andere Futtermittel (Nachprodukte aus der Vermahlung anderer Getreidesorten, sonstige Futtermittel) auszuweichen. Durch das Zusammenschlussvorhaben kommt es deshalb insoweit nicht zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs.

cc) Bezug von Hartweizen

- (111) Das Zusammenschlussvorhaben hat keinen nennenswerten Einfluss auf die Wettbewerbsverhältnisse bei dem Bezug von Hartweizen. Hartweizen wird vor allem von Landhandelsunternehmen vertrieben, die den Hartweizen bei den Produzenten einkaufen und dann an ihre Abnehmer liefern. Die Lieferung von Hartweizen erfolgt dabei zum Großteil grenzüberschreitend, da Hartweizen außer in Deutschland vor allem in den USA, Kanada, der Türkei, Kasachstan, Frankreich, Italien, Spanien und Griechenland angebaut wird. Auch die Beteiligten beziehen einen Großteil des nachgefragten Hartweizens von international tätigen Landhandelsunternehmen mit Sitz im Ausland. Die betreffenden Lieferanten verfügen dabei über genügend Ausweichmöglichkeiten, da sie den Hartweizen auch an andere im Inland oder im Ausland ansässige Nachfrager absetzen können. Durch das Zusammenschlussvorhaben kommt es deshalb insoweit nicht zu einer erheblichen Behinderung von wirksamem Wettbewerb.

3. Ergebnis

- (112) Das Zusammenschlussvorhaben erfüllt nicht die Untersagungsvoraussetzungen gemäß § 36 Abs. 1 GWB.

D. Gebühren

[...]

E. Vollzugsanzeige

- (113) Vorsorglich wird darauf hingewiesen, dass die Anmeldung des Zusammenschlussvorhabens die Pflicht nach § 39 Abs. 6 GWB unberührt lässt, den Vollzug des Zusammenschlusses unverzüglich anzuzeigen.

F. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss ist die Beschwerde eröffnet. Sie ist schriftlich binnen einer mit Zustellung des Beschlusses beginnenden Frist von einem Monat beim Bundeskartellamt, Kaiser-Friedrich-Straße 16, 53113 Bonn, einzureichen. Es genügt jedoch, wenn sie innerhalb dieser Frist bei dem Beschwerdegericht, dem Oberlandesgericht Düsseldorf, eingeht.

Die Beschwerde ist durch einen beim Bundeskartellamt oder beim Beschwerdegericht einzureichenden Schriftsatz zu begründen. Die Frist für die Beschwerdebegründung beträgt zwei Monate. Sie beginnt mit der Zustellung des Beschlusses und kann auf Antrag vom Vorsitzenden des Beschwerdegerichts verlängert werden. Die Beschwerdebegründung muss die Erklärung enthalten, inwieweit der Beschluss angefochten und seine Abänderung oder Aufhebung beantragt wird, und die – gegebenenfalls auch neuen – Tatsachen und Beweismittel angeben, auf die sich die Beschwerde stützt.

Beschwerdeschrift und Beschwerdebegründung müssen durch einen Rechtsanwalt unterzeichnet sein.

Krueger

M. Müller

Dr. Strauß

Sie werden darauf hingewiesen, dass die Entscheidung – dem Tenor nach – im Bundesanzeiger (§ 43 Abs. 2 Nr. 1 GWB) sowie – im Volltext – im Internet veröffentlicht wird. Sie werden daher gebeten, der Beschlussabteilung innerhalb von 7 Tagen nach Zustellung dieses Beschlusses ggf. schriftlich mitzuteilen, ob die Entscheidung Geschäftsgeheimnisse enthält, die vor der Veröffentlichung zu löschen sind. Bitte begründen Sie, warum es sich bei den von Ihnen ggf. gewünschten Löschungen um Geschäftsgeheimnisse handelt. Sollte die zuständige Beschlussabteilung innerhalb von 7 Tagen keine Nachricht von Ihnen erhalten, geht das Bundeskartellamt davon aus, dass diese Entscheidung keine Geschäftsgeheimnisse enthält, und wird sie veröffentlichen.