



2. Beschlussabteilung

Aktenzeichen: B2-85/20

Beschluss

In dem Verwaltungsverfahren B2- 85/20

1. Edeka Zentrale Stiftung & Co. KG

New-York-Ring 6

22297 Hamburg

– Beteiligte zu 1. –

Verfahrensbevollmächtigter für die Beteiligte
zu 1. :

Edeka Verband kaufmännischer
Genossenschaften e.V.
Geschäftsbereich Recht
Herr Vincent Stier
Herr Dr. Baier
Frau Julia Cornelius
New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Allen & Overy LLP
Rechtsanwalt Dr. Börries Ahrens
Rechtsanwalt Dr. René Galle
Kehrwieder 12
20457 Hamburg

2. SCP Retail Operations S.à.r.l.

16 rue Erasme
1468 Luxemburg

– Beteiligte zu 2. –

3. SCP Retail Properties B S.à.r.l.

16 rue Erasme
1468 Luxemburg

– Beteiligte zu 3. –

4. SCP Retail Properties S.à.r.l.

16 rue Erasme
1468 Luxemburg

– Beteiligte zu 4. –

5. SCP Retail Investments S.A.

16 rue Erasme
1468 Luxemburg

– Beteiligte zu 5. –

**6. GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co.
Objekt Böblingen Otto-Lilienthal-Straße KG**

Am Albertussee 1
40549 Düsseldorf

– Beteiligte zu 6. –

**7. GKF Beteiligungsverwaltung
Objekt Böblingen Otto-Lilienthal-Straße GmbH**

Am Albertussee 1
40549 Düsseldorf

– Beteiligte zu 7. –

8. SCP Retail Properties C I GmbH & Co. KG

Theodor-Stern-Kai 1
60596 Frankfurt a.M.

– Beteiligte zu 8. –

9. SCP Retail Properties C GP I GmbH

Theodor-Stern-Kai 1
60596 Frankfurt a.M.

– Beteiligte zu 9. –

10. SCP Retail Properties C II GmbH & Co. KG

Theodor-Stern-Kai 1
60596 Frankfurt a.M.

– Beteiligte zu 10. –

11. SCP Retail Properties C GP II GmbH

Theodor-Stern-Kai 1
60596 Frankfurt a.M.

– Beteiligte zu 11. –

12. SCP Retail Properties C III GmbH & Co. KG

Theodor-Stern-Kai 1
60596 Frankfurt a.M.

– Beteiligte zu 12. –

13. SCP Retail Properties C GP III GmbH

Theodor-Stern-Kai 1
60596 Frankfurt a.M.

– Beteiligte zu 13. –

14. SCP Retail Properties C XXV S.à.r.l.

16 rue Erasme
1468 Luxemburg

– Beteiligte zu 14. –

Verfahrensbevollmächtigte für die Beteiligten zu
2. bis 14.:

Skadden, Arps, Slate, Meagher & Flom LLP
Rechtsanwalt Thorsten Goetz
TaunusTurm, Taunustor 1
60310 Frankfurt a.M.

Gleiss Lutz Hootz Hirsch PartmbB
Rechtsanwälte Steuerberater
Rechtsanwalt Dr. Ulrich Denzel
Rechtsanwalt Dr. Moritz Holm-Hadulla
Lautenschlagerstr. 21
70173 Stuttgart

15. Globus SB- Warenhaus Holding GmbH & Co. KG

Leipziger Str. 8
66606 St. Wendel

– Beigeladene zu 1. –

Verfahrensbevollmächtigte für die Beigeladene
zu 1.:

Schulte Riesenkampff Rechtsanwaltsgesellschaft
mbH
Rechtsanwalt Dr. Michael Dallmann
Neue Mainzer Str. 28
60311 Frankfurt a.M.

16. NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG

Heisterstraße 4
90441 Nürnberg

– Beigeladene zu 2. –

Verfahrensbevollmächtigte für die Beigeladene
zu 2.:

FRIES Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
Rechtsanwalt Dr. Dr. Thomas Fries
Hainstraße 17
96047 Bamberg

17. Rewe-Zentralfinanz eG

Domstr. 20
50668 Köln

– Beigeladene zu 3. –

Verfahrensbevollmächtigte für die Beigeladene
zu 3.:

Flick Gocke Schaumburg
Rechtsanwalt Dr. Florian C. Haus
Rechtsanwalt Fabian Schmidt
Fritz-Schäffer-Str. 1
53113 Bonn

18. Tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG

Gerloser Weg 72
36039 Fulda

– Beigeladene zu 4. –

Verfahrensbevollmächtigte für die Beigeladene
zu 4.:

BAY GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Rechtsanwaltsgesellschaft
Rechtsanwalt Dirk Seeburg
Uferweg 11
88131 Lindau

19. Georg Jos. Kaes GmbH

Am Ring 15
87665 Mauerstetten

– Beigeladene zu 5. –

20. Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG

Rötelstr. 35
74172 Neckarsulm

– Beigeladene zu 6. –

Verfahrensbevollmächtigte für die Beigeladene zu 6.:

Noerr Partnerschaftsgesellschaft mbB
Rechtsanwalt Dr. Alexander Birnstiel und
Rechtsanwalt Stefan Bauer
Brienner Str. 28
80333 München

wegen Prüfung eines Zusammenschlussvorhabens nach § 36 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) hat die 2. Beschlussabteilung des Bundeskartellamtes am 17. März 2021 beschlossen:

I. Das zu prüfende Zusammenschlussvorhaben wird nach § 40 Abs. 2 und 3 GWB mit den folgenden Nebenbestimmungen freigegeben.

A. Erwerbsverbot

1. Real- Standorte

Die Freigabe des Erwerbs der übrigen vom Zusammenschlussvorhaben umfassten Real- Standorte steht, unbeschadet der Nebenbestimmungen unter lit. B., C. und D., unter der auflösenden Bedingung, dass die Beteiligte zu 1. und/oder eines oder mehrere der mit ihr i.S.v. § 36 Abs. 2 GWB bzw. als wirtschaftliche Einheit verbundenen Unternehmen (nachfolgend auch: Edeka) in einem Zeitraum von zwei Jahren ab Beschlussfassung direkten oder

indirekten Einfluss auf die nachfolgend genannten Real- Standorte (fortan: Nichterwerbsstandorte) erwirbt/erwerben:

- Alzey, Karl-Heinz-Kipp-Straße 23, PLZ 55232;
- Karlsruhe, Durlacher Allee 111, PLZ 76137;
- Donaueschingen, Bregstraße 30, PLZ 78166;
- Riesa, Riesapark 4, PLZ 01587;
- Hettstedt, Kämmriter Weg 20, PLZ 06333;
- Bergen auf Rügen, Ringstraße 140, PLZ 18528;
- Oldenburg, Alter Postweg 125, PLZ 26133;
- Braunschweig, Otto von Guericke-Straße 11, PLZ 38122;
- Wolfenbüttel, Am Wasserwerk 3, PLZ 38304;
- Wolfsburg, Brandgehaege 9, PLZ 38444;
- Staßfurt, Hohenerxebener Straße 50, PLZ 39418;
- Bocholt, Welfenstraße 21, PLZ 46395;
- Wesel, Rudolf-Diesel-Straße 7, PLZ 46485
- Kamp-Lintfort, Moerser Straße 223, PLZ 47475;
- Jülich, An der Leimkaul 1, PLZ 52428;
- Jettingen, Heilberstraße 3, PLZ 71131;
- Kirchentellinsfurt, Wannweiler Straße 77, PLZ 72138;
- Weilheim, Kaltenmoser Straße 28, PLZ 82362;
- Pfarrkirchen, Franz-Stelzenberger-Straße 1, PLZ 84347;
- Kempten, Im Allmey 1, PLZ 87435;
- Neustadt, Karl-Eibl-Straße 50A, PLZ 91413.

Dieses Erwerbsverbot erstreckt sich darüber hinaus auf die nachfolgend genannten Real- Standorte (fortan: Teilungsstandorte), sofern für den betreffenden Standort nicht die unter B. genannten aufschiebenden Bedingungen erfüllt werden:

- Böblingen-Hulb, Otto-Lilienthal-Straße 24, PLZ 71034;
- Memmingen, Fraunhoferstraße 8, PLZ 87700;
- Würzburg, Nürnberger Straße 12, PLZ 97076;
- Rhede-Vardingholt, Gronauer Straße 21, PLZ 46414;
- Nürtingen, Eichendorffstraße 51, PLZ 72622.

2. Wirkung des Bedingungseintritts

Tritt die auflösende Bedingung ein, so entfaltet die Entscheidung keine Freigabewirkung. Der Zusammenschluss gilt dann als untersagt, und bereits vollzogene Teile des Zusammenschlusses sind rückabzuwickeln.

Für den Fall, dass Edeka den Erwerb eines oder mehrerer dieser Real- Standorte nach Ablauf von zwei Jahren ab Beschlussfassung anstrebt, wird ihr aufgegeben, das Vorhaben erneut beim Bundeskartellamt anzumelden, soweit es sich dabei um ein anmeldepflichtiges Zusammenschlussvorhaben handelt.

3. Fristverkürzung

Die Beschlussabteilung kann die Frist von zwei Jahren für das Erwerbsverbot in begründeten Fällen auf Antrag der Beteiligten zu 1. und 2. für einzelne Standorte verkürzen.

B. Übertragung von Teilflächen an Wettbewerber

1. Hinsichtlich der unter lit. A. 1. S. 2 genannten Teilungsstandorte gilt kein Erwerbsverbot, vielmehr erstreckt sich unbeschadet der übrigen Verpflichtungen nach lit. A., C. und D. die Freigabe auch auf den betreffenden Standort, sofern für ihn die aufschiebende Bedingung erfüllt ist, dass ein Teil der bisher von Real genutzten Verkaufsfläche, dessen Mindestgröße nachstehend genannt ist (nachfolgend auch: Teilfläche), jeweils einem dritten – von der Beteiligten zu 1. und den Beteiligten zu 2.-14. unabhängigen (näher dazu unten Ziff. 5.) – LEH- Unternehmen (nachfolgend: Drittmieter) nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zur Nutzung überlassen wird: Es handelt sich um folgende Standorte und Teilflächen:

- Böblingen-Hulb, Otto-Lilienthal-Straße 24, PLZ 71034, Teilfläche mind. [REDACTED] m²;
- Memmingen, Fraunhoferstraße 8, PLZ 87700, Teilfläche mind. [REDACTED] ²;
- Würzburg, Nürnberger Straße 12, PLZ 97076, Teilfläche mind. [REDACTED] ²;
- Rhede-Vardingholt, Gronauer Straße 21, PLZ 46414, Teilfläche mind. [REDACTED] ²;
- Nürtingen, Eichendorffstraße 51, PLZ 72622, Teilfläche mind. [REDACTED] ²;

2. Nutzungsüberlassung

Die Nutzungsüberlassung an den Drittmietler ist nachzuweisen durch Vorlage eines unbedingten oder bedingten Miet- bzw. Untermietvertrages (fortan: Mietvertrag) mit dem Drittmietler, wobei die zulässige Bedingung der Erwerb oder die Anmietung der restlichen Fläche durch Edeka und die Durchführung von Umbaumaßnahmen ist, zu denen Edeka und/oder der Eigentümer/Vermieter sich gegenüber dem Drittmietler verpflichten.

Vermieter der Teilfläche kann Edeka sein, soweit dieser, ggf. aufgrund eines bedingten Vertrages, das Nutzungsrecht für die Teilfläche zusteht. Hat Edeka allenfalls das Nutzungsrecht an dem für die eigene Nutzung vorgesehenen Teil der Gesamtfläche des Standortes (fortan: Zielfläche), ist Vertragspartner des Drittmietlers der Inhaber des Nutzungsrechtes an der Teilfläche.

3. Nutzungsgegenstand

Dem Drittmietler müssen die Nutzungsrechte an einem Teil der Verkaufsfläche des betreffenden Standortes überlassen werden, der die in lit. B. 1. genannte Mindestgröße nicht unterschreitet. Die Beschlussabteilung kann in begründeten Fällen (insbesondere bauliche oder technische Gründe) auf Antrag der Beteiligten zu 1. und 2. für einzelne Standorte die Mindestgröße jedoch herabsetzen. Zudem müssen dem Drittmietler aufgrund des Mietvertrags angemessene Lagerflächen, Nebenräume sowie angemessene Zugangs- und Zufahrtsmöglichkeiten für Mitarbeiter, Lieferanten und den Publikumsverkehr sowie angemessene Parkmöglichkeiten zustehen.

4. Nutzungsdauer

Dem Drittmietler muss die Nutzung spätestens ab der (Wieder-)Eröffnung der Zielfläche durch Edeka für den Publikumsverkehr für eine Dauer von mindestens zehn Jahren ermöglicht werden; die über eine anfängliche Nutzungszeit von fünf Jahren hinausgehende Restnutzungszeit kann jedoch als einseitig vom Drittmietler auszuübende Option ausgestaltet sein.

5. Drittmietler

Bei dem oder den Drittmietler/n muss es sich um Unternehmen handeln, an denen die Hauptwerberin/Zusammenschlussbeteiligte/sowie die Veräußerin SCP zum Zeitpunkt des Erwerbs weder personell noch durch Kapitalbeteiligung (gleich in welcher Höhe) beteiligt sind und auf die sie keinen wettbewerblich erheblichen Einfluss im Sinne des § 37 Abs. 1 Nr. 4 GWB ausüben können. Die Drittmietler dürfen zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses und bis zum Ablauf von fünf Jahren nach Fassung des vorliegenden Beschlusses grundsätzlich auch nicht auf sonstige Weise, beispielsweise durch vertragliche Absprachen, die ein Handeln für Rechnung der Hauptwerberin/Zusammenschlussbeteiligte/der Veräußerin SCP ermöglichen, oder durch Gemeinschaftsunternehmen oder sonstige Kooperationen (z.B. Konzeptvereinbarungen, Einkaufskooperationen, Franchisevereinbarungen) mit der Hauptwerberin verbunden sein. Soweit ein potentieller Drittmietler über vertragliche Absprachen mit der Hauptwerberin/Zusammenschlussbeteiligte/der Veräußerin SCP verfügt, ist nachzuweisen, dass der Vertragsgegenstand das Wettbewerbsverhältnis bezüglich der Teilungsstandorte nicht beeinträchtigen kann; in diesem Fall kann die Beschlussabteilung eine Ausnahme von diesen Grundsätzen zulassen.

Der oder die Drittmietler soll ein/sollen Unternehmen sein, das / die die Nutzung der Teilfläche als Wettbewerber auf dem jeweils räumlich relevanten Markt für den Lebensmitteleinzelhandel über die gesamte Mietdauer erwarten lässt / lassen. Infolge des Betriebs der Teilfläche durch den Drittmietler darf prima facie keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs, insbesondere keine Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung, zu erwarten sein.

Edeka wird die Beschlussabteilung über die jeweiligen Drittmietler bei anstehenden Standorterwerben laufend unterrichtet halten und der Beschlussabteilung unverzüglich sämtliche zur Prüfung der Geeignetheit der Drittvermietung erforderlichen Angaben und Unterlagen übermitteln. Soweit sie nicht selbst die Teilfläche vermietet, wird sie sicherstellen,

dass der Vermieter ihr selbst oder dem Sicherungstreuhandler die entsprechenden Informationen, Angaben und Unterlagen unverzüglich zur Übermittlung an die Beschlussabteilung zur Verfügung stellt. Die Beschlussabteilung kann die Zustimmung zu Drittmietern und/oder Drittmietverträgen verweigern, wenn eines oder mehrere der unter dieser Ziffer oder sonst in lit. B. genannten Kriterien oder Verpflichtungen nicht erfüllt ist/sind oder aus anderen Gründen nicht zu erwarten ist, dass die materiellen wettbewerbsrechtlichen Bedenken hinsichtlich des jeweiligen Standortes durch die Vermietung der Teilfläche an den in Aussicht genommenen Drittmietler ausgeräumt werden.

6. Frist

Die Übertragung von Teilflächen an Wettbewerber kann bis zum [REDACTED] erfolgen. Die Beschlussabteilung kann diese Frist für einen oder mehrere der Teilungsstandorte um jeweils bis zu drei Monate verlängern, wenn dies unter Berücksichtigung der Umstände, insbesondere eines fortgeschrittenen, von Edeka näher darzulegenden Verhandlungsstandes, angemessen erscheint.

7. Wirkung des Bedingungseintritts

Wenn die aufschiebende Bedingung gemäß lit. B. eintritt, darf der Erwerb des betreffenden Teilungsstandortes durch Edeka vollzogen werden. Anderenfalls entfaltet die Entscheidung im Hinblick auf den betreffenden Teilungsstandort keine Freigabewirkung, dieser unterfällt vielmehr dem Erwerbsverbot nach lit. A. Ein Verstoß gegen das Erwerbsverbot führt – gleichviel, ob er sich auf einen Nichterwerbsstandort oder einen Teilungsstandort bezieht, für den die Bedingungen nach lit. B. nicht erfüllt sind – zum Bedingungseintritt nach lit. A. 2. mit der Folge, dass die Entscheidung für das gesamte Vorhaben keine Freigabewirkung mehr entfaltet und der Zusammenschluss vollständig rückabzuwickeln ist.

C. Verpflichtungen bezüglich des Standorts Ratingen

Die nachfolgenden Regelungen gelten unbeschadet der Verpflichtungen gemäß lit. A. und D.

1. Schließung des [REDACTED] (auflösende Bedingung)

Die Freigabe erfolgt im Hinblick auf den Standort real Ratingen, Am Sandbach 30, 40878 Ratingen, („real-Zielstandort Ratingen“) unter der auflösenden Bedingung, dass Edeka zum Zeitpunkt der (Wieder-)Eröffnung dieses Standortes durch Edeka für den Publikumsverkehr das [REDACTED] nicht geschlossen hat.

Schließung bedeutet, dass [REDACTED] für den Publikumsverkehr nicht mehr zugänglich ist, Warenvorräte des Lebensmitteleinzelhandelsortiments entfernt sind und [REDACTED] Außenfassade [REDACTED] entfernt wurde.

2. Verpflichtungen nach Schließung des [REDACTED] (Auflagen)

Um die strukturellen Wirkungen der unter Ziffer C. 1. genannten Verpflichtung auch nach erfolgter Schließung zu erhalten, werden Edeka folgende Auflagen auferlegt:

a) Wiederbetriebsverbot

Edeka (einschließlich Beteiligungsgesellschaften im Online-Handel und Großhandel) wird für einen Zeitraum von zehn Jahren nach Wiedereröffnung des real-Zielstandorts Ratingen untersagt, den Standort [REDACTED] vollständig oder teilweise, erneut in Betrieb zu nehmen. Zugleich wird Edeka untersagt, den Standort [REDACTED] [REDACTED] zu betreiben. [REDACTED]

[REDACTED] Die Beschlussabteilung kann, sofern besondere Gründe hierfür vorliegen, Ausnahmen von diesem Verbot zulassen.

b) Verbot von Neueröffnungen

Edeka wird für einen Zeitraum von [REDACTED] nach Zustellung dieses Beschlusses in den PLZ-Gebieten 40472, 40489, 40878, 40880 und 40882 („Kerngebiet“) keine neuen Lebensmitteleinzelhandelsstandorte eröffnen. Dieses Neueröffnungsverbot gilt dann nicht, wenn zuvor innerhalb von [REDACTED] nach Zustellung dieses Beschlusses innerhalb des Kerngebiets ein Standort von Edeka mit einer Gesamtverkaufsfläche, die die des neu zu eröffnenden Standortes nicht unterschreitet, geschlossen worden ist, etwa im Rahmen einer Standortverlagerung.

Das auf [REDACTED] nach Zustellung dieses Beschlusses begrenzte Verbot der Neueröffnung im Kerngebiet kann in besonders begründeten Ausnahmefällen durch die Beschlussabteilung ausgesetzt werden.

3. Eintritt der Bedingung bzw. Verstoß gegen die Auflagen

Wird die Bedingung in lit. C. 1. erfüllt oder verstößt Edeka gegen die Auflagen in lit. C. 2., gelten im Hinblick auf den real-Zielstandort Ratingen die Regelungen in lit. B. 7. S. 2-3 entsprechend.

D. Veräußerungsverpflichtung

1. Veräußerung

Die Freigabe erfolgt unter der auflösenden Bedingung, dass die Beteiligten zu 2.-4. bzw. mit ihnen im Sinne des § 36 Abs. 2 GWB verbundene Unternehmen (nachfolgend: SCP) nicht innerhalb der unter D.4 bezeichneten Fristen Real- Standorte mit einem Food-Beschaffungsvolumen im Jahre 2018 von insgesamt 200 Mio. Euro p.a. (im Folgenden „Zielvolumen“) an mittelständische LEH- Unternehmen (gemeint sind damit insbesondere die RTG-Mitglieder einschließlich Globus und Dohle (Hit), sowie möglicherweise ausländische Unternehmen oder neue Marktteilnehmer) veräußert, wobei der Großteil auf die RTG Mitglieder (einschließlich Globus) entfallen soll.

Zu diesem Zweck sichert SCP zu, im zur Erreichung des Zielvolumens erforderlichen Umfang Standorte mittelständischen LEH- Unternehmen anzubieten und bis spätestens 30. Juni 2021 an diese zu veräußern. Der vollständige Übergang des Geschäftsbetriebs eines Standortes kann auch zu einem späteren Zeitraum stattfinden, sofern bis spätestens 30. Juni 2021 verbindliche Verträge im Sinne der Abs. 3-4 über die Veräußerung vorliegen, aber auf Verlangen des betreffenden Erwerbers und/oder aus sonstigen von SCP nicht zu vertretenden Umständen ausdrücklich ein späterer vollständiger Übergang des Geschäftsbetriebs vereinbart wurde. In einem solchen Fall gilt die Veräußerung für die Zwecke des Nichteintritts der auflösenden Bedingung trotz des späteren Übergangs des Geschäftsbetriebs als spätestens zum 30. Juni 2021 erfolgt.

Die Veräußerung in diesem Sinne gilt als erfolgt, wenn entweder eine

- (i) verbindliche Einigung über den Übergang des Eigentums an einem Standort und die Überleitung des jeweiligen Betriebs erzielt wurde oder
- (ii) eine oder mehrere verbindliche Vereinbarungen vorliegen, wonach eine Überleitung des jeweiligen Betriebs zwischen SCP und dem jeweiligen Erwerber erfolgt und der jeweilige Erwerber zudem die Nutzungsrechte an den jeweiligen Verkaufsflächen erhält. Die Veräußerung im Sinne der Variante (ii) kann unter anderem dadurch sichergestellt werden, dass zum einen zwischen SCP und dem jeweiligen Erwerber eine Betriebsüberleitungsvereinbarung geschlossen wird und zum anderen der jeweilige Erwerber entweder einen eigenen Mietvertrag abschließt, der ihn zur Nutzung der Verkaufsflächen berechtigt, oder der Erwerber in ein bestehendes Mietverhältnis eintritt bzw. einem solchen beitrifft oder der Erwerber in ein Untermietverhältnis eintritt.

Sofern ein Mietverhältnis zwischen dem Erwerber und dem jeweiligen Vermieter nicht zustande kommt, gilt die Variante (ii) auch dann als erfüllt, wenn der Betriebsübergang und die rechtliche Nutzungsmöglichkeit an den Verkaufsflächen durch den Erwerber auf anderem Wege sichergestellt werden, etwa im Wege der Teilbetriebsabspaltung.

Ist der Erwerber bereits Eigentümer des Standortes, aber wegen eines bestehenden Miet- oder Pachtvertrages mit SCP (oder einem mit SCP im Sinne des § 36 Abs. 2 GWB verbundenen Unternehmen) selbst am Betrieb der Verkaufsflächen gehindert, so kann die Einräumung der Nutzungsrechte auch darin bestehen, dass das Vertragsverhältnis seitens SCPs gekündigt wird oder SCP von einer ihr zustehenden Option auf Vertragsverlängerung keinen Gebrauch macht; dies setzt voraus, dass die Restlaufzeit des Vertrages anderenfalls noch mindestens 2 Jahre betragen hätte.

2. Fix it first-Maßnahmen

Um das Zielvolumen zu erreichen, hat SCP nach eigenen Angaben bereits über 16 Standorte mit Globus eine verbindliche Überleitungsvereinbarung geschlossen.

3. Veräußerungsgegenstand

Bei den Veräußerungsstandorten handelt es sich jeweils um einen Real-Lebensmitteleinzelhandelsstandort einschließlich Warenbestand, Lager und Personal, es sei denn, die Erwerber verzichten ausdrücklich auf die Übernahme/wünschen ausdrücklich einen Abverkauf des Warenbestands oder Lagers oder die Nicht-Übernahme des am jeweiligen Standort beschäftigten Personals.

4. Veräußerungsfristen

Die Veräußerungsverpflichtung hat SCP bis zum 30. Juni 2021 durch Veräußerung der Standorte im Sinne der Ziffer 1. an geeignete Dritte aus dem Kreis der oben genannten Unternehmen im Sinne der Ziff. 1. zu erfüllen. Das Bundeskartellamt kann diese Frist verlängern, wenn SCP nachweisen kann, dass die infrage kommenden mittelständischen LEH- Unternehmen an einem Erwerb bis zu diesem Zeitpunkt nicht oder nicht ernsthaft zu annähernd marktüblichen Bedingungen interessiert sind.

5. Wirkung des Bedingungseintritts

Wenn die auflösende Bedingung eintritt, entfaltet die Entscheidung keine Freigabewirkung. Der Zusammenschluss gilt dann als untersagt, und bereits vollzogene Teile des Zusammenschlusses sind rückabzuwickeln.

6. Erwerber

Bei dem oder den Erwerber/n muss es sich um Unternehmen handeln, an denen die Haupterwerber/Zusammenschlussbeteiligten/sowie die Veräußerin SCP zum Zeitpunkt des Erwerbs weder personell noch durch Kapitalbeteiligung (gleich in welcher Höhe) beteiligt sind und auf die sie keinen wettbewerblich erheblichen Einfluss im Sinne des § 37 Abs. 1 Nr. 4 GWB ausüben können. Die Erwerber dürfen zum Zeitpunkt des Erwerbs grundsätzlich auch nicht auf sonstige Weise, beispielsweise durch vertragliche Absprachen, die ein Handeln für Rechnung der Haupterwerber/Zusammenschlussbeteiligten/der Veräußerin SCP ermöglichen, oder Gemeinschaftsunternehmen oder sonstige Kooperationen (z.B. Konzeptvereinbarungen, Einkaufskooperationen, Franchisevereinbarungen) mit den Haupterwerbern verbunden sein. Soweit ein potentieller Erwerber über vertragliche Absprachen mit den Haupterwerbern/Zusammenschlussbeteiligten/der Veräußerin SCP verfügt, ist nachzuweisen, dass der Vertragsgegenstand das Wettbewerbsverhältnis bezüglich veräußerter Standorte nicht beeinträchtigen kann; in diesem Fall kann die Beschlussabteilung eine Ausnahme von diesen Grundsätzen zulassen.

Der oder die Erwerber soll ein/sollen Unternehmen sein, das / die den dauerhaften Fortbestand der Veräußerungsstandorte als Wettbewerber auf dem jeweils räumlich relevanten Markt für den Lebensmitteleinzelhandel erwarten lässt / lassen.

SCP wird die Beschlussabteilung über die jeweiligen Erwerber in anstehenden Veräußerungen laufend unterrichtet halten und der Beschlussabteilung unverzüglich sämtliche zur Prüfung der Geeignetheit des Verkaufs und des Erwerbers erforderlichen Angaben und Unterlagen übermitteln. Die Beschlussabteilung kann die Zustimmung zu solchen Veräußerungen und/oder Erwerbern verweigern, wenn eines oder mehrere der unter dieser Ziffer sowie unter lit. D. genannten Kriterien oder Verpflichtungen nicht erfüllt ist/sind.

7. Pflichten von SCP vor der Veräußerung

Die auflösende Bedingung tritt nur dann nicht ein, wenn die Veräußerung unter Einhaltung folgender Pflichten durchgeführt wird. Ansonsten gilt der Zusammenschluss als untersagt, und bereits vollzogene Teile des Zusammenschlusses sind rückabzuwickeln.

a) Wahrung der unternehmerischen Eigenständigkeit

SCP stellt sicher, dass die Veräußerungsstandorte bis zum vollständigen Übergang des Geschäftsbetriebs im bisherigen Umfang und gewöhnlichen Geschäftsbetrieb fortgeführt werden. Insbesondere wird SCP sicherstellen, dass das Food-Beschaffungsvolumen für die jeweiligen Standorte weiterhin über die mittelständische Einkaufsgemeinschaft RTG Retail Trade Group eingekauft wird, so dass die entsprechenden Einkaufsvolumina der RTG Retail Trade Group auch für den Übergangszeitraum erhalten bleiben. Hiervon unberührt bleibt ein von dem / den Erwerber(n) der Veräußerungsstandorte gewünschter Abverkauf des Warenbestandes. SCP beschäftigt die den Veräußerungsstandorten zugeordneten MitarbeiterInnen bis zum Übergang des Standortes und der damit verbundenen Arbeitsverträge auf den/die jeweiligen Erwerber weiter. SCP oder Kaufland werden diese weder direkt noch indirekt abwerben, es sei denn, der / die Erwerber der Veräußerungsstandorte möchte(n) die jeweiligen Arbeitnehmer nicht übernehmen und dem steht auch § 613a BGB nicht entgegen.

b) Sicherung der Markt- und Wettbewerbsfähigkeit

SCP stellt sicher, dass die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit, Markt- und Wettbewerbsfähigkeit der Veräußerungsstandorte bis zum vollständigen Übergang des Geschäftsbetriebs auf den jeweiligen Erwerber aufrechterhalten bleiben. SCP stellt den Erhalt des wettbewerblichen Potentials der Veräußerungsstandorte sicher. Insbesondere nimmt SCP keine Handlungen vor, die einen negativen Einfluss auf den Wert, die Unternehmensführung oder die Wettbewerbsfähigkeit der Veräußerungsstandorte haben oder Art und Umfang der Geschäftstätigkeit, die gewerbliche oder unternehmerische Strategie oder die Investitionspolitik der Veräußerungsstandorte beeinträchtigen könnten. Hiervon unberührt bleibt ein von dem / den Erwerber(n) der Veräußerungsstandorte gewünschter Abverkauf des Warenbestandes bzw. eine im Einklang mit § 613a BGB stehende Nichtübernahme von MitarbeiterInnen durch den /die Erwerber der Veräußerungsstandorte.

E. Sicherungstreuhänder

1. SCP und Edeka setzen bis zum 21. April 2021 einen unabhängigen und sachkundigen Sicherungstreuhänder ein, der die Aufgabe hat, die Erfüllung der unter den Abschnitten B.-D. aufgeführten Pflichten bis zur Veräußerung des jeweiligen Veräußerungsstandortes und der in Abschnitt B. aufgeführten Pflichten bezüglich der Teilungsstandorte bis zum Ablauf von fünf Jahren nach Fassung dieses Beschlusses sicherzustellen. Der Sicherungstreuhänder muss von SCP und Edeka unabhängig und frei von aktuellen oder potentiellen Interessenkonflikten sein und die notwendige Qualifikation für seine Aufgabe besitzen. SCP und Edeka tragen die Kosten des Sicherungstreuhänders gesamtschuldnerisch.
2. Die Einsetzung des Treuhänders sowie der Treuhändervertrag bedürfen der vorherigen Zustimmung der Beschlussabteilung. SCP und Edeka legen der Beschlussabteilung bis zum 7. April 2021 einen Vorschlag für das Amt des Sicherungstreuhänders unter Beifügung des beabsichtigten Treuhändervertrages vor. Sollte die Beschlussabteilung den vorgeschlagenen Kandidaten und / oder den Treuhändervertrag ablehnen, werden SCP und Edeka innerhalb einer weiteren Woche nach Zugang der ablehnenden Entscheidung der Beschlussabteilung mindestens zwei weitere Vorschläge und / oder eine nach den Anregungen der Beschlussabteilung geänderte Fassung des Treuhändervertrages einreichen. Sollten auch diese Vorschläge keine Zustimmung finden, setzen SCP und Edeka einen von der Beschlussabteilung benannten Treuhänder ein und / oder verwenden einen von der Beschlussabteilung verfassten Vertrag.
3. Der Sicherungstreuhänder schlägt als Vertreter von SCP und Edeka unmittelbar nach Aufnahme seines Mandats in einem ersten Bericht an die Beschlussabteilung einen detaillierten Arbeitsplan vor, aus welchem hervorgeht, durch welche Maßnahmen er beabsichtigt, die sich aus diesen Nebenbestimmungen ergebenden Aufgaben für SCP und Edeka zu erfüllen. Diese Verpflichtung besteht nicht im Hinblick auf die Verpflichtungen nach lit. D., soweit der Beschlussabteilung ein solcher Arbeitsplan bereits aus dem Verfahren B2-83/20 vorliegt.

Der Sicherungstreuhänder

- wird als Vertreter von SCP und Edeka der Beschlussabteilung alle vier Wochen einen schriftlichen Bericht über den Stand der Umsetzung und Einhaltung der unter B. –D. genannten Verpflichtungen und den Fortgang des Veräußerungsprozesses vorlegen.

- unterstützt und kontrolliert den Prozess zur Übertragung des Nutzungsrechts hinsichtlich der Teilflächen i.S.d. lit. B. Dies umfasst auch die Einhaltung der in lit. B.1. aufgeführten Mindestgröße der jeweiligen Teilfläche, die Anforderungen an den Mietvertrag nach lit. B.2., die Erfordernisse an den Nutzungsgegenstand nach lit. B.3., das Vorliegen einer hinreichenden Nutzungsdauer nach lit. B.4. sowie den Nachweis der Eignung des jeweiligen Drittmieters nach lit. B.5.;
 - unterstützt und kontrolliert die Schließung [REDACTED] und die hiermit einhergehenden Verpflichtungen i.S.d. lit. C.;
 - beaufsichtigt und unterstützt die laufende Geschäftsführung hinsichtlich der Sicherstellung der wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit, der unternehmerischen Werthaltigkeit und der Wettbewerbsfähigkeit der nach lit. D. zu veräußernden Standorte und legt gemeinsam mit der Geschäftsführung die notwendigen Maßnahmen fest;
 - unterstützt und kontrolliert den Gang des Veräußerungsprozesses hinsichtlich der Veräußerungsstandorte i.S.d. lit. D.;
 - wird als Vertreter von SCP und Edeka der Beschlussabteilung unverzüglich nach Ablauf seines Mandats bzw. nach dem Vollzug der Veräußerung einen abschließenden Bericht über die Einhaltung und Umsetzung der sich aus den Nebenbestimmungen ergebenden Verpflichtungen vorlegen, wobei er in Bezug auf die Verpflichtungen nach lit. D. bereits zuvor einen getrennten Bericht abgeben kann.
4. SCP und Edeka lassen dem Sicherheitstreuhänder jegliche zweckdienliche Zusammenarbeit, Unterstützung und Informationen zukommen, die dieser zur Erfüllung seiner Aufgaben benötigt. SCP und Edeka gewähren dem Sicherheitstreuhänder Zugang zu allen Büchern, Aufzeichnungen, Unterlagen, Mitarbeitern, Einrichtungen, Standorten und technischen Informationen von SCP, Edeka und den jeweiligen Standorten, die für die Erfüllung seines Mandats erforderlich sind.
5. Die Beschlussabteilung kann dem Sicherheitstreuhänder als Vertreter von SCP und Edeka Anweisungen erteilen, um die Einhaltung der Nebenbestimmungen sicherzustellen. Kommt der Sicherheitstreuhänder diesen Anweisungen nicht nach oder verletzt er sonst die ihm als Vertreter von SCP und Edeka obliegenden Pflichten wiederholt, kann die Beschlussabteilung SCP und Edeka aufgeben, diesen durch einen anderen Sicherheitstreuhänder zu ersetzen.

6. Das Bundeskartellamt haftet nicht für eventuelle Schäden, die der Sicherungstreuhänder oder einer seiner Mitarbeiter verursachen.

II. Die Gebühr für diese Entscheidung wird unter Anrechnung der gesondert festzusetzenden Gebühr für die Anmeldung des Zusammenschlussvorhabens in Höhe von 65.000,00 Euro (in Worten: Fünfundsechzigtausend Euro) auf insgesamt

100.000,00 Euro

(in Worten: Einhunderttausend Euro)

festgesetzt und den Beteiligten zu 1. - 14. als Gesamtschuldnern auferlegt.

A. Zusammenfassung

I. Absatz

- 1 Die Beschlussabteilung ist nach umfassenden Marktermittlungen zu dem Ergebnis gekommen, dass der geplante Erwerb von bis zu 45 Real-Standorten durch Edeka absatzseitig keinen wettbewerblichen Bedenken begegnet.
- 2 Die Übernahme weiterer 27 Real-Märkte würde absatzseitig dagegen ohne geeignete Zusagen zu einer erheblichen Behinderung effektiven Wettbewerbs führen. Betroffen sind die Markträume Riesa, Hettstedt, Bergen auf Rügen, Oldenburg, Braunschweig, Wolfenbüttel, Wolfsburg, Staßfurt, Bocholt, Rhede-Vardingholt, Wesel, Kamp-Lintfort, Jülich, Jettingen, Kirchentellinsfurt, Nürtingen, Weilheim, Pfarrkirchen, Kempten, Neustadt, Böblingen, Donaueschingen, Memmingen, Würzburg, Ratingen, Alzey und Karlsruhe. Die Wettbewerbsbehinderung ist auf unilaterale Effekte zurückzuführen. Es stünde zu befürchten, dass die wettbewerblichen Verhaltensspielräume von Edeka nach der Übernahme dieser Standorte von Real nicht mehr in ausreichendem Maß von den im Markt verbleibenden Wettbewerbern kontrolliert werden könnten. In einer Reihe von Markträumen ist dabei sogar die Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung i.S. von § 18 Abs. 4 GWB von Edeka zu erwarten.
- 3 Die Beschlussabteilung hat im vorliegenden Fusionsfall auf der Absatzseite somit neben einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs durch den Zusammenschluss auch auf das Regelbeispiel der Einzelmarktbeherrschung abgestellt.

- 4 Auf der Absatzseite ist die Beschlussabteilung in räumlicher Hinsicht von Markträumen ausgegangen, die durch die Einzugsgebiete der von dem Fusionsvorhaben betroffenen Realstandorte abgegrenzt werden. Das Vorhaben betrifft die Übernahme von 72 Real- Standorten, die bundesweit verteilt sind. Wettbewerblich problematische Zuwächse durch das Fusionsvorhaben gäbe es in den Markträumen an den genannten 27 Standorten. Dort erlangen die Zusammenschlussbeteiligten durch den Wegfall des Wettbewerbsverhältnisses zueinander und aufgrund ihrer starken Stellungen signifikante Verhaltensspielräume. Es ist zudem davon auszugehen, dass von den dort ebenfalls tätigen Unternehmen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels (LEH) kein hinreichender Wettbewerbsdruck mehr ausgeht und diese vielmehr Anreize haben, Preiserhöhungen oder Leistungsverschlechterungen der Zusammenschlussbeteiligten nachzuvollziehen. Die Beschlussabteilung geht daher auch davon aus, dass durch den Zusammenschluss in einigen betroffenen Markträumen eine marktbeherrschende Stellung entsteht bzw. verstärkt wird und der Zusammenschluss somit auch aus diesem Grund zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde.
- 5 Zur Beseitigung der wettbewerblichen Bedenken auf der Absatzseite hat Edeka die Zusage abgegeben, auf den geplanten Erwerb von 21 Real- Standorten – Alzey, Karlsruhe, Donaueschingen, Riesa, Hettstedt, Bergen auf Rügen, Oldenburg, Braunschweig, Wolfenbüttel, Wolfsburg, Staßfurt, Bocholt, Wesel, Kamp-Lintfort, Jülich, Jettingen, Kirchentellinsfurt, Weilheim, Pfarrkirchen, Kempten und Neustadt - zu verzichten und diese auch in den nächsten zwei Jahren nicht zu erwerben.
- 6 An weiteren fünf Real- Standorten erfolgt eine kartellrechtliche Freigabe unter der aufschiebenden Bedingung, dass ein Teil der bisher von Real genutzten Verkaufsfläche unter Beachtung standortspezifischer Mindestgrößen für die Dauer von mindestens 10 Jahren jeweils einem Drittmietler zur Nutzung überlassen wird. Durch diese Übertragung von Teilflächen an Wettbewerber ist nicht mehr davon auszugehen, dass durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb in den jeweiligen Markträumen erheblich behindert würde. Betroffen sind die Real- Standorte Böblingen-Hulb, Memmingen, Würzburg, Rhede-Vardingholt und Nürtingen.
- 7 Im Hinblick auf den Real- Standort in Ratingen hat Edeka die Zusage abgegeben, dass zunächst das von Edeka betriebene [REDACTED] geschlossen wird bevor am Zielstandort eine (Wieder-) Eröffnung durch Edeka erfolgt. Edeka wird für einen Zeitraum von zehn Jahren am Standort [REDACTED] keinen LEH betreiben. Gleichzeitig

verpflichtet sich Edeka für einen Zeitraum von [REDACTED] im Kerngebiet des Marktraums keine weiteren LEH- Filialen zu eröffnen. Durch diese Bedingungen und Auflagen ist auch im Marktraum Ratingen nicht mehr davon auszugehen, dass durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb erheblich behindert würde.

- 8 Im Hinblick auf den Real- Standort in Goslar waren weitere, der Beschlussabteilung erst kurz vor der Abmahnung mitgeteilte und dort daher noch nicht berücksichtigte Tatsachen zu würdigen. Da der Erwerb des Standortes nunmehr nur das Grundstück, nicht aber das operative Geschäft von Real umfasst, sondern frühestens zwei Jahre nach der bereits erfolgten Schließung des Real- Betriebes, dem Abriss des bisherigen Gebäudes und dem Neubau der Verkaufsstätte der Betrieb des LEH- Geschäftes wiederaufgenommen wird, ist nicht von einem Übergang der vollständigen oder eines zumindest großen Teils der Marktstellung des Real- Standortes auf Edeka auszugehen. Im Marktraum Goslar ist somit nicht mehr davon auszugehen, dass durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb erheblich behindert würde. Dies gilt in sachlicher Hinsicht sowohl für den Markt für den Lebensmitteleinzelhandel als auch für den Immobilienmarkt.
- 9 Das Bundeskartellamt hat den Erwerb der anderen bis zu 44 Real- Standorte unter der auflösenden Bedingung, dass die abgegebenen Zusagen nicht erfüllt werden, freigegeben. Ein Erwerb dieser Standorte kann sofort vollzogen werden. Bei einem Verstoß gegen diese Bedingung ist der gesamte Zusammenschluss rückabzuwickeln.

II. Beschaffung

- 10 Der Zusammenschluss führt nach Auffassung der Beschlussabteilung zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs auf einer Reihe von Beschaffungsmärkten des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Durch das Vorhaben verstärkt Edeka ihre Position auf der Beschaffungsseite in erheblichem Umfang. Edeka steigert ihr Beschaffungsvolumen um [0- 5] %. Zusammen mit Rewe und der Schwarz- Gruppe ist Edeka Bestandteil einer Spitzengruppe von aus Sicht der Lieferanten unverzichtbaren Abnehmern im Bereich des LEH. Die Nachfragemacht dieser Spitzengruppe wird durch den Zuwachs an Beschaffungsvolumen, der mit dem Vorhaben einhergeht, deutlich ausgebaut, während der Zusammenschluss zugleich den Vorsprung vor den mittelständischen LEH- Wettbewerbern vergrößert und die Abhängigkeit der Lieferanten erhöht.
- 11 Durch den Zusammenschluss erwirbt Edeka als das in Deutschland sowohl auf der Absatz- als auch der Beschaffungsseite mit Abstand führende LEH- Unternehmen einen wesentlichen

Teil der Standorte eines der wenigen verbliebenen und von der Spitzengruppe der führenden Anbieter in der Beschaffung unabhängigen Wettbewerber. Edeka baut dadurch ihr Vertriebsnetz aus und steigert Absatzmenge und Beschaffungsvolumen, während die Beschaffungskooperation Retail Trade Group (RTG), deren mit Abstand umsatzstärkstes Mitglied Real derzeit noch ist, einen großen Teil ihres Beschaffungsvolumens einbüßt. Die RTG, die auch aufgrund ihrer übrigen Mitgliedsunternehmen eine unmittelbare Ausweichoption für die Herstellerseite bei der Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels darstellt, wird hierdurch in ihrer Bedeutung für die Lieferanten geschwächt. Ein hinreichender Ausgleich durch eine angemessene Berücksichtigung mittelständischer Händler bei der Veräußerung von Real-Standorten ist ohne hinreichende Nebenbestimmungen nicht gewährleistet.

B. Sachverhalt

I. Beteiligte Unternehmen

1. Edeka

- 12 Die Erwerberin – die Beteiligte zu 1. - ist die Zentrale des Edeka- Verbundes (nachfolgend auch zusammenfassend als Edeka bezeichnet). Edeka ist der führende Anbieter im LEH. Kerngeschäftsfeld der Edeka ist das Super- und Verbrauchermarktgeschäft; im Discountbereich ist sie deutschlandweit mit den Märkten der Netto Marken-Discount GmbH & Co. KG (Netto) sowie in Norddeutschland über Niedrig-Preis Märkte (NP) tätig. Die von ihr betriebenen Verbrauchermärkte werden unter den Bezeichnungen „E-Center“ und „Marktkauf“ geführt.
- 13 Der Edeka- Verbund umfasst neben der Edeka Zentrale die sieben Regionalgesellschaften mit ihren Regiebetrieben / Filialen, die den neun regionalen Edeka Genossenschaften angehörenden selbstständigen Einzelhändler (SEH) sowie Netto. Die Edeka Zentrale hält eine Beteiligung von 50 % an den sieben Regionalgesellschaften, während die übrigen 50 % der Regionalgesellschaften jeweils von einer oder mehreren regionalen Edeka Genossenschaften gehalten werden. Die Edeka Zentrale steht wiederum im Eigentum der neun regionalen Genossenschaften. Netto wird als Tochterunternehmen unmittelbar von der Edeka Zentrale kontrolliert. Darüber hinaus betreibt der Edeka- Verbund u.a. den Edeka- Großhandel, das Edeka Fruchtkontor, eine Wein- und Sektkellerei, eigene Fleisch- und Backwerke sowie eine

eigene Safftherstellung. Der Edeka- Verbund betreibt zudem unter der Marke Budni eigene Drogeriefachmärkte. 2019 erweiterte Edeka seine Vertriebslinien unter der Marke Naturkind um Biofachmärkte.

- 14 Die geschäftspolitische und strategische Führung des Edeka- Verbundes liegt bei der Edeka- Zentrale. Die Edeka- Zentrale nimmt Steuerungsfunktionen für den Verbund wahr und erbringt Dienstleistungen für die regionalen Handelsgesellschaften.
- 15 Die Beschlussabteilung sieht den gesamten Edeka- Verbund unter Einbeziehung der selbständigen Einzelhändler und der Regionalgesellschaften als wirtschaftliche Einheit und auch als verbundene Unternehmen nach § 36 Abs. 2 GWB an. Jedenfalls werden die von den selbständigen Einzelhändlern und den Regionalgesellschaften erzielten Umsätze dem Verbund zugerechnet, da die selbständigen Einzelhändler zusammen mit den Regionalgesellschaften und der Edeka- Zentrale sowohl als verflochtene Unternehmen i.S.d. § 18 Abs. 3 Nr. 4 GWB als auch als wettbewerbliche Einheit anzusehen sind (B2-96/14 (Edeka/Tengelmann)).
- 16 Edeka verfügt über ein deutschlandweites Vertriebsnetz mit insgesamt gut 11.200 Lebensmittelmärkten.¹ Über 5.600 dieser Märkte werden von insgesamt rd. 3.700 selbständigen Kaufleuten, den Edeka-Genossen, betrieben. Von den verbleibenden knapp 5.600 Märkten sind ca. 1.245 sogenannte Regiebetriebe (Filialen), die von den Regionalgesellschaften betrieben werden und gut 4.270 Märkte der Discountschiene Netto.
- 17 Der Edeka- Verbund erzielte 2019 einen Umsatz von 55,7 Mrd. €, wovon 51,7 Mrd. € auf den LEH entfielen. 29 Mrd. € wurden von den selbständigen Einzelhändlern erzielt, 13,5 Mrd. € im Discountgeschäft und 8,6 Mrd. € von den Regiebetrieben. Edeka ist ausschließlich in Deutschland tätig.
- 18 Auf internationaler Ebene ist Edeka Mitglied der Einkaufskooperation Agecore. Zu der Händlervereinigung gehören neben Edeka Coop (Schweiz), Intermarché (Frankreich), Colruyt (Belgien), Conad (Italien) und Eroski (Spanien).

¹ Vgl. <https://geschaeftsbericht.edeka/edeka-im-profil/>

2. SCP

- 19 Die Beteiligten zu 2. – 4. sind Tochtergesellschaften der SCP Group S.à.r.l. (SCP; alle verfahrensbeteiligten Gesellschaften der SCP-Gruppe werden nachfolgend auch zusammenfassend als SCP bezeichnet). Dies gilt auch für die Beteiligten zu 6.-14., bei denen es sich um eigens für die Transaktion gegründete Gesellschaften handelt, die das Eigentum an den Grundstücken bestimmter Standorte innehaben (so genannte Standort- KGs) bzw. als Komplementär-GmbH einer solchen Standort- KG fungieren. Die Beteiligte zu 5. ist eine den Beteiligten zu 2.- 4. und 6.- 14. übergeordnete Gesellschaft der SCP-Gruppe. Die SCP wird gemeinsam von der russischen Sistema-Gruppe, einer von Herrn Vladimir Evtuchenkov kontrollierten Investmentgesellschaft, und dessen Sohn Felix Evtuchenkov kontrolliert.
- 20 SCP ist eine vor allem im Immobilienbereich tätige Investmentgesellschaft. Neben der Investition im Bereich Real Estate ist SCP in der Vermietung und Verwaltung von Gewerbeimmobilien, in Deutschland vor allem über die Tochtergesellschaft x+bricks Management GmbH, im Bereich der lebensmittelgeankerten Immobilien tätig.
- 21 Den Erwerb der derzeit unter der Marke Real betriebenen Lebensmitteleinzelhandelsstandorte (nachfolgend: Real- Standorte) durch die SCP Group hatte die Europäische Kommission mit Entscheidung vom 4. März 2020 (Fall M.9703 – SCP/Real) freigegeben.
- 22 Zum Zeitpunkt der Anmeldung hat Real an 276 Standorten in Deutschland SB- Warenhäuser und Verbrauchermärkte betrieben², die ein Angebot von bis zu 80.000 Artikeln des Food/Non-Food I sowie Non-Food II Sortiments anbieten. Real betreibt fast nur Großflächenstandorte mit Flächen größer 3.000 qm, der weit überwiegende Teil der Standorte weist Flächen von über 5.000 qm auf (durchschnittlich 7.000).³ Ebenfalls zur Real- Gruppe zählte der Online- Marktplatz real.de. Die Übernahme von real.de durch Kaufland hat die EU- Kommission am 24. September 2020 freigegeben.
- 23 Die Real- Standorte erzielten im Geschäftsjahr 2019/2020 einen Umsatz von 6,85 Mrd. €.⁴
- 24 Die Sistema- Gruppe erzielte 2019 einen Umsatz von 9,08 Mrd. € weltweit.

² Mittlerweile wurde die Schließung einer Reihe von Real- Standorten durch SCP bereits beschlossen.

³ Vgl. Case M.9932 – Kaufland/SCP Real Digital Assets.

⁴ Das Geschäftsjahr von Real endet zum 30.09. eines Kalenderjahres.

3. Globus

25 Globus ist Teil der Globus- Gruppe, die neben Lebensmitteleinzelhandelsmärkten auch Elektrofachmärkte und Baumärkte betreibt. Die Globus- Gruppe ist ein von der Familie Bruch geführtes Familienunternehmen. Globus ist in Deutschland ausschließlich im großflächigen Einzelhandel mit Flächen ab 5.000 qm vertreten und betreibt 47 SB- Warenhäuser. In den SB- Warenhäusern werden in Eigenproduktion Fachmetzgereien und Bäckereien betrieben. Globus betreibt 91 Baumärkte und 6 Elektrofachmärkte. Daneben werden in Tschechien und Russland 27 Lebensmittelmärkte und zwei Baumärkte in Luxemburg betrieben. Globus erzielte im Geschäftsjahr 2019 einen Umsatz von 6,8 Mrd. €, davon mit 4,5 Mrd. € den überwiegenden Anteil in Deutschland. Seit dem 1. August 2020 ist Globus Mitglied der mittelständischen Einkaufskooperation RTG.

4. Norma

26 Norma ist ein im Ausland und bundesweit tätiger Lebensmitteldiscounter, der mit etwa 1.450 Filialen⁵ (davon über 1.300 in Deutschland⁶) in 2019 alleine in Deutschland etwa 3,6 Mrd. € Umsatz erwirtschaftete⁷.

5. Rewe

27 Die Rewe Group umfasst eine Vielzahl von Unternehmen, die in Deutschland und im europäischen Ausland vornehmlich im Einzel- und Großhandel, insbesondere mit Lebensmitteln, tätig sind. Ferner betreibt Rewe Fachmärkte (Bau- und Gartenmärkte), Produktionsbetriebe (Fleisch- und Brotverarbeitung) und ist in der Tourismus-Branche tätig (Reiseveranstalter und Reisevertrieb). Im LEH-Bereich betreibt Rewe unter verschiedenen Marken (Rewe, Rewe City, Sky, akzenta) in der Vertriebschiene Vollsortiment LEH- Märkte unterschiedlicher Größenklassen, darüber hinaus ebenfalls bundesweit Discount- Märkte unter der Marke Penny. Auf der Großfläche werden Rewe Center betrieben. Zudem ist Rewe mit Rewe-To-Go-Geschäften Betreiber von kleinflächigen Lebensmittelgeschäften im Innenstadtbereich, beliefert Tankstellenshops der Aral-Gruppe und hat im vergangenen Jahr das auf die Belieferung von Tankstellen und anderen Convenience-Geschäften spezialisierte

⁵ Vgl. <https://www.norma-online.de/de/unternehmen/filialnetz>.

⁶ Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/240211/umfrage/anzahl-der-filialen-von-norma/>.

⁷ Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/516905/umfrage/umsatz-von-norma-in-deutschland/>.

Großhandelsunternehmen Lekkerland erworben. Rewe und Lekkerland beschaffen derzeit über unterschiedliche Einkaufskooperationen.

28 Rewe betreibt bundesweit 1.760 Vollsortimentsmärkte unter eigener Regie und über selbständige Einzelhändler sowie 2.169 Penny-Märkte. Daneben ist Rewe im Großhandelsgeschäft tätig.⁸

29 Die Beschlussabteilung betrachtet Rewe und ihre selbständigen Einzelhändler (welche circa 40 % der LEH- Märkte betreiben) als zumindest wettbewerbliche Einheit. Die Anwendung der Verbundklausel (§ 36 Abs. 2 GWB) und die Fragen, ob es sich um eine wirtschaftliche Einheit handelt, wurden bislang offengelassen, dürften indessen zu bejahen sein. Jedenfalls werden die von den selbständigen Einzelhändlern und den Regionalgesellschaften erzielten Umsätze der Rewe- Gruppe zugerechnet, da die selbständigen Einzelhändler als mit der Rewe-Zentrale verflochtene Unternehmen i.S.d. § 18 Abs. 3 Nr. 4 GWB und als Bestandteile einer wettbewerbliche Einheit mit der Rewe-Zentrale anzusehen sind.

30 Auf internationaler Ebene ist Rewe Mitglied der Einkaufskooperation Coopernic, an der neben Rewe E. Leclerc (Frankreich) Coop Italia und die niederländisch-belgische Kette Ahold Delhaize beteiligt sind. Gemeinsam mit E. Leclerc betreibt Rewe die Einkaufsgesellschaft Eurelec.

31 Im Geschäftsjahr 2019 erzielte Rewe weltweite Umsätze von circa 55,4 Mrd. €, davon circa 32,3 Mrd. € in Deutschland.

6. Tegut

32 Tegut ist ein Betreiber von etwa 290 Vollsortiments-Lebensmitteleinzelhandelsgeschäften mit einer Fläche von bis zu 2.500 qm vorwiegend in Hessen, Bayern, Niedersachsen, Rheinland-Pfalz, Thüringen und Baden-Württemberg, der von der schweizerischen Migros-Genossenschaft kontrolliert wird, einem der beiden in der Schweiz führenden Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen. Tegut erzielte 2019 einen Umsatz von ca. 1,1 Mrd. €. Das Unternehmen ist Mitglied der RTG.

⁸ Vgl. Geschäftsbericht 2019 unter www.rewe-group-geschaeftsbericht.de

7. Kaes

33 Kaes ist eine im Einzel- und Großhandel tätige mittelständische Unternehmensgruppe in Südbayern. Das Familienunternehmen wird in fünfter Generation von Herrn Horst Hermann geleitet. Neben großflächigen Verbrauchermärkten mit einer Verkaufsfläche von 1.000 bis 15.000 werden Baumärkte, Modemärkte, C&C- Märkte sowie Tankstellen und Waschstraßen betrieben. Die Verbrauchermärkte unter der Bezeichnung V-Markt sind an 47 Standorten vertreten. Kaes erzielte 2019 einen Umsatz von ca. 765 Mio. €. Das Unternehmen ist Mitglied der RTG.

8. Kaufland

34 Die Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG ist eine Tochtergesellschaft des Handelsunternehmens Kaufland, das wiederum zur Schwarz- Gruppe gehört. Die Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG wird mittelbar bzw. unmittelbar von der SB Kaufland KG kontrolliert, die wiederum über die D. Schwarz Beteiligungs- KG und die Schwarz Beteiligungs- KG mittelbar und zu jeweils gleichen Teilen Herrn Dieter Schwarz, der Schwarz Unternehmenstreuhand KG sowie, jeweils vermittelt über eine GmbH, der DSS K + K Gemeinnützige Stiftung und der DSS W + F Gemeinnützige Stiftung zuzurechnen ist. Auch die Schwestergesellschaft Lidl Stiftung & Co. KG wird von der SB Lidl KG, Neckarsulm kontrolliert (99,98%), die wiederum über die D. Schwarz Beteiligungs- KG und die Schwarz Beteiligungs- KG mittelbar und zu jeweils gleichen Teilen Herrn Dieter Schwarz, der Schwarz Unternehmenstreuhand KG sowie, jeweils vermittelt über eine GmbH, der DSS K + K Gemeinnützige Stiftung und der DSS W + F Gemeinnützige Stiftung zuzurechnen ist. Beide Unternehmensgruppen bilden über die letztlich von Dieter Schwarz geführten Stiftungskonstruktionen eine wirtschaftliche Einheit und werden von der Beschlussabteilung als Konzernverbund i. S. d. § 36 Abs. 2 GWB betrachtet.

35 Die Schwarz- Gruppe ist über die Sparten Kaufland (großflächiger Lebensmitteleinzelhandel) und Lidl (Discount) im LEH in über 30 Ländern tätig. Weiterhin betreibt die Schwarz- Gruppe über ihre Produktionssparte Anlagen zur Herstellung von Erfrischungsgetränken, Backwaren, Speiseeis und Kaffee. Über die Entsorgungssparte Prezero ist die Schwarz- Gruppe zudem im Bereich der Sammlung, des Handels und der Vermarktung von Wertstoffen tätig.

36 Kaufland ist mit rund 1300 Filialen in acht Ländern Europas vertreten. Deutschlandweit betreibt Kaufland rund 670 SB- Warenhäuser und Verbrauchermärkte, die ein Angebot von über

30.000 Artikeln des Food/Food I sowie Non-Food II Sortiments anbieten. Die von Kaufland betriebenen Großflächenstandorte weisen Flächen von durchschnittlich 4.000 qm auf.

37 Lidl ist der größte Discounter-Konzern der Welt mit insgesamt 10.800 Filialen in 32 Ländern. In Deutschland betreibt Lidl 39 Regionalgesellschaften, die ein Vertriebsnetz mit ca. 3.200 Standorten betreiben.

38 Der Umsatz der Schwarz- Gruppe belief sich im Jahre 2019 auf 113,3 Mrd. € weltweit, von denen 111,1 Mrd. € EU-weit umgesetzt wurden und 39,0 Mrd. € auf Deutschland entfielen.

II. Veräußerung der Real- Standorte

39 Die Metro AG hat im September 2018 ihre Absicht geäußert, sich von ihrer im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel tätigen Vertriebslinie Real zu trennen. Der Presse war zu entnehmen, dass Real bereits seit längerem die Geschäftsentwicklung des Konzerns stark belastet hat.⁹ Ursache hierfür war demnach neben einer allgemein schwachen Umsatzentwicklung der Großflächen insbesondere bei Real der Druck über die Personalkosten und geringe Margen.

40 Metro stand seither mit Banken und Investoren in Kontakt, um den Verkaufsprozess der Vertriebslinie zu starten. Auch wurden Unternehmen des LEH, darunter auch mittelständische, der RTG zugehörige, sowie ausländische Unternehmen nach einem Erwerbsinteresse angefragt.

41 Schließlich trat Metro im Mai 2019 in exklusive Verkaufsverhandlungen mit der redos real estate GmbH, Hamburg (Redos), einem auf großflächige Einzelhandelsimmobilien spezialisierten Immobilieninvestor. Redos hat den Erwerb von 75,1% der Anteile und Stimmrechte an der Vertriebslinie Real am 2. Oktober 2019 beim Bundeskartellamt angemeldet (B2- 105/19). Redos ist nicht im Lebensmitteleinzelhandel tätig, das Vorhaben konnte innerhalb der Monatsfrist freigegeben werden, da keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs zu erwarten war. Der Erwerb von Real durch Redos stellte zunächst den ersten Schritt dar, einen Großteil der von der Vertriebslinie Real betriebenen Verbrauchermärkte und SB- Warenhäuser im Wege eines Verteilkonzeptes an Unternehmen zu veräußern, die schwerpunktmäßig im LEH tätig sind. Die Gestaltung dieses Verteilkonzeptes war nach den Angaben von Redos dabei auf schnelle fusionskontrollrechtliche Umsetzbarkeit ausgerichtet.

⁹ Vgl. z.B. www.lebensmittelzeitung.net vom 13. Dezember 2018

- 42 In diesem Zusammenhang prüfte die Beschlussabteilung den am 28. Oktober 2019 angemeldeten Erwerb von 87 Real- Standorten von Redos durch Edeka (B2- 113/19 (Edeka/Redos)). Während die Ermittlungen auf der Absatzseite liefen, kündigte Metro am 5. Dezember 2019 überraschend in der Presse an, sich nunmehr mit dem konkurrierenden Immobilieninvestor X+Bricks, hinter dem die SCP Group steht, in exklusiven Verhandlungen über den Verkauf der Real- Standorte zu befinden. Redos und Edeka nahmen die Anmeldung des Zusammenschlussvorhabens beim Bundeskartellamt daraufhin zurück.¹⁰
- 43 SCP stand anschließend in Kontakt zur Beschlussabteilung zur Klärung der Anmeldepflichten im Rahmen der deutschen und europäischen Fusionskontrolle und Vorbereitung des weiteren Verfahrens, diese Telefonate fanden zum Teil gemeinsam mit Vertretern der Europäischen Kommission statt (Telefonate am 17. Januar 2020, 22. Januar 2020, 30. Januar 2020, 23. März 2020, 1. April 2020, 9. April 2020, 30. April 2020, 18. Mai 2020 und am 27. Mai 2020).
- 44 Aufgrund der erreichten Umsatzschwellen war der Erwerb der Real- Standorte von Metro durch die SCP Group in Brüssel anmeldepflichtig und wurde von der Europäischen Kommission am 4. März 2020 in der ersten Verfahrensphase freigegeben.¹¹
- 45 SCP ist in Verhandlungen mit Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels getreten, um Real- Standorte an diese zu veräußern und stand weiter in Kontakt mit der Beschlussabteilung, um die damit zusammenhängenden möglichen Fusionskontrollverfahren vorzubereiten.
- 46 SCP erzielte den ersten Abschluss mit der Schwarz- Gruppe, die den Erwerb von bis zu 101 Real- Standorten von SCP beabsichtigte. Dieses Vorhaben wurde bei der EU- Kommission angemeldet, die es an das Bundeskartellamt verwies ((B2- 83/20 (Kaufland/Real)). Aufgrund der wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung hinsichtlich verschiedener regionaler Märkte auf der Absatzseite und Bedenken auch hinsichtlich der Beschaffungsseite verzichtete Kaufland im Ergebnis im Wege einer Zusage auf den geplanten Erwerb von neun Standorten und SCP verpflichtete sich zur Abgabe weiterer Standorte an mittelständische Unternehmen, um die Bedenken der Beschlussabteilung auf der Beschaffungsseite ausräumen zu können. Am 22. Dezember 2020 hat das Bundeskartellamt den Erwerb von bis zu 92 Standorten unter diesen Bedingungen freigegeben.¹²

¹⁰ Für Edeka wurde die Rücknahme am 19. Dezember 2019 und für Redos am 23. Dezember 2019 erklärt.

¹¹ Vgl. Case M.9703 – SCP/Real

¹² Vgl. B2- 83/20 (Kaufland/Real), Beschluss vom 16. Dezember 2020, abrufbar auf der Homepage des BKartA.

47 Am 4. Dezember 2020 hat Globus die Übernahme von bis zu 24 Real- Standorten von SCP zur Fusionskontrollprüfung gem. § 39 GWB beim Bundeskartellamt angemeldet. Dieses Vorhaben konnte innerhalb der Monatsfrist des § 40 Abs. 1 GWB ebenfalls am 22. Dezember 2020 freigegeben werden.¹³

48 Am 8. Februar 2021 hat die Georg Jos. Kaes GmbH die Übernahme von zwei Real- Standorten von SCP zur Fusionskontrollprüfung gem. § 39 GWB beim Bundeskartellamt angemeldet. Dieses Vorhaben konnte innerhalb der Monatsfrist des § 40 Abs. 1 GWB am 18. Februar 2021 freigegeben werden.

III. Das Vorhaben

49 Edeka beabsichtigt, 72 Standorte der Vertriebslinie Real von SCP zu erwerben.

50 Die betreffenden Vermögenswerte werden aktuell von verschiedenen Tochtergesellschaften von SCP gehalten. Für 52 Standorte hat Edeka bereits verbindliche Angebote abgegeben. Diese Angebote hat SCP angenommen. SCP beabsichtigt nun, die betreffenden Vermögenswerte, in einzelnen Fällen einschließlich des Eigentums an den betreffenden Immobilien, ganz oder teilweise an Edeka zu übertragen. Entsprechend den vereinbarten Regelungen sollen die einzelnen Standorte dabei jeweils im Wege eines sog. Asset Deals von Edeka erworben werden. Die Immobilien, die jeweils von Objektgesellschaften gehalten werden, sollen durch die Übertragung sämtlicher Gesellschaftsanteile an den betreffenden Objektgesellschaften (sog. Share Deal) auf Edeka übergehen. Hinsichtlich der weiteren 20 Standorte, die ebenfalls Gegenstand der Anmeldung sind, befinden sich die Beteiligten in fortgeschrittenen Verhandlungen.

51 Mit der Übertragung werden dabei nicht zuletzt nach § 613a BGB auch Mitarbeiter von SCP an Edeka übergehen. Nach Vollzug des Zusammenschlussvorhabens sollen die Standorte als Edeka Verbrauchermärkte bzw. SB- Warenhäuser weiterbetrieben werden, wobei regelmäßig eine Anpassung des Vertriebskonzeptes sowie der Verkaufsfläche beabsichtigt ist.

¹³ Vgl. Pressemitteilung des Bundeskartellamtes vom 22. Dezember 2020, abrufbar auf der Homepage des BKartA.

IV. Verfahrensgang und Ermittlungen

1. Verfahrensgang

- 52 Das Vorhaben wurde am 21. August 2020 beim Bundeskartellamt angemeldet.
- 53 Am 10. September 2020 hat Globus eine Stellungnahme zu dem Vorhaben bei der
Beschlussabteilung eingereicht.
- 54 Am 14. September 2020 fand mit Edeka und SCP ein Gespräch zum Verfahrensstand statt.
- 55 Am 17. September 2020 hat die Beschlussabteilung Edeka mitgeteilt, dass sie gemäß
§ 40 Abs. 1 GWB das Hauptprüfverfahren eingeleitet hat, weil eine vertiefte Prüfung des
Zusammenschlusses erforderlich ist.
- 56 Am 16. Oktober 2020 übermittelte die Beschlussabteilung SCP eine Liste mit den in einer
vorläufigen Ersteinschätzung von der Beschlussabteilung als wettbewerblich problematisch
angesehenen Real- Standorten auf der Absatzseite.
- 57 Am 21. Oktober 2020 übersandte Edeka eine Liste der Standorte, an welchen Edeka den
Erwerb des Eigentums beabsichtigt bzw. für welche Edeka Anschlussmietverträge mit den
Vermietern verhandelt.
- 58 Am 30. Oktober 2020 erklärte SCP den Beitritt zum vorliegenden Verfahren als Anmelderin.
- 59 Am 30. Oktober 2020 fand ein Gespräch mit Edeka und SCP zum Verfahrensstand statt.
- 60 Am 06. November 2020 übersandten Edeka und SCP eine Stellungnahme zur
wettbewerblichen Ersteinschätzung der Beschlussabteilung vom 16. Oktober 2020 zum
Erwerb von bis zu 72 Real- Standorten durch Edeka.
- 61 Am 19. November 2020 hat Edeka gemäß § 40 Abs. 2 Satz 4 Nr. 1 GWB einer
Fristverlängerung für das Hauptprüfverfahren um vier Wochen zugestimmt.
- 62 Am 20. November 2020 stimmte SCP der von Edeka am 18. November 2020 gewährten
Fristverlängerung für das Hauptprüfverfahren bis 21. Dezember 2020 zu.
- 63 Am 24. November 2020 übersandte Edeka eine weitere Stellungnahme zur wettbewerblichen
Ersteinschätzung der Beschlussabteilung vom 16. Oktober 2020 zum Erwerb von bis zu 72
Real- Standorten durch Edeka.

- 64 Am 1. Dezember 2020 fand im Bundeskartellamt ein Treffen mit Edeka und SCP zum Austausch mit der Beschlussabteilung über die vorläufige wettbewerbliche Einschätzung der Absatz- und Beschaffungsseite statt.
- 65 Am 3. Dezember 2020 übermittelte die Beschlussabteilung Edeka einen Auszug der Präsentation, welche die Beschlussabteilung Edeka und SCP am 1. Dezember 2020 im Rahmen der Besprechung vorgestellt hat.
- 66 Am 10. Dezember 2020 fand ein Gespräch mit Edeka zur vorläufigen wettbewerblichen Würdigung durch die Beschlussabteilung, über mögliche Zusagen und den weiteren Verfahrensgang statt.
- 67 Am 16. Dezember 2020 hat Edeka einen ersten Vorschlag für Nebenbestimmungen nach § 40 Abs. 3 GWB unterbreitet. Am selben Tag hat Edeka nach § 40 Abs. 2 Satz 4 GWB einer Fristverlängerung für das Hauptprüfverfahren bis zum 22. Februar 2021 zugestimmt.
- 68 Am 16. Dezember 2020 hat auch SCP den ersten Vorschlag für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB unterbreitet und hat der seitens der Erwerberin gewährten Fristverlängerung für das Hauptprüfverfahren bis zum 22. Februar 2021 zugestimmt.
- 69 Am 17. Dezember 2020 übersandte Edeka einen ergänzenden Vortrag zur absatzseitigen Einschätzung einzelner Standorte.
- 70 Am 17. Dezember 2020 übersandte auch SCP eine ergänzende Stellungnahme zur vorläufigen Einschätzung der Beschlussabteilung auf der Absatzseite.
- 71 Am 17. Dezember 2020 haben der Markenverband e.V., Kaes sowie die IntReal International Real Estate Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH Stellungnahmen zu dem Vorhaben eingereicht.
- 72 Am 17. Dezember 2020 hat Edeka die Beschlussabteilung über die Umfirmierung der Zentrale informiert.
- 73 Am 17. Dezember 2020 hat die Beschlussabteilung SCP vorsorglich darüber informiert, welche SCP-Gesellschaften sie als Verfahrensbeteiligte ansieht.
- 74 Am 15. Januar 2021 fand ein Gespräch mit Edeka und SCP über die vorläufige wettbewerbliche Einschätzung der Absatz- und Beschaffungsseite statt.
- 75 Am 19. Januar 2021 fand ein Gespräch mit SCP über den aktuellen Verfahrensstand und die wettbewerbliche Einschätzung einzelner Markträume statt.

- 76 Am 19. Januar 2021 hat die Beschlussabteilung SCP darüber informiert, dass sie die Beteiligten zu 6. – 14. vorsorglich als Verfahrensbeteiligte ansieht.
- 77 Am 19. Januar 2021 ist die 10. GWB Novelle unter dem Namen „Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen für ein fokussiertes, proaktives und digitales Wettbewerbsrecht 4.0 und anderer wettbewerbsrechtlicher Bestimmungen („GWB-Digitalisierungsgesetz“)" in Kraft getreten.
- 78 Am 25. Januar 2021 fand ein Gespräch mit Edeka und SCP statt, in dem die Beschlussabteilung über die Auswirkungen der 10. GWB Novelle auf den Fristenlauf des Hauptprüfverfahrens informierte.
- 79 Vor diesem Hintergrund haben Edeka und SCP am 27. Januar 2021 vorsorglich die Zustimmung zur Fristverlängerung für das Hauptprüfverfahren bis zum 22. März 2021 erteilt.
- 80 Am 5. Februar 2021 übersandte Edeka eine ergänzende Stellungnahme zu einzelnen Standorten, die hinsichtlich des Standortes Goslar neuen Tatsachenvortrag enthielt.
- 81 Mit Schreiben vom 8. Februar 2021 übersandte Edeka der Beschlussabteilung einen weiteren Vorschlag für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB.
- 82 Mit Schreiben vom 10. Februar 2021 hat die Beschlussabteilung die Verfahrensbeteiligten darüber informiert, dass die Übernahmepläne auf erhebliche wettbewerbliche Bedenken stoßen (Entscheidungsentwurf).
- 83 Am 10. Februar 2021 hat die Beschlussabteilung den Verfahrensbeteiligten, insbesondere auch den Beigeladenen, die Akteneinsicht beantragt haben, eine umfassende Akteneinsicht ermöglicht.
- 84 Mit Schreiben vom 11. Februar 2021 hat Tegut Akteneinsicht beantragt, die die Beschlussabteilung am 12. Februar 2021 gewährte.
- 85 Am 12. Februar 2021 übersandte die Beschlussabteilung Edeka und SCP eine vorläufige Einschätzung des Vorschlags für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB.
- 86 Am 16. Februar 2021 fand ein Gespräch mit Edeka und SCP zu möglichen Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB statt.
- 87 Mit Schreiben vom 18. Februar 2021 übersandte Edeka einen angepassten Entwurf des Vorschlags für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB.

- 88 Am 19. Februar 2021 übersandte die Beschlussabteilung Edeka und SCP eine erste vorläufige Einschätzung der vorgeschlagenen Auflagen und Bedingungen.
- 89 Mit Schreiben vom 22. Februar 2021 hat Rewe zum Entscheidungsentwurf Stellung genommen.
- 90 Am 22. Februar 2021 und am 23. Februar 202 fanden Gespräche mit Edeka und SCP zu standortspezifischen Nebenbestimmungen statt.
- 91 Mit Schreiben vom 24. Februar 2021 hat SCP zum Entscheidungsentwurf Stellung genommen.
- 92 Mit Schreiben vom 24. Februar 2021 hat Edeka zum Entscheidungsentwurf Stellung genommen.
- 93 Mit Schreiben vom 24. Februar 2021 hat die Beigeladene Tegut zum Entscheidungsentwurf Stellung genommen.
- 94 Am 24. Februar 2021 fand ein Gespräch mit Edeka statt, in dem die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung thematisiert wurden.
- 95 Am 25. Februar 2021 hat Edeka überarbeitete Vorschläge für Nebenbestimmungen, Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB unterbreitet. SCP hat sich diese Zusagenvorschläge mit Schreiben vom 25. Februar 2021 zu Eigen gemacht. Diese wurden den Beigeladenen am gleichen Tag mit der Gelegenheit zur Stellungnahme bis zum 4. März 2021 übermittelt. In dem Übersendungsschreiben wurde den Beigeladenen weiter mitgeteilt, dass die Untersagungsvoraussetzungen am Standort Goslar nach vorläufiger Einschätzung der Beschlussabteilung zwischenzeitlich entfallen sind.
- 96 Am 1. März 2021 übersandten Edeka und deren Rechtsanwälte die Vollmacht für die Rechtsanwälte für die Vertretung der umfirmierten Edeka Zentrale.
- 97 Mit Schreiben vom 2. März 2021 nahm Rewe zu den am 25. Februar 2021 übermittelten Vorschlägen für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB Stellung.
- 98 Mit Schreiben vom 4. März 2021 nahm Kaufland zu den am 25. Februar 2021 übermittelten Vorschlägen für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB Stellung.
- 99 Am 4. März 2021 übersandte Kaes die Stellungnahme zu den am 25. Februar 2021 übermittelten Vorschlägen für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB.
- 100 Mit Schreiben vom 4. März 2021 nahm Tegut zu den am 25. Februar 2021 übermittelten Vorschlägen für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB Stellung.

- 101 Am 4. März 2021 nahm der Markenverband auf der Grundlage des Verfahrens B2- 83/20 (Kaufland/Real) Stellung.
- 102 Am 4. März 2021 übersandte die Beschlussabteilung Edeka und SCP die Stellungnahmen von Rewe und Kaufland zu den übermittelten Vorschlägen für Auflagen und Bedingungen mit der Bitte um Stellungnahme bis zum 9. März 2021. Zudem stellte die Beschlussabteilung Edeka und SCP die bisherigen Stellungnahmen von Rewe in den Verfahren B2-83/20 (Kaufland/Real) und B2-85/20 (Edeka/Real) zur Verfügung, auf die sich Rewe in der Stellungnahme vom 2. März 2021 bezieht.
- 103 Am 5. März 2021 übersandte die Beschlussabteilung Edeka und SCP die Schreiben von Kaes und Tegut zu den übermittelten Vorschlägen für Auflagen und Bedingungen sowie die Stellungnahme des Markenverbandes vom 4. März 2021.
- 104 Am 8. März 2021 stellte die Beschlussabteilung Edeka und SCP auf deren Bitte hin die Stellungnahmen von Globus, Tegut, IntReal, Kaes und von dem Markenverband zu den Vorschlägen für Auflagen und Bedingungen im Verfahren B2-83/20 (Kaufland/Real) zur Verfügung.
- 105 Am 9. März 2021 nahmen SCP und Edeka jeweils zu den übersandten Schreiben der Beigeladenen Rewe, Kaufland, Kaes und Tegut hinsichtlich der Vorschläge für Auflagen und Bedingungen sowie zu dem Schreiben des Markenverbandes vom 4. März 2021 Stellung.
- 106 Am 10. und 11. März 2021 fanden weitere Gespräche mit SCP und Edeka zum Stand des Verfahrens statt.
- 107 Mit Schreiben vom 11. und 12. März 2021 übersandte Edeka der Beschlussabteilung konkretisierte Vorschläge für Auflagen und Bedingungen nach § 40 Abs. 3 GWB.
- 108 Nach weiteren gemeinsamen Abstimmungen machten sich Edeka und SCP den Beschlusstenor und die Nebenbestimmungen mit jeweiligem Schreiben vom 15. März 2021 zu Eigen.

2. Beiladungen und Kontakte mit Wettbewerbern

a) Beiladungen

- 109 Mit Schreiben vom 24. August 2020 hat die Globus SB-Warenhaus Holding GmbH & Co. KG (Beigeladene zu 1., im Folgenden Globus) die Beiladung zum Verfahren gemäß § 54 Abs. 2 Nr. 3 GWB beantragt. Der Beiladungsantrag wurde den Zusammenschlussbeteiligten mit der Gelegenheit zur Stellungnahme übermittelt. Mit

Beschluss vom 27. November 2020 hat die Beschlussabteilung dem Beiladungsantrag stattgegeben.

- 110 Mit Schreiben vom 26. August 2020 hat die Norma Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG (Beigeladene zu 2., im Folgenden Norma), Nürnberg, die Beiladung zum Verfahren gemäß § 54 Abs. 2 Nr. 3 GWB beantragt. Der Beiladungsantrag wurde den Zusammenschlussbeteiligten mit der Gelegenheit zur Stellungnahme übermittelt. Mit Beschluss vom 27. November 2020 hat die Beschlussabteilung dem Beiladungsantrag stattgegeben. Gegen die Beiladung von Norma haben die Beteiligten zu 2. bis 4. mit Schreiben vom 27. Dezember 2020 Beschwerde beim Oberlandesgericht Düsseldorf eingelegt und mit Schreiben vom 18. Februar 2021 zurückgenommen.
- 111 Mit Schreiben vom 17. September 2020 hat die Rewe- Zentralfinanz eG (Beigeladene zu 3., im Folgenden Rewe) die Beiladung zum Verfahren gemäß § 54 Abs. 2 Nr. 3 GWB beantragt. Der Beiladungsantrag wurde den Zusammenschlussbeteiligten mit der Gelegenheit zur Stellungnahme übermittelt. Mit Beschluss vom 27. November 2020 hat die Beschlussabteilung dem Beiladungsantrag stattgegeben.
- 112 Mit Schreiben vom 21. September 2020 hat die Tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG (Beigeladene zu 4., im Folgenden Tegut) die Beiladung zum Verfahren gemäß § 54 Abs. 2 Nr. 3 GWB sowie Akteneinsicht beantragt. Der Beiladungsantrag wurde den Zusammenschlussbeteiligten mit der Gelegenheit zur Stellungnahme übermittelt. Mit Beschluss vom 27. November 2020 hat die Beschlussabteilung dem Beiladungsantrag stattgegeben.
- 113 Mit Schreiben vom 30. September 2020 hat die Georg Jos. Kaes GmbH (Beigeladene zu 5., im Folgenden Kaes) die Beiladung zum Verfahren gemäß § 54 Abs. 2 Nr. 3 GWB beantragt. Der Beiladungsantrag wurde den Zusammenschlussbeteiligten mit der Gelegenheit zur Stellungnahme übermittelt. Mit Beschluss vom 27. November 2020 hat die Beschlussabteilung dem Beiladungsantrag stattgegeben.
- 114 Mit Schreiben vom 2. Oktober 2020 hat Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG (Beigeladene zu 6., im Folgenden Kaufland) die Beiladung zum Verfahren gemäß § 54 Abs. 2 Nr. 3 GWB beantragt. Der Beiladungsantrag wurde den Zusammenschlussbeteiligten mit der Gelegenheit zur Stellungnahme übermittelt. Mit Beschluss vom 27. November 2020 hat die Beschlussabteilung dem Beiladungsantrag stattgegeben.

115 Mit Schreiben vom 13. November sowie vom 17. November 2020 hat die IntReal International Real Estate Kapitalverwaltungsgesellschaft mbH (IntReal) die Beiladung zum Verfahren gemäß § 54 Abs. 2 Nr. 3 GWB beantragt. Der Beiladungsantrag wurde den Zusammenschlussbeteiligten mit der Gelegenheit zur Stellungnahme übermittelt. Mit Beschluss vom 27. November 2020 hat die Beschlussabteilung den Beiladungsantrag zurückgewiesen.

b) Kontakte mit Wettbewerbern

116 Seit SCP in Verhandlungen mit Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels getreten ist, um Real- Standorte an diese zu veräußern, hat die Beschlussabteilung Gespräche mit Wettbewerbern von Edeka geführt. Diese LEH- Unternehmen sind ebenfalls an einem Erwerb von Real- Standorten von SCP, darunter u.a. auch einige der hier zur Prüfung angemeldeten Standorte, interessiert. Auch über diese Kontakte mit den Wettbewerbern hat ein ständiger Austausch mit den Beteiligten, in erster Linie mit den Veräußerern SCP, stattgefunden.

117 Mit der K+K Klaas & Kock B.V. & Co. KG (Klaas + Kock) fand ein Austausch über wettbewerbliche Würdigung und Standortinteressen am 2. April 2020 und 14. Juli 2020 statt. Das familiengeführte Einzelhandelsunternehmen betreibt 215 Super- und Verbrauchermärkte im nördlichen Nordrhein-Westfalen sowie im westlichen Niedersachsen und erzielte im Jahr 2017 einen Umsatz von ca. 630 Mio. €. Klaas + Kock ist Mitglied der RTG.

118 Am 16. April 2020 und 24. Juni 2020 fanden Telefonate mit Rewe zur Methodik der Marktabgrenzung der Beschlussabteilung sowie zu Standortinteressen von Rewe statt.

119 Mit Tegut fand ein Austausch über wettbewerbliche Würdigung und Standortinteressen am 21. April 2020, 28. April 2020, 4. Mai 2020, 9. November 2020, 23. November 2020 und 7. Dezember 2020 statt.

120 Mit der Bunting AG fand ein Austausch über wettbewerbliche Würdigung und Standortinteressen am 8. Mai 2020 und 14. Mai 2020 statt. Das im Familienbesitz stehende Handelsunternehmen betreibt ca. 200 Standorte in Nordwestdeutschland, u.a. Verbrauchermärkte mit Flächen bis 2.500 qm unter den Marken Combi und familia. Bunting erzielte im Jahr 2018 einen Umsatz von ca. 1,5 Mrd. €. Das Unternehmen ist Mitglied der RTG.

121 Mit der Dohle- Handelsgruppe fand ein Austausch über wettbewerbliche Würdigung und Standortinteressen am 7. Mai 2020, 15. Juli 2020 und 7. September 2020 statt. Die familiengeführte Handelsgruppe betreibt 77 LEH- Standorte mit Flächen bis 5.500 qm unter der Marke HIT vorwiegend im Rheinland (weitere 25 Märkte werden von Franchise-Partnern betrieben).

Mit Rewe besteht seit 2006 eine Kooperationsvereinbarung für die Bereiche Einkauf und Logistik. Dohle erzielte im Jahr 2019 einen Umsatz von 1,45 Mrd. €.

122 Mit Kaes fand ein Austausch über wettbewerbliche Würdigung und Standortinteressen am 24. Juni 2020, 19. August 2020, 12. Oktober 2020, 16. November 2020 und 27. November 2020 statt.

123 Mit Globus fand ein Austausch über die wettbewerbliche Würdigung und Standortinteressen am 15. April 2020, 18. Juni 2020, 23. Juni 2020, 6. Juli 2020, 17. Juli 2020, 22. Juli 2020, 27. Juli 2020, 19. August 2020, 7. September 2020, 2. Oktober 2020, 3. November 2020, 11. November 2020, 19. November 2020, 24. November 2020, 8. Dezember 2020, 10. Dezember 2020, 11. Januar 2021, 22. Februar 2021 und 1. März 2021 statt.

3. Struktur der Ermittlungen

a) Ermittlungen auf der Absatzseite

(1) Fusionskontrollverfahren B2-113/19 Edeka/Redos

124 Die Marktbedingungen beim Absatz von Lebensmitteln an Endkunden hat das Bundeskartellamt bereits Ende 2019 im Rahmen des später zurückgenommenen Fusionsvorhabens B2-113/19 (Edeka/Redos) durch Befragung per Auskunftsbefragung aller großen Lebensmitteleinzelhändler erhoben. Das Vorhaben betraf die Übernahme von 87 Real- Standorten und hatte damit Auswirkungen auf eine Vielzahl von Einzelhandelsmärkten, die sich auf ganz Deutschland verteilten. Der Beschlussabteilung erschien eine bundesweite Abfrage sämtlicher Wettbewerberstandorte des LEH daher sachgerecht und effektiv, auch vor dem Hintergrund der Ankündigung von Redos, einen Großteil der restlichen Real- Standorte an andere Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels zu veräußern. Zudem stand bereits die Überlegung im Raum, in räumlicher Hinsicht von der bisherigen Marktraumbetrachtung abzugehen und auf die Einzugsbereiche der betroffenen Standorte abzustellen. Deren Einflussgrößen wollte die Beschlussabteilung genauer ermitteln.

125 Neben den Beschaffungsvolumina des Lebensmitteleinzel- und Großhandels in 16 definierten Warengruppen für den Bereich Food, der Erfassung der Eigenproduktion sowie der Ermittlung der jeweils 10 größten Lieferanten des Lebensmittelhandels in Deutschland in diesen Produktgruppen wurden dabei Daten zu nationalen und europäischen Beschaffungsk Kooperationen abgefragt. Für die Absatzseite wurde eine filialgenaue Umsatzermittlung durchgeführt und Daten zu den Einzugsgebieten der Filialen - unterschieden nach dem Format der Vertriebslinie und der Angabe der Ansiedlung

im städtischen oder ländlichen Raum - abgefragt. Diese Daten, die aus Angaben der Unternehmen für das Jahr 2018 stammen, werden im vorliegenden Verfahren zur Beurteilung der Marktverhältnisse auf der Absatzseite beigezogen.

(2) Verbraucherbefragung

126 Die Metro AG, Düsseldorf, hat in Abstimmung mit der Beschlussabteilung im Herbst 2019 eine Analyse der Verbraucherpräferenzen bei der Wahl einer Einkaufsstätte für den Lebensmitteleinkauf durchführen lassen. Hierzu hat die Beschlussabteilung in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Produkt + Markt GmbH & Co. KG, Wallenhorst, eine für die Kunden des gesamten Lebensmitteleinzelhandels repräsentative Verbraucherbefragung konzipiert. Durch Ziehung einer weiteren Stichprobe wurde ein besonderer Fokus auf die aktuellen Kunden von Real gelegt, um eine tiefergehende Analyse der vom Zusammenschluss besonders betroffenen Kundengruppe zu ermöglichen. Der Fragebogen enthielt u.a. Fragen zu den Auswahlgründen bei der Wahl einer Einkaufsstätte, zur Analyse der wettbewerblichen Nähe der Großfläche zu anderen Vertriebsformaten, zum Aspekt der Rolle der Nahversorgung für den Verbraucher, zur Rolle des Angebots an Non-Food II-Produkten und zu Ausweichalternativen für Real Kunden bei einem Wegfall der Real-Standorte. Die Verbraucherbefragung wurde durch Metro beauftragt und im Oktober 2019 durch Produkt + Markt durchgeführt. Die Rohdaten der Untersuchung wurden mit Auskunftsbeschluss vom 29. Oktober 2019 bei der Metro abgefragt.

(3) Weitere Ermittlungen auf der Absatzseite

127 Im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) wurden die Absatzermittlungen aus dem Verfahren B2- 113/19 (Edeka/Real) aktualisiert und ergänzt. Zum einen wurden die Ermittlungen auf der Absatzseite durch Auskunftsbeschlüsse auf Biosupermärkte erstreckt, da diese Vertriebsform in den letzten Jahren an Dynamik gewonnen hat. Hierzu wurden neben den bundesweit tätigen Biosupermärkten Alnatura, denn's Biomarkt, basic und Bio Company auch kleinere, nur regional tätige Biosupermärkte befragt. Weiter wurden die Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels durch Auskunftsbeschlüsse hinsichtlich Standortschließungen und Neueröffnungen in den Jahren 2019 und 2020 befragt, um eine Prognoseentscheidung hinsichtlich der Entwicklung der Marktverhältnisse in diesen beiden Jahren bis 31. Dezember 2020 treffen zu können, da die im Rahmen des Verfahrens B2-113/19 (Edeka/Redos) erhobenen Daten das Jahr 2018 betreffen. Durch Auskunftsbeschlüsse wurden zwei weitere, regional tätige Lebensmitteleinzelhändler in die Ermittlungen

einbezogen, um die Marktverhältnisse in den betroffenen Markträumen vertieft untersuchen zu können.

- 128 Im vorliegenden Hauptprüfverfahren wurden die Absatzermittlungen aus dem Verfahren B2- 113/19 (Edeka/Redos) und B2- 83/20 (Kaufland/Real) weiter aktualisiert und ergänzt. Zum einen wurden die Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandles durch Auskunftsbeschlüsse befragt, um eine Aktualisierung der im Verfahren B2- 113/19 vorgenommenen Abfrage der Anschlussmietverträge hinsichtlich der derzeit zum Verkauf stehenden Realstandorte vornehmen zu können. Zum anderen wurden durch Auskunftersuchen fünf weitere, regional tätige Lebensmitteleinzelhändler in die Ermittlungen einbezogen, um die Marktverhältnisse in den betroffenen Markträumen vertieft untersuchen zu können.

b) Ermittlungen auf der Beschaffungsseite

- 129 Zur Ermittlung der Marktverhältnisse auf der Beschaffungsseite hat die Beschlussabteilung im Verfahren B2–113/19 (Edeka/Real) bei den durch Auskunftsbeschluss befragten Handelsunternehmen deren Beschaffungsvolumina für 16 Warengruppen sowie die von diesen umfassten insgesamt 53 Produktgruppen erhoben und innerhalb der jeweiligen Produktgruppe die für das betreffende Handelsunternehmen bedeutsamsten zehn Lieferanten erfragt. Im Anschluss daran wurden im vorliegenden Verfahren in 17 ausgewählten Produktgruppen an mehr als 350 Lieferanten Auskunftsbeschlüsse versandt. Die Auskunftsbeschlüsse enthielten unter anderem Fragen nach den Umsätzen in den entsprechenden Produktgruppen, Angaben zu den Vertriebskanälen sowie bezüglich des Vertriebskanals LEH eine Abfrage der Verhandlungsebenen über Preise und Konditionen. Weiter wurden im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) die Lieferbeziehungen der Lieferanten zum LEH im Rahmen eines „benchmarkings“ hinsichtlich bestimmter Faktoren untersucht und Fragen zum Verhalten des LEH bezüglich bestimmter Handelspraktiken gestellt. Die Antworten von 310 Unternehmen konnten in die Auswertung genommen werden.¹⁴

¹⁴ Weitere Unternehmen mussten den Fragebogen nicht beantworten, weil sie in der befragten Produktgruppe nicht tätig sind oder der Fragebogen durch ein anderes konzernzugehöriges Unternehmen beantwortet wurde. Unternehmen mit Sitz im Ausland sind nicht zur Beantwortung verpflichtet, die Rücklaufquote war hier gering.

C. Rechtliche Würdigung

I. Formelle Zusammenschlusskontrolle

130 Das angemeldete Vorhaben ist gemäß § 39 i.V.m. § 35 GWB anmelde- und kontrollpflichtig.

1. Anwendungsbereich des GWB

131 Das Zusammenschlussvorhaben fällt in den Geltungsbereich des GWB. Das Vorhaben hat Inlandsauswirkungen in Deutschland gemäß § 185 Abs. 2 GWB, da die Zusammenschlussbeteiligten in Deutschland tätig sind und hier Umsätze erzielen.

132 Auf das angemeldete Zusammenschlussvorhaben finden gemäß § 35 Abs. 1 GWB – auch unter Berücksichtigung der Sonderregelung für Handelsumsätze (§ 38 Abs. 2 GWB) – die Vorschriften über die Zusammenschlusskontrolle Anwendung. Die beteiligten Unternehmen einschließlich der mit ihnen jeweils verbundenen Unternehmen erzielten im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss weltweit Umsatzerlöse von mehr als 500 Mio. Euro (§ 35 Abs. 1 Nr. 1 GWB) und im Inland von mehr als 50 Mio. bzw. 17,5 Mio. Euro (§ 35 Abs. 1 Nr. 2 GWB¹⁵).

133 Das Zusammenschlussvorhaben hat keine gemeinschaftsweite Bedeutung i. S. des § 35 Abs. 3 GWB, da sowohl die Beteiligte zu 1. als auch die Zielunternehmen im letzten Geschäftsjahr jeweils mehr als zwei Drittel ihrer gemeinschaftsweiten Umsätze in Deutschland erzielt haben.

2. Zusammenschlusstatbestand

134 Der Erwerb der Vermögenwerte an den betreffenden Standorten durch Edeka sowie an einzelnen Standorten auch der Erwerb des Eigentums an den betreffenden Immobilien erfüllt die Zusammenschlusstatbestände des § 37 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 GWB (Vermögens- und Kontrollerwerb) bzw. § 37 Abs. Nr. 2 und Nr. 3 Satz 1 Buchst. a) GWB (Kontroll- und Anteilerwerb).

135 Der Zusammenschluss bedarf daher vor Vollzug der fusionskontrollrechtlichen Freigabe durch das Bundeskartellamt.

¹⁵ In der seit 19. Januar 2021 in Kraft getretenen Fassung.

II. Materielle Untersagungsvoraussetzungen auf den Absatzmärkten des Lebensmitteleinzelhandels

1. Marktabgrenzung

¹³⁶ Zweck der Marktabgrenzung ist es, den Bereich abzugrenzen, in dem Unternehmen miteinander im Wettbewerb stehen; d.h. es soll ermittelt werden, welche konkurrierenden Unternehmen tatsächlich in der Lage sind, dem Verhalten der an einem Zusammenschluss beteiligten Unternehmen Schranken zu setzen und sie daran zu hindern, sich einem wirksamen Wettbewerb zu entziehen.¹⁶

a) Sachliche Marktabgrenzung

(1) Grundlagen und Praxis des Bundeskartellamtes

¹³⁷ Die sachliche Marktabgrenzung erfolgt anhand des Bedarfsmarktkonzepts, bei dem die Ausweichmöglichkeiten der jeweiligen Marktgegenseite ermittelt werden. Bei Angebotsmärkten erfolgt die Marktabgrenzung im Hinblick auf die funktionelle Austauschbarkeit der vom Zusammenschlussvorhaben betroffenen Produkte aus Sicht der Nachfrager.¹⁷

¹³⁸ Zu einem sachlich relevanten Markt gehören demnach alle Waren, die sich u.a. nach ihren Eigenschaften und ihrem wirtschaftlichen Verwendungszweck so nahe stehen, dass der verständige Nachfrager sie als für die Deckung eines bestimmten Bedarfs geeignet, als in berechtigter Weise und abwägend miteinander vergleichbar und als austauschbar ansieht.¹⁸ Darüber hinaus können Verhaltensspielräume der Beteiligten auch von Anbietern ähnlicher Produkte kontrolliert werden, vorausgesetzt, diese Anbieter sind in der Lage, ihr Angebot kurzfristig und mit wirtschaftlich vertretbarem Aufwand umzustellen (Angebotsumstellungsflexibilität).¹⁹ Das Bedarfsmarktkonzept ist nicht mechanisch anzuwenden, sondern dient dazu, die im konkreten Fall relevanten Wettbewerbskräfte zu ermitteln.²⁰

¹⁶ Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, ABl. Nr. C372 vom 09.12.1997, Rn. 2; BGH, Beschluss vom 07.02.2006, KVR 5/05 (DB-Regio / üstra), zitiert nach juris, Rn. 29.

¹⁷ Vgl. Bardong, in: Langen/Bunte, 13. Auflage 2018, Bd. 1, § 18 GWB Rn. 15 ff.

¹⁸ St. Rspr., vgl. u.a. BGH, Urteil vom 12.11.2002, KZR 11/01 (Ausrüstungsgegenstände für Feuerlöschzüge); BGH, Beschluss vom 21.12.2004, KVR 26/03 (Deutsche Post / trans-o-flex); BGH, Urteil vom 24.10.1995, KVR 17/94 (Backofenmarkt); Fuchs, in: Immenga/Mestmäcker, 6. Auflage 2020, § 18 Rn. 37.

¹⁹ Vgl. BGH, Beschluss v. 16.01.2007, KVR 12/06 (National Geographic II), zitiert nach Juris, Rn. 24.

²⁰ Vgl. OLG Düsseldorf v. 14.03.2007, VI-Kart 5/06 (V) (Soda-ClubI), zitiert nach Juris, RN 24.

139 Die Märkte für den Lebensmitteleinzelhandel sind durch eine erhebliche Differenzierung des Produktangebots gekennzeichnet. Dies betrifft die unterschiedliche Sortimentsbreite und -tiefe im angebotenen Warensortiment und bildet sich darüber hinaus durch eine differenzierte Segmentierung in unterschiedliche Vertriebslinienkonzepte ab, vom Discount bis hin zum Vollsortiment. Dabei können sich die Einzelhandelsunternehmen zunutze machen, dass es Nachfrager gibt, die eine stärkere Präferenz für ihr jeweiliges Vertriebskonzept mit den von ihnen angebotenen Waren haben. Die Beschlussabteilung hat dazu im Verfahren B2- 96/14 (Edeka/Kaiser's Tengermann) umfangreich ermittelt und die These des differenzierten Wettbewerbsverhältnisses im Lebensmitteleinzelhandel empirisch bestätigt.

aa) Sortimentsmarkt

140 Das vorliegende Zusammenschlussvorhaben betrifft die Sortimentsmärkte des Lebensmitteleinzelhandels. Demnach ist als sachlich relevanter Markt der Markt des Einzelhandels mit einem Lebensmittelsortiment in seiner typischen Zusammensetzung zugrunde zu legen. Dieser umfasst nur die Warengruppen Food und Non- Food I. Der Bereich Food bezeichnet Nahrungs- und Genussmittel, die typischerweise im LEH den Kern des Sortiments bilden. Non- Food I (auch „Near Food“) bezeichnet die als Randsortiment im LEH für den Nachfrager erwartbaren Produkte (Körperpflege-, Wasch- und Reinigungsmittel, Tierfutter sowie Toilettenpapier), aber auch eine kleine Auswahl an Küchenutensilien (Zahnstocher, Kellen etc.). Nicht in all diesen Bereichen findet der Verbraucher ein gleichmäßiges Angebot.

141 Das Sortiment wird lediglich ergänzt durch den Bereich Non- Food II, worunter ein Randsortiment verstanden wird, das nicht unbedingt vom Verbraucher im LEH erwartet wird. Die Sortimente des Non- Food II-Bereichs werden in der bisherigen Praxis des Bundeskartellamtes und der Kommission nach Warengruppen unterteilt (Bekleidung, Schuhe, Sport, Gepäck, Elektrogeräte, Fahrräder, Spielwaren, Zeitschriften usw.).²¹ Non- Food II Sortimente werden in wechselnder Zusammensetzung vom LEH, insbesondere von den Zusammenschlussbeteiligten, aber auch auf den Aktionsflächen der Discounter geführt, jedoch wird weit überwiegend kein ständiges Warensortiment vorgehalten, und es herrschen im Hinblick auf diese Güter völlig andere Wettbewerbsbedingungen als im reinen Lebensmittelbereich, da hier neben den Unternehmen mit Schwerpunkt im LEH eine Vielzahl anderer Anbieter tätig ist, die neben dem stationären Handel über Warenhäuser und

²¹ Vgl. B2-106/18 (Karstadt/Kaufhof), Fallbericht abrufbar unter www.bundeskartellamt.de.

Fachhändler zunehmend auch den Vertrieb über den Online-Handel nutzen. Wie nachfolgend noch auszuführen sein wird, hat der Online-Handel für den Vertrieb von Lebensmittel dagegen eine für die Prüfung des vorliegenden Falles zu vernachlässigende Bedeutung.

bb) Einheitlicher Markt im Hinblick auf die Vertriebslinien

142 Die Vertriebslinien unterscheiden sich hinsichtlich der Breite und Tiefe des Sortiments in allen Warengruppen Food, Non- Food I und Non- Food II, der Verkaufsfläche, des Handelsmarkenanteils sowie der Service- und Preisgestaltung deutlich voneinander. Entsprechend der ständigen Entscheidungspraxis des Bundeskartellamtes wird bei der sachlichen Marktabgrenzung nicht zwischen Vertriebslinien getrennt, sondern ein einheitlicher Markt für den LEH angenommen, der weiter in verschiedene Segmente unterteilt werden kann.²²

143 Für die Prüfung des vorliegenden Zusammenschlusses wurde die im Verfahren B2- 96/14 (Edeka/Kaiser's Tengelman) zugrunde gelegte Einteilung der Vertriebslinien, die sich im Schwerpunkt nach der Größe der Verkaufsfläche richtet, modifiziert, um eine vertiefte Analyse der Wettbewerbsbedingungen im Bereich der großflächigen Einzelhandelsstandorte zu ermöglichen. In Anlehnung an der von Nielsen und dem EHI Retail Institute Köln verwendeten Definition der Einzelhandelstypen ist demnach:

- | | |
|--|---|
| - SB- Warenhaus | Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Non- Food I- Artikel sowie ein umfangreiches Non- Food- II Angebot führt. |
| - Großer Supermarkt/
Verbrauchermarkt | Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 4.999 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Non- Food-I- und Non- Food II-Artikel führt. |
| - Discounter | Sind unabhängig von der Verkaufsfläche als Einzelhandelsgeschäfte zu betrachten, die ein begrenztes, ausschließlich in Selbstbedienung, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Non- Food-I- Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Non- Food II führen. |
| - Supermarkt | Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 bis unter 2.499 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment |

²² Siehe dazu unten Punkt II. 1. a) (3): Weitere Differenzierung der Vertriebslinien

und Non- Food-I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Non- Food-II aufweist.

- Lebensmittelgeschäft

Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 100 bis unter 400 qm, das ein begrenztes Lebensmittel- und Non- Food-I- Sortiment anbietet.

(2) Rechtsprechung des OLG Düsseldorf im Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann

- 144 Mit Beschluss vom 23. August 2017 hat das OLG Düsseldorf die Praxis der sachlichen Marktabgrenzung des Bundeskartellamtes im Lebensmitteleinzelhandel bestätigt.²³ Dies betrifft sowohl die Annahme eines Sortimentsmarktes im Lebensmitteleinzelhandel als auch die sachliche Abgrenzung des Marktes über alle Vertriebslinien hinweg. Ebenfalls gefestigte Praxis ist nunmehr auch die Feststellung, dass weder der Facheinzelhandel (z.B. Drogerien, Delikatessgeschäfte, Getränkefachhandel) noch das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger), Wochenmärkte und internationale Lebensmittelhändler zum relevanten Markt gehören.
- 145 Entgegen dem Vorbringen der Zusammenschlussbeteiligten, die eine Einbeziehung von Fachgeschäften, internationalen Supermärkten und weiteren Geschäften mit Lebensmittelgeschäften in den sachlichen Markt gefordert haben, hat das OLG Düsseldorf in seinem Urteil dazu ausgeführt:

[...] Richtet sich die Kundennachfrage demgegenüber auf das Sortiment als solches, ist das Angebot des betreffenden Güterbündels eine besondere Marktleistung, die aus verständiger Nachfragersicht durch das Angebot des Spezial- oder Fachhandels, der nur einen (mehr oder weniger kleinen) Teil dieses Warenbündels anbietet, nicht funktional austauschbar ist. Das trifft auf den Lebensmitteleinzelhandel zu und gilt sowohl für den Großhandel als auch für den Einzelhandel (BGH, WuW/E BGH 2231, 2234 – Metro/Kaufhof; BGH, WuW/E DE-R 1042, 1043 – Walmart; Senat, WuW/E DE-R 781, 786 – Walmart). Zum relevanten Markt, auf dem der Lebensmitteleinzelhandel tätig ist, zählt deshalb weder der Facheinzelhandel der Drogerien, Delikatessengeschäfte, Käsegeschäfte oder des Getränkeeinzelhandels noch das Lebensmittelhandwerk von Bäckereien und Metzgereien. Denn das Warenangebot dieser Anbieter umfasst jeweils nur einen kleinen Ausschnitt desjenigen Sortiments, das der Lebensmitteleinzelhandel anbietet und das der durchschnittliche Kunde, der seinen Bedarf an Produkten des täglichen Bedarfs decken möchte, von einem Lebensmitteleinzelhändler erwartet. Das kann der Senat, dessen Mitglieder zum Kreis des angesprochenen Verkehrs gehören, selbst beurteilen. Von den genannten Anbietern des Fachhandels und Nahrungsmittelhandwerks geht folglich nur ein entsprechend eingeschränkter Wettbewerbsdruck auf die Lebensmitteleinzelhändler aus. Dieser Wettbewerbsdruck

²³ Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss vom 23.08.2017, VI – Kart 5/16 (V) (Edeka/Tengelmann), Rz. 65- 69.

ist als Randwettbewerb in die kartellrechtliche Beurteilung der Fusionsfolgen einzustellen.

(1.2.1) Nach den vorstehenden Rechtsgrundsätzen gehören Drogerien, Feinkostgeschäfte, Käsegeschäfte und der Getränkeeinzelhandel ebenso wenig zum sachlich relevanten Markt wie Bäckereien und Metzgereien. Das Warenangebot all dieser Anbieter ist in Bezug auf die Sortimentsbreite nicht annähernd mit demjenigen des Lebensmitteleinzelhandels zu vergleichen, weshalb es aus verständiger Verbrauchersicht gegen das typische LEH-Sortiment auch nicht funktional austauschbar ist. Das gilt – wie das Amt in seiner Beschwerdeerwiderung (dort Seite 18, GA 773) zutreffend dargelegt hat und worauf der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug nimmt – auch für den Feinkosthändler K., auf den F. und M. im Beschwerdeverfahren ausdrücklich verweisen.

Auf den Gesichtspunkt einer Kundenabwanderung bei einer Preiserhöhung kommt es in diesem Zusammenhang nicht entscheidend an. Es ist höchstrichterlich bereits geklärt, dass der Preisherhebungstest (SSNIP-Test), der die Marktzugehörigkeit eines Alternativprodukts davon abhängig macht, ob die Nachfrager bei einer geringen, aber nicht unerheblichen und nicht nur vorübergehenden Erhöhung des Preises für das Ausgangsprodukt (von .. % bis .. %) zum Alternativprodukt wechseln, für die Marktabgrenzung allenfalls eine Hilfestellung geben, diese aber nicht als ausschließliches Kriterium bestimmen kann (BGH, WuW/E DE-R 2268 – Soda Club II). Der Test ist erst recht nicht geeignet, eine Marktabgrenzung zu rechtfertigen, die – wie vorliegend – in Widerspruch zu der Beurteilung der funktionellen Austauschbarkeit aus der Sicht der angesprochenen Marktgegenseite (hier: des LEH-Kunden) steht. Das gilt umso mehr, wenn es um die Abgrenzung eines Sortimentsmarkts geht, bei dem sich die Nachfrage des Verbrauchers auf ein ganzes Warenbündel bezieht, so dass die Preiserhöhung bei einem einzigen Produkt aus diesem Bündel ohnehin keine hinreichend aussagekräftigen Wanderbewegungen der Marktgegenseite auslösen kann.

(1.2.2) Nicht zum Markt gehört ebenso das Angebot auf Wochenmärkten, das im Wesentlichen Gemüse, Kräuter, Obst, Käse, Fleisch und Fisch umfasst. Auch dort sind die Sortimentsüberschneidungen mit einem typischen LEH-Sortiment gering. Aus diesem Grund hat das Bundeskartellamt mit Recht gefolgert, dass zwar Lebensmitteleinzelhändler über ein ansprechendes Angebot in den auf Wochenmärkten angebotenen Warengruppen erheblichen Wettbewerbsdruck auf Wochenmärkte ausüben, umgekehrt aber der von Wochenmärkten ausgehende Wettbewerbsdruck auf Lebensmitteleinzelhändler deutlich geringer zu veranschlagen ist, weil er nur einen Teil des LEH-Sortiments betrifft. Das bestätigen im Übrigen die von F. und M. als Anlage Bf. 6 vorgelegten Zeitungsartikel. Diese verhalten sich nämlich über den Protest der Wochenmarkthändler des Viktualienmarktes gegen die Ansiedlung eines F.-Marktes (und richten sich nicht umgekehrt gegen die Ansiedlung eines Wochenmarktes).

(1.2.3) Mit Recht hat das Bundeskartellamt schließlich auch internationale Lebensmittelhändler nicht zum Markt gezählt. Dass die betreffenden Unternehmen ein LEH-typisches Sortiment anbieten, ist dem Vorbringen von F. und M. nicht zu entnehmen. Weder der Sachvortrag der Beschwerde noch die als Anlage Bf. 7 vorgelegten Ausdrücke geben Aufschluss über das Warenangebot der betreffenden

Unternehmen; die Abbildungen auf den Ausdrucken legen im Gegenteil ein auf Obst und Gemüse begrenztes Sortiment der Unternehmen nahe. Die Beschwerde ist überdies der Feststellung des Amtes, dass die in Rede stehenden internationalen Lebensmittelhändler Spezialanbieter mit einem nur eingeschränkten Sortiment sind, nicht entgegen getreten. Vor diesem Hintergrund bedarf der Gesichtspunkt auch keiner Klärung durch den Senat.

(3) Wettbewerbliche Nähe der Vertriebslinien

- 146 Auch wenn die Beschlussabteilung die oben genannten Vertriebslinien einem einheitlichen sachlichen Markt zuordnet, ist sie in der Detailanalyse der wettbewerblichen Auswirkungen des Zusammenschlusses auch der Frage der wettbewerblichen Nähe sowie des von den verschiedenen Vertriebslinien ausgehenden Wettbewerbsdrucks nachgegangen. Neben dem räumlichen Näheverhältnis der Einzelhandelsstandorte zueinander stand die Analyse der Marktanteile auf Filialbasis dabei im näheren Fokus. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass Real über SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte ein Vollsortimentsangebot auf der Großfläche vertreibt, Edeka dagegen in allen Vertriebsschienen - sowohl im Bereich des Vollsortiments mit Supermärkten als auch auf der Großfläche - vertreten ist. Die wettbewerbliche Nähe zwischen SB-Warenhäusern und Verbrauchermärkten ist stärker ausgeprägt als zwischen SB-Warenhäusern und Supermärkten. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte sind im Bereich Vollsortiment als enge Wettbewerber anzusehen, da sich die Wettbewerbsbedingungen auf der Großfläche vom Segment der Supermärkte unterscheiden.
- 147 Von den Vollsortimentern mit nationaler Verbreitung werden SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte neben Real von Edeka (E-Center, Marktkauf), Kaufland sowie von Rewe (Rewe Center) betrieben. Auf regionaler Ebene sind auf der Großfläche Globus, die Dohle Handelsgruppe (Hit Verbrauchermärkte) sowie die V-Märkte von Kaes oder die von der Bunting-Gruppe betriebenen familia Verbrauchermärkte vertreten. Edeka und Rewe sind in allen Vertriebslinien vom großen Verbrauchermarkt bis zum kleinen Supermarkt und auch im Soft-Discount vertreten, erwirtschaften aber den größten Teil ihres Umsatzes mit Supermärkten. Die Schwarz-Gruppe ist über Kaufland einerseits in den großen Flächen und über Lidl darüber hinaus im Discountbereich aktiv, deckt aber nicht die gesamte Bandbreite der Vertriebslinien ab.

- 148 Großflächen zeichnen sich zunächst abhängig von ihrer Fläche durch eine im Vergleich zu Supermärkten größere Sortimentsbreite als auch Sortimentstiefe aus.²⁴ Real führt je nach Marktgröße bis zu 80.000 Artikel, davon ca. 40% (32.000 Artikel) im Bereich Food.²⁵ Edeka- Center führen laut Edeka- Homepage²⁶ bis zu 60.000 Artikel, Globus führt 30.000 Food- und 60.000 Non- Food Artikel, die Rewe Center führen 47.000 Artikel, davon die Hälfte im Foodbereich. Kaufland führt ebenfalls ein Sortiment von 30.000 Artikeln. Ein Rewe Supermarkt führt dagegen nur 12.000 Artikel, davon 9.400 im Bereich Food. Die Discounter führen im Schnitt 4.500 Artikel (Norma 3.606, Aldi 4.046, Lidl 4.239, Penny 5.081 und Netto- MD 5.770)²⁷. Die Großflächen führen damit im Vergleich zu Supermärkten bzw. dem Discount ein Vielfaches an Foodartikeln im Sortiment.
- 149 Die wettbewerbliche Position von Edeka, die in allen Vertriebsstufen vertreten ist und in vielen der vorliegenden betrachteten Märkte eine nicht unerhebliche Präsenz auch auf der Großfläche aufweist, ist somit differenziert zu betrachten. Während kleine Edeka- Filialen in einem etwas entfernteren Wettbewerbsverhältnis zu Real- Filialen stehen, sind Edeka- Großflächen neben den Großflächen von anderen Anbietern sehr enge Wettbewerber von Real- Filialen. Ähnlich wie Kaufland- Filialen weisen Edeka- Großflächen zwar kein dem sehr umfangreichen Non- Food-II- Angebot von Real vergleichbares Non- Food II- Sortiment auf. Sie verfügen jedoch über ebenfalls gute Parkmöglichkeiten und ein im Hinblick auf die Sortimentsbreite und –tiefe umfangreiches Angebot.
- 150 Großflächen liegen vor allem in der Peripherie der Innenstädte oder sind innerhalb von Einkaufszentren angesiedelt und zeichnen sich, da sie stark auf motorisierte Kunden angewiesen sind, vor allem durch ihr großes Parkplatzangebot aus. Das Vertriebskonzept der Großfläche richtet sich an einen Verbrauchertyp mit bestimmten Präferenzen, der neben seinem Haupteinkauf an Lebensmitteln einen Auswahlgrund für die Wahl der Einkaufsstätte auch in dem Angebot an Non- Food- II Produkten sieht, wobei grundsätzlich zu beobachten ist, dass die Relevanz der Großfläche, und hier vor allem der SB- Warenhäuser, hinsichtlich des Non- Food- II Angebotes sinkt. Die Großfläche zeichnet sich aber nach wie vor gegenüber den Supermärkten durch die größere Sortimentstiefe und –breite und die unterschiedliche Einkaufsatmosphäre aus - hierzu zählt auch das Einkaufserlebnis, welches durch das

²⁴ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rz. 171., verfügbar unter www.bundeskartellamt.bund.de

²⁵ Ab 9500 qm Verkaufsfläche werden sog. Ergänzungssortimente (Matratzen, Lattenroste, Bettwaren, Übergrößen, Wein im Karton) geführt (Quelle Trade dimensions).

²⁶ Vgl. <https://verbund.edeka/unternehmen/was-ist-der-edeka-verbund/märkte-vertrieb/edeka/>.

²⁷ Artikelanzahl mit Produktvarianten; bezogen auf die Artikelanzahl ohne Produktvarianten reduziert sich das Angebot der Discounter auf durchschnittlich 2.440 Artikel, Quelle Statista 2019.

Non- Food- II Angebot ermöglicht wird - und bildet auch in der Prognose ein stabiles Element als Vertriebslinienkonzept.

- 151 In der von dem Marktforschungsinstitut Produkt + Markt durchgeführten Verbraucherbefragung spiegeln sich diese Faktoren wider: Real wird hauptsächlich zum Einkauf von Lebensmitteln und Non- Food- I- Produkten genutzt; Non- Food II- Artikel werden demgegenüber selten gekauft.²⁸ Im Vergleich zu Supermärkten (und Discountern) sehen die Kunden die Vorteile von Real vor allem hinsichtlich der Überlegenheit einer guten Produktauswahl, großen Getränkesortimenten und des Angebots an großen Parkplätzen.²⁹
- 152 Die Wohnortnähe oder die Lage auf dem Weg z.B. zur Arbeitsstätte, die Supermärkte oder Discounter auszeichnen, sind für die Kunden weniger relevant für die Wahl von Real als Einkaufsstätte. Auch die Nähe zu anderen Geschäften, das angebotene Eigenmarkensortiment oder die Auswahl an Bio- oder ready-to-eat Produkten ist weniger relevant für die Wahl von Real als Einkaufsstätte im Vergleich zu den Supermärkten.
- 153 Bezogen auf das Preisniveau ist festzustellen, dass die Kunden die allgemein günstigen Preise der Großfläche als Vorteil gegenüber den Supermärkten empfinden. Bezogen auf Real gilt das auch für den Einsatz der Rabatt/Treuekarte; Kunden, die mindestens wöchentlich bei Real einkaufen, setzen die Payback-Karte zu 88% ein.³⁰ Real und auch Kaufland, der sich selbst auch als „Discount auf der Großfläche“ versteht, zeichnen sich damit im Vergleich zum Supermarkt durch eine größere Sortimentstiefe und ein günstigeres Preisniveau aus.
- 154 Müssten die Kunden entscheiden, welchen Markt sie für ihre Lebensmitteleinkäufe aufsuchen würden, die sie derzeit bei Real tätigen, wenn der Real- Markt geschlossen und dessen Ladenfläche leer bleiben würde, so wären Kaufland, Aldi und Lidl die Top- Alternativen.³¹ Bei Aldi und Lidl würden im Schnitt ein Viertel der Einkäufe ersetzt, ist Kaufland eine Alternative, liegt der Anteil hier mit 38% deutlich höher.³² Ist Globus eine Alternative, so würden die Befragten auch hier fast ein Drittel ihrer Real- Einkäufe ersetzen.³³ Konkret befragt, welchen anderen Anbieter der Kunde bei einer Schließung des Real- Standortes bevorzugen würde,

²⁸ „Auswirkungen des Wegfalls der real- Märkte auf die Verbraucher“; Ergebnisbericht für die Redos Real Estate GmbH November 2019, produkt + markt (Ergebnisbericht Verbraucherbefragung), S. 48

²⁹ Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 36f..

³⁰ Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 72.

³¹ Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 49 und S. 54.

³² Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 52.

³³ Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 53.

sind ebenfalls Kaufland, Lidl und Aldi die Anbieter, die als Alternative zu Real am Standort die größte Akzeptanz finden.³⁴

155 In der Verbraucherbefragung wurden alle zur Edeka-Gruppe gehörenden Alternativen Edeka nah & gut, Edeka (übliche Größe), E-Center, Marktkauf und Netto- MD separat erfasst. Zwar ist keine der fünf zuvor genannten Alternativen für sich allein eine Top- Alternative im Vergleich zu Kaufland, Lidl und Aldi. Allerdings würden die Befragten demnach in E-Centern, bei Marktkauf und bei Edeka (übliche Größe) im Schnitt auch jeweils ungefähr ein Viertel der Einkäufe ersetzen, wenn diese eine Alternative darstellen. Nach der zu erwartenden Aufteilung von bisher bei Real getätigten Einkäufen würden 26% zur Schwarz-Gruppe und 25% zur Edeka-Gruppe umverteilt werden. Es folgen die Rewe-Gruppe mit 21% und Aldi mit 12%³⁵. Im Vergleich zum Discount wird das Preisniveau der Großfläche vom Verbraucher als höher empfunden, hier ist zu berücksichtigen, dass der Discount eine im Vergleich zur Großfläche deutlich geringere Sortimentstiefe aufweist.³⁶ Da der Handelsmarkenanteil erwartungsgemäß beim Discount am höchsten ist, betrifft der Wettbewerbsdruck der Discounter auf die Vollsortimenter auch nach wie vor in erster Linie die Preissetzung im Bereich der Handelsmarken.

156 Das wettbewerbliche Näheverhältnis zwischen Vollsortimentern einerseits und Discountern andererseits wurde im Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann umfangreich empirisch untersucht.³⁷ Das im Ergebnis festgestellte abgestufte Wettbewerbsverhältnis zwischen insbesondere Aldi als seinerzeitig vorwiegend im Hard- Discount tätigen Unternehmen auf der einen Seite und den Anbietern im Vollsortiment auf der anderen Seite ist aufgrund des nach wie vor höheren Handelsmarkenanteils von Aldi zwar nach wie vor festzustellen. Allerdings ist zu beobachten, dass sich die im Verfahren Rewe/Coop angesprochene verstärkte Einlistung von Markenartikeln bei Aldi fortgesetzt³⁸ und sich die noch im Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann festgestellte Sonderstellung von Aldi³⁹ im Vergleich zum Soft- Discount weiter abgeschwächt hat. Aldi übt nunmehr über die Preissetzung nicht nur im Bereich der Handelsmarken, sondern auch über einzelne Herstellermarken Wettbewerbsdruck auf die Vollsortimenter aus.

³⁴ Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 67.

³⁵ Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 54. Es wurden die zum jeweiligen Konzern gehörenden Werte addiert.

³⁶ Ergebnisbericht Verbraucherbefragung, S. 34, S. 37.

³⁷ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 - Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rz. 267ff..

³⁸ Vgl. BKartA vom 28. Oktober 2016, B2-51/16 - Rewe Coop, Rz. 96, verfügbar unter www.bundeskartellamt.de.

³⁹ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 - Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rz. 172..

(4) Einbeziehung von Biosupermärkten

157 Bereits im Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann (B2- 96/14) hat die Beschlussabteilung Bio- Supermärkte in den sachlich relevanten Markt einbezogen, auch wenn sie das Angebot der filialisierten Bio- Supermarktketten seinerzeit lediglich für einen recht geringen Anteil der angebotenen Bio- Produkte im konventionellen LEH als vollwertiges Substitut ansah.⁴⁰ Es ist festzustellen, dass der konventionelle LEH seither eine wachsende Bedeutung für den Vertrieb von Bio- Lebensmitteln besitzt.⁴¹ Während Aldi zum größten Lebensmittelhändler Deutschlands aufgestiegen ist, expandiert Edeka unter der Marke Naturkind in den Vertrieb über Fachmärkte. Bio- Produkte stellen mittlerweile einen festen Wettbewerbsparameter im Angebot des LEH dar. Der Qualitätswettbewerb über das Angebot an Bio- Produkten und allgemein das Marketing im Bereich der Nachhaltigkeit findet dabei über die Vertriebslinien hinweg statt. Hierfür hat sich der LEH in jüngerer Zeit einem Vertrieb von Bio- Produkten verschiedener Anbauverbände geöffnet: Lidl ist eine Partnerschaft mit Bioland eingegangen, Kaufland und Edeka kooperieren mit dem Demeter- Verband.

(5) Relevanz Online Handel im Bereich Food

158 Trotz des Einstiegs von Amazon im Lebensmitteleinzelhandel in 2017 (Amazon Fresh), der Investitionen der großen LEH- Unternehmen in Multi-Channel-Konzepte sowie der Gründung reiner Online-Lebensmittelhändler⁴² bleibt der Online-Umsatzanteil bei Lebensmitteln laut des Handelsverbands Deutschland (HDE) mit 1,4 % in 2019 nach wie vor gering.⁴³ Lebensmittel und andere Fast Moving Consumer Goods (FMCG) spielen auch im gesamten Onlinehandel eine untergeordnete Rolle: Der Online-Anteil der FMCGs betrug 2019 8,7 %; Lebensmittel machten lediglich 1,1% des gesamten Onlinehandels aus.⁴⁴ Die Onlineshops liefern Lebensmittel dabei präferiert in städtischen Gebieten aus, sodass die Liefergebietsabdeckung regional sehr konzentriert ist.⁴⁵ Auch Tegut arbeitet seit März 2017 mit Amazon im Online- Vertrieb seiner Produkte zusammen und ist dabei auf die Region Südhessen

⁴⁰ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 - Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rz.188..

⁴¹ Vgl. die vom Bund der ökologischen Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) veröffentlichten Statistiken, abzurufen über www.boelw.de.

⁴² Zum Beispiel der Online-Supermarkt Picnic, der Kunden im Ruhrgebiet und im Rheinland beliefert. Aktuell hält Edeka 10% der Anteile an Picnic International und 35% der Anteile an Picnic Deutschland. Presseberichte zufolge will Edeka seine Beteiligung an Picnic ausbauen.

⁴³ HDE-Handelsreport Lebensmittel Corona-Update 2020, S. 14. Der Online-Umsatzanteil von FMCG in 2019 betrug 2,5%. FMCG umfassen Lebensmittel, Delikatessen, Wein/Sekt, Körperpflege/Kosmetik, Heimtierbedarf, übrige Drogeriewaren.

⁴⁴ HDE und IFH Köln, Online-Monitor 2020.

⁴⁵ Vgl. Zusammenfassung der Studie des IFH Köln: Lebensmittel online – heute und 2030, Köln 2020, S. 8.

(Großraum Darmstadt und Frankfurt Süd) beschränkt. Während der Corona- Pandemie ist die Bedeutung des Onlinekanals auch im Lebensmittelbereich stark gestiegen.⁴⁶ Ob diese Entwicklung jedoch nachhaltig ist und die z.B. vom IFH Köln prognostizierten Steigerungen⁴⁷ tatsächlich realistisch sind, lässt sich nur auf längere Sicht beurteilen. Der Online- Handel mit Lebensmitteln wird daher nicht in den sachlich relevanten Markt einbezogen.

b) Räumliche Marktabgrenzung

(1) Konzept

159 Zur Ermittlung der Wettbewerbskräfte, denen die am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen ausgesetzt sind, muss neben der sachlichen Marktabgrenzung der Markt auch in räumlicher Hinsicht abgegrenzt werden. Die räumliche Marktabgrenzung ist ein Hilfsmittel bei der Beantwortung der Frage, ob das Unternehmen nach dem Zusammenschluss ohne Wettbewerber ist, keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt ist, eine im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern überragende Marktstellung hat oder der Wettbewerb durch den Zusammenschluss in sonstiger Weise erheblich behindert wird.⁴⁸ Ebenso wie für die sachliche Marktabgrenzung gilt auch hier das Bedarfsmarktkonzept. Demzufolge ist für die Zusammenschlusskontrolle der Nachfragemarkt räumlich relevant, auf den sich das Zusammenschlussvorhaben auswirkt. Er umfasst diejenigen Nachfrager, die nach den tatsächlichen Verhältnissen des konkreten Falles als Abnehmer für das Angebot der Zusammenschlussbeteiligten in Betracht kommen und die die wettbewerblichen Handlungsmöglichkeiten der am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen beschränken können. Der räumliche Markt grenzt den Kreis der Nachfrager ab, auf den es für die Beurteilung des Zusammenschlusses ankommt und bildet das Gebiet, in dem die beteiligten Unternehmen ihre Leistungen anbieten.⁴⁹

(2) Bisherige Praxis des Bundeskartellamtes

160 In der Vergangenheit wurde die räumliche Marktabgrenzung im LEH an Hand von definierten, an Oberzentren orientierten Markträumen vorgenommen. Die Beschlussabteilung hatte dabei

⁴⁶ HDE-Handelsreport Lebensmittel Corona-Update 2020“, S.14; „Boom für Lieferdienste?“ Lebensmittelpraxis vom 07.10.2020; „Chance für alle“, Lebensmittelpraxis vom 14.04.2020; „Kommt jetzt der Durchbruch für Lebensmittel im Online-Handel?“, Welt vom 08.02.2020.

⁴⁷ Vgl. Studie des IFH Köln: Lebensmittel online – heute und 2030, Köln 2020, S. 12.; vgl. Schriftsatz SCP vom 6. November 2020, Rdn. 47.

⁴⁸ Vgl. BGH, Beschluss vom 07. Februar 2006, KVR 5/05 – DB Regio/üstra, Rn. 29

⁴⁹ Vgl. BGH, Beschluss vom 16. Januar 2008, KVR 26/07 – Kreiskrankenhaus Bad Neustadt, Rn. 69

seit ca. dem Jahr 2000 ganz Deutschland in 345 Marktgebiete aufgeteilt, bei denen mehrere Postleitzahlgebiete anhand von Oberzentren, Verkehrswegen usw. zusammengefasst wurden. Im Beschluss Edeka/Kaiser's Tengelman wurde insoweit ausgeführt⁵⁰:

„In geographischer Hinsicht sind im Lebensmitteleinzelhandel - entsprechend der ständigen und gerichtlich bestätigten Praxis der Beschlussabteilung - die relevanten Märkte regional abzugrenzen. Das Bundeskartellamt grenzt die räumlich relevanten Märkte regelmäßig mit einem Radius von 20 km bzw. mit einer Fahrtzeit von 20 Autominuten um das sie prägende, regionale Oberzentrum ab, da Verbraucher Produkte des täglichen Bedarfs überwiegend in der Nähe ihres Wohnortes nachfragen.

Im Ergebnis unterteilt die Beschlussabteilung das Bundesgebiet in ständiger Praxis in 345 räumliche Märkte, wobei sie die Zuordnung der einzelnen Gemeinden zu den Markträumen auf der Basis von Postleitzahlbezirken vornimmt. Im Hinblick auf eher ländliche Räume, in denen die jeweiligen Oberzentren eine gewisse Sogwirkung entfalten, ist diese ständige Praxis der Beschlussabteilung auch im vorliegenden Fall gerechtfertigt.“

161 Im Verfahren B2- 96/14 (Edeka/Kaiser's Tengelman) hat die Beschlussabteilung für Städte mit über 500.000 Einwohnern die Marktgebiete dann weitergehend anhand der Stadtbezirke bestimmt. Die Beschlussabteilung hat angenommen, dass die zwölf Berliner Stadtbezirke räumlich eigenständige LEH- Märkte bilden:⁵¹

„Vor diesem Hintergrund hat die Beschlussabteilung im vorliegenden Fall auch eine Analyse engerer, stark verdichteter Räume vorgenommen. Für Städte, die vom Zusammenschluss betroffen sind und mehr als 500.000 Einwohner haben, hat die Beschlussabteilung daher eine Betrachtung von Stadtbezirken angestellt und die dort vorgefundenen Strukturbedingungen über die Analyse der räumlich noch stärker verdichteten Ortsteile plausibilisiert.

Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung davon aus, dass die wettbewerbliche Beurteilung von Lebensmitteleinzelhandelsmärkten in Innenstadtlagen vor dem Hintergrund räumlich engerer Märkte (hier Stadtbezirke) vorzunehmen ist. Sie ersetzt insoweit für diese innerstädtischen Räume die bisher angewandte Marktraumbetrachtung. Für Filialen in der Peripherie geht die Beschlussabteilung jedoch nach wie vor von einer Oberzentrenbetrachtung aus.“

162 Die Berliner Stadtbezirke waren nach Ansicht des OLG Düsseldorf in seinem Urteil vom 23. August 2017 die größtmögliche Marktausdehnung.⁵² Insoweit führt der Senat aus⁵³:

⁵⁰ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 - Edeka/Kaiser's Tengelman, Rz. 208-210.

⁵¹ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 - Edeka/Kaiser's Tengelman, Rz. 215, 216.

⁵² Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss vom 23.08.2017, VI – Kart 5/16 (V) (Edeka/Tengelman), Rz. 74.

⁵³ Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss vom 23.08.2017, VI – Kart 5/16 (V) (Edeka/Tengelman), Rz. 72- 73.

[...] Auch bei der räumlichen Marktabgrenzung gilt, dass an sich bestehende Bezugsalternativen dann nicht zu berücksichtigen sind, wenn sie von den Nachfragern – aus welchen Gründen auch immer – tatsächlich nicht oder kaum wahrgenommen werden (BGH, WuW/E DE-R 3067 Rn. 65 – Kreiskrankenhaus Bad Neustadt). Zu demselben räumlichen Markt zählen alle Anbieter, die aus der verständigen Sicht der fusionsbetroffenen Abnehmer als eine Bezugsalternative in Frage kommen.

(2.2) Im Entscheidungsfall spricht vieles dafür, dass zahlreiche B. Ortsteile jeweils eigenständige Markträume bilden. Keinesfalls gehen aber die räumlichen Marktgrenzen über das Gebiet der einzelnen B. Stadtbezirke hinaus. Da die Untersagungsvoraussetzung der Marktbeherrschung sowohl im Stadtbezirk F.-K. als auch in den beiden Ortsteilen F. und K. erfüllt ist, kann die genaue räumliche Marktabgrenzung letztlich offen bleiben.

(3) Einzugsgebiete um Real- Standorte unter Zugrundelegung von Kundendaten

163 Das Bundeskartellamt hat den Ansatz der 345 Marktraumgebiete in Deutschland in den Verfahren bzgl. der Übernahme von Real- Standorten nicht weiter verfolgt, sondern sich entsprechend seiner Praxis in anderen Fusionskontrollverfahren für die Abgrenzung räumlicher Märkte anhand der tatsächlichen Einzugsgebiete („catchment areas“) entschieden und innerhalb dieser Einzugsgebiete zusätzlich diejenigen Bereiche um den Zielstandorte näher betrachtet, in dem dieser zwei Drittel seiner Umsätze erwirtschaftet („Kerngebiete“). Hierdurch wurde einerseits eine weitreichende Berücksichtigung auch räumlich entfernter Wettbewerber ermöglicht, während andererseits – auch vor dem Hintergrund der seitens des OLG Düsseldorf⁵⁴ geäußerten Bedenken gegen die Weite der in der bisherigen Praxis der Beschlussabteilung zugrunde gelegten räumlichen LEH- Märkte - besonderes Augenmerk auf die wettbewerblichen Auswirkungen des Vorhabens in der näheren Umgebung eines Zielstandortes gelegt wurde.

164 Eine Vielzahl der hier betrachteten Real- Standorte liegt in Gewerbegebieten auf der „grünen Wiese“ und damit im Randbereich der bisher verwendeten Markträume. Die bisherige Modellierung ließe erwarten, dass von diesen Standorten in der Peripherie ein wettbewerblicher Einfluss auf das gesamte Einzugsgebiet des Oberzentrums ausgeübt werde, gleichzeitig aber der Einflussbereich an der Grenze des Einzugsgebietes des Oberzentrums, also ggf. in unmittelbarer Marktnähe endet. Dies erscheint prima facie zweifelhaft. Auch gab es verschiedene Stimmen und insbesondere die Rechtsprechung des OLG Düsseldorf, die davon ausgingen, dass die bisherigen Markträume zu groß bemessen seien. Angesichts der in diesem Verfahren verfügbaren Nachfrager- Daten auf Basis von Postleitzahlen (PLZ) wird

⁵⁴ Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss vom 23.08.2017, VI – Kart 5/16 (V) (Edeka/Tengelmann), Rz. 73, 74

die räumliche Marktabgrenzung daher hier maßgeblich auf das auf einzelne PLZ- Gebiete aggregierte tatsächliche Nutzerverhalten gestützt. Eine kleinteiligere Betrachtung war aufgrund fehlender entsprechend hochauflösender Daten im Fristenregime der Fusionskontrolle nicht möglich. Sie ist angesichts der Größe der Einzugsgebiete auch nicht erforderlich.

165 Ausgangspunkt der Analyse sind die Einzugsgebiete der zu übernehmenden Real- Filialen (im Folgenden auch EZG). Hierdurch werden die unmittelbar vom Zusammenschluss betroffenen Nachfrager erfasst. Die Betrachtung von Einzugsgebieten steht im Einklang mit der langjährigen Entscheidungspraxis des Amtes in einer Reihe von Branchen.⁵⁵ Zur Festlegung der Einzugsgebiete kommen verschiedene konkrete Vorgehensweisen der räumlichen Marktabgrenzung in Betracht, zu denen insbesondere die folgenden zählen:

- das Abstellen auf tatsächliche Einzugsgebiete („catchment areas“) der betroffenen Zielstandorte auf der Grundlage von geographisch differenzierten Umsatzdaten und
- die Verwendung von bestimmten Umkreisen etwa in Fahrzeiten um die betroffenen Zielstandorte.

166 Für beide Vorgehensweisen sprechen aus konzeptioneller Sicht jeweils gute Gründe. Die Abgrenzung von Märkten anhand von Fahrzeit- Radien stellt etwa weitaus geringere Anforderungen an den Umfang und die Qualität der verwendeten Daten. Die Verwendung von tatsächlichen Einzugsgebieten bietet hingegen den Vorteil, dass unmittelbar auf die tatsächlich von den betroffenen Nachfragern (in der Vergangenheit) getroffenen Kaufentscheidungen abgestellt wird und dabei implizit die spezifischen Gegebenheiten im Umfeld jedes einzelnen Standorts (u.a. Präsenz von Dritten und anderen eigenen Filialen, topographische Bedingungen und Verkehrsinfrastruktur) erfasst werden, so dass für jeden Standort ein individueller räumlicher Markt abgegrenzt wird. Insbesondere aus diesen Gründen stellen Markträume auf der Grundlage von standortspezifischen Einzugsgebieten die von der Beschlussabteilung im vorliegenden Fall präferierte Vorgehensweise dar.

167 Als nächster Schritt sind die Anteilsschwellen festzulegen, bis zu denen bei der Abgrenzung nach tatsächlichen Einzugsgebieten die Filial- Umsätze erfasst werden sollen. Ein zu hoher Schwellenwert umfasst dabei typischerweise sehr große Gebiete, da die Umsätze mit zunehmender Entfernung von der stationären Filiale schnell stark abnehmen und daher zum Erreichen hoher Schwellenwerte typischerweise sehr viele weit entfernte PLZ- Gebiete mit

⁵⁵ Vgl. Fallbericht B2-106/18 – Karstadt/Kaufhof, verfügbar unter www.bundeskartellamt.de

geringen Umsätzen berücksichtigt werden müssten. Durch das Einkaufsverhalten weniger Nachfrager (bspw. vom Zweitwohnsitz oder Urlaubsort ausgehend, in Verbindung mit einem prägendem Hauptanliegen (etwa auf Durchreise oder im Rahmen einer LEH-fremden Anschaffung) würde eine Vielzahl von Nachfragern miterfasst, für die die betroffene Filiale etwa aufgrund langer Fahrtzeiten keine relevante Ausweichalternative darstellt. Auch würden für Nachfrager aus dem prägenden Nahbereich der betroffenen Filiale Ausweichalternativen mit einbezogen werden, die bei zutreffender Betrachtung keine relevante Alternative sind. Umgekehrt würde eine zu niedrige Schwelle einen Teil der wettbewerblich relevanten Nachfrager und Anbieter ausblenden und damit das Wettbewerbsverhältnis ebenfalls nicht zutreffend erfassen.

168 In vorliegendem Verfahren sind anhand der aggregierten Real- Fahrzeit/Umsatz- Daten keine klaren Abbruchstellen erkennbar, aus denen auf Schwellenwerte geschlossen werden könnte. Allerdings verteilen sich die Umsätze der Real- Filialen nicht gleichmäßig auf das Einzugsgebiet. So werde 1/3 der Jahresumsätze mit nur 0-4% der im (nahen) Einzugsgebiet erfassten Haushalte erwirtschaftet - bei einem Einzugsgebiet von 30-34 Minuten benötigen diese für die Fahrt von zuhause zur Filiale typischerweise 5-9 min. Ein weiteres Drittel der Umsätze wird mit der Nachfrage weiterer 10-14% der Haushalte (etwa 10-14 Minuten Fahrzeit) erwirtschaftet und das restliche Drittel von den verbleibenden 85- 89% der im Einzugsgebiet befindlichen Haushalte.⁵⁶ Der große Anteil der erfassten Haushalte im dritten Drittel lässt sich damit erklären, dass aus den einzelnen hier einfließenden PLZ- Gebieten nur sehr geringe Umsätze auf die betrachtete Filiale entfallen und gleichzeitig die Fläche des Einzugsgebiets (und damit die Anzahl der Haushalte) mit steigender Fahrzeit exponentiell wächst.⁵⁷

169 Zur korrekten Erfassung der sehr unterschiedlichen Relevanz der einzelnen PLZ- Gebiete je nach Entfernung zum Filialstandort ist daher ein zweistufiges Vorgehen angemessen, dass zwischen einem umfassenden, weiträumigen Einzugsgebiet, dem Marktraum, und einem geografisch engeren Nahbereich (Kerngebiet) differenziert, in dem etwaige Wettbewerbsvorstöße des Zielunternehmens eine relevante Wirkung entfalten. Dass der wettbewerbliche Einfluss einer LEH- Filiale sich maßgeblich im Nahbereich abspielt, wird an der Event-Analyse deutlich, die die Beschlussabteilung im Verfahren B2- 96/14

⁵⁶ Vgl. Friederiszik/Schweiger (E.CA Economics), Verkauf von Real – Wettbewerbsökonomische Analyse der B2B-Deals, Vorläufige Bewertung der Absatzmärkte, 28. Juni 2019, S. 74; vorgelegt in einer Besprechung mit der Beschlussabteilung am 28. Juni 2019.

⁵⁷ In einem stilisierten kreisförmigen Einzugsgebiet gilt etwa $A=2*\pi*r^2$ d.h. die Fläche wächst mit dem Quadrat des Radius (~ Fahrzeit).

(Edeka/Kaiser's Tengelmann) anfertigte.⁵⁸ Aufgrund des unveränderten Konsumentenverhaltens sind die daraus abgeleiteten Erkenntnisse auch für dieses Verfahren relevant. Es wurde in der Analyse u.a. untersucht, welchen Einfluss die Entfernung konzernfremder LEH-Filialen auf den Umsatz einer Filiale hat. Die durchgeführte Regressionsanalyse zeigte, dass die Eröffnung einer konzernfremden Vollsortimenter-Filiale in einer Distanz bis 1 km den monatlichen Umsatz der betrachteten Vollsortimenter-Filiale um rund 33 EUR pro qm reduziert, in einer Distanz von 1 km bis 2 km hingegen um nur rund 6 EUR pro qm, d.h. 1/5 des Effektes, der bis 1 km Distanz aufgetreten ist. Bei einer Distanz zwischen 2 km und 5 km liegt der Umsatzrückgang bei rund 2 EUR pro qm. Für Discounter waren die monatlichen Umsatzeinbußen mit rund 12 EUR / qm bis zu 1 km Distanz und rund 7 EUR / qm bei 1 km – 2 km bzw. 3 EUR / qm im Bereich 2 km – 5 km Distanz zur betrachteten Vollsortimenterfiliale ebenfalls deutlich abnehmend. Typischerweise sind Wettbewerbsvorstöße allerdings von geringerer Intensität als eine Standorteröffnung; sie umfassen lediglich Preissenkungen für spezifische Produkte. Entsprechend geringer sind die Umsatzeffekte auf Wettbewerber im Umkreis und der damit verbundene Wettbewerbsdruck auf diese.

- 170 Mit 90% der Filial-Umsätze hat die Beschlussabteilung einen vergleichsweise hohen Schwellenwert für das Gesamteinzugsgebiet gewählt. Dieser führt (jedenfalls ohne Nachfragekorrektur und Arrondierung, vgl. dazu unten Rn. 133) tendenziell zu räumlich weiten Märkten. Hierdurch sollen die betroffenen Nachfrager umfassend in das Marktgebiet einbezogen werden. Die nicht berücksichtigten 10% des Filialumsatzes betreffen geografisch sehr weit streuende, pro PLZ niedrige Umsätze. Hier spricht bereits die weite Anfahrt dagegen, dass es sich um einen LEH-typischen regelmäßigen Beschaffungsvorgang der Verbraucher handelt. Auch lässt die Aussagekraft der zugrundeliegenden Daten bei den sehr geringen aggregierten Umsätzen deutlich nach.
- 171 Mit einer gesonderten Würdigung des Kerngebiets können die wettbewerblich relevanten Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens im Nahbereich analysiert werden, die sonst durch das umfassende Einzugsgebiet weniger deutlich zum Vorschein kommen würden (Verwässerungseffekt). In Anlehnung an die Terzilverteilung von Real und unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus der Event-Analyse umfasst das Kerngebiet zwei Drittel der Umsätze der Real-Filiale, die mit den umsatzträchtigen Real-Kunden im Nahbereich erwirtschaftet werden.

⁵⁸ Vgl. hierzu B2-96/14 - Edeka/Tengelmann, Entscheidung, S. 105ff, abrufbar auf der Homepage des BKartA sowie für Details Strassmair/Christiansen, WuW 2016, 569ff.

- 172 Grundlage für die Ermittlung der Einzugsgebiete der Real-Märkte bilden die von der Metro- AG im Verfahren B2-113/19 (Edeka/Redos) per Auskunftsbefehl abgefragten, auf PLZ-Ebene aggregierten Daten aus dem Payback-Kundenkarten-System bzgl. der Wohnort-PLZ der Real-Kunden und den mit der Kundenkarte verknüpften Real-Filial-Umsätzen. Diese wurden von dem Referat für Ökonomische Grundsatzfragen (G3) ausgewertet⁵⁹ und von der IT der Zentralabteilung des Bundeskartellamtes (Z3B) als Grundlage zur Berechnung der Einzugsgebiete der einzelnen Real-Standorte verwendet. Die Verwendung von PLZ-Gebieten als Grundlage der räumlichen Marktabgrenzung entspricht einer etablierten Praxis des Bundeskartellamtes.⁶⁰ Vorteile sind die weite Verbreitung und Verwendung sowie die eindeutige Adresszuordnung. Zwar legen die einzelnen PLZ-Gebiete nicht ein typisches Verbraucherverhalten in diesem Gebiet in Bezug auf die Lebensmittelbeschaffung zugrunde, sondern Erwägungen in Verbindung mit der Postzustellung, dies dürfte aber bei der Betrachtung aggregierter Gebiete, die aus mehreren PLZ bestehen, zu vernachlässigbaren Unschärfen führen. Selbst bei Betrachtung eines einzelnen PLZ-Gebietes dürften diese im Regelfall tolerierbar sein.
- 173 Sowohl das Kerngebiet als auch das (korrigierte) 90%-Gebiet sind Gebiete um einen zu veräußernden Real-Standort. Beide Definitionen basieren auf einer absteigenden Umsatzsortierung (Summe der Food und Non-Food-Umsätze) der inländischen Kunden-PLZ je zu veräußerndem Real-Standort. Kunden-PLZ mit einer Luftlinienentfernung von mehr als 100 km wurden gelöscht, da darüberhinausgehende Entfernungen keinen wohnortsbezogenen Einkauf vermuten lassen, sondern häufig durch Touristen verursacht sein dürften.
- 174 Beim Kerngebiet handelt es sich um die zahlenmäßig kleinste Menge an PLZ-Gebieten, mit denen zwei Drittel der nach obigen Bereinigungen verbleibenden Payback-Umsätze der jeweiligen Real-Filiale erfasst werden können. Beginnend mit dem umsatzstärksten PLZ-Gebiet wurden solange die nach Umsatz nächstgrößten PLZ-Gebiete dem Kerngebiet hinzugefügt, wie der kumulative Umsatz unter zwei Dritteln des Gesamtumsatzes verbleibt. Ein weiteres PLZ-Gebiet wurde hinzugefügt, wenn dadurch der Abstand zur Zwei-Drittel-Umsatz-Marke verringert werden konnte. Sofern mehr als zwei Drittel des Umsatzes einer

⁵⁹ Bzgl. des Vorgehens im Einzelnen ist auf den Vermerk „Dokumentation der absatzseitigen Datenaufbereitung und der Marktanteilsberechnung durch das Referat G3“ vom 09. November 2020 zu verweisen.

⁶⁰ Z.B. in den Fällen B1-47/17 (Schenk/Opterra), B5-187/18 (Papier Union/Papyrus) oder B3-33/20 (Malteser/Diako).

Real- Filiale auf ein einziges PLZ- Gebiet entfallen, entspricht das Kerngebiet diesem PLZ- Gebiet.

- 175 Das 90%- Gebiet wurde analog berechnet, wobei statt zwei Dritteln in den zuvor beschriebenen Schritten neun Zehntel verwendet wurden. Das korrigierte 90%- Gebiet ergab sich dann auf Basis des 90%- Gebietes und einer anschließenden Nachfragekorrektur sowie einer manuellen Korrektur. Bei der Nachfragekorrektur wurde der Umsatzanteil des jeweiligen Real- Marktes am Gesamtumsatz im PLZ- Gebiet betrachtet. Betrug dieser Anteil mehr als fünf Prozent, wurde ein bisher nicht berücksichtigtes PLZ- Gebiet dem 90%- Gebiet hinzugefügt. Betrug dieser Anteil hingegen weniger als 0,5 Prozent, wurde ein zuvor berücksichtigtes PLZ- Gebiet wieder entfernt. Zur Ermittlung des Anteils wurde der Payback- Umsatz der Real- Filiale zunächst mit dem Verhältnis aus Gesamtumsatz der Real- Filiale zum Payback-Umsatz der Real- Filiale multipliziert (Hochrechnung des PLZ-Payback-Umsatzes auf alle Kunden). Der hochgerechnete Real-Umsatz der PLZ wurde dann mit dem Umsatz aller LEH in der PLZ ins Verhältnis gesetzt, wobei immer die Summe aus Food- und Non- Food-I- Umsätzen betrachtet wurde. Mit der 5 Prozent-Korrektur wird sichergestellt, dass erst einmal sämtliche PLZ- Gebiete in dem Marktraum berücksichtigt sind, bei denen aus Sicht der dort wohnenden Nachfrager der jeweilige Real- Standort eine relevante Ausweichalternative ist. Die spiegelbildliche 0,5 Prozent-Korrektur stellt sicher, dass keine PLZ- Gebiete in das Marktgebiet aufgenommen werden, bei denen aus Sicht der dort wohnenden Nachfrager der Real- Standort allenfalls eine marginale Bedeutung hat.
- 176 Im letzten Schritt erfolgte eine manuelle Korrektur („Arrondierung“) mit dem Ziel, ein zusammenhängendes 90%- Gebiet zu erhalten. Hierzu wurden ggf. Enklaven, also vollständig vom 90%- Gebiet umschlossene PLZ- Gebiete, dem nachfragekorrigierten 90%- Gebiet hinzugefügt. Exklaven wurden in der Regel aus dem korrigierten 90%- Gebiet entfernt oder durch Hinzufügen einzelner PLZ- Gebiete, die es nur ganz knapp nicht in das korrigierte 90%- Prozent- Gebiet geschafft hatten, mit dem Hauptgebiet verbunden. Hierin kommt die allgemeine Erfahrung zum Ausdruck, dass Bewohner von PLZ- Gebieten, die räumlich näher zu einem LEH- Standort liegen als unmittelbar angrenzende PLZ- Gebiete, typischerweise zu vergleichbaren oder geringeren Transaktionskosten einen LEH- Standort erreichen können. Anzumerken ist, dass in der kartografischen Darstellung des manuell korrigierten 90%- Gebietes immer noch Exklaven oder Enklaven sichtbar sein können. Hierbei handelt es

sich dann aber nicht um ganze PLZ- Gebiete, sondern nur um einen Teil von PLZ- Gebieten, die aus mehreren nicht zusammenhängenden Teilen bestehen.⁶¹

c) Einwände zur Methodik der räumlichen Marktabgrenzung

- 177 Nach Ansicht von Edeka führt die Bestimmung des Gesamtmarktvolumens durch die Selektion von PLZ- Gebieten nach der Payback- Methode für Real- Standorte einerseits und nach Fahrzeiten für die Wettbewerber von Real andererseits („Methodenmix“) zu erheblichen systematischen Verzerrungen.⁶² Gegen die Methodik der Beschlussabteilung zur Ermittlung und Bewertung der Absatzmärkte hat sich auch Rewe im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) gewandt.⁶³
- 178 Da sowohl die Einzugsgebiete von Real als auch die Einzugsgebiete der übrigen LEH- Unternehmen empirisch hergeleitet wurden, ist eine grundsätzliche Überschätzung durch Fahrzeiten nicht nachvollziehbar. Da für unterschiedliche Vertriebstypen unterschiedliche Fahrzeiten verwendet werden, ist zudem ein Rückschluss von angeblich zu großen Fahrzeitradien bei SB- Warenhäuser im Vergleich zu den Payback- Daten auf andere Vertriebslinien nicht möglich. Die Ungleichbehandlung zwischen Real und den übrigen LEH- Unternehmen ist durch die Datenverfügbarkeit begründet, etwaige damit verbundene Unschärfen sind in ihrer Tendenz uneinheitlich. Zunächst weichen die durch die Beschlussabteilung ermittelten Marktvolumina auf der Basis von kundendatenbasierten filialspezifischen Einzugsgebieten notwendigerweise im Einzelfall stets von den entsprechenden hier vorgetragenen Marktvolumina auf der Basis von durchschnittlichen Fahrzeitradien für SB- Warenhäuser ab. Aber selbst wenn die nach der Umkreisermethode bestimmten Einzugsgebiete der Wettbewerber in der Tendenz größer als die tatsächlichen Einzugsgebiete wären - wofür die vorgetragene Auswertung keinen Anhaltspunkt liefert - , würde der auf die Zusammenschlussparteien wirkende Wettbewerbsdruck bei Zugrundelegung weiter ausgedehnter umkreisbasierter Marktgebiete für die Real- Standorte eher unterschätzt werden, da sich dann die Real- Umsätze auf eine weitere Fläche verteilen würden.
- 179 Rewe kritisiert im Verfahren B2- 83/ 20 (Kaufland/Real) außerdem, dass 100% der Umsätze von Wettbewerber- Standorten auf die PLZ- Gebiete verteilt werden, die sich in dem von der

⁶¹ Eine Liste der in die Markträume einbezogenen PLZ wurde zur Akte genommen.

⁶² Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. November 2020, S. 7.

⁶³ Vgl. B2- 83/20 (Kaufland/Real), Beschluss vom 16. Dezember 2020, Rz. 148ff., abrufbar auf der Homepage des BKartA.

Beschlussabteilung ermittelten 90%- Bereich der Einzugsgebiete dieser Standorte befinden. Hierdurch würden die Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten im Einzugsgebiet⁶⁴ unter-, die der Wettbewerber überzeichnet werden. Dies ist nicht zutreffend und auch kaum entscheidungserheblich.

180 Die Kritik trifft nicht zu, denn im Einzugsgebiet des Real- Zielstandortes werden sämtliche dort anfallenden Real- Umsätze PLZ- scharf zugeordnet. Bezüglich des Zielunternehmens kommt es daher zu keiner methodischen Fehleinschätzung innerhalb des räumlich relevanten Marktes. Die Umsätze des Erwerbers werden hingegen nach derselben Methode verteilt wie die der Wettbewerber. Damit ist auch keine methodische Verzerrung zwischen Wettbewerbern und Erwerber zu erkennen. Allerdings wurde die Verteilung der letzten 10% der Umsätze der Filialen von Erwerber und Wettbewerbern dem jeweiligen 90%- Einzugsgebiet zugeschlagen, so dass auf PLZ des EZG- Gebiets außerhalb des Kerngebiets entsprechend mehr Umsatz verteilt wird als in einer Variante, in der ein dritter äußerer Ring um das EZG gezogen worden wäre. Die Beschlussabteilung hat von einem solchen dritten Ring abgesehen, da dieser jeweils einen großen Teil Deutschlands umfasst hätte, was auch die Real-Payback- Daten nahelegen, und somit eine Vielzahl von PLZ, auf die jeweils nur Kleinstumsätze zu verteilen gewesen wären. Zudem hätte eine Modellierung eines dritten Rings für die verbleibenden Umsätze den Berechnungsaufwand etwa für die Bestimmung der Entfernung zwischen den Mittelpunkten dieser PLZ- Gebiete und der jeweiligen Adresse der LEH- Filiale, aber auch die Berechnung der Umsatzvolumina exponentiell erhöht, ohne dass eine relevante Änderung des Ergebnisses zu erwarten gewesen wäre. Denn eine solche Verteilung hätte nicht nur dazu geführt, dass ein gewisser Teil der besagten 10% auf PLZ außerhalb des EZG zu verteilen gewesen wäre (wie von Rewe vorgetragen), sondern in gleicher Weise dazu geführt, dass Filialen (weit) außerhalb des Einzugsgebietes eines Real- Standortes mit gewissen Umsätzen in dessen Einzugsgebiet einstrahlen würden.

181 Es kann daher nicht - wie von Rewe im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) unterstellt - davon ausgegangen werden, dass der Nettoeffekt des von der Beschlussabteilung gewählten Ansatzes auf den Gesamtumsatz des Real- Einzugsgebiets stets in einer Umsatzausweitung des Marktgebietes liegt. Vielmehr geht die Beschlussabteilung davon aus, dass sich die beschriebenen Effekte angesichts der hohen Anzahl an LEH- Standorten, ihrer Verteilung über

⁶⁴ Auf das Kerngebiet um einen Real-Standort entfallen ca. 2/3 Drittel der Umsätze des Standortes. Analog werden auf den inneren Ring (Nahbereich) um Wettbewerber-Standorte zwei Drittel der Umsätze des Standortes verteilt. Daher geht es in der folgenden Diskussion nur um das Einzugsgebiet der Real-Standorte im Vergleich zum Fern-bereich der Wettbewerber-Standorte.

das ganze Bundesgebiet und der Größe eines etwaigen dritten Rings typischerweise ausgleichen, es jedenfalls zu keiner entscheidungserheblichen Verzerrung kommt. Die umgekehrte Angleichung, bei den Real- Standorten 100% der Umsätze im 90%- Gebiet zu berücksichtigen, wurde verworfen, weil dies der tatsächlichen Datenlage widersprechen würde. Der Datenlage folgend werden außerhalb des eigenen 90%- Gebietes liegende Umsätze von Real- Standorten bei der Marktanteilsberechnung von anderen Markträumen berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund hat die Beschlussabteilung sich für den gewählten Ansatz entschieden, der die Modellierung deutlich handhabbarer macht und gleichzeitig ein möglichst realistisches Bild zeichnet.

- 182 Die geringe Entscheidungserheblichkeit dieser Kritik wird dadurch deutlich, dass eine Berücksichtigung der weit entfernten Umsätze des Real- Standortes durch Neuordnung zu Postleitzahlen im Einzugsgebiet die Marktanteile nur geringfügig verändern würde. Würden für einen Real- Zielstandort 90% seiner Umsätze bei der Marktanteilsberechnung für das Einzugsgebiet berücksichtigt, würde sich dessen relevanter Umsatz durch die Berücksichtigung der übrigen Umsätze (die gemäß Payback- Daten nicht aus dem Einzugsgebiet stammen) auf 10/9 des vorherigen Wertes erhöhen. Somit würde sich der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten beispielsweise um ca. 0,35% erhöhen, wenn von 40% Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten 35% auf die Schwarz- Gruppe und 5% auf den Real- Zielstandort entfallen.⁶⁵
- 183 Zudem vertritt Rewe im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) die Auffassung, dass die Beschlussabteilung nicht im Ansatz belegt, dass sich die z.T. erheblichen Abweichungen zwischen tatsächlichen Pro-Kopf- Ausgaben und den Ausgaben, die sich rechnerisch aus der Methodik der Beschlussabteilung in ein und demselben PLZ- Gebiet ergeben, im jeweiligen Regionalmarkt tatsächlich ausgleichen. Dies werde weder den hohen Anforderungen der Rechtsprechung noch den vom Bundeskartellamt selbst an ökonomische Analysen gestellten Maßstäben gerecht. Rewe habe die "Ausgleichungs"- These der Beschlussabteilung dagegen geprüft und widerlegt. Ein Ausgleich finde bei pauschaler Verteilung der Umsätze ohne Distanz- Gradienten angesichts der erheblichen Schwankungen der daraus rechnerisch ermittelbaren Kaufkraft gerade nicht statt.
- 184 Die Beschlussabteilung verteilt die Umsätze der Wettbewerber auf Basis von Fahrzeiten. Da für die Mehrzahl der Wettbewerberfilialen keine PLZ- spezifischen Umsätze vorlagen und

⁶⁵ Das Marktvolumen steigt in diesem Beispiel um $(5 \cdot 10/9 - 5)/100 = 0,56\%$. Somit ergibt sich Marktanteil Real neu = $5 \cdot 10/9 / (100 - 5 + 5 \cdot 10/9) = 5,55\%$. Marktanteil Schwarz-Gruppe neu = $35 / (100 - 5 + 5 \cdot 10/9) = 34,80\%$

diese im Rahmen der Fusionskontrolle auch nicht zu ermitteln sind, hat sie sich mit der Verwendung von Durchschnittswerten zur lokalen Verteilung der Filialumsätze beholfen, die sie aus einer Verbraucherbefragung sowie der Auswertung verschiedener Kundenkartensysteme abgeleitet hat. Die Beschlussabteilung differenziert dabei zwischen städtischen und ländlichen Standorten sowie zwischen einem umsatzstarken Kerngebiet und einem umsatzschwächeren Einzugsgebiet. Es erfolgt somit eine gewisse Berücksichtigung der räumlichen Distanz. Die Beschlussabteilung ist sich bewusst, dass es sich bei dieser Modellierung um eine Näherung handelt, die allerdings deutlich feingliedriger ist, als dies der bisherigen Fusionskontrollpraxis im Lebensmitteleinzelhandel entspricht. Der von Rewe favorisierte Ansatz der Zugrundlegung von Pro-Kopf- Ausgaben kommt ebenfalls nicht ohne eine Modellierung der Einzugsgebiete zumindest der zusammenschlussbeteiligten LEH- Filialen und Verteilung der Umsätze nach Fahrzeiten aus, da diese Umsätze in einen Zusammenhang mit den geschätzten lokalen Pro-Kopf- Ausgaben gesetzt werden müssen. Außerdem sind Annahmen bzw. Datenerhebungen zu lokalen bzw. regionalen Pro-Kopf- Ausgaben nötig, die eine weitere Fehlerquelle bergen. Gleiches gilt für die Verwendung eines Distanzgradienten. Zudem ist es auch richtig, dass die einem Gebiet zugeordneten filialbasierten Gesamtumsätze nicht in jedem Fall den lokal prognostizierten Pro-Kopf- Ausgaben exakt entsprechen. Dies liegt daran, dass die hier ermittelten Gesamtumsätze einkaufsstättenbezogen, die prognostizierten Pro-Kopf- Ausgaben hingegen wohnortbezogen definiert sind. Die beiden Größen fallen notwendigerweise auseinander, da ein Teil der Einkäufe von Verbrauchern auch auf dem Weg zum oder in der Nähe des Arbeitsplatzes, während Urlaubsreisen oder in grenznahen Gebieten auf der jeweils steuerlich vorteilhaften Grenzseite getätigt werden kann. Relevant ist für die Nachfragekorrektur und die Berechnung der Marktanteile an Stelle des Bezugs zu den lokalen Pro-Kopf- Ausgaben vielmehr, dass die Umsatzrelation zwischen den einzelnen LEH- Unternehmen richtig ist. Dies gelingt durch das Modell der Beschlussabteilung. Somit verweist Rewe zwar auf gewisse Vereinfachungen in der Modellierung, vermag es aber nicht, einen besser gangbaren Weg aufzuzeigen, der das zugrundeliegende Problem der (ohne Kundenkartendaten) fehlenden Informationen über lokale Gegebenheiten, die die Fahrbereitschaft der Käufer letztlich beeinflussen, lösen könnte.

185 Rewe kritisiert im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) auch, dass die Beschlussabteilung die Wettbewerber-Umsätze pauschal auf PLZ- Gebiete verteilt, ohne die mit zunehmender Distanz abnehmende Wahrscheinlichkeit zu berücksichtigen, dass Einwohner in diesen Gebieten noch Einkäufe bei den betreffenden Wettbewerbern tätigen.

186 Die Beschlussabteilung differenziert zwischen Kern- und Einzugsgebiet in der Umsatzzuteilung pro Einwohner. Eine stärkere Untergliederung erscheint im Grundsatz wünschenswert, hätte die Komplexität der Modellierung und den Berechnungsaufwand allerdings erheblich gesteigert. Da keine lokalen Daten für die jeweiligen Verteilungsfunktionen vorliegen, hätte man sich auch hierbei mit Mittelwerten behelfen müssen. Angesichts der auf PLZ- Gebiete begrenzten Ausgangsauflösung scheint allerdings das aus nur einem bis wenigen PLZ- Gebieten bestehende Kerngebiet bereits als kleinstmögliche sinnvoll analysierbare Einheit. Mehrere Filial-nahe Fahrzeitzone führen im gewählten Modell zu keiner präziseren Verteilung, solange diese dieselben PLZ-Mittelpunkte (nicht) umfassen. Daher hätte eine Differenzierung für zwei Drittel der Umsätze im Ergebnis keinen oder kaum einen Effekt gehabt. Im Rahmen des Centroid- Ansatzes würde es zu eher zufälligen Variationen führen. Außerhalb des Kerngebietes hingegen sinken die zu verteilenden Umsätze stark. Auch hier hätte eine weitere Differenzierung etwa mit einem 75%-des-Umsatzes-Radius wohl nur einen begrenzten Effekt. In der Gesamtabwägung hat sich die Beschlussabteilung daher für eine zweistufige Umsatzdifferenzierung entschieden. Dies erscheint auch angesichts der Praxis der Vergangenheit im Bundeskartellamt angemessen, bei der regelmäßig Umsätze auf das gesamte Radiusgebiet gleichmäßig verteilt wurden.

d) Fazit Marktabgrenzung

187 Im Ergebnis ist als sachlich relevanter Markt der Markt des Einzelhandels mit einem Lebensmittelsortiment in seiner typischen Zusammensetzung zugrunde zu legen, der nur die Warengruppen Food und Non- Food I umfasst. Wie auch schon in früheren Entscheidungen ordnet die Beschlussabteilung trotz festzustellender Unterschiede im Hinblick auf die Sortimentsbreite und –tiefe, die Warenpräsentation und die Verkaufsfläche die unterschiedlichen Vertriebslinien im Lebensmitteleinzelhandel nicht getrennten sachlichen Märkten, sondern einem einheitlichen LEH- Markt zu. Die festzustellenden Unterschiede, die zwischen SB- Warenhäusern bzw. Verbrauchermärkten, klassischen Vollsortimentern sowie Discountern vor allem im Hinblick auf Sortimentsbreite und –tiefe einerseits sowie das Preisniveau andererseits bestehen, werden im Rahmen der wettbewerblichen Würdigung entsprechend berücksichtigt.

188 In räumlicher Hinsicht erfolgt die wettbewerbliche Beurteilung von Lebensmitteleinzelhandelsmärkten im vorliegenden Fall anhand von Markträumen, die um die Einzugsgebiete der von dem Fusionsvorhaben betroffenen Realstandorte abgegrenzt werden.

2. Auswirkungen des Zusammenschlusses auf der Absatzseite

a) Erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs (SIEC-Test)

- 189 Nach Einschätzung der Beschlussabteilung lässt der in Rede stehende Zusammenschluss in 27 nach den oben dargestellten Grundsätzen abgegrenzten Markträumen des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form von erheblichen unilateralen oder nicht-koordinierten Effekten erwarten und erfüllt damit die Untersagungsvoraussetzungen des § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB.
- 190 Die Beschlussabteilung hat bei der Würdigung auf den Grundtatbestand der erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs (engl. "significant impediment to effective competition", kurz SIEC) in § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB abgestellt. Unilaterale oder nicht-koordinierte Effekte sind grundsätzlich zu erwarten, wenn durch einen Zusammenschluss wichtiger Wettbewerbsdruck für einen oder mehrerer Anbieter beseitigt wird, dem bzw. denen dadurch erhöhte Marktmacht zuwächst.⁶⁶
- 191 Die unmittelbarste Wirkung des Zusammenschlusses liegt dabei im Wegfall des Wettbewerbs zwischen den fusionierenden Unternehmen. Wenn eines dieser Unternehmen ohne den Zusammenschluss seine Preise erhöhen oder die Qualität in einer für die Kunden relevanten Dimension, z.B. Produktqualität oder –quantität, Reduktion der Sortimentsbreite und –tiefe, verschlechtern würde, so hätte es damit zu rechnen, einen Teil seines Absatzes an den jeweils anderen Zusammenschlussbeteiligten zu verlieren. Mit dem Zusammenschluss wird dieser Wettbewerbsdruck zwischen den daran Beteiligten beseitigt. Die entsprechende Anreizveränderung bei den Zusammenschlussbeteiligten wird auch als Erstrundeneffekt bezeichnet.
- 192 Auch den übrigen Unternehmen auf dem betreffenden Markt können Vorteile aus dem Rückgang des Wettbewerbsdrucks aufgrund der Fusion erwachsen, da sich durch die Preiserhöhung oder die Qualitätsverschlechterung der fusionierenden Unternehmen ein Teil der Nachfrage zu den Wettbewerbern verlagern kann, die es wiederum einträglich finden könnten, ihrerseits etwa die Preise zu erhöhen oder die Qualität ihres Angebots zu verschlechtern. Die geschilderte Anreizveränderung bei den Wettbewerbern der Zusammenschlussbeteiligten wird dabei auch als Zweitrundeneffekt bezeichnet, wobei diese Bezeichnung keine zeitliche Abfolge gegenüber dem Erstrundeneffekt zum Ausdruck bringen

⁶⁶ Europäische Union, Leitlinien zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse gemäß der Ratsverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen, Amtsblatt Nr. C 31 vom 5.2.2004, S-5-18, Rn. 24 (im Folgenden: EU-Horizontalleitlinien).

soll, sondern vielmehr die unterschiedlichen Blickwinkel – zum einen auf die fusionsbedingte Anreizveränderung der Zusammenschlussbeteiligten durch die Zusammenlegung ihrer Aktivitäten und zum anderen auf die fusionsbedingte Anreizveränderung der Wettbewerber in erster Linie durch das geänderte Marktverhalten der Beteiligten – deutlich machen soll. In diesem Kontext können auch von den Wettbewerbern erwartete Reaktionen der Zusammenschlussbeteiligten auf das eigene Verhalten eine Rolle spielen.

- 193 Der fusionsbedingte Rückgang des Wettbewerbsdrucks kann damit insgesamt zu erheblichen Preiserhöhungen oder anderen negativen Effekten für die betroffenen Nachfrager auf dem relevanten Markt führen. Dies stellt bei Vorliegen bestimmter Bedingungen (dazu sogleich) eine allgemeine, durch die kartellrechtliche Fallpraxis und die ökonomische Forschung hinreichend fundierte Erwartung dar, auf die die Feststellung der Untersagungsvoraussetzungen gemäß § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB gestützt werden kann. Nicht notwendig ist dagegen eine detaillierte Prognose der zu erwartenden Zusammenschlusswirkungen im Einzelfall.⁶⁷
- 194 Erhebliche unilaterale Effekte sind im Falle horizontaler Zusammenschlüsse im Allgemeinen zu erwarten, wenn die daran Beteiligten über hohe Marktanteile verfügen, im Fall von differenzierten Produkten enge Wettbewerber sind, die Nachfrager über begrenzte Wechsellmöglichkeiten verfügen und ein wichtiger Wettbewerber durch den Zusammenschluss beseitigt würde. Ebenfalls relevant ist das Vorliegen von Marktzutrittsbarrieren. Dabei müssen nicht alle Kriterien gleichermaßen erfüllt sein.
- 195 Die Beschlussabteilung stützt die Einschätzung, dass der Zusammenschluss in mehreren Markträumen zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, somit auf eine Gesamtbetrachtung mehrerer Kriterien, mittels derer sie die Marktanalyse für jeden räumlich vom Zusammenschluss betroffenen Markt durchgeführt hat. Dieses „Prüfraster“ für die Markträume umfasst zunächst die Marktanteile der Beteiligten, den zusammenschlussbedingten Zuwachs von Marktanteilen und berücksichtigt ein Kerngebiet, in dem die Marktverhältnisse gesondert untersucht werden. Darüber hinaus werden die räumliche Lage der Standorte, der Marktanteil der verbliebenen SB- Warenhäuser und Verbrauchermärkte sowie das Vollsortiment als Teilsegment des Gesamtmarktes näher untersucht. Diese Kriterien sind nach Auffassung der Beschlussabteilung geeignet, die quantitativen und qualitativen wettbewerblichen Auswirkungen des Zusammenschlusses

⁶⁷ Vgl. Christiansen/Knebel, in: Münchener Kommentar, 3. Aufl., Bd. 2, §36, Rn. 58.

darzustellen und eine sachgerechte Prüfung des Untersagungskriteriums des § 36 Abs. 1 Nr. 1 GWB vorzunehmen.

196 Sie knüpfen an die qualitativen Indikatoren für den Wegfall einer wichtigen Wettbewerbskraft an, berücksichtigen die wettbewerbliche Nähe der Anbieter auf den jeweiligen Märkten sowohl in Hinsicht auf die räumliche als auch die sachliche Nähe, kombinieren eine weite Marktbetrachtung mit einer Analyse von Marktsegmenten und bewerten die Bedeutung der Großfläche vor dem Hintergrund der Präferenzen der Nachfrager.

197 Das nachfolgend dargestellte Prüfraster wird dabei nicht schematisch auf alle Markträume angelegt. Die Beschlussabteilung hat vielmehr jeden der betroffenen Märkte in einer Gesamtschau analysiert und die Kriterien dabei als zentrale Richtwerte benutzt. Sie müssen nicht kumulativ erfüllt sein, um die Untersagungsvoraussetzungen zu begründen. Ein Marktraum bleibt auch dann wettbewerblich problematisch, wenn einzelne der Kriterien nicht erfüllt sind, wesentliche andere quantitative oder qualitative Kriterien aber weiterhin für die Behinderung wirksamen Wettbewerbs sprechen.

(1) Berechnung der regionalen Marktanteile

198 Für die Umsatzverteilung der Real-Filialen wurde auf Payback-Daten zurückgegriffen. Hierdurch ist bekannt, aus welchen Postleitzahl-Gebieten die Kunden der einzelnen Real-Filiale stammen, die für den Einkauf eine Payback-Karte genutzt hatten. Es wurde angenommen, dass sich auch die Umsätze der übrigen Real-Kunden im gleichen Verhältnis auf die PLZ-Gebiete verteilen. Grund hierfür ist, dass nicht ersichtlich ist, warum Nutzer der deutschlandweit verbreiteten und von einer Vielzahl von Händlern akzeptierten Kundenkarte in bestimmten PLZ-Gebiete deutlich über- bzw. unterdurchschnittlich häufig wohnen sollten. Weiterhin ist kein wesentlich anderes Einkaufsverhalten der Nicht-Payback-Kunden gegenüber den Payback-Kunden ersichtlich. Entsprechend wurde der Food- und Non-Food-Umsatz jeder Real-Filiale auf die wie unter Abschnitt C. II. 1. b) abgegrenzten Markträume PLZ-5-genau verteilt.

199 Für die Mehrzahl der Wettbewerber von Real waren Daten zur Verteilung der Filialumsätze auf einzelne PLZ-5-Gebiete nicht verfügbar, so dass sich die Beschlussabteilung hier mit einer Modellierung behelfen muss. Dabei griff sie auf eine differenzierte Radienbetrachtung zurück, wie sie vom Bundeskartellamt in einer Vielzahl von Fällen vergleichbar angewendet wird. Dies führt zwar dazu, dass das Zielunternehmen systematisch anders behandelt wird als seine Wettbewerber, dies erscheint hier allerdings gut vertretbar. Da das Einzugsgebiet des

Zielunternehmens den Analyserahmen vorgibt, kommt der Datenqualität des Zielunternehmens eine besondere Bedeutung zu. Durch die Verwendung der Kundenkarten- Daten konnten etwa natürliche Barrieren wie nicht überbrückte Flüsse berücksichtigt werden. Folgerichtig war es dann, die Umsätze von Real auf ebendiese Marktgebiete zu verteilen und nicht auf mit durchschnittlichen Fahrzeiten bestimmte Radien. Um die Kräfteverhältnisse der im Markt verbleibenden Wettbewerber unverzerrt beurteilen zu können, wurde bei diesen keine gemischte Anwendung von durchschnittlichen Fahrzeitradien und tatsächlichen Kaufdaten vorgenommen. Es wurde differenziert, welcher der fünf Vertriebslinien eine Filiale angehört und ob sie im Gebietstyp „Stadt“ oder „Land“ liegt. Zudem wurden jeweils die mittleren Fahrzeiten für das Kerngebiet und das 90%- Gebiet ermittelt. Somit wurden für die Umsatzverteilung insgesamt 20 unterschiedliche Fahrzeitradien verwendet. Dem Einzugsgebiet der LEH- Filiale zugeschlagen wurden alle PLZ- 5- Gebiete, deren geographischer Mittelpunkt von der Filialadresse aus innerhalb der festgelegten Fahrzeit zu erreichen war (Centroid- Ansatz).⁶⁸ Auf diese PLZ- Gebiete wurden die Umsätze der LEH- Filiale proportional zur Einwohnerzahl verteilt.⁶⁹ Zwar ist nicht auszuschließen, dass im Einzelfall besondere Umstände für eine kürzere oder weitere Fahrzeit in einem Regionalmarkt sprechen können, die Beschlussabteilung ist allerdings der Auffassung, dass mit der gewählten Differenzierung der geeignete Ausgleich zwischen Präzision und Komplexität gefunden wurde. Auf entsprechenden Vortrag kann in der wettbewerblichen Würdigung eingegangen werden. Auch der gewählte Centroid- Ansatz stellt eine Vereinfachung dar, die dadurch gerechtfertigt ist, dass keine höher auflösenden Daten vorliegen. Eine marktindividuelle Herangehensweise auf Ebene der Marktanteilsberechnung ohne verallgemeinernde Modellierung scheitert an fehlenden entsprechenden Daten sowie der engen Fristen.

200 Auf Basis der beschriebenen Umsatzverteilung wurde dann über alle Filialen die Summe der auf die zugehörigen PLZ- Gebiete verteilten Umsätze gebildet. Für jede Filiale, deren Einzugsgebiet zumindest ein im Marktraum befindliches PLZ- Gebiet umfasst, ergab sich somit ein Marktanteil auf Filialebene aus dem Quotienten der Summe der eigenen Umsätze und dem Marktvolumen. Die Marktanteile der Konzerne ergaben sich schließlich durch Aufsummierung über die dem Konzern zugehörigen Filialen. Ein vorstellbares alternatives Vorgehen wäre es,

⁶⁸ Bei nicht mit dem Auto erreichbaren Mittelpunkten (die sich z. B. in einem Gewässer befinden) wurde stattdessen der nächstgelegene Punkt an einer Straße verwendet.

⁶⁹ Einzelheiten zum Vorgehen, insb. die Berechnung der Fahrzeiten und die Umsatzverteilung, lassen sich dem G3-Auswertungsvermerk v. 09.11.2020 "Dokumentation der absatzseitigen Datenaufbereitung und der Marktanteilsberechnung durch das Referat G3" unter VII entnehmen.

auf Basis von durchschnittlichen Haushaltsausgaben Marktvolumina zu berechnen, statt sich auf die Summe der tatsächlichen Filialumsätze zu stützen. Dies erscheint aber insbesondere aufgrund der nicht verfügbaren tatsächlichen regionalen Haushaltsausgaben ungenau, so dass dieser Ansatz hier nicht verfolgt wurde. Auch wenn durch die gewählte Modellierung in einzelnen PLZ- 5- Gebiete ggf. relativ niedrige oder hohe Haushaltsausgaben zugeordnet werden, so ist davon auszugehen, dass sich diese Verteilung bei Betrachtung einer größeren Anzahl von Gebieten etwa im 90%-Umsatz- Gebiet ausgleicht. Zudem ist davon auszugehen, dass die relativen Kräfteverhältnisse hierdurch nicht zu Lasten eines einzelnen LEH- Unternehmens verzerrt werden.

201 Die ermittelten Marktvolumina stellen den Stand des Jahres 2018 dar. Diese Marktanteilsberechnung für das Jahr 2018 wurde um eine Prognose ergänzt, die grundsätzlich nach der gleichen Methodik erfolgte. Hierzu wurden Filialen, von denen eine (erfolgte oder bis Dezember 2020 fest geplante) dauerhafte Schließung mitgeteilt wurde, nicht mehr berücksichtigt. Dafür wurden erfolgte sowie bis Dezember 2020 fest geplante Neueröffnungen mit dem von den entsprechenden Unternehmen jeweils prognostizierten Jahresumsatz berücksichtigt.

202 Die Beschlussabteilung hat Listen zur Akte genommen, aus denen alle Filialen hervorgehen, die gemäß den Payback- Daten bzw. der vorgenommenen Umsatzverteilung Kunden aus dem jeweiligen Marktraum haben und somit in die genannten Marktanteile auf Konzernebene eingehen.

(2) Zusammenfassung des Prüfrasters der Beschlussabteilung

203 Zusammenfassend lässt sich das Prüfraster der Beschlussabteilung – vereinfachend – wie folgt tabellarisch darstellen, wobei „EZG“ das 90%-Einzugsgebiet der zu betrachtenden Real- Filiale bezeichnet und „Kerngebiet“ die PLZ- Gebiete, auf die rund zwei Drittel der Umsätze der Real- Filiale entfallen. Die Anteilsschwellen beziehen sich auf die gemeinsamen Anteile der Beteiligten (in %) in dem betrachteten Gebiet:

Marktanteil EZG in %	Zuwachs	Umsatzanteil Kerngebiet in %	Einschätzung
	Unerheblich		Unproblematisch
Unter 25	Erheblich		Regelmäßig unproblematisch
25 – 39	Erheblich	Unter 35	Regelmäßig unproblematisch
25 – 39	Erheblich	35 – 40	Genaue Betrachtung erforderlich. Meist unproblematisch, nur in Einzelfällen problematisch
25 – 39	Erheblich	Ab 40	Genaue Betrachtung erforderlich
Ab 40	Erheblich	Unter 40	Genaue Betrachtung erforderlich
Ab 40	Erheblich	Ab 40	Genaue Betrachtung erforderlich. Meist problematisch, nur in Einzelfällen unproblematisch

(3) Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten

204 Die Wahrscheinlichkeit, dass ein Unternehmen Marktmacht ausübt, nimmt mit seinem Marktanteil zu. Zudem wächst mit dem Umfang der Marktanteilsaddition die Wahrscheinlichkeit, dass ein Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führt. In Anlehnung an die Safe-Harbour-Praxis der EU-Kommission geht die Beschlussabteilung im LEH nicht davon aus, dass der Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führt, wenn die gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten unter 25% bleiben. Die Beschlussabteilung sieht zwar bei Anwendung des SIEC-Tests auch unterhalb einer solchen Schwelle die Möglichkeit einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs dann als gegeben an, wenn in der Gesamtschau die Struktur- und Wettbewerbsbedingungen hierfür sprechen. So kann die entsprechende Eingriffsschwelle auf segmentierten Märkten mit einem differenzierten Produktangebot grundsätzlich auch unterhalb eines gemeinsamen Marktanteils der Zusammenschlussbeteiligten von 25% liegen. Hinweise auf eine solche Ausnahmekonstellation liegen im vorliegenden Verfahren jedoch nicht vor. Mit einer

gemeinsamen Absatzbasis von mindestens 25% der Zusammenschlussbeteiligten auf dem Gesamtmarkt einschließlich aller Vertriebslinien von den SB-Warenhäusern und den Verbrauchermärkten über die Supermärkte bis zum Discount besteht jedoch eine erhebliche Wahrscheinlichkeit, dass das fusionierte Unternehmen im Falle einer Preiserhöhung - oder einer anderweitigen Angebotsverschlechterung – ggf. auch wesentlich geringere Absatzverluste als ohne die Fusion zu erwarten hat und dementsprechend dann den Anreiz hat, Preise zu erhöhen bzw. die Qualität abzusenken.

205 Oberhalb dieser Eingriffsschwelle wächst mit dem Umfang der Marktanteilsaddition die Wahrscheinlichkeit einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs durch den Zusammenschluss. Liegen die gemeinsamen Marktanteile schließlich jenseits der Schwelle von 40%, greift die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB.

206 Für die Anwendung des SIEC-Tests ist in einigen der betroffenen Markträume auch ursächlich, dass durch den Zusammenschluss ein Wettbewerber mit erheblichen Marktanteilen auf Filialbasis ausgeschaltet wird.

(4) Zuwachs

207 Dabei sieht die Beschlussabteilung wegen des Erfordernisses der „Erheblichkeit“ in § 36 Abs. 1 Nr. 1 GWB davon ab, jeden auch noch so geringen Zuwachs durch den Zusammenschluss aufzugreifen. Wie schon in der bisherigen Praxis der Beschlussabteilung im Fall B2-51/16 (Rewe/Coop) sowie B2- 96/14 (Edeka/Kaiser’s Tengelmann) hat sich im LEH eine Grenze im niedrigen einstelligen Bereich, der vorliegend bei zwei Prozent Marktanteil des Zielunternehmens angenommen wird, als sinnvolle Größenordnung für die Erfassung der Erheblichkeit erwiesen. Der Marktanteil von Real liegt allerdings in den meisten vom Zusammenschluss betroffenen Märkten oberhalb der 2%- Schwelle, zum Teil deutlich, sodass dieses Kriterium überwiegend erfüllt ist. Im Durchschnitt liegt der zusammenschlussbedingte Zuwachs bei rund 6%.

(5) Räumliche und sachliche Nähe der Zusammenschlussbeteiligten im Kerngebiet

208 Während in den o.g. Verfahren B2- 96/14 (Edeka/Kaiser’s Tengelmann) und B2- 51/16 (Rewe/Coop) als weiteres Kriterium zur Erfassung der wettbewerblichen Problematik des Vorhabens der Anteil herangezogen wurde, den der jeweilige Erwerber einschließlich des Zielobjektes gemeinsam mit dem als wichtigste Wettbewerbskraft angesehenen Systemwettbewerber – im ersten Fall Rewe, im zweiten Fall Edeka – innehat, hat die Beschlussabteilung in den vorliegend im Rahmen des Veräußerungsprozesses der

Real- Standorte durch SCP zu prüfenden Fusionsfällen nicht maßgeblich hierauf abgestellt. In den Verfahren B2- 96/14 (Edeka/Kaiser´s Tengelmann) und B2-51/16 (Rewe/Coop) sollte das Kriterium eines gemeinsamen Marktanteils von mindestens 50 %, den die beiden Systemwettbewerber als die einander wettbewerblich am nächsten stehenden Wettbewerbskräfte auf sich vereinigen, vor allem die Dimension möglicher so genannter Zweitrundeneffekte erfassen. Darunter werden die Anreize zu weniger intensivem Wettbewerb verstanden, die auch für ein nicht am Zusammenschluss beteiligtes Unternehmen von dem Vorhaben ausgehen können, wenn es die vom Zusammenschluss ausgehenden Anreize für die Zusammenschlussbeteiligten in Rechnung stellt, Preise zu erhöhen oder Leistungen zu verschlechtern. Ein Anreiz sich zu einem erheblichen Grad gleichgerichtet zu verhalten ist insbesondere dann ausgeprägt, wenn auf differenzierten Produktmärkten die Zusammenschlussbeteiligten und der betreffende Wettbewerber einander wettbewerblich nahe stehen. Entferntere Wettbewerber profitieren in geringerem Maße von dem nachlassenden Wettbewerbsdruck durch die Verhaltensänderung der Zusammenschlussbeteiligten; ihr Verhalten war bereits vor dem Zusammenschluss in geringerem Umfang durch die Beteiligten beeinflusst.

- 209 Im Veräußerungsprozess der Real- Standorte liegt ein bedeutsamer Unterschied zu den genannten Vorgängerverfahren jedoch darin, dass die Real- Standorte an verschiedene Unternehmen des LEH veräußert werden sollen, deren wettbewerblich relevante Nähe sich zum Teil in unterschiedlichen Dimensionen ausdrückt. So ist die Schwarz- Gruppe über Kaufland auf der Großfläche und damit im Angebot eines besonders tiefen und breiten Vollsortiments und über Lidl im Discountbereich, nicht jedoch im Segment der Supermärkte tätig. Die Großflächenanbieter liegen hinsichtlich des wahrgenommenen Preisniveaus wiederum zwischen Supermärkten und Discountern, mit denen sie auch die überwiegend gute Erreichbarkeit per Pkw und großzügige Parkflächen gemein haben und die nach den Ergebnissen der Verbraucherbefragung – sollte eine Real- Filiale geschlossen werden – nach anderen Großflächenbetreibern und noch vor den Supermärkten die bevorzugte Einkaufsalternative bieten würden. Auch das Angebot von Non- Food-II-Waren ist bei Discounthändlern bedeutsamer als bei Supermärkten und lässt sie insoweit näher an die Großflächenanbieter heranrücken.
- 210 Die Beschlussabteilung hat im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) festgestellt, dass sich unter Berücksichtigung von Format, Lage, Sortiment und Preisprofil von Real und der Schwarz- Gruppe, kein einheitliches Bild ergab, welches es ermöglicht hätte einen

wettbewerblich besonders nahe stehenden Konkurrenten zu identifizieren, dessen Marktanteile – wie in den Fällen Edeka/Kaiser's Tengelman und Rewe/Coop – gemeinsam mit jenen von Real und der Schwarz- Gruppe betrachtet werden könnten und die einen von den übrigen Wettbewerbern hinreichend klar zu trennenden Block gebildet hätten. Im vorliegenden Hauptprüfverfahren ist Edeka dagegen sowohl im Angebot auf der Großfläche, als auch mit Supermärkten und Discount- Märkten und damit in allen Vertriebsschienen tätig.

- 211 Die Beschlussabteilung hat in den vorliegend im Rahmen des Veräußerungsprozesses der Real- Standorte durch SCP zu prüfenden Fusionsfällen die durch das Untersagungskriterium SIEC begründete Möglichkeit, wettbewerbliche Nähebeziehungen innerhalb differenzierter Märkte zu berücksichtigen, daher nicht durch das vorrangige Abstellen auf einen einzelnen Wettbewerber umgesetzt. Vielmehr erschien es sachgerecht, innerhalb des abgegrenzten sachlichen und räumlichen Marktes der besonderen wettbewerblichen Nähe Rechnung zu tragen, die zwischen räumlich enger benachbarten LEH- Verkaufsstätten herrscht. So wirken zwar auch entfernter gelegene Filialen in die abgegrenzten räumlichen Märkte ein; der größte Wettbewerbsdruck geht indes von räumlich näher zum Zielobjekt gelegenen Standorten der Wettbewerber aus. Der Wechsel zu einem nahe gelegenen Wettbewerber fällt Nachfragern typischerweise leichter als der zu einem räumlich weiter entfernten, insbesondere da hiermit geringere Zeitkosten verbunden sind.
- 212 Dies entspricht nicht nur der Erfahrung der Mitglieder der Beschlussabteilung, die zu dem angesprochenen Verkehrskreis gehören. Es wird auch bestätigt durch den Befund⁷⁰, dass jene 11 - 15 % der Kunden einer Real- Filiale, die aus den am nächsten zu ihr gelegenen Postleitzahlgebieten stammen, zwei Drittel des Umsatzes der Filiale ausmachen, während die restlichen 85 - 89 % der Kunden aus den weiter entfernt gelegenen Postleitzahlgebieten lediglich noch für 1/3 des Filialumsatzes stehen. Der hierin zum Ausdruck kommende enge Zusammenhang zwischen räumlicher Nähe und Einkaufsentscheidung ist kein Spezifikum von Real oder Real-Kunden, sondern entspricht nach Überzeugung der Beschlussabteilung allgemeinen Marktgegebenheiten. Es ist nicht ersichtlich, weshalb bei Real- Märkten, die formatbedingt gerade keine typischen Nahversorgungsstandorte sind, eine solch hohe Umsatzbedeutung von in der Nähe wohnenden Kunden vorliegen sollte, wenn bei anderen Unternehmen, gerade solchen mit kleinerer Verkaufsfläche, ein solcher Zusammenhang nicht ebenfalls zu verzeichnen wäre. Wettbewerbliche Auswirkungen eines Zusammenschlusses

⁷⁰ Vgl. Friederiszik/Schweiger (E.CA Economics), Verkauf von Real – Wettbewerbsökonomische Analyse der B2B-Deals, Vorläufige Bewertung der Absatzmärkte, 28. Juni 2019, S. 74; vorgelegt in einer Besprechung mit der Beschlussabteilung am 28. Juni 2019.

zwischen LEH- Unternehmen werden sich damit in erster Linie in einem solchen Kerngebiet zeigen; unabhängig von der Präsenz des Unternehmens in einer bestimmten Vertriebsschiene. Dies folgt auch aus der von der Beschlussabteilung im Verfahren B2- 96/14 (Edeka/Kaiser's Tengelmann) durchgeführten Event-Analyse, auf die bereits im Abschnitt C. II. 1. b) eingegangen wurde.

213 Mit der räumlichen Nähe von LEH- Standorten korrespondiert daher auch eine wettbewerbliche Nähe, die in der wettbewerblichen Beurteilung nach dem SIEC-Kriterium zu berücksichtigen ist. Die Beschlussabteilung stellt deshalb für die wettbewerbliche Beurteilung nicht allein auf den räumlichen Markt ab, der nach dem oben unter Abschnitt C. II. 1. b) (3) Gesagten – vorbehaltlich kleinerer Korrekturen – durch jene Postleitzahlen definiert wird, aus denen 90 % der Nachfrage eines Real- Standortes stammt. Vielmehr betrachtet die Beschlussabteilung auch ein Kerngebiet, das durch diejenigen Postleitzahlgebiete gebildet wird, deren Einwohner für zwei Drittel des Umsatzes einer Real- Filiale stehen. Liegt in einem solchen Kerngebiet der gemeinsame Umsatzanteil der Zusammenschlussbeteiligten auf der Absatzseite bei mindestens 40 %, so ist in Anlehnung an die gesetzliche Vermutung der Marktbeherrschung, die ein Marktanteil in dieser Höhe begründen würde, wahrscheinlich, dass der Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde; in Einzelfällen kann bei genauer Betrachtung der Marktbedingungen auch ein Umsatzanteil von 35- 40% im Kerngebiet problematisch sein. Denn wenn die Zusammenschlussbeteiligten als räumlich benachbarte und damit auch der Sache nach enge Wettbewerber dort eine solch bedeutsame Position innehaben, spricht dies grundsätzlich dafür, dass sie keinem hinreichenden Wettbewerbsdruck durch Dritte mehr ausgesetzt sein werden.

214 Allerdings ist dies anhand der Wettbewerbssituation im Kerngebiet sowie der aus dem restlichen Einzugsbereich des Zielstandortes ausgehenden Wettbewerbsimpulse zu überprüfen. Dabei sind neben der räumlichen Lage auch die weiteren wettbewerblichen Differenzierungsmerkmale der Standorte der Zusammenschlussbeteiligten und Wettbewerber zu berücksichtigen, insbesondere, ob sie aufgrund einer vergleichbaren breiten und tiefen Artikelauswahl, gemessen an Größe und Sortiment, geeignet sind, hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten auszuüben. Denn auch wenn die räumliche Lage im Kerngebiet eine wettbewerbliche Nähe ausdrückt, die hier im Rahmen des SIEC-Tests besonderes Gewicht erlangt, bestehen weiterhin relevante Unterschiede zwischen den Vertriebsschienen, die das wettbewerbliche Näheverhältnis beeinflussen.

- 215 Trotz eines Anteils von 40 % und mehr im Kerngebiet kann dabei im Einzelfall eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs zu verneinen sein, während auch bei Unterschreitung dieser Schwelle im Einzelfall die Voraussetzungen für einen SIEC vorliegen können, wobei letzteres bei Marktanteilen der Zusammenschlussbeteiligten von unter 35 % im Gesamteinzugsbereich unwahrscheinlich sein dürfte.
- 216 Liegen die Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten im Gesamteinzugsbereich eines Zielstandortes bei 40 % und mehr, so ist die Marktbeherrschungsvermutung anwendbar. Sie kann aber insbesondere dann widerlegt sein, wenn im Kerngebiet die Anteile der Zusammenschlussbeteiligten wesentlich geringer sind. Denn dann üben die wettbewerblich nahestehenden Wettbewerber ggf. einen ausreichend starken Wettbewerb auf das Zielunternehmen aus.
- 217 Die Betrachtung des Kerngebietes steht nach Auffassung der Beschlussabteilung im Einklang mit der Zielsetzung des SIEC-Kriteriums, die Berücksichtigung von aus besonderer wettbewerblicher Nähe folgenden Verhaltensanreizen zu ermöglichen. Dass hierbei auf Segmente innerhalb eines Marktes abgestellt wird, bewirkt keine Verzerrung der Betrachtung, sondern eine sachgerechte Fokussierung. Diese muss sich keineswegs auf Segmente eines sachlichen Marktes beschränken, sondern kann auch ein Segment des räumlichen Marktes erfassen. Durch die Orientierung an Schwellenwerten, wie sie für die Marktbeherrschungsvermutung gelten, und die Überprüfung der Wettbewerbssituation im Einzelfall wird dabei sichergestellt, dass im vorliegenden Fall nur solche Erwerbsvorhaben untersagt werden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs erwarten lassen.

(6) Weitere Kriterien

- 218 Sofern die Betrachtung des Marktanteils der Beteiligten im Einzugsgebiet, des Zuwachses durch den Zusammenschluss und ihres Umsatzanteils im Kerngebiet dazu führt, dass etwaige Wettbewerbsbedenken in einem Marktraum verneint werden können, endet die Analyse an diesem Punkt. Wenn weiterhin Bedenken bestehen, analysiert die Beschlussabteilung zudem die räumliche Lage der Einzelstandorte im Detail, den Umsatzanteil der Vollsortimenter der Beteiligten im Teilsegment Vollsortiment, den Umsatzanteil der SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte der Beteiligten im Teilsegment Großfläche – in Würdigung der Unterschiede der wettbewerblichen Nähe von Edeka im Vergleich z.B. zu Real und Kaufland

in diesem Segment⁷¹ - sowie die entsprechenden Veränderungen durch den Zusammenschluss.

219 Zudem werden in diesen Fällen regionalmarktspezifische Argumente der Verfahrensbeteiligten gewürdigt.

b) Weitere regionalmarktübergreifende Strukturkriterien

220 Dafür, dass nach Einschätzung der Beschlussabteilung der in Rede stehende Zusammenschluss in 27 Markträumen eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs durch unilaterale Effekte erwarten lässt, sprechen auch eine Reihe an Strukturbedingungen, die eine marktmachtbedingte Verschlechterung wirksamen Wettbewerbs in der Gesamtschau begünstigen und den oben skizzierten Gesamtzusammenhang an entscheidenden Stellen stützen. Im Einzelnen betrifft dies die folgenden Punkte:

(1) Marktzutrittsschranken

221 Neben den aktuellen können auch potentielle Wettbewerber die Verhaltensspielräume der bereits aktiven Anbieter in einem relevanten Markt beeinflussen. Als potentielle Wettbewerber kommen sowohl Newcomer in Betracht als auch Unternehmen, die schon auf benachbarten oder vor- bzw. nachgelagerten Märkten tätig sind.

222 Die Stärke des potentiellen Wettbewerbs und damit das Ausmaß der davon ausgehenden Kontrolle hängen insbesondere von der Höhe der Marktzutrittsschranken ab. Sind Markteintritte leicht möglich und bei Preissteigerungen oder sonstigen Verschlechterungen des Angebots zu erwarten, kann dies die wettbewerblichen Verhaltensspielräume der bereits auf dem Markt tätigen Unternehmen begrenzen. Daher sind rechtliche oder tatsächliche Schranken für den Marktzutritt zu berücksichtigen.

223 Die Berücksichtigung der Marktzutrittsschranken ist innerhalb der Analyse unilateraler Effekte geboten, da das Konzept inzidenter von einem gegebenen Angebot an differenzierten Produkten in einem Markt und damit von der Existenz von Marktzutrittsschranken ausgeht. Bestehen solche Schranken nicht oder sind diese niedrig, kann eine marktmachtbedingte Preiserhöhung durch den Marktzutritt neuer differenzierter Produkte abgemildert werden.

224 Die Marktzutrittsschranken für den erfolgreichen Betrieb eines Lebensmitteleinzelhandels-Filialnetzes sind hoch. Die u.a. im Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann hierfür

⁷¹ Vgl. Abschnitt C. II. 1. a) (3), Rz. 116.

herausgearbeiteten Aspekte⁷² – z.B. die bauplanungsrechtlichen und städteplanerischen Hindernisse bei der Expansion – gelten im vorliegenden Fall in besonderem Maße, da der Expansion auf der Großfläche besonders enge Grenzen gesetzt werden; organisches Wachstum ist in den meisten Regionen nur über bereits durch den LEH betriebene Flächen möglich. Die Veräußerung der Real- Standorte wurde in diesem Zusammenhang in der Presse als die letzte Möglichkeit bezeichnet, an LEH- Flächen in größerem Ausmaß zu gelangen.

225 Im Rahmen der seinerzeitigen Ermittlungen wurde in den Vorverfahren auch vorgetragen, dass die Konzentration auf bereits vom LEH betriebene Flächen die etablierten Anbieter begünstige und Neueintritte erschwere.⁷³ In der Summe ist festzuhalten, dass rechtliche wie auch tatsächliche Schranken bestehen, die den Marktzutritt neuer Anbieter erheblich erschweren. Diese Hindernisse lassen nicht erwarten, dass potentieller Wettbewerb die Verhaltensspielräume der Zusammenschlussbeteiligten erheblich einzuschränken in der Lage ist. Die gegenwärtige bauplanungsrechtliche Situation lässt im Zusammenspiel mit den Anforderungen der Investoren und Projektentwickler nicht erwarten, dass auf dem Lebensmitteleinzelhandelsmarkt über internes Wachstum nennenswerte Marktneueintritte erfolgen. Stattdessen kann man vor dem beschriebenen Hintergrund bereits heute von einer Sogwirkung zugunsten der etablierten Marktteilnehmer ausgehen.

226 Dies führt zu einem erheblichen Wettbewerbsvorteil der bereits breit im Markt vertretenen marktführenden Lebensmitteleinzelhändler. Neben den Marktzutrittsschranken für den Aufbau eines neuen Filialnetzes sind auch dem Wachstum von Anbietern, die schon in benachbarten Markträumen oder sogar im Marktgebiet tätig sind, enge Grenzen gesetzt. Durch die bauplanungsrechtlichen Hindernisse ist es kaum möglich, größere neue Standorte zu eröffnen. Im Lebensmitteleinzelhandel sind daher außergewöhnlich stabile Marktanteile zu verzeichnen.

(2) Zugang zu den Absatzmärkten

227 Edeka ist der mit Abstand führende LEH- Anbieter in Deutschland. Edeka ist in sämtlichen Vertriebslinien vertreten und auf der Absatzseite mit einem dichten Vertriebsnetz von Filialen breit aufgestellt. Edeka betreibt mehr als 11.200 Lebensmittelmärkte, davon ca. 4.200 Märkte der Discountschiene Netto und erschließt derzeit unter der Marke Naturkind die Vertriebslinie der Biofachmärkte. Darüber hinaus ist Edeka mit der Marke Budni in den Bereich der

⁷² Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rz. 336ff..

⁷³ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rz. 342-344.

Drogeriefachmärkte eingetreten. Im Vergleich zu den mittelständischen LEH- Unternehmen besitzt Edeka einen privilegierten Zugang zu den relevanten Absatzmärkten.

228 Bezogen auf die deutschlandweite Präsenz liegen Rewe und die Schwarz- Gruppe dagegen mit einigem Abstand hinter Edeka. Während Rewe ebenfalls deutschlandweit in sämtlichen Vertriebsschienen vertreten ist, besitzt die Schwarz- Gruppe zwar ein deutschlandweites enges Filialnetz, ist jedoch im Segment der Supermärkte nicht tätig. Beide Konzerne verfügen wie Edeka über einen privilegierten Zugang zu den relevanten Absatzmärkten.

229 Kleinere Wettbewerber wie die in der RTG verbundenen mittelständischen Lebensmitteleinzelhändler haben weder eine vergleichbare Finanzkraft noch sind sie in vergleichbarem Maße deutschlandweit vertreten.

(3) Zugang zu den Beschaffungsmärkten

230 Mit einem Marktanteil von [30-35] % am gesamten Food- Beschaffungsvolumen des LEH in Deutschland verfügt Edeka auch beschaffungsseitig über die mit Abstand führende Marktposition. Durch die Zusammenarbeit mit den in ihren Heimatländern ebenfalls sehr bedeutsamen LEH- Unternehmen Coop (Schweiz), Intermarché (Frankreich), Colruyt (Belgien), Conad (Italien) und Eroski (Spanien) als weiteren Mitgliedern der internationalen Einkaufskooperation Agecore hat die Edeka auch für international operierende Lieferanten besonderes Gewicht. Der Übergang von Real- Standorten auf Edeka würde die ohnehin stark konzentrierte Nachfragestruktur auf den Beschaffungsmärkten in Deutschland weiter verdichten und den Vorsprung der drei führenden Nachfrager nach Herstellermarken (Edeka, Rewe und Schwarz- Gruppe) gegenüber ihren verbleibenden Wettbewerbern weiter erhöhen.

231 Real ist derzeit das umsatzmäßig wichtigste Mitglied der Einkaufskooperation RTG, die auch aufgrund ihrer übrigen Mitgliedsunternehmen eine bedeutsame Ausweichoption für die Herstellerseite bei der Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels darstellt. Der Wegfall von Real würde die Verhandlungsposition der RTG-Mitglieder gegenüber den Lieferanten und damit ggf. auch ihre Wettbewerbsposition auf den Absatzmärkten verschlechtern. Dies würde wiederum die Beschaffungskonditionen der großen Lebensmitteleinzelhändler gegenüber den RTG-Mitglieder weiter verbessern. Im Ergebnis würde die Übernahme zu der Gefahr von immer stärker werdenden Konzentrations- und Machtspiralen im Lebensmitteleinzelhandel führen, als deren Folge sich der Abstand der Spitzengruppe zu den kleinen und mittelständischen Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels immer weiter vergrößert.

c) Entstehung marktbeherrschender Stellungen

- 232 Neben der Erfüllung des Grundtatbestands der erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs (SIEC) in § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB lässt der in Rede stehende Zusammenschluss in 23 Markträumen darüber hinaus die Entstehung oder Verstärkung marktbeherrschender Stellungen durch Edeka befürchten, insbesondere da die gemeinsamen Marktanteile in den räumlich relevanten Märkten oberhalb der Einzelmarktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB (d.h. 40% Marktanteil) lägen. In den Markträumen Böblingen und Jettingen kann dahinstehen, ob zusätzlich zu den festgestellten unilateralen Effekten auch eine marktbeherrschende Stellung entsteht oder verstärkt wird. Die Vermutungsschwellen des § 18 Abs. 4 GWB sind zumindest auch in diesen Markträumen erfüllt.
- 233 In den Markträumen Horb und Neuruppin geht die Beschlussabteilung trotz Erfüllung der Einzelmarktbeherrschungsvermutung nicht davon aus, dass durch den Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung entsteht oder verstärkt wird. Die Gründe dafür werden bei den entsprechenden Einzelmarktanalysen näher dargelegt.
- 234 Für die anderen Markträume mit erfüllter Einzelmarktbeherrschungsvermutung gilt, dass die Zusammenschlussbeteiligten gegenüber dem jeweils nächstgrößeren Wettbewerber in diesen Markträumen erhebliche Marktanteilsabstände und damit auch relativ gesehen einen hohen Marktanteil aufweisen. In diesen Markträumen war Edeka auch schon vor dem Zusammenschluss Marktführer im Marktraum. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real würde diese Marktführung erheblich ausgebaut und zur Beherrschung des Marktes durch Edeka führen bzw. diese verstärken.
- 235 Die Befürchtung der Entstehung der Einzelmarktbeherrschung durch Edeka kann in diesen Markträumen auch nicht durch die Betrachtung der Kriterien des § 18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB widerlegt werden. Edeka besitzt neben seiner erheblichen Finanzkraft auch einen privilegierten Zugang zu den Absatz- und Beschaffungsmärkten (siehe hierzu unter Abschnitt C. II. 2. b)). Insbesondere durch die bestehenden erheblichen Marktzutrittsschranken für den erfolgreichen Betrieb eines Lebensmitteleinzelhandel- Filialnetzes ist im Prognosezeitraum allenfalls mit der Eröffnung einer geringen Anzahl neuer LEH- Standorte in den betroffenen Markträumen zu rechnen, weshalb dort sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.
- 236 Die anderen, ebenfalls finanzstarken und bundesweit vertretenen Lebensmitteleinzelhändler (die Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi) können aufgrund ihrer schwächeren lokalen

Marktstellung in diesen Markträumen spätestens nach dem Zusammenschluss keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben, auch wenn sie auf die Beteiligten in den meisten anderen Markträumen wettbewerblich disziplinierend einwirken.

3. Betrachtung der einzelnen regionalen Märkte

237 Die Beschlussabteilung hat die zur Fusionskontrollprüfung angemeldeten Real- Standorte nach dem unter Abschnitt C. II. 2. a) (2) zusammengefasst beschriebenen Prüfraster untersucht. Anhand der dort aufgestellten Kriterien haben sich Hinweise auf zusammenschlussbedingte Wettbewerbsprobleme in den folgenden Markträumen ergeben, die den Beteiligten in einer E- Mail am 16. Oktober 2020 mitgeteilt wurden: Riesa, Hettstedt, Bergen auf Rügen, Oldenburg, Braunschweig, Wolfenbüttel, Wolfsburg, Goslar, Staßfurt, Bocholt, Rhede- Vardingholt, Wesel, Kamp-Lintfort, Jülich, Jettingen, Kirchentellinsfurt, Horb am Neckar, Nürtingen, Weilheim, Pfarrkirchen, Kempten, Neustadt, Böblingen-Hulb, Donaueschingen, Freiburg, Memmingen, Würzburg, Neuruppin, Bremen-Habenhausen, Ratingen, Düren, Alzey, Filderstadt und Karlsruhe.

a) Nach dem Prüfraster wettbewerblich unbedenkliche Standorte

238 In den in der nachfolgenden Tabelle genannten sieben Standorten liegt gemäß dem Prüfraster der Beschlussabteilung keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vor, weil der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten inklusive Zuwachs unter 25% liegt.

239 Die Beschlussabteilung sieht zwar bei Anwendung des SIEC-Tests auch unterhalb der 25%- Schwelle die Möglichkeit einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs dann als gegeben an, wenn in der Gesamtschau die Struktur- und Wettbewerbsbedingungen hierfür sprechen. Da aber für keinen dieser Standorte Hinweise vorlagen, dass dies Fall sein könnte, wurden diese Standorte nicht vertieft betrachtet.

Real- Standort		Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten
PLZ	Stadt und Straße	EZG (in %)
66125	Saarbrücken-Dudweiler, Fischbachstraße	20- 25
04178	Leipzig, Miltitzer Straße	20- 25
23562	Lübeck, Alexander-Fleming-Straße	20- 25
64295	Darmstadt, Eschollbrücker Straße	20- 25
67657	Kaiserslautern, Mannheimer Straße	20- 25
65189	Wiesbaden, Mainzer Straße	15- 20
65203	Wiesbaden, Äppelallee	15- 20

240 Gemäß dem Prüfraster der Beschlussabteilung sind weiterhin solche Standorte unproblematisch, bei denen ein erheblicher Zuwachs und ein Marktanteil im EZG über 25 % vorliegt, jedoch der Marktanteil im EZG unter 40 % und der Umsatzanteil im Kerngebiet unter 35 % liegt. Dies betrifft die in der nachfolgenden Tabelle genannten 26 Standorte.

Real- Standort		Markt- bzw. Umsatzanteil der Zusammenschlussbeteiligten	
PLZ	Stadt und Straße	EZG (in %)	Kerngebiet (in %)
14513	Teltow, Oderstraße	35- 40	30- 35
24837	Schleswig, Flensburger Straße	35- 40	30- 35
38226	Salzgitter Lebenstedt, Konrad-Adenauer-Straße	35- 40	30- 35
92318	Neumarkt, Dreichlinger Straße	35- 40	30- 35
96317	Kronach, Weissenbrunner Straße	35- 40	30- 35
24941	Flensburg, Schleswiger Straße	35- 40	25- 30
48249	Dülmen, Auf dem Quellberg	35- 40	25- 30
01728	Bannewitz-Dresden, An der Zschauke	30- 35	30- 35
42489	Wülfrath, Zur Fliethe	30- 35	30- 35
47138	Duisburg, Berliner Straße	30- 35	30- 35
63741	Aschaffenburg, Horch-Straße	30- 35	30- 35
46459	Rees, Grützweg	30- 35	25- 30
88250	Weingarten, Franz-Beer-Straße	30- 35	25- 30
28199	Bremen, Duckwitzstraße	25- 30	30- 35
28329	Bremen-Vahr, Vahrer Straße	25- 30	30- 35
51377	Leverkusen, Stixchesstraße	25- 30	30- 35
14480	Potsdam-Drewitz, Nuthestraße	25- 30	25- 30
16303	Schwedt, Landgrabenpark	25- 30	25- 30
24558	Henstedt-Ulzburg, Gutenbergstraße	25- 30	25- 30

40235	Düsseldorf, Schlüterstraße	25- 30	25- 30
44892	Bochum-Langendreer, Hauptstraße	25- 30	25- 30
67071	Ludwigshafen, Prälat-Caire-Straße	25- 30	25- 30
67112	Mutterstadt, An der Fohlenweide	25- 30	25- 30
76135	Karlsruhe-Bulach, Ortenbergstraße	25- 30	25- 30
86161	Augsburg-Ost, Reichenberger Straße	25- 30	25- 30
96052	Bamberg, Kirschäckerstraße	25- 30	25- 30

241 Auch für diese 26 Standorte lagen keine Hinweise vor, dass ausnahmsweise abweichend von der Systematik des Prüfraster eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegen würde.

b) Nach dem Prüfraster näher zu betrachtende, aber wettbewerblich unbedenkliche Standorte

242 Gemäß dem Prüfraster der Beschlussabteilung waren solche Standorte in die nähere Betrachtung zu nehmen, bei denen ein erheblicher Zuwachs und ein Marktanteil im EZG über 25 % vorliegt, der Marktanteil im EZG aber unter 40 % und der Umsatzanteil im Kerngebiet zwischen 35- 40% liegt:

Real- Standort		Markt- bzw. Umsatzanteil der Zusammenschlussbeteiligten	
PLZ	Stadt und Straße	EZG (in %)	Kerngebiet (in %)
16244	Schorfheide, An der B 167	30- 35	35- 40
72581	Dettingen/Erms, Im Schwöllbogen	30- 35	35- 40
95448	Bayreuth, Riedinger Straße	35- 40	35- 40
74366	Kirchheim am Neckar, Max-Eyth-Straße	30- 35	35- 40
64521	Groß-Gerau, Mainzer Straße	25- 30	35- 40

243 Die Beschlussabteilung hat diese Standorte bereits vor dem Versand der E- Mail vom 16. Oktober 2020 im Einzelnen einer Prüfung unterzogen und festgestellt, dass auch hier keine Hinweise vorliegen, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs indizieren würden. Im EZG sind entweder die Schwarz- Gruppe oder Rewe auch nach dem Zusammenschluss Marktführer oder können den Zusammenschlussbeteiligten aufgrund ihrer Marktposition hinreichend Wettbewerbsdruck entgegensetzen. Auch im Hinblick auf die räumliche und sachliche Nähe ist in den betreffenden Markträumen keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs zu befürchten; vor allem die Schwarz- Gruppe, aber

auch Rewe ist aufgrund ihrer Präsenz im Vollsortiment und insbesondere auf der Großfläche in der Lage, Edeka auch nach der Übernahme von Real wettbewerblich zu disziplinieren.

c) Ergebnisse der Nachermittlungen

- 244 Die Beschlussabteilung hat am 27. und 30. November 2020 Nachermittlungen bei einzelnen, nur regional tätigen Lebensmitteleinzelhändlern im Raum Karlsruhe, Filderstadt, Böblingen-Hulb, Freiburg und Kirchentellinsfurt durchgeführt.
- 245 Gegenüber der aktualisierten Ersteinschätzung veränderte sich dadurch die Einordnung von zwei Standorten im Prüfschema.

Real- Standort		Markt- bzw. Umsatzanteil der Zusammenschlussbeteiligten	
PLZ	Stadt und Straße	EZG (in %)	Kerngebiet (in %)
70794	Filderstadt, Plieninger Straße	30- 35	35- 40
16244	Freiburg, Gundelfinger Straße	35- 40	30- 35

- 246 Analog zu den im Abschnitt C. II. 3. b) genannten fünf Standorten geht die Beschlussabteilung nun davon aus, dass im Marktraum Filderstadt keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 247 Analog zu den im zweiten Teil von Abschnitt C. II. 3. a) genannten 26 Standorten geht die Beschlussabteilung nun davon aus, dass im Marktraum Freiburg keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

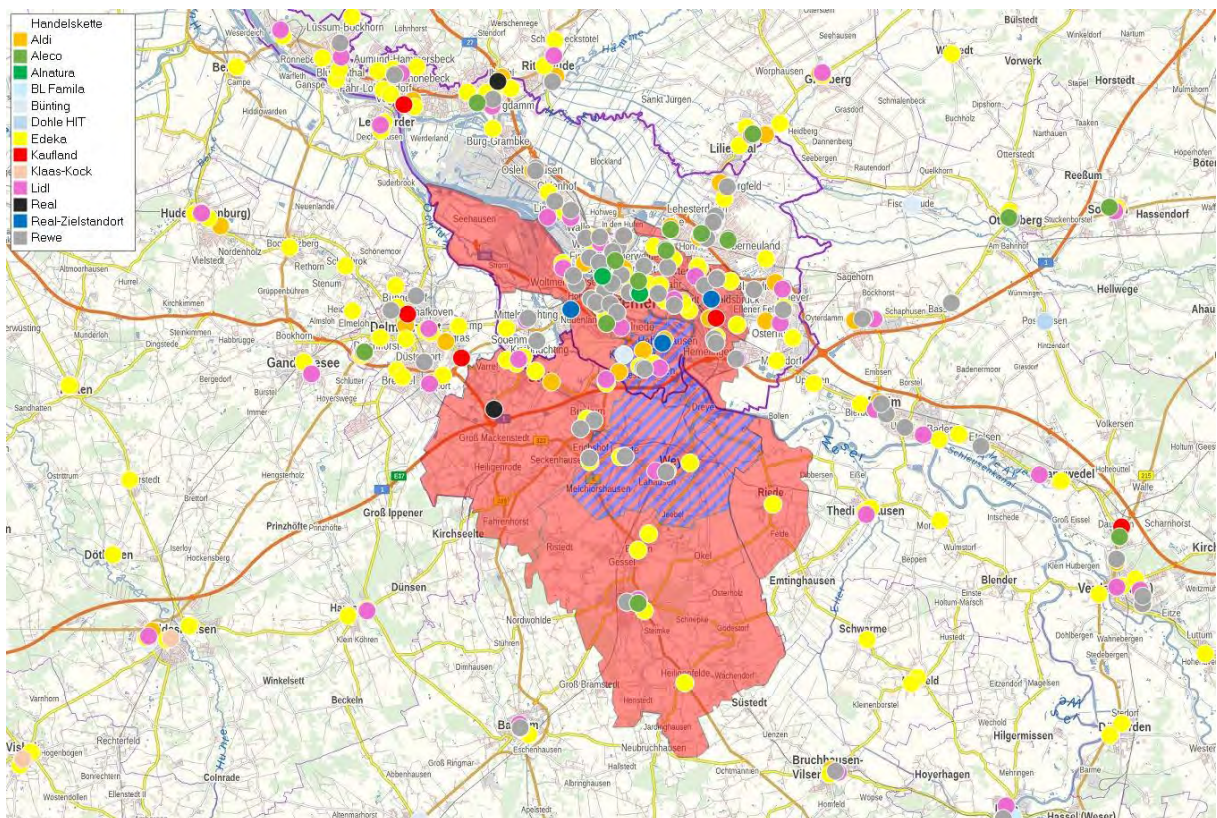
d) Nach Einzelfallanalyse wettbewerblich unbedenkliche Standorte

- 248 Bei den Standorten Bremen- Habenhausen, Düren und Neuruppin hat die Beschlussabteilung nach der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse festgestellt, dass durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb nicht erheblich behindert würde. Hierfür wurde in die Gesamtwürdigung vor allem der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten im EZG sowie die räumliche und sachliche Nähe der Beteiligten zu ihren Wettbewerbern einbezogen. Im Marktraum Horb liegt eine Sondersituation vor, die im Abschnitt C. II. 3. d) (4) gewürdigt wird.

Real- Standort		Markt- bzw. Umsatzanteil der Zusammenschlussbeteiligten in der Prognose	
PLZ	Stadt und Straße	EZG (in %)	Kerngebiet (in %)
28279	Bremen-Habenhausen, Steinsetzer Straße	30- 35	40- 45
52353	Düren, Heerweg	30- 35	40- 45
16816	Neuruppin, Babimost-Ring	40- 45	25- 30
72160	Horb, Hahnerstraße	40- 45	45- 50

(1) Bremen-Habenhausen

249 Habenhausen ist ein Ortsteil von Bremen und bildet zusammen mit Kattenturm, Kattenesch und Arsten den Stadtteil Obervieland. Das EZG umfasst im Norden den Ortsteil Seehausen und weitere Ortsteile östlich der Weser, darunter Hemelingen. Weiter liegen die Stadt Syke sowie die Gemeinden Riede und Stuhr im EZG.



Marktraum Bremen-Habenhausen

250 Im Marktraum Bremen- Habenhausen liegen die Zusammenabschlussbeteiligten im EZG über der 25%- Schwelle aber unter der 40%- Schwelle. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt über

der 35%- Schwelle. Dass der Anteil im Kerngebiet in diesem Marktraum bei 40- 45% und somit sogar über der 40%- Schwelle liegt, deutet auf einen problematischen Marktraum hin. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich.

251 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen im EZG nach der Fusion bei 30- 35% Marktanteil, Rewe folgt mit 25- 30% Marktanteil. Edeka wird erst durch die Übernahme von Real zum Marktführer im EZG, wobei der Marktanteilsabstand zu Rewe im unteren Bereich von 5- 10% liegt. Die Schwarz- Gruppe erzielt 15- 20% und Aldi 10- 15% Marktanteil. Weitere Wettbewerber sind mit geringen Marktanteilen im einstelligen Bereich im EZG vertreten; die Wettbewerber können den Zusammenschlussbeteiligten im EZG damit hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegensetzen.

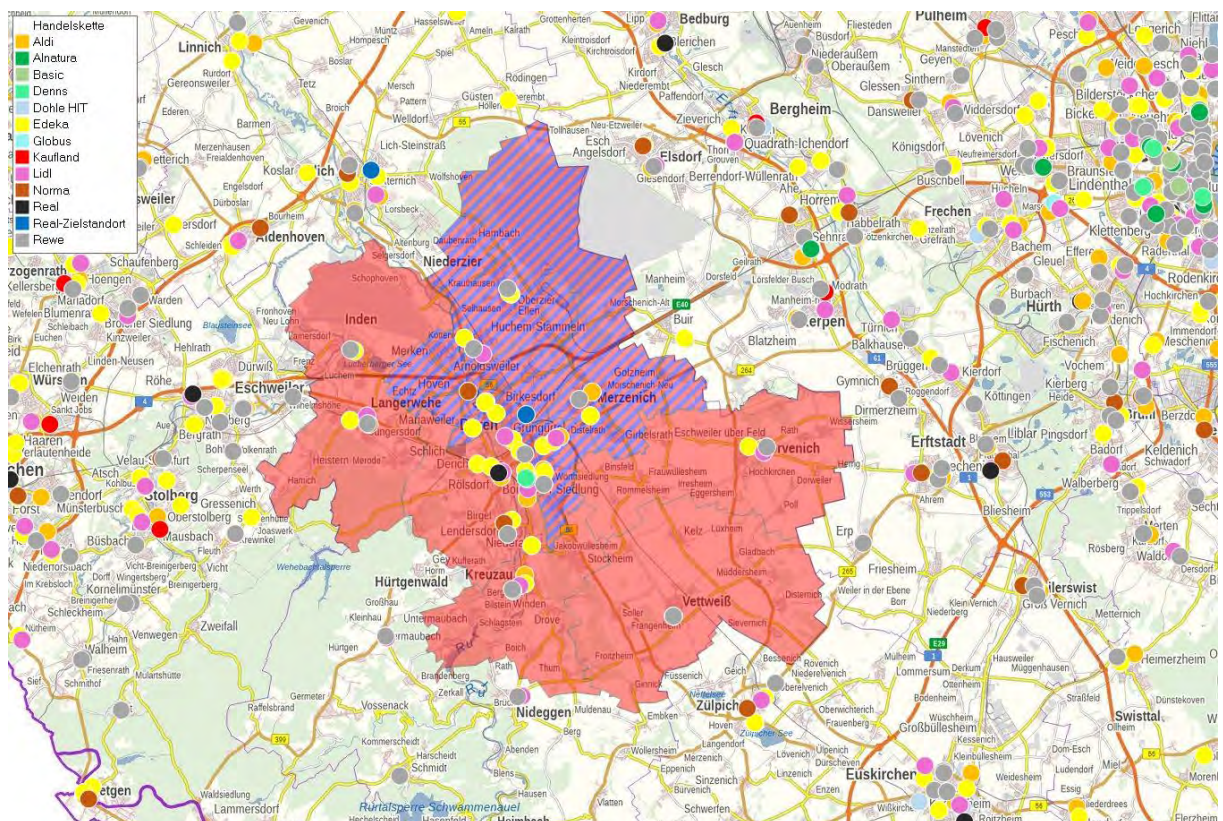
252 Im Kerngebiet sind die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Erwerb von Real mit 40- 45% Anteil zwar stärkster Anbieter mit erheblichem Abstand zu Rewe (20- 25% Anteil). Auf Ebene des Vollsortiments ist Rewe vor dem Zusammenschluss jedoch mit weitem Abstand stärkster Anbieter. Durch die Übernahme von Real erhöht Edeka seinen Anteil im Vollsortiment auf 40- 45% und liegt damit in vergleichbarer Wettbewerbsposition zu Rewe. Die Schwarz- Gruppe und Bunting sind mit jeweils 5- 10% Anteil vertreten. Im Kerngebiet führen die Zusammenschlussbeteiligten das Vollsortiment zwar wieder an, jedoch sind in diesem Segment neben der auch hier starken Rewe Bunting und die Schwarz- Gruppe mit Standorten in räumlicher Nähe zu Real vertreten. Die Wettbewerber können den Zusammenschlussbeteiligten damit auch im Hinblick auf die räumliche und sachliche Nähe hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegensetzen.

Bremen- Habenhausen	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	25- 30	25- 30	25- 30	30- 35
Real	5- 10	15- 20	10- 15	20- 25
Gesamt	30- 35	40- 45	40- 45	55- 60
Schwarz- Gruppe	15- 20	10- 15	5- 10	5- 10
Rewe	25- 30	20- 25	40- 45	30- 35
Aldi	10- 15	10- 15	<1	<1
Weitere Real	1- 5	<1	1- 5	1- 5
Bunting	1- 5	1- 5	5- 10	5- 10
Dohle HIT	<1	<1	<1	<1
Bio	1- 5	<1	<1	<1

253 Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung auf Basis der vorliegenden Marktstrukturdaten daher davon aus, dass im Marktraum Bremen- Habenhausen eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs nicht zu erwarten ist.

(2) Düren

254 Die Stadt Düren ist am Nordrand der Eifel zwischen Aachen und Köln in Nordrhein-Westfalen gelegen. Im Kerngebiet liegen die Gemeinden Merzenich und Niederzier. Das EZG umfasst neben Düren die Gemeinden Inden, Kreuzau, Vettweiß und Nörvenich.



Marktraum Düren

255 Im Marktraum Düren liegen die Zusammenfassungsbeteiligten im EZG über der 25%-Schwelle aber unter der 40%- Schwelle. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt über der 35%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich.

256 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen im EZG nach der Fusion bei 30- 35% Marktanteil, Aldi und Rewe folgen mit jeweils 20- 25% Marktanteil, wobei der Marktanteilsabstand zu Aldi bei 5- 10 Prozentpunkten liegt. Die Schwarz- Gruppe ist mit 10- 15% Marktanteil im EZG vertreten. Weitere Real- Märkte sind mit Marktanteilen im einstelligen Bereich im EZG

vertreten; die Wettbewerber können den Zusammenschlussbeteiligten im EZG damit hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegensetzen.

257 Im Kerngebiet führen die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Erwerb von Real mit 40- 45% Anteil, die Wettbewerber Aldi, Rewe und die Schwarz- Gruppe sind jedoch jeweils mit Marktanteilen über 15% im Kerngebiet vertreten und können den Zusammenschlussbeteiligten damit hinreichenden Wettbewerbsdruck auch in diesem Segment entgegensetzen. Durch die Übernahme von Real erhöht Edeka seinen Anteil im Vollsortiment auf 40- 45%; Rewe folgt mit 35- 40%. Der Anteil im Vollsortiment erhöht sich im Hinblick auf das Kerngebiet auf 60- 65%. Auf der Großfläche sind Real und Rewe mit jeweils zwei Standorten vertreten. Edeka ist im Marktraum Düren auf der Großfläche nicht vertreten. Die Übernahme des nahegelegenen weiteren Real- Standortes wurde im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) zum Erwerb durch Kaufland freigegeben. Kommt es zur Übernahme des Standortes durch Kaufland, relativiert dies die Stärke von Edeka im Vollsortiment weiter. Die Wettbewerber können den Zusammenschlussbeteiligten damit auch im Hinblick auf die räumliche und sachliche Nähe hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegensetzen.

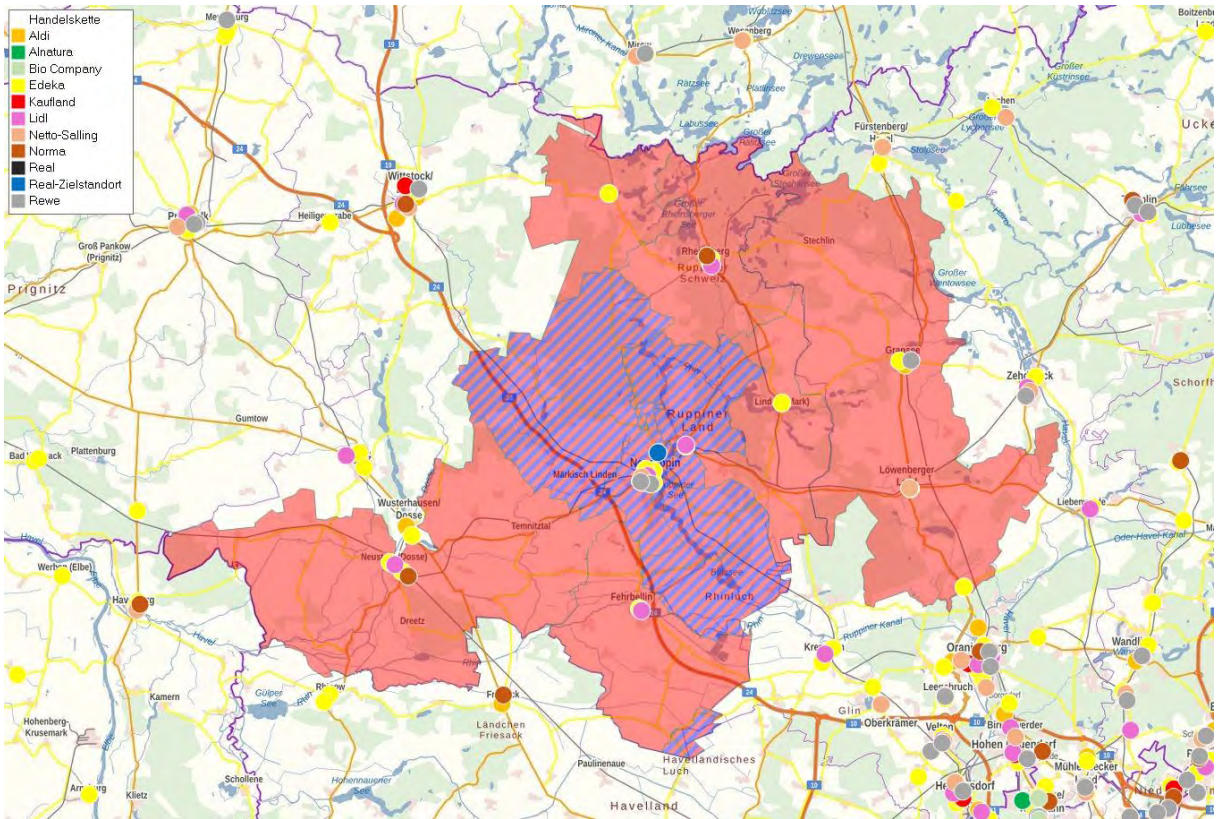
Düren	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	25- 30	30- 35	35- 40	40- 45
Real	1- 5	5- 10	5- 10	15- 20
Gesamt	30- 35	40- 45	40- 45	60- 65
Schwarz- Gruppe	10- 15	15- 20	<1	1- 5
Rewe	20- 25	15- 20	35- 40	30- 35
Aldi	20- 25	20- 25	<1	<1
Weitere Real	5- 10	1- 5	10- 15	5- 10
Dohle HIT	<1	<1	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	<1	<1	<1
Bio	<1	<1	<1	<1

258 Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung auf Basis der vorliegenden Marktstrukturdaten daher davon aus, dass im Marktraum Düren eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs nicht zu erwarten ist.

(3) Neuruppin

259 Neuruppin liegt im Norden des Landes Brandenburg und umfasst nördlich die Städte Rheinsberg, Gransee sowie die Gemeinde Löwenberger Land. Südlich liegen die Gemeinden

Fehrbellin, Temnitztal und Dreetz. Das Kerngebiet umfasst neben Neuruppin die Gemeinde Märkisch Linden.



Markraum Neuruppin

- 260 Im Markraum Neuruppin liegen die Zusammenbeschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt unter der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich.
- 261 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Markraum nicht zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss keine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken. Auch treten in diesem Markraum durch den Zusammenschluss keine sonstigen bedeutsamen unilaterale Effekte abseits des Regelbeispiels der Marktbeherrschung auf, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würden.
- 262 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen im EZG nach der Fusion bei 40- 45% Marktanteil. Edeka ist im EZG vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% relativ knapper Marktführer vor der

Schwarz- Gruppe (25- 30%), der Zuwachs über den Erwerb von Real ist mit 10- 15% Marktanteil erheblich. Die Zusammenschlussbeteiligten erzielen 40- 45%, die Schwarz- Gruppe folgt mit 25- 30% Marktanteil, der Abstand ist mit 10- 15% deutlich. Aldi erzielt 15- 20% und Rewe 10- 15% Marktanteil. Netto- Salling und Norma sind nicht bedeutend im Markt vertreten. Die Schwarz- Gruppe und Aldi liegen über 15% Marktanteil; diese Wettbewerber können den Zusammenschlussbeteiligten jeweils einen gewissen Wettbewerbsdruck entgegensetzen. Kaufland betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG und liegt auf Rang 1 vor Real. Edeka ist erst ab Rang 5 nach Umsatz im EZG vertreten.

263 Im Marktraum Neuruppin liegen die Zusammenchlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind. Nach Ansicht der Beschlussabteilung entsteht jedoch in diesem Marktraum durch den Zusammenschluss keine marktbeherrschende Stellung. Zwar ist der Abstand der Zusammenschlussbeteiligten zum nächstgrößeren Wettbewerber, der Schwarz- Gruppe, mit 10- 15% erheblich, der Zusammenschluss lässt jedoch nicht erwarten, dass die Schwarz- Gruppe oder weitere Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können. Insbesondere die Schwarz- Gruppe ist über ihren nahe Real gelegenen Kaufland- Standort in der Lage, Edeka in diesem Marktraum auch nach der Übernahme wettbewerbslich zu disziplinieren, und auch Aldi besitzt in diesem Marktraum ein relevantes Wettbewerbspotential.

264 Des Weiteren ist die wettbewerbsliche Nähe der Beteiligten nach Ansicht der Beschlussabteilung in diesem Marktraum auch als deutlich geringer einzuschätzen, als in den anderen Markträumen, in denen ebenfalls die Marktbeherrschungsvermutung erfüllt ist. Aus diesem Grund fällt auch der mit dem Zusammenschluss entfallende unmittelbare Wettbewerbsdruck zwischen den Beteiligten geringer aus, als es die zusammenschlussbedingte Marktanteilsaddition vermuten lassen würde. Denn im Kerngebiet liegen die gemeinsamen Umsatzanteile der Beteiligten mit 25- 30% deutlich unter den Marktanteilen des Einzugsgebietes; Edeka verfügt in räumlicher Hinsicht in diesem Gebiet über ein wesentlich geringeres Wettbewerbspotential als dies bezogen auf den räumlich relevanten Markt der Fall ist. Die Schwarz- Gruppe bleibt im Kerngebiet mit 35- 40% Anteil auch nach der Übernahme des Real- Standortes durch Edeka stärkster Anbieter. Auch Aldi übt mit 15- 20% Anteil einen relevanten Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Rewe verfügt mit 10- 15% Anteil im Kerngebiet ebenfalls

über ein gewisses Wettbewerbspotential. Die Wettbewerber können den Zusammenschlussbeteiligten damit im Kerngebiet hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegensetzen. Auf Ebene des Vollsortiments ziehen die Zusammenschlussbeteiligten im EZG noch einen relativ hohen Anteil von 55- 60% des Angebots auf sich; die Schwarz- Gruppe folgt mit 30- 35%. Im Kerngebiet erzielt dagegen die Schwarz- Gruppe mit 45- 50% höhere Anteile in diesem Segment. Die Zusammenschlussbeteiligten erzielen hier 35- 40% und verfügen daher auch in diesem Segment über ein geringeres Wettbewerbspotential als dies bezogen auf das EZG der Fall ist. Auf der Großfläche sind in diesem Marktraum nur Real und Kaufland mit jeweils einem Standort in räumlicher Nähe zueinander vertreten. Die Wettbewerber und insbesondere die Schwarz- Gruppe können den Zusammenschlussbeteiligten damit auch im Hinblick auf die räumliche und sachliche Nähe hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegensetzen.

Neuruppin	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	30- 35	10- 15	30- 35	10- 15
Real	10- 15	15- 20	25- 30	25- 30
Gesamt	40- 45	25- 30	55- 60	35- 40
Schwarz- Gruppe	25- 30	35- 40	30- 35	45- 50
Rewe	5- 10	10- 15	5- 10	10- 15
Aldi	15- 20	15- 20	<1	<1
weitere Real- Märkte	<1	<1	<1	<1
Netto-Salling	1- 5	1- 5	<1	<1
Norma	1- 5	<1	<1	<1

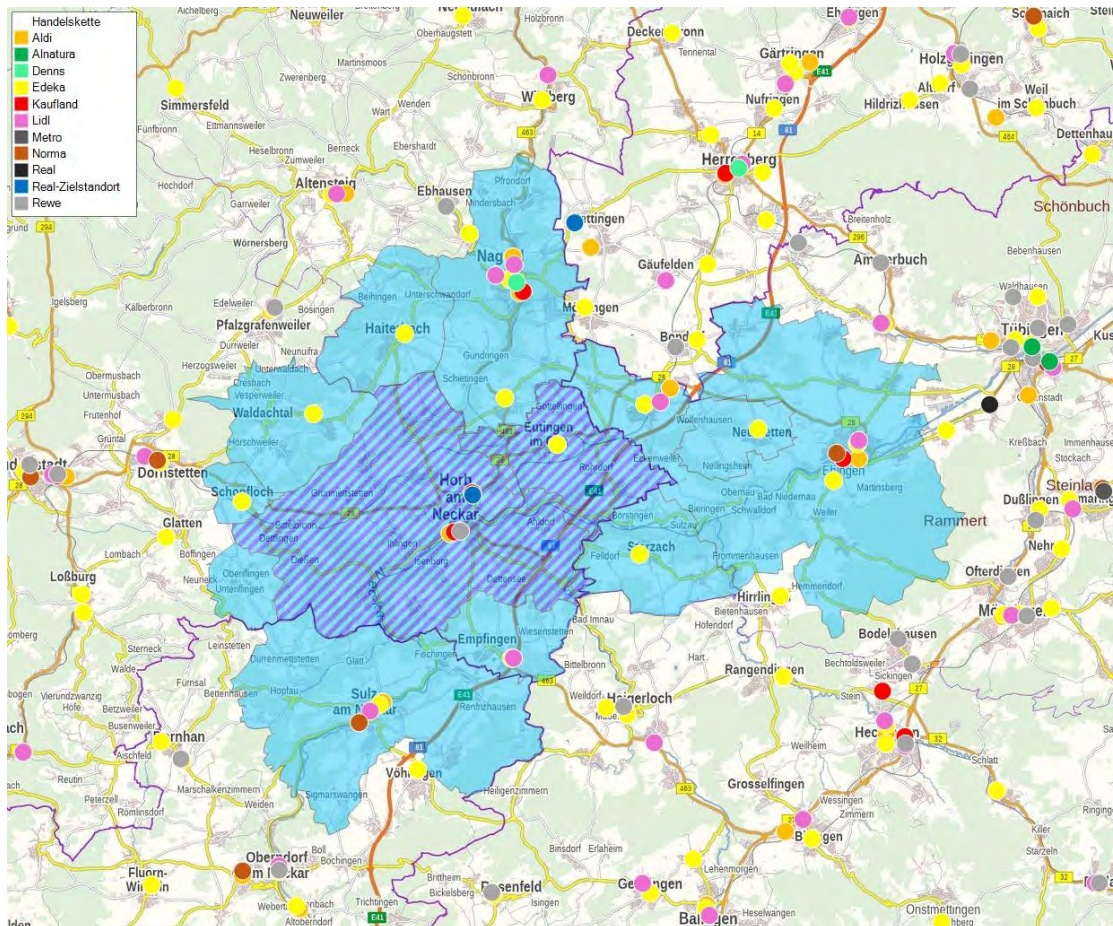
265 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass im Marktraum Neuruppin insbesondere durch die in räumlicher und sachlicher Hinsicht geringere wettbewerbliche Nähe der Zusammenschlussbeteiligten zueinander keine bedeutsamen unilaterale Effekte auftreten und eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs nicht zu erwarten ist.

(4) Sonderfall Horb am Neckar

(a) Anwendung des Prüfungsrasters nach Abschnitt C. II. 2. a) (2)

266 Horb am Neckar ist eine Stadt im Südwesten von Baden- Württemberg und liegt etwa 50 Kilometer entfernt von Stuttgart. Horb ist die größte Gemeinde des Landkreises Freudenstadt.

Im Marktraum befinden sich neben Horb am Neckar die Städte Sulz am Neckar, Haitebach und Nagold, wobei das Kerngebiet die Gemeinde Eutingen im Gäu umfasst.



Marktraum Horb am Neckar

- 267 Im Marktraum Horb am Neckar liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 268 Edeka ist vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 30- 35% der zweitgrößte Anbieter im EZG nach der Schwarz- Gruppe (35- 40%). Durch den mit 10- 15% erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real wird Edeka Marktführer im EZG und erzielt einen Marktanteil von 40- 45%. Der Marktanteilsabstand zur Schwarz- Gruppe beträgt 5- 10 Prozentpunkte. Mit Marktanteilen von jeweils unter 5% spielen Rewe und Norma keine bedeutende Rolle im Markt.

269 In die Berechnungen wurden über 60 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 85% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG, Kaufland liegt auf den Rängen 2 bis 4. Edeka ist im EZG ab Rang 5 vertreten und betreibt sechs der 20 Top- Standorte, davon drei unter den Top 10. Ein weiterer Real- Standort, der ebenfalls Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist, liegt auf Rang 15 nach Umsatz.⁷⁴ Rewe und Norma sind nicht unter den Top 20 Standorten des EZG gelistet. Ein weiterer Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist, liegt auf Rang 18 nach Umsatz.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	35- 40	35- 40
Rewe	1- 5	1- 5
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	1- 5
Bio	<1	<1

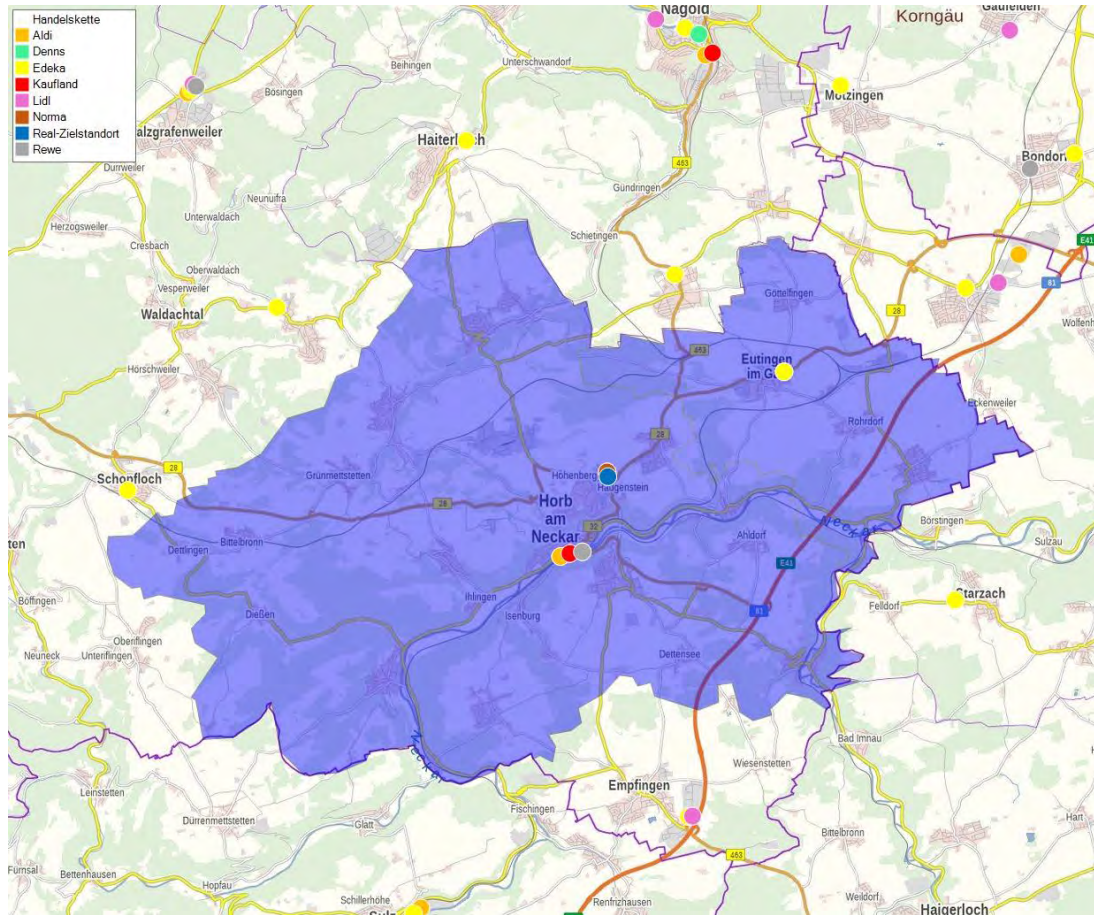
Rang	Filiale/Standort
1	Real, 72160 Horb am Neckar (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 72160 Horb am Neckar (Verbrauchermarkt)
3	Kaufland, 72202 Nagold (Verbrauchermarkt)
4	Kaufland, 72108 Rottenburg am Neckar (Verbrauchermarkt)
5	Edeka, 72108 Rottenburg (Supermarkt)
6	Edeka, 72172 SULZ (Verbrauchermarkt)
7	Lidl, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)
8	Lidl, 72186 Empfingen (Discounter)
9	Lidl, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)
10	Edeka, 72202 NAGOLD (Supermarkt)
11	Aldi, 72160 Horb am Neckar (Discounter)
12	Lidl, 72172 Sulz (Discounter)
13	Aldi, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)

⁷⁴ Die Filialanteile des Real- Standortes in Jettingen wurden in die genannten Anteile der Zusammenschlussbeteiligten eingerechnet.

14	Edeka, 72814 Eutingen im Gäu (Supermarkt)
15	Real, 71131 Jettingen (SB- Warenhaus)
16	Edeka, 72221 Haiterbach (Discounter)
17	Aldi, 72172 Sulz am Neckar (Discounter)
18	Real, 72072 Tübingen (SB- Warenhaus)
19	Lidl, 72202 Nagold (Discounter)
20	Edeka, 72189 VÖHRINGEN (Discounter)

- 270 Im Marktraum Horb am Neckar liegen die Zusammenbeschussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.
- 271 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 5- 10 Prozentpunkte.
- 272 Die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.
- 273 Real ist vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Die Schwarz- Gruppe erzielt 25- 30%, Edeka 15- 20% Anteil. Durch den Erwerb von Real und dem hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 30- 35% Umsatzanteil hat Edeka nach dem Zusammenschluss einen deutlichen Vorsprung vor seinen Wettbewerbern. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 45- 50% Anteil, die Schwarz- Gruppe erzielt 25- 30% Anteil. Der Abstand zur Schwarz- Gruppe beträgt 20- 25 Prozentpunkte. Aldi ist mit 10- 15% und Norma mit 5- 10% Anteil im Kerngebiet vertreten. Rewe ist mit einem Anteil von unter 5% auch im Kerngebiet nicht bedeutend vertreten.
- 274 Der Real- Zielstandort erzielt mit deutlichem Abstand die höchsten Umsätze des Kerngebietes. Kaufland liegt auf Rang 2. Edeka liegt mit einer Filiale in Eutingen am Gäu auf Rang 4. Während Kaufland aufgrund der räumlichen Nähe zu Real grundsätzlich noch ein erhebliches Wettbewerbspotential besitzt, erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte der anderen Wettbewerber angesichts der geringen Umsatzbasis für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen

unterliegen. Alle Standorte der Wettbewerber können jedenfalls in Summe keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

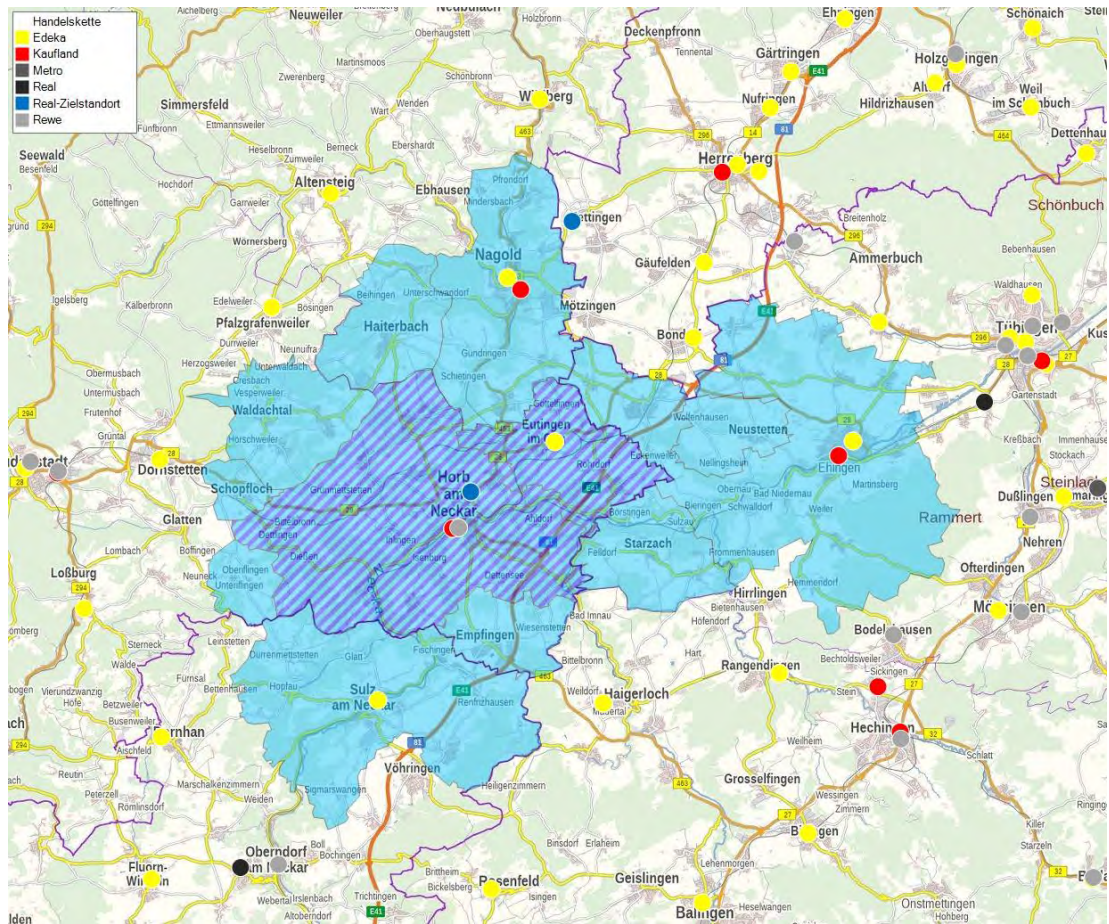


Kerngebiet Horb am Neckar

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	5- 10	15- 20
Real	35- 40	30- 35
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	25- 30	25- 30
Rewe	5- 10	1- 5
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	5- 10	5- 10

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 72160 Horb am Neckar (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 72160 Horb am Neckar (Verbrauchermarkt)
3	Aldi, 72160 Horb am Neckar (Discounter)
4	Edeka, 72814 Eutingen im Gäu (Supermarkt)
5	Norma, 72160 Horb (Discounter)
6	Rewe, 72160 Horb am Neckar (Supermarkt)
7	Edeka, 72280 DORNSTETTEN (Supermarkt)
8	Lidl, 72280 Dornstetten (Discounter)
9	Lidl, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)
10	Edeka, 72178 Waldachtal-Salzstetten (Discounter)
11	Edeka, 72202 Nagold-Hochdorf (Discounter)
12	Edeka, 72181 Starzach-Bierlingen (Discounter)
13	Edeka, 72296 SCHOPFLOCH (Kleines Lebensmittelgeschäft)
14	Kaufland, 72202 Nagold (Verbrauchermarkt)
15	Rewe, 71149 Bondorf (Discounter)
16	Aldi, 72108 Rottenburg-Ergenzingen (Discounter)
17	Edeka, 71159 Mötzingen (Discounter)
18	Real, 71131 Jettingen (SB- Warenhaus)
19	Edeka, 72108 Rottenburg-Ergenzingen (Discounter)
20	Edeka, 71149 BONDORF (Supermarkt)

- 275 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 50- 55% mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt über ihre drei im EZG gelegenen Standorte einen Anteil von 35- 40% und besitzt ein relevantes Wettbewerbspotential in diesem Segment. Rewe übt dagegen mit lediglich unter 5% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes einen im Verhältnis deutlich schwächeren Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.
- 276 Im Kerngebiet steigt der Anteil von Edeka und Real in diesem Segment auf 60- 65%. Die Schwarz- Gruppe erzielt 30- 35% Anteil und verfügt auch im Kerngebiet über ein gewisses Wettbewerbspotential, welches aber nicht stärker ausgeprägt ist als im EZG. Rewe erzielt einen Anteil von 5- 10% im Kerngebiet.

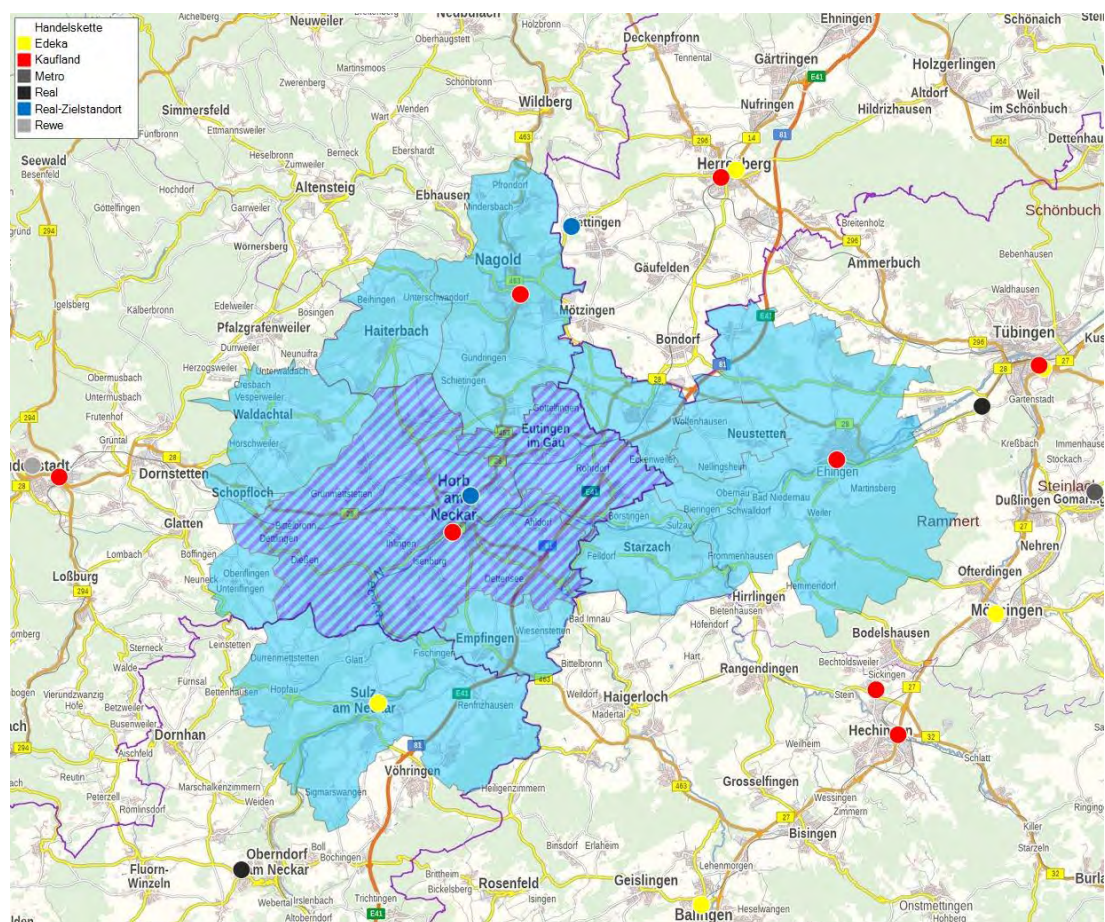


Vollsortiment Horb am Neckar

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	30- 35
Real	20- 25	20- 25
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	40- 45	35- 40
Rewe	1- 5	1- 5
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	1- 5	15- 20
Real	50- 55	45- 50
Gesamt	55- 60	60- 65
Schwarz- Gruppe	35- 40	30- 35
Rewe	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1

277 Im Marktraum Horb am Neckar ist neben Real Kaufland mit drei Standorten auf der Großfläche vertreten. Edeka betreibt eine Großfläche im Einzugsgebiet südlich des Real- Standortes in Sulz am Neckar.



Großflächen Horb am Neckar

- 278 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Horb am Neckar vorgetragen und Stellung genommen.⁷⁵ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würde ein Biomammut fehlen. Die Ermittlung und Einbeziehung dieser Biomammut-Filiale ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den typischen Umsatz von kleinen Bio- Lebensmittelgeschäften nicht entscheidungserheblich.
- 279 Vor dem beabsichtigten Zusammenschluss hat Kaufland mit leichtem Vorsprung vor Edeka die führende Position im EZG inne. Durch den erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann Edeka ihre Marktstellung ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zur Schwarz- Gruppe beträgt 5- 10 Prozentpunkte und zu Aldi sogar 35- 40 Prozentpunkte. Lediglich die Schwarz- Gruppe dürfte nach Einschätzung der Beschlussabteilung im Marktraum nach dem Wegfall von Real in der Lage sein, einen gewissen Wettbewerbsdruck auf Edeka auszuüben. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe dürfte es nach Einschätzung der Beschlussabteilung bei einer solchen Sachlage profitabler erscheinen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichen Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 280 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, zieht Edeka mit 15- 20% Anteil in diesem Segment derzeit geringere Anteile als die Schwarz- Gruppe (25- 30% Anteil) auf sich. Der Zusammenschluss führt in diesem Gebiet zu einer erheblichen Verstärkung der Position von Edeka; der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten würde nach dem Zusammenschluss bei 45- 50% liegen. Aldi ist mit 10- 15% Anteil im Kerngebiet vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen

⁷⁵ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 86 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 22 ff.; SCP hat sich den standortspezifischen Vortrag von Edeka mit Schriftsatz von RA Denzel vom 17. Dezember 2020 zu eigen gemacht.

erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Schwarz- Gruppe diese in erheblichen Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

281 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 50- 55% Anteil in diesem Segment verfügen. Im Kerngebiet erhöht sich der Anteil auf 60- 65%. Im Bereich der Großfläche ist Kaufland im Verhältnis stärker, allerdings ist Edeka ebenfalls mit einem Standort im EZG vertreten. Die Vollsortiments- Standorte der Wettbewerber – vor allem der nahe Real gelegene Kaufland- Standort – üben zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

282 Mit Real entfällt im lokalen Marktraum eine ganz entscheidende Wettbewerbskraft, wie schon der Marktanteil des Zielstandortes hinreichend verdeutlicht. Die Auswahlmöglichkeiten für die Verbraucher reduzieren sich mit dem Wegfall von Real in diesem Marktraum wesentlich.

(b) Keine Erheblichkeit der fusionsbedingten Wettbewerbsbehinderung bei Vergleich der Situation mit und ohne den Zusammenschluss

283 In der Gesamtschau der zuvor aufgeführten Ermittlungsergebnisse und Argumente ist davon auszugehen, dass im Prognosezeitraum im Marktraum Horb am Neckar erhebliche unilaterale Effekte auftreten, die somit als erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs zu qualifizieren sind. Ob insbesondere auch eine marktbeherrschende Stellung durch Edeka entsteht, kann dahinstehen. Es ist jedoch zu erwarten, dass im Marktraum Horb auch ohne den verfahrensgegenständlichen Zusammenschluss wettbewerbliche Verschlechterungen in ähnlich hohem Ausmaß einträten.

284 Voraussetzung für die Untersagung eines Zusammenschlusses ist nicht allein die erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs, sondern auch, dass der Zusammenschluss kausal für diese Verschlechterung der Marktverhältnisse ist. Ein Zusammenschluss ist dann nicht kausal für den SIEC, wenn die (prognostizierte) Verschlechterung der Marktverhältnisse auch ohne den Zusammenschluss einträte. Für die Prüfung der Kausalität ist es erforderlich, die voraussichtlichen Marktverhältnisse nach dem Zusammenschluss den voraussichtlichen Marktverhältnissen ohne den Zusammenschluss (sogenanntes „counterfactual“)

gegenüberzustellen. Maßgeblich ist mithin ein Vergleich zweier zukunftsgerichteter Szenarien.⁷⁶ Nur soweit dieser Vergleich ergibt, dass die Wettbewerbsbedingungen mit dem Zusammenschluss schlechter sein werden als ohne den Zusammenschluss, ist der Zusammenschluss für die Verschlechterung kausal und wird untersagt oder nur mit Nebenbestimmungen freigegeben.

285 Abweichend von anderen Markträumen ist im Marktraum Horb die nachfolgend beschriebene Sondersituation bezüglich des fusionskontrollrechtlich relevanten Alternativszenarios gegeben, unter deren Berücksichtigung die Beschlussabteilung zu dem Ergebnis kommt, dass der Zusammenschluss keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken würde.

286 Die Gewerbeimmobilie des Real- Standortes in Horb gehört Edeka. Edeka hat das Eigentum an dieser Immobilie bereits im Jahr 2014 erworben. Eine fusionskontrollrechtliche Anmeldung und Prüfung des Immobilienerwerbs erfolgte nicht, da die jährlichen Mieteinnahmen der Immobilie unterhalb der 5-Mio.-Euro-Schwelle des § 35 Abs. 1 Nr. 2 GWB i. d. F. v. 29. Juni 2013 lagen.

287 Der Mietvertrag von Real bzw. SCP mit Edeka läuft bis zum 31. Dezember 2023. Von einer Verlängerungsoption um weitere fünf Jahre wird SCP nach eigener Aussage keinen Gebrauch machen. Im Gegenteil: SCP hat nach Auffassung der Beschlussabteilung glaubwürdig vorgetragen, den Standort Horb bereits zum 30. April 2022 schließen zu wollen, falls sich kein Erwerber findet, für den eine Übernahme des Standortes fusionskontrollrechtlich möglich ist. Aufgrund der Eigentümerschaft von Edeka fand sich im vorliegenden Verkaufsprozess auch kein alternativer Erwerber des Real- Standorts in Horb, der bereit wäre, den Standort bis zum endgültigen Ablauf des Mietvertrags zu betreiben. Im Hinblick auf das Immobilieneigentum von Edeka und die marktübliche Mindestmietdauer von deutlich über 5 Jahren ist nicht zu erwarten, dass SCP den Standort an einen anderen Erwerber als Edeka würde veräußern können.

288 Des Weiteren hätte Edeka nach der Schließung des Reals als Eigentümerin die Möglichkeit, später den Standort Horb als eigene Filiale fusionskontrollfrei wiederzueröffnen, da ein solcher Vorgang nach der Praxis der Beschlussabteilung bei hinreichender Stilllegungsdauer als internes Wachstum zu qualifizieren ist und somit keiner Anmeldepflicht unterliegen würde.

289 Aus diesen Gründen geht die Beschlussabteilung davon aus, dass der Standort in Horb ohne den Zusammenschluss spätestens im Verlauf des Jahres 2023 von Edeka selbst

⁷⁶ Vgl. Bundeskartellamt, Leitfaden zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle, 29.3.2012, Rz. 182-183.

wiedereröffnet und sodann weiter betrieben werden würde. Für die Prüfung des vorliegenden Zusammenschlusses ist hinsichtlich des Marktraums Horb somit der Vergleich des Szenarios „Schließung des Real- Standortes und spätere Wiedereröffnung durch Edeka“ mit der durch den Zusammenschluss entstehenden Situation maßgeblich.

290 Wie in Abschnitt C. II. 4. a) dargestellt, betrachtet die Beschlussabteilung grundsätzlich die ermittelten Marktverhältnisse von 2018 unter Berücksichtigung von Neueröffnungen und Schließungen („Prognose“) als kartellrechtlich relevantes Alternativszenario. Wie dort dargestellt, ist ein Schließungsszenario in den meisten anderen problematischen Markträumen nicht hinreichend wahrscheinlich.

291 Doch hinsichtlich des Marktraums Horb liegt eine Sondersituation vor. Ohne den Zusammenschluss wäre nach Ansicht der Beschlussabteilung von einem Szenario auszugehen, in dem SCP den Standort Horb zwar bis 30. April 2022 weiterbetreibt, aber mangels Interesse an einer langfristigen Kundengewinnung in diesem Zeitraum auch keine besonderen wettbewerblichen Impulse setzen würde. Ab dem 01. Mai 2022 würde der Standort für einen Übergangszeitraum geschlossen sein. In diesem Zeitraum wäre die Kapazität im Marktraum und insbesondere im Kerngebiet aufgrund der außergewöhnlich hohen Bedeutung des Zielstandortes mit einem bisherigen Umsatzanteil im Kerngebiet von 30- 35% ganz erheblich reduziert. Die Marktanteile der Schwarz- Gruppe, die in Horb selbst mit einem Kaufland-Standort die umsatzbezogen zweitgrößte Filiale des Marktraums betreibt, würden temporär die Vermutungsschwelle für Einzelmarktbeherrschung überschreiten. Aufgrund des Wegfalls der bislang mit Abstand bedeutendsten Angebotsalternative im Marktraum hätten die Schwarz- Gruppe, Edeka und die übrigen Anbieter erhebliche Anreize, in diesem Zeitraum höhere Preise für Lebensmittel zu verlangen. Erst mit der Wiedereröffnung des Zielstandortes als Edeka- Filiale würde die Kapazität im Marktraum wieder auf ein Normalniveau zurückkehren.

292 Diese Phase geringerer Kapazität und folglich wohl erhöhter Preise würde hingegen nach Einschätzung der Beschlussabteilung bei Vollzug des verfahrensgegenständlichen Zusammenschlusses nicht eintreten. Nach einem kurzen Weiterbetrieb durch SCP würde der Standort direkt in eine Edeka- Filiale umgewandelt werden.

293 Auf Basis des Vergleichs zwischen den Szenarien mit und ohne Zusammenschluss geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass zumindest die Erheblichkeit der fusionsbedingten Behinderung wirksamen Wettbewerbs zu verneinen ist. Die Untersagungsvoraussetzungen liegen somit für den Marktraum Horb nicht vor.

294 Mit Blick auf künftige Fusionsvorhaben weist die Beschlussabteilung darauf hin, dass nicht jede Standortübernahme durch den bisherigen Immobilieneigentümer die Kausalität der Wettbewerbsverschlechterung entfallen lässt. Vielmehr ist die vorliegende Prognose mehreren Sonderfaktoren geschuldet, die in anderen Fällen typischerweise nicht – zumindest nicht kumulativ - vorliegen dürften, namentlich die relativ kurzfristig zu erwartende Schließung durch SCP, die Abwesenheit alternativer Erwerbsinteressenten, die Marktstruktur während der temporären Schließung und die ungewöhnlich große Rolle des Standorts für die lokale Marktkapazität.

e) Änderung des Zusammenschlussvorhabens am Standort Goslar

295 Mit Schreiben vom 5. Februar 2021 trägt Edeka vor, der Erwerb des Standortes Goslar von SCP umfasse nur das Grundstück, nicht aber das operative Geschäft von Real. Den am Standort betriebenen Real- Markt hat SCP Ende Januar 2021 bereits geschlossen. SCP betreibt dort seitdem keinen Lebensmittelhandel mehr; auch bisherige Untermieter haben den Standort überwiegend bereits verlassen. Das auf dem Grundstück befindliche Gebäude soll noch vor dem Übergang des Eigentums von SCP an Edeka durch SCP abgerissen werden oder wird unmittelbar nach dem Übergang des Grundstückseigentums durch Edeka abgerissen. Die bereits im Sommer 2020 bekanntgegebene Schließung des Marktes und der geplante Abriss des Gebäudes, welches zuletzt im Jahr 1997 renoviert worden sei, hat wirtschaftliche Gründe. Edeka erwirbt ausschließlich das Eigentum an dem Grundstück und übernehme weder Ladeneinrichtung, noch Warenvorräte oder Arbeitnehmer. Die bisherigen Arbeitnehmer sind bereits entsprechend dem vorgesehenen Sozialplan abgefunden und entlassen worden. Nach dem Abriss des Gebäudes plant Edeka den Neubau eines LEH- Standortes; die Wiederaufnahme des Betriebs wird frühestens zwei Jahre nach der bereits erfolgten Schließung des Real- Standortes erwartet.

296 Die Beschlussabteilung ist bisher in ständiger Praxis davon ausgegangen, dass die vertragliche Übernahme eines LEH- Standortes einen Vermögenserwerb i.S.v. § 37 GWB darstellt, wenn dabei betriebliche Ressourcen von dem Veräußerer auf den Erwerber übertragen werden und der Erwerber damit unmittelbar in die Marktstellung des Veräußerers eintritt. Dies ist vorliegend nicht der Fall. Da zwischen der Schließung des bisherigen LEH- Geschäftes und der Neueröffnung durch Edeka mindestens 24 Monate liegen, ist auch nicht damit zu rechnen, dass der Kundenstamm vollständig oder zumindest zu einem großen Teil übergeht und Edeka damit in die Marktstellung von Real eintritt. Edeka muss vielmehr nach der Neueröffnung des Standortes die entsprechenden Kundenbeziehungen neu

aufbauen bzw. zurückgewinnen. Vor dem Hintergrund der Besonderheiten des Falles und der langen Stilllegung des LEH- Betriebs am Standort Goslar ist die anschließende Eröffnung durch Edeka als internes Wachstum zu qualifizieren. Die Übernahme des Grundstücks durch Edeka von SCP verwirklicht somit keinen Zusammenschlusstatbestand i.S.d. § 37 GWB im Hinblick auf den LEH-Markt.

297 Das Zusammenschlussvorhaben wäre auch hinsichtlich eines etwaig betroffenen Grundstückmarktes in Goslar unproblematisch. Da Edeka keinen LEH- Betrieb übernimmt, sondern die bisherige LEH- Immobilie abgerissen wird und ein Neubau frühestens zwei Jahre nach Schließung des bisherigen LEH- Standortes fertiggestellt sein wird, geht es allein um den Erwerb eines für LEH nutzbaren Gewerbegrundstücks in Goslar. In Anbetracht der Grundstückssituation in Goslar, wo wie in anderen Städten vergleichbarer Größe eine Vielzahl von alternativen für den LEH geeigneten Grundstücken verfügbar sein wird, ist nicht zu erwarten, dass durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb erheblich behindert würde.

f) Nach Einzelfallanalyse weiter problematische Standorte

298 An den übrigen Standorten, die am 21. Oktober 2020 als problematisch mitgeteilt wurden, hat sich die wettbewerbsrechtliche Einschätzung der Beschlussabteilung nach Abschluss der Nachermittlungen, der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse bestätigt. Danach liegt eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs, die in der Mehrzahl der Fälle auch die Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung begründen bzw. verstärken würde, in den folgenden Markträumen vor:

	Real- Standort		Markt- bzw. Umsatzanteil der Zusammenschlussbeteiligten (Prognosewerte)	
	PLZ	Stadt und Straße	EZG (in %)	Kerngebiet (in %)
1	55232	Alzey, Karl-Heinz-Kipp-Straße	35- 40	45- 50
2	76137	Karlsruhe, Durlacher Allee	30- 35	40- 45
3	78166	Donaueschingen, Bregstraße	40- 45	35- 40
4	01587	Riesa, Riesapark	45- 50	45- 50
5	06333	Hettstedt, Kämmritzer Weg	45- 50	55- 60
6	18528	Bergen auf Rügen, Ringstraße	45- 50	45- 50
7	26133	Oldenburg, Alter Postweg	50- 55	45- 50
8	38122	Braunschweig, Otto von Guericke-Straße	40- 45	40- 45
9	38304	Wolfenbüttel, Am Wasserwerk	50- 55	55- 60
10	38444	Wolfsburg, Brandgehaege	40- 45	40- 45
11	39418	Staßfurt, Hohenerxlebener Straße	45- 50	40- 45
12	46395	Bocholt, Welfenstraße	45- 50	50- 55
13	46485	Wesel, Rudolf-Diesel-Straße	40- 45	40- 45
14	47475	Kamp-Lintfort, Moerser Straße	40- 45	40- 45
15	52428	Jülich, An der Leimkaul	40- 45	40- 45
16	71131	Jettingen, Heilbergstraße	40- 45	45- 50
17	72138	Kirchentellinsfurt, Wannweiler Straße	40- 45	40- 45
18	82362	Weilheim, Kaltenmoser Straße	45- 50	40- 45
19	84347	Pfarrkirchen, Franz-Stelzenberger-Straße	50- 55	50- 55
20	87435	Kempten, Im Allmey	40- 45	40- 45
21	91413	Neustadt, Karl-Eibl-Straße	45- 50	40- 45

- 299 Neben den in der Tabelle angeführten hohen Anteilen der Beteiligten auf dem sachlichen Gesamtmarkt im Einzugsgebiet und im Kerngebiet führt in diesen Markträumen der Zusammenschluss Edeka/Real auch im Segment des Angebotes im Vollsortiment zu einer starken Verengung der Anbieterstruktur. Der angemeldete Zusammenschluss nimmt damit insbesondere in diesen Markträumen Wettbewerbsdruck im wichtigen Segment der Vollsortimenter aus dem Markt.
- 300 Die Beschlussabteilung plausibilisiert ihre wettbewerbliche Einschätzung für den Gesamtmarkt daher durch eine Marktstrukturanalyse des Segments „Vollsortiment“. Neben Discountern sind in dieser Betrachtung auch die Biosupermärkte sowie die kleinen Lebensmittelgeschäfte nicht

in der Betrachtung enthalten, da sie im Hinblick auf die Sortimentsbreite und –tiefe keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Großfläche auszuüben in der Lage sind.

301 Die vertiefte Analyse bezieht darüber hinaus die räumliche Lage der Standorte in die Betrachtung ein und wird sowohl für den räumlichen Markt (EZG) als auch für das Kerngebiet um eine Betrachtung der Marktverhältnisse auf Filialebene ergänzt.

302 Die in die Analyse einbezogenen Standorte liegen oftmals außerhalb des EZG und strahlen in dieses hinein, da das zugrundeliegende Berechnungsmodell den Einbezug der Standorte dann vorsieht, wenn zumindest ein Mittelpunkt eines PLZ - 5- Gebietes des EZG vom Standort in der festgelegten Fahrzeit erreicht werden kann. Besonders in dichtbesiedelten Stadtgebieten und Ballungsräumen hat dies zur Folge, dass LEH- Standorte mit zum Teil sehr geringen bis minimalen Marktanteilen in das EZG strahlen. Der Löwenanteil des Marktvolumens verteilt sich daher auf die Filialen, die im EZG liegen. Die vertiefte räumliche und sachliche Analyse wird daher um die Betrachtung der für den Marktraum bedeutsamen Standorte ergänzt. Diese bezogen auf das EZG umsatzstarken Filialen haben jeweils eine besondere Relevanz für die Kunden in den betroffenen Gebieten. Sie sind für die Nachfrager als Ausweichmöglichkeit von wesentlichem Gewicht als weiter entfernt, außerhalb des EZG, liegende Standorte. Auch erscheinen standortspezifische Wettbewerbsvorstöße, die von diesen ausgehen, effektiver, da sie einen größeren Teil des Einzugsgebietes mit geringeren Streuverlusten erreichen können als solche von Standorten (weit) außerhalb des EZG, bei denen ein Wettbewerbsvorstoß zu einem erheblichen Teil zu ungewollten „Mitnahmeeffekten“ in benachbarten Markträumen führen würde. Eine genauere Analyse der bezogen auf das EZG umsatzstärksten Filialen und ihrer räumlichen Lage gibt daher Auskunft über die tatsächlich von den Kunden geäußerte Präferenz für eine bestimmte Filiale und der zur Verfügung stehenden Alternativen im räumlichen Gebiet. Dass die Zielstandorte dabei natürlicherweise eine besondere Aufmerksamkeit erfahren ist dabei Ausdruck der Präferenz der Kunden, angesichts guter Parkmöglichkeiten, eines im Hinblick auf die Sortimentsbreite und –tiefe umfangreichen Angebotes zu preisgünstigen Konditionen (oder eben mangelnder Alternativen in der Nähe) wesentliche Einkäufe ihres Lebensmittelbedarfs hier zu decken.

303 In dieser Hinsicht ist die wettbewerbliche Stärke von Real auch an den Marktanteilen, die auf die Filiale entfallen, zu messen. Filialen der Wettbewerber erzielen oftmals im Vergleich zu den großflächigen LEH- Standorten von Edeka, Real und auch Kaufland einen Bruchteil der Umsätze im räumlichen Markt. Eine begrenzte aktuelle Marktbedeutung eines Standortes ist dabei ein Indikator für ein auch zukünftig begrenztes Marktpotential. Dies gilt insbesondere,

da das Wachstum der Wettbewerberstandorte etwa aufgrund einer Konditionenverschlechterung der Beteiligten typischerweise relativ zum aktuellen Stand erfolgt (ein Standort, der bereits heute über einen Marktanteil von 10% verfügt, kommt bei einem Wachstum von 20% auf einen neuen Marktanteil von 12%; wenn der Ausgangswert bei nur 2% liegt, erreicht er bei gleich hohem Wachstum von 20% lediglich 2,4%. Entsprechend unterschiedlich ist auch das Wettbewerbspotential.) Gründe hierfür können etwa in der für Nachfrager aus dem Marktraum schlechten Erreichbarkeit des Standortes oder in begrenzten Kapazitäten (bspw. aufgrund einer kleinen Fläche, geringen Anzahl von Kassen oder wenig Parkmöglichkeiten) liegen. Dabei verkennt die Beschlussabteilung nicht, dass auch von einem dichten Filialnetz von kleineren und mittelgroßen Standorten eines Wettbewerbers in Summe erheblicher Wettbewerbsdruck ausgehen kann, sondern berücksichtigt dies im Rahmen ihrer Detailanalyse. Diese Detailanalyse erlaubt damit eine differenzierte Betrachtung des Wettbewerbspotentials von Edeka, die in allen Vertriebslinien vertreten ist und in vielen der vorliegenden betrachteten Märkte eine nicht unerhebliche Präsenz auch auf der Großfläche aufweist. Diese bieten ggf. kein dem Non-Food-II Angebot von Real und Kaufland vergleichbares Sortiment, weisen aber ebenfalls gute Parkmöglichkeiten und ein im Hinblick auf die Sortimentsbreite und –tiefe umfangreiches Angebot auf.

304 Im Folgenden werden jeweils nach einer kurzen Darstellung des Marktraumes zunächst die Marktverhältnisse im EZG sowohl auf Konzern- als auch auf Filialebene dargestellt. Grundlage der Analyse sind die umfassend vorliegenden Daten aus dem Jahr 2018. In einem weiteren Schritt wurden die Neueröffnungen und Schließungen von LEH- Standorten in den Jahren 2019 und 2020 im Rahmen einer Prognose in die Würdigung einbezogen. Beide Werte werden tabellarisch dargestellt. Die Darstellung der Rangfolge der umsatzstärksten Filialen eines Gebietes beruht auf den Prognosewerten, sodass Neueröffnungen in 2019 und 2020 erfasst sind und Schließungen nicht aufgeführt werden.⁷⁷ Sofern in dem in Rede stehenden Zusammenschluss in dem betroffenen Marktraum die Einzelmarktbeherrschungsvermutung erfüllt ist, fokussiert die Analyse auf die Tatbestandsmerkmale des § 18 Abs. 4 GWB und hier insbesondere auf den Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zum jeweiligen nächstgrößeren Wettbewerber sowie die Frage der Marktführerschaft von Edeka bereits vor dem Zusammenschluss. Lässt der Zusammenschluss eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs erwarten, wird anschließend die vertiefte räumliche Analyse durchgeführt, wobei die Anteile der Zusammenschlussbeteiligten und ihrer Wettbewerber im

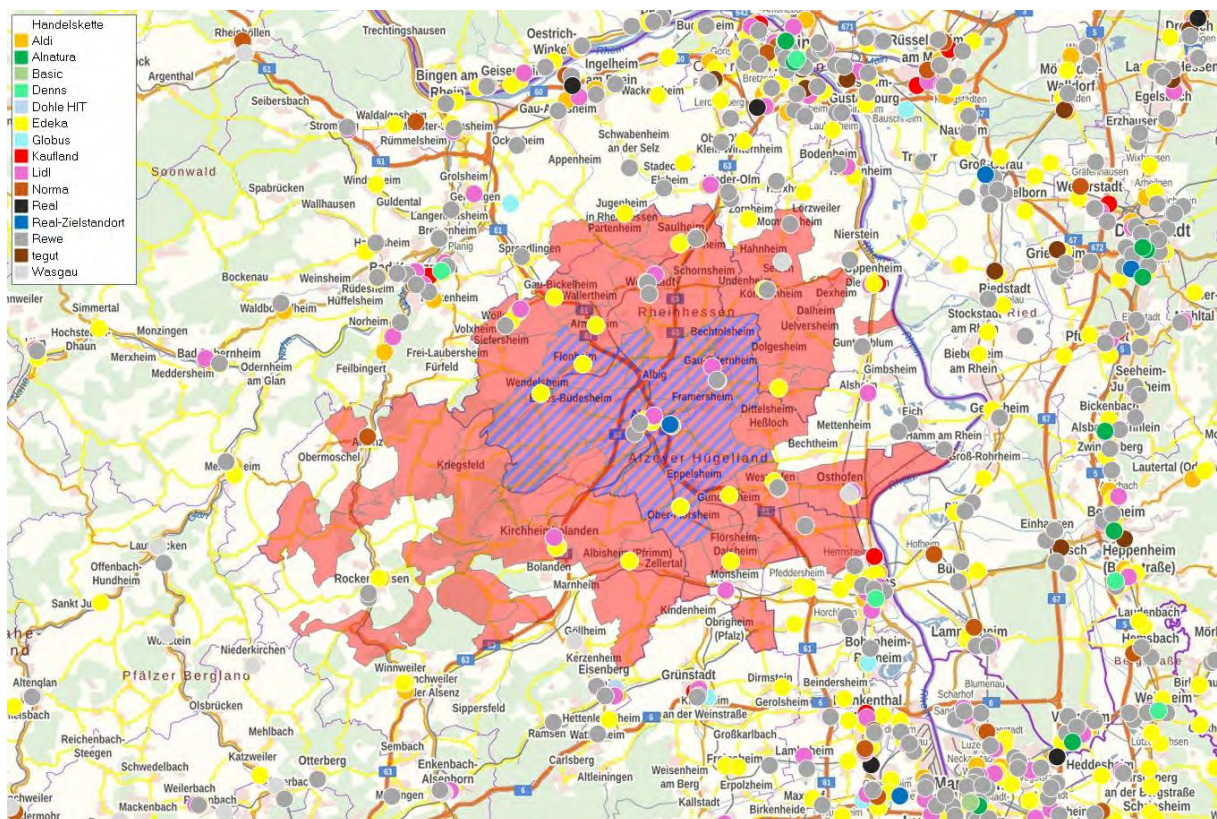
⁷⁷ Eine Übersicht der Filialanalyse auf Basis der erhobenen Daten 2018 wurde zur Akte genommen.

Kerngebiet - wiederum auf Konzern- und Filialebene - dargestellt werden. In sachlicher Hinsicht werden die Verhältnisse im EZG und Kerngebiet auf Ebene des LEH- Angebots im Vollsortiment vertieft untersucht. Lediglich ergänzend wird die Präsenz der Zusammenschlussbeteiligten auf der Großfläche als ein Aspekt des Angebots im Vollsortiment gewürdigt.

(1) Alzey

305 Die Stadt Alzey liegt in Rheinhessen im südöstlichen Rheinland-Pfalz. Der Marktraum umfasst neben Alzey die Städte Kirchheimbolanden, Osthofen und Wörstadt.

306 Im Marktraum Alzey befinden sich Postleitzahl- Gebiete, die aus mehreren nicht miteinander verbundenen Teilgebieten bestehen. Die in der Darstellung sichtbaren Exklaven resultieren aus der Berücksichtigung solcher Postleitzahl- Gebiete.



Marktraum Alzey

307 Im Marktraum Alzey liegen die Zusammenbeschussbeteiligten im EZG über der 25%- Schwelle, aber unter der 40%- Schwelle. Es kommt zu einem deutlichen Marktanteilszuwachs, und der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt über der 35%- Schwelle. Somit ist gemäß dem Prüfraster eine genaue Betrachtung erforderlich. Dass der Anteil im Kerngebiet in diesem

Marktraum bei 45- 50% und somit deutlich über der 40%- Schwelle liegt, deutet auf einen problematischen Marktraum hin.

308 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass in diesem Marktraum bedeutsame unilaterale Effekte durch den Zusammenschluss auftreten würden, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würden.

309 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 25- 30% Marktführer. Rewe folgt mit 20- 25% Marktanteil. Durch den deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Rewe aus und erzielt im Marktraum 35- 40% Marktanteil. Der Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zu Rewe beträgt 10- 15 Prozentpunkte. Die Schwarz- Gruppe und Aldi folgen mit jeweils 15- 20% Marktanteil; Globus und Dohle/Hit spielen keine bedeutende Rolle im Markt.

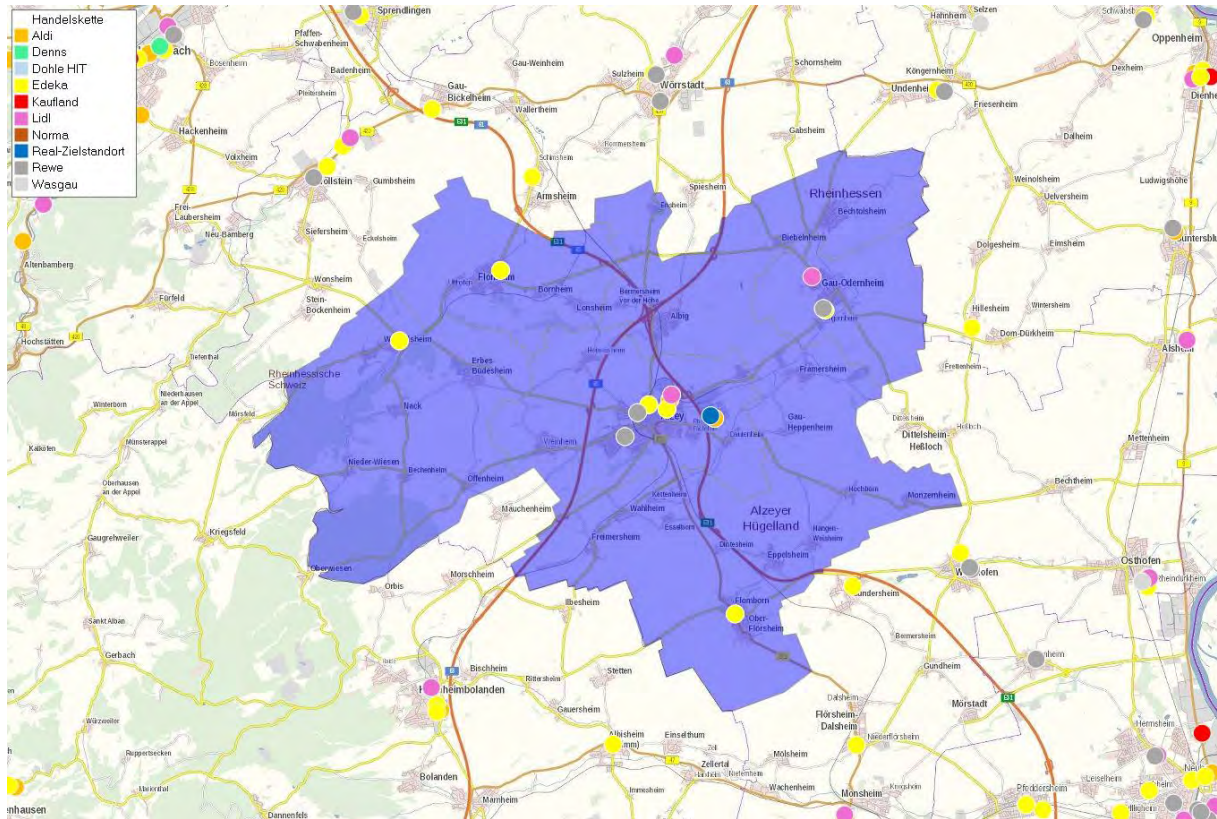
310 In die Berechnungen wurden über 140 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von 60% entfällt. Beim Zielstandort handelt es sich um den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt zwar erst auf Rang 11 nach Umsatz, dieser Standort ist allerdings in unmittelbarer räumlicher Nähe zu Real gelegen.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	25- 30
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	35- 40	35- 40
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	20- 25	20- 25
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Globus	1- 5	1- 5
Dohle HIT	1- 5	1- 5
Norma	<1	<1
Bio	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 55232 Alzey (SB- Warenhaus)
2	Rewe, 55286 Wörrstadt (Supermarkt)
3	Aldi, 55232 Alzey (Discounter)
4	Rewe, 55232 Alzey (Supermarkt)
5	Dohle HIT, 67292 Kirchheimbolanden (Supermarkt)
6	Lidl, 55232 Alzey (Discounter)
7	Aldi, 67292 Kirchheimbolanden (Discounter)
8	Lidl, 67292 Kirchheimbolanden (Discounter)
9	Rewe, 55239 Gau-Odernheim (Supermarkt)
10	Edeka, 67574 Osthofen (Supermarkt)
11	Edeka, 55232 ALZEY (Supermarkt)
12	Aldi, 55232 Alzey (Discounter)
13	Globus, 55457 Gensingen (SB- Warenhaus)
14	Edeka, 67292 KIRCHHEIMBOLANDEN (Verbrauchermarkt)
15	Lidl, 67574 Osthofen (Discounter)
16	Lidl, 55286 Wörrstadt (Discounter)
17	Lidl, 55239 Gau-Odernheim (Discounter)
18	Wasgau, 55278 Mommenheim (Supermarkt)
19	Edeka, 55237 FLONHEIM (Supermarkt)
20	Rewe, 55278 Udenheim (Supermarkt)

- 311 Edeka ist im Kerngebiet bereits vor dem Zusammenschluss mit 25- 30% Anteil mit sehr großem Abstand der stärkste Anbieter vor Rewe (15- 20%). Durch den Erwerb von Real (15- 20% Anteil) wird der Vorsprung erheblich ausgebaut; der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten beträgt 45- 50%. Der Abstand der Zusammenschlussbeteiligten zu Rewe beträgt 25- 30 Prozentpunkte. Aldi folgt mit 15- 20% Anteil, Globus und Dohle/Hit sind auch im Kerngebiet nicht bedeutend vertreten.
- 312 Der Zielstandort liegt auch im Kerngebiet auf Rang 1. Edeka liegt mit seinem in räumlicher Nähe gelegenen Standort auf Rang 6. Edeka erzielt allerdings mit den umsatzstärksten acht Standorten einen Anteil von einem Viertel des Umsatzvolumens im Kerngebiet. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen.

Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

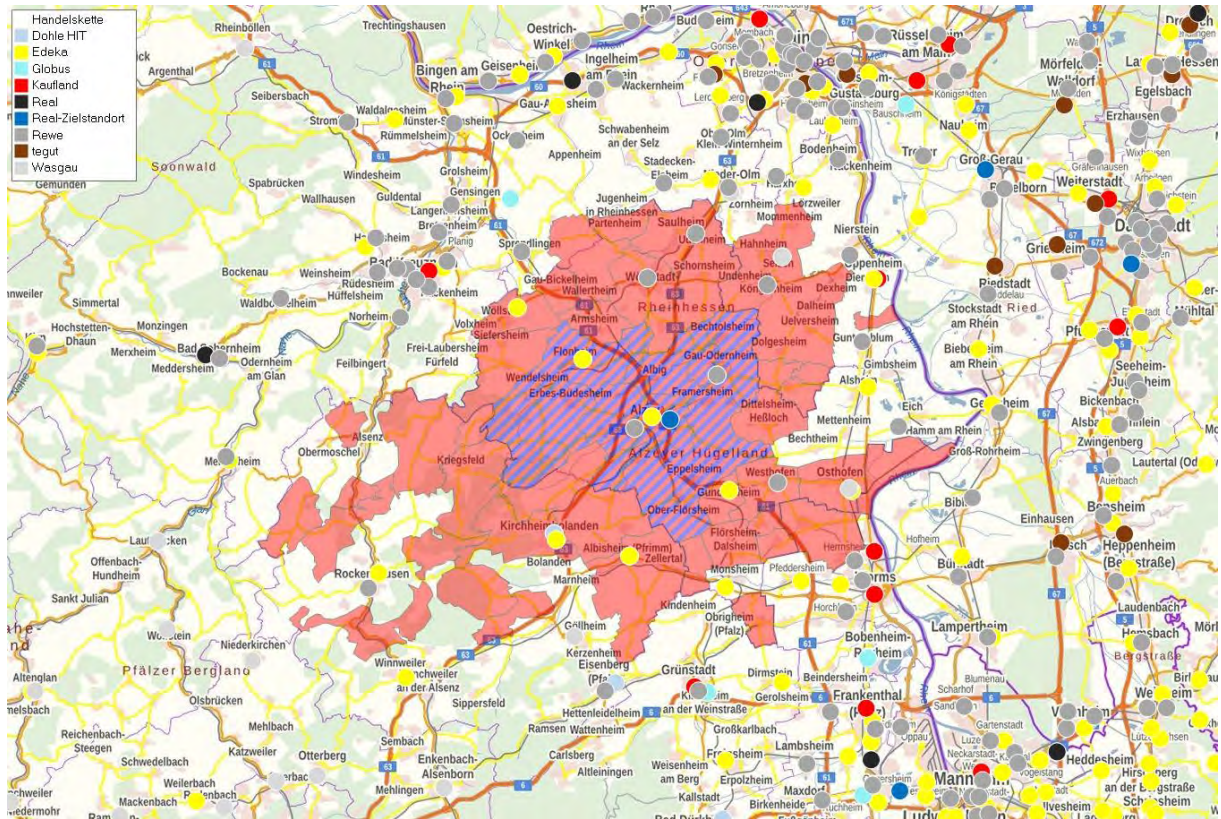


Kerngebiet Alzey

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	25- 30
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Globus	1- 5	1- 5
Dohle HIT	1- 5	1- 5

Rang	Kerngebiet
1	Real, 55232 Alzey (SB- Warenhaus)
2	Rewe, 55232 Alzey (Supermarkt)
3	Aldi, 55232 Alzey (Discounter)
4	Lidl, 55232 Alzey (Discounter)
5	Rewe, 55239 Gau-Odernheim (Supermarkt)
6	Edeka, 55232 ALZEY (Supermarkt)
7	Aldi, 55232 Alzey (Discounter)
8	Edeka, 55237 FLONHEIM (Supermarkt)
9	Edeka, 55232 ALZEY (Discounter)
10	Edeka, 67292 KIRCHHEIMBOLANDEN (Verbrauchermarkt)
11	Rewe, 55232 Alzey (Discounter)
12	Globus, 55457 Gensingen (SB- Warenhaus)
13	Edeka, 55239 Gau-Odernheim (Discounter)
14	Lidl, 55239 Gau-Odernheim (Discounter)
15	Edeka, 55234 Flomborn (Discounter)
16	Lidl, 67292 Kirchheimbolanden (Discounter)
17	Edeka, 55234 Wendelsheim (Discounter)
18	Dohle HIT, 67292 Kirchheimbolanden (Supermarkt)
19	Aldi, 67292 Kirchheimbolanden (Discounter)
20	Edeka, 55543 BAD KREUZNACH (Verbrauchermarkt)

- 313 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real mit 40- 45% weniger als die Hälfte des Angebots im EZG auf sich. Rewe ist mit 35- 40%, die Schwarz- Gruppe sowie Dohle/Hit sind mit jeweils 5- 10% in diesem Segment vertreten. Im Vollsortiment verfügt damit nur Rewe über ein relevantes Wettbewerbspotential.
- 314 Im Kerngebiet steigt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten im Vollsortiment auf 55- 60%. Rewe ist im Kerngebiet noch mit 25- 30% Anteil vertreten, der Abstand zu den Zusammenschlussbeteiligten ist damit sehr erheblich, weitere Wettbewerber sind in diesem Segment nicht relevant vertreten.

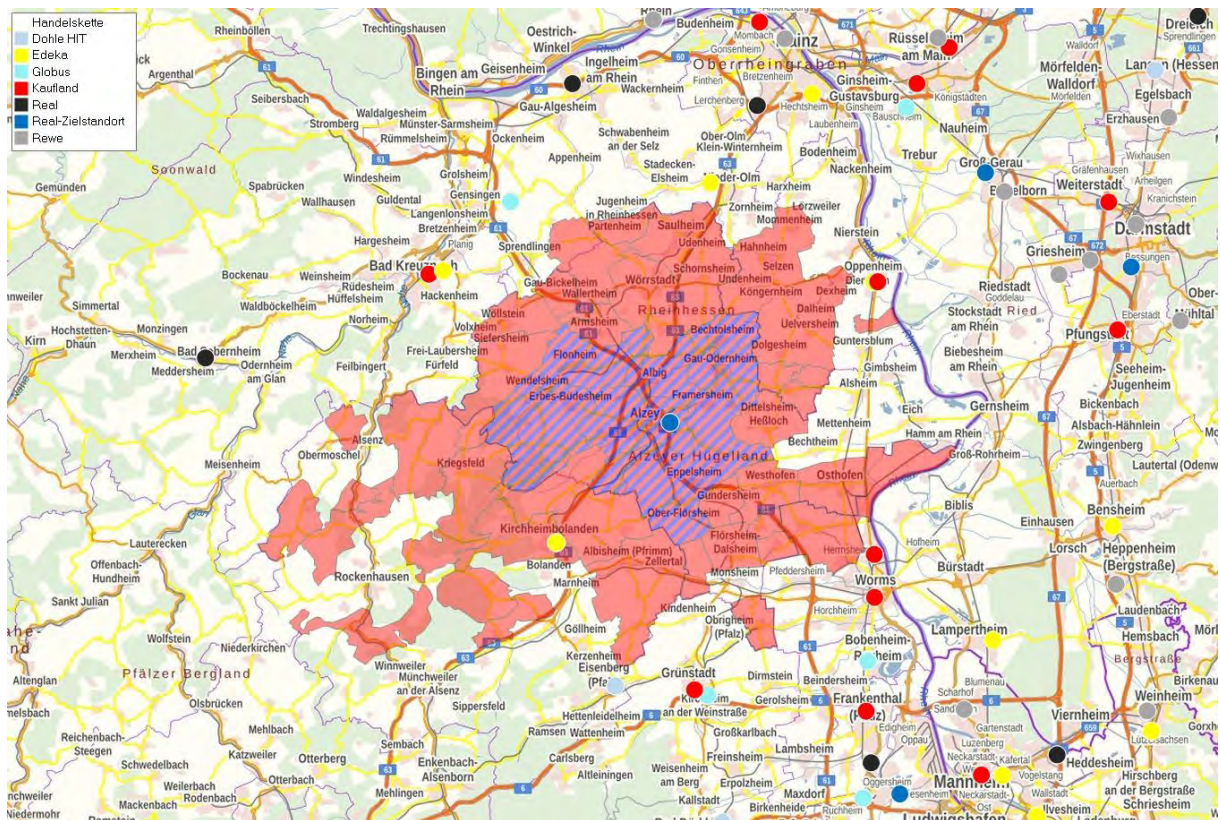


Vollsortiment Alzey

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	25- 30
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	35- 40	35- 40
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Globus	1- 5	1- 5
Dohle HIT	5- 10	5- 10

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	25- 30
Real	30- 35	30- 35
Gesamt	55- 60	55- 60
Schwarz- Gruppe	1- 5	1- 5
Rewe	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	<1	<1
Globus	5- 10	5- 10
Dohle HIT	5- 10	5- 10

315 Im Marktraum Alzey betreibt neben Real nur Edeka eine Großfläche.



Großflächen Alzey

316 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Alzey vorgetragen und Stellung genommen.⁷⁸ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten

⁷⁸ Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. November 2020, S. 19 ff.; mit E-Mail vom 25. November 2020 hat Edeka der Beschlussabteilung eine Liste mit Filialhinweisen zur Verfügung gestellt.

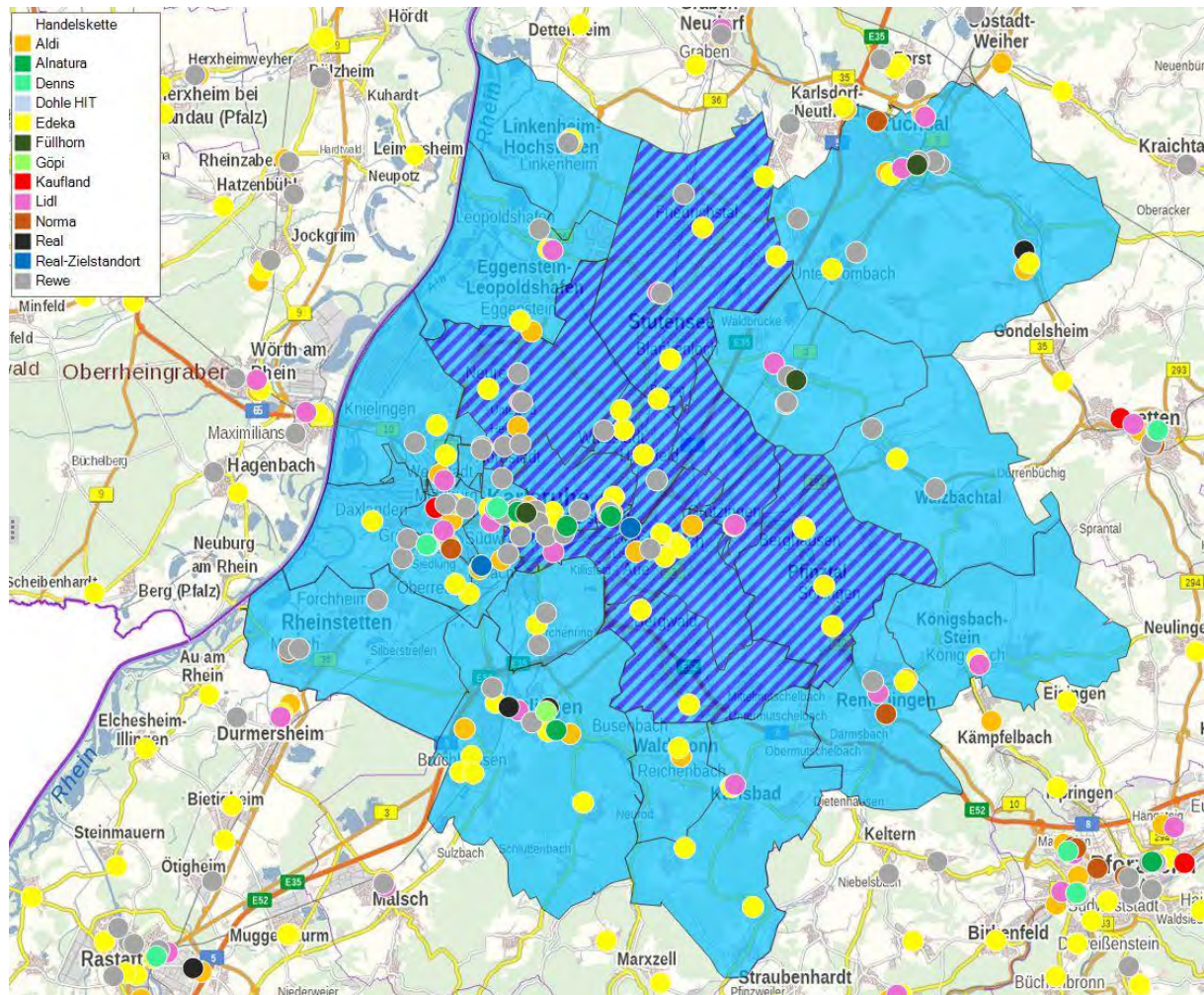
Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden je ein Verbrauchermarkt von Rewe und Wasgau in Nieder-Olm fehlen, die noch zu berücksichtigen wären. Eine Kontrolle des Vortrags hat ergeben, dass der Beschlussabteilung diese Standorte sämtlich bekannt waren und in die Berechnungen einbezogen wurden. Es wurde zudem vorgebracht, dass ein Standort doppelt aufgeführt wurde. Eine Kontrolle ergab, dass sich der Standort zwar wegen Schließung und Neueröffnung doppelt aufgeführt war, jedoch nur einmal in die Berechnung eingegangen ist.

- 317 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass 35- 40% des Marktvolumens auf sie entfallen würden. Der Abstand zu Rewe beträgt 10- 15 Prozentpunkte, und auch die Schwarz- Gruppe und Aldi üben mit 15- 20% Marktanteil (und einem Abstand von jeweils 15- 20%) einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck im EZG aus. Lediglich Rewe dürfte nach Einschätzung der Beschlussabteilung im Marktraum nach dem Wegfall von Real in der Lage sein, einen gewissen Wettbewerbsdruck auf die Schwarz- Gruppe auszuüben. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für Rewe dürfte es nach Einschätzung der Beschlussabteilung bei einer solchen Sachlage profitabler erscheinen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichen Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 318 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 25- 30% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer sehr erheblichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 45- 50% liegen. Rewe fällt im Kerngebiet deutlich hinter die Zusammenschlussbeteiligten zurück und erzielt 15- 20% Anteil. Aldi ist ebenfalls mit 15- 20% Anteil im Kerngebiet vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Wettbewerber diese in erheblichen Umfang mitgehen würden.

- 319 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Während Rewe den Zusammenschlussbeteiligten im EZG mit 35- 40% Anteil noch ein relevantes Wettbewerbspotential entgegensetzen kann (Edeka/Real: 40- 45%), fallen sie im Kerngebiet deutlich zurück (25- 30%). Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im Kerngebiet mit 55- 60% Anteil über hohe Volumina in diesem Segment verfügen. Die Vollsortiments- Standorte von Rewe üben im Kerngebiet zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Andere Wettbewerber sind im Kerngebiet nicht bedeutend im Vollsortiment vertreten. Auch auf Ebene der Großfläche ist nur Edeka neben Real mit einem Standort im EZG vertreten. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.
- 320 Der Zielstandort übt bisher aufgrund seiner Lage und seiner hohen Umsätze wichtigen Wettbewerbsdruck auf Edeka aus, der durch den Zusammenschluss entfallen würde.
- 321 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass im Marktraum Alzey durch den Zusammenschluss bedeutsame unilaterale Effekte auftreten würden, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würden.

(2) Karlsruhe

- 322 Karlsruhe liegt in Baden- Württemberg. Der Marktraum umfasst neben Karlsruhe die Städte Ettlingen, Rheinstetten, Wörth am Rhein und die Gemeinde Malsch. Das am Rhein liegende Kerngebiet umfasst Ufgau und mehrere kleinere Ortschaften wie Bulach, Oberreut und Mühlburg.



Marktraum Karlsruhe

- 323 Im Marktraum Karlsruhe liegen die Zusammenfassungsbeteiligten im EZG über der 25%-Schwelle, aber unter der 40%- Schwelle. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt über der 35%-Schwelle. Somit ist gemäß dem Prüfraster eine genaue Betrachtung erforderlich. Dass der Anteil im Kerngebiet in diesem Marktraum bei 40- 45% und somit über der 40%- Schwelle liegt, deutet auf einen problematischen Marktraum hin. Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass in diesem Marktraum bedeutsame unilaterale Effekte durch den Zusammenschluss auftreten würden, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würden.
- 324 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 25- 30% Marktführer. Rewe folgt mit 20- 25% Marktanteil. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Rewe aus und erzielt im Marktraum 30- 35% Marktanteil.

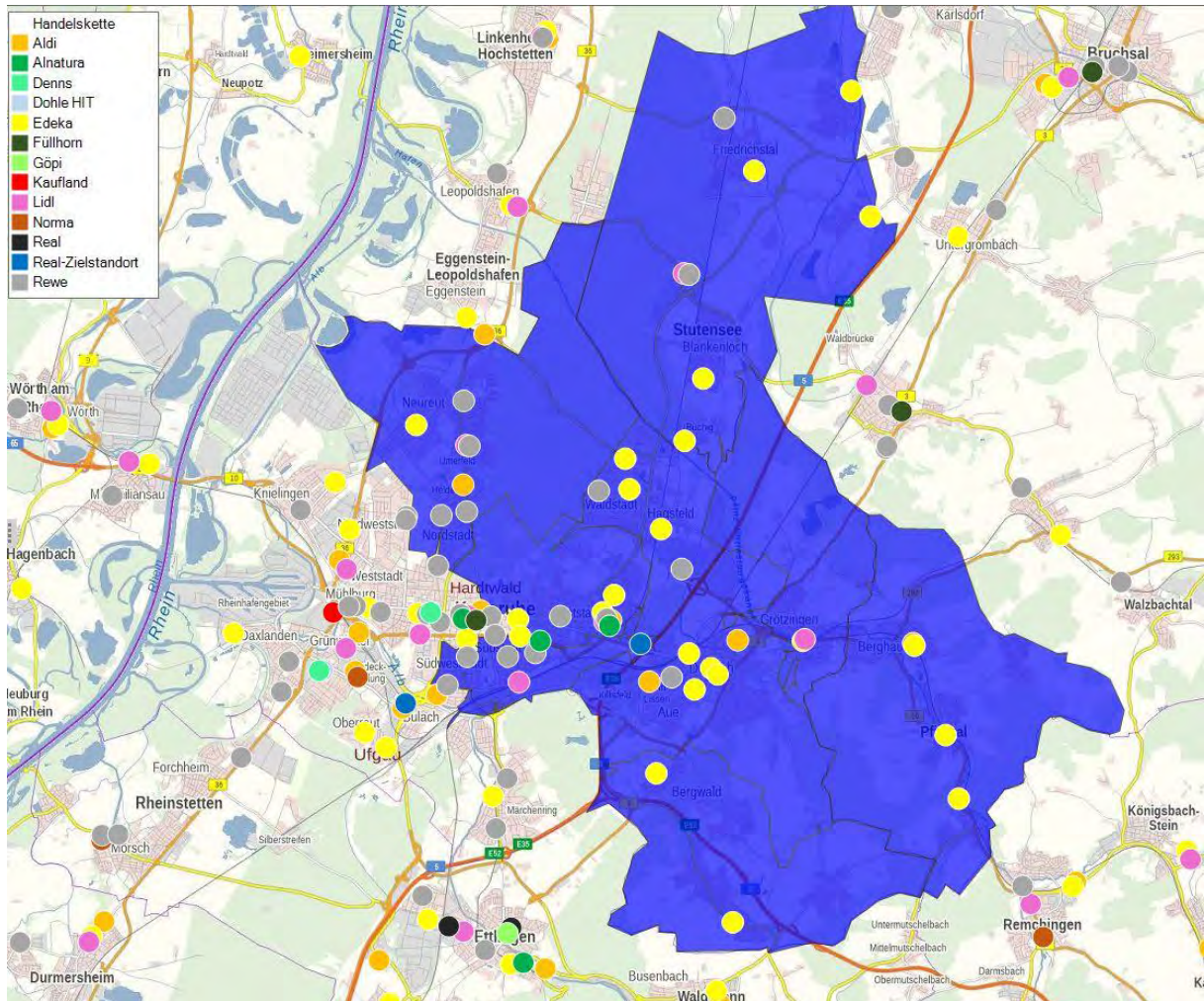
Der Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zu Rewe ist erheblich und beträgt 10- 15 Prozentpunkte. Aldi und die Schwarz- Gruppe folgen mit jeweils 15- 20% Marktanteil; Dohle/Hit und weitere Wettbewerber spielen keine bedeutende Rolle im Markt.

325 In die Berechnungen wurden über 220 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 50 Standorte ein Marktanteil von über 50% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG, gefolgt von einem Kaufland- Standort auf Rang 2. Edeka ist nach Filialumsatz ab Rang 3 vertreten und betreibt neun der 20 Top- Standorte im EZG. Im EZG liegen vier weitere Real- Standorte, wobei nur der Standort in Karlsruhe- Bulach ebenfalls Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens ist (Rang 9).

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	25- 30
Real	1- 5	1- 5
Gesamt	35- 40	30- 35
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	20- 25	20- 25
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Globus	<1	<1
Dohle HIT	1- 5	1- 5
Norma	<1	<1
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 76137 Karlsruhe (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 76185 Karlsruhe (SB- Warenhaus)
3	Edeka, 76137 KARLSRUHE (Verbrauchermarkt)
4	Edeka, 76227 KARLSRUHE (SB- Warenhaus)
5	Edeka, 76187 KA-KNIELINGEN (Verbrauchermarkt)
6	Dohle HIT, 76189 Karlsruhe (Verbrauchermarkt)
7	Real, 76275 Ettlingen (SB- Warenhaus)
8	Edeka, 76307 KA-LANGENSTEINBACH (Supermarkt)
9	Real, 76135 Karlsruhe-Bulach (Verbrauchermarkt)
10	Real, 76275 Ettlingen (Verbrauchermarkt)
11	Aldi, 76131 Karlsruhe-Oststadt (Discounter)
12	Aldi, 76227 Karlsruhe-Durlach (Discounter)
13	Edeka, 76139 KARLSRUHE-WALDSTADT (Supermarkt)
14	Edeka, 76344 EGGENSTEIN-LEOPOLDSHAFEN (Supermarkt)
15	Edeka, 76337 WALDBRONN-BUSENBACH (Supermarkt)
16	Edeka, 76646 BRUCHSAL (Verbrauchermarkt)
17	Edeka, 76275 ETTLINGEN (Supermarkt)
18	Aldi, 76135 Karlsruhe (Discounter)
19	Lidl, 76185 Karlsruhe (Discounter)
20	Alnatura, 76131 Karlsruhe (Bio-Supermarkt)

- 326 Edeka ist im Kerngebiet bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil mit erheblichem Abstand der stärkste Anbieter vor Rewe (20- 25% Umsatzanteil). Durch den Erwerb von Real (5- 10% Anteil) wird der Vorsprung ausgebaut; der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten beträgt 40- 45%. Der Abstand der Zusammenschlussbeteiligten zu Rewe ist deutlich und beträgt 10- 15 Prozentpunkte. Aldi folgt mit 15- 20% Anteil, die Schwarz- Gruppe ist im Kerngebiet mit 10- 15% Anteil schwächer vertreten.
- 327 Der Zielstandort liegt auch im Kerngebiet auf Rang 1. Edeka folgt auf den Rängen 2 bis 4. Rewe ist erst ab Rang 10 nach Umsatz im Kerngebiet gelistet. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen zu Real in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

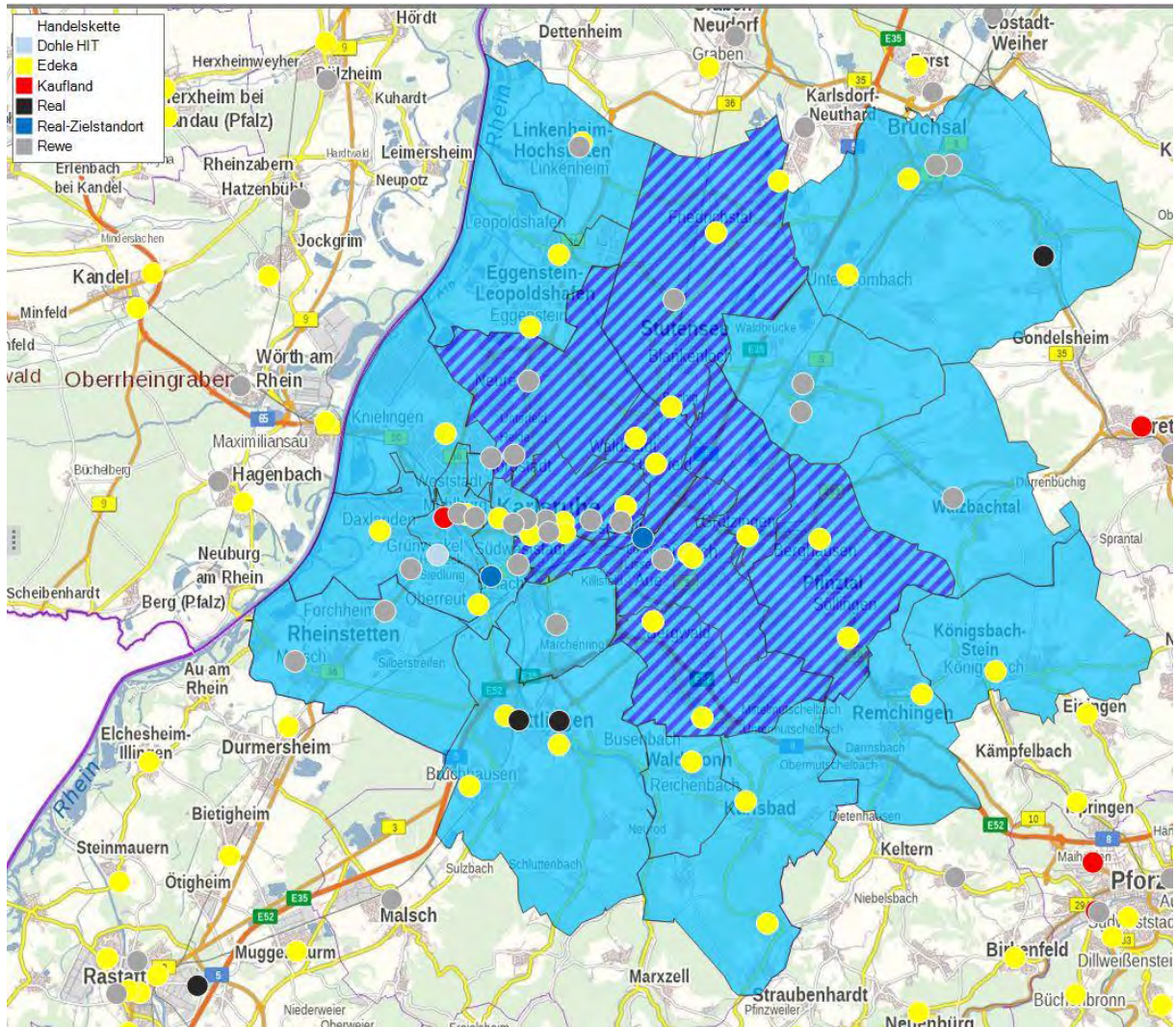


Kerngebiet Karlsruhe

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	30- 35
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	20- 25
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Dohle HIT	<1	<1
Norma	<1	<1
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 76137 Karlsruhe (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 76227 KARLSRUHE (SB- Warenhaus)
3	Edeka, 76137 KARLSRUHE (Verbrauchermarkt)
4	Edeka, 76139 KARLSRUHE-WALDSTADT (Supermarkt)
5	Aldi, 76227 Karlsruhe-Durlach (Discounter)
6	Aldi, 76131 Karlsruhe-Oststadt (Discounter)
7	Aldi, 76327 Pfinztal/Berghausen (Discounter)
8	Aldi, 76227 Karlsruhe-Durlach (Discounter)
9	Alnatura, 76131 Karlsruhe (Bio-Supermarkt)
10	Rewe, 76297 Stutensee (Supermarkt)
11	Rewe, 76227 Karlsruhe-Durlach (Supermarkt)
12	Aldi, 76297 Stutensee/Blankenloch (Discounter)
13	Lidl, 76131 Karlsruhe (Discounter)
14	Lidl, 76229 Karlsruhe (Discounter)
15	Rewe, 76149 Karlsruhe/Neureut (Supermarkt)
16	Edeka, 76187 KA-KNIELINGEN (Verbrauchermarkt)
17	Edeka, 76327 PFINZTAL-BERGHAUSEN (Supermarkt)
18	Edeka, 76229 KARLSRUHE-GRÖTZINGEN (Supermarkt)
19	Rewe, 76131 Karlsruhe (Supermarkt)
20	Rewe, 76131 Karlsruhe/Rintheim (Supermarkt)

- 328 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real mit 55- 60% erhebliche Anteile des Angebots im EZG auf sich. Rewe ist mit 20- 25% Anteil im Vollsortiment vertreten, die weiteren Wettbewerber erzielen mit jeweils unter 10% in diesem Segment keine bedeutenden Anteile.
- 329 Im Kerngebiet steigt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten im Vollsortiment auf 65- 70%. Rewe ist im Kerngebiet mit 25- 30% Anteil vertreten, die weiteren Wettbewerber fallen in diesem Segment weiter zurück.

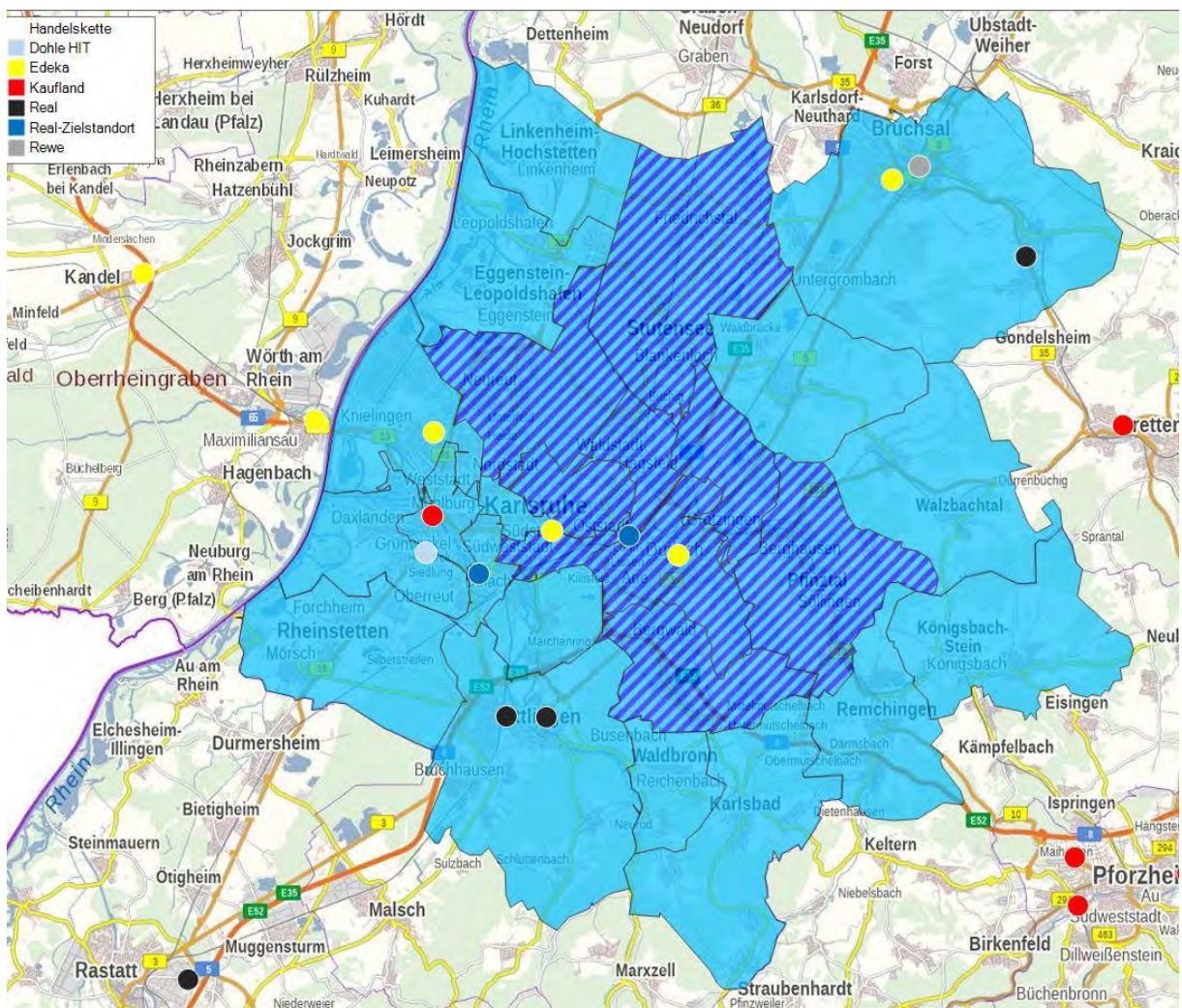


Vollsortiment Karlsruhe

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	55- 60	55- 60
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	20- 25	20- 25
Aldi	<1	<1
weitere Real- Märkte	5- 10	5- 10
Globus	<1	<1
Dohle HIT	1- 5	1- 5

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	50- 55
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	1- 5	1- 5
Rewe	20- 25	25- 30
Aldi	<1	<1
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Dohle HIT	1- 5	1- 5

330 Im Marktraum Karlsruhe betreibt Real fünf Großflächen. Edeka ist mit vier, Rewe mit zwei und Kaufland mit einer Großfläche im Marktraum vertreten.



Großflächen Karlsruhe

- 331 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Karlsruhe vorgetragen und Stellung genommen.⁷⁹ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden eine Galeria Markthalle, drei Biomärkte von Füllhorn sowie zwei von Göpi und ein Carota Bioladen fehlen, die noch zu berücksichtigen wären. Die Galeria- Markthalle war nach der sachlichen Marktabgrenzung des Bundeskartellamtes nicht zu berücksichtigen. Die Filialen von Füllhorn und Göpi wurden nachermittelt und sind in den ausgewiesenen Markt- und Umsatzanteilen berücksichtigt. Die Ermittlung und Einbeziehung des Carota Bioladens ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den zu erwartenden Umsatz nicht entscheidungserheblich.
- 332 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit von Rastatt, Pforzheim sowie Wörth am Rhein für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 333 Des Weiteren wurde die fehlerhafte Berücksichtigung einer Edeka- Filiale in Ludwigshafen vorgetragen. Eine Kontrolle des Vorgangs ergab, dass tatsächlich ein Fehler vorlag. Die Geokoordinaten der Filiale wurden korrigiert.
- 334 Bezüglich der Edeka- Filiale in der Grünwaldstraße 34 in 76149 Karlsruhe korrigierte Edeka auf Nachfrage die eigenen Angaben aus den Filial- Hinweisen.⁸⁰ Die Filiale wurde mit Blick auf den Neueröffnungstichtag daher in den ausgewiesenen Prognose- Marktanteilen nicht berücksichtigt.
- 335 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne und kann durch den Zuwachs über den Erwerb von Real ihre Marktstellung weiter ausbauen. Andere Marktteilnehmer fallen dagegen zurück: Zu Rewe als nächstgrößtem Anbieter vergrößert sich der Abstand auf jeweils 10- 15%. Die Wettbewerber werden im

⁷⁹ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 24 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 7 ff..

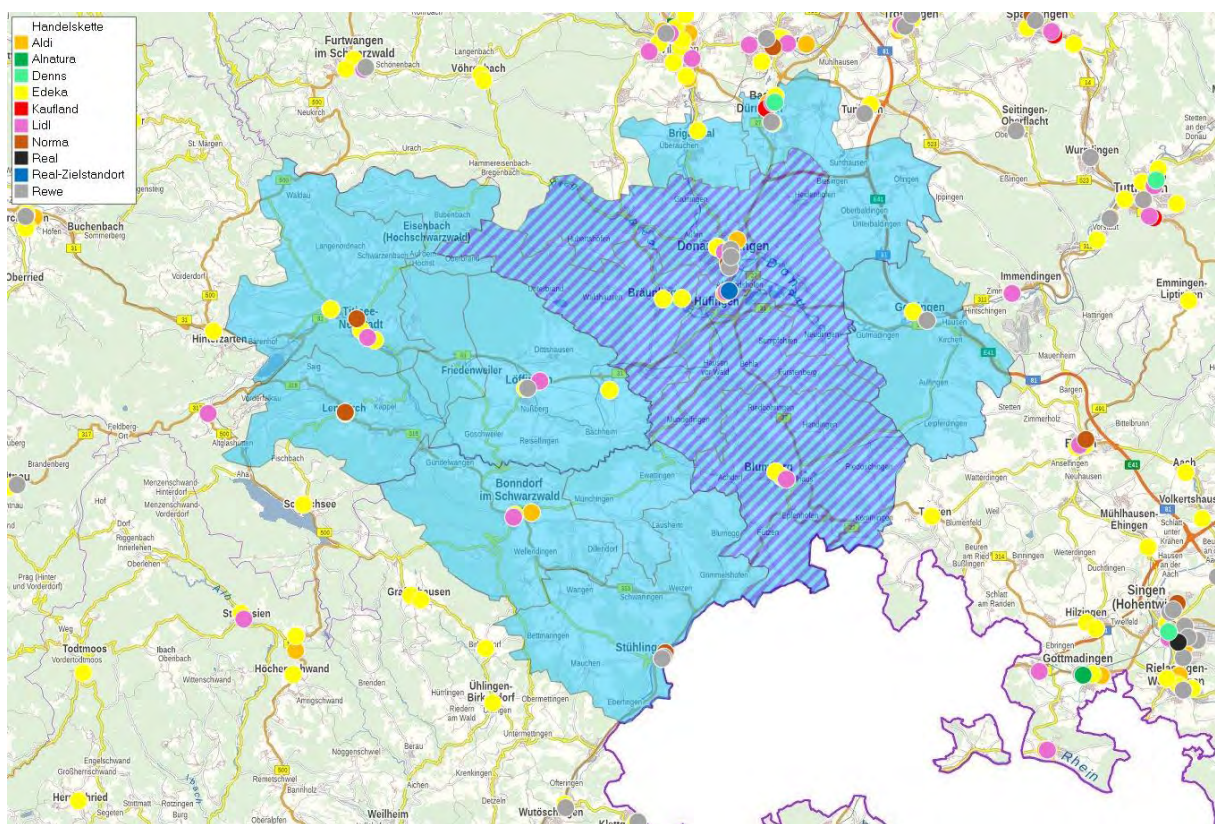
⁸⁰ Vgl. E-Mail von Frau Julia Cornelius vom 2. Dezember 2020.

Marktraum nach dem Wegfall von Real nur einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben können. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für Rewe und Kaufland dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichen Umfang nachzuvollziehen.

- 336 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 30- 35% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer deutlichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 40- 45% liegen. Rewe bleibt mit 20- 25% Anteil mit erheblichem Abstand hinter den Zusammenschlussbeteiligten zurück. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Wettbewerber diese in erheblichen Umfang mitgehen würden.
- 337 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment zeigt sich ein problematisches Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im Kerngebiet mit 65- 70% Anteil über hohe Volumina in diesem Segment verfügen. Der Abstand zu Rewe ist erheblich. Die Vollsortiments- Standorte von Rewe üben im Kerngebiet zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Andere Wettbewerber sind im Kerngebiet nicht bedeutend im Vollsortiment vertreten. Auf Ebene der Großfläche verfügt Edeka nach dem Zusammenschluss über sechs Standorte. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.
- 338 Der Zielstandort übt vor dem Zusammenschluss wesentlichen Wettbewerbsdruck auf die auf Rang 2 bis 4 der Filial-Rangliste liegenden Edeka-Standorte auf. Dieser Wettbewerbsdruck würde durch den Zusammenschluss entfallen.
- 339 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass im Marktraum Karlsruhe durch den Zusammenschluss bedeutsame unilaterale Effekte auftreten würden, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würden.

(3) Donaueschingen

- 340 Die Stadt Donaueschingen liegt etwa 13 Kilometer südlich von Villingen-Schwenningen im Südwesten Baden-Württembergs. Der an der Grenze zur Schweiz liegende Marktraum umfasst die Städte Geisingen, Bad Dürkheim, Stühlingen und Bonndorf im Schwarzwald sowie die Gemeinde Titisee-Neustadt. Das Kerngebiet umfasst neben Donaueschingen die Städte Blumberg, Hüfingen und Bräunlingen.



Marktraum Donaueschingen

- 341 Im Marktraum Donaueschingen liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt unter der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich.
- 342 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

- 343 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 30- 35% Marktführer. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 25- 30% Marktanteil. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe aus und erzielt im Marktraum 40- 45% Marktanteil. Der Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zur Schwarz- Gruppe beträgt 15- 20 Prozentpunkte. Aldi folgt mit 15- 20% Marktanteil ebenfalls mit sehr großem Abstand. Rewe spielt mit 5- 10% Marktanteil keine bedeutende Rolle im Markt.
- 344 In die Berechnungen wurden über 70 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von über 80% entfällt. Edeka betreibt die umsatzstärksten Standorte im EZG und liegt damit auf Rang 1, 2 und 4 der Rangliste. Der Zielstandort folgt auf Rang 5. In Bad Dürkheim ist Kaufland mit einem Standort vertreten und liegt bezogen auf das EZG auf Rang 3.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	35- 40
Real	1- 5	1- 5
Gesamt	45- 50	40- 45
Schwarz- Gruppe	25- 30	25- 30
Rewe	5- 10	5- 10
Aldi	10- 15	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	1- 5	1- 5
Bio	<1	<1

Rang	EZG
1	Edeka, 79822 TITISEE-NEUSTADT (Verbrauchermarkt)
2	Edeka, 78166 DONAUESCHINGEN (Supermarkt)
3	Kaufland, 78073 Bad Dür rheim (SB- Warenhaus)
4	Edeka, 79848 Bonndorf (Supermarkt)
5	Real, 78166 Donaueschingen (SB- Warenhaus)
6	Lidl, 78183 Hüfingen (Discounter)
7	Lidl, 79822 Titisee (Discounter)
8	Lidl, 78176 Blumberg (Discounter)
9	Lidl, 78166 Donaueschingen (Discounter)
10	Aldi, 79822 Titisee-Neustadt (Discounter)
11	Edeka, 79843 LOEFFINGEN (Supermarkt)
12	Lidl, 79848 Bonndorf (Discounter)
13	Lidl, 79843 Löffingen (Discounter)
14	Aldi, 78183 Hüfingen (Discounter)
15	Edeka, 78176 Blumberg (Supermarkt)
16	Aldi, 78166 Donaueschingen (Discounter)
17	Rewe, 78166 Donaueschingen (Supermarkt)
18	Edeka, 78187 GEISINGEN (Supermarkt)
19	Aldi, 78166 Donaueschingen (Discounter)
20	Aldi, 79848 Bonndorf im Schwarzwald (Discounter)

345 Im Marktraum Donaueschingen liegen die Zusammenbeschussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

346 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt ist erheblich und beträgt nach dem Zusammenschluss 15- 20 Prozentpunkte.

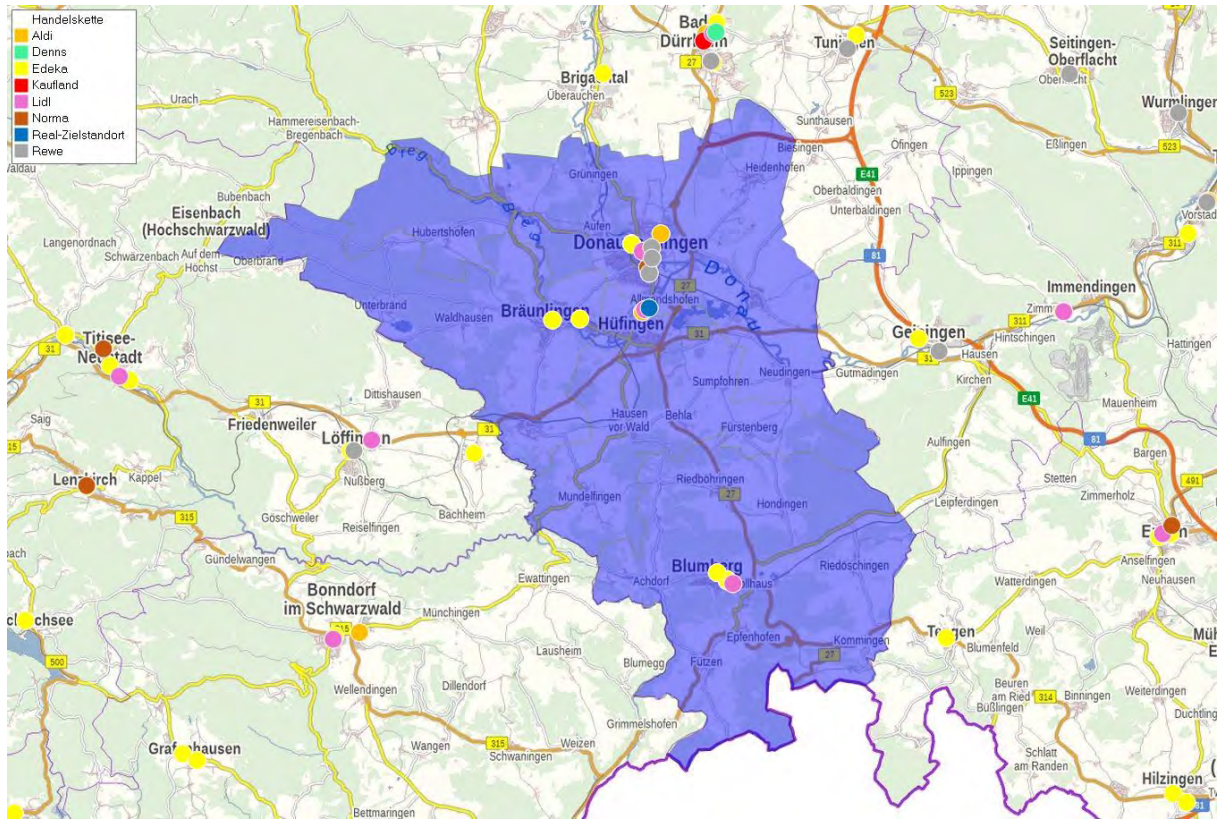
347 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

348 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt Aldi, Rewe und der Schwarz- Gruppe, die sonst

grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka-Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

349 Edeka ist zudem bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil knapp der stärkste Anbieter im Kerngebiet vor der Schwarz- Gruppe (30- 35%). Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen deutlichen Zuwachs von 5- 10% Umsatzanteil wird der Vorsprung zur Schwarz- Gruppe ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 35- 40% Anteil. Der Abstand zur Schwarz- Gruppe beträgt 5- 10 Prozentpunkte. Aldi folgt mit 15- 20% mit weitem Abstand. Rewe ist mit einem Marktanteil von 5- 10% auch im Kerngebiet nur schwach vertreten.

350 Edeka betreibt mit dem nahe Real gelegenen Standort die umsatzstärkste Filiale des Kerngebiets. Real liegt auf Rang 5; Edeka baut durch die Übernahme von Real seine Präsenz in Donaueschingen damit in räumlicher Hinsicht deutlich aus. Kaufland liegt mit seinem nicht im Kerngebiet gelegenen Standort auf Rang 4. Die Schwarz- Gruppe betreibt in Blumberg einen umsatzstarken Lidl (Rang 3), aber auch hier ist Edeka mit einem Supermarkt und einer Discount- Filiale vertreten und erzielt damit höhere Umsätze als die Lidl- Filiale. Während Kaufland grundsätzlich noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte der anderen Wettbewerber angesichts der geringen Umsatzbasis für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Diese Standorte der Wettbewerber können jedenfalls auch in Summe keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

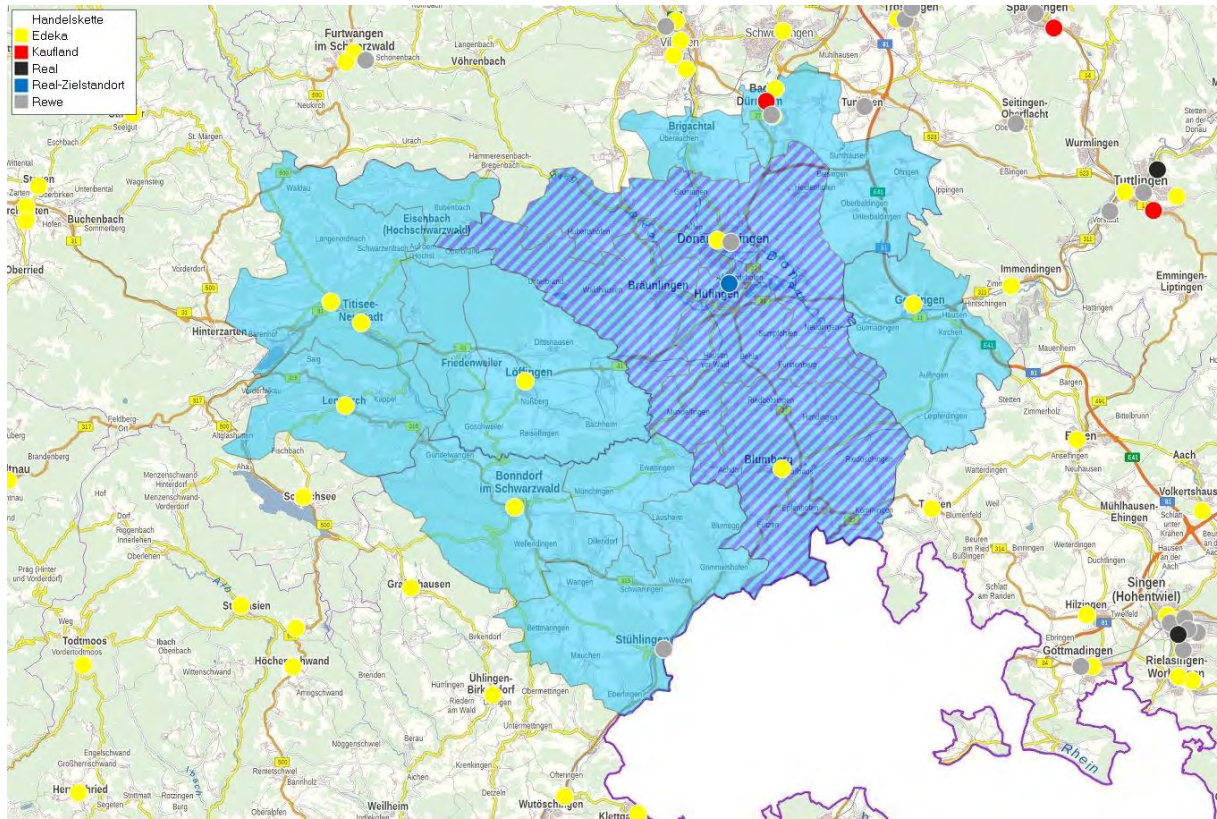


Kerngebiet Donauwörth

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	30- 35
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	35- 40
Schwarz- Gruppe	30- 35	30- 35
Rewe	5- 10	5- 10
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	1- 5	1- 5
Bio	<1	<1

Rang	Kerngebiet
1	Edeka, 78166 DONAUESCHINGEN (Supermarkt)
2	Lidl, 78183 Hüfingen (Discounter)
3	Lidl, 78176 Blumberg (Discounter)
4	Kaufland, 78073 Bad Dürkheim (SB- Warenhaus)
5	Real, 78166 Donaueschingen (SB- Warenhaus)
6	Aldi, 78183 Hüfingen (Discounter)
7	Edeka, 78176 Blumberg (Supermarkt)
8	Lidl, 78166 Donaueschingen (Discounter)
9	Aldi, 78166 Donaueschingen (Discounter)
10	Rewe, 78166 Donaueschingen (Supermarkt)
11	Edeka, 78199 Bräunlingen (Discounter)
12	Aldi, 78176 Blumberg (Discounter)
13	Aldi, 78166 Donaueschingen (Discounter)
14	Rewe, 78166 Donaueschingen (Discounter)
15	Edeka, 78176 Blumberg (Discounter)
16	Lidl, 79843 Löffingen (Discounter)
17	Norma, 78166 Donaueschingen (Discounter)
18	Edeka, 78048 VILLINGEN-SCHWENNINGEN (Verbrauchermarkt)
19	Edeka, 78250 TENGEN (Supermarkt)
20	Edeka, 78199 BRAEUNLINGEN (Kleines Lebensmittelgeschäft)

- 351 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 75- 80% über drei Viertel des Angebots in diesem Segment auf sich und sind mit Standorten gleichmäßig im EZG vertreten. Die Schwarz- Gruppe erzielt über Kaufland mit einem Standort nur einen Anteil von 10- 15% und übt im EZG nur einen schwachen Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Rewe spielt für das EZG keine bedeutende Rolle.
- 352 Im Kerngebiet erzielen Edeka und Real einen Anteil von 70- 75% im Vollsortiment. Die Schwarz- Gruppe erzielt 15- 20% Anteil; auch im Kerngebiet übt der Kaufland- Standort aufgrund des hohen Abstands zu den Zusammenschlussbeteiligten nur einen schwachen Wettbewerbsdruck aus. Rewe ist mit einem Supermarkt in Donaueschingen vertreten und liegt bezogen auf das Kerngebiet bei 10- 15% Umsatzanteil.

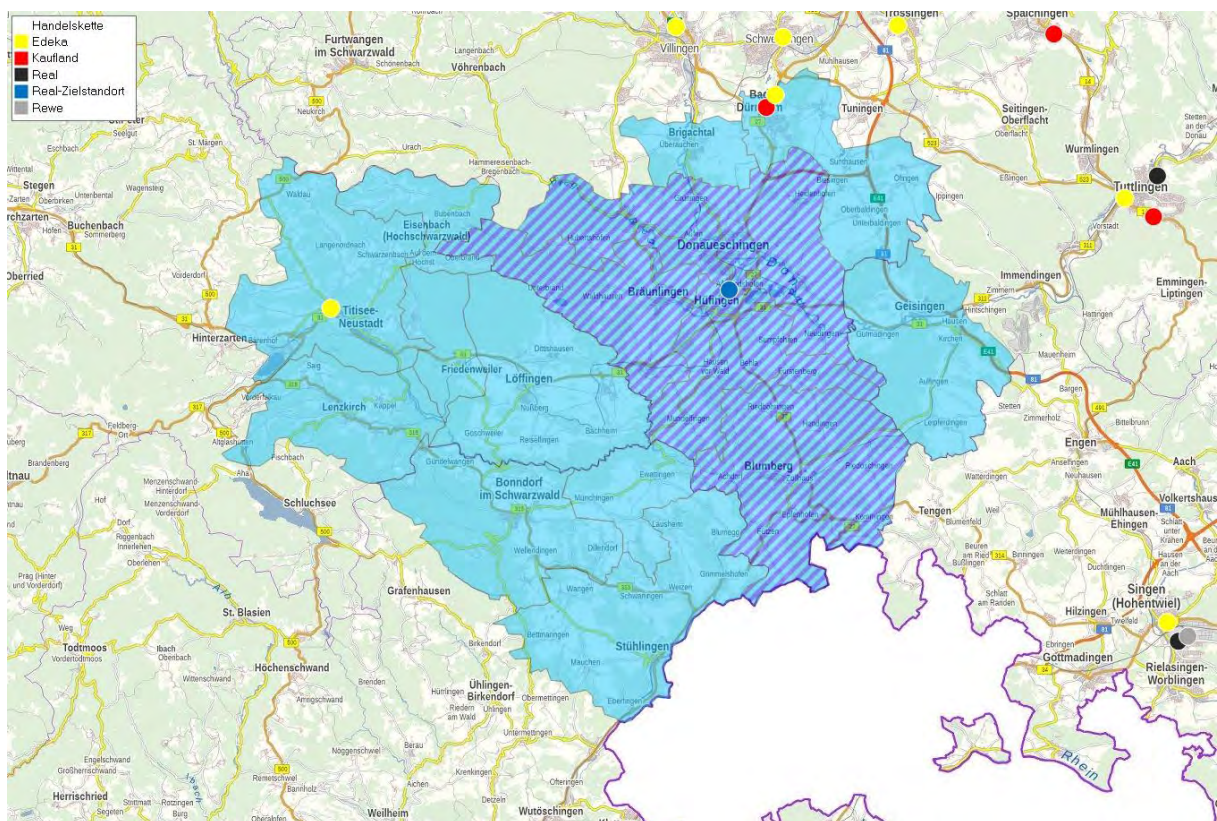


Vollsortiment Donauessingen

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	65- 70	65- 70
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	75- 80	75- 80
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	55- 60	50- 55
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	70- 75	70- 75
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

353 Im Marktraum Donaueschingen ist neben Real Edeka mit zwei Standorten und Kaufland mit einem Standort auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Donaueschingen

354 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Donaueschingen vorgetragen und Stellung genommen.⁸¹ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt

⁸¹ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 30 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 10 ff..

C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden zwei Standorte von Okle fehlen, die noch zu berücksichtigen wären. Die Ermittlung und Einbeziehung von Okle ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den typischen Umsatz von kleinen Lebensmittelgeschäften nicht entscheidungserheblich.

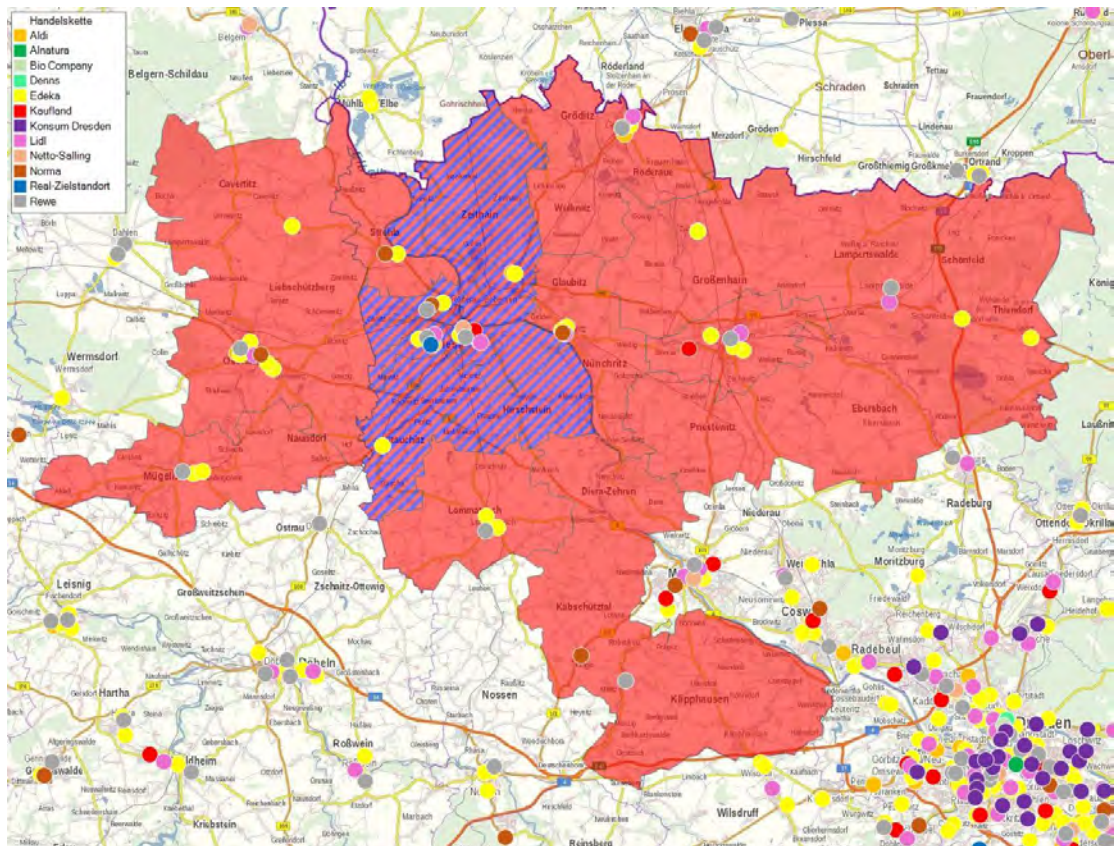
355 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 15- 20% und zu Aldi sogar 25- 30 Prozentpunkte. Die beiden Unternehmen können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.

356 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 30- 35% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer deutlichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 35- 40% liegen und Edeka könnte seine jetzt schon starke Präsenz auf Filialebene in Donaueschingen deutlich ausbauen. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 30- 35% Anteil, Aldi mit 15- 20% Anteil in diesem Segment. Rewe ist mit 5- 10% deutlich schwächer vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Schwarz- Gruppe diese in erheblichem Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

- 357 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG mit 75- 80% (im Kerngebiet 70- 75%) Anteil über sehr hohe Volumina in diesem Segment verfügen. Auch im Bereich der Großfläche ist Edeka im EZG vertreten. Die Vollsortiments- Standorte der Wettbewerber – in erster Linie der in Bad Dürkheim gelegene Kaufland- Standort - üben zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.
- 358 Der Zielstandort übt bisher aufgrund seiner Lage nahe dem größten Edeka-Standort und seiner hohen Umsätze wichtigen Wettbewerbsdruck auf Edeka aus, der durch den Zusammenschluss entfallen würde.
- 359 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Donaueschingen erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(4) Riesa

- 360 Riesa ist eine Stadt im sächsischen Landkreis Meißen. Im Marktraum liegen die Städte Mügel, Oschatz, Großenhain und Gröditz. Das Kerngebiet umfasst die Gemeinden Stauchitz, Hirschstein und Zeithain.



Marktraum Riesa

- 361 Im Marktraum Riesa liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 362 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken
- 363 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 40- 45% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (25- 30%). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe erheblich aus (15- 20 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Riesa einen Marktanteil von 45- 50%. Rewe folgt mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (30- 35 Prozentpunkte). Mit einem

Marktanteil von 5- 10% spielt Aldi ebenso wie weitere Wettbewerber im Marktraum keine bedeutende Rolle.

364 In die Berechnungen wurden über 70 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 70% entfällt. Edeka betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Insgesamt ist Edeka unter den 20 Top- Standorten acht Mal platziert. Kaufland liegt auf Rang 2 und 3; Real folgt auf Rang 4.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	40- 45
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	25- 30	25- 30
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Netto-Salling	<1	1- 5
Norma	1- 5	1- 5

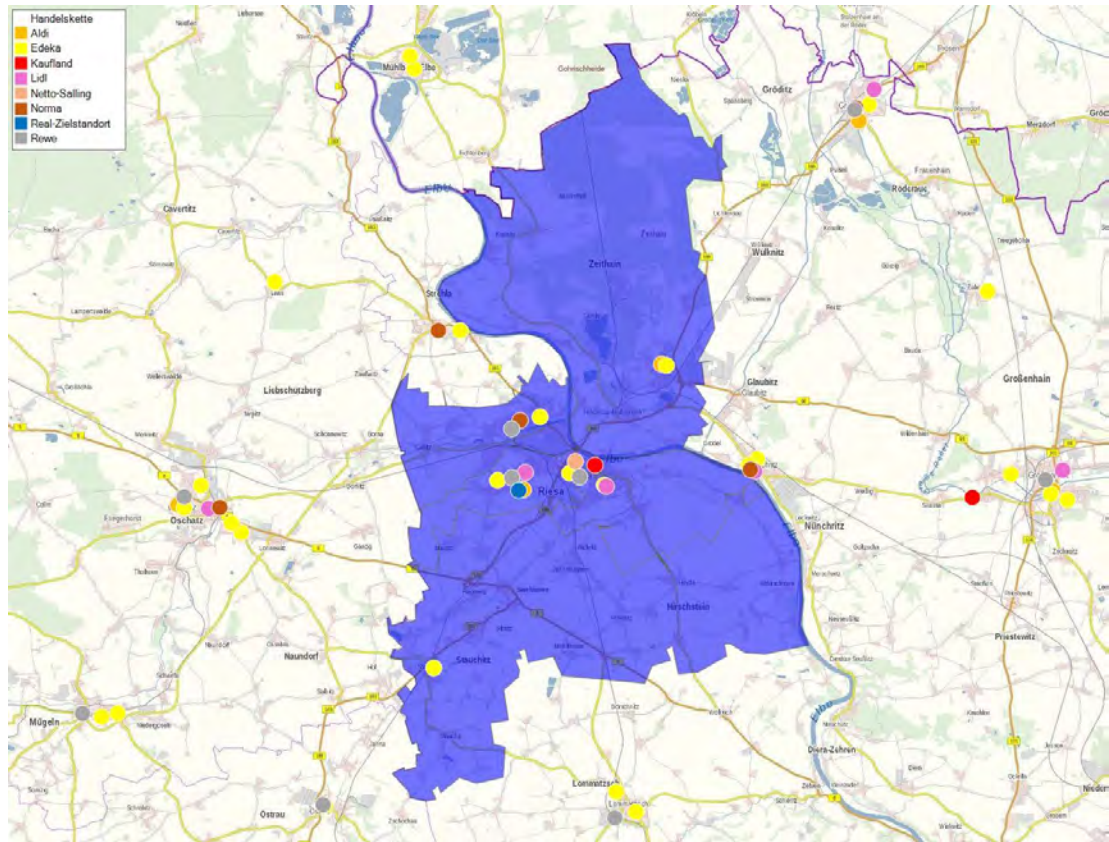
Rang	Filiale/Standort
1	Edeka, 04758 Oschatz (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 01587 Riesa (Verbrauchermarkt)
3	Kaufland, 01558 Großenhain (Verbrauchermarkt)
4	Real, 01587 Riesa (SB- Warenhaus)
5	Edeka, 01558 Großenhain (Supermarkt)
6	Rewe, 01609 Gröditz (Supermarkt)
7	Lidl, 01558 Großenhain (Discounter)
8	Rewe, 01591 Riesa (Supermarkt)
9	Lidl, 01589 Riesa (Discounter)
10	Edeka, 01587 Riesa (Discounter)
11	Kaufland, 01662 Meißen (Verbrauchermarkt)
12	Lidl, 01587 Riesa (Discounter)
13	Lidl, 04758 Oschatz (Discounter)
14	Edeka, 01558 Großenhain (Discounter)
15	Edeka, 01612 Nünchritz (Supermarkt)
16	Edeka, 01619 Zeithain (Discounter)
17	Rewe, 01623 Lommatzsch (Discounter)
18	Edeka, 04758 Oschatz (Discounter)
19	Edeka, 01623 Lommatzsch (Discounter)
20	Aldi, 04758 Oschatz (Discounter)

- 365 Im Marktraum Riesa liegen die Zusammenschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.
- 366 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 45- 50% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 15- 20 Prozentpunkte und ist damit erheblich.
- 367 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.
- 368 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst

grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka-Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

369 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 45- 50% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe (20- 25% Anteil) und Rewe (15- 20% Anteil). Aldi erzielt 5- 10% Anteil im Kerngebiet.

370 Neben Real erzielt der in Riesa gelegene Kaufland- Standort die größten Umsätze des Kerngebietes und übt einen gewissen Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Edeka betreibt 10 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der weiteren Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

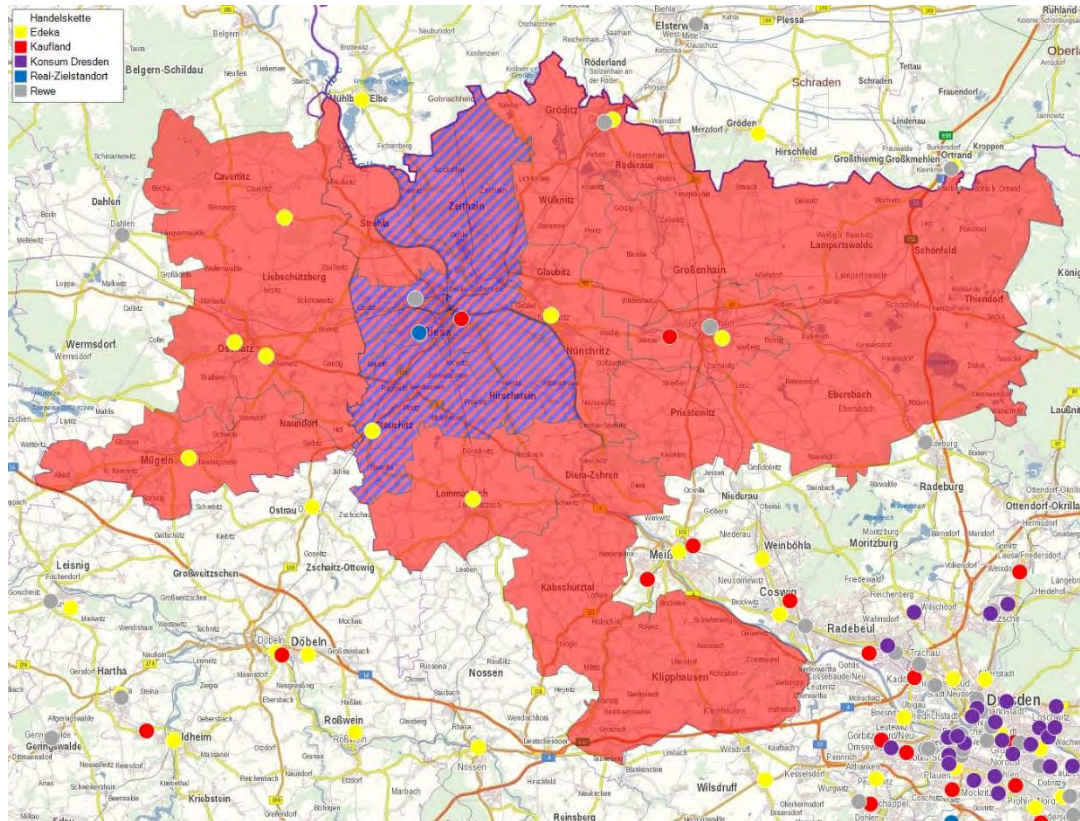


Kerngebiet Riesa

Kerngebiet	Anteil (in %)	Prog. Anteil (in %)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	20- 25	20- 25
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Netto-Salling	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 01587 Riesa (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 01587 Riesa (Verbrauchermarkt)
3	Lidl, 01589 Riesa (Discounter)
4	Rewe, 01591 Riesa (Supermarkt)
5	Edeka, 01587 Riesa (Discounter)
6	Edeka, 04758 Oschatz (SB- Warenhaus)
7	Lidl, 01587 Riesa (Discounter)
8	Edeka, 01589 Riesa (Discounter)
9	Rewe, 01587 Riesa (Discounter)
10	Edeka, 01619 Zeithain (Discounter)
11	Rewe, 01587 Riesa (Discounter)
12	Aldi, 01587 Riesa (Discounter)
13	Edeka, 01591 Riesa OT: Gröba (Discounter)
14	Edeka, 01587 Riesa (Discounter)
15	Netto-Salling, 01587 Riesa (Discounter)
16	Edeka, 01594 Stauchitz (Supermarkt)
17	Aldi, 01619 Zeithain (Discounter)
18	Edeka, 01623 Lommatzsch (Discounter)
19	Edeka, 01616 Strehla (Discounter)
20	Edeka, 01623 Lommatzsch (Supermarkt)

- 371 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 50- 55% mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt über ihre zwei im EZG gelegenen Standorte einen Anteil von 30- 35% und besitzt im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment, Rewe übt mit 10- 15% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes im Verhältnis schwächeren Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.
- 372 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real ebenfalls 50- 55% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt 30- 35% und Rewe 10- 15% Anteil in diesem Segment.

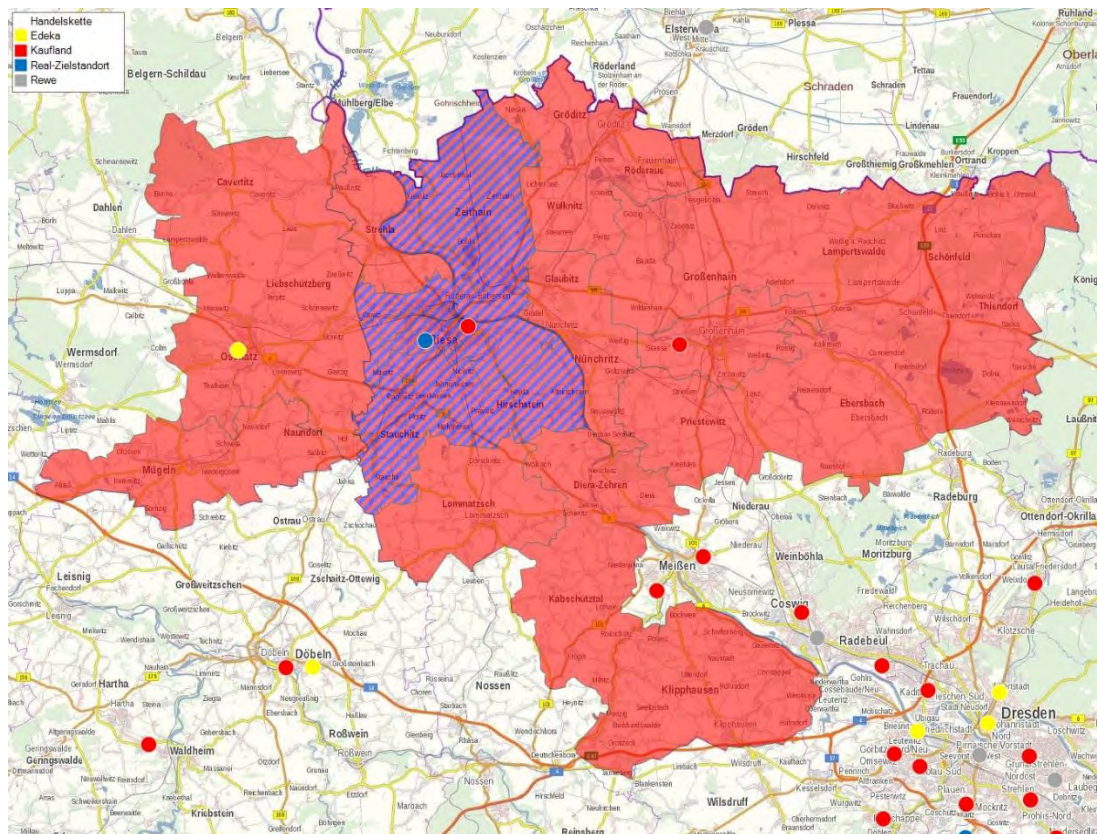


Vollsortiment Riesa

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	30- 35	30- 35
Rewe	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	20- 25	20- 25
Real	30- 35	30- 35
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	30- 35	30- 35
Rewe	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

373 Im Marktraum Riesa ist neben Real Edeka mit einem Standort und Kaufland mit zwei Standorten auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Riesa

374 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Riesa vorgetragen und Stellung genommen.⁸² Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, Meißen lasse sich vom Real- Standort aus

⁸² Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 44 f. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 15..

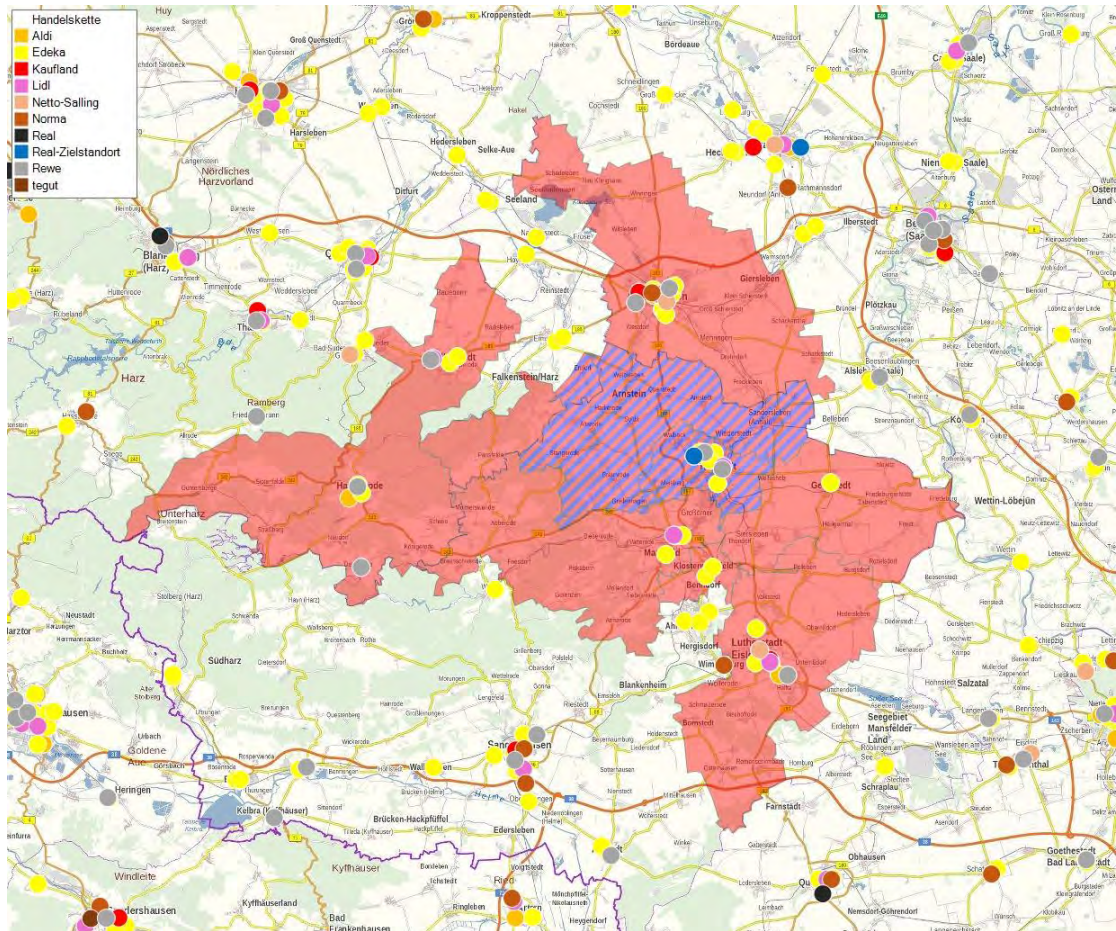
aufgrund seiner Anbindung in weniger als 30 Minuten erreichen und für im Südosten des Einzugsgebiets lebende Verbraucher seien LEH- Standorte in Dresden gut erreichbar. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.

- 375 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 45- 50% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 15- 20 und zu Rewe sogar 30- 35 Prozentpunkte. Die beiden Unternehmen können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe und Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 376 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 35- 40% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer erheblichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 45- 50% liegen. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 20- 25% Anteil, Rewe mit 15- 20% Anteil in diesem Segment. Aldi ist mit 5- 10% deutlich schwächer vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Schwarz- Gruppe und auch Rewe diese in erheblichem Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

- 377 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten sowohl im EZG als auch im Kerngebiet über 50- 55% Anteil in diesem Segment verfügen. Auch im Bereich der Großfläche ist Edeka mit einem Standort im EZG vertreten. Die Vollsortiments- Standorte der Wettbewerber – vor allem der nahe Real gelegene Kaufland- Standort - üben zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.
- 378 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Riesa erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(5) Hettstedt

- 379 Hettstedt liegt etwa 40 km nordwestlich von Halle in Sachsen- Anhalt. Im EZG liegen neben Hettstedt die Städte Harzgerode, Ballenstedt, Falkenstein/Harz, Arnstein, Aschersleben, Gerbstedt, Mansfeld und Lutherstadt Eisleben. Das Kerngebiet umfasst neben Hettstedt lediglich die Stadt Arnstein.



Marktraum Hettstedt

- 380 Im Marktraum Hettstedt liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem deutlichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 381 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken.
- 382 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 40- 45% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (20- 25%). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe sehr erheblich aus (20- 25

Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Hettstedt einen Marktanteil von 45- 50%. Rewe folgt mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (30- 35 Prozentpunkte). Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielt Aldi ebenso wie weitere Wettbewerber keine bedeutende Rolle im Markt.

383 In die Berechnungen wurden über 70 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 40 Standorte ein Marktanteil von ca. 85% entfällt. Kaufland betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG, gefolgt von Real. Die umsatzstärkste Filiale von Edeka liegt auf Rang 3; Edeka betreibt neun der 20 Top- Standorte im EZG.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	20- 25	20- 25
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Netto-Salling	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Kaufland, 06295 Lutherstadt Eisleben (Verbrauchermarkt)
2	Real, 06333 Hettstedt (Verbrauchermarkt)
3	Edeka, 06449 Aschersleben (Verbrauchermarkt)
4	Kaufland, 06449 Aschersleben (Verbrauchermarkt)
5	Rewe, 06295 Lutherstadt-Eisleben (Verbrauchermarkt)
6	Rewe, 06493 Harzgerode (Supermarkt)
7	Rewe, 06333 Hettstedt (Supermarkt)
8	Edeka, 06449 Aschersleben (Supermarkt)
9	Lidl, 06333 Hettstedt (Discounter)
10	Aldi, 06333 Hettstedt (Discounter)
11	Edeka, 06493 Harzgerode (Supermarkt)
12	Kaufland, 06484 Quedlinburg (Verbrauchermarkt)
13	Lidl, 06343 Mansfeld (Discounter)
14	Edeka, 06347 Gerbstedt (Discounter)
15	Edeka, 06333 Hettstedt (Discounter)
16	Rewe, 06493 Ballenstedt (Supermarkt)
17	Edeka, 06295 Lutherstadt-Eisleben (Discounter)
18	Edeka, 06333 Hettstedt (Discounter)
19	Edeka, 06493 Harzgerode (Discounter)
20	Edeka, 06449 Aschersleben (Discounter)

384 Im Marktraum Hettstedt liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

385 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 45- 50% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt ist sehr erheblich und beträgt nach dem Zusammenschluss 20- 25%.

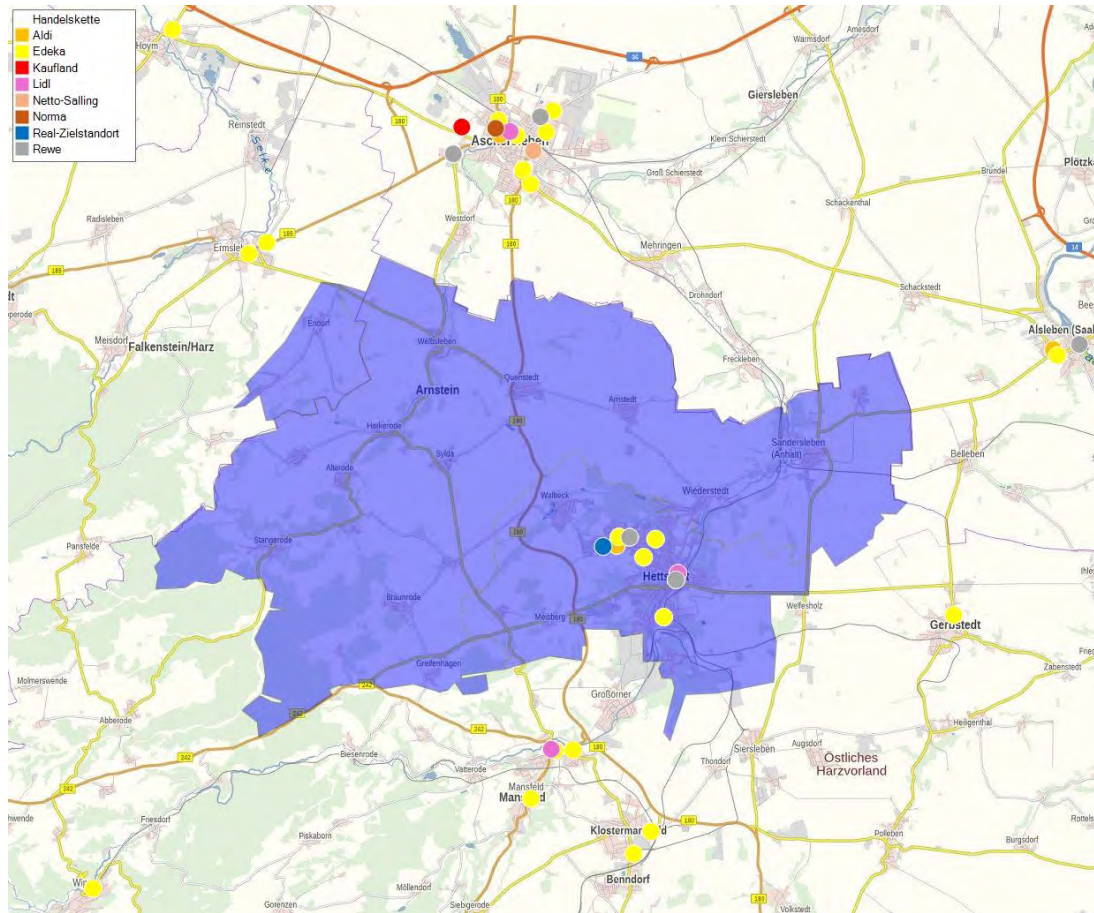
386 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

387 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt Aldi, Rewe und der Schwarz- Gruppe, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind

388 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Anteil mit erheblichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen sehr erheblichen Zuwachs von 15- 20% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 55- 60% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen Rewe (15- 20%), die Schwarz- Gruppe (10- 15%) und Aldi (10- 15%).

389 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von einem Rewe- Standort auf Rang 2. Edeka betreibt 11 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

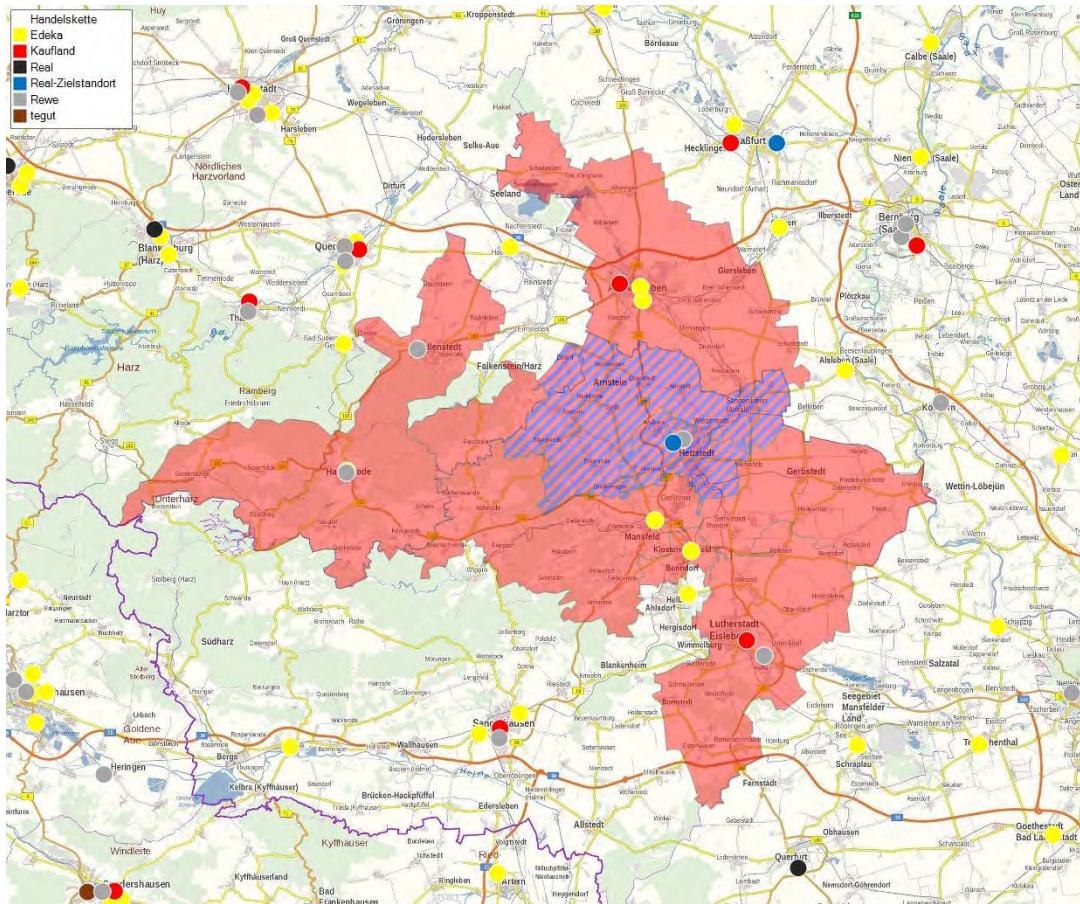


Kerngebiet Hettstedt

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	55- 60	55- 60
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 06333 Hettstedt (Verbrauchermarkt)
2	Rewe, 06333 Hettstedt (Supermarkt)
3	Lidl, 06333 Hettstedt (Discounter)
4	Aldi, 06333 Hettstedt (Discounter)
5	Edeka, 06333 Hettstedt (Discounter)
6	Edeka, 06333 Hettstedt (Discounter)
7	Rewe, 06333 Hettstedt (Discounter)
8	Edeka, 06333 Hettstedt (Discounter)
9	Edeka, 06333 Hettstedt (Discounter)
10	Edeka, 06449 Aschersleben (Verbrauchermarkt)
11	Edeka, 06347 Gerbstedt (Discounter)
12	Edeka, 06343 Mansfeld (Discounter)
13	Lidl, 06343 Mansfeld (Discounter)
14	Aldi, 06308 Klostermansfeld (Discounter)
15	Edeka, 06308 Klostermansfeld (Supermarkt)
16	Edeka, 06308 Klostermansfeld (Discounter)
17	Edeka, 06343 Mansfeld (Supermarkt)
18	Edeka, 06343 Mansfeld (Discounter)
19	Real, 39418 Staßfurt (Verbrauchermarkt)
20	Real, 06188 Peißen (SB- Warenhaus)

- 390 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 45- 50% fast die Hälfte des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt über ihre drei im EZG gelegenen Kaufland-Standorte einen Anteil von 30- 35% und besitzt im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment. Rewe übt mit 20- 25% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes auch Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.
- 391 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real mit 65- 70% zwei Drittel des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe liegt in diesem Segment mit weitem Abstand zu Real und erzielt u.a. mit seiner in räumlicher Nähe zu Real gelegenen Filiale 30- 35% Anteil. Die Schwarz- Gruppe ist im Vollsortiment nicht bedeutend im Kerngebiet vertreten.

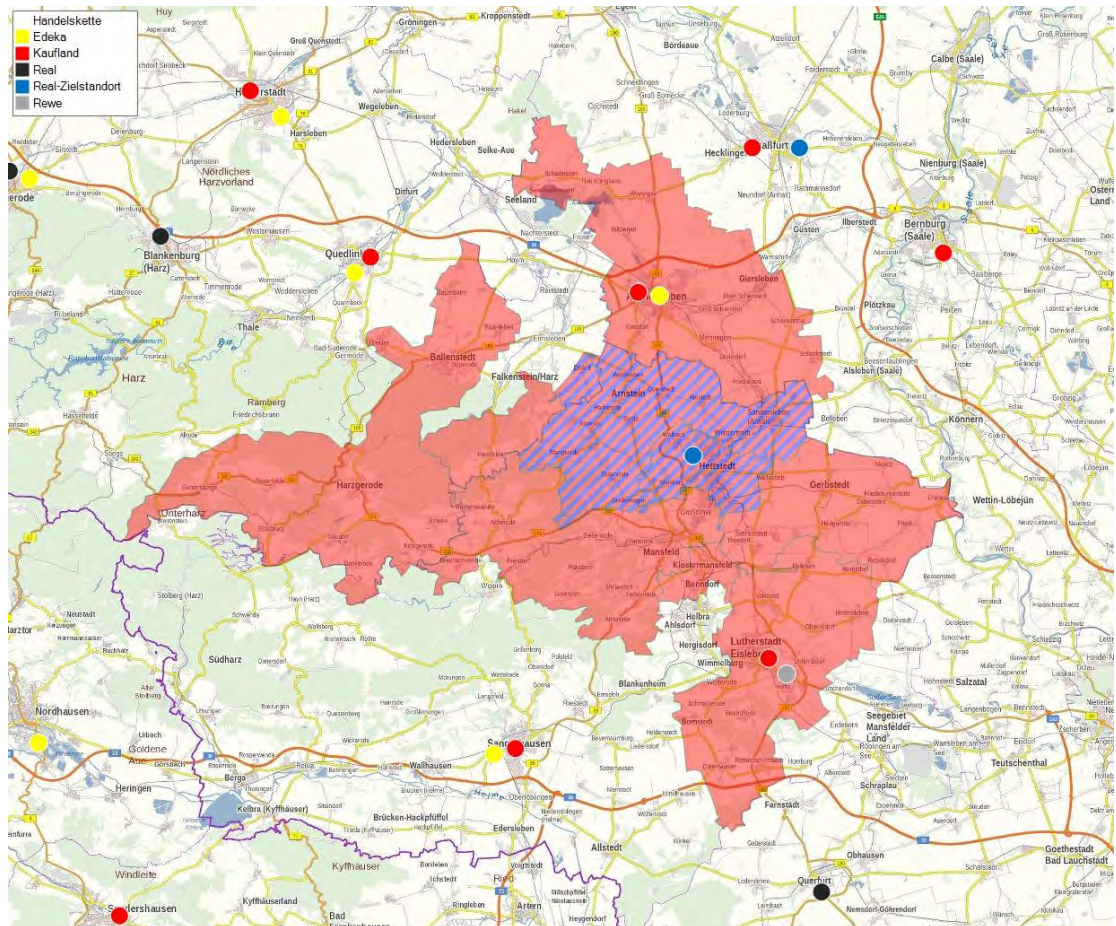


Vollsortiment Hettstedt

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	30- 35
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	30- 35	30- 35
Rewe	20- 25	20- 25
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	15- 20	15- 20
Real	45- 50	45- 50
Gesamt	65- 70	65- 70
Rewe	30- 35	30- 35
weitere Real- Märkte	<1	<1

392 Im Marktraum Hettstedt ist neben Real Kaufland mit zwei Standorten, Edeka und Rewe mit jeweils einem Standort auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Hettstedt

- 393 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Hettstedt vorgetragen und Stellung genommen.⁸³ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würde eine Aldi- Filiale fehlen, die noch zu berücksichtigen wäre. Diese Filiale wurde in der Berechnung nicht berücksichtigt, weil deren Schließung geplant ist, mithin sie zukünftig keine Ausweichalternative mehr darstellt. Außerdem seien zwei Edeka- Filialen zu Unrecht berücksichtigt worden. Eine Kontrolle ergab, dass beide Filialen gemäß den Fahrzeiten zurecht mit niedrigen Marktanteilen berücksichtigt wurden.
- 394 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit der Gemeinden Helbra, Ahlsdorf sowie Bernburg für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 395 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 45- 50% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 20- 25 Prozentpunkte und zu Rewe sogar 30- 35 Prozentpunkte. Die beiden Unternehmen können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe und Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 396 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei

⁸³ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 47 ff.

Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 35- 40% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer sehr erheblichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 55- 60% liegen. Rewe folgt mit 15- 20% Anteil, die Schwarz- Gruppe und Aldi mit jeweils 10- 15% Anteil in diesem Segment. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

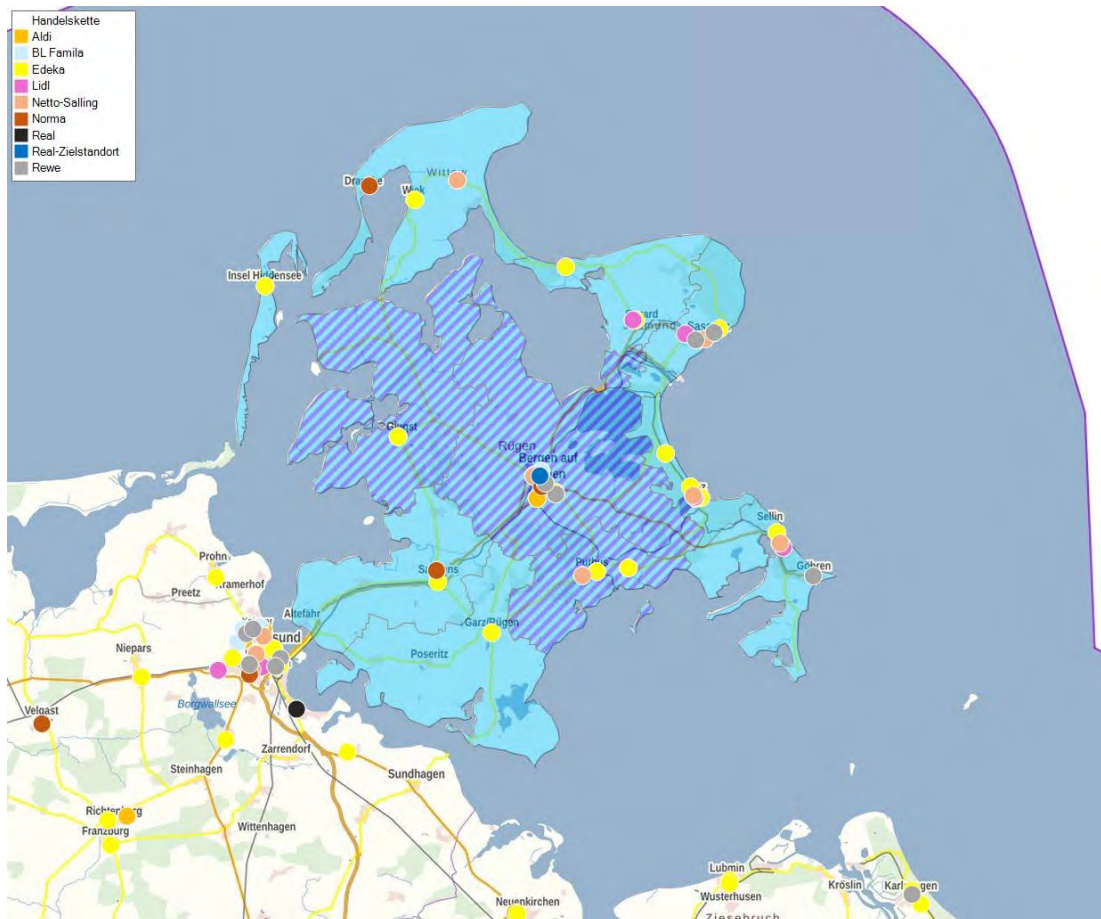
397 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 45- 50% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 65- 70% Anteil erhöht. Auch im Bereich der Großfläche ist Edeka mit einem Standort im EZG vertreten. Die Vollsortiments- Standorte der Wettbewerber üben zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

398 Der Zielstandort übt bisher aufgrund seiner Lage und seiner hohen Umsätze wichtigen Wettbewerbsdruck auf Edeka aus, der durch den Zusammenschluss entfallen würde.

399 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Hettstedt erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(6) Bergen auf Rügen

400 Bergen auf Rügen liegt im Zentrum der Insel Rügen in Mecklenburg-Vorpommern. Der Marktraum umfasst neben der gesamten Insel Rügen die Insel Hiddensee.



Marktraum Bergen auf Rügen

401 Im Marktraum Bergen auf Rügen liegen die Zusammenbeschlossbeteiligten über der 40% - Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt über der 40% - Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

402 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

- 403 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (10- 15%). Der Zuwachs über den Erwerb von Real ist mit 5- 10% deutlich. Im Marktraum Bergen auf Rügen erzielen die Zusammenschlussbeteiligten einen Marktanteil von 45- 50%. Der Abstand zur Schwarz- Gruppe ist mit 30- 35 Prozentpunkten sehr erheblich. Rewe und Netto Salling folgen mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr großem Abstand. Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielen Aldi ebenso wie Norma und BL Famila im Marktraum mit Marktanteilen im einstelligen Bereich keine bedeutende Rolle.
- 404 In die Berechnungen wurden über 40 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 80% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 2. und 3. und betreibt insgesamt acht der 20 Top- Standorte im EZG. Rewe liegt auf Rang 4.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
BL Famila	1- 5	1- 5
Netto-Salling	10- 15	10- 15
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 18528 Bergen auf Rügen (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 18609 Prora (Supermarkt)
3	Edeka, 18586 Sellin (Supermarkt)
4	Rewe, 18528 Bergen auf Rügen (Supermarkt)
5	Edeka, 18528 Bergen (Supermarkt)
6	Lidl, 18586 Baabe/Rügen (Discounter)
7	Edeka, 18551 Sagard (Supermarkt)
8	Lidl, 18528 Bergen (Discounter)
9	Netto-Salling, 18556 Altenkirchen (Discounter)
10	Edeka, 18573 SAMTENS (Discounter)
11	Rewe, 18546 Sassnitz (Supermarkt)
12	Rewe, 18546 Sassnitz (Supermarkt)
13	Lidl, 18609 Binz (Discounter)
14	Aldi, 18546 Saßnitz (Discounter)
15	BL Famila, 18528 Bergen (Verbrauchermarkt)
16	Edeka, 18609 Ostseebad Binz (Supermarkt)
17	Lidl, 18546 Sassnitz-Lancken (Discounter)
18	Edeka, 18581 Putbus (Discounter)
19	Edeka, 18565 Vitte/Hiddensee (Supermarkt)
20	Aldi, 18586 Sellin (Discounter)

405 Im Marktraum Bergen auf Rügen liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

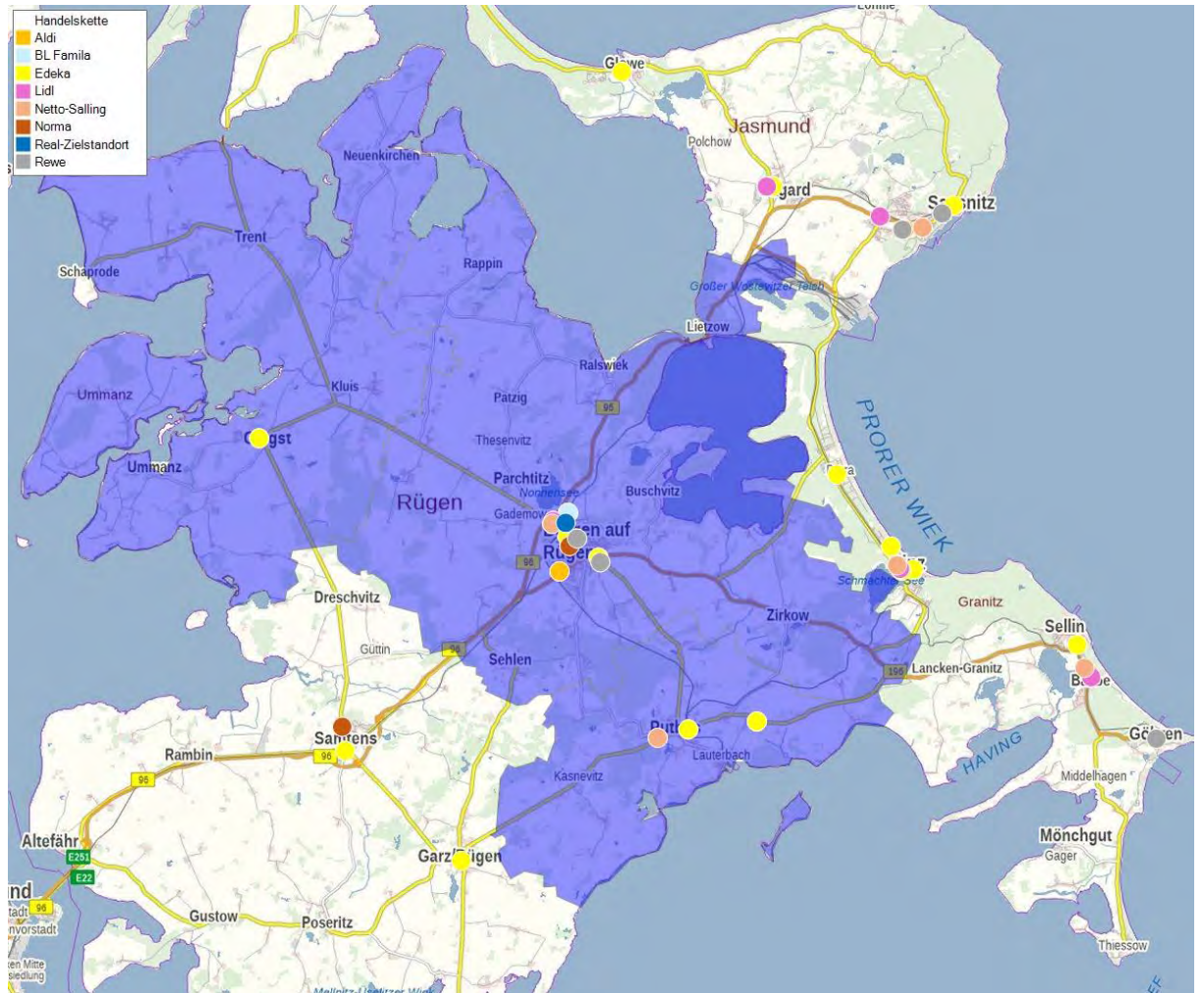
406 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 45- 50% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 30- 35 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

407 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

408 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt Aldi, Rewe und der Schwarz- Gruppe, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

- 409 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 25- 30% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 15- 20% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 45- 50% Anteil, mit weitem Abstand folgen Rewe (10- 15%), die Schwarz- Gruppe (5- 10%) und Aldi (5- 10%).
- 410 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt mit deutlichem Abstand von einem Rewe- Standort auf Rang 2. Edeka betreibt 6 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Bartels-Langness (Familia) liegt auf Rang 6, Netto-Salling mit zwei Standorten auf Rang 11 und 12. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

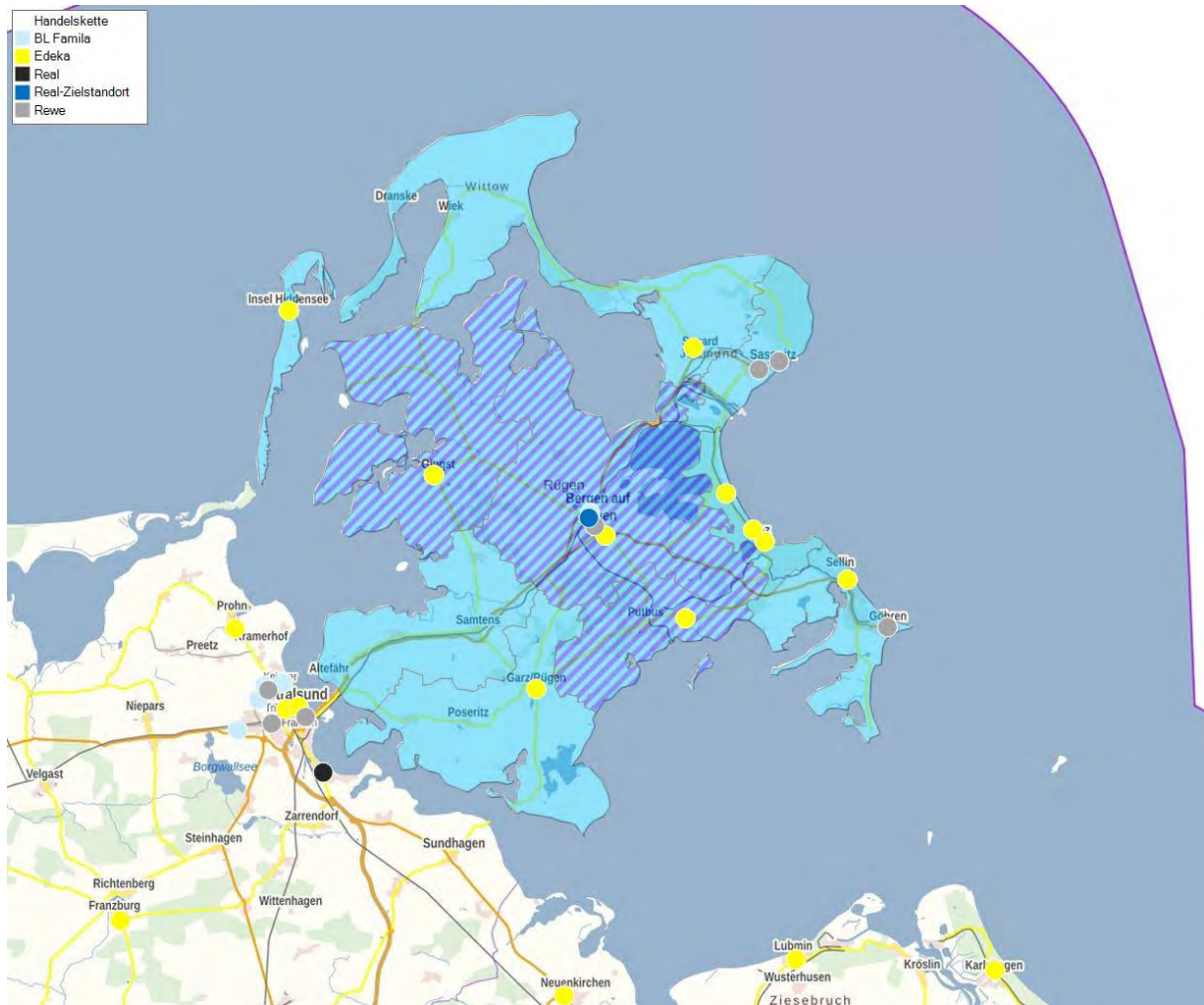


Kerngebiet Bergen auf Rügen

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	25- 30
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	15- 20	10- 15
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
BL Famila	5- 10	5- 10
Netto-Salling	5- 10	5- 10
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 18528 Bergen auf Rügen (SB- Warenhaus)
2	Rewe, 18528 Bergen auf Rügen (Supermarkt)
3	Edeka, 18528 Bergen (Supermarkt)
4	Lidl, 18528 Bergen (Discounter)
5	Edeka, 18581 Putbus (Discounter)
6	BL Famila, 18528 Bergen (Verbrauchermarkt)
7	Edeka, 18528 Bergen auf Rügen (Discounter)
8	Rewe, 18528 Bergen Auf Rügen (Discounter)
9	Aldi, 18528 Bergen (Discounter)
10	Edeka, 18581 Putbus (Supermarkt)
11	Netto-Salling, 18528 Bergen (Discounter)
12	Netto-Salling, 18581 Putbus auf Rügen (Discounter)
13	Aldi, 18528 Bergen (Discounter)
14	Edeka, 18569 Gingst (Supermarkt)
15	Norma, 18528 Bergen (Discounter)
16	Edeka, 18574 Garz (Supermarkt)
17	Real, 18439 Stralsund-Andershof (SB- Warenhaus)
18	Real, 17491 Greifswald (SB- Warenhaus)
19	Real, 18069 Rostock-Sievershagen (SB- Warenhaus)
20	Real, 17033 Neubrandenburg (SB- Warenhaus)

- 411 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 70- 75% fast drei Viertel des Angebots auf sich. Rewe erzielt einen Anteil von 20- 25% und besitzt im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment. Die Schwarz- Gruppe ist im Vollsortiment im EZG nicht vertreten: Sie betreibt im EZG Lidl- Filialen, aber keine Kaufland- Filiale.
- 412 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real ebenfalls 70- 75% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe ist mit 15- 20% Anteil und BL Famila mit 10- 15% in diesem Segment vertreten.

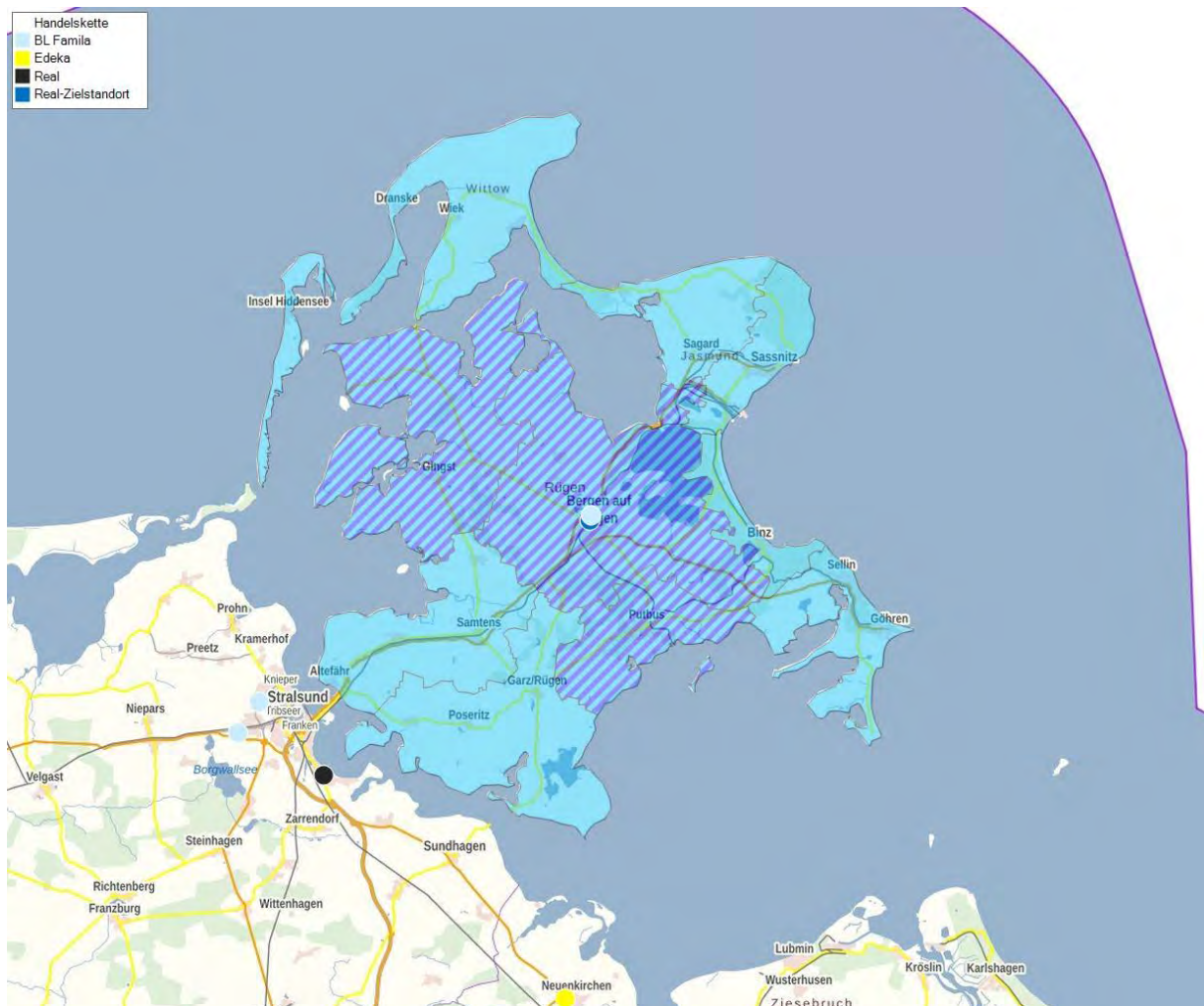


Vollsortiment Bergen auf Rügen

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	50- 55
Real	20- 25	20- 25
Gesamt	65- 70	70- 75
Schwarz- Gruppe	<1	<1
Rewe	25- 30	20- 25
Aldi	<1	<1
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
BL Famila	5- 10	5- 10

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	30- 35	35- 40
Gesamt	65- 70	70- 75
Rewe	20- 25	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
BL Famila	10- 15	10- 15

413 Im Marktraum Bergen auf Rügen ist neben Real BL Famila mit einem Standort auf der Großfläche vertreten. Edeka betreibt im Marktraum keine Großfläche. Ein weiterer Real-Standort und zwei weitere BL Famila- Standorte sind in Stralsund, am Rande des EZG, gelegen.



Großflächen Bergen auf Rügen

- 414 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Bergen auf Rügen vorgetragen und Stellung genommen.⁸⁴ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, Stralsund lasse sich vom Real- Standort aus aufgrund seiner Anbindung in weniger als 30 Minuten erreichen und für im südlichen Teil Rügens lebende Verbraucher seien LEH- Standorte in Stralsund noch schneller erreichbar. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.

⁸⁴ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 49 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 15 ff..

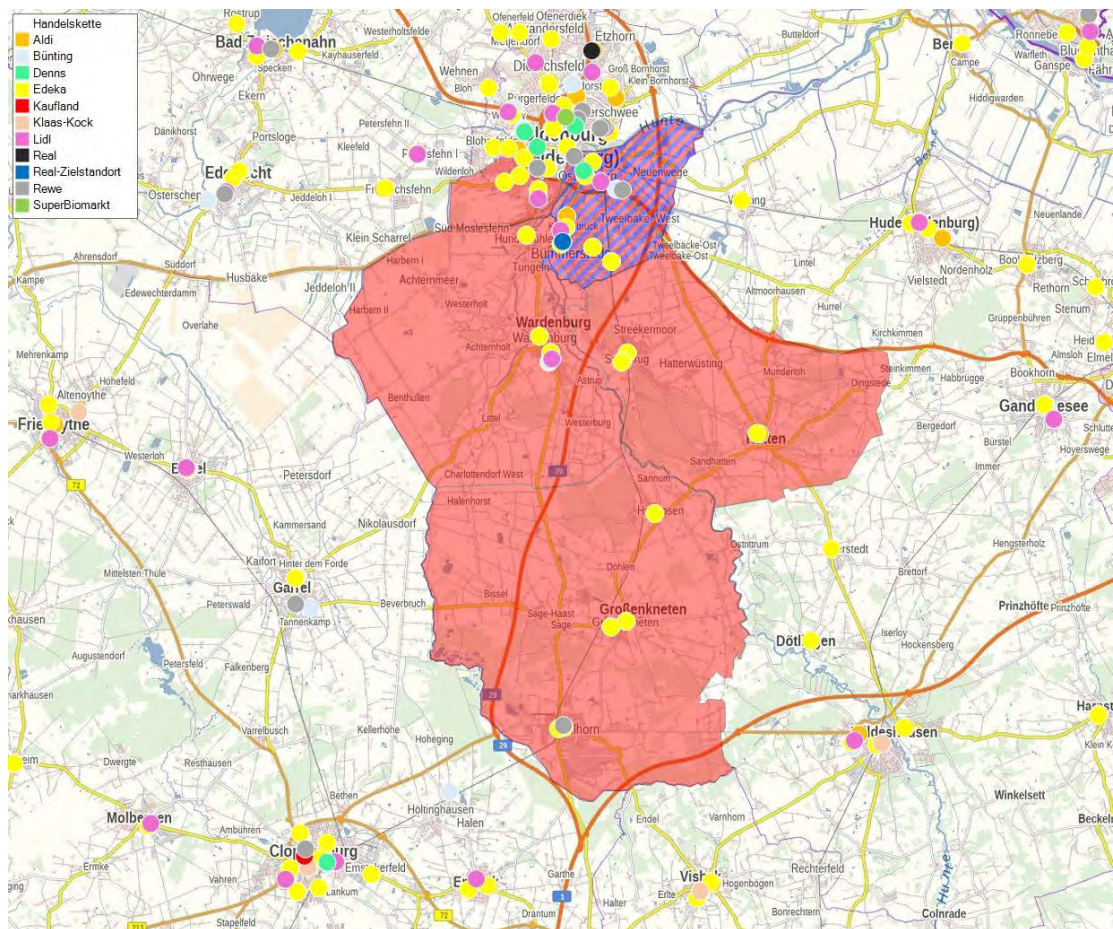
- 415 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 45- 50% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt allein zur Schwarz- Gruppe bereits 30- 35 Prozentpunkte. Die Schwarz- Gruppe und Rewe können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe und Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 416 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerbslich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 25- 30% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer erheblichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 45- 50% liegen. Rewe folgt mit weitem Abstand mit 10- 15% Anteil in diesem Segment. Alle weiteren Wettbewerber sind mit jeweils 5- 10% Anteil deutlich schwächer im Kerngebiet vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass Rewe diese in erheblichem Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.
- 417 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbsliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten sowohl im EZG als auch im Kerngebiet über 70- 75% Anteil in diesem Segment verfügen. Sie ziehen damit die wesentlichen Umsätze des Vollsortiment- Angebotes auf sich. Die Vollsortiments- Standorte der Wettbewerber – insbesondere die beiden nahe Real gelegenen Rewe- und BL Famila- Standorte - üben zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine

hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

- 418 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Bergen auf Rügen erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(7) Oldenburg

- 419 Oldenburg ist eine Stadt in Niedersachsen. Der Marktraum verläuft durch die Gemeinden Großenkneten und Wardenburg; das Kerngebiet liegt nur im nördlichen Teil des Marktraumes.



Marktraum Oldenburg

- 420 Im Marktraum Oldenburg liegen die Zusammenbeschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem

liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

- 421 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken.
- 422 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 40- 45% Marktanteil Marktführer vor Aldi (10- 15%). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe erheblich aus (35- 40 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Oldenburg einen Marktanteil von 50- 55%. Die Schwarz- Gruppe und Bünzing folgen mit jeweils 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (35- 40 Prozentpunkte). Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielt Rewe im Marktraum ebenso wie weitere Wettbewerber keine bedeutende Rolle.
- 423 In die Berechnungen wurden ca. 90 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 70% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 2 und betreibt sieben der 20 Top- Standorte im EZG. Auf Rang 4 folgt Bünzing.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	40- 45
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	5- 10	5- 10
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1
Bünzing	10- 15	10- 15
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 26133 Oldenburg (Verbrauchermarkt)
2	Edeka, 26209 Hatten (Supermarkt)
3	Lidl, 26203 Wardenburg (Discounter)
4	Bünting, 26135 Oldenburg (Supermarkt)
5	Lidl, 26135 Oldenburg (Oldenburg) (Discounter)
6	Edeka, 26131 Oldenburg (Supermarkt)
7	Bünting, 26203 Wardenburg (Supermarkt)
8	Aldi, 26133 Oldenburg/Kreyenbrück (Discounter)
9	Edeka, 26133 Oldenburg (Supermarkt)
10	Edeka, 26203 Wardenburg (Supermarkt)
11	Lidl, 26133 Oldenburg (Oldenburg) (Discounter)
12	Edeka, 26209 Hatten (Supermarkt)
13	Aldi, 26203 Wardenburg (Discounter)
14	Lidl, 26131 Oldenburg (Oldenburg) (Discounter)
15	Edeka, 26133 Oldenburg (Discounter)
16	Rewe, 26197 Großenkneten (Supermarkt)
17	Aldi, 26197 Großenkneten (Discounter)
18	Rewe, 26131 Oldenburg (Supermarkt)
19	Aldi, 26209 Kirchhatten (Discounter)
20	Edeka, 26135 Oldenburg (Supermarkt)

424 Im Marktraum Oldenburg liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

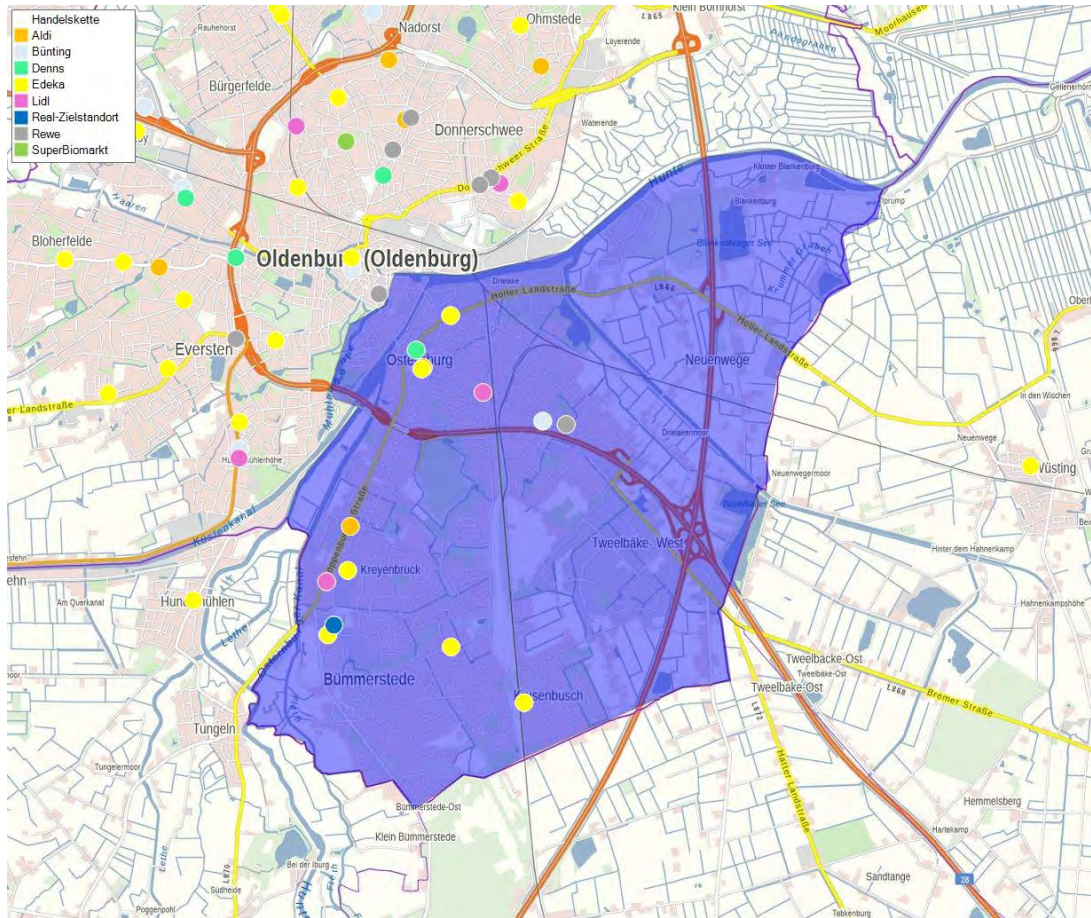
425 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 50- 55% und somit wesentlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 35- 40 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

426 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

427 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

- 428 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 45- 50% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen Aldi (15- 20%), die Schwarz- Gruppe (10- 15%) und Bunting (10- 15%). Rewe ist mit einem Anteil von 5- 10% im Kerngebiet vertreten.
- 429 Real betreibt den mit Abstand umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von einem Lidl- Standort auf Rang 2 und einem Bunting- Standort auf Rang 3. Edeka betreibt 9 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



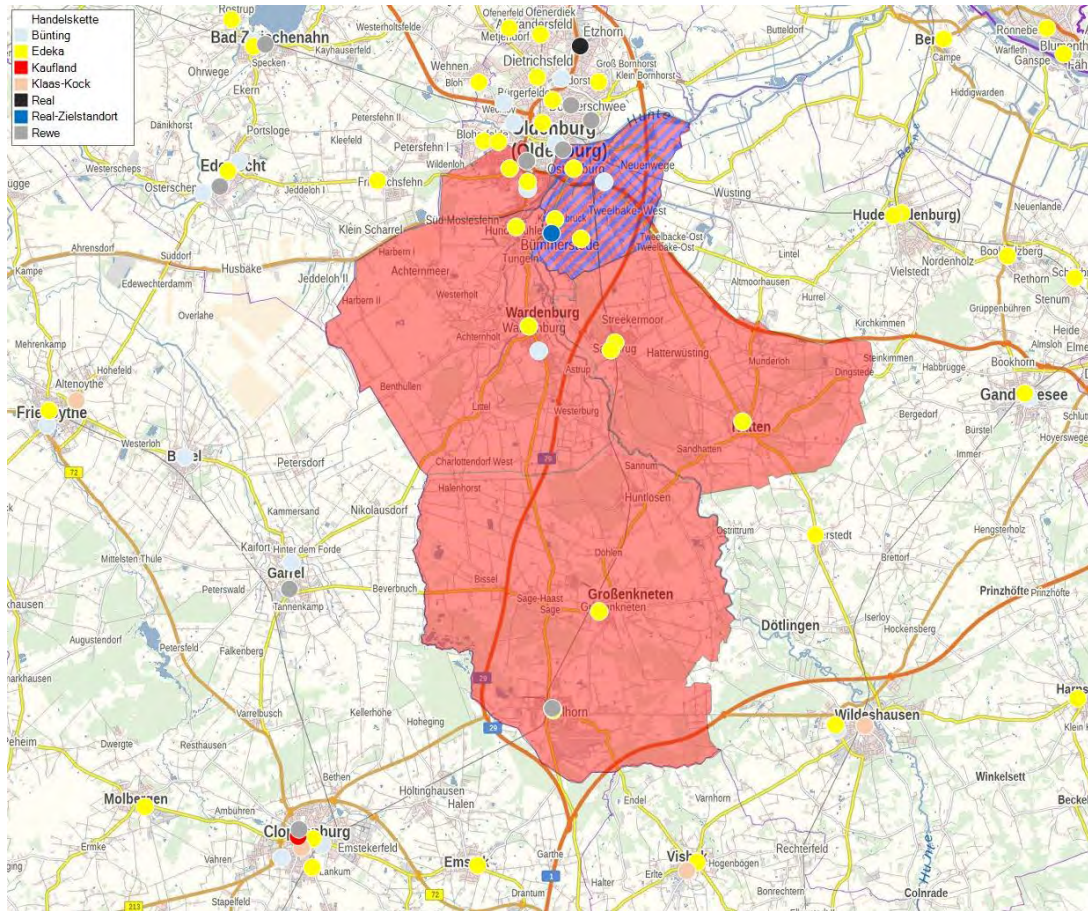
Kerngebiet Oldenburg

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	10- 15
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	5- 10	5- 10
Aldi	10- 15	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Bünting	10- 15	10- 15
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 26133 Oldenburg (Verbrauchermarkt)
2	Lidl, 26135 Oldenburg (Oldenburg) (Discounter)
3	Bünting, 26135 Oldenburg (Supermarkt)
4	Aldi, 26133 Oldenburg/Kreyenbrück (Discounter)
5	Edeka, 26133 Oldenburg (Supermarkt)
6	Lidl, 26133 Oldenburg (Oldenburg) (Discounter)
7	Edeka, 26133 Oldenburg (Discounter)
8	Edeka, 26133 Oldenburg (Supermarkt)
9	Edeka, 26135 Oldenburg (Supermarkt)
10	Edeka, 26135 Oldenburg (Discounter)
11	Aldi, 26133 Oldenburg (Discounter)
12	Bünting, 26129 Oldenburg (SB- Warenhaus)
13	Rewe, 26135 Oldenburg (Discounter)
14	Edeka, 26209 Hatten (Supermarkt)
15	Edeka, 26135 OLDENBURG (Discounter)
16	Bünting, 26127 Oldenburg (SB- Warenhaus)
17	Aldi, 26135 Oldenburg (Discounter)
18	Edeka, 26203 Wardenburg (Supermarkt)
19	Rewe, 26131 Oldenburg (Supermarkt)
20	Edeka, 26121 Oldenburg (Supermarkt)

430 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 65- 70% zwei Drittel des Angebots auf sich. Bünting erzielt über drei im EZG gelegenen Standorte einen Anteil von 20- 25% und besitzt im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment. Rewe übt mit 5- 10% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes im Verhältnis schwächeren Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Die Schwarz- Gruppe ist im Vollsortiment nicht vertreten.

431 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real ebenfalls 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Bünting erzielt 20- 25% und Rewe 10- 15% Anteil in diesem Segment.

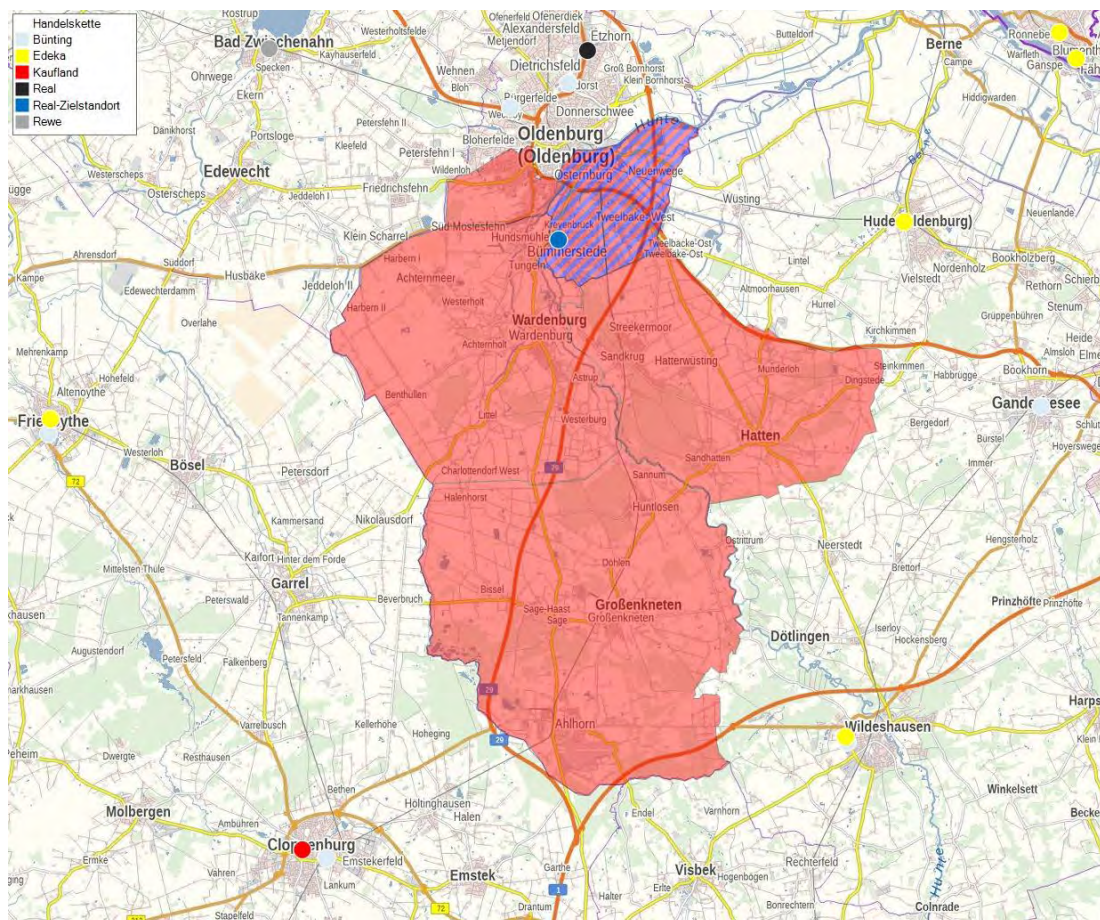


Vollsortiment Oldenburg

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	55- 60	55- 60
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	<1	<1
Rewe	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Bünting	20- 25	20- 25

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	<1	<1
Rewe	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Globus	<1	<1
BL Famila	<1	<1
Bünting	20- 25	20- 25

432 Im Marktraum Oldenburg ist nur Real auf der Großfläche vertreten. Ein weiterer Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist und zwei Bünting-Standorte liegen nördlich des EZG in Oldenburg.



Großflächen Oldenburg

- 433 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Oldenburg vorgetragen und Stellung genommen.⁸⁵ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden eine von Bunting betriebene Combi- Filiale sowie ein Biomarkt fehlen, die noch zu berücksichtigen wären. Eine Kontrolle des Vortrags hat ergeben, dass der Beschlussabteilung der Combi- Standort bekannt war und in die Berechnungen einbezogen wurde. Die Ermittlung und Einbeziehung des Biomarktes ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den zu erwartenden Umsatz nicht entscheidungserheblich.
- 434 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit des Stadtgebiets Oldenburg sowie der Gemeinden Helbra, Cloppenburg und Delmenhorst für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 435 Edeka trägt weiter vor, der in Oldenburg liegende weitere Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist⁸⁶, übe bei einem Betreiberwechsel aufgrund der „Barrierewirkung“ eine besondere Anziehungskraft auf die Verbraucher aus. Dieser Real- Standort strahlt derzeit mit einem Filialanteil von unter 1% in das EZG hinein und liegt auf Rang 44 der umsatzstärksten LEH- Unternehmen im Marktraum. Dieser geringe Marktanteil spiegelt wider, dass derzeit nur wenige im EZG ansässige Kunden diese Filiale nutzen. Mögliche Änderungen des Nachfrageverhaltens nach der möglichen Übernahme durch Kaufland oder einen anderen Wettbewerber von Edeka haben daher keinen Einfluss auf die wettbewerbliche Einschätzung der Marktverhältnisse im Marktraum Oldenburg.
- 436 Edeka hat zudem die räumliche Marktabgrenzung im Marktraum Oldenburg in Frage gestellt und um eine alternative Betrachtung auf Basis von Fahrzeitradien gebeten⁸⁷. Die

⁸⁵ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 52 ff..

⁸⁶ Der Erwerb dieses Real- Standortes durch Kaufland wurde im Verfahren B2- 83/20 geprüft und freigegeben, vgl. B2- 83/20 (Kaufland/Real), Beschluss vom 16. Dezember 2020, abrufbar auf der Homepage des BKartA.

⁸⁷ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 1.

Beschlussabteilung sieht grundsätzlich die Marktabgrenzung auf Basis der Payback- Daten, die das tatsächliche Kundenverhalten abbilden, als geeigneter an. Eine Radienbetrachtung würde aber mit einem Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten von 40- 45% im Fahrzeit- EZG und 45- 50% im Fahrzeit- Kerngebiet ebenfalls zu wettbewerblich problematischen Ergebnissen führen.

437 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 50- 55% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt sowohl zu Aldi als auch zur Schwarz- Gruppe 35- 40 Prozentpunkte. Rewe ist mit 5- 10% im Kerngebiet schwach vertreten. Die Schwarz- Gruppe und Aldi können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Zumindest für die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichen Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren. Selbst wenn Aldi demgegenüber das bestehende Preisniveau zur Wahrung eines einheitlichen Preisbildes im gesamten Vertriebsgebiet beibehielte, würde dies angesichts des Marktanteilsabstandes und der noch immer bestehenden erheblichen Unterschiede in Sortimentsbreite und –tiefe zu den Vollsortimentsanbietern nicht ausreichen, um einen hinreichend hohen Wettbewerbsdruck auf Edeka zu aufrechtzuerhalten. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen.

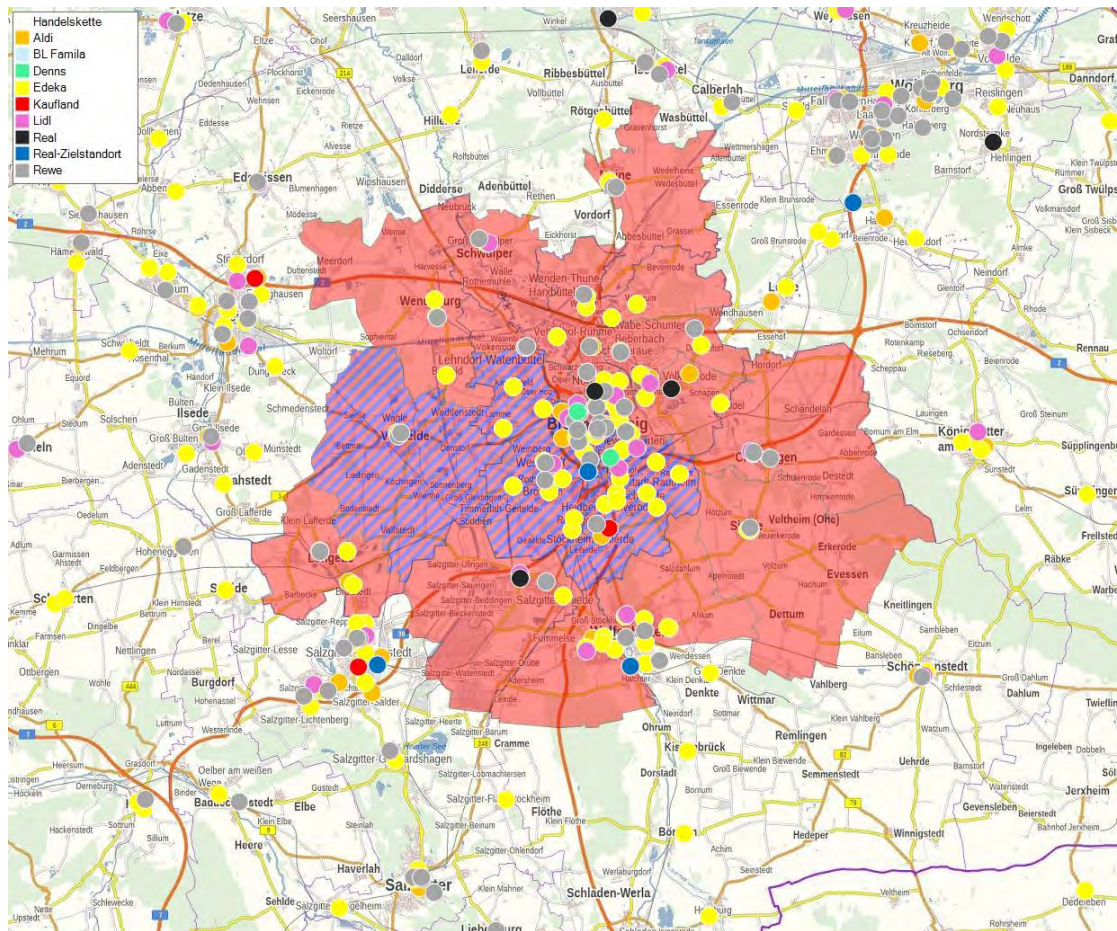
438 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 35- 40% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 45- 50% liegen. Aldi folgt mit 15- 20% Anteil und die Schwarz- Gruppe mit 10- 15% Anteil in diesem Segment. Rewe ist mit 5- 10% auch im Kerngebiet schwach vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden

oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

- 439 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG und im Kerngebiet über 65-70% Anteil in diesem Segment verfügen. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.
- 440 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Oldenburg erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(8) Braunschweig

- 441 Braunschweig ist nach Hannover die zweitgrößte Stadt von Niedersachsen. Der Marktraum verläuft bis Wolfenbüttel und umfasst u.a. die Gemeinden Lengede, Cremlingen, Meine und Wendeburg.



Marktraum Braunschweig

- 442 Im Marktraum Braunschweig liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt deutlich über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 443 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.
- 444 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor Rewe (20- 25%). Der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten beträgt 40- 45%. Der Abstand zu Rewe beträgt 15- 20 Prozentpunkte. Die Schwarz- Gruppe und Aldi folgen mit

jeweils 10- 15% Marktanteil. Weitere Wettbewerber spielen mit Marktanteilen im einstelligen Bereich keine bedeutende Rolle im EZG.

445 In die Berechnungen wurden ca. 200 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 50 Standorte ein Marktanteil von ca. 55% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 2 und betreibt insgesamt neun der 20 Top- Standorte im EZG. Weitere Real- Standorte, die nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses sind, liegen auf Rang 3, 6 und 7. Kaufland liegt nach Umsatz auf Rang 4.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	1- 5	1- 5
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	20- 25	20- 25
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	5- 10	5- 10
BL Famila	<1	<1
Bio	1- 5	1- 5

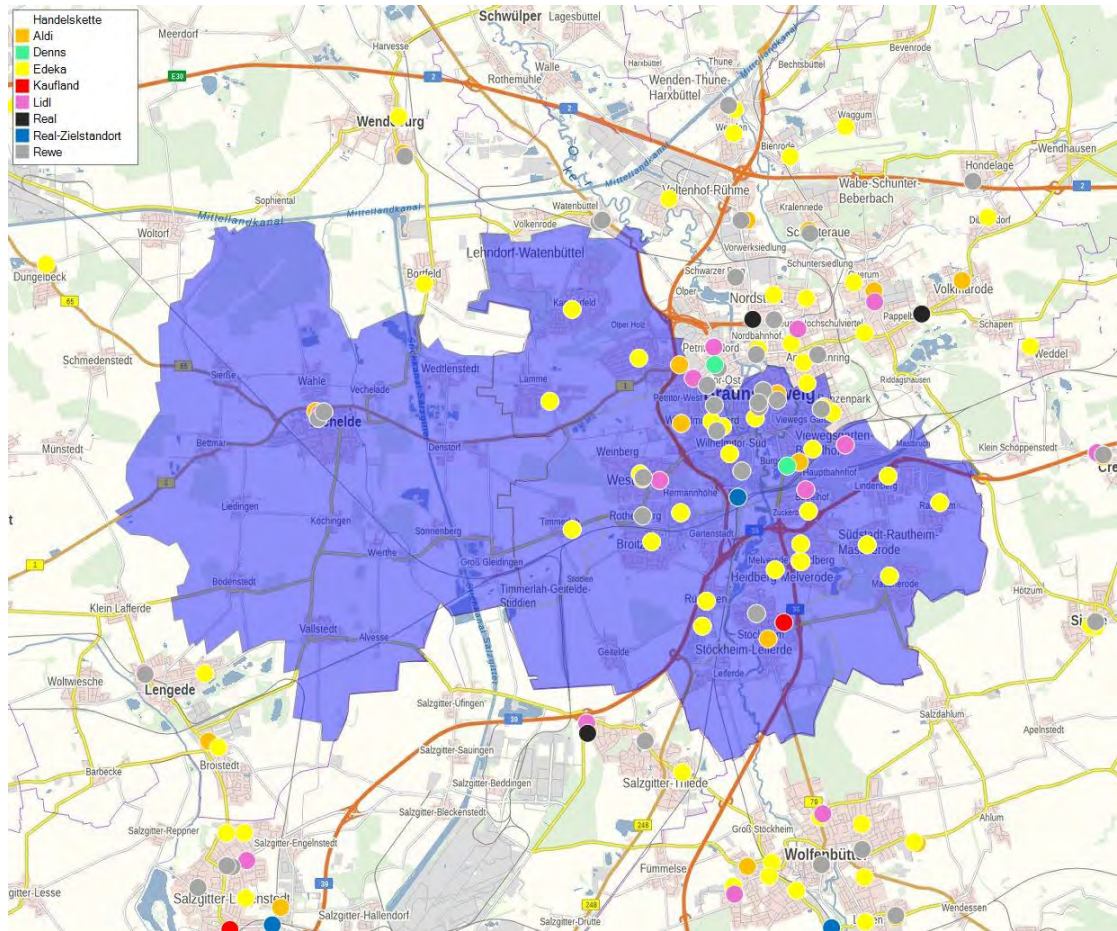
Rang	Filiale/Standort
1	Real, 38122 Braunschweig (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 38102 Braunschweig (SB- Warenhaus)
3	Real, 38114 Braunschweig (SB- Warenhaus)
4	Kaufland, 38124 Braunschweig (SB- Warenhaus)
5	Edeka, 38144 Braunschweig (Verbrauchermarkt)
6	Real, 38104 Braunschweig (SB- Warenhaus)
7	Real, 38239 Salzgitter-Thiede (SB- Warenhaus)
8	Edeka, 38304 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
9	Edeka, 38179 Groß Schwülper (Supermarkt)
10	Rewe, 38114 Braunschweig (Supermarkt)
11	Rewe, 38159 Vechelde (Supermarkt)
12	Edeka, 38302 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
13	Edeka, 38102 Braunschweig (Supermarkt)
14	Rewe, 38100 Braunschweig (Supermarkt)
15	Edeka, 38126 Braunschweig (Supermarkt)
16	Lidl, 38120 Braunschweig (Discounter)
17	Rewe, 38120 Braunschweig (Verbrauchermarkt)
18	Edeka, 38527 Meine (Verbrauchermarkt)
19	Lidl, 38114 Braunschweig (Discounter)
20	Edeka, 38173 Sickte (Supermarkt)

- 446 Im Markttraum Braunschweig liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%-Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.
- 447 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 15- 20 Prozentpunkte und ist damit erheblich.
- 448 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu markttraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.
- 449 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt Rewe, der Schwarz- Gruppe und Aldi, die sonst

grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

450 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen Zuwachs von 5- 10% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit weitem Abstand folgen Rewe (20- 25%), die Schwarz- Gruppe (15- 20%) und Aldi (10- 15%).

451 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet. Edeka folgt auf Rang 2. Kaufland liegt auf Rang 3. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



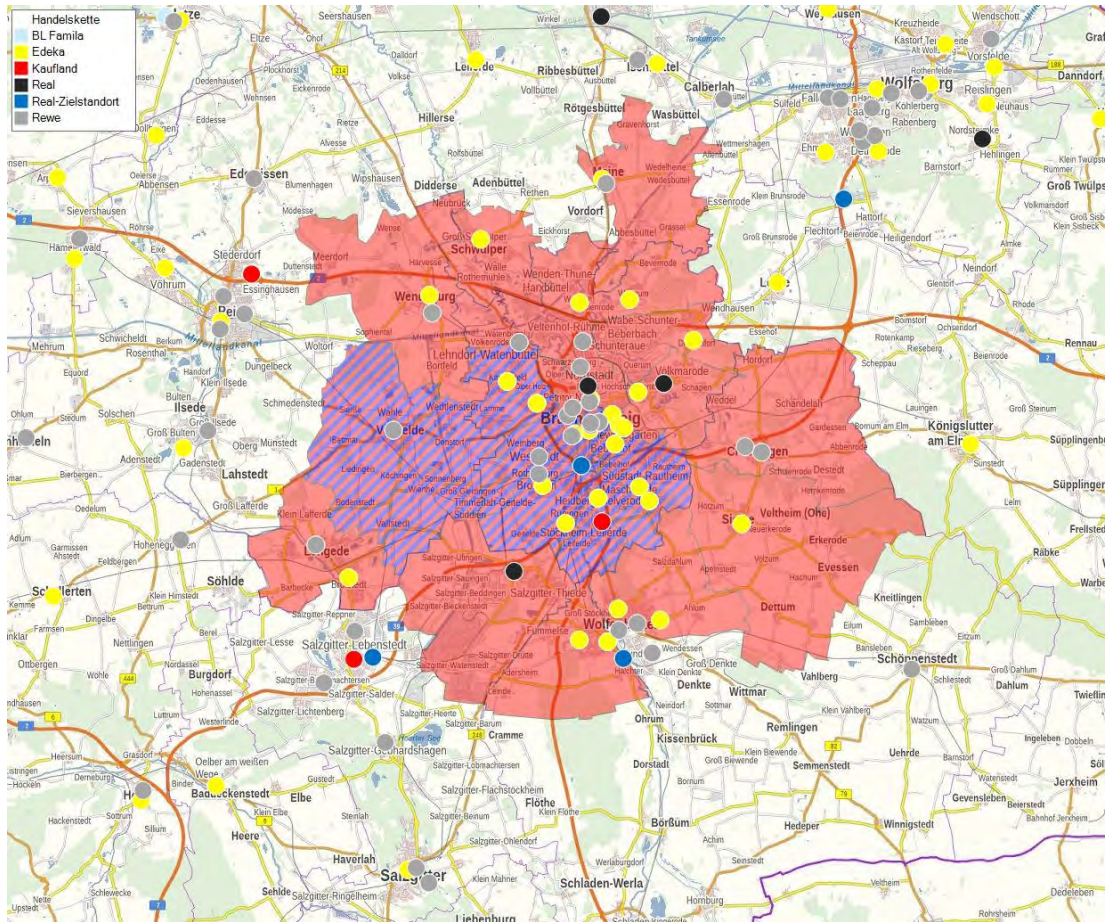
Kerngebiet Braunschweig

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	20- 25	20- 25
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 38122 Braunschweig (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 38102 Braunschweig (SB- Warenhaus)
3	Kaufland, 38124 Braunschweig (SB- Warenhaus)
4	Edeka, 38144 Braunschweig (Verbrauchermarkt)
5	Rewe, 38159 Vechelde (Supermarkt)
6	Lidl, 38120 Braunschweig (Discounter)
7	Lidl, 38159 Vechelde (Discounter)
8	Edeka, 38122 Braunschweig (Supermarkt)
9	Rewe, 38114 Braunschweig (Supermarkt)
10	Rewe, 38120 Braunschweig (Verbrauchermarkt)
11	Real, 38114 Braunschweig (SB- Warenhaus)
12	Rewe, 38120 Braunschweig (Supermarkt)
13	Rewe, 38100 Braunschweig (Supermarkt)
14	Edeka, 38126 Braunschweig (Supermarkt)
15	Edeka, 38102 Braunschweig (Supermarkt)
16	Edeka, 38122 Braunschweig (Supermarkt)
17	Lidl, 38126 Braunschweig (Discounter)
18	Denns, 38102 Braunschweig (Bio-Supermarkt)
19	Edeka, 38118 Braunschweig (Supermarkt)
20	Rewe, 38122 Braunschweig (Discounter)

452 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 50- 55% mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Rewe erzielt einen Anteil von 25- 30% und besitzt im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment. Weitere Real- Standorte erzielen 10- 15% Anteil im EZG. Die Schwarz- Gruppe übt mit 5- 10% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes einen im Verhältnis schwachen Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.

453 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 55- 60% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 25- 30% Anteil und übt auch im Kerngebiet ein gewisses Wettbewerbspotential aus. Die Schwarz- Gruppe erzielt ebenso wie weitere Real- Standorte 5- 10% Anteil.

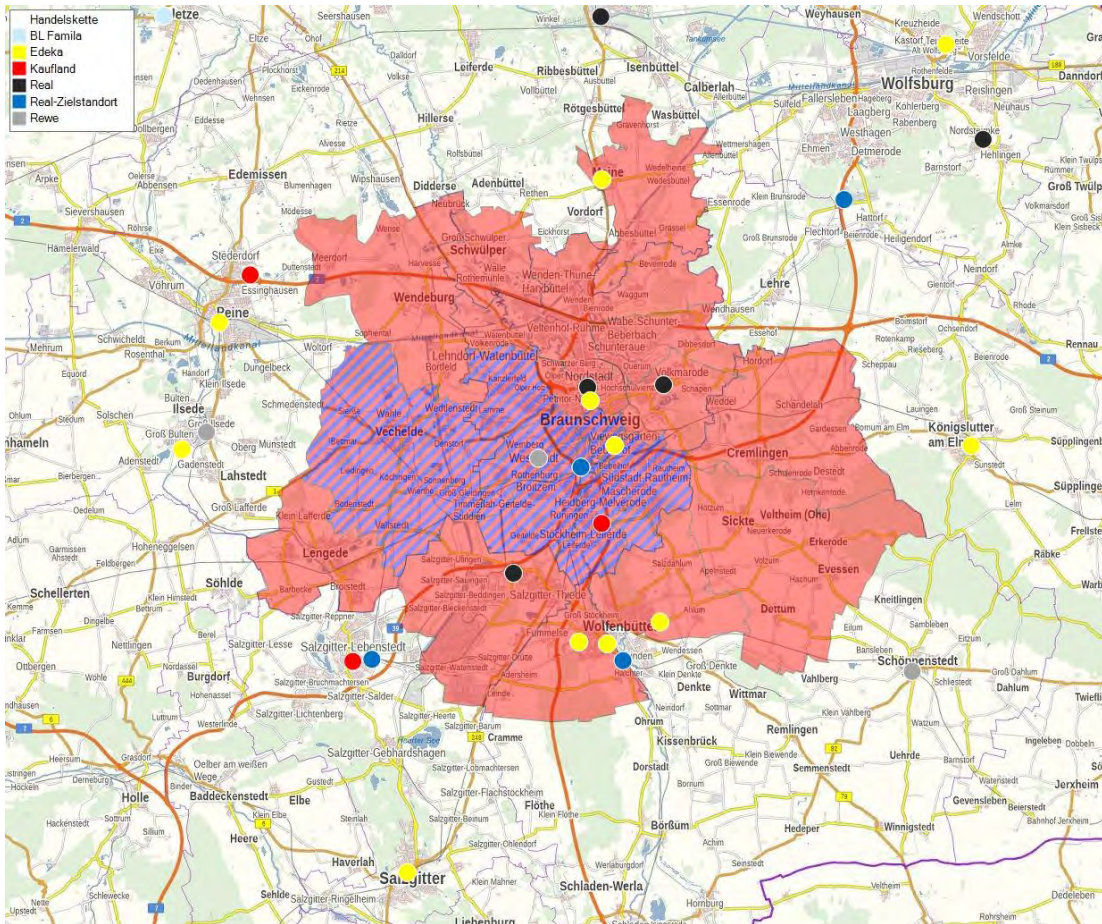


Vollsortiment Braunschweig

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	10- 15	10- 15
BL Famila	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	45- 50
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	50- 55	55- 60
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	30- 35	25- 30
weitere Real- Märkte	5- 10	5- 10

454 Im Marktraum Braunschweig sind die Zusammenschlussbeteiligten mit insgesamt sieben Standorten auf der Großfläche vertreten, wovon auf Edeka sechs Standorte entfallen. Real betreibt drei weitere Standorte im EZG, die nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses sind; auch Kaufland und Rewe sind mit jeweils einem Standort auf der Großfläche vertreten. Südlich am Rande des EZG liegen zwei weitere Real- Standorte (Wolfenbüttel und Salzgitter), welche auch Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses sind.



Großflächen Braunschweig

455 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Braunschweig vorgetragen und Stellung genommen.⁸⁸ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden ein Denn's Biomarkt, eine Galeria Markthalle sowie ein Bioladen fehlen, die noch zu berücksichtigen wären. Die Umsätze von Denn's wurden nachermittelt. Die Galeria- Markthalle war nach der sachlichen Marktabgrenzung des Bundeskartellamtes nicht zu berücksichtigen. Die Ermittlung und Einbeziehung des Bioladens ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den zu erwartenden Umsatz nicht entscheidungserheblich.

⁸⁸ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 55 ff..

- 456 Für eine Rewe- Filiale wurde die Vertriebslinienzugehörigkeit in Frage gestellt. Eine Kontrolle hat ergeben, dass die Vertriebslinie gemäß der Flächenangabe von Rewe korrekt zugeordnet wurde.
- 457 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit des Stadtgebiets Braunschweig sowie der Städte Peine und Salzgitter für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 458 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist erheblich und beträgt zu Rewe 15- 20 Prozentpunkte. Während Rewe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 459 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 35- 40% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Rewe folgt mit 20- 25% Anteil, die Schwarz- Gruppe mit 15- 20% Anteil in diesem Segment. Aldi ist mit 10- 15% im Kerngebiet vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass Rewe und auch die Schwarz- Gruppe diese in erheblichem Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

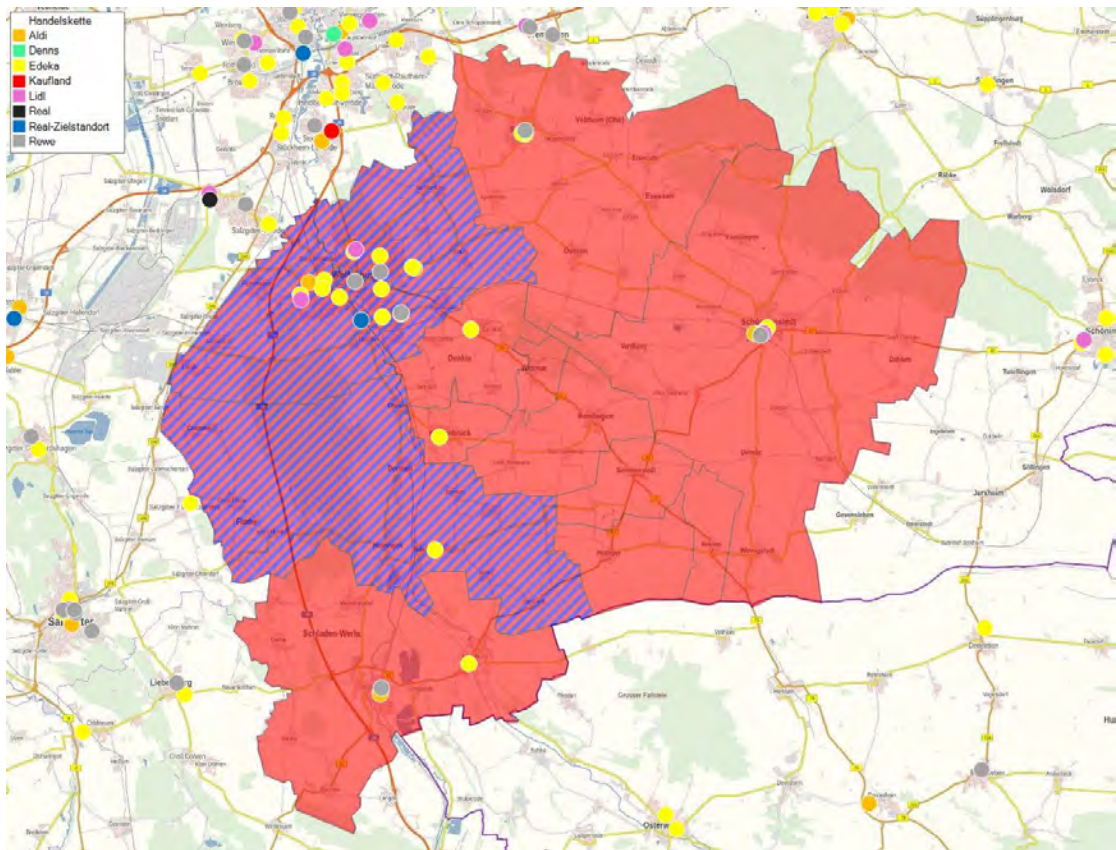
460 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 50- 55% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 55- 60% erhöht. Auch im Bereich der Großfläche ist Edeka mit sechs Standorten im EZG vertreten. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

461 Der Zielstandort übt bisher aufgrund seiner Lage und seiner hohen Umsätze wichtigen Wettbewerbsdruck auf Edeka aus, der durch den Zusammenschluss entfallen würde.

462 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Braunschweig erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(9) Wolfenbüttel

463 Wolfenbüttel ist eine an der Oker gelegene Stadt in Niedersachsen. Neben Wolfenbüttel liegt u.a. die Stadt Schöppenstadt im Marktraum.



Marktraum Wolfenbüttel

- 464 Im Marktraum Wolfenbüttel liegen die Zusammenbeschlossbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem deutlichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 465 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken.
- 466 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 45- 50% Marktanteil Marktführer vor Rewe (15- 20% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Rewe erheblich aus (35- 40 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Wolfenbüttel einen Marktanteil von 50- 55%. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (40- 45 Prozentpunkte). Aldi

erzielt einen Marktanteil von 10- 15%. Weitere Wettbewerber spielen im Marktraum keine Rolle.

467 In die Berechnungen wurden über 70 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 85% entfällt. Edeka betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Real folgt auf Rang 2. Insgesamt ist Edeka unter den 20 Top- Standorten sieben Mal platziert. Der in Braunschweig gelegene Kaufland- Standort liegt auf Rang 4. Der Real- Standort in Braunschweig, der auch Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist, liegt auf Rang 35.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Edeka, 38302 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
2	Real, 38304 Wolfenbüttel (SB- Warenhaus)
3	Edeka, 38304 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
4	Kaufland, 38124 Braunschweig (SB- Warenhaus)
5	Rewe, 38315 Schladen (Supermarkt)
6	Edeka, 38304 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
7	Edeka, 38302 Wolfenbüttel (Supermarkt)
8	Rewe, 38170 Schöppenstedt (Verbrauchermarkt)
9	Rewe, 38300 Wolfenbüttel (Supermarkt)
10	Edeka, 38173 Sickte (Supermarkt)
11	Rewe, 38302 Wolfenbüttel (Supermarkt)
12	Aldi, 38304 Wolfenbüttel (Discounter)
13	Lidl, 38302 Wolfenbüttel (Discounter)
14	Aldi, 38315 Schladen (Discounter)
15	Edeka, 38300 Wolfenbüttel (Discounter)
16	Lidl, 38315 Schladen (Discounter)
17	Aldi, 38302 Wolfenbüttel (Discounter)
18	Aldi, 38300 Wolfenbüttel (Discounter)
19	Edeka, 38126 Braunschweig (Supermarkt)
20	Aldi, 38170 Schöppenstedt (Discounter)

468 Im Marktraum Wolfenbüttel liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

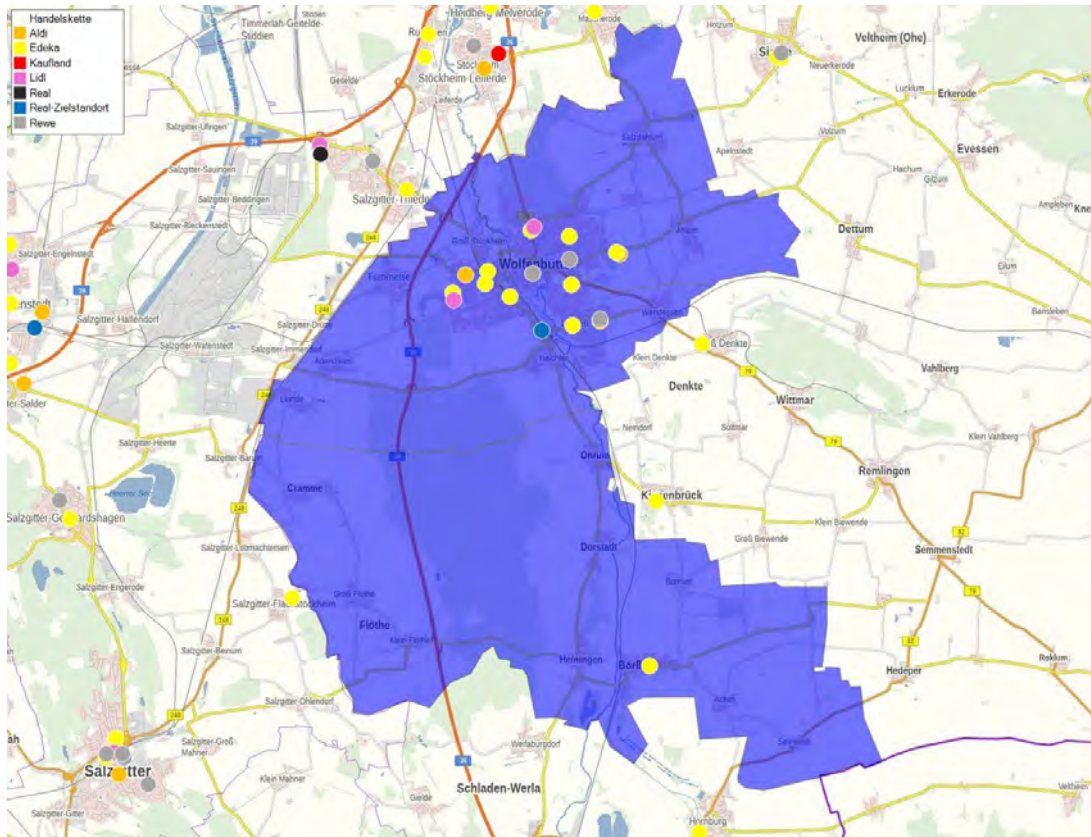
469 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 50- 55% und somit wesentlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 35- 40 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

470 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

471 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

- 472 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 50- 55% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen deutlichen Zuwachs von 5- 10% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 55- 60% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe (15- 20% Anteil), Rewe (15- 20% Anteil) und Aldi (15- 20% Anteil).
- 473 Edeka betreibt die zwei umsatzstärksten Standorte im Kerngebiet, gefolgt von Real auf Rang 3. Edeka betreibt 9 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Der in Braunschweig gelegene Kaufland- Standort liegt auf Rang 4. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



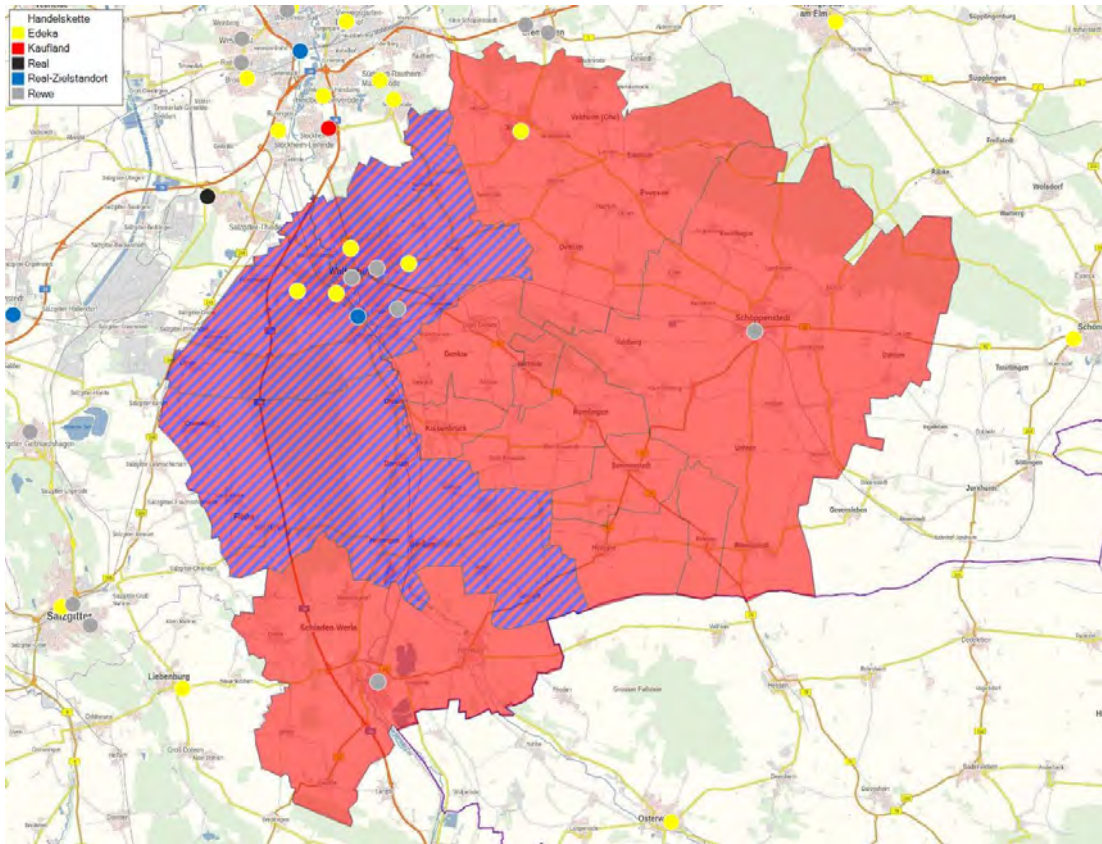
Kerngebiet Wolfenbüttel

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	50- 55
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	55- 60	55- 60
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Edeka, 38302 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
2	Edeka, 38304 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
3	Real, 38304 Wolfenbüttel (SB- Warenhaus)
4	Kaufland, 38124 Braunschweig (SB- Warenhaus)
5	Edeka, 38304 Wolfenbüttel (Verbrauchermarkt)
6	Edeka, 38302 Wolfenbüttel (Supermarkt)
7	Aldi, 38304 Wolfenbüttel (Discounter)
8	Rewe, 38300 Wolfenbüttel (Supermarkt)
9	Rewe, 38302 Wolfenbüttel (Supermarkt)
10	Lidl, 38302 Wolfenbüttel (Discounter)
11	Edeka, 38126 Braunschweig (Supermarkt)
12	Lidl, 38304 Wolfenbüttel (Discounter)
13	Edeka, 38300 Wolfenbüttel (Discounter)
14	Aldi, 38300 Wolfenbüttel (Discounter)
15	Aldi, 38302 Wolfenbüttel (Discounter)
16	Rewe, 38300 Wolfenbüttel (Supermarkt)
17	Edeka, 38102 Braunschweig (SB- Warenhaus)
18	Rewe, 38315 Schladen (Supermarkt)
19	Edeka, 38300 Wolfenbüttel (Discounter)
20	Edeka, 38304 WOLFENBÜTTEL (Discounter)

474 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% deutlich mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Rewe folgt mit weitem Abstand und erzielt einen Anteil von 25- 30% in diesem Segment. Die Schwarz- Gruppe erzielt 5- 10% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes.

475 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 15- 20% und die Schwarz- Gruppe 10- 15% Anteil in diesem Segment.

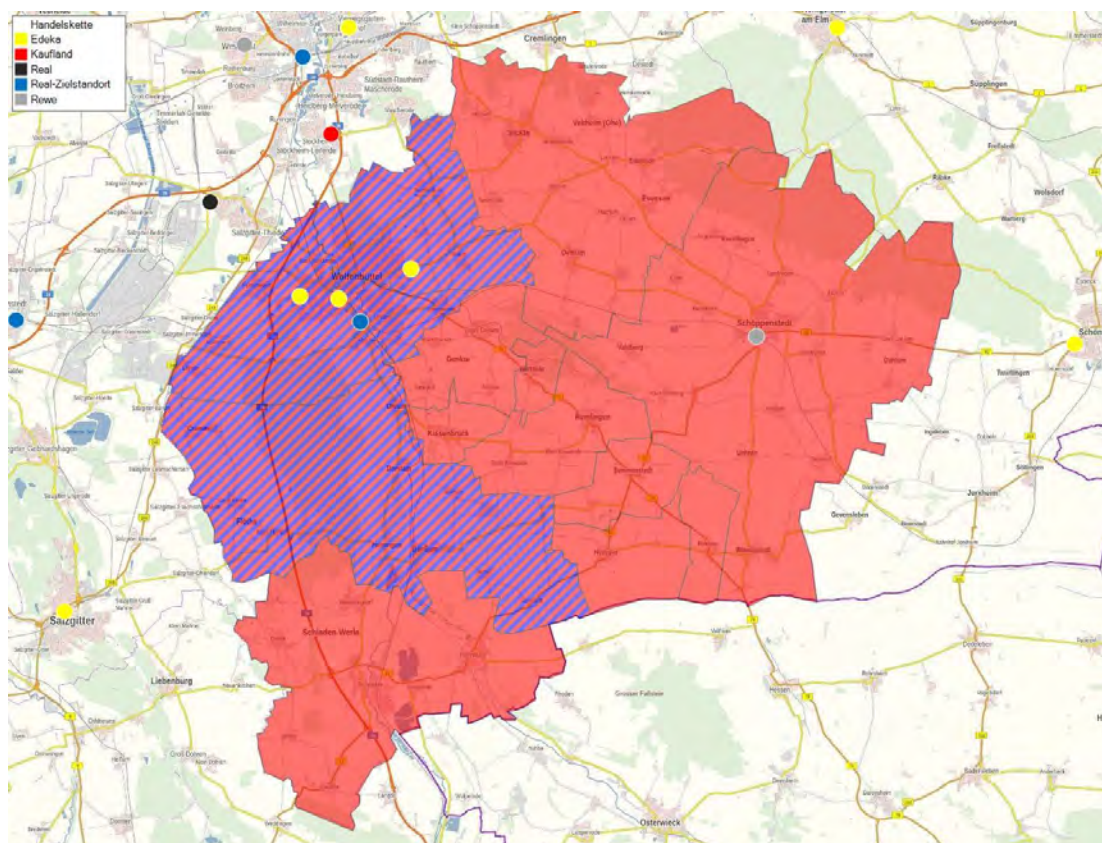


Vollsortiment Wolfenbüttel

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	50- 55
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	60- 65	60- 65
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	55- 60
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

476 Im Marktraum Wolfenbüttel ist neben Real Edeka mit drei Standorten auf der Großfläche vertreten. Rewe ist im EZG ebenfalls mit einem Standort vertreten.



Großflächen Wolfenbüttel

477 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Wolfenbüttel vorgetragen und Stellung genommen.⁸⁹ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt

⁸⁹ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 58 ff..

C. II. 4. gewürdigt werden, wurde auf die Erreichbarkeit der Städte Braunschweig und Salzgitter für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.

478 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 50- 55% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zu Rewe 35- 40 Prozentpunkte. Rewe, die Schwarz- Gruppe und Aldi können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Zumindest für Rewe und die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichen Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren. Selbst wenn Aldi demgegenüber das bestehende Preisniveau zur Wahrung eines einheitlichen Preisbildes im gesamten Vertriebsgebiet beibehielte, würde dies angesichts des Marktanteilsabstandes und der noch immer bestehenden erheblichen Unterschiede in Sortimentsbreite und –tiefe zu den Vollsortimentsanbietern nicht ausreichen, um einen hinreichend hohen Wettbewerbsdruck auf Edeka zu aufrechtzuerhalten. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen.

479 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 50- 55% Anteil eine sehr bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil sogar bei 55- 60% liegen. Rewe, die Schwarz- Gruppe und Aldi folgen mit jeweils 10- 15% Anteil im Kerngebiet. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung

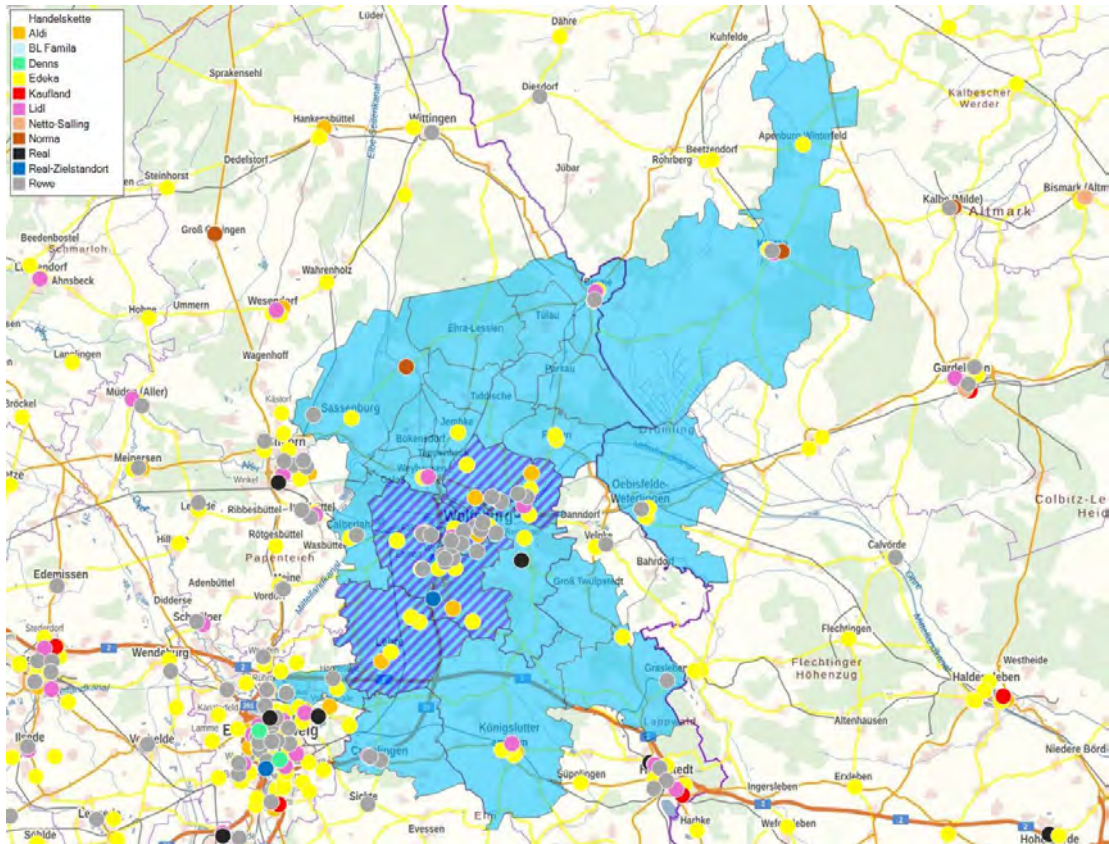
bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

480 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 60- 65% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 65- 70% erhöht. Auch im Bereich der Großfläche ist Edeka mit drei Standorten im EZG vertreten. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

481 Durch den Zusammenschluss entfällt der Wettbewerbsdruck, den der Zielstandort insbesondere auf die beiden ebenfalls in Wolfenbüttel gelegenen umsatzstarken Edeka-Verbrauchermärkte ausübt. In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Wolfenbüttel erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(10) Wolfsburg

482 Wolfsburg ist eine Stadt im Osten des Landes Niedersachsen. Der Marktraum umfasst u.a. die Stadt Königslutter.



Markraum Wolfsburg

483 Im Markraum Wolfsburg liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

484 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

485 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor Rewe (20- 25% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Rewe erheblich aus (20- 25 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Wolfsburg einen Marktanteil von 40- 45%. Aldi folgt mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (30- 35 Prozentpunkte). Mit einem Marktanteil von

5- 10% spielt die Schwarz- Gruppe im Markt keine bedeutende Rolle. Weitere Real- Märkte, die nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens sind, erzielen im Marktraum einen kumulierten Marktanteil im einstelligen Bereich.

486 In die Berechnungen wurden über 150 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 50 Standorte ein Marktanteil von ca. 70% entfällt. Der Real- Standort in 38444 Wolfsburg erzielt die größten Umsätze des EZG und liegt auf Rang 1. Ein weiterer Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist, folgt auf Rang 2. Edeka liegt auf Rängen 3 bis 12 und ist insgesamt 13 Mal unter den 20 Top- Standorten vertreten.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	20- 25	20- 25
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	5- 10	5- 10
BL Famila	<1	<1
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 38444 Wolfsburg (SB- Warenhaus)
2	Real, 38446 Wolfsburg (SB- Warenhaus)
3	Edeka, 38448 Wolfsburg (Verbrauchermarkt)
4	Edeka, 38442 Wolfsburg (Supermarkt)
5	Edeka, 38477 Jembke (Supermarkt)
6	Edeka, 38154 Königslutter (Verbrauchermarkt)
7	Edeka, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
8	Edeka, 38554 Weyhausen (Supermarkt)
9	Edeka, 38448 Wolfsburg (Supermarkt)
10	Edeka, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
11	Edeka, 38486 Klötze (Supermarkt)
12	Edeka, 38524 Sassenburg (Supermarkt)
13	Lidl, 38440 Wolfsburg (Discounter)
14	Real, 38104 Braunschweig (SB- Warenhaus)
15	Edeka, 38165 Lehre (Supermarkt)
16	Edeka, 38446 Wolfsburg (Supermarkt)
17	Rewe, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
18	Rewe, 38448 Wolfsburg (Supermarkt)
19	Edeka, 39646 Oebisfelde (Supermarkt)
20	Lidl, 38442 Wolfsburg (Discounter)

487 Im Marktraum Wolfsburg liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

488 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 20- 25 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

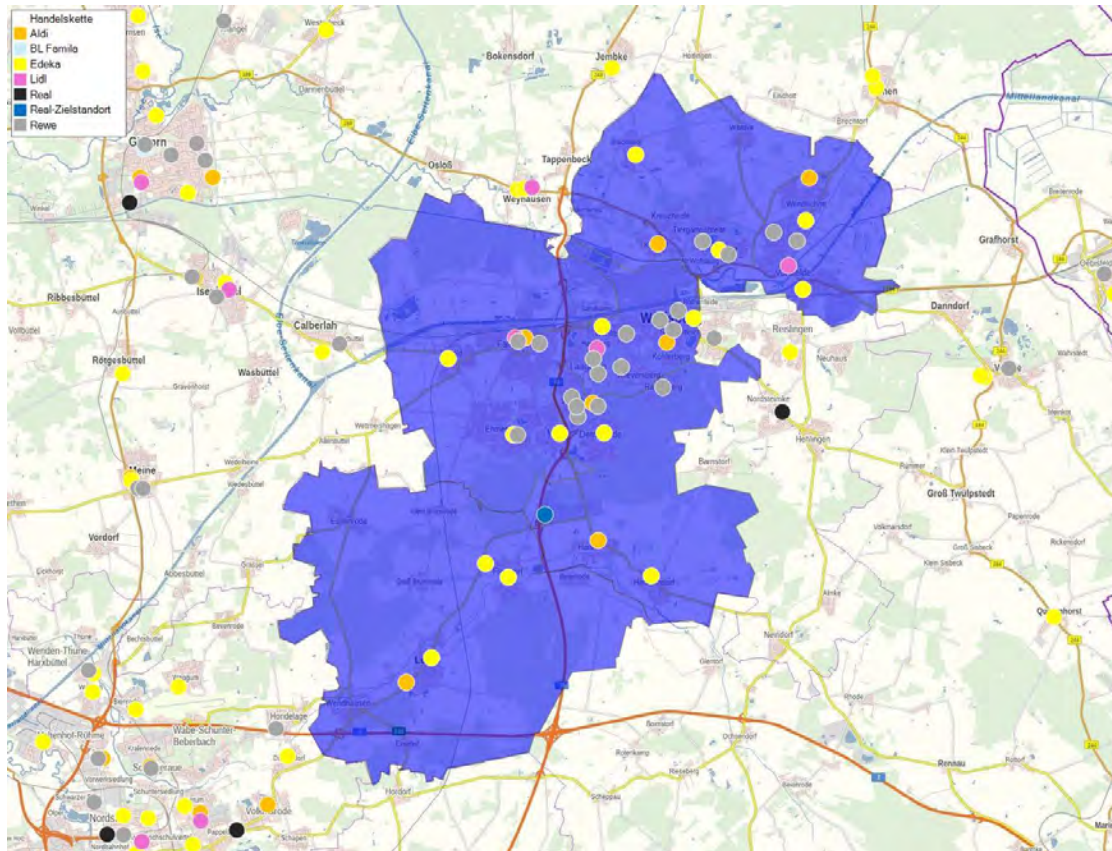
489 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

490 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst

grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka-Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

491 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen Zuwachs von 5- 10% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit deutlichem Abstand folgen Rewe (30- 35% Anteil) und Aldi (10- 15% Anteil). Die Schwarz- Gruppe ist mit 5- 10% Anteil im Kerngebiet vertreten.

492 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von Edeka auf Rang 2 bis 4. Edeka betreibt 7 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



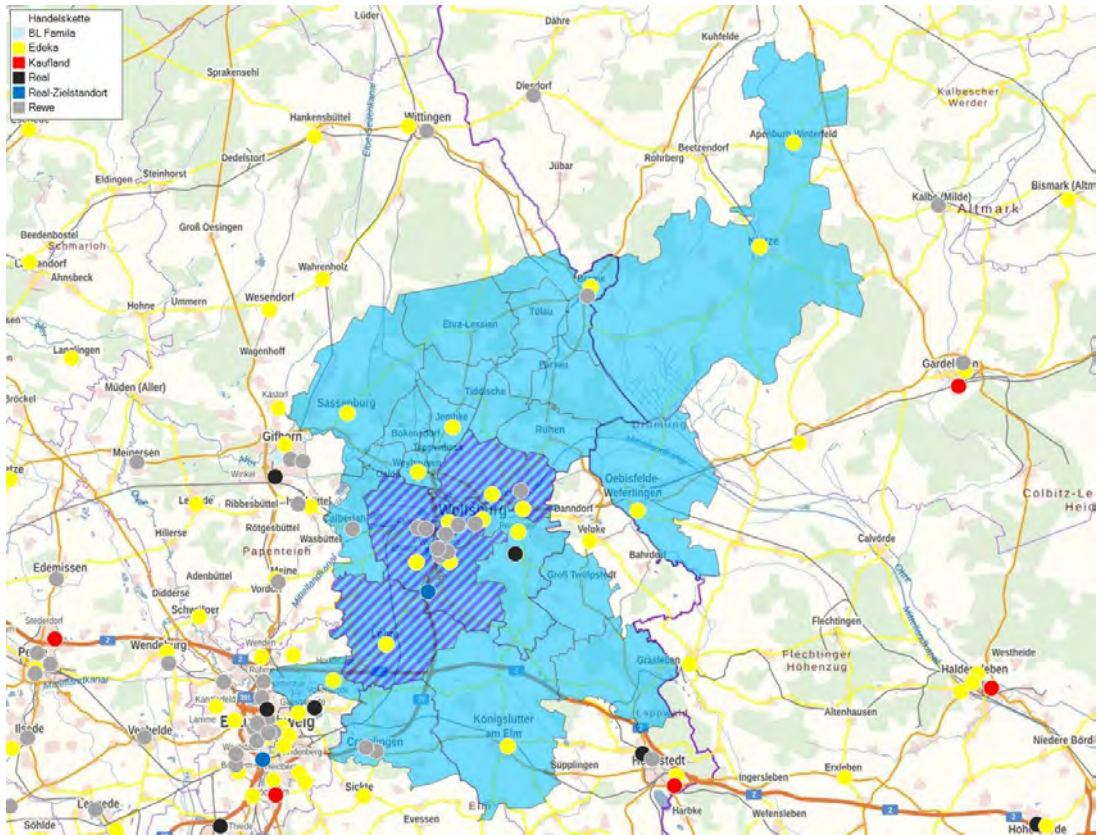
Kerngebiet Wolfsburg

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	30- 35	30- 35
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 38444 Wolfsburg (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 38448 Wolfsburg (Verbrauchermarkt)
3	Edeka, 38442 Wolfsburg (Supermarkt)
4	Edeka, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
5	Lidl, 38440 Wolfsburg (Discounter)
6	Edeka, 38448 Wolfsburg (Supermarkt)
7	Edeka, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
8	Edeka, 38444 Wolfsburg (Supermarkt)
9	Lidl, 38442 Wolfsburg (Discounter)
10	Rewe, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
11	Edeka, 38165 Lehre (Supermarkt)
12	Rewe, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
13	Rewe, 38440 Wolfsburg (Discounter)
14	Rewe, 38440 Wolfsburg (Supermarkt)
15	Real, 38446 Wolfsburg (SB- Warenhaus)
16	Rewe, 38448 Wolfsburg (Discounter)
17	Aldi, 38442 Wolfsburg/Ehmen (Discounter)
18	Rewe, 38442 Wolfsburg (Supermarkt)
19	Rewe, 38448 Wolfsburg (Discounter)
20	Aldi, 38444 Wolfsburg (Discounter)

493 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% deutlich mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Rewe folgt mit weitem Abstand und erzielt einen Anteil von 20- 25% in diesem Segment. Weitere Real- Märkte erzielen einen kumulativen Anteil von 10- 15% im EZG. Die Schwarz- Gruppe ist im Vollsortiment nicht relevant vertreten.

494 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 25- 30% Anteil; weitere Real- Märkte erzielen kumuliert 5- 10% Anteil.

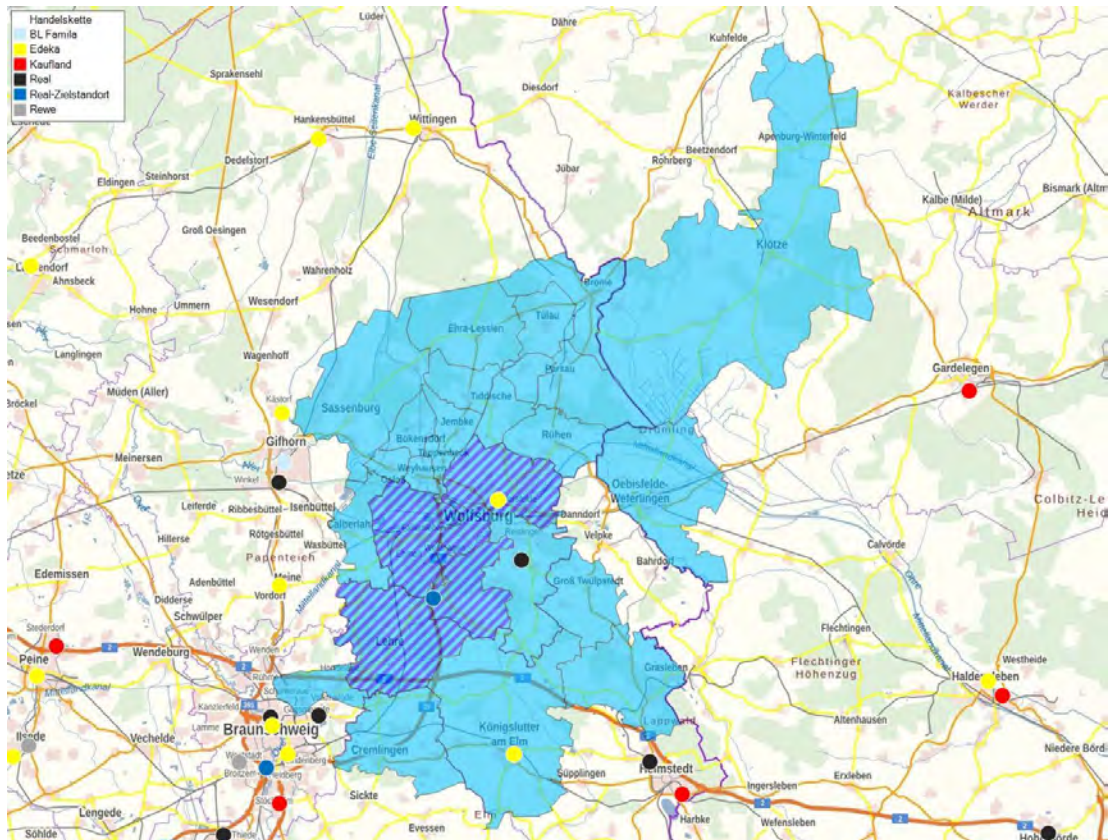


Vollsortiment Wolfsburg

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	50- 55
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	60- 65	60- 65
Schwarz- Gruppe	<1	<1
Rewe	20- 25	20- 25
weitere Real- Märkte	10- 15	10- 15

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	65- 70	65- 70
Rewe	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	5- 10	5- 10

495 Im Marktraum Wolfsburg ist neben Real mit zwei Standorten vertreten, wobei nur der Standort in 38444 Wolfsburg Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist. Edeka ist mit zwei Standorten auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Wolfsburg

496 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Wolfsburg vorgetragen und Stellung genommen.⁹⁰ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden zwei Mutter Grün Biomärkte⁹¹ und ein Sonnenschein Biomarkt im Einzugsgebiet fehlen, die noch zu berücksichtigen wären. Die Ermittlung und Einbeziehung der genannten Biomärkte ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den typischen Umsatz von kleinen Bio- Lebensmittelgeschäften nicht entscheidungserheblich. Außerdem wurde vorgetragen,

⁹⁰ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 60 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 16 ff..

dass die Beschlussabteilung in diesem Marktraum eine in der Nähe von Stuttgart liegende Edeka- Filiale fälschlicherweise berücksichtigt habe. Eine Kontrolle des Vorgangs ergab, dass dieser Filiale falsche Geokoordinaten zugeordnet waren. Der Fehler wurde korrigiert und die Korrektur ist in den ausgewiesenen Marktanteilen berücksichtigt.

497 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zu Rewe 20- 25 Prozentpunkte. Während Rewe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichen Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.

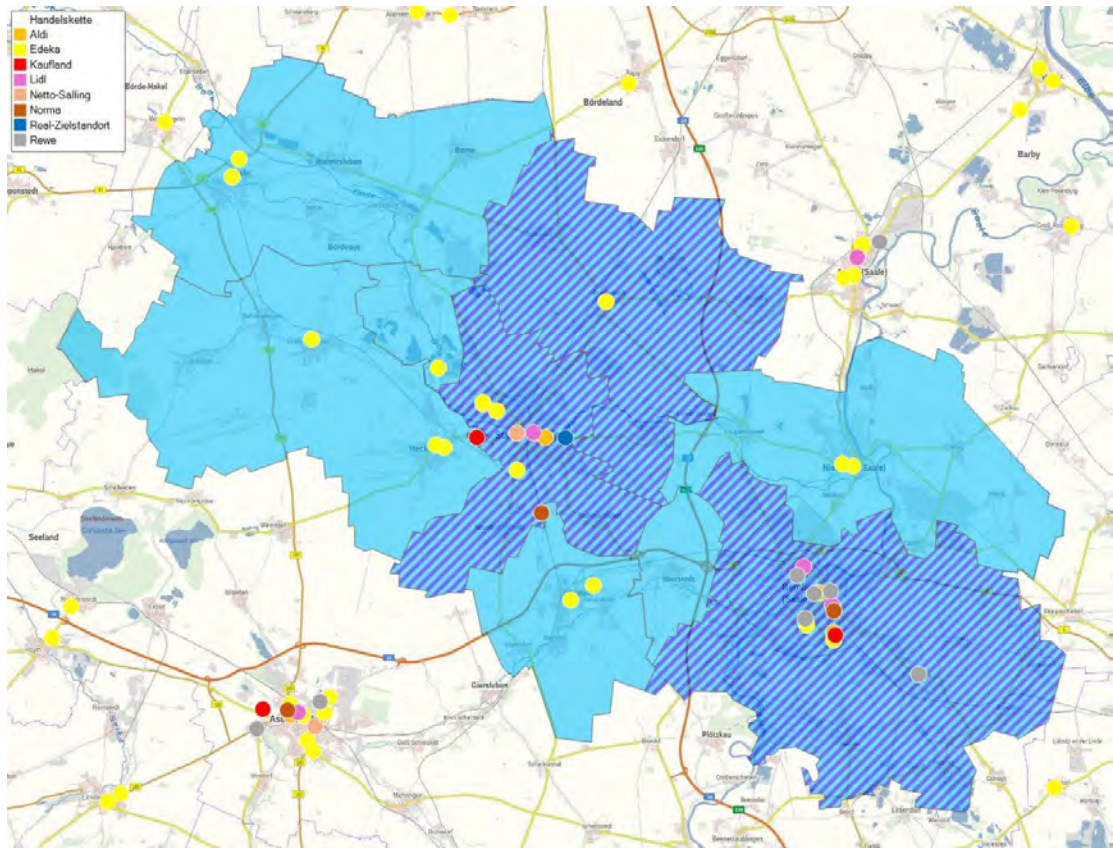
498 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 35- 40% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Rewe folgt mit 30- 35% Anteil. Aldi ist mit 10- 15% im Kerngebiet vertreten, die Schwarz- Gruppe mit 5- 10% Anteil. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass Rewe diese in erheblichen Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

499 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 60- 65% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 65- 70% erhöht. Auch im Bereich der Großfläche ist Edeka mit zwei Standorten im EZG vertreten. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

500 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Wolfsburg erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(11) Staßfurt

501 Staßfurt ist eine Stadt in Sachsen-Anhalt. Neben Staßfurt liegt die Stadt Bernburg im Marktraum. Das Kerngebiet teilt sich in zwei Flächen auf, wobei das im Marktraum östlich liegende Kerngebiet die Stadt Bernburg umfasst. Die zweite Fläche des Kerngebiets liegt zentral im Marktraum und umfasst die Ortsteile Neuendorf und Förderstedt.



Marktraum Staßfurt

502 Im Marktraum Staßfurt liegen die Zusammenbeschussbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

- 503 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.
- 504 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (25- 30% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe erheblich aus (15- 20 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Staßfurt einen Marktanteil von 45- 50%. Rewe folgt mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (35- 40 Prozentpunkte). Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielt Aldi wie auch weitere Wettbewerber keine bedeutende Rolle.
- 505 In die Berechnungen wurden ca. 60 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 85% entfällt. Der Kaufland-Standort in Bernburg ist den umsatzstärksten Standort im EZG, gefolgt von Real auf Rang 2. Der Kaufland- Standort in Staßfurt liegt auf Rang 3. Die umsatzstärkste Filiale von Edeka liegt auf Rang 4; Edeka betreibt neun der 20 Top- Standorte im EZG.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	25- 30	25- 30
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Netto-Salling	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Kaufland, 06406 Bernburg (Verbrauchermarkt)
2	Real, 39418 Staßfurt (Verbrauchermarkt)
3	Kaufland, 39418 Staßfurt (Verbrauchermarkt)
4	Edeka, 39418 Staßfurt (Supermarkt)
5	Rewe, 06406 Bernburg (Supermarkt)
6	Lidl, 06406 Bernburg (Saale) (Discounter)
7	Rewe, 06406 Bernburg (Saale) (Supermarkt)
8	Lidl, 39418 Staßfurt (Discounter)
9	Edeka, 39435 Egelin (Supermarkt)
10	Edeka, 39439 Güsten (Supermarkt)
11	Aldi, 39418 Staßfurt (Discounter)
12	Edeka, 06429 Nienburg (Supermarkt)
13	Lidl, 06406 Bernburg (Saale) (Discounter)
14	Aldi, 06406 Bernburg (Discounter)
15	Edeka, 06406 Bernburg (Discounter)
16	Edeka, 06449 Aschersleben (Verbrauchermarkt)
17	Edeka, 39443 Förderstedt (Discounter)
18	Edeka, 39418 Staßfurt (Discounter)
19	Rewe, 06406 Bernburg (Discounter)
20	Edeka, 39439 Güsten (Discounter)

506 Im Marktraum Staßfurt liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

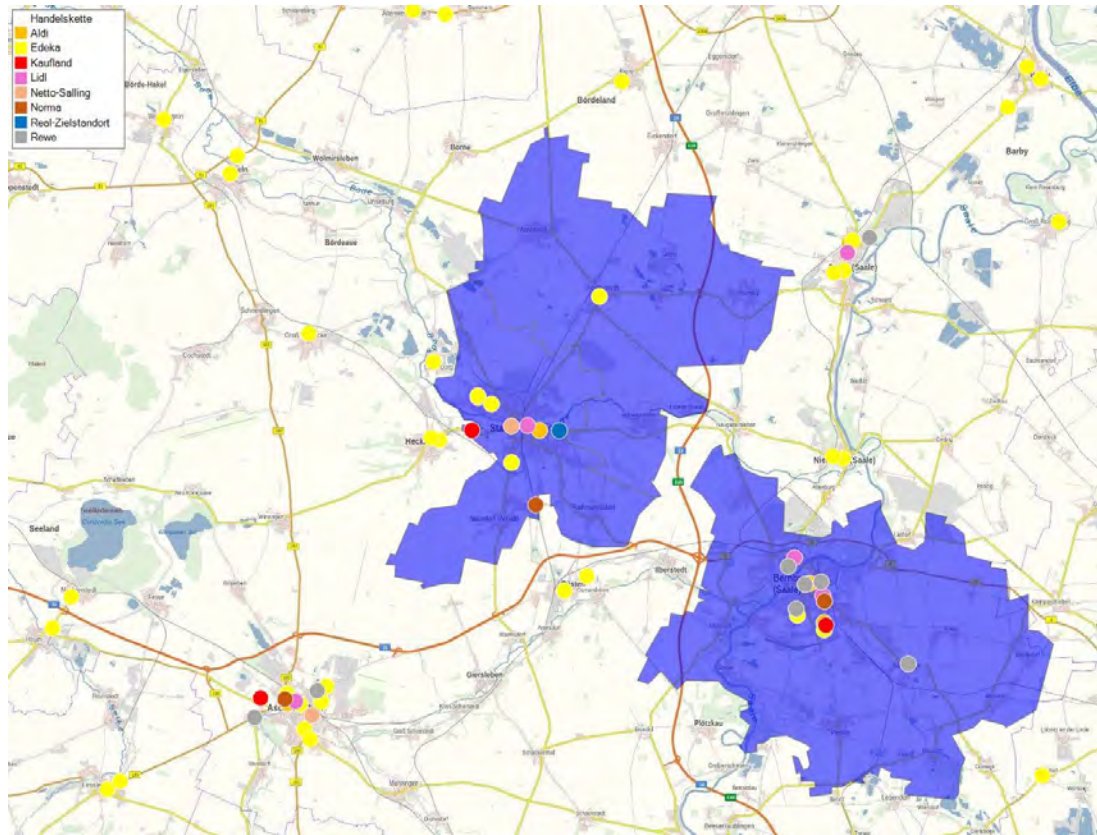
507 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 45- 50% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 15- 20 Prozentpunkte und ist damit erheblich.

508 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

509 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

- 510 Edeka wird durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil mit 40- 45% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Zur Schwarz- Gruppe (30- 35% Anteil) beträgt der Abstand 5- 10 Prozentpunkte. Mit erheblichem Abstand folgt Rewe (10- 15% Anteil). Aldi ist mit einem Anteil von 5- 10% im Kerngebiet vertreten.
- 511 Neben Real erzielen die in Bernburg und Staßfurt gelegene Kaufland- Standorte die größten Umsätze des Kerngebietes. Edeka betreibt 6 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes.

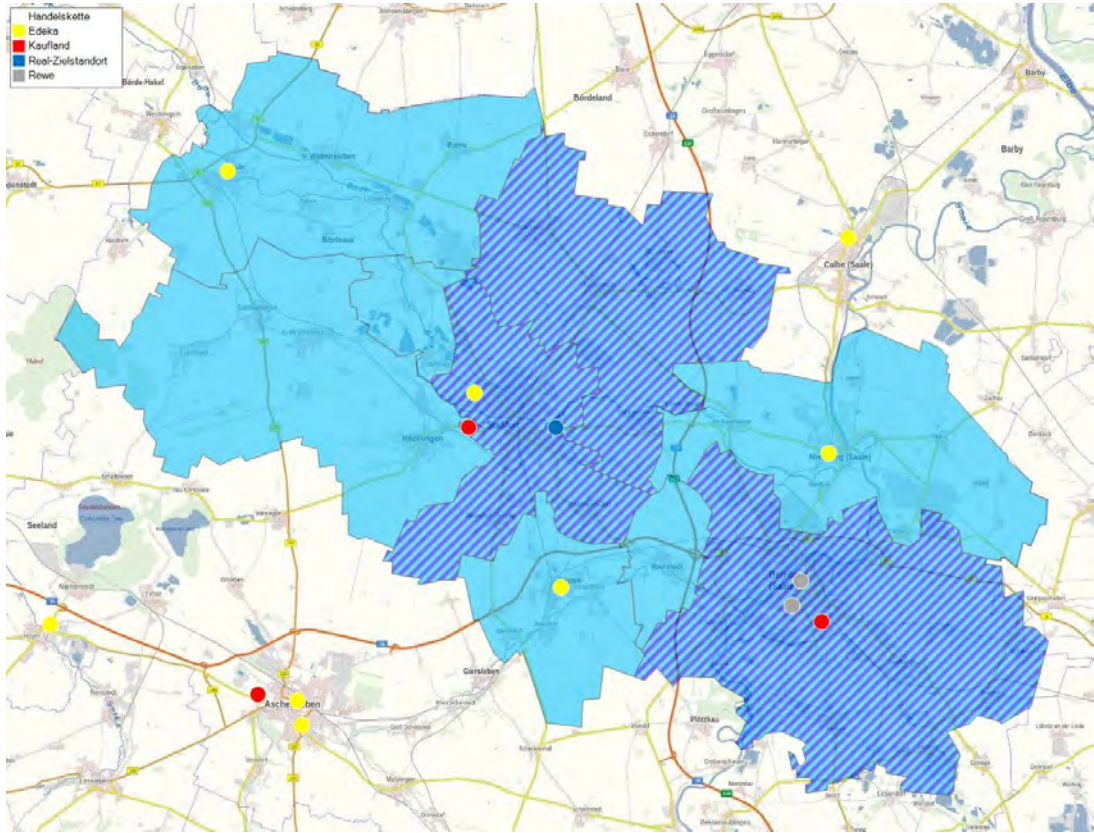


Kerngebiet Staßfurt

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	25- 30
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	35- 40	40- 45
Schwarz- Gruppe	30- 35	30- 35
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Netto-Salling	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Kaufland, 06406 Bernburg (Verbrauchermarkt)
2	Real, 39418 Staßfurt (Verbrauchermarkt)
3	Kaufland, 39418 Staßfurt (Verbrauchermarkt)
4	Rewe, 06406 Bernburg (Supermarkt)
5	Edeka, 39418 Staßfurt (Supermarkt)
6	Lidl, 39418 Staßfurt (Discounter)
7	Lidl, 06406 Bernburg (Saale) (Discounter)
8	Rewe, 06406 Bernburg (Saale) (Supermarkt)
9	Edeka, 06406 Bernburg (Discounter)
10	Edeka, 39443 Förderstedt (Discounter)
11	Aldi, 39418 Staßfurt (Discounter)
12	Edeka, 06406 Bernburg (Discounter)
13	Edeka, 39418 Staßfurt (Discounter)
14	Aldi, 06406 Bernburg (Discounter)
15	Lidl, 06406 Bernburg (Saale) (Discounter)
16	Aldi, 06406 Bernburg (Discounter)
17	Rewe, 06406 Bernburg (Discounter)
18	Netto-Salling, 39418 Staßfurt (Discounter)
19	Rewe, 06406 Bernburg (Discounter)
20	Edeka, 06449 Aschersleben (Verbrauchermarkt)

- 512 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 45- 50% fast die Hälfte des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt über ihre zwei im EZG gelegenen Standorte einen Anteil von 35- 40% und verfügt im EZG über ein erhebliches Wettbewerbspotential in diesem Segment. Rewe erzielt 10- 15% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes.
- 513 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 40- 45% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt ebenfalls 40- 45% Anteil und verfügt auch im Kerngebiet über ein erhebliches Wettbewerbspotential. Rewe erzielt 10- 15% Anteil in diesem Segment.

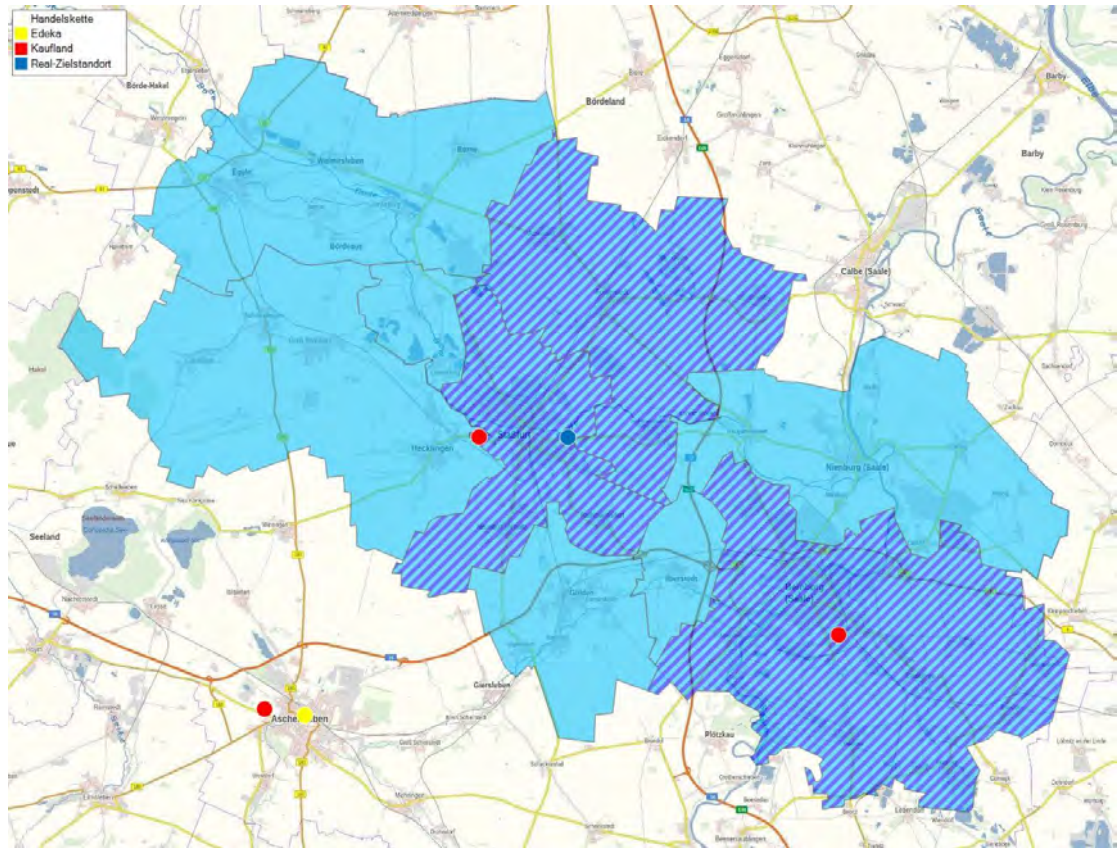


Vollsortiment Staßfurt

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	35- 40	35- 40
Rewe	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	15- 20	15- 20
Real	20- 25	20- 25
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	40- 45	40- 45
Rewe	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1

- 514 Im Marktraum Staßfurt ist neben Real Kaufland mit zwei Standorten auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Staßfurt

- 515 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Staßfurt vorgetragen und Stellung genommen.⁹¹ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, die Städte Calbe und Aschersleben, befänden sich jeweils nur 15 bzw. 25 Minuten vom Real- Standort entfernt und Köthen seien für Bewohner des südlichen Kerngebiets sehr gut erreichbar. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.

⁹¹ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 65 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 17 ff..

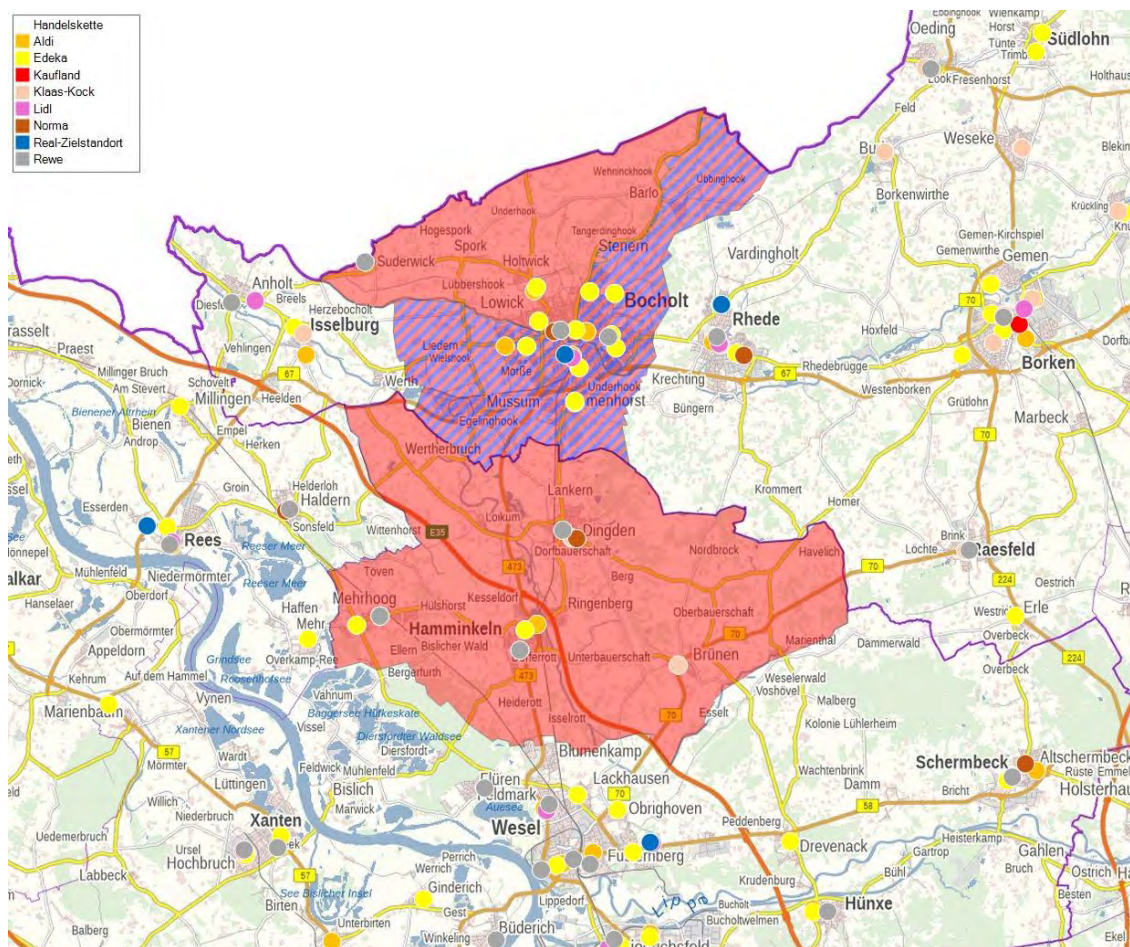
- 516 Zudem wurde vorgetragen, dass die Edeka- Filialen in Magdeburg und Schönebeck nicht zu berücksichtigen seien. Eine Kontrolle ergab, dass die Fahrzeitberechnung korrekt erfolgte; beide Filialen strahlen mit jeweils geringen Marktanteilen in den Marktraum Staßfurt ein.
- 517 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 45- 50% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 15- 20 Prozentpunkte. Während die Schwarz- Gruppe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichen Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 518 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 25- 30% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 30- 35% Anteil und übt auf Filialebene einen gewissen Wettbewerbsdruck aus. Im Kerngebiet sind weiter Rewe mit 10- 15% Anteil und Aldi mit 5- 10% Anteil vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Schwarz- Gruppe und auch Rewe diese in erheblichen Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.
- 519 Im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ist Edeka im EZG stärker als im Kerngebiet vertreten. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 45- 50% Anteil in diesem Segment verfügen; der Abstand zur Schwarz- Gruppe ist mit 10- 15% deutlich. Im Kerngebiet sinkt der Anteil von Edeka und Real auf 40- 45%. Rewe ist mit jeweils 10- 15% im EZG und Kerngebiet vertreten und fällt mit weitem Abstand hinter Edeka/Real zurück. Die Beschlussabteilung verkennt nicht,

dass die Schwarz- Gruppe in diesem Segment ein erhebliches Wettbewerbspotential besitzt, sie geht jedoch auch für dieses Segment davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die Schwarz- Gruppe diese in erheblichem Umfang mitgehen würde; Rewe bildet bereits aufgrund seiner schwachen Marktstellung kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht.

- 520 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Staßfurt erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(12) Bocholt

- 521 Die Stadt Bocholt liegt im Nordwesten von Nordrhein- Westfalen an der Grenze zu den Niederlanden. Der Marktraum umfasst neben Bocholt die Stadt Hamminkeln.



Marktraum Bocholt

- 522 Im Marktraum Bocholt liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine genaue Betrachtung erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 523 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.
- 524 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Marktanteil der stärkste Anbieter vor Aldi (25- 30%). Durch den mit 15- 20% sehr erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Aldi deutlich aus (20- 25 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Bocholt einen Marktanteil von 45- 50%. Rewe folgt mit 15- 20% Marktanteil ebenfalls mit sehr großem Abstand (30- 35 Prozentpunkte). Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielt die Schwarz- Gruppe im Markt keine wesentliche Rolle. Auch weitere Wettbewerber wie Norma und Klaas + Kock spielen im Marktraum mit Marktanteilen im einstelligen Bereich keine bedeutende Rolle.
- 525 In die Berechnungen wurden über 40 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von mehr als 90% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 3 und betreibt insgesamt 10 der 20 Top- Standorte im EZG.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	1- 5	5- 10
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	1- 5

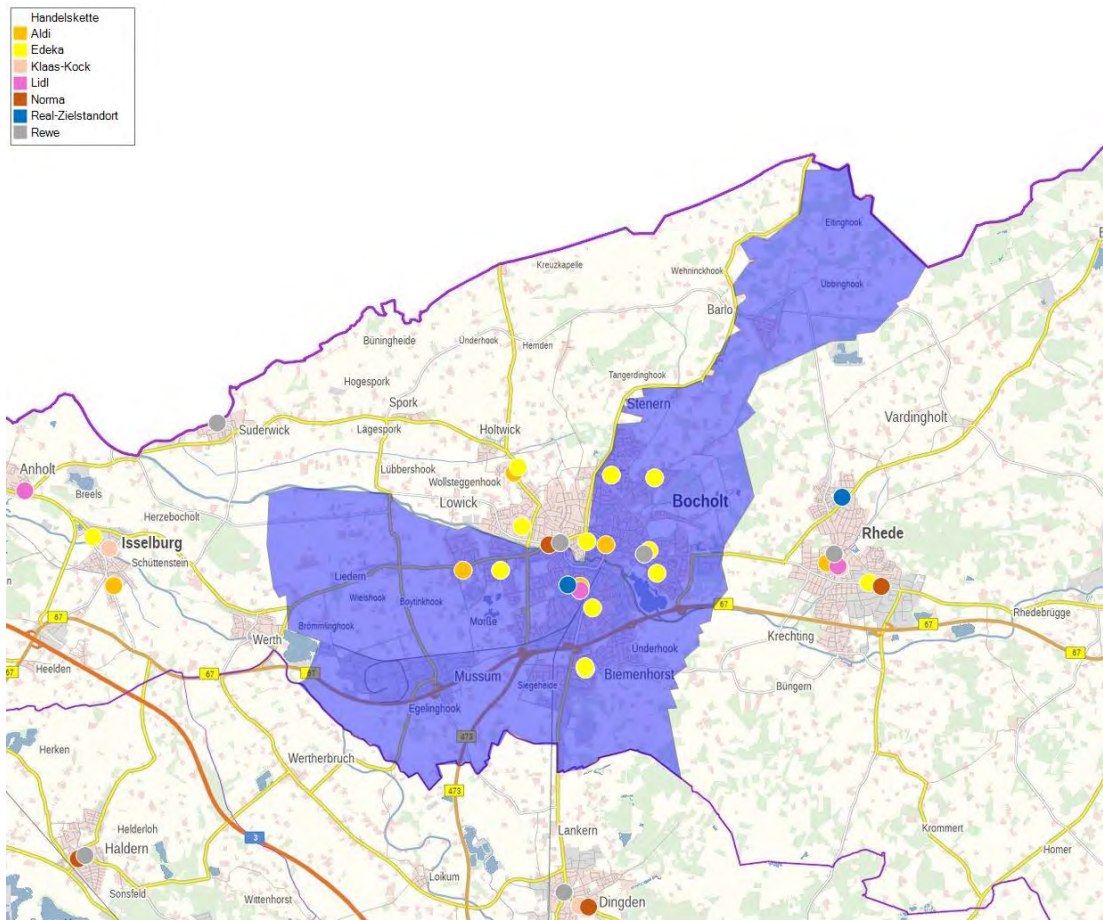
Rang	Filiale/Standort
1	Real, 46395 Bocholt (SB- Warenhaus)
2	Aldi, 46499 Hamminkeln (Discounter)
3	Edeka, 46399 BOCHOLT (Supermarkt)
4	Aldi, 46395 Bocholt (Discounter)
5	Aldi, 46399 Bocholt (Discounter)
6	Aldi, 46397 Bocholt (Discounter)
7	Aldi, 46395 Bocholt (Discounter)
8	Rewe, 46499 Hamminkeln (Supermarkt)
9	Lidl, 46395 Bocholt (Discounter)
10	Edeka, 46395 BOCHOLT (Supermarkt)
11	Rewe, 46499 Hamminkeln (Supermarkt)
12	Edeka, 46397 BOCHOLT (Supermarkt)
13	Edeka, 46395 BOCHOLT (Supermarkt)
14	Edeka, 46499 HAMMINKELN -MEHRHOOG- (Supermarkt)
15	Rewe, 46399 Bocholt (Discounter)
16	Edeka, 46499 HAMMINKELN (Discounter)
17	Edeka, 46395 BOCHOLT (Discounter)
18	Edeka, 46397 BOCHOLT-STENERN (Supermarkt)
19	Real, 46414 Rhede-Vardingholt (SB- Warenhaus)
20	Edeka, 46397 BOCHOLT (Discounter)

- 526 Im Marktraum Bocholt liegen die Zusammenschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.
- 527 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 45- 50% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 20- 25 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.
- 528 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.
- 529 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die

Konditionen verschlechtert. Es fehlt Aldi, Rewe und der Schwarz- Gruppe, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

530 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen sehr erheblichen Zuwachs von 20- 25% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 50- 55% Anteil, mit großem Abstand folgt Aldi (25- 30%). Die Schwarz- Gruppe und Rewe mit jeweils 5- 10% Anteil sind im Kerngebiet nur schwach vertreten.

531 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von zwei Aldi- Standorten auf Rang 2. und 3. Edeka betreibt 9 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Ein weiterer Real- Standort in Rhede, der auch Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist, liegt nach Umsatz auf Rang 12. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

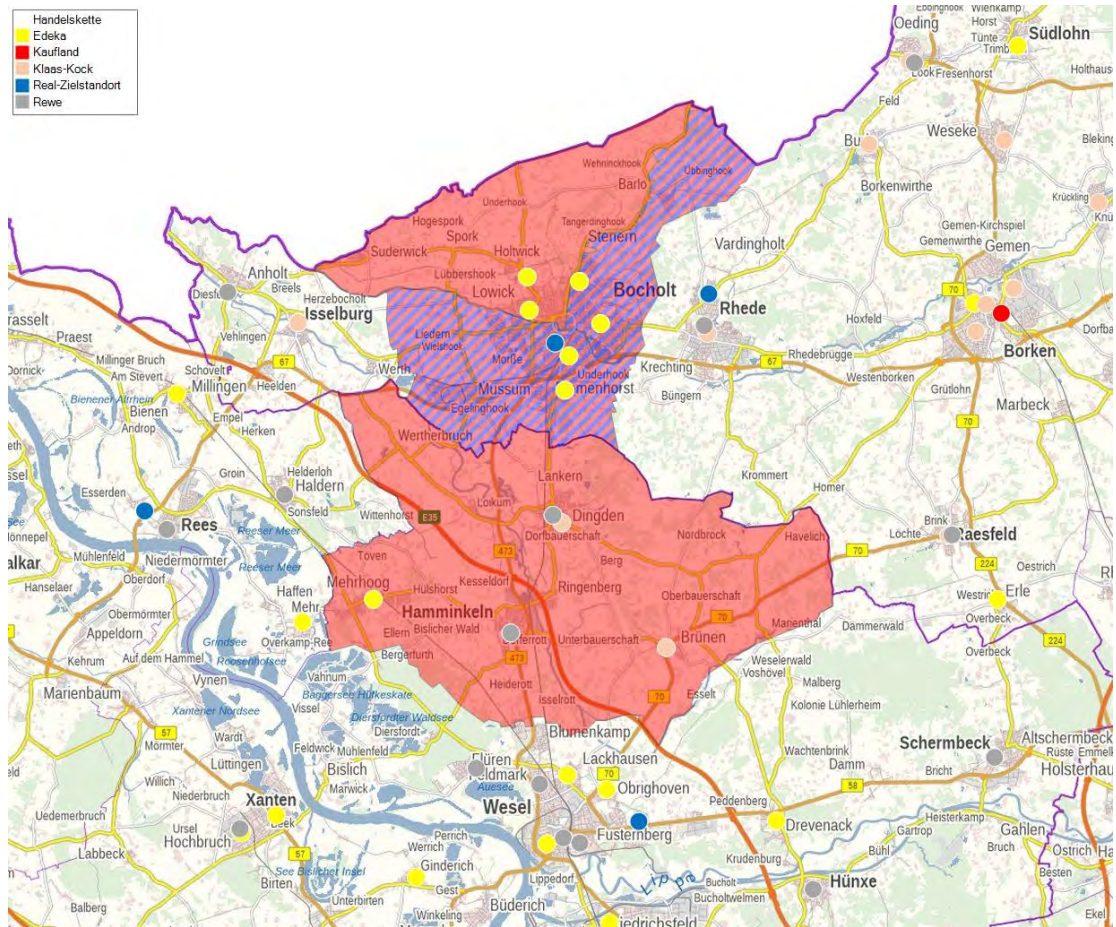


Kerngebiet Bocholt

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	20- 25	20- 25
Gesamt	55- 60	50- 55
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	5- 10	5- 10
Aldi	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	1- 5	1- 5
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 46395 Bocholt (SB- Warenhaus)
2	Aldi, 46397 Bocholt (Discounter)
3	Aldi, 46395 Bocholt (Discounter)
4	Lidl, 46395 Bocholt (Discounter)
5	Edeka, 46395 BOCHOLT (Supermarkt)
6	Edeka, 46397 BOCHOLT (Supermarkt)
7	Aldi, 46395 Bocholt (Discounter)
8	Edeka, 46395 BOCHOLT (Supermarkt)
9	Edeka, 46399 BOCHOLT (Supermarkt)
10	Edeka, 46397 BOCHOLT-STENERN (Supermarkt)
11	Aldi, 46399 Bocholt (Discounter)
12	Real, 46414 Rhede-Vardingholt (SB- Warenhaus)
13	Rewe, 46414 Rhede (Supermarkt)
14	Aldi, 46414 Rhede (Discounter)
15	Rewe, 46397 Bocholt (Discounter)
16	Edeka, 46395 BOCHOLT (Discounter)
17	Edeka, 46397 Bocholt (Discounter)
18	Rewe, 46499 Hamminkeln (Supermarkt)
19	Edeka, 46395 BOCHOLT (Discounter)
20	Edeka, 46397 BOCHOLT (Discounter)

- 532 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 75- 80% über drei Viertel des Angebots auf sich. Rewe erzielt über ihre zwei im EZG gelegenen Standorte einen Anteil von 30- 35% und besitzt im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment. Klaas + Kock übt mit 5- 10% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes keinen bedeutenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.
- 533 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real sogar 85- 90% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe betreibt keine Standorte im Kerngebiet und strahlt nicht bedeutend ins Kerngebiet.

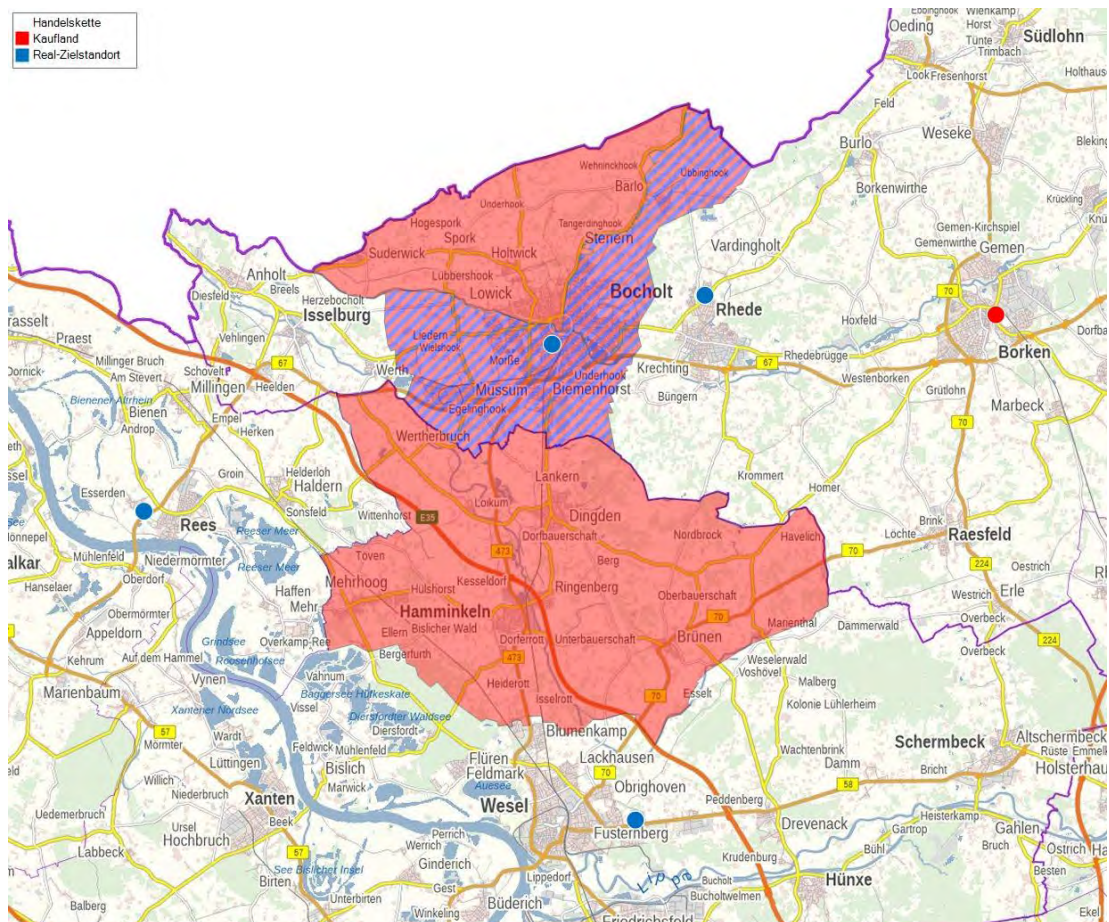


Vollsortiment Bocholt

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	30- 35	30- 35
Gesamt	70- 75	75- 80
Rewe	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	5- 10	5- 10

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	35- 40	40- 45
Gesamt	85-90	85-90
Rewe	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	1- 5	1- 5

534 Im Marktraum Bocholt ist nur Real mit einem Standort auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Bocholt

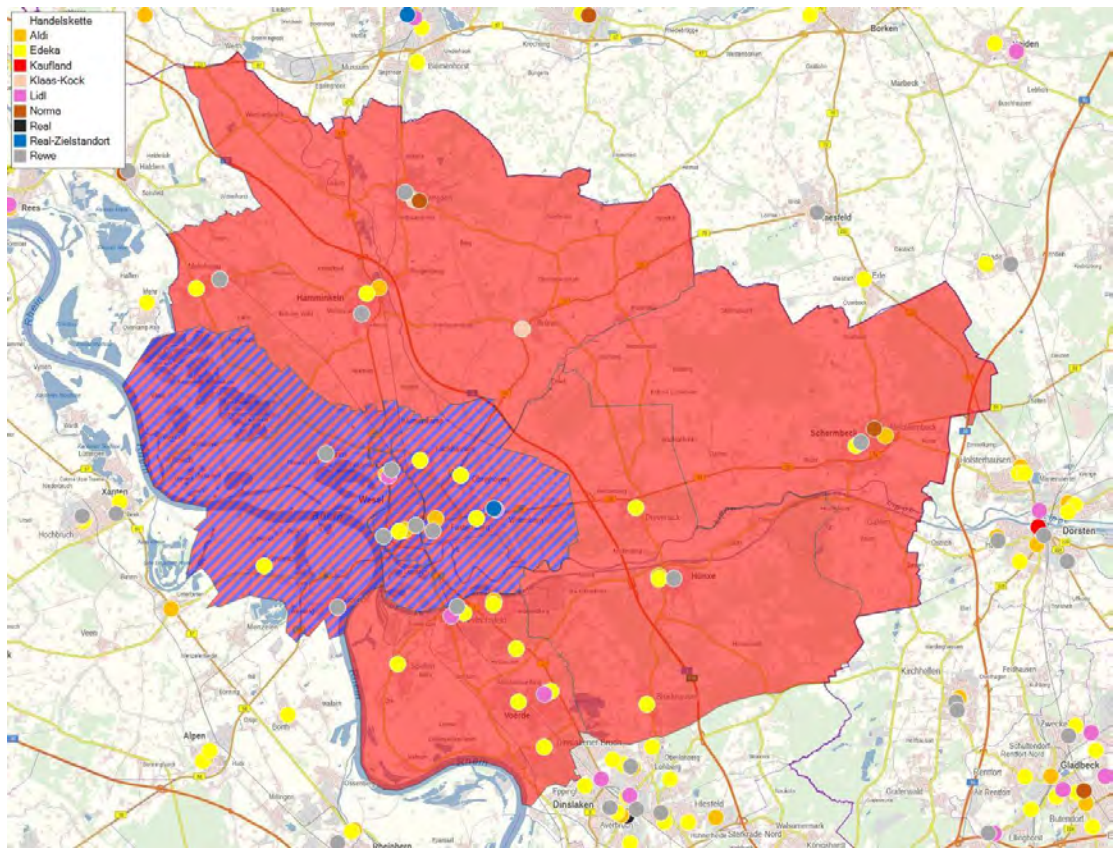
- 535 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Bocholt vorgetragen und Stellung genommen.⁹² Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde auf die Erreichbarkeit der Städte Rhede und Borke für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 536 Zudem wurde vorgetragen, dass das Bundeskartellamt einen Trinkgut-Getränkemarkt in Bocholt als Edeka-Filiale berücksichtigt habe. Eine Kontrolle des Vorgangs ergab, dass die Berücksichtigung gemäß den vorherigen Angaben von Edeka so erfolgte. Die Filiale wurde aufgrund der sachlichen Marktabgrenzung aus dem Datenbestand gelöscht und ist in den ausgewiesenen Marktanteilen nicht mehr berücksichtigt.
- 537 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss die führende Position im EZG inne. Durch den sehr erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 45- 50% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zu Aldi 20- 25 Prozentpunkte und zu Rewe sogar 30- 35 Prozentpunkte. Die beiden Unternehmen können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Zumindest für Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren. Selbst wenn Aldi demgegenüber das bestehende Preisniveau zur Wahrung eines einheitlichen Preisbildes im gesamten Vertriebsgebiet beibehielte, würde dies angesichts des Marktanteilsabstandes und der noch immer bestehenden erheblichen Unterschiede in Sortimentsbreite und -tiefe zu den Vollsortimentsanbietern nicht ausreichen, um einen hinreichend hohen Wettbewerbsdruck auf Edeka zu aufrechtzuerhalten. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen.

⁹² Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 67 ff.

- 538 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 30- 35% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer erheblichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 50- 55% liegen. Aldi folgt mit 25- 30% Anteil mit großem Abstand, Rewe, die Schwarz- Gruppe und weitere Wettbewerber sind mit Anteilen von jeweils unter 10% deutlich schwächer im EZG vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.
- 539 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 75- 80% Anteil in diesem Segment verfügen; im Kerngebiet erhöht er sich sogar auf 85- 90%. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.
- 540 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Bocholt erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(13) Wesel

- 541 Die Hansestadt Wesel liegt am unteren Niederrhein und gehört zum Regierungsbezirk Düsseldorf des Landes Nordrhein-Westfalen. Im Marktraum liegen zudem die Städte Hamminkeln und Voerde.



Marktraum Wesel

- 542 Im Marktraum Wesel liegen die Zusammenbeschlossbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 543 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.
- 544 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Marktanteil Marktführer vor Rewe (20- 25% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand Rewe erheblich aus (15- 20 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Wesel einen Marktanteil von 40- 45%. Aldi folgt mit 20- 25% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (20- 25 Prozentpunkte). Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielt die

Schwarz- Gruppe im Marktraum keine wesentliche Rolle. Auch andere Wettwerber wie Klaas + Kock und Norma spielen im Marktraum keine bedeutende Rolle.

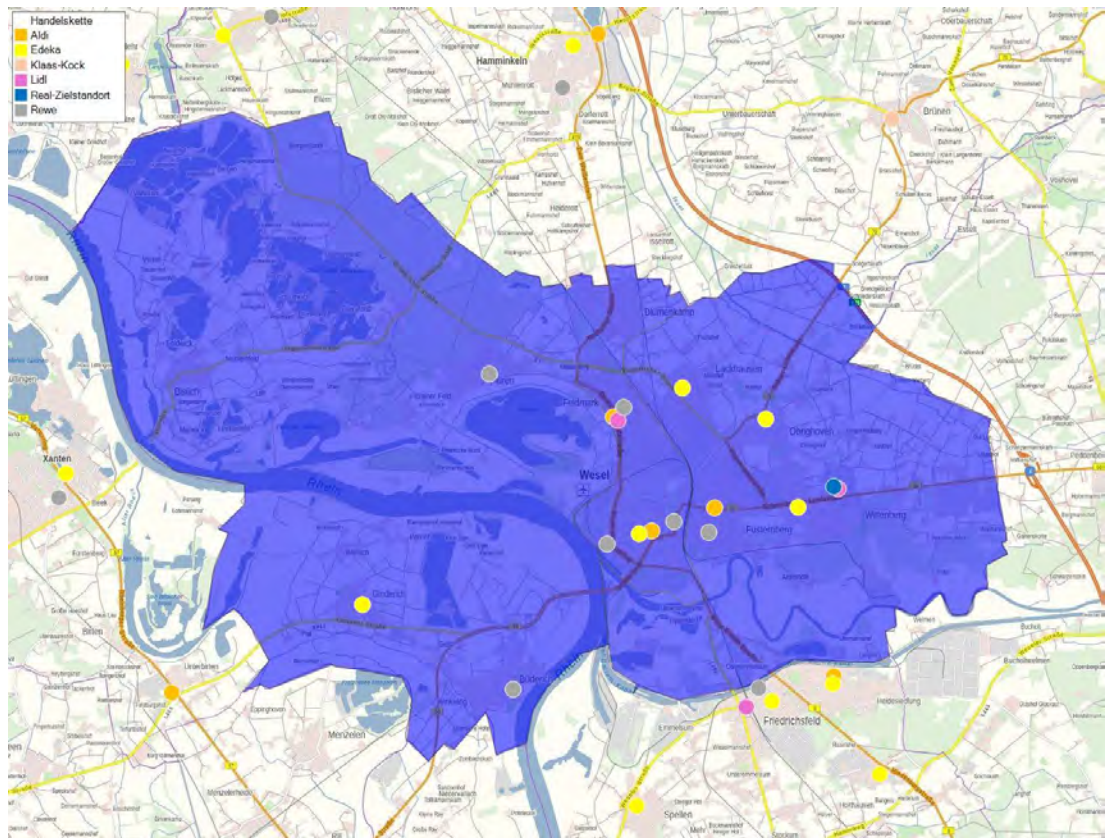
545 In die Berechnungen wurden über 40 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 20 Standorte ein Marktanteil von ca. 85% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 2 und 3 und betreibt insgesamt fünf der 20 Top- Standorte im EZG.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	20- 25	20- 25
Aldi	20- 25	20- 25
weitere Real- Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	1- 5	1- 5
Norma	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 46485 Wesel (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 46485 WESEL-LACKHAUSEN (Supermarkt)
3	Edeka, 46562 VOERDE (Verbrauchermarkt)
4	Aldi, 46499 Hamminkeln (Discounter)
5	Aldi, 46483 Wesel (Discounter)
6	Rewe, 46514 Schermbeck (Supermarkt)
7	Lidl, 46483 Wesel (Discounter)
8	Aldi, 46485 Wesel (Discounter)
9	Edeka, 46562 VOERDE (Verbrauchermarkt)
10	Edeka, 46483 Wesel (Supermarkt)
11	Rewe, 46483 Wesel (Supermarkt)
12	Rewe, 46499 Hamminkeln (Supermarkt)
13	Lidl, 46485 Wesel (Discounter)
14	Rewe, 46485 Wesel (Supermarkt)
15	Aldi, 46514 Schermbeck (Discounter)
16	Edeka, 46569 HUENXE-DREVENACK (Supermarkt)
17	Lidl, 46562 Voerde (Niederrhein) (Discounter)
18	Aldi, 46562 Voerde (Discounter)
19	Aldi, 46569 Hünxe (Discounter)
20	Rewe, 46483 Wesel (Supermarkt)

- 546 Im Marktraum Wesel liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.
- 547 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 15- 20 Prozentpunkte und ist damit erheblich.
- 548 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.
- 549 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt Rewe, der Schwarz- Gruppe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.
- 550 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 25- 30% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen Rewe (20- 25% Anteil), die Schwarz- Gruppe (15- 20% Anteil) und Aldi (15- 20% Anteil).
- 551 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von einem Edeka- Standort auf Rang 2. Edeka betreibt 7 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als

Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



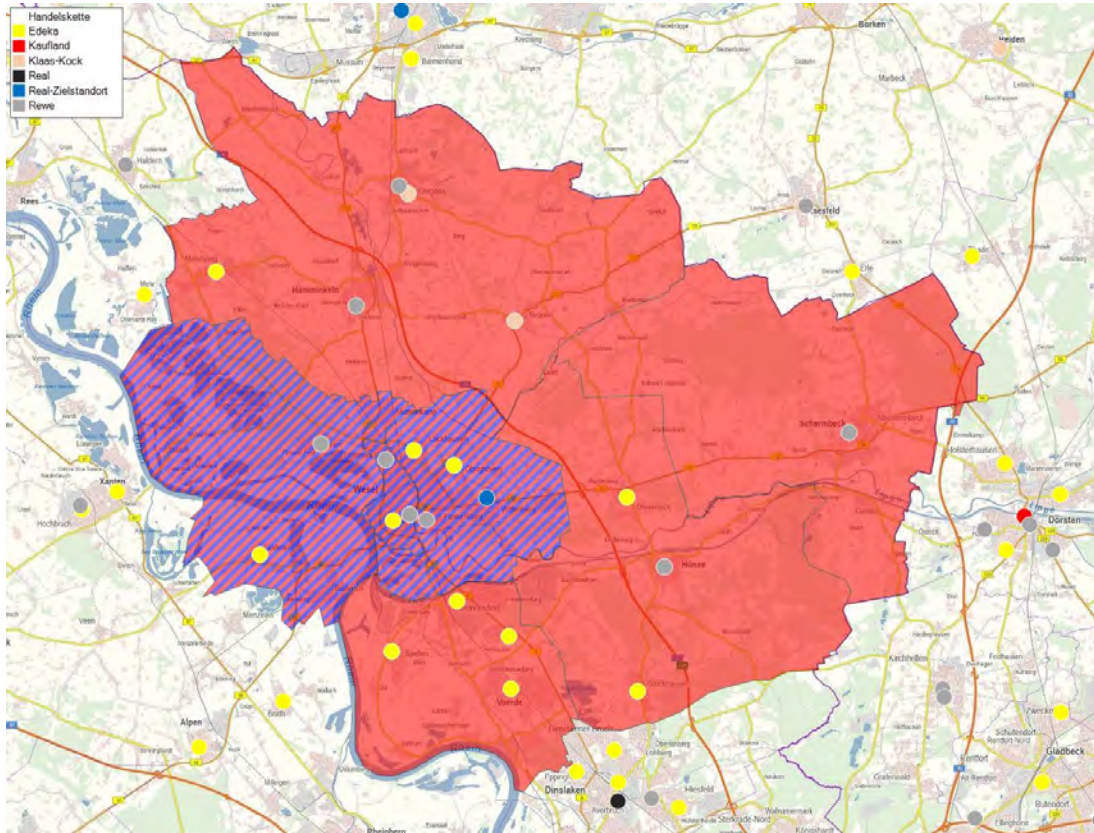
Kerngebiet Wesel

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	20- 25	25- 30
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	35- 40	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	25- 30	20- 25
Aldi	20- 25	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 46485 Wesel (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 46485 WESEL-LACKHAUSEN (Supermarkt)
3	Aldi, 46483 Wesel (Discounter)
4	Lidl, 46483 Wesel (Discounter)
5	Edeka, 46483 Wesel (Supermarkt)
6	Lidl, 46485 Wesel (Discounter)
7	Aldi, 46485 Wesel (Discounter)
8	Rewe, 46483 Wesel (Supermarkt)
9	Rewe, 46483 Wesel (Supermarkt)
10	Rewe, 46483 Wesel (Discounter)
11	Edeka, 46485 WESEL-OBRIHOVEN (Supermarkt)
12	Rewe, 46485 Wesel (Supermarkt)
13	Rewe, 46487 Wesel (Supermarkt)
14	Aldi, 46483 Wesel (Discounter)
15	Rewe, 46487 Wesel (Discounter)
16	Edeka, 46485 WESEL (Discounter)
17	Lidl, 46562 Voerde (Niederrhein) (Discounter)
18	Edeka, 46487 WESEL-GINDERICH (Supermarkt)
19	Edeka, 46562 VOERDE (Verbrauchermarkt)
20	Edeka, 46569 HUENXE-DREVENACK (Supermarkt)

552 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Rewe folgt mit weitem Abstand und erzielt einen Anteil von 30- 35% in diesem Segment. Die Schwarz- Gruppe und Klaas + Kock spielen in diesem Segment keine bedeutende Rolle.

553 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 25- 30% Anteil; die Schwarz- Gruppe und Klaas + Kock spielen auch im Kerngebiet in diesem Segment keine bedeutende Rolle.

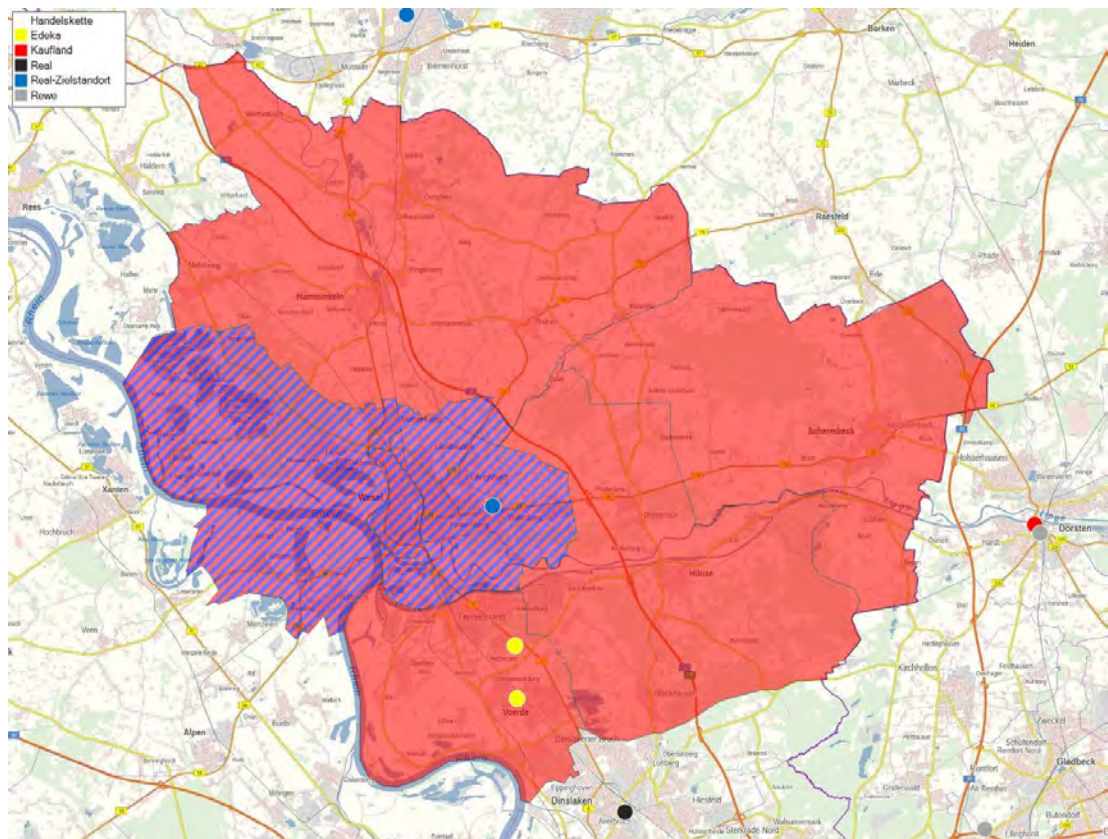


Vollsortiment Wesel

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	60- 65	60- 65
Schwarz- Gruppe	<1	<1
Rewe	35- 40	30- 35
Aldi	<1	<1
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Klaas + Kock	1- 5	1- 5

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	45- 50
Real	20- 25	20- 25
Gesamt	60- 65	65- 70
Schwarz- Gruppe	<1	<1
Rewe	30- 35	25- 30
weitere Real- Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	1- 5	1- 5

554 Im Marktraum Wesel ist neben Real Edeka mit zwei Standorten auf der Großfläche vertreten. Ein weiterer Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses, liegt außerhalb des EZG am südlichen Rand in Dinslaken.



Großflächen Wesel

- 555 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Wesel vorgetragen und Stellung genommen.⁹³ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in Richtung Westen werde das Einzugsgebiet abrupt abgeschnitten. Die Städte Xanten, Dorsten, Walsum und Hamborn seien für die Bewohner des Einzugsgebiets jedoch gut zu erreichen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt. Weiterhin verweist Edeka auf die Nachbarschaft des Zielstandortes zu mehreren Möbelhäusern. Ein etwaiger Einfluss auf die Herkunft der Kunden ist jedoch durch die Nutzung der Payback-Daten für die Marktabgrenzung bereits in dieser berücksichtigt.
- 556 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist erheblich und beträgt zu Rewe 15- 20 Prozentpunkte. Während Rewe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 557 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 25- 30% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Rewe folgt mit 20- 25% Anteil, die Schwarz- Gruppe und Aldi mit jeweils 15- 20% Anteil in diesem Segment. Für dieses Segment geht die

⁹³ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 73 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 19 ff..

Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und Rewe sowie die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

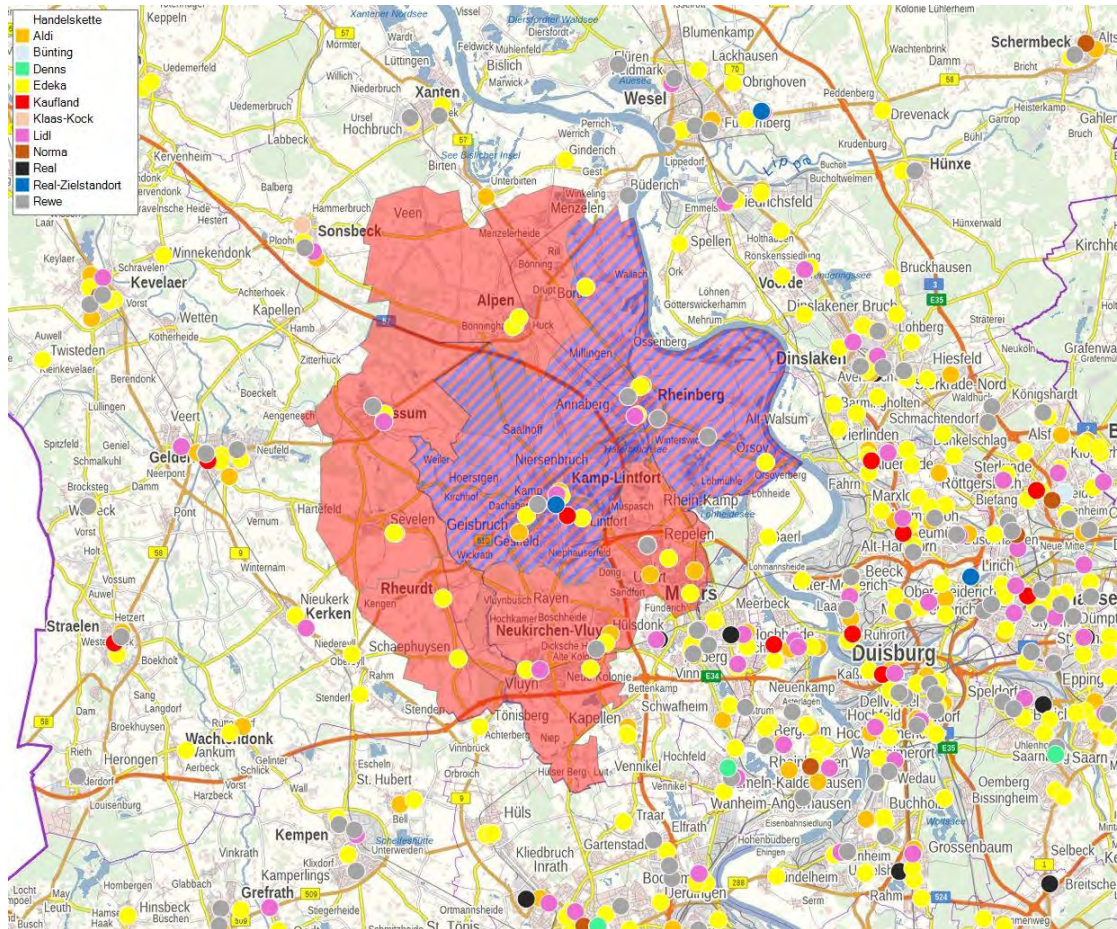
558 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 60- 65% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 65- 70% erhöht. Auch im Bereich der Großfläche ist nur Edeka mit zwei Standorten im EZG vertreten. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

559 Der Zielstandort übt bisher aufgrund seiner Lage und seiner hohen Umsätze wichtigen Wettbewerbsdruck auf Edeka aus, der durch den Zusammenschluss entfallen würde.

560 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Wesel erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(14) Kamp- Lintfort

561 Kamp- Lintfort ist eine Stadt im Nordwesten von Nordrhein-Westfalen im Regierungsbezirk Düsseldorf. Im Marktraum liegen die Städte Rheinberg, Neukirchen- Vluyn und Moers. Das am Rhein liegende Kerngebiet umfasst neben Kamp- Lintfort die Stadt Rheinberg.



Marktraum Kamp-Lintfort

- 562 Im Marktraum Kamp-Lintfort liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 563 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.
- 564 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor Aldi (20- 25% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Aldi erheblich aus (20- 25 Prozentpunkte) und erzielt im

Marktraum Kamp-Lintfort einen Marktanteil von 40- 45%. Die Schwarz- Gruppe erzielt 15- 20% Marktanteil, gefolgt von mit 10- 15% Marktanteil. Weitere Wettbewerber spielen im Marktraum keine bedeutende Rolle.

565 In die Berechnungen wurden über 100 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 75% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Kaufland liegt in räumlicher Nähe zum Zielstandort auf Rang 2, Rewe folgt auf Rang 3. Edeka liegt auf Rang 4 und betreibt insgesamt acht der 20 Top- Standorte im EZG. Ein weiterer Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist, liegt auf Rang 9.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	15- 20	10- 15
Aldi	20- 25	20- 25
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Klaas + Kock	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 47475 Kamp-Lintfort (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 47475 Kamp-Lintfort (Verbrauchermarkt)
3	Rewe, 47495 Rheinberg (Verbrauchermarkt)
4	Edeka, 47495 RHEINBERG (Supermarkt)
5	Aldi, 47475 Kamp-Lintfort (Discounter)
6	Aldi, 47495 Rheinberg (Discounter)
7	Edeka, 47475 KAMP-LINTFORT (Supermarkt)
8	Aldi, 47475 Kamp-Lintfort (Discounter)
9	Real, 47441 Moers (SB- Warenhaus)
10	Edeka, 47506 NEUKIRCHEN-VLUYN (Supermarkt)
11	Lidl, 47475 Kamp-Lintfort (Discounter)
12	Lidl, 47495 Rheinberg (Discounter)
13	Aldi, 46519 Alpen (Discounter)
14	Edeka, 47647 KERKEN-ALDEKERK (Supermarkt)
15	Aldi, 47445 Moers (Discounter)
16	Edeka, 46519 ALPEN (Supermarkt)
17	Edeka, 47495 RHEINBERG (Supermarkt)
18	Aldi, 47661 Issum (Discounter)
19	Edeka, 47495 RHEINBERG BORTH (Supermarkt)
20	Edeka, 47445 MOERS-RHEINKAMP (Supermarkt)

566 Im Marktraum Kamp-Lintfort liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

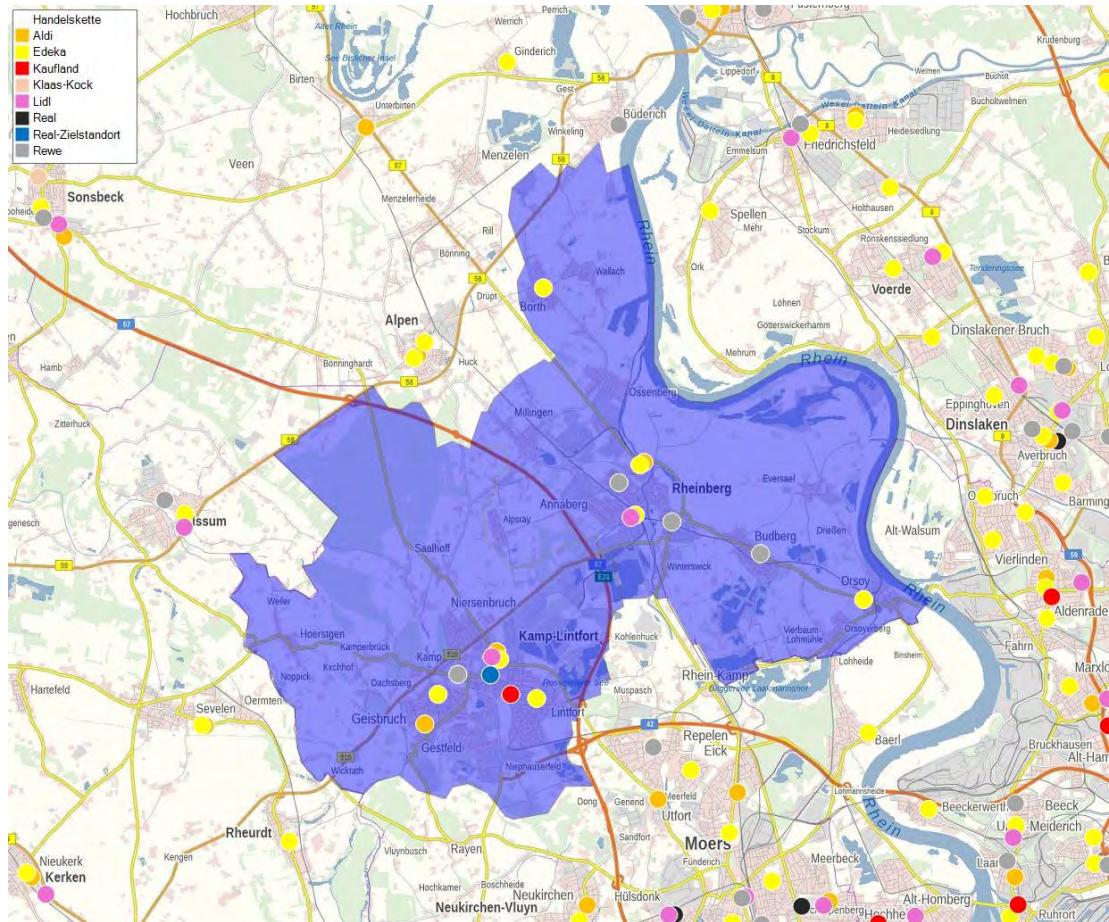
567 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 20- 25 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

568 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

569 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst

grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka-Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

- 570 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen Aldi (20- 25% Anteil), die Schwarz- Gruppe und Rewe (jeweils 15- 20% Anteil).
- 571 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von einem Rewe- Standort auf Rang 2. Edeka liegt auf Rang 3 und Kaufland auf Rang 4. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



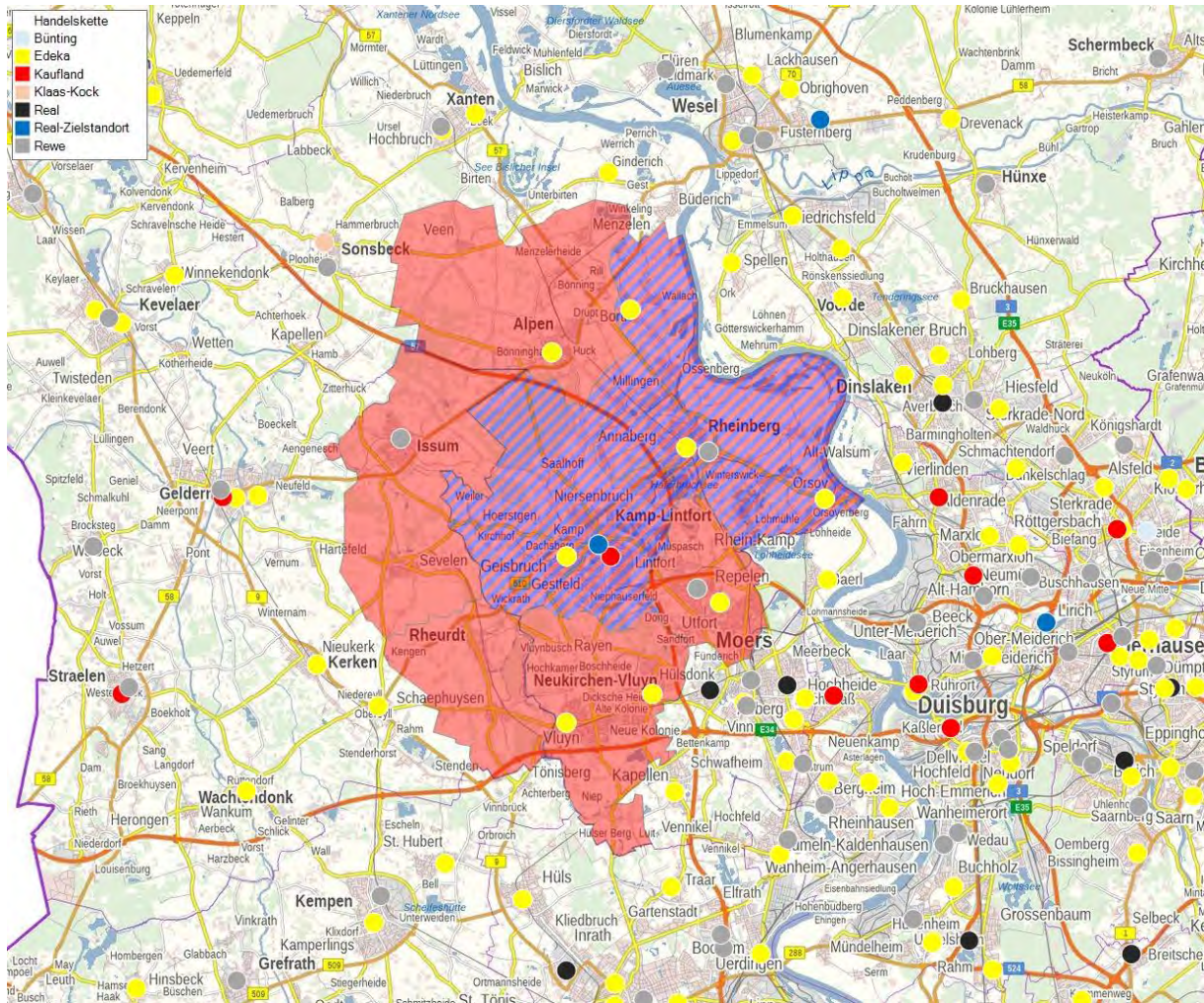
Kerngebiet Kamp-Lintfort

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	30- 35
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	20- 25	20- 25
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 47475 Kamp-Lintfort (SB- Warenhaus)
2	Rewe, 47495 Rheinberg (Verbrauchermarkt)
3	Edeka, 47495 RHEINBERG (Supermarkt)
4	Kaufland, 47475 Kamp-Lintfort (Verbrauchermarkt)
5	Aldi, 47475 Kamp-Lintfort (Discounter)
6	Aldi, 47495 Rheinberg (Discounter)
7	Edeka, 47475 KAMP-LINTFORT (Supermarkt)
8	Aldi, 47475 Kamp-Lintfort (Discounter)
9	Lidl, 47475 Kamp-Lintfort (Discounter)
10	Lidl, 47495 Rheinberg (Discounter)
11	Edeka, 47495 RHEINBERG (Supermarkt)
12	Edeka, 47495 RHEINBERG BORTH (Supermarkt)
13	Rewe, 47475 Kamp (Discounter)
14	Rewe, 47495 Rheinberg (Discounter)
15	Rewe, 47495 Rheinberg (Discounter)
16	Aldi, 46519 Alpen (Discounter)
17	Edeka, 47495 Rheinberg (Discounter)
18	Edeka, 47475 Kamp-Lintfort (Discounter)
19	Edeka, 47475 KAMP-LINTFORT (Discounter)
20	Edeka, 46519 ALPEN (Supermarkt)

572 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% deutlich mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Rewe besitzt mit 3 Standorten und 15- 20% Marktanteil im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment, der Anteilsabstand zu den Zusammenschlussbeteiligten ist jedoch sehr erheblich. Die Schwarz- Gruppe erzielt über einen im EZG gelegenen Standort einen Anteil von 10- 15% und übt auf Ebene des Vollsortimentsangebotes im Verhältnis schwächeren Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.

573 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 15- 20% und die Schwarz- Gruppe 10- 15% Anteil in diesem Segment.

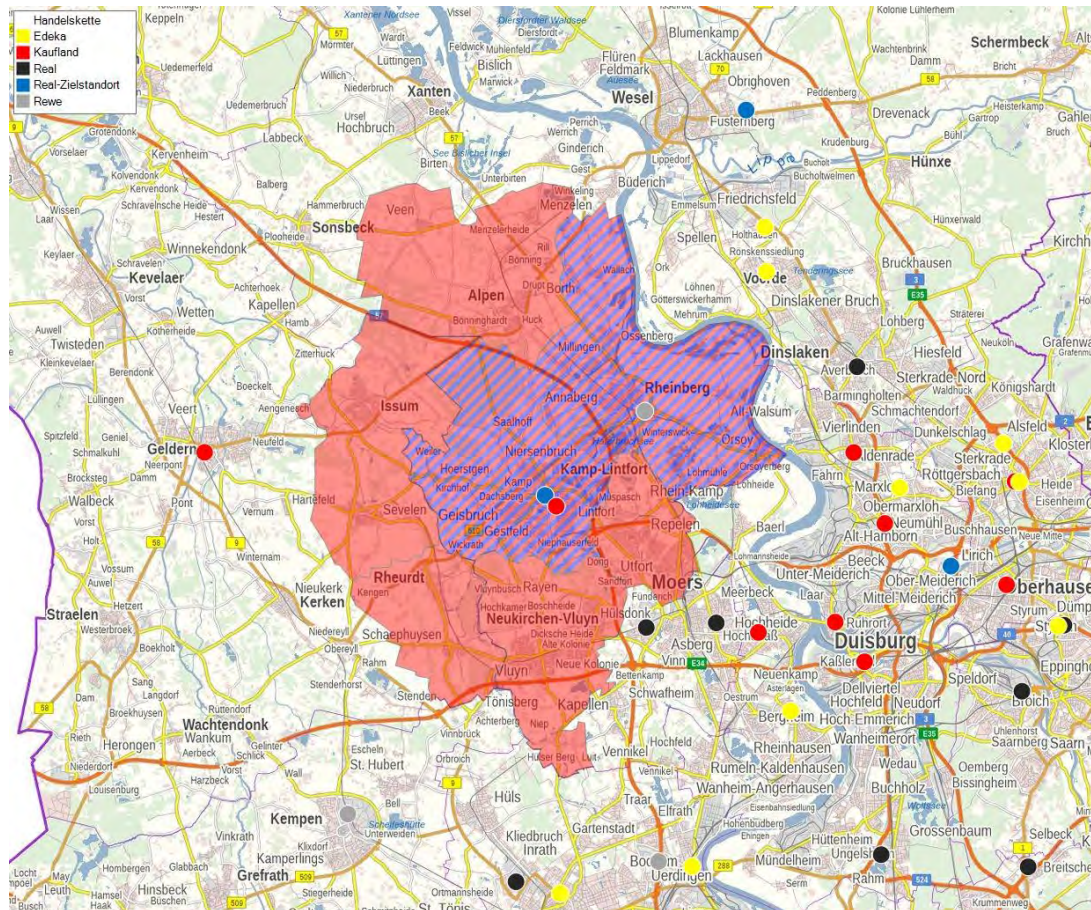


Vollsortiment Kamp-Lintfort

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	60- 65	60- 65
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	5- 10	5- 10
Klaas + Kock	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	25- 30	25- 30
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

574 Im Marktraum Kamp-Lintfort sind neben Real Kaufland und Rewe mit jeweils einem Standort auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Kamp-Lintfort

- 575 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Kamp-Lintfort vorgetragen und Stellung genommen.⁹⁴ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, dass insbesondere Moers für die Bewohner des Einzugsgebiets gut zu erreichen sei. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 576 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zu Aldi 20- 25 Prozentpunkte und zu Rewe 25- 30 Prozentpunkte. Die beiden Unternehmen können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Zumindest für Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren. Selbst wenn Aldi demgegenüber das bestehende Preisniveau zur Wahrung eines einheitlichen Preisbildes im gesamten Vertriebsgebiet beibehielte, würde dies angesichts des Marktanteilsabstandes und der noch immer bestehenden erheblichen Unterschiede in Sortimentsbreite und –tiefe zu den Vollsortimentsanbietern nicht ausreichen, um einen hinreichend hohen Wettbewerbsdruck auf Edeka zu aufrechtzuerhalten. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen.
- 577 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 30- 35% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Aldi folgt mit 20- 25% Anteil, die Schwarz- Gruppe und

⁹⁴ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 75 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 20 ff..

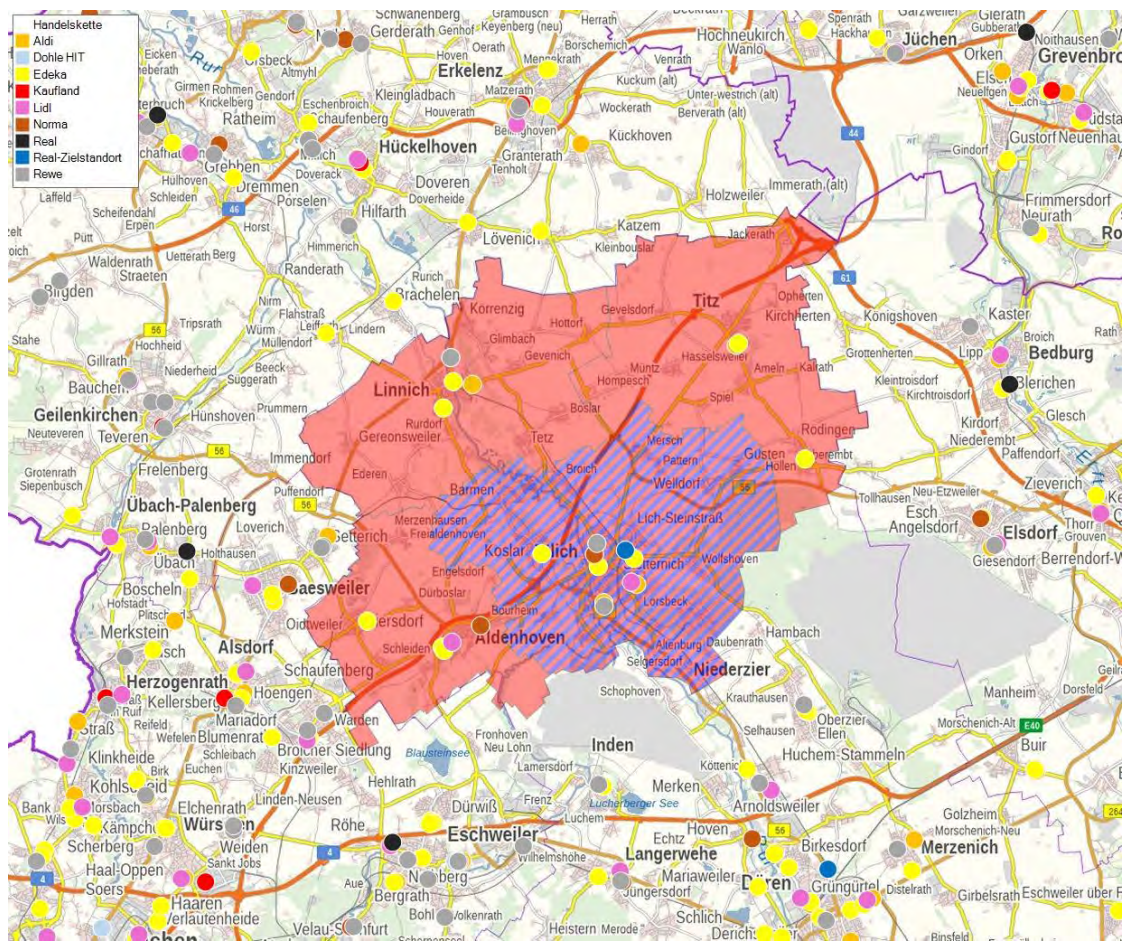
Rewe mit jeweils 15- 20% Anteil in diesem Segment. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

578 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 60- 65% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 65- 70% erhöht. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

579 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Kamp- Lintfort erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(15) Jülich

580 Jülich ist eine Stadt im Kreis Düren in Nordrhein- Westfalen. Der Marktraum umfasst neben Jülich die Stadt Linnich und die Gemeinde Titz.



Marktraum Jülich

581 Im Marktraum Jülich liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt. Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

582 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Marktanteil Marktführer vor Aldi (25- 30% Anteil). Durch den mit 10- 15% erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Aldi erheblich aus (15- 20 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Jülich einen Marktanteil von 40- 45%. Die Schwarz- Gruppe und Rewe folgen mit jeweils 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (30- 35 Prozentpunkte).

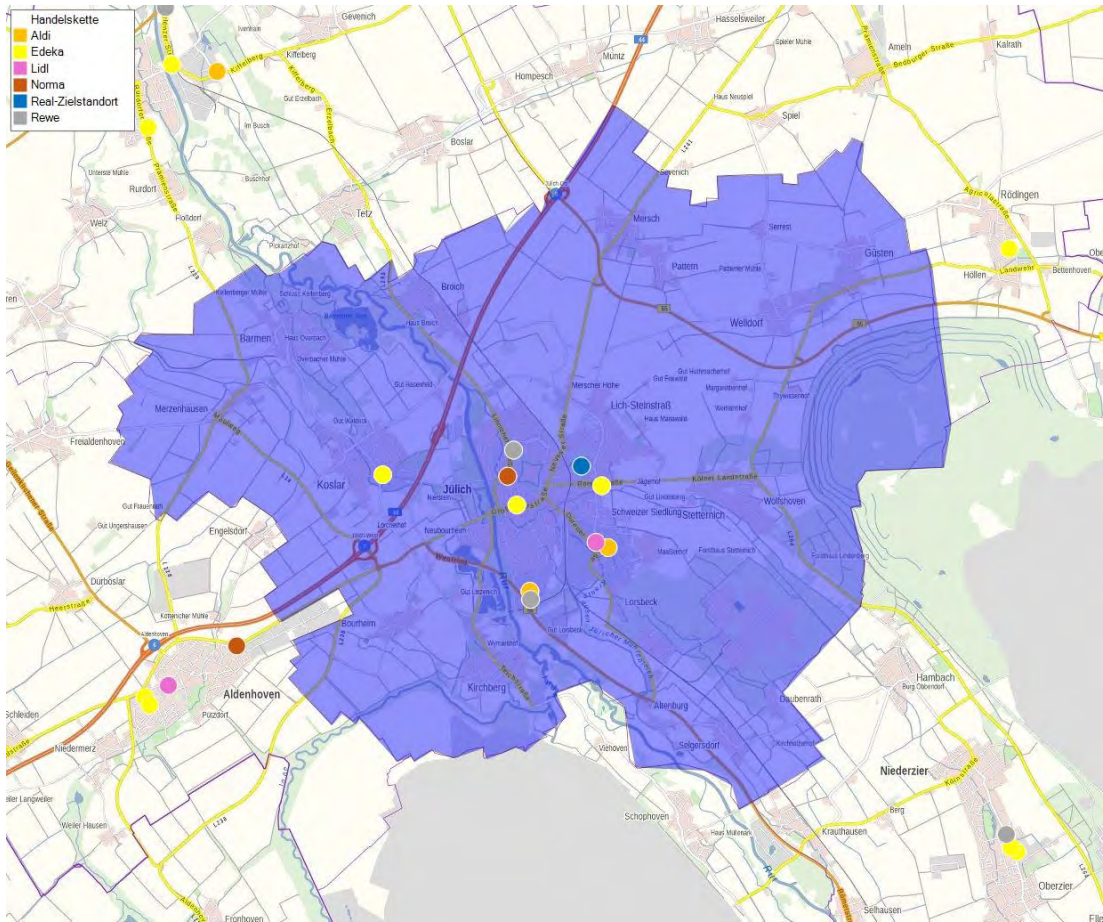
Weitere Wettbewerber wie Norma spielen im Marktraum mit Marktanteilen im einstelligen Bereich keine bedeutende Rolle.

583 In die Berechnungen wurden über 70 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 90% entfällt. Real betreibt den mit Abstand umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 2 und betreibt insgesamt neun der 20 Top- Standorte im EZG.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Dohle HIT	<1	<1
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 52428 Jülich (Verbrauchermarkt)
2	Edeka, 52441 LINNICH (Supermarkt)
3	Lidl, 52428 Jülich (Discounter)
4	Aldi, 52428 Jülich (Discounter)
5	Aldi, 52441 Linnich (Discounter)
6	Aldi, 52445 Titz (Discounter)
7	Aldi, 52457 Aldenhoven (Discounter)
8	Rewe, 52428 Jülich (Supermarkt)
9	Aldi, 52428 Jülich (Discounter)
10	Lidl, 52457 Aldenhoven (Discounter)
11	Edeka, 52457 ALDENHOVEN (Supermarkt)
12	Edeka, 52428 Jülich (Discounter)
13	Edeka, 52445 TITZ (Supermarkt)
14	Rewe, 52428 Jülich (Discounter)
15	Edeka, 52428 Jülich-Koslar (Discounter)
16	Edeka, 52428 JÜLICH (Discounter)
17	Edeka, 52445 Titz (Discounter)
18	Edeka, 52457 ALDENHOVEN (Discounter)
19	Edeka, 52441 LINNICH (Discounter)
20	Rewe, 52441 Linnich (Discounter)

- 584 Im Marktraum Jülich liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.
- 585 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 15- 20 Prozentpunkte und ist damit erheblich.
- 586 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.
- 587 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.
- 588 Vor dem Zusammenschluss ist Aldi der stärkste Anbieter im Kerngebiet mit 25- 30% Anteil. Real folgt mit 20- 25% Anteil. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen sehr erheblichen Zuwachs von 20- 25% Umsatzanteil wird Edeka der stärkste Anbieter im Markt mit einem Anteil von 40- 45% und einem deutlichen Abstand zu Aldi von 10- 15 Prozentpunkten. Mit sehr erheblichem Abstand folgen Rewe und die Schwarz- Gruppe mit jeweils 10- 15% Anteil.
- 589 Real betreibt den mit Abstand umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von Lidl auf Rang 2. Der Real- Standort in Düren, der auch Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist, liegt auf Rang 18.



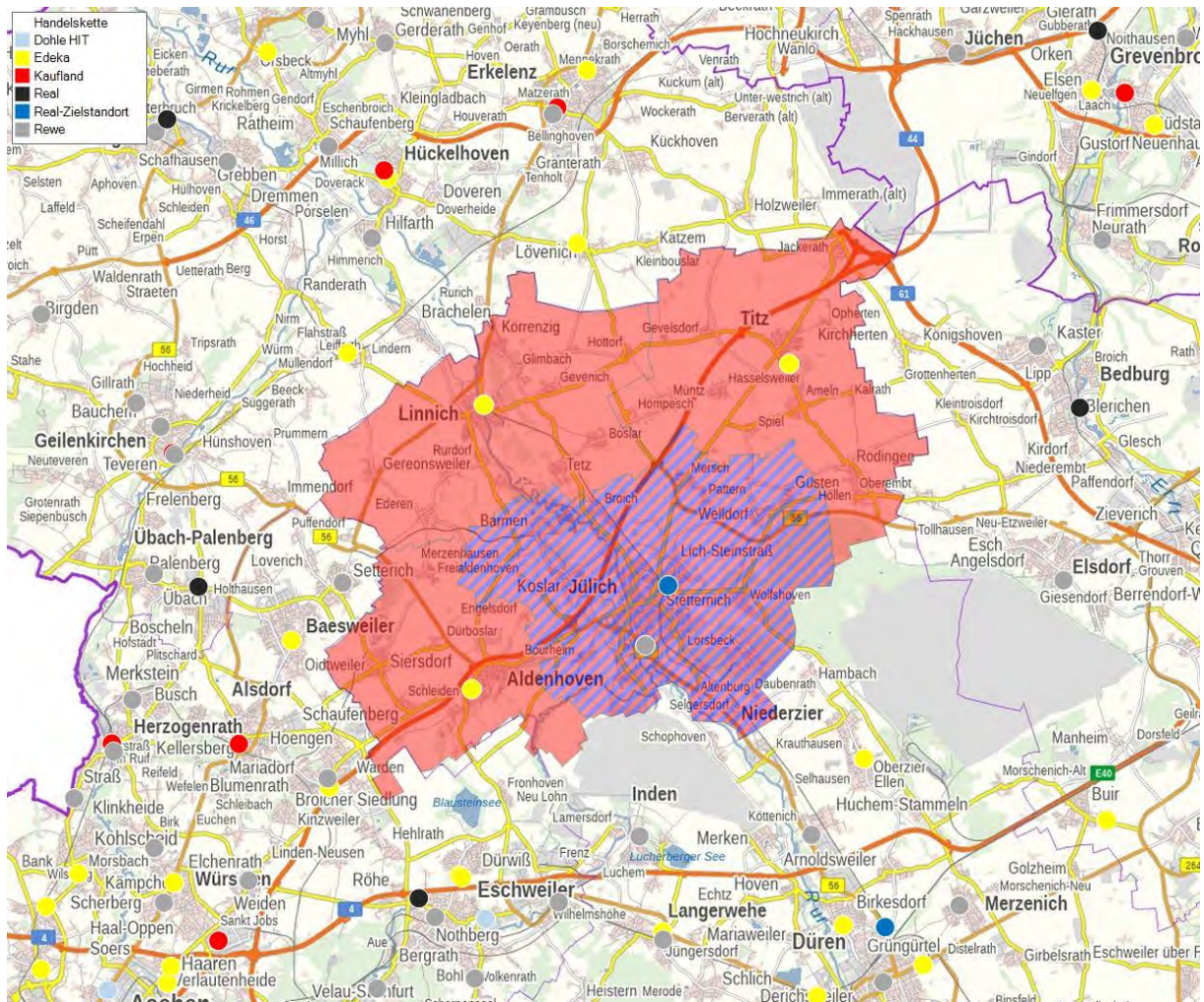
Kerngebiet Jülich

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	15- 20	15- 20
Real	20- 25	20- 25
Gesamt	35- 40	40- 45
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 52428 Jülich (Verbrauchermarkt)
2	Lidl, 52428 Jülich (Discounter)
3	Aldi, 52428 Jülich (Discounter)
4	Aldi, 52428 Jülich (Discounter)
5	Rewe, 52428 Jülich (Supermarkt)
6	Edeka, 52428 Jülich (Discounter)
7	Edeka, 52428 JÜLICH (Discounter)
8	Rewe, 52428 Jülich (Discounter)
9	Edeka, 52428 Jülich-Koslar (Discounter)
10	Aldi, 52441 Linnich (Discounter)
11	Aldi, 52445 Titz (Discounter)
12	Norma, 52428 Jülich (Discounter)
13	Kaufland, 52477 Alsdorf (SB- Warenhaus)
14	Edeka, 52445 TITZ (Supermarkt)
15	Rewe, 52382 Niederzier (Verbrauchermarkt)
16	Norma, 52457 Aldenhoven (Discounter)
17	Edeka, 52457 ALDENHOVEN (Supermarkt)
18	Real, 52353 Düren (SB- Warenhaus)
19	Real, 52249 Eschweiler (SB- Warenhaus)
20	Real, 50181 Bedburg (SB- Warenhaus)

590 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 65- 70% zwei Drittel des Angebots auf sich. Rewe erzielt über ihren im EZG gelegenen Standort einen Anteil von 15- 20%. Die Schwarz- Gruppe übt mit 5- 10% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes im Verhältnis schwächeren Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.

591 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real ebenfalls 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 20- 25% Anteil und übt liegt mit weitem Abstand zu den Zusammenschlussbeteiligten. Die Schwarz- Gruppe ist im EZG nicht mit Vollsortimentsstandorten vertreten.

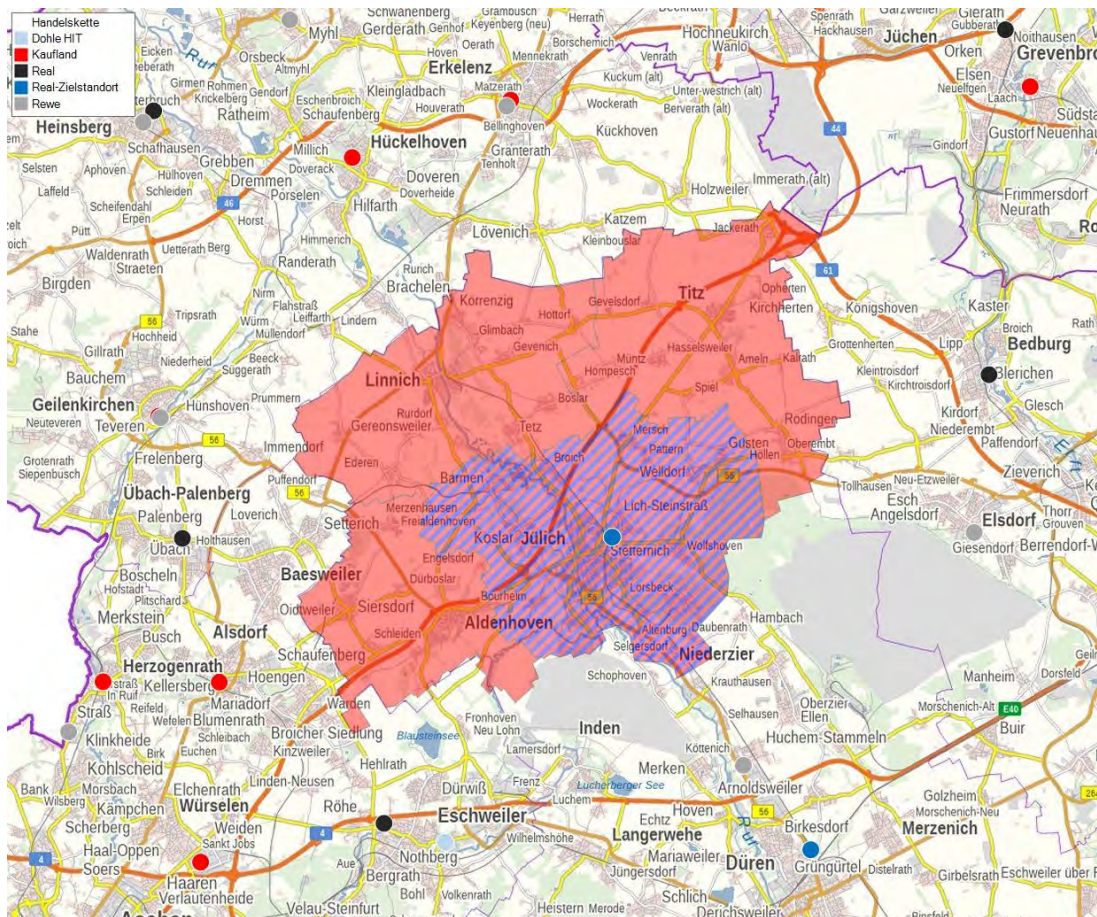


Vollsortiment Jülich

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	25- 30	30- 35
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	20- 25	15- 20
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Dohle HIT	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	5- 10	5- 10
Real	60- 65	60- 65
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	1- 5	1- 5
Rewe	20- 25	20- 25
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

592 Im Marktraum Jülich ist neben Real kein Wettbewerber auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Jülich

- 593 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Jülich vorgetragen und Stellung genommen.⁹⁵ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde auf die Erreichbarkeit der Städte Düren und Eschweiler für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 594 Zudem wurde vorgetragen, dass ein kleines Lebensmittelgeschäft im Kerngebiet nicht ermittelt wurde. Die Ermittlung und Einbeziehung dieser Filiale ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den zu erwartenden Umsatz nicht entscheidungserheblich.
- 595 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist erheblich und beträgt zu Aldi 15- 20%. Die Schwarz-Gruppe und Rewe bleiben deutlich dahinter zurück. Zumindest für die Schwarz- Gruppe und Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren. Selbst wenn Aldi demgegenüber das bestehende Preisniveau zur Wahrung eines einheitlichen Preisbildes im gesamten Vertriebsgebiet beibehielte, würde dies angesichts des Marktanteilsabstandes und der noch immer bestehenden erheblichen Unterschiede in Sortimentsbreite und –tiefe zu den Vollsortimentsanbietern nicht ausreichen, um einen hinreichend hohen Wettbewerbsdruck auf Edeka zu aufrechtzuerhalten. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen.
- 596 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Real mit 20- 25% Anteil eine bedeutende

⁹⁵ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 78 ff..

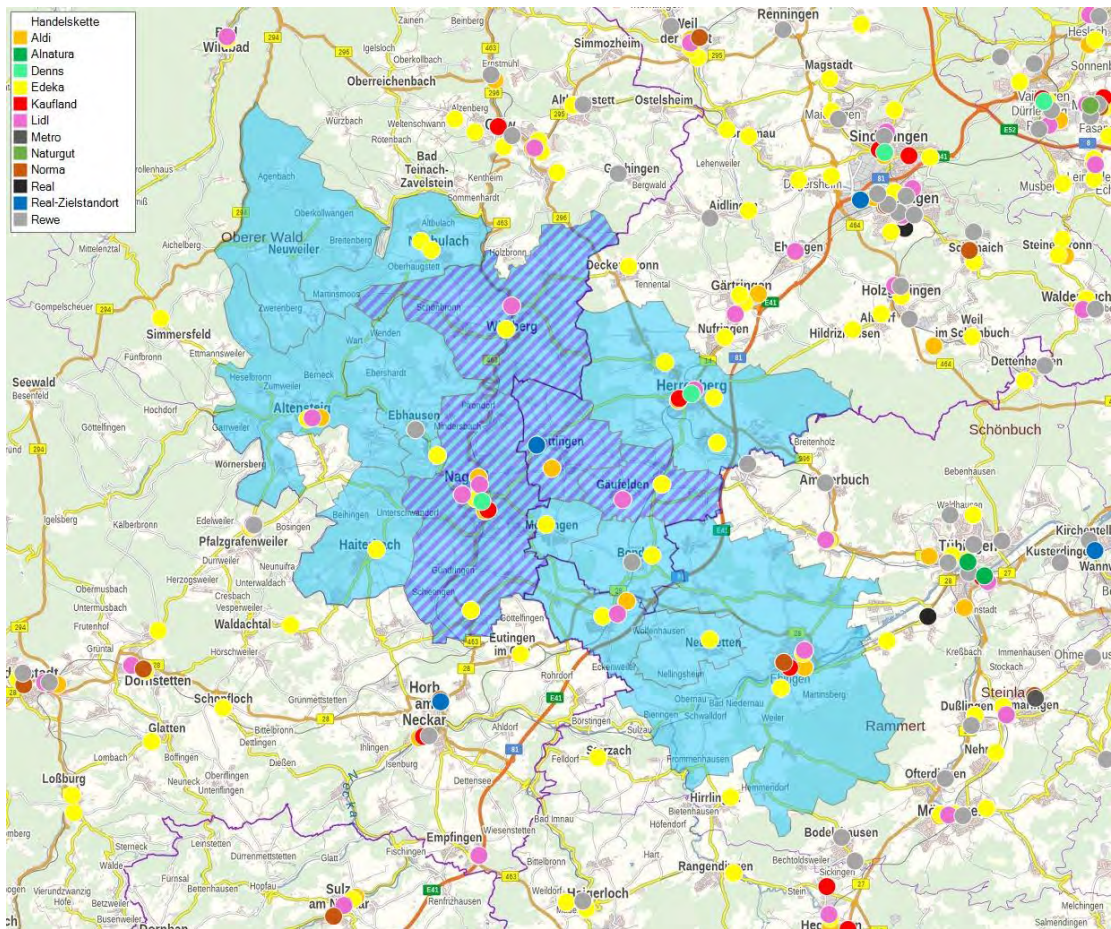
Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer erheblichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 40- 45% liegen. Aldi folgt mit 25- 30% Anteil, die Schwarz- Gruppe und Rewe sind mit jeweils 10- 15% Anteil in diesem Segment vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

597 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten sowohl im EZG als auch im Kerngebiet über 65- 70% Anteil in diesem Segment verfügen. Lediglich Rewe ist mit einem Vollsortiments- Standort im EZG vertreten. Auch im Bereich der Großfläche ist nur Real im Marktraum vertreten. Rewe übt in diesem Segment zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

598 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Jülich erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(16) Jettingen

599 Jettingen ist eine Gemeinde im Landkreis Böblingen in der Region Stuttgart in Baden- Württemberg. Im Marktraum liegen die Städte Altensteig, Haiterbach, Nagold, Wildberg, Herrenberg und Rottenburg am Neckar. Das Kerngebiet umfasst neben Jettingen die Städte Nagold und Wildberg.



Markraum Jettingen

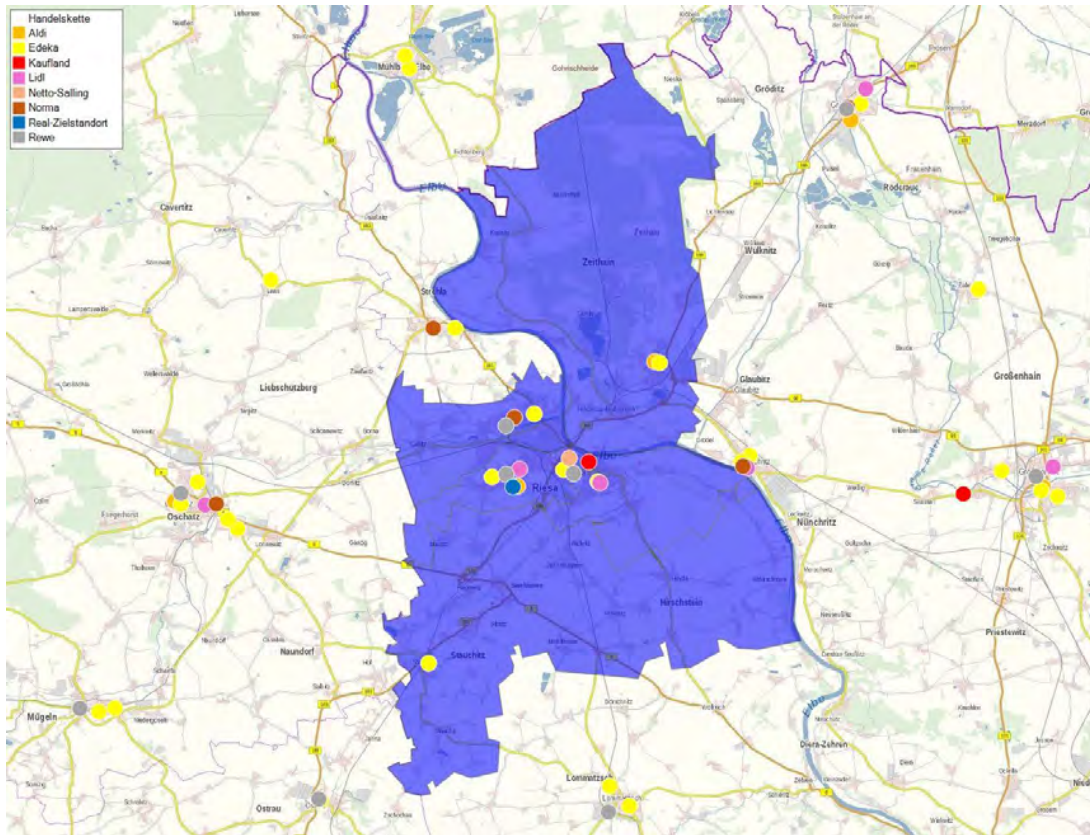
- 600 Im Markraum Jettingen liegen die Zusammenbeschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem deutlichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktrum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 601 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktrum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde.
- 602 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (30- 35%). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe aus (5- 10 Prozentpunkte) und erzielt im Marktrum Jettingen einen Marktanteil von 40- 45%. Aldi folgt mit 10- 15% Marktanteil mit sehr erheblichem Abstand. Mit einem Marktanteil von unter 5% spielt Rewe wie auch weitere Wettbewerber keine bedeutende Rolle im EZG.

603 In die Berechnungen wurden über 70 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 80% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG, gefolgt von Kaufland auf Rang 2 bis 4. Edeka liegt auf Rang 5 nach Umsatz und betreibt sieben der 20 Top- Standorte im EZG.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	40- 45
Schwarz- Gruppe	30- 35	30- 35
Rewe	1- 5	1- 5
Aldi	15- 20	10- 15
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5
Norma	<1	<1
Bio	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 71131 Jettingen (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 71083 Herrenberg (Verbrauchermarkt)
3	Kaufland, 72202 Nagold (Verbrauchermarkt)
4	Kaufland, 72108 Rottenburg am Neckar (Verbrauchermarkt)
5	Edeka, 72108 Rottenburg (Supermarkt)
6	Edeka, 71149 BONDORF (Supermarkt)
7	Edeka, 72202 NAGOLD (Supermarkt)
8	Aldi, 71083 Herrenberg (Discounter)
9	Lidl, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)
10	Aldi, 71131 Jettingen (Discounter)
11	Edeka, 71083 HERRENBERG (Verbrauchermarkt)
12	Aldi, 72202 Nagold (Discounter)
13	Lidl, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)
14	Lidl, 72202 Nagold (Discounter)
15	Edeka, 72218 Wildberg (Supermarkt)
16	Lidl, 71126 Gäufelden (Discounter)
17	Edeka, 72213 ALTENSTEIG (Supermarkt)
18	Edeka, 75387 Neubulach-Liebelsberg (Supermarkt)
19	Aldi, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)
20	Lidl, 71083 Herrenberg (Discounter)

- 604 Im Marktraum Jettingen liegen die Zusammenabschlussbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.
- 605 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 5- 10 Prozentpunkte.
- 606 Die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.
- 607 Edeka ist vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil der zweitstärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil wird Edeka stärkster Anbieter im Kerngebiet. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 45- 50% Anteil, die Schwarz- Gruppe erzielt 35- 40% und Aldi 15- 20% Anteil. Rewe strahlt nur unerheblich in das Kerngebiet hinein.
- 608 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von einem Kaufland- Standort auf Rang 2 und einem Edeka- Standort auf Rang 3. Edeka betreibt 7 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



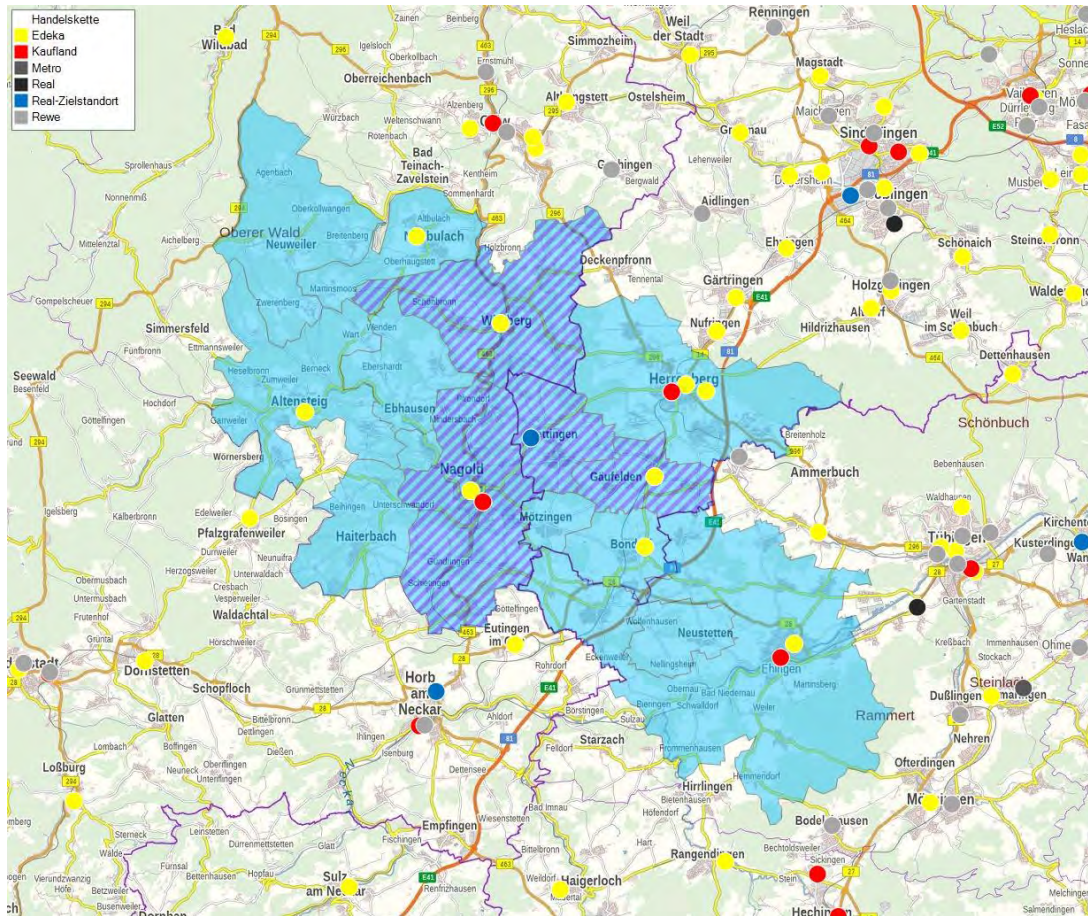
Kerngebiet Jettingen

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	35- 40	35- 40
Rewe	<1	<1
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 71131 Jettingen (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 72202 Nagold (Verbrauchermarkt)
3	Edeka, 72202 NAGOLD (Supermarkt)
4	Aldi, 71131 Jettingen (Discounter)
5	Lidl, 72202 Nagold (Discounter)
6	Edeka, 72218 Wildberg (Supermarkt)
7	Aldi, 72202 Nagold (Discounter)
8	Lidl, 72202 Nagold (Discounter)
9	Lidl, 72218 Wildberg (Discounter)
10	Edeka, 71149 BONDORF (Supermarkt)
11	Kaufland, 71083 Herrenberg (Verbrauchermarkt)
12	Aldi, 72202 Nagold (Discounter)
13	Edeka, 72202 Nagold-Hochdorf (Discounter)
14	Edeka, 71159 Mötzingen (Discounter)
15	Edeka, 71126 GAEUFELDEN (Supermarkt)
16	Lidl, 71126 Gäufelden (Discounter)
17	Aldi, 71083 Herrenberg (Discounter)
18	Denns, 72202 Nagold (Bio-Supermarkt)
19	Edeka, 72221 Haiterbach (Discounter)
20	Lidl, 72108 Rottenburg am Neckar (Discounter)

609 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% deutlich mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt über ihre zwei im EZG gelegenen Standorte einen Anteil von 35- 40%, allerdings ist der Abstand zu den Zusammenschlussbeteiligten mit 25- 30% sehr erheblich. Weitere Wettbewerber betreiben im EZG keine Standorte im Vollsortiment.

610 Im Kerngebiet erhöht sich der Anteil von Edeka und Real auf 65- 70% des Vollsortimentsangebotes. Die Schwarz- Gruppe erzielt 30- 35% Anteil.

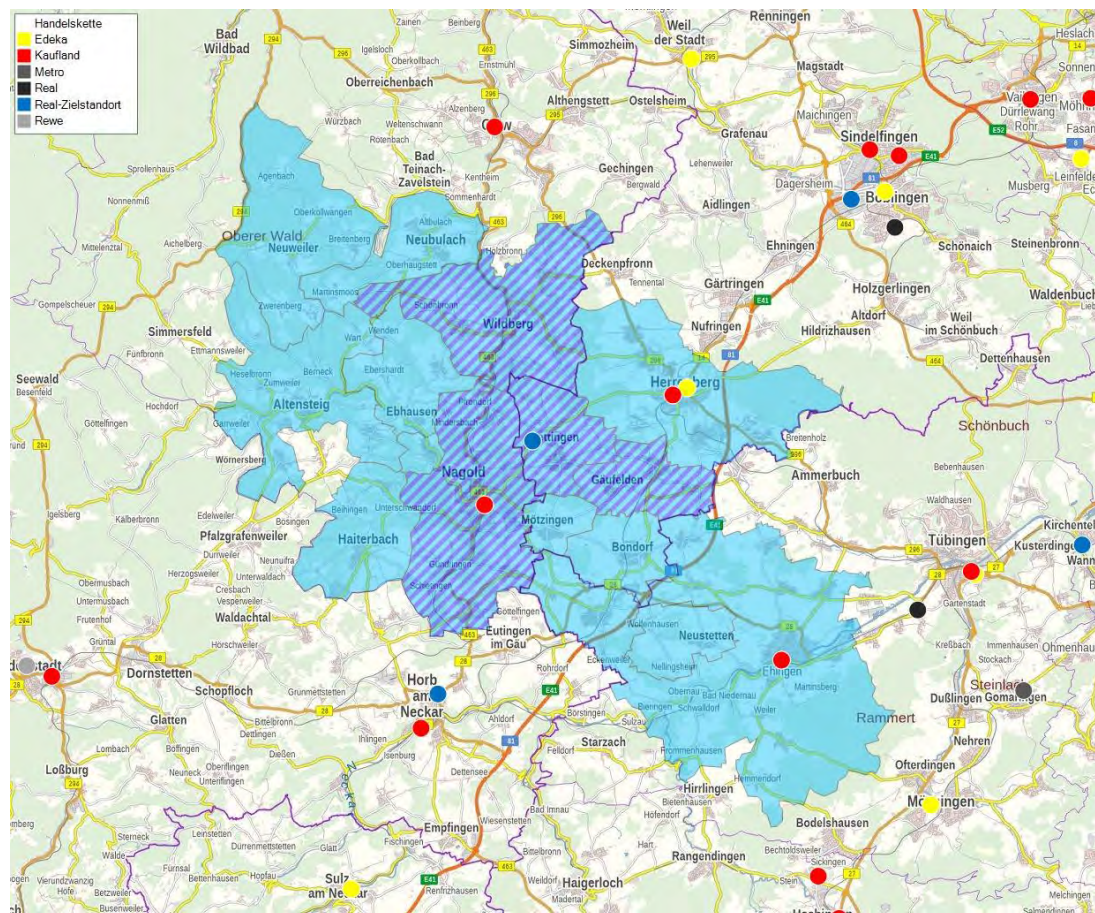


Vollsortiment Jettingen

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	45- 50
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	55- 60	60- 65
Schwarz- Gruppe	35- 40	35- 40
Rewe	<1	<1
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	25- 30	25- 30
Gesamt	65- 70	65- 70
Schwarz- Gruppe	30- 35	30- 35
Rewe	<1	<1
weitere Real- Märkte	<1	<1

611 Im Marktraum Jettingen ist neben Real Edeka mit einem Standort und Kaufland mit drei Standorten auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Jettingen

- 612 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Jettingen vorgetragen und Stellung genommen.⁹⁶ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würde ein neuer Denn's Biomarkt in Herrenberg im Einzugsgebiet fehlen. Die Ermittlung und Einbeziehung des im Oktober 2020 neu eröffneten Biomarktes ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den typischen Umsatz von kleinen Bio- Lebensmittelgeschäften nicht entscheidungserheblich.
- 613 Zudem sei die Stadt Tübingen aus dem Osten des Einzugsgebiets gut erreichbar. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 614 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern beträgt zur Schwarz- Gruppe 5- 10 und zu Aldi sogar 25- 30 Prozentpunkte. Die beiden Unternehmen können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Weitere Wettbewerber sind im Markt nicht relevant vertreten und vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen.
- 615 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 30- 35% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Der Zusammenschluss führt zu einer erheblichen Verstärkung; der gemeinsame Anteil würde nach dem Zusammenschluss bei 45- 50% liegen. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 35- 40% Anteil, Aldi mit 15- 20% Anteil in diesem Segment. Für

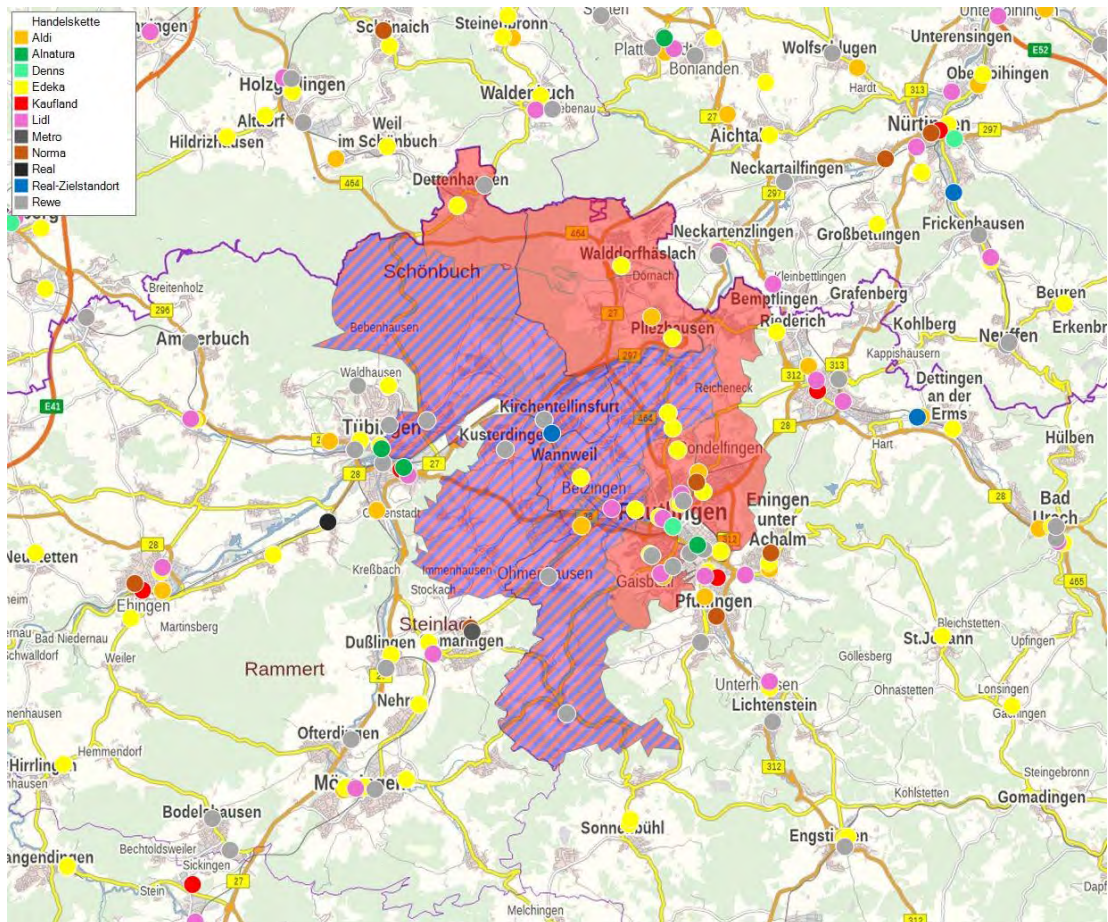
⁹⁶ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 81 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 21 ff..

dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

- 616 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 60- 65% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 65- 70% erhöht. Die Vollsortiments- Standorte der Wettbewerber üben zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.
- 617 Mit Real entfällt im lokalen Marktraum eine ganz entscheidende Wettbewerbskraft, wie schon der Marktanteil des Zielstandortes hinreichend verdeutlicht. Die Auswahlmöglichkeiten für die Verbraucher reduzieren sich mit dem Wegfall von Real in diesem Marktraum wesentlich.
- 618 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Jettingen erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken. Ob darüber hinaus auch eine marktbeherrschende Stellung durch Edeka entsteht, kann dahinstehen.

(17) Kirchentellinsfurt

619 Kirchentellinsfurt ist eine Gemeinde jeweils etwa sieben Kilometer nordöstlich von Tübingen und nordwestlich von Reutlingen in der Region Stuttgart gelegen. Der Marktraum umfasst Reutlingen und Teile von Tübingen.



Marktraum Kirchentellinsfurt

620 Im Marktraum Kirchentellinsfurt liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

621 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde,

insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

- 622 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (20- 25% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe erheblich aus (15- 20 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Kirchentellinsfurt einen Marktanteil von 40- 45%. Rewe und Aldi folgen mit jeweils 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (25- 30 Prozentpunkte). Weitere Wettbewerber spielen im Marktraum keine bedeutende Rolle.
- 623 In die Berechnungen wurden über 80 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 75% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 2 und 3 und betreibt insgesamt sechs der 20 Top- Standorte im EZG. Kaufland liegt mit seinen Standorten in Metzingen und in Tübingen und auf Rang 4 und 6.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	20- 25	20- 25
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	15- 20	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	<1	<1
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 72138 Kirchentellinsfurt (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 72793 PFULLINGEN (SB- Warenhaus)
3	Edeka, 72760 Reutlingen (Verbrauchermarkt)
4	Kaufland, 72555 Metzingen (Verbrauchermarkt)
5	Edeka, 72766 REUTLINGEN (SB- Warenhaus)
6	Kaufland, 72072 Tübingen (Verbrauchermarkt)
7	Lidl, 72770 Reutlingen (Discounter)
8	Aldi, 72770 Reutlingen-Betzingen (Discounter)
9	Edeka, 72124 PLIEZHAUSEN (Supermarkt)
10	Edeka, 72072 TÜBINGEN (Verbrauchermarkt)
11	Edeka, 72768 REUTLINGEN (Supermarkt)
12	Lidl, 72760 Reutlingen (Discounter)
13	Aldi, 72762 Reutlingen (Discounter)
14	Metro, 72810 Gomaringen (SB- Warenhaus)
15	Aldi, 72766 Reutlingen (Discounter)
16	Lidl, 72760 Reutlingen (Discounter)
17	Lidl, 72762 Reutlingen-Süd (Discounter)
18	Rewe, 72074 Tübingen (Supermarkt)
19	Aldi, 72760 Reutlingen (Discounter)
20	Aldi, 72124 Pliezhausen (Discounter)

624 Im Marktraum Kirchentellinsfurt liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

625 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 15- 20 Prozentpunkte und ist damit erheblich.

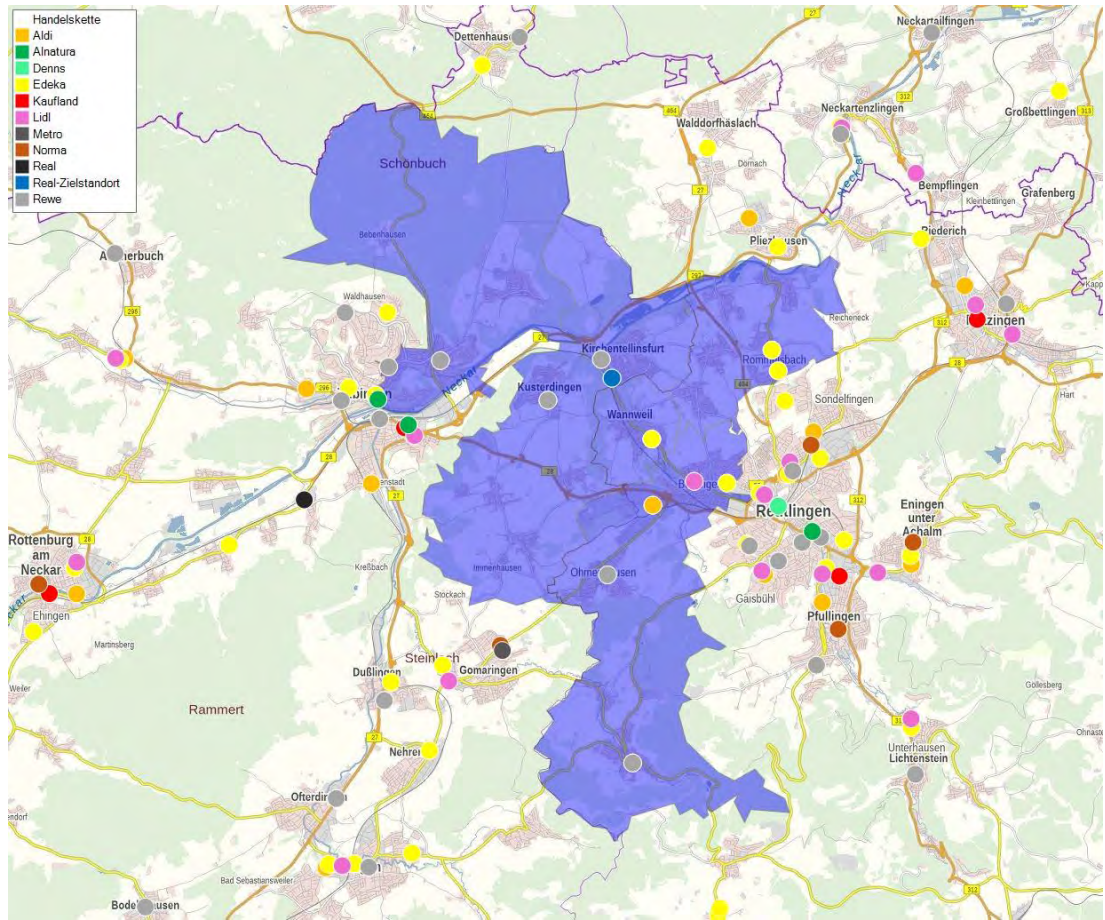
626 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

627 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst

grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka-Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

628 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 25- 30% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit erheblichem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe (20- 25% Anteil) und Rewe (15- 20% Anteil). Aldi erzielt im Kerngebiet einen Anteil von 10- 15%.

629 Real erzielt die größten Umsätze des Kerngebietes. Der in Tübingen gelegene Kaufland- Standort liegt auf Rang 2. Edeka betreibt 7 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



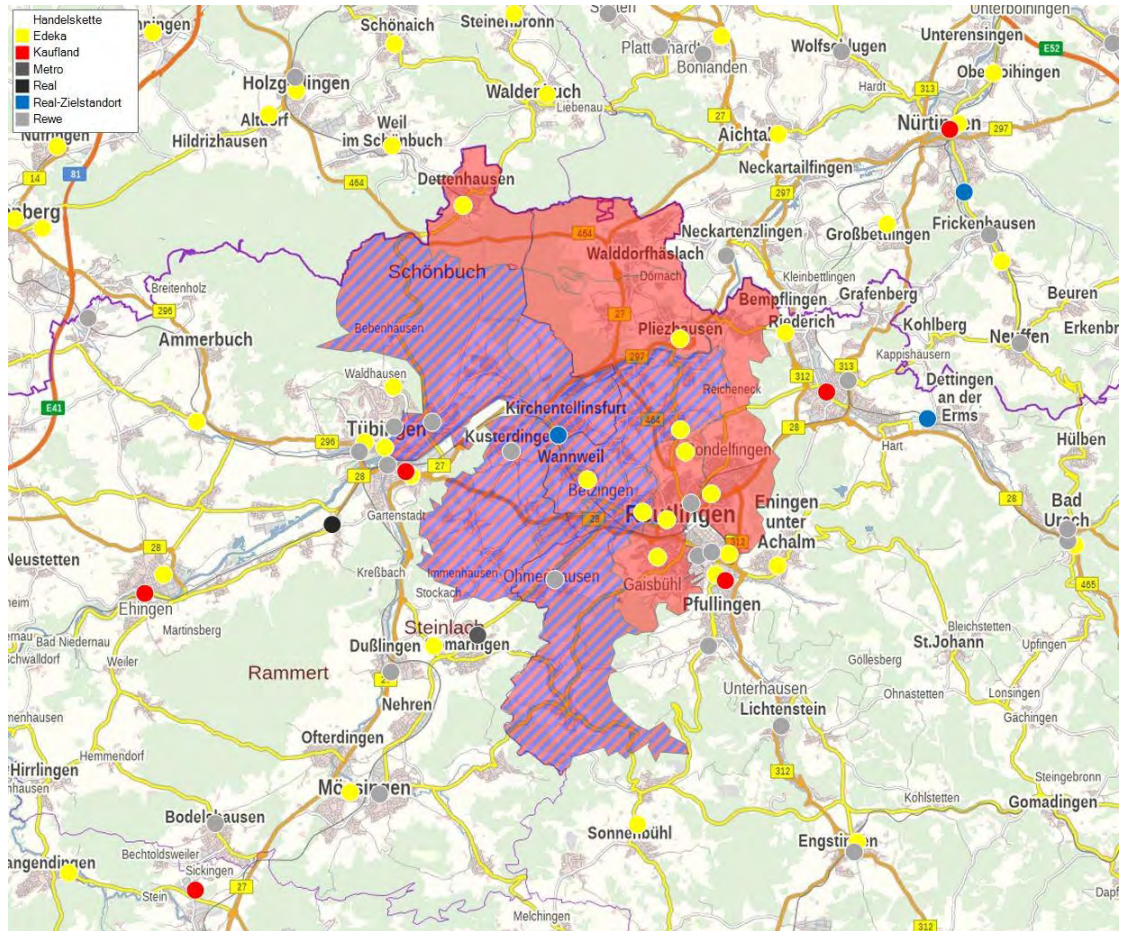
Kerngebiet Kirchentellinsfurt

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	25- 30	25- 30
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	20- 25
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	<1	<1
Bio	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 72138 Kirchentellinsfurt (SB- Warenhaus)
2	Kaufland, 72072 Tübingen (Verbrauchermarkt)
3	Aldi, 72770 Reutlingen-Betzingen (Discounter)
4	Metro, 72810 Gomaringen (SB- Warenhaus)
5	Edeka, 72072 TÜBINGEN (Verbrauchermarkt)
6	Rewe, 72074 Tübingen (Supermarkt)
7	Lidl, 72770 Reutlingen (Discounter)
8	Rewe, 72074 Tübingen (Supermarkt)
9	Edeka, 72827 Wannweil (Supermarkt)
10	Lidl, 72072 Tübingen (Discounter)
11	Aldi, 72762 Reutlingen (Discounter)
12	Edeka, 72766 REUTLINGEN (SB- Warenhaus)
13	Lidl, 72762 Reutlingen-Süd (Discounter)
14	Edeka, 72760 Reutlingen (Verbrauchermarkt)
15	Rewe, 72762 Reutlingen (Discounter)
16	Edeka, 72793 PFULLINGEN (SB- Warenhaus)
17	Edeka, 72768 REUTLINGEN (Supermarkt)
18	Lidl, 72760 Reutlingen (Discounter)
19	Kaufland, 72793 Pfullingen (Verbrauchermarkt)
20	Edeka, 72116 MÖSSINGEN (Verbrauchermarkt)

630 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% deutlich mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Rewe folgt mit weitem Abstand mit einem Anteil von 15- 20%; die Schwarz- Gruppe übt mit 10- 15% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes im Verhältnis schwächeren Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.

631 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 55- 60% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 15- 20% und die Schwarz- Gruppe 10- 15% Anteil in diesem Segment.

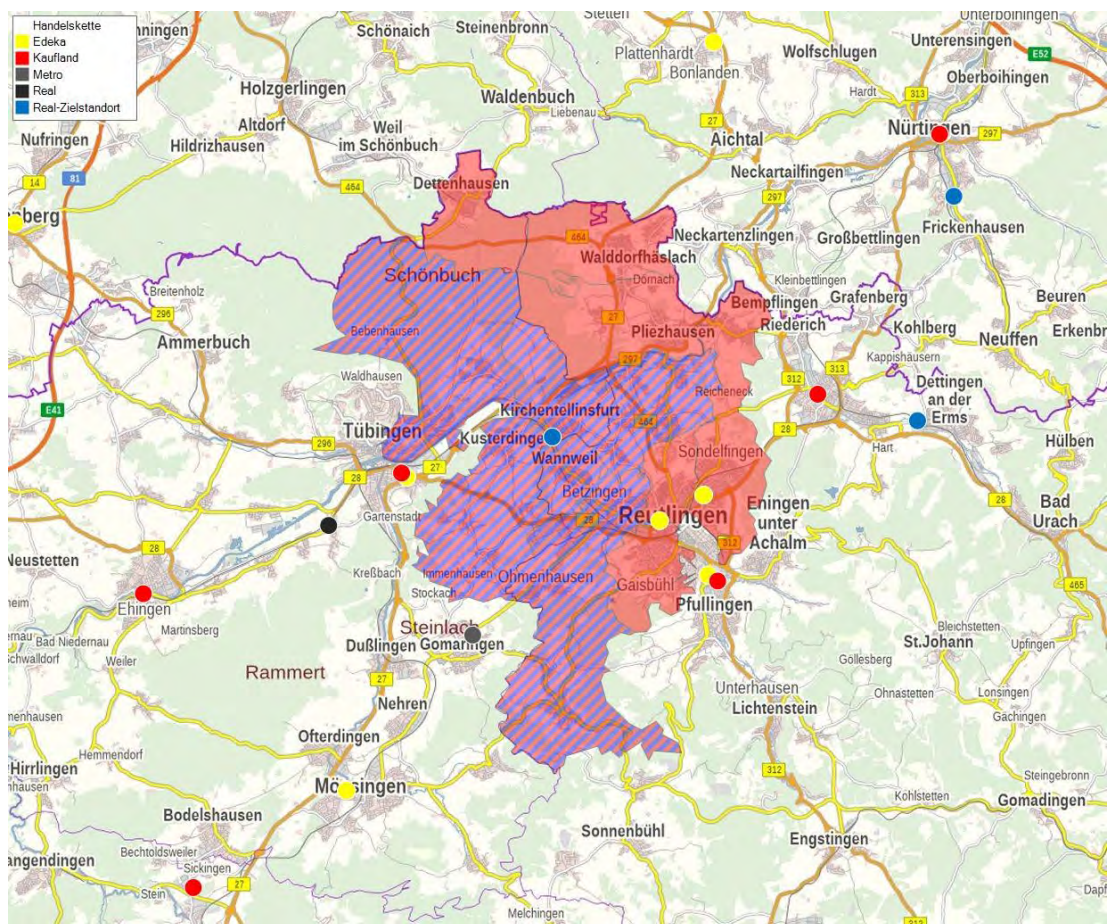


Vollsortiment Kirchentellinsfurt

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	50- 55
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	60- 65	60- 65
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	<1	<1
weitere Real- Märkte	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	20- 25	20- 25
Gesamt	60- 65	55- 60
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	1- 5	1- 5

632 Im Marktraum Kirchentellinsfurt ist neben Real Edeka mit zwei Standorten auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Kirchentellinsfurt

- 633 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Kirchentellinsfurt vorgetragen und Stellung genommen.⁹⁷ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden ein Marktladen in Tübingen und ein Real- Standort in Gomaringen fehlen. Der Real- Standort wurde daraufhin in die aktuelle Datengrundlage einbezogen, während darauf bei dem Geschäft in Tübingen mangels Entscheidungserheblichkeit verzichtet wurde.
- 634 Zudem seien die Städte Reutlingen und Metzingen aus dem Einzugsgebiet gut erreichbar. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 635 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 15- 20 Prozentpunkte. Während die Schwarz- Gruppe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 636 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 25- 30% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der

⁹⁷ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 83 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 22 ff..

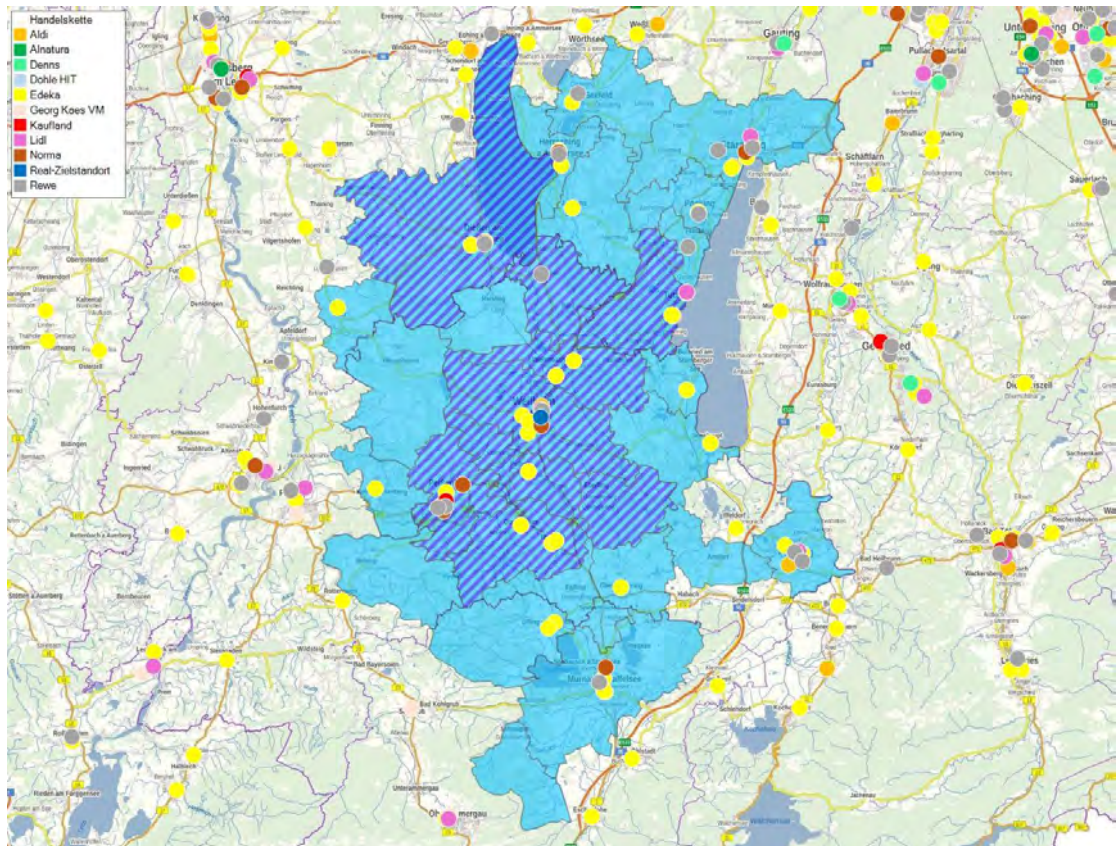
gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 20- 25% Anteil, Rewe mit 15- 20% Anteil in diesem Segment. Aldi ist mit 10- 15% im Kerngebiet vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Schwarz- Gruppe und auch Rewe diese in erheblichen Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

637 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 60- 65% Anteil und im Kerngebiet über 55- 60% Anteil in diesem Segment verfügen. Auch im Bereich der Großfläche ist neben Real nur Edeka mit zwei Standorten im EZG vertreten. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

638 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Kirchentellinsfurt erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(18) Weilheim

639 Weilheim ist eine Stadt in Oberbayern im Landkreis Weilheim- Schongau. Im Marktraum liegen die Städte Starnberg und Penzberg.



Marktraum Weilheim

640 Im Marktraum Weilheim liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem deutlichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

641 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

- 642 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 40- 45% Marktanteil Marktführer vor Rewe (15- 20% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Rewe erheblich aus (25- 30 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Weilheim einen Marktanteil von 45- 50%. Aldi folgt mit 15- 20% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (30- 35 Prozentpunkte). Die Schwarz- Gruppe erzielt einen Marktanteil von 10- 15%. Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielt Norma im Markt keine wesentliche Rolle. Georg Kaes ist im Marktraum mit einem Marktanteil im niedrigen einstelligen Bereich vertreten.
- 643 In die Berechnungen wurden ca. 100 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 65% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Aldi liegt mit seinen Standorten in Weilheim und Starnberg auf Rang 2 und 4. Der Kaufland- Standort in Peißenberg liegt auf Rang 3. Die umsatzstärkste Filiale von Edeka liegt auf Rang 8. Edeka betreibt insgesamt sechs der 20 Top- Standorte im EZG.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Georg Kaes VM	1- 5	1- 5
Norma	5- 10	5- 10
Bio	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 82362 Weilheim (SB- Warenhaus)
2	Aldi, 82362 Weilheim in Oberbayern (Discounter)
3	Kaufland, 82380 Peißenberg (Verbrauchermarkt)
4	Aldi, 82319 Starnberg (Discounter)
5	Lidl, 82362 Weilheim (Discounter)
6	Rewe, 82362 Weilheim i.OB (Supermarkt)
7	Aldi, 82418 Murnau (Discounter)
8	Edeka, 82319 Starnberg (Supermarkt)
9	Aldi, 82327 Tutzing (Discounter)
10	Edeka, 82418 Murnau (Supermarkt)
11	Lidl, 82319 Starnberg (Discounter)
12	Edeka, 82377 Penzberg (Verbrauchermarkt)
13	Rewe, 82396 Pähl/Fischen (Supermarkt)
14	Edeka, 82327 Tutzing (Supermarkt)
15	Aldi, 82380 Peißenberg (Discounter)
16	Edeka, 82362 Weilheim (Supermarkt)
17	Edeka, 82398 Polling (Supermarkt)
18	Rewe, 82377 Penzberg (Supermarkt)
19	Aldi, 82377 Penzberg (Discounter)
20	Lidl, 82377 Penzberg (Discounter)

644 Im Marktraum Weilheim liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

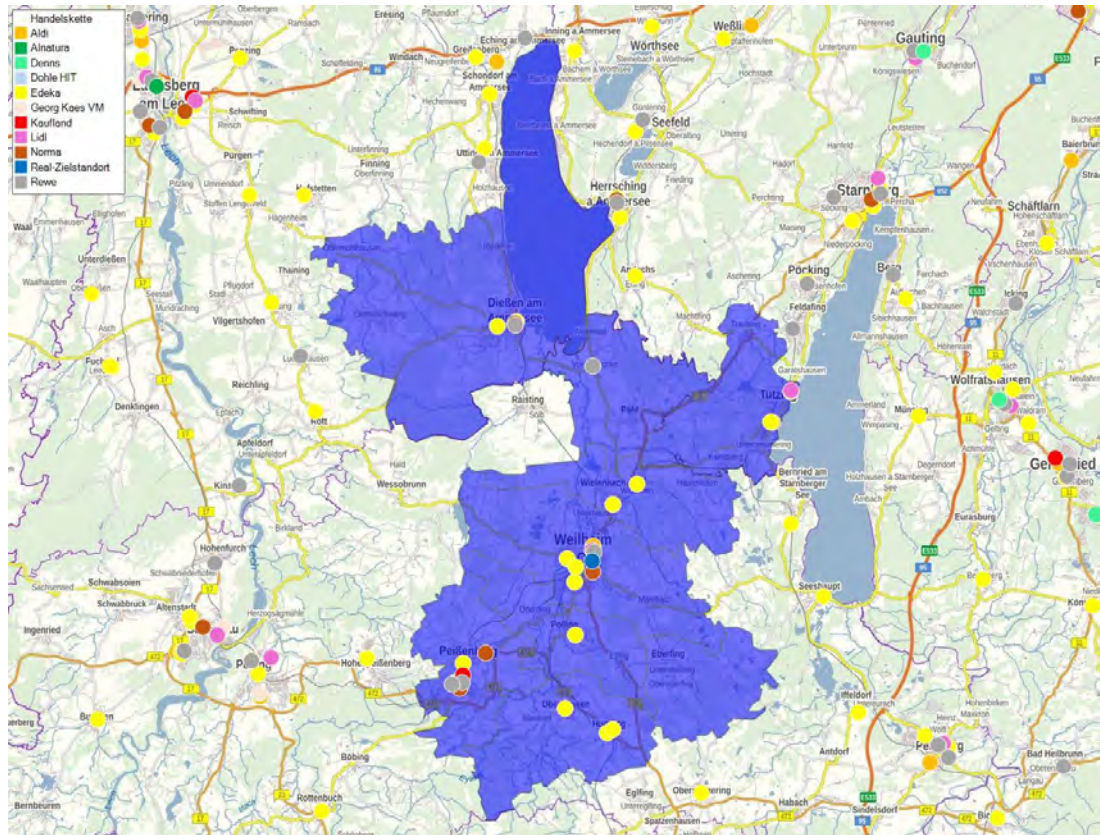
645 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 45- 50% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 20- 25 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

646 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

647 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

- 648 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 10- 15% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe (15- 20% Anteil), Rewe (15- 20% Anteil) und Aldi (15- 20% Anteil). Norma erzielt einen Anteil von 5- 10% im Kerngebiet.
- 649 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet, gefolgt von einem Aldi- Standort auf Rang 2. Der Kaufland- Standort in Peißenberg liegt wie im EZG auf Rang 3. Die umsatzstärkste Filiale von Edeka liegt im Kerngebiet auf Rang 7. Edeka betreibt 10 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



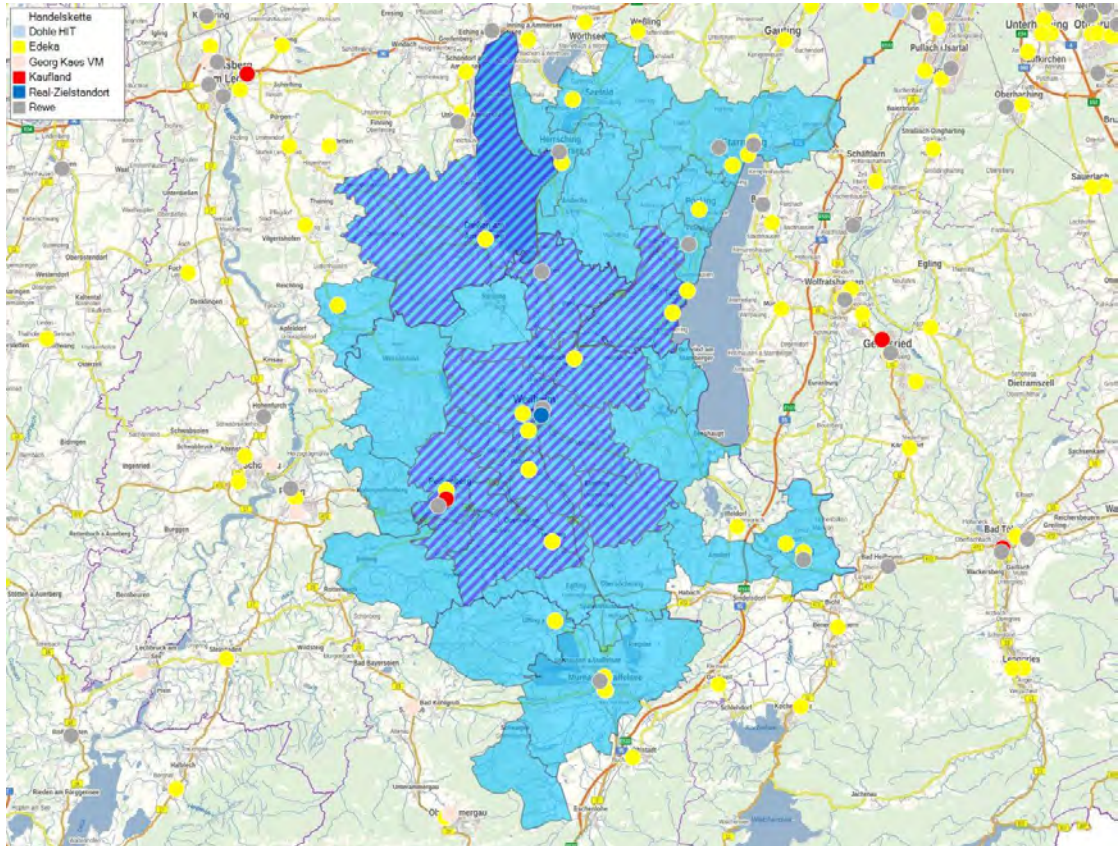
Kerngebiet Weilheim

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1
Georg Kaes VM	1- 5	1- 5
Norma	5- 10	5- 10

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 82362 Weilheim (SB- Warenhaus)
2	Aldi, 82362 Weilheim in Oberbayern (Discounter)
3	Kaufland, 82380 Peißenberg (Verbrauchermarkt)
4	Lidl, 82362 Weilheim (Discounter)
5	Rewe, 82362 Weilheim i.OB (Supermarkt)
6	Aldi, 82327 Tutzing (Discounter)
7	Edeka, 82398 Polling (Supermarkt)
8	Edeka, 82362 Weilheim (Supermarkt)
9	Aldi, 82380 Peißenberg (Discounter)
10	Edeka, 82327 Tutzing (Supermarkt)
11	Rewe, 82396 Pähl/Fischen (Supermarkt)
12	Edeka, 86911 Dießen (Supermarkt)
13	Rewe, 82380 Peißenberg (Supermarkt)
14	Edeka, 82362 Weilheim (Supermarkt)
15	Edeka, 82407 Wielenbach (Discounter)
16	Edeka, 82362 Weilheim i. Ob. (Supermarkt)
17	Edeka, 82362 WEILHEIM I. OB (Discounter)
18	Edeka, 82386 Huglfing (Supermarkt)
19	Edeka, 86911 Dießen am Ammersee (Discounter)
20	Rewe, 86911 Dießen (Discounter)

650 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Rewe erzielt einen Anteil von 25- 30% und liegt mit weitem Abstand hinter den Zusammenschlussbeteiligten. Die Schwarz- Gruppe erzielt in diesem Segment einen Anteil von 5- 10%.

651 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real ebenfalls 60- 65% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 20- 25% und die Schwarz- Gruppe liegt bei 10- 15% Anteil.

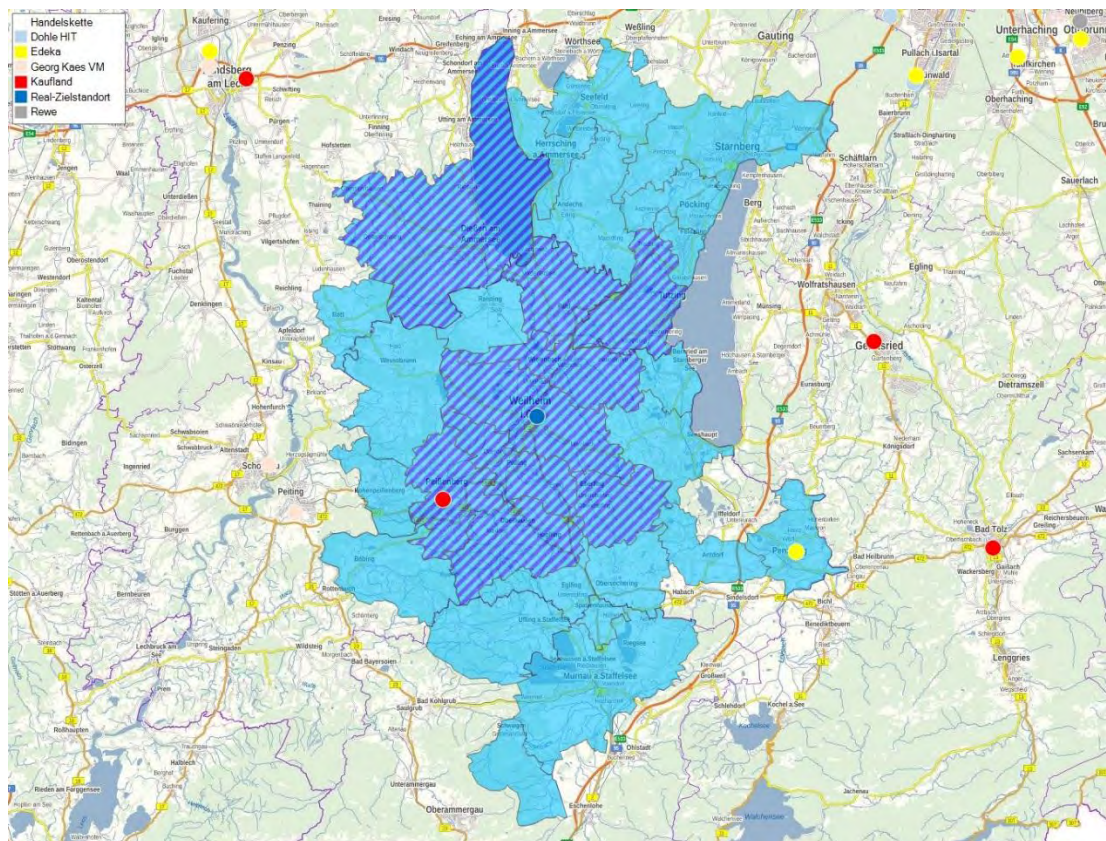


Vollsortiment Weilheim

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	50- 55
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	60- 65	60- 65
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	25- 30	25- 30
weitere Real- Märkte	<1	<1
Georg Kaes VM	1- 5	1- 5

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	60- 65	60- 65
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	20- 25	20- 25
Georg Kaes VM	1- 5	1- 5

652 Im Marktraum Weilheim ist neben Real Edeka mit einem Standort in Penzberg und Kaufland mit einem Standort in Peißenberg auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Weilheim

- 653 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Weilheim vorgetragen und Stellung genommen.⁹⁸ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden fünf Biomärkte fehlen, die noch zu berücksichtigen wären. Eine Filiale von Alnatura wurde nachermittelt. Die Ermittlung und Einbeziehung der übrigen vier Filialen ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den zu erwartenden Umsatz nicht entscheidungserheblich.
- 654 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit der Gemeinden Petting, Schongau sowie Landsberg am Lech für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 655 Des Weiteren wurde vorgetragen, dass das Bundeskartellamt eine freie Tankstelle in Murnau als Edeka-Filiale berücksichtigt habe. Eine Kontrolle des Vorgangs ergab, dass die Berücksichtigung gemäß den vorherigen Angaben von Edeka so erfolgte. Die Filiale wurde aufgrund der sachlichen Marktabgrenzung aus dem Datenbestand gelöscht und ist in den ausgewiesenen Marktanteilen nicht mehr berücksichtigt.
- 656 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass 45- 50% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zu Rewe 25- 30 Prozentpunkte und zu Aldi 30- 35 Prozentpunkte. Die beiden Unternehmen können einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Zumindest für Rewe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren. Selbst wenn Aldi demgegenüber das bestehende Preisniveau zur Wahrung eines einheitlichen

⁹⁸ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 91 ff. sowie Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, S. 24 ff..

Preisbildes im gesamten Vertriebsgebiet beibehielte, würde dies angesichts des Marktanteilsabstandes und der noch immer bestehenden erheblichen Unterschiede in Sortimentsbreite und –tiefe zu den Vollsortimentsanbietern nicht ausreichen, um einen hinreichend hohen Wettbewerbsdruck auf Edeka zu aufrechtzuerhalten. Alle anderen Wettbewerber vereinen für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen.

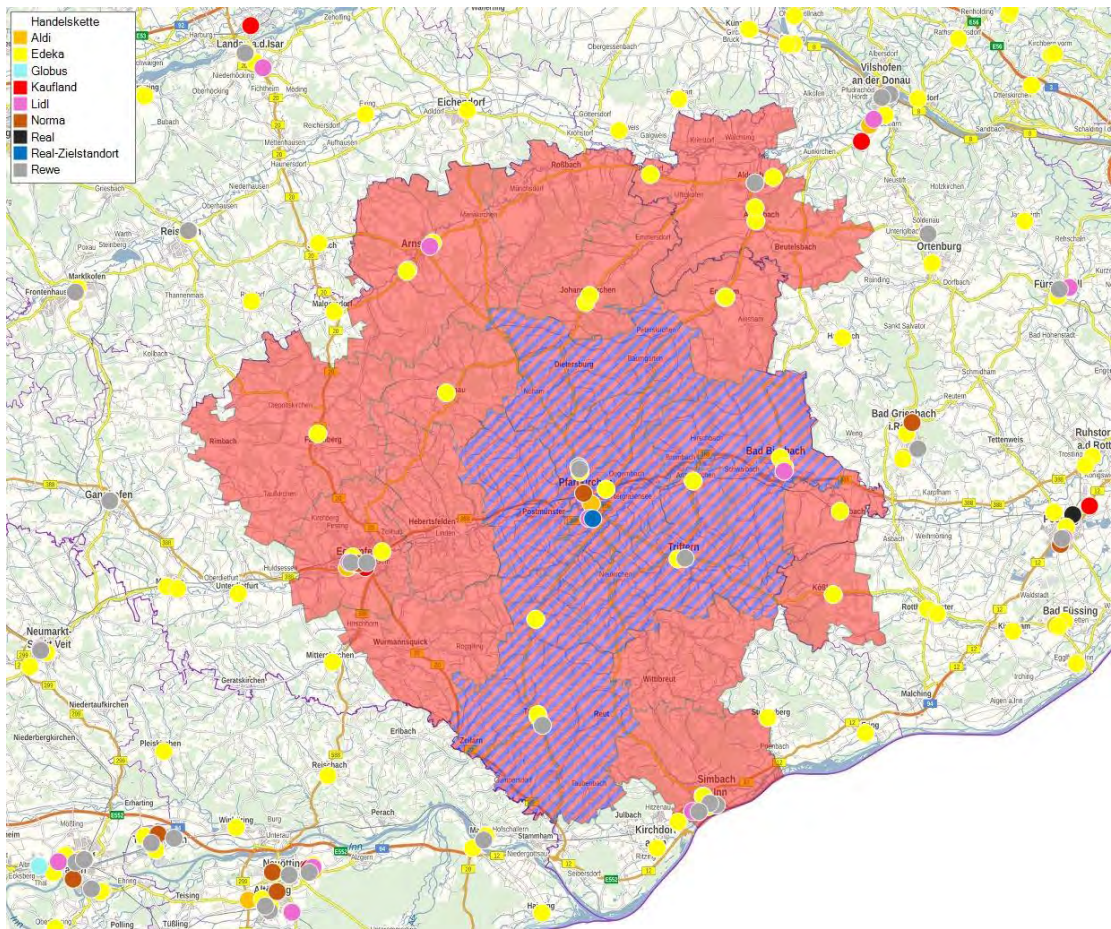
657 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 30- 35% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Rewe, die Schwarz- Gruppe und Aldi folgen mit jeweils 15- 20% Anteil in diesem Segment. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

658 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG und im Kerngebiet über 60- 65% Anteil in diesem Segment verfügen. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

659 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Weilheim erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(19) Pfarrkirchen

660 Pfarrkirchen ist eine Stadt im Landkreis Rottal- Inn in Bayern. Im Marktraum liegen die Städte Eggenfelden und Simbach am Inn sowie die Gemeinde Roßbach.



Marktraum Pfarrkirchen

- 661 Im Marktraum Pfarrkirchen liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 662 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken.
- 663 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 45- 50% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (20- 25% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe sehr erheblich aus (30- 35 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Pfarrkirchen einen Marktanteil von 50- 55%. Rewe

folgt mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (40- 45 Prozentpunkte). Mit einem Marktanteil von 5- 10% spielt Aldi ebenso wie weitere Wettbewerber im Markt keine bedeutende Rolle.

664 In die Berechnungen wurden über 70 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 75% entfällt. Real betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Edeka liegt auf Rang 2 und betreibt zehn der 20 Top- Standorte im Marktraum. Kaufland liegt auf Rang 3.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	20- 25	20- 25
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 84347 Pfarrkirchen (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 84347 Pfarrkirchen (Supermarkt)
3	Kaufland, 84307 Eggenfelden (Verbrauchermarkt)
4	Edeka, 84307 Eggenfelden (Supermarkt)
5	Lidl, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
6	Aldi, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
7	Edeka, 84359 Simbach am Inn (Supermarkt)
8	Lidl, 84307 Eggenfelden (Discounter)
9	Kaufland, 94474 Vilshofen an der Donau (Verbrauchermarkt)
10	Edeka, 84364 Bad Birnbach (Supermarkt)
11	Lidl, 84364 Bad Birnbach (Discounter)
12	Edeka, 84371 Triftern (Supermarkt)
13	Edeka, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
14	Rewe, 84359 Simbach am Inn (Supermarkt)
15	Edeka, 94424 Arnstorf (Supermarkt)
16	Lidl, 84359 Simbach am Inn (Discounter)
17	Edeka, 84367 Tann (Supermarkt)
18	Edeka, 94501 Aidenbach (Supermarkt)
19	Rewe, 84371 Triftern (Discounter)
20	Edeka, 84307 Eggenfelden (Discounter)

665 Im Marktraum Pfarrkirchen liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

666 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Marktraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 50- 55% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 30- 35 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

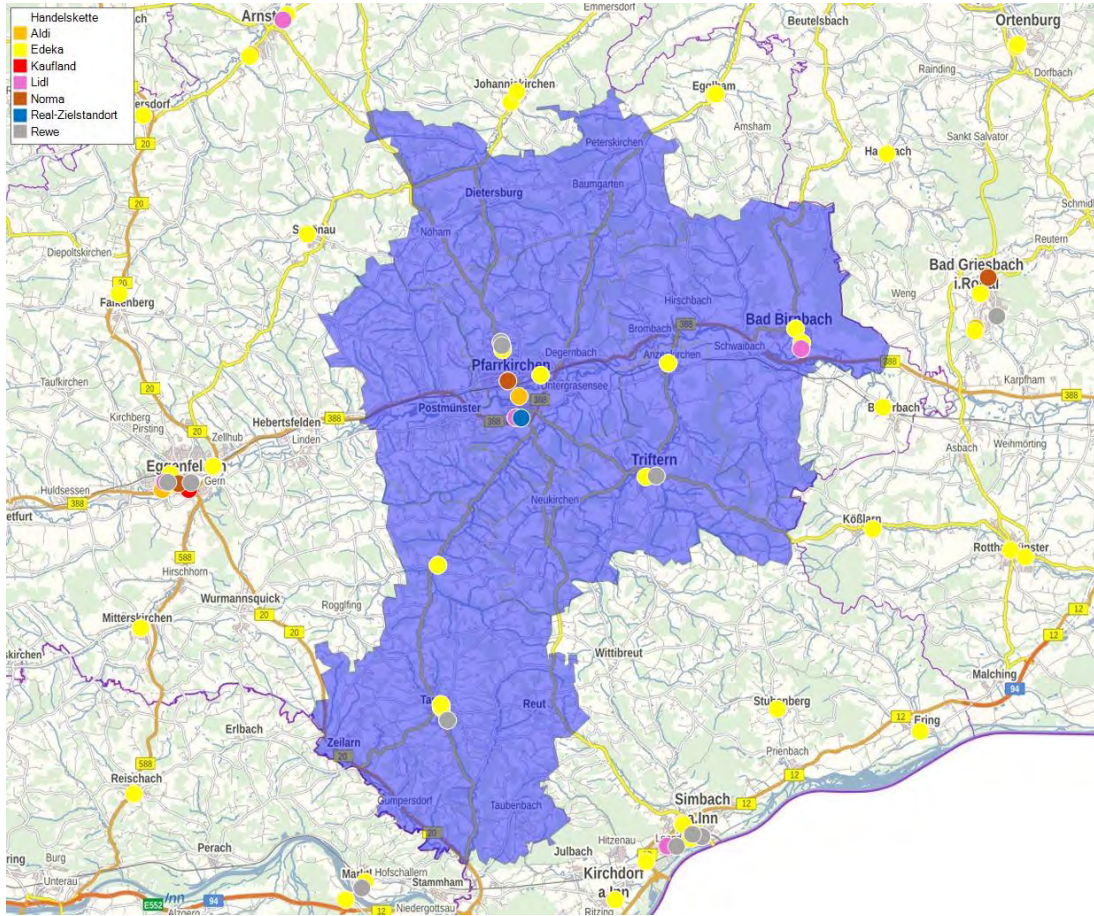
667 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

668 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

669 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen erheblichen Zuwachs von 15- 20% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 50- 55% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe (15- 20% Anteil) und Rewe (15- 20% Anteil). Aldi ist mit einem Anteil von 5- 10% im Kerngebiet vertreten.

670 Real betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet. Edeka folgt auf Rang 2 und betreibt 9 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



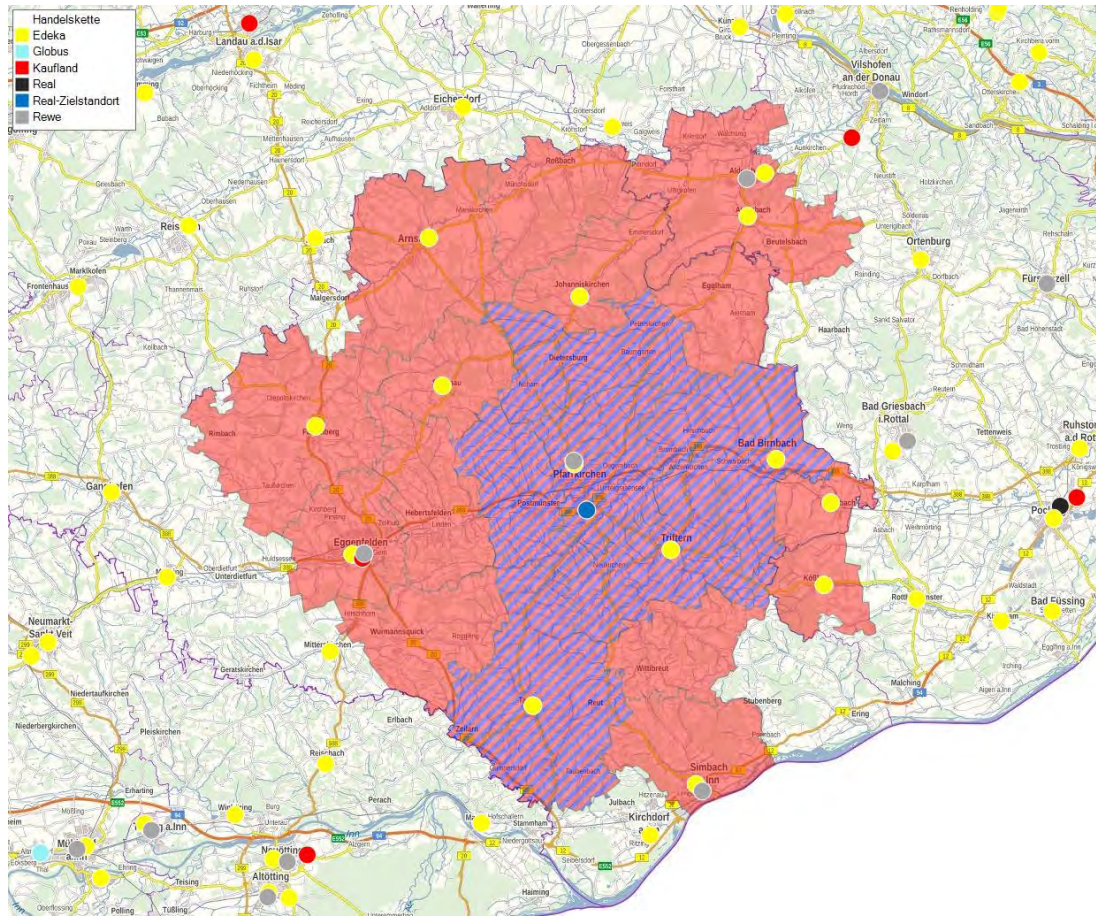
Kerngebiet Pfarrkirchen

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	35- 40
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	15- 20	15- 20
Aldi	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	1- 5	1- 5

Rang	Filiale/Standort
1	Real, 84347 Pfarrkirchen (SB- Warenhaus)
2	Edeka, 84347 Pfarrkirchen (Supermarkt)
3	Lidl, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
4	Aldi, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
5	Lidl, 84364 Bad Birnbach (Discounter)
6	Edeka, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
7	Edeka, 84364 Bad Birnbach (Supermarkt)
8	Edeka, 84371 Triftern (Supermarkt)
9	Edeka, 84367 Tann (Supermarkt)
10	Rewe, 84367 Tann (Discounter)
11	Rewe, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
12	Rewe, 84371 Triftern (Discounter)
13	Norma, 84347 Pfarrkirchen (Discounter)
14	Rewe, 84347 Pfarrkirchen (Supermarkt)
15	Kaufland, 84307 Eggenfelden (Verbrauchermarkt)
16	Edeka, 84381 Johanniskirchen (Discounter)
17	Rewe, 94086 Bad Griesbach im Rottal (Supermarkt)
18	Edeka, 94137 Bayerbach (Supermarkt)
19	Edeka, 84381 Johanniskirchen (Supermarkt)
20	Edeka, 84371 Anzenkirchen (Kleines Lebensmittelgeschäft)

671 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 70- 75% fast drei Viertel des Angebots auf sich. Mit weitem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe und Rewe mit jeweils 10- 15% Anteil.

672 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real sogar 85- 90% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Die Schwarz- Gruppe und Rewe erzielen jeweils nur 5- 10% Anteil in diesem Segment.

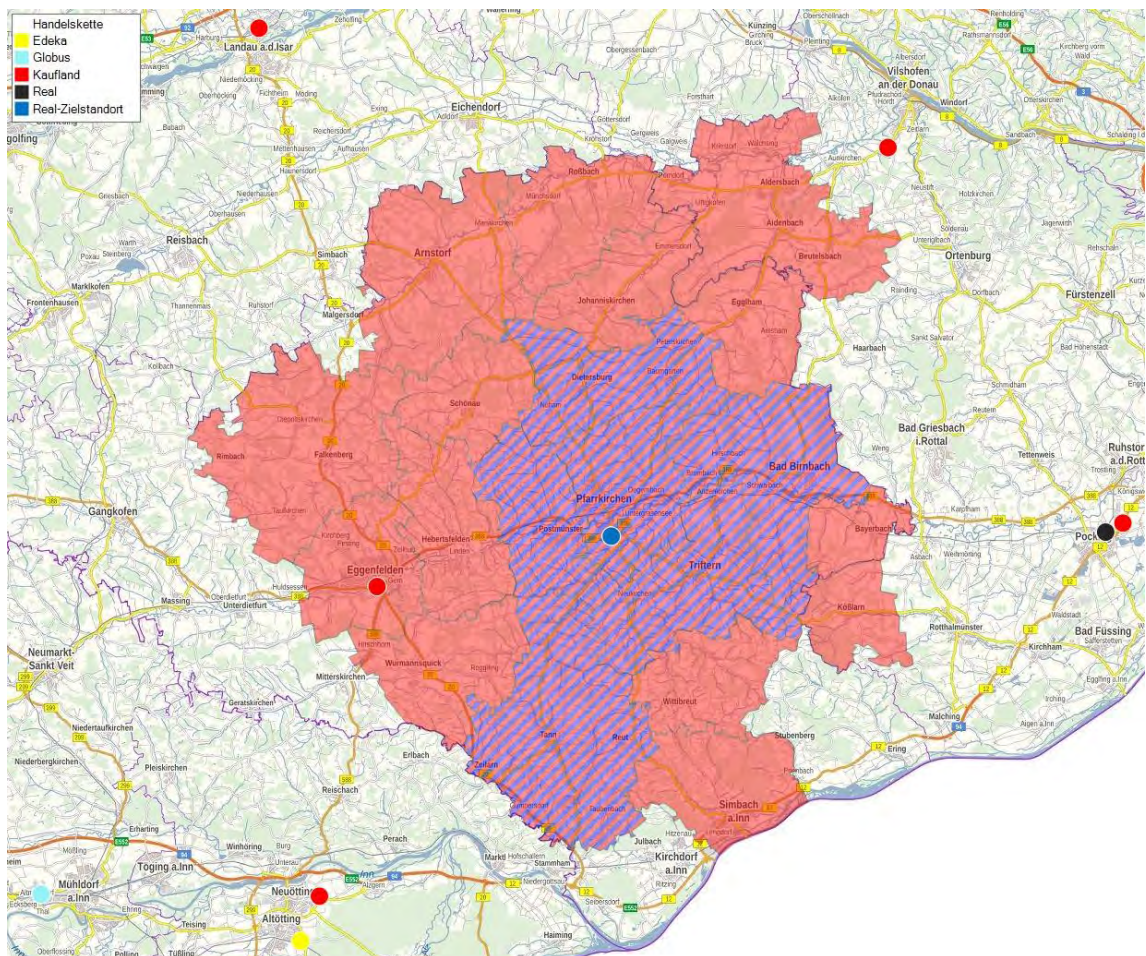


Vollsortiment Pfarrkirchen

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	55- 60	55- 60
Real	15- 20	15- 20
Gesamt	70- 75	70- 75
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15
Rewe	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	50- 55	50- 55
Real	30- 35	30- 35
Gesamt	80- 85	85-90
Schwarz- Gruppe	5- 10	5- 10
Rewe	5- 10	5- 10
weitere Real- Märkte	<1	<1

673 Im Marktraum Pfarrkirchen ist neben Real nur Kaufland mit einem Standort auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Pfarrkirchen

- 674 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Pfarrkirchen vorgetragen und Stellung genommen.⁹⁹ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würde ein Bioladen fehlen, der noch zu berücksichtigen wäre. Die Ermittlung und Einbeziehung des Bioladen ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den zu erwartenden Umsatz nicht entscheidungserheblich. Edeka hat zudem mit den Filialhinweisen eigene Angaben zu den Filialen in Wurmansquick korrigiert. Die neuen Angaben wurden entsprechend berücksichtigt.
- 675 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit der Gemeinden Bad Griesbach, Ruhstorf an der Rott und Pocking für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 676 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 50- 55% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 30- 35 Prozentpunkte. Während die Schwarz- Gruppe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.
- 677 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 35- 40% Anteil eine

⁹⁹ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 94 ff..

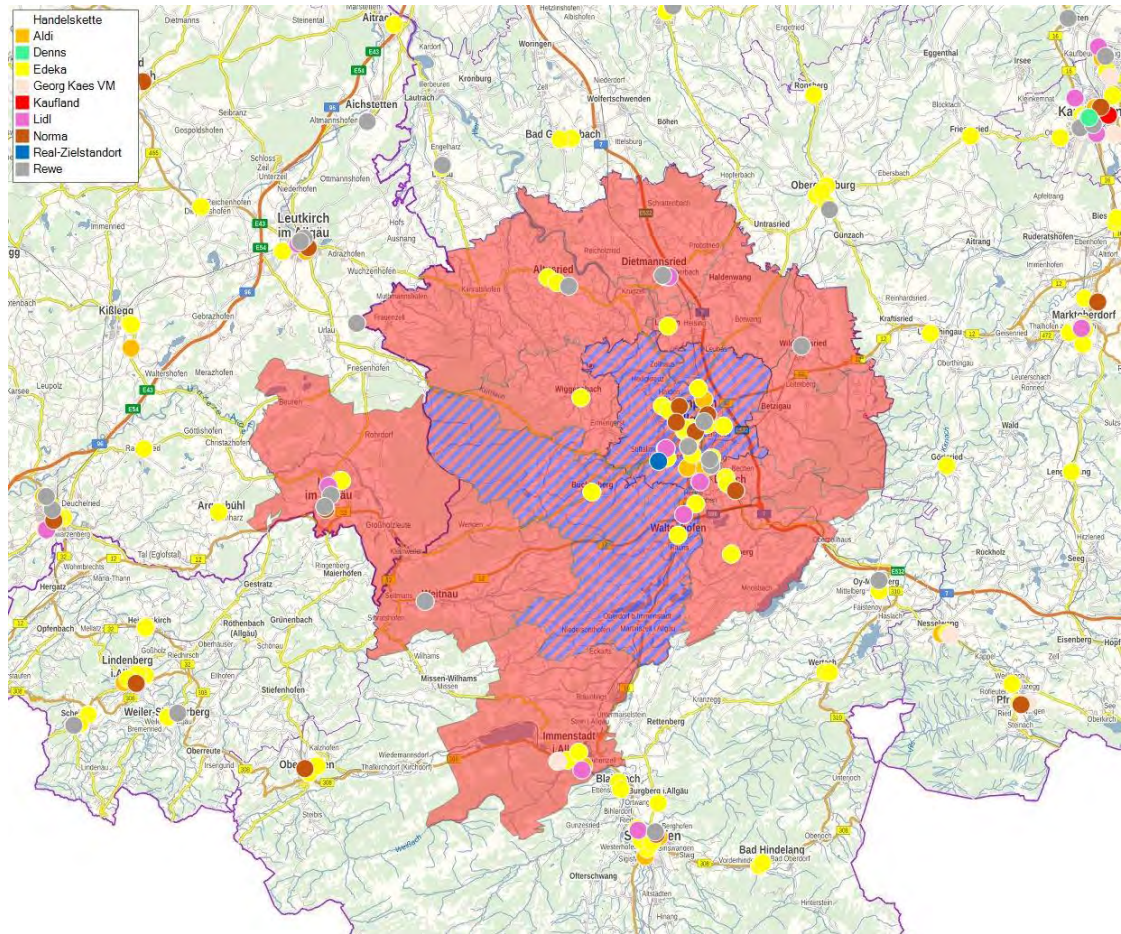
bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 50- 55% liegen. Die Schwarz- Gruppe und Rewe folgen mit jeweils 15- 20% Anteil. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Schwarz- Gruppe und auch Rewe diese in erheblichen Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

678 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 70- 75% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 85- 90% erhöht. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

679 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Pfarrkirchen erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(20) Kempten

680 Kempten ist eine Stadt im Allgäu im bayerischen Regierungsbezirk Schwaben. Der Marktraum umfasst neben Kempten die Städte Isny und Immenstadt. Zum Kerngebiet gehören weiter die Gemeinden Waltenhofen und Buchenberg.



Marktraum Kempten

681 Im Marktraum Kempten liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.

682 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde,

insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

- 683 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (15- 20%). Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe aus und erzielt im Marktraum Kempten einen Marktanteil von 40- 45%. Der Marktanteilsabstand zur Schwarz- Gruppe ist mit 25- 30 Prozentpunkten sehr erheblich. Aldi und Rewe erzielen jeweils 10- 15% Marktanteil. Mit einem Marktanteil von jeweils 5- 10% spielen Georg Kaes und Norma keine bedeutende Rolle im Marktraum.
- 684 In die Berechnungen wurden über 80 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 70% entfällt. Lidl betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Real liegt auf Rang 2. Edeka folgt auf Rang 3 und betreibt vier der 20 Top- Standorte im EZG. Georg Kaes liegt auf Rang 4.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	35- 40
Real	1- 5	1- 5
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	10- 15	10- 15
Georg Kaes VM	5- 10	5- 10
Norma	5- 10	5- 10

Rang	Filiale/Standort
1	Lidl, 87439 Kempten (Allgäu) (Discounter)
2	Real, 87435 Kempten (Verbrauchermarkt)
3	Edeka, 87437 Kempten (SB- Warenhaus)
4	Georg Kaes VM, 87509 Immenstadt (SB- Warenhaus)
5	Edeka, 87448 Waltenhofen (Verbrauchermarkt)
6	Aldi, 87435 Kempten (Discounter)
7	Lidl, 87437 Kempten (Allgäu) (Discounter)
8	Aldi, 87437 Kempten (Allgäu) (Discounter)
9	Aldi, 87437 Kempten (Allgäu) (Discounter)
10	Lidl, 87509 Immenstadt (Discounter)
11	Lidl, 87463 Dietmannsried (Discounter)
12	Lidl, 87448 Waltenhofen (Discounter)
13	Edeka, 88316 Isny (Supermarkt)
14	Aldi, 87463 Dietmannsried (Discounter)
15	Aldi, 87509 Immenstadt im Allgäu (Discounter)
16	Edeka, 87439 Kempten (Supermarkt)
17	Aldi, 88316 Isny im Allgäu (Discounter)
18	Rewe, 87435 Kempten (Supermarkt)
19	Lidl, 88316 Isny (Discounter)
20	Rewe, 87437 Kempten St. Mang (Supermarkt)

685 Im Marktraum Kempten liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

686 Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 25- 30 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

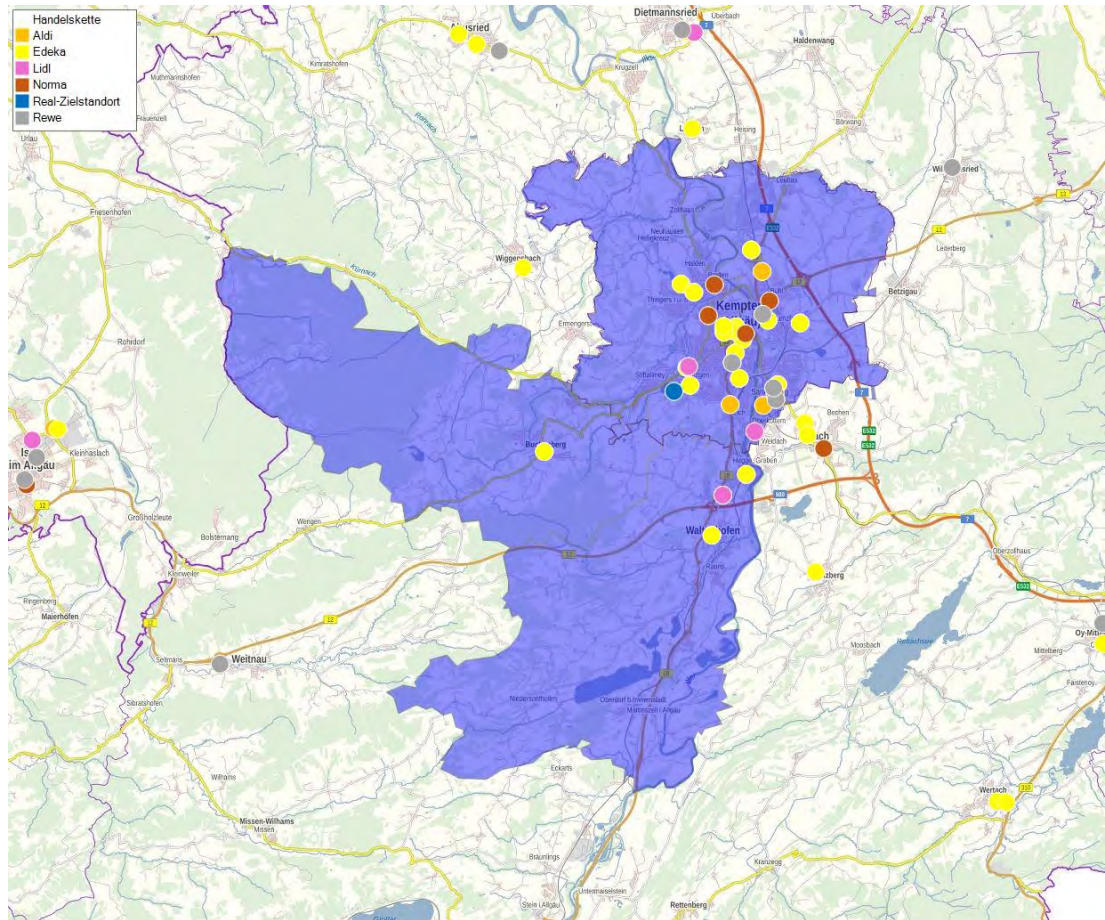
687 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu marktraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

688 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst

grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka-Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

689 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen Zuwachs von 5- 10% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit sehr erheblichem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe (15- 20% Anteil) und Aldi (15- 20% Anteil). Rewe ist mit einem Anteil von 10- 15% auch im Kerngebiet schwächer vertreten.

690 Lidl betreibt den umsatzstärksten Standort im Kerngebiet. Der Real- Standort folgt auf Rang 2. Edeka betreibt 8 der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.



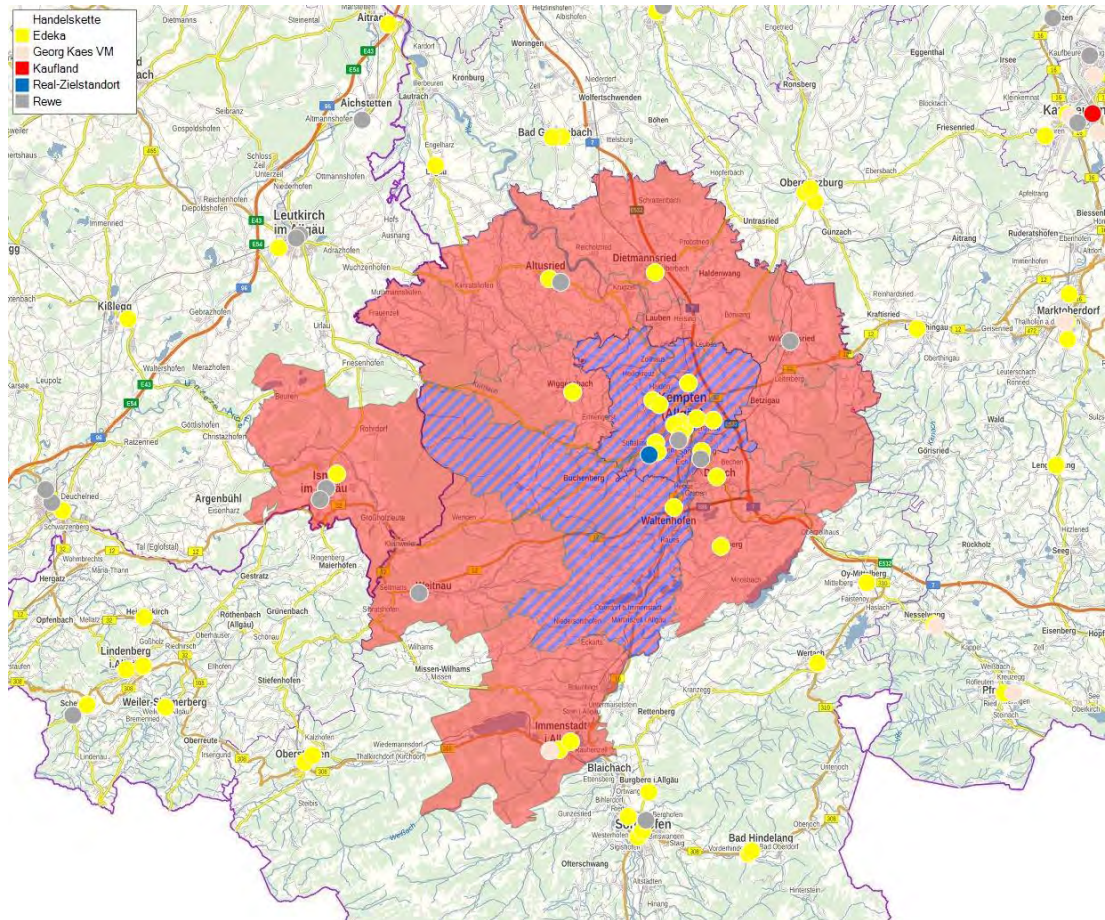
Kerngebiet Kempten

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	40- 45
Schwarz- Gruppe	15- 20	15- 20
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	15- 20	15- 20
Georg Kaes VM	1- 5	1- 5
Norma	5- 10	5- 10

Rang	Filiale/Standort
1	Lidl, 87439 Kempten (Allgäu) (Discounter)
2	Real, 87435 Kempten (Verbrauchermarkt)
3	Aldi, 87435 Kempten (Discounter)
4	Edeka, 87437 Kempten (SB- Warenhaus)
5	Edeka, 87448 Waltenhofen (Verbrauchermarkt)
6	Aldi, 87437 Kempten (Allgäu) (Discounter)
7	Lidl, 87437 Kempten (Allgäu) (Discounter)
8	Aldi, 87437 Kempten (Allgäu) (Discounter)
9	Lidl, 87448 Waltenhofen (Discounter)
10	Edeka, 87439 Kempten (Supermarkt)
11	Rewe, 87435 Kempten (Supermarkt)
12	Lidl, 87463 Dietmannsried (Discounter)
13	Edeka, 87435 Kempten (Supermarkt)
14	Aldi, 87463 Dietmannsried (Discounter)
15	Rewe, 87437 Kempten St. Mang (Supermarkt)
16	Edeka, 87435 Kempten (Discounter)
17	Edeka, 87448 Waltenhofen (Discounter)
18	Edeka, 87471 Durach (Supermarkt)
19	Norma, 87439 Kempten (Discounter)
20	Edeka, 87437 Kempten (Supermarkt)

691 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 70- 75% fast drei Viertel des Angebots auf sich. Mit sieben Standorten und 15- 20% Marktanteil besitzt Rewe im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment. Georg Kaes erzielt über einen im EZG gelegenen Standort in Immenstadt 10- 15% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes und über im Verhältnis einen schwächeren Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Die Schwarz- Gruppe ist im Vollsortiment nicht vertreten.

692 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real sogar 75- 80% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 10- 15% und Georg Kaes einen Anteil von 5- 10% in diesem Segment.

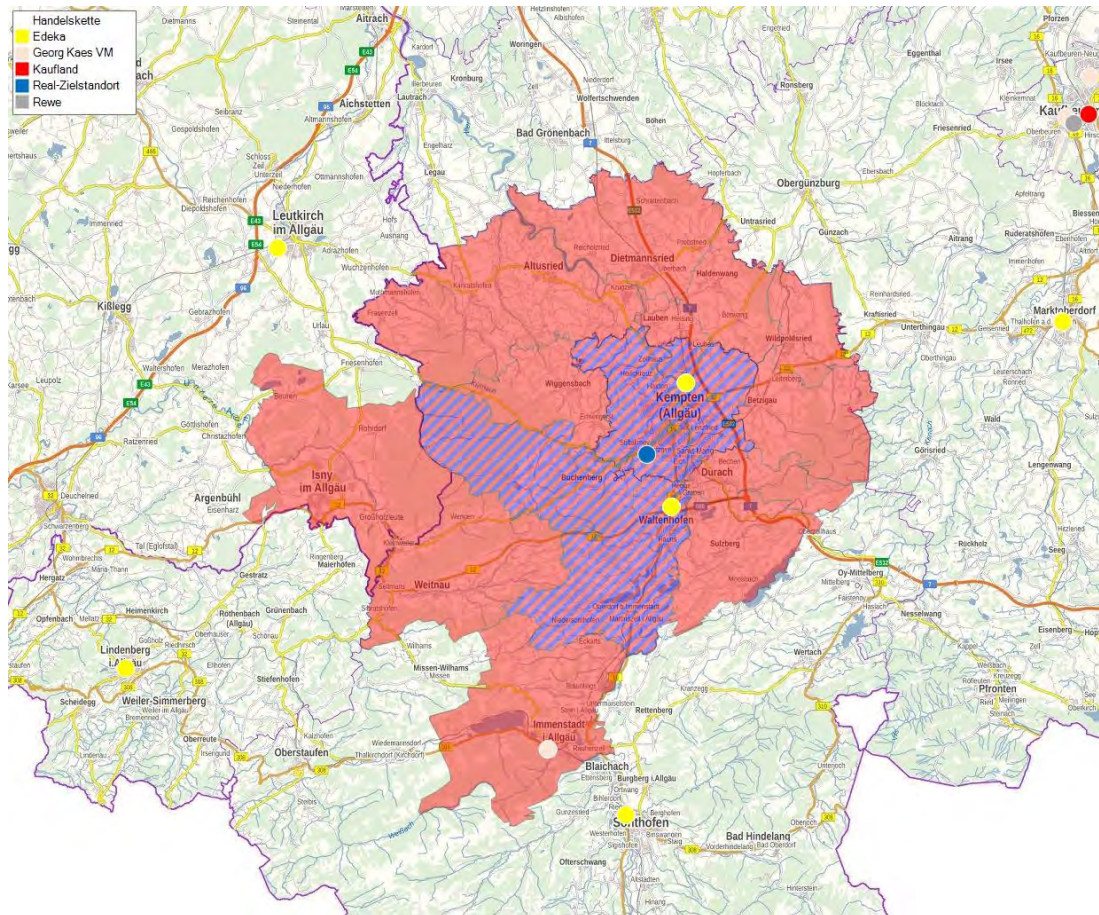


Vollsortiment Kempten

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	60- 65	60- 65
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	70- 75	70- 75
Schwarz- Gruppe	<1	<1
Rewe	15- 20	15- 20
Georg Kaes VM	10- 15	10- 15

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	65- 70	65- 70
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	80- 85	75- 80
Rewe	10- 15	10- 15
Georg Kaes VM	5- 10	5- 10

693 Im Marktraum Kempten ist neben Real Edeka mit zwei Standorten und Georg Kaes mit einem Standort im südlichen Teil des EZG auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Kempten

- 694 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Kempten vorgetragen und Stellung genommen.¹⁰⁰ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würden zwei Bioläden fehlen, die noch zu berücksichtigen wären und es wurde eine Dopplung moniert. Die Ermittlung und Einbeziehung der Bioläden ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung mit Blick auf die Anzahl der Standorte im Marktraum und den zu erwartenden Umsatz nicht entscheidungserheblich. Die monierte Dopplung wurde entfernt und der aktuelle Datenbestand hat keinen weiteren Korrekturbedarf, da auch die anderen ursprünglich fehlerhaften Filial-Meldungen von Edeka entsprechend korrigiert wurden.
- 695 Bei einer Rewe- Filiale in Leutkirch wurde die Angabe der Vertriebslinie beanstandet. Die Zuordnung erfolgte jedoch gemäß den Angaben von Rewe korrekt.
- 696 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit der Gemeinden Sonthofen und Oy-Mittelberg für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 697 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 40- 45% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 25- 30 Prozentpunkte. Während die Schwarz- Gruppe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang

¹⁰⁰ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 97 ff..

nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.

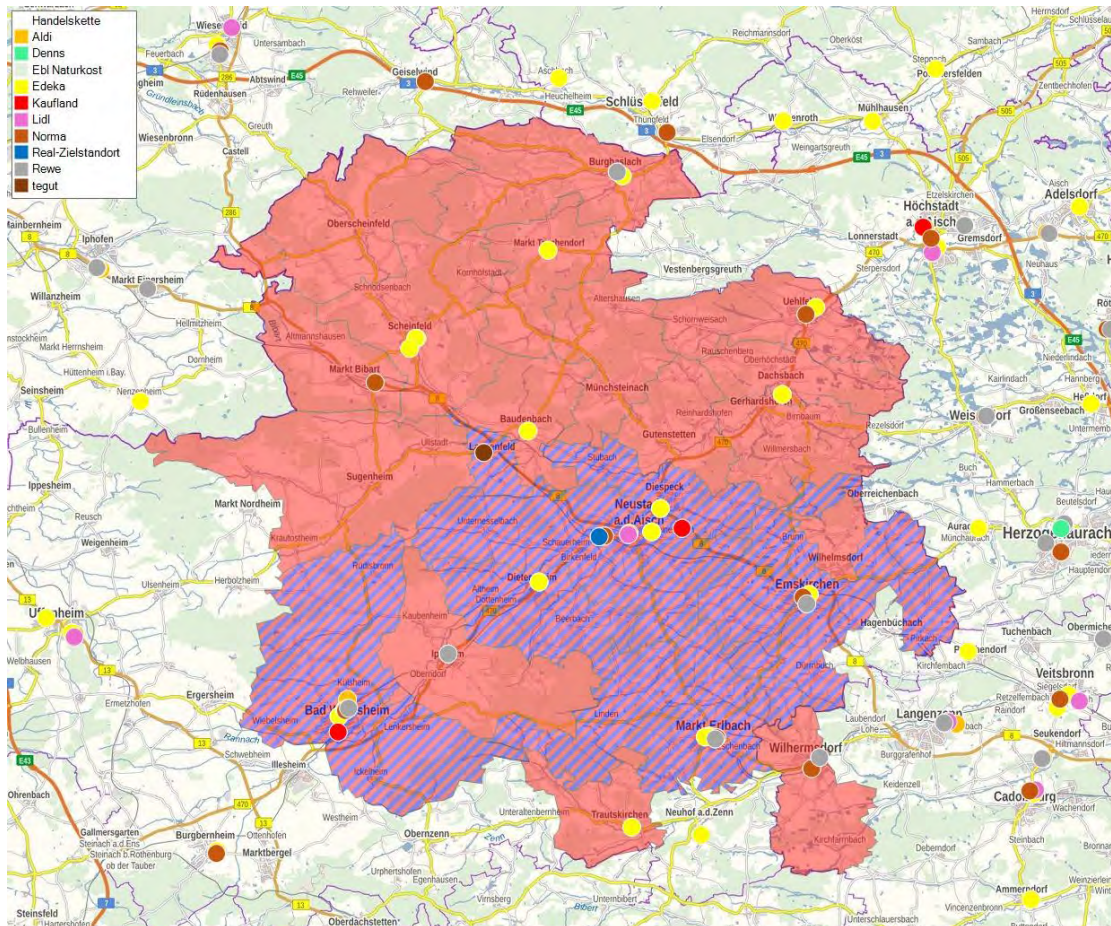
698 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 35- 40% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Die Schwarz- Gruppe und Aldi folgen mit 15- 20% Anteil in diesem Segment. Rewe ist mit 10- 15% im Kerngebiet vertreten. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und die verbleibenden Wettbewerber diese in erheblichem Umfang mitgehen würden oder bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung bzw. sortimentsbedingter Unterschiede kein hinreichendes wettbewerbliches Gegengewicht bilden könnten.

699 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 70- 75% Anteil in diesem Segment verfügen, der sich im Kerngebiet auf 75- 80% erhöht. Auch im Bereich der Großfläche ist Edeka mit zwei Standorten im Kerngebiet vertreten. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

700 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Kempten erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

(21) Neustadt an der Aisch

- 701 Neustadt an der Aisch ist eine zwischen Würzburg und Nürnberg gelegene Stadt in Bayern. Der Marktraum umfasst die auch im Kerngebiet gelegene Stadt Bad Windsheim.



Marktraum Neustadt an der Aisch

- 702 Im Marktraum Neustadt an der Aisch liegen die Zusammenbeschlossenen über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Es kommt zu einem deutlichen Marktanteilszuwachs. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt ebenfalls über der 40%- Schwelle. Damit ist gemäß dem Prüfraster eine Einzelmarktanalyse erforderlich. Zudem liegt gemäß dem Prüfraster nahe, dass in diesem Marktraum eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs vorliegt.
- 703 Die nachfolgende Einzelmarktanalyse kommt zum Ergebnis, dass der Zusammenschluss in diesem Marktraum zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken.

- 704 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 35- 40% Marktanteil Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (20- 25% Anteil). Durch den mit 5- 10% deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe erheblich aus (20- 25 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Neustadt an der Aisch einen Marktanteil von 45- 50%. Rewe, Aldi und Norma folgen mit jeweils 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (30- 35 Prozentpunkte). Weitere Wettbewerber spielen im Marktraum keine bedeutende Rolle.
- 705 In die Berechnungen wurden über 50 Standorte einbezogen, wobei auf die ersten 30 Standorte ein Marktanteil von ca. 90% entfällt. Edeka betreibt den umsatzstärksten Standort im EZG. Insgesamt ist Edeka unter den 20 Top- Standorten sieben Mal platziert. Kaufland liegt mit seinen Standorten in Neustadt und in Bad Windsheim auf Rang 2 und 4; der Real- Standort folgt auf Rang 5.

EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	35- 40	35- 40
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	45- 50	45- 50
Schwarz- Gruppe	20- 25	20- 25
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	5- 10	10- 15
Tegut	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Edeka, 91462 Dachsbach (Supermarkt)
2	Kaufland, 91413 Neustadt an der Aisch (Verbrauchermarkt)
3	Edeka, 91413 Neustadt/Aisch (Supermarkt)
4	Kaufland, 91438 Bad Windsheim (Verbrauchermarkt)
5	Real, 91413 Neustadt (Verbrauchermarkt)
6	Aldi, 91413 Neustadt/Aisch (Discounter)
7	Edeka, 91443 Scheinfeld (Supermarkt)
8	Lidl, 91413 Neustadt/Aisch (Discounter)
9	Edeka, 91438 Bad Windsheim (Verbrauchermarkt)
10	Edeka, 91456 DIESPECK (Discounter)
11	Aldi, 91443 Scheinfeld (Discounter)
12	Aldi, 91438 Bad Windsheim (Discounter)
13	Rewe, 91448 Emskirchen (Supermarkt)
14	Lidl, 91438 Bad Windsheim (Discounter)
15	Norma, 91413 Neustadt/Aisch (Discounter)
16	Rewe, 91459 Markt Erlbach (Supermarkt)
17	Rewe, 91452 Wilhermsdorf (Supermarkt)
18	Edeka, 91459 Markt Erlbach (Supermarkt)
19	Edeka, 91443 Scheinfeld (Discounter)
20	Rewe, 91438 Bad Windsheim (Supermarkt)

706 Im Markttraum Neustadt an der Aisch liegen die Zusammenfassungsbeteiligten über der 40%- Schwelle, weshalb gemäß § 18 Abs. 4 GWB zu vermuten ist, dass die Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss marktbeherrschend sind.

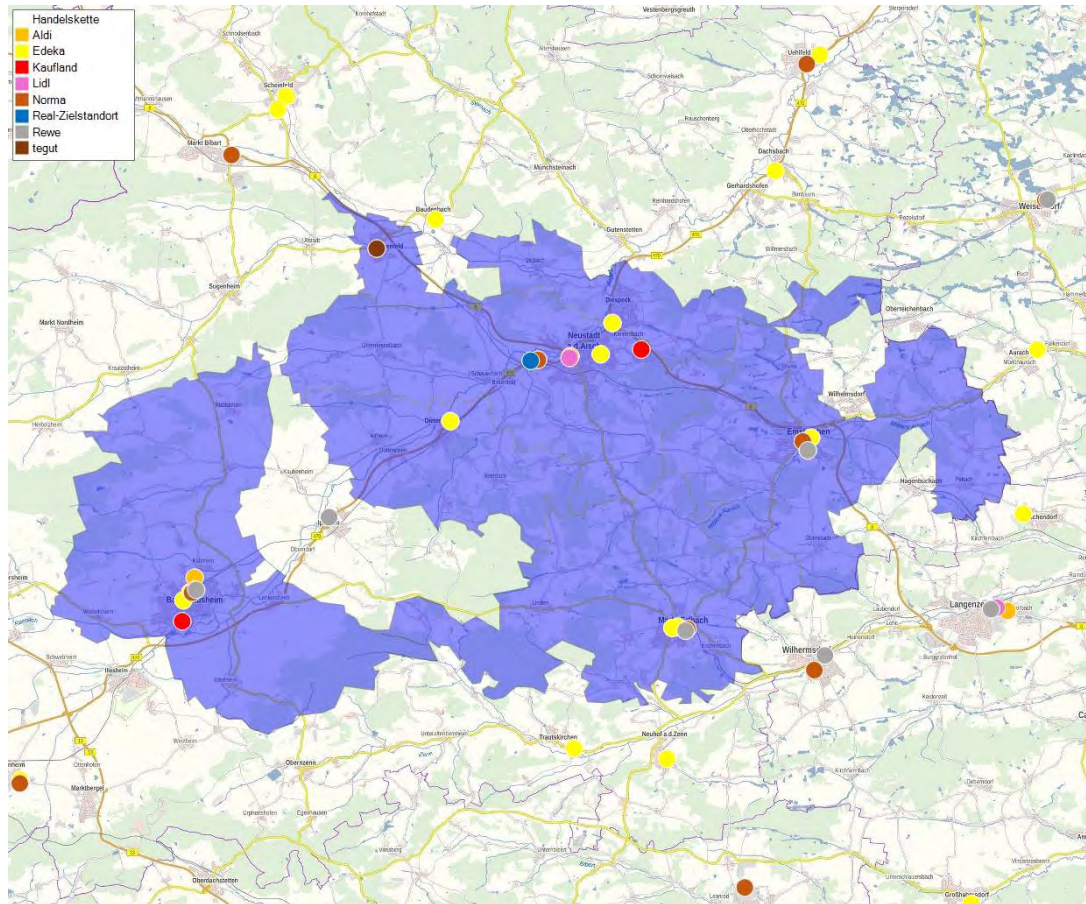
707 Die Vermutung wird dadurch verstärkt, dass in diesem Markttraum der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten sogar bei 45- 50% und somit deutlich über 40% liegt. Der Marktanteilsabstand zum zweitgrößten Anbieter im Markt beträgt nach dem Zusammenschluss 20- 25 Prozentpunkte und ist damit sehr erheblich.

708 Auch die allgemeinen strukturbezogenen Kriterien des §18 Abs. 3 Nr. 2- 8 GWB (vgl. hierzu markttraumübergreifend bereits Abschnitt C. II. 2 b) und c)) sowie weitere Gesichtspunkte sprechen nicht gegen eine marktbeherrschende Stellung von Edeka nach dem Zusammenschluss.

709 Aufgrund der lokalen Stärke von Edeka ist davon auszugehen, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren

können und somit die Position von Edeka auch dann nicht gefährden können, wenn Edeka die Konditionen verschlechtert. Es fehlt der Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi, die sonst grundsätzlich in der Lage sind, eine Marktbeherrschung von Edeka zu verhindern, in diesem Marktraum mit Blick auf die im Vergleich zu Edeka vorhandene Zahl von Standorten und deren Umsatzpotential an Möglichkeiten dazu, etwa da sie mit Wettbewerbsvorstößen von diesen Standorten aus lediglich eine geringe Anzahl von Edeka- Kunden auf sich ziehen können. Aufgrund der erheblichen Marktzutrittsschranken werden im Prognosezeitraum allenfalls eine geringe Anzahl an neuen Standorten eröffnen, weshalb sehr stabile Marktanteile zu erwarten sind.

- 710 Edeka ist zudem vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil mit deutlichem Abstand der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen Zuwachs von 5- 10% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, mit erheblichem Abstand folgen die Schwarz- Gruppe (25- 30% Anteil), Rewe (10- 15% Anteil) und Aldi (10- 15% Anteil). Norma ist mit einem Anteil von 5- 10% im Kerngebiet vertreten.
- 711 Kaufland betreibt in Bad Windsheim und in Neustadt an der Aisch umsatzstarke Filialen und liegt im Kerngebiet auf Rang 1 und 3. Edeka liegt auf Rang 2 und betreibt acht der 20 Top- Standorte des Kerngebietes. Der Real- Standort liegt auf Rang 5. Kaufland besitzt auf Filialebene ein gewisses Wettbewerbspotential. Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der weiteren Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

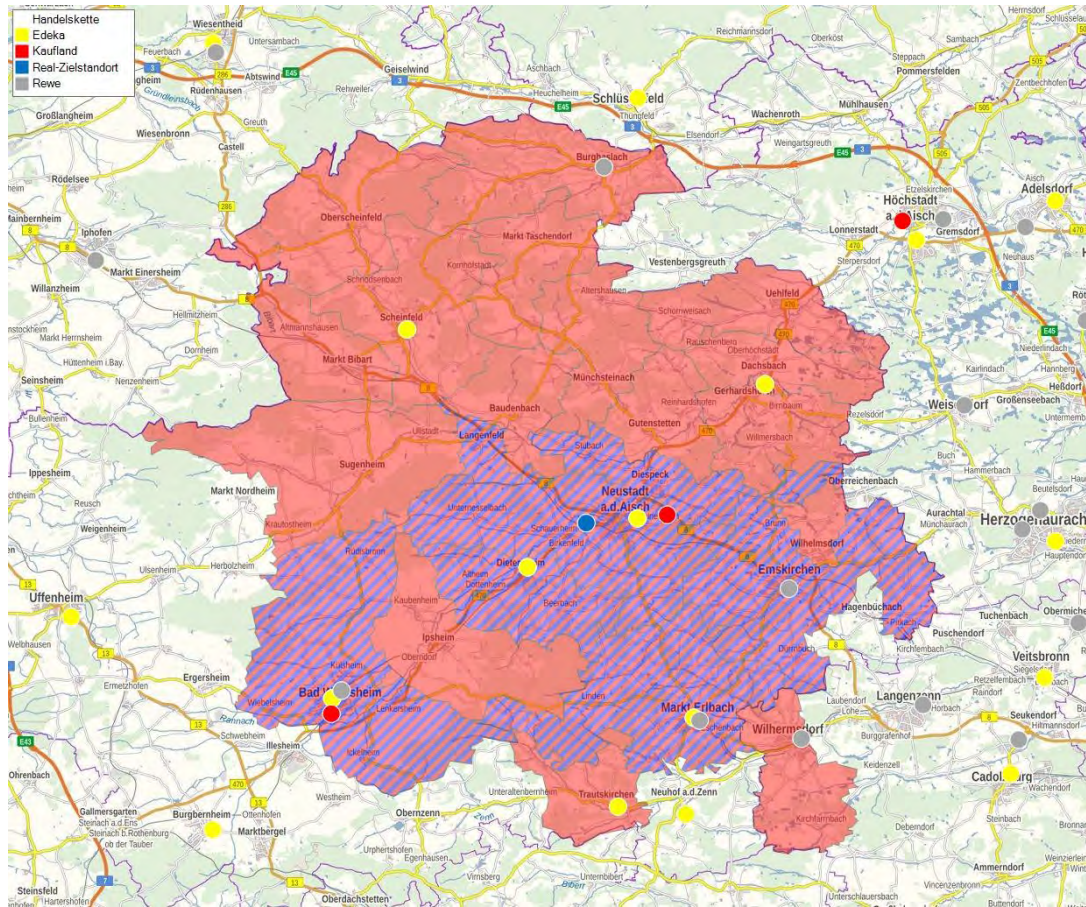


Kerngebiet Neustadt an der Aisch

Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	30- 35	30- 35
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	40- 45	40- 45
Schwarz- Gruppe	25- 30	25- 30
Rewe	10- 15	10- 15
Aldi	10- 15	10- 15
weitere Real- Märkte	<1	<1
Norma	5- 10	5- 10
Tegut	<1	<1

Rang	Filiale/Standort
1	Kaufland, 91438 Bad Windsheim (Verbrauchermarkt)
2	Edeka, 91413 Neustadt/Aisch (Supermarkt)
3	Kaufland, 91413 Neustadt an der Aisch (Verbrauchermarkt)
4	Aldi, 91413 Neustadt/Aisch (Discounter)
5	Real, 91413 Neustadt (Verbrauchermarkt)
6	Lidl, 91413 Neustadt/Aisch (Discounter)
7	Edeka, 91438 Bad Windsheim (Verbrauchermarkt)
8	Edeka, 91462 Dachsbach (Supermarkt)
9	Edeka, 91456 DIESPECK (Discounter)
10	Aldi, 91438 Bad Windsheim (Discounter)
11	Rewe, 91459 Markt Erlbach (Supermarkt)
12	Lidl, 91438 Bad Windsheim (Discounter)
13	Rewe, 91448 Emskirchen (Supermarkt)
14	Norma, 91413 Neustadt/Aisch (Discounter)
15	Edeka, 91459 Markt Erlbach (Supermarkt)
16	Rewe, 91438 Bad Windsheim (Supermarkt)
17	Edeka, 91459 Markt Erlbach (Discounter)
18	Edeka, 91438 BAD WINDSHEIM (Discounter)
19	Rewe, 91452 Wilhermsdorf (Supermarkt)
20	Edeka, 91448 Emskirchen (Discounter)

- 712 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 55- 60% mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt über ihre zwei im EZG gelegenen Standorte einen Anteil von 20- 25% und besitzt im EZG ein gewisses Wettbewerbspotential in diesem Segment. Rewe erzielt 15- 20% Anteil auf Ebene des Vollsortiments.
- 713 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 50- 55% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Die Schwarz- Gruppe mit 25- 30% Anteil und Rewe mit 20- 25% Anteil üben auch im Kerngebiet ein gewisses Wettbewerbspotential aus, welches leicht stärker ausgeprägt ist als im EZG.

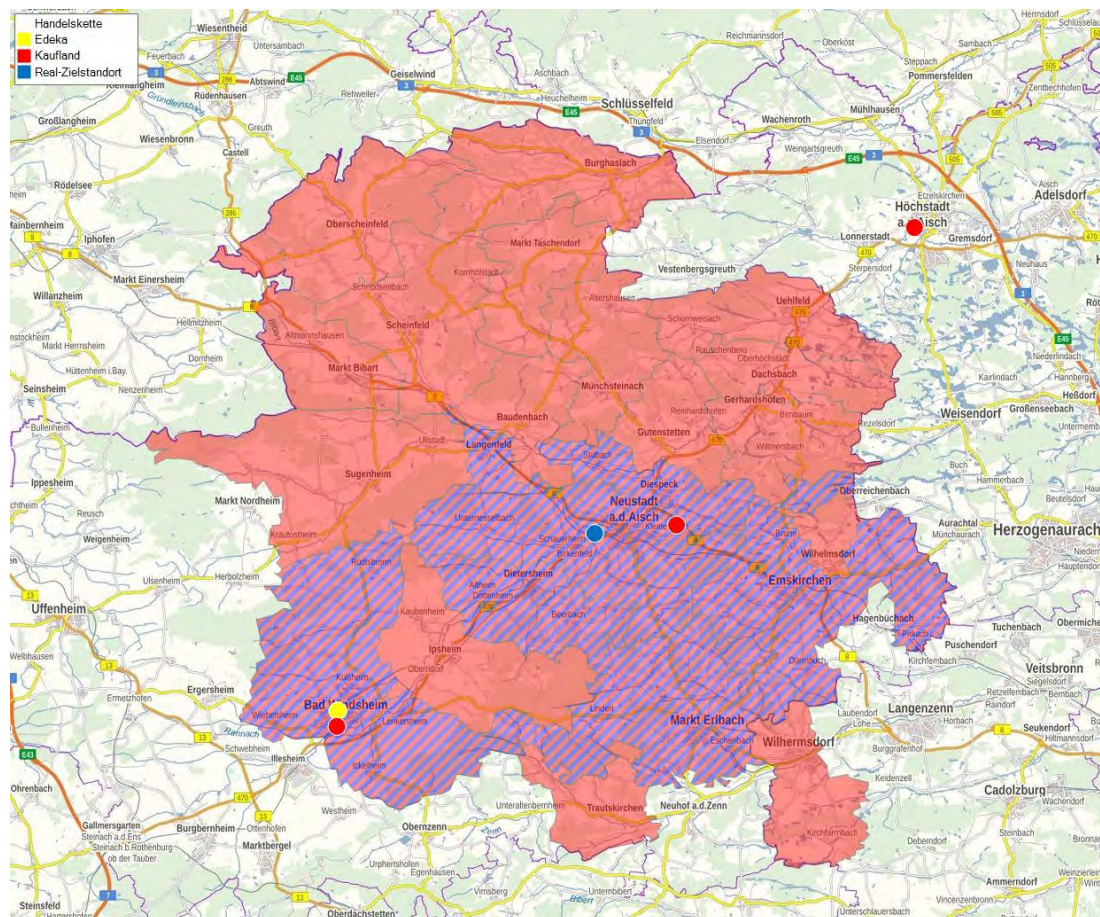


Vollsortiment Neustadt an der Aisch

VS EZG	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	45- 50	45- 50
Real	5- 10	5- 10
Gesamt	55- 60	55- 60
Schwarz- Gruppe	20- 25	20- 25
Rewe	15- 20	15- 20
weitere Real- Märkte	<1	<1

VS Kerngebiet	Anteil (in%)	Prog. Anteil (in%)
Edeka	40- 45	40- 45
Real	10- 15	10- 15
Gesamt	50- 55	50- 55
Schwarz- Gruppe	25- 30	25- 30
Rewe	20- 25	20- 25
weitere Real- Märkte	<1	<1

714 Im Marktraum Neustadt an der Aisch ist neben Real Kaufland mit zwei Standorten und Edeka mit einem Standort in Bad Windsheim auf der Großfläche vertreten.



Großflächen Neustadt an der Aisch

- 715 Die Beteiligten haben im Laufe des Verfahrens zum Marktraum Neustadt an der Aisch vorgetragen und Stellung genommen.¹⁰¹ Neben standortübergreifenden Argumenten, die unter Abschnitt C. II. 4. gewürdigt werden, wurde vorgebracht, in den von der Beschlussabteilung übersandten Listen mit denjenigen Standorten der Wettbewerber, die in den als vorläufig wettbewerblich problematisch anzusehenden Einzugsgebieten in die Berechnungen der Marktverhältnisse einbezogen wurden, würde ein Rewe- Standort fehlen, der noch zu berücksichtigen wäre. Eine Kontrolle des Vortrags hat ergeben, dass der Beschlussabteilung der Rewe- Standort bekannt war und in die Berechnungen einbezogen wurde. Ein positiver Marktanteil ergibt sich jedoch nur, wenn mindestens ein PLZ- Mittelpunkt von PLZ- Gebieten des Einzugsgebietes in der Fahrzeit erreicht wird. Weiter trägt Edeka vor, in Neustadt werde ein weiterer LEH- Standort errichtet, der nicht von Edeka betrieben werden wird. Dieser Vortrag wurde jedoch zeitlich nicht näher qualifiziert; mit Blick auf den Neueröffnungstichtag ist davon auszugehen, dass der Standort in den Prognose-Marktanteilen mutmaßlich nicht zu berücksichtigen gewesen wäre. Angesichts der hohen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten im EZG hätte auch eine Ermittlung und Einbeziehung dieses Standortes an den Marktverhältnissen vermutlich nichts Wesentliches geändert.
- 716 Zudem wurde auf die Erreichbarkeit der Städte Herzogenaurach und Fürth für die Verbraucher aus dem Einzugsgebiet verwiesen. Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die erhobenen Daten auf Basis der relevanten Marktabgrenzung die tatsächlichen Marktverhältnisse im Marktgebiet wiedergeben. Sofern Filialen ausgehend von den vom Bundeskartellamt gemäß den aufgrund des Verbraucherverhaltens ermittelten Fahrzeiten eine Bezugsalternative für die Kunden im Marktgebiet darstellen, wurden sie auch in der Marktanteilsberechnung berücksichtigt.
- 717 Edeka hat bereits vor dem beabsichtigten Zusammenschluss im EZG die führende Position inne. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real kann sie ihre Marktstellung weiter ausbauen, sodass gut 45- 50% des Marktvolumens auf sie entfallen würde. Der Abstand zu den Wettbewerbern ist sehr erheblich und beträgt zur Schwarz- Gruppe 20- 25 Prozentpunkte. Während die Schwarz- Gruppe noch ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, vereinen alle anderen Wettbewerber für sich genommen zu wenige Umsätze auf sich, um im Falle von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten bedeutsame Umsätze auf sich ziehen zu können und dadurch das Marktverhalten der Beteiligten hinreichend zu beeinflussen. Für die Schwarz- Gruppe dürften nach Einschätzung der Beschlussabteilung hingegen starke Anreize

¹⁰¹ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, S. 99 ff.

dafür bestehen, Konditionenverschlechterungen der Beteiligten in erheblichem Umfang nachzuvollziehen und an den Preiserhöhungen zu partizipieren, statt auf dem bisherigen Wettbewerbsniveau zu verharren.

718 Dieses Bild bestätigt sich bei der Betrachtung der dem Zielunternehmen wettbewerblich nahestehenden Unternehmen mit Bezug auf die räumliche Dimension. Im Kerngebiet, in dem zwei Drittel der Nachfrager des Zielstandortes wohnen, ist Edeka mit 30- 35% Anteil eine bedeutende Bezugsquelle für Lebensmittel. Nach dem Zusammenschluss würde der gemeinsame Anteil bei 40- 45% liegen. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 25- 30% Anteil, Aldi und Rewe mit jeweils 10- 15% Anteil in diesem Segment. Für dieses Segment geht die Beschlussabteilung vorläufig davon aus, dass die Zusammenschlussbeteiligten einen erheblichen Anreiz zu Konditionenverschlechterungen hätten und dass die Schwarz- Gruppe diese in erheblichem Umfang mitgehen würde. Die übrigen Wettbewerber scheiden bereits aufgrund ihrer schwachen Marktstellung als hinreichend relevante Ausweichalternativen aus.

719 Auch im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe und somit das Vollsortiment ergibt sich kein anderes Bild. Nach der Übernahme von Real würden die Zusammenschlussbeteiligten im EZG über 55- 60% Anteil und im Kerngebiet 50- 55% Anteil in diesem Segment verfügen. Somit stehen für die Verbraucher in diesem Segment keine hinreichenden Ausweichalternativen zur Verfügung, um auf Konditionenverschlechterungen der Beteiligten angemessen reagieren zu können.

720 In der Gesamtschau geht die Beschlussabteilung daher davon aus, dass durch den Zusammenschluss im Marktraum Neustadt an der Aisch erhebliche unilaterale Effekte auftreten würden, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs bewirken und darüber hinaus eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würden.

g) Einordnung der von den Zusagen betroffenen Standorte in das Prüfraster

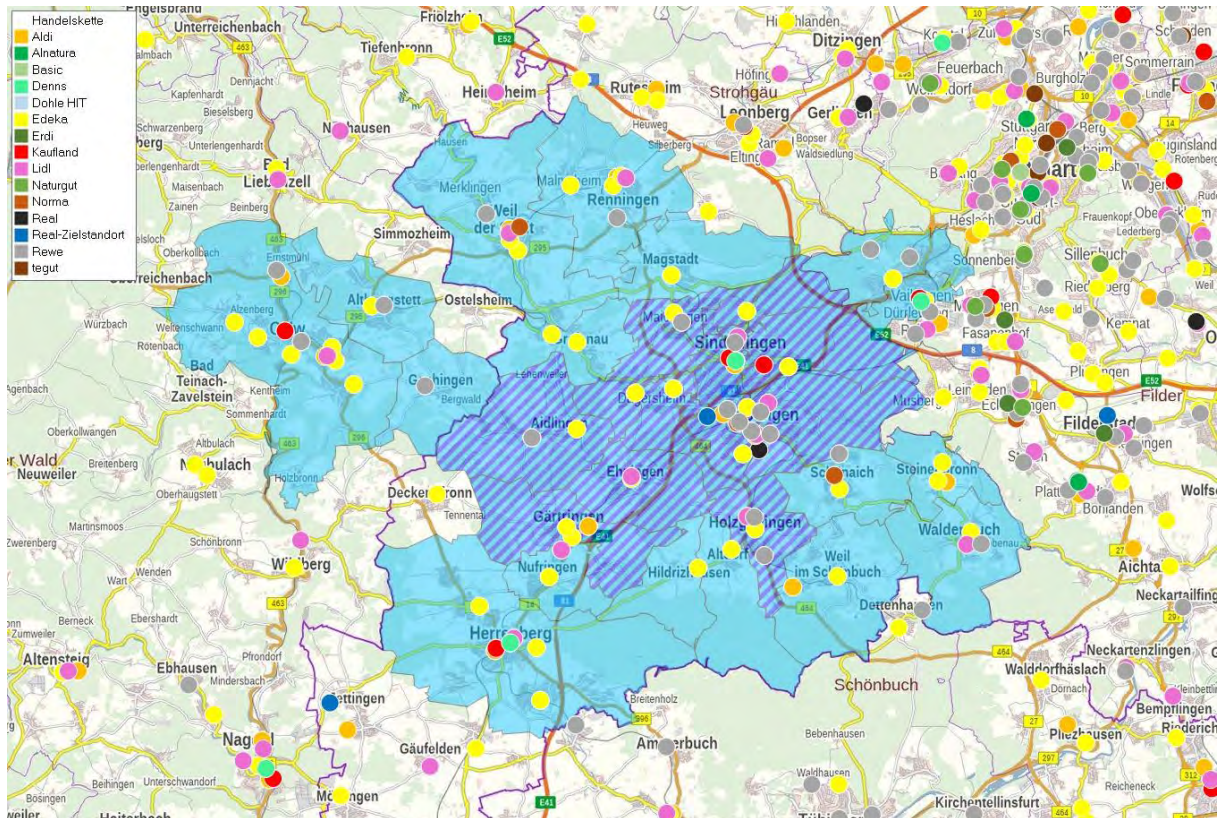
721 In ihrer Mitteilung der wettbewerblichen Bedenken vom 10. Februar 2021 (Abmahnung) kam die Beschlussabteilung an den Standorten Böblingen-Hulb, Memmingen, Würzburg, Rhede, Nürtingen und Ratingen zu der vorläufigen Einschätzung, dass der Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde. Edeka hat sich daraufhin im Rahmen von Zusagen verpflichtet, bei fünf von diesen sechs Standorten einen Teil der jeweiligen bisher von Real genutzten Verkaufsfläche unter Beachtung standortspezifischer Mindestgrößen für die Dauer von mindestens 10 Jahren jeweils einem Drittmietler zur Nutzung zu überlassen. Am Standort Ratingen verpflichtet sich Edeka zur Schließung [REDACTED]

[REDACTED]. Durch diese Übertragung von Teilflächen an Wettbewerber bzw. durch die Standortschließung verringern sich die Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten in den betroffenen Markträumen und damit auch die Einordnung der genannten Standorte im Prüfschema. Die Beschlussabteilung hat eine erneute Bewertung unter den genannten Bedingungen im Rahmen der Einzelfallanalyse durchgeführt und festgestellt, dass vor dem Hintergrund dieser langfristig wirkenden strukturellen Zusagen durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb an den betroffenen Standorten nicht erheblich behindert würde. Hierfür wurde in die Gesamtwürdigung vor allem der Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten im EZG sowie die räumliche Nähe der Beteiligten zu ihren Wettbewerbern einbezogen.

Real- Standort		Markt- bzw. Umsatzanteil der Zusammenschlussbeteiligten nach Abgabe von Teilflächen an Wettbewerber, Erwerbsverzicht sowie Standortschließung	
		EZG	Kerngebiet
PLZ	Stadt und Straße		
71034	Böblingen-Hulb, Otto-Lilienthal-Straße	35- 40	35- 40
87700	Memmingen, Fraunhofer Straße	35- 40	35- 40
97076	Würzburg, Nürnberger Straße	35- 40	35- 40
46414	Rhede-Vardingholt, Gronauer Straße	30- 35	35- 40
72622	Nürtingen, Eichendorffstraße	35- 40	35- 40
40878	Ratingen, Am Sandbach	30- 35	40- 45

(1) Böblingen

722 Die Stadt Böblingen liegt etwa 20 Kilometer südwestlich von Stuttgart in Baden- Württemberg. Der Marktraum umfasst neben Böblingen u.a. die Städte Sindelfingen, Holzgerlingen, Calw, Herrenberg, Renningen und Waldenbuch. Böblingen und Sindelfingen liegen unmittelbar benachbart im Kerngebiet.



Marktraum Böblingen

723 Im Marktraum Böblingen kam die Beschlussabteilung nach Abschluss der Nachermittlungen, der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse zu dem Ergebnis, dass die Übernahme des Real- Standortes durch Edeka zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs aufgrund unilateraler Effekte führen würde, wobei dahinstehen konnte, ob der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken würde. Die Zusammenbeschussbeteiligten liegen im EZG mit 40- 45% Marktanteil über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt mit 35- 40 Prozentpunkten unter der 40%- Schwelle.

- 724 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 30- 35% Marktführer. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 25- 30% Marktanteil. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe aus und erzielt im Marktraum 40- 45% Marktanteil. Der Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zur Schwarz- Gruppe ist deutlich und beträgt 10- 15 Prozentpunkte. Rewe und Aldi erzielen jeweils 10- 15% Marktanteil. Im Marktraum liegt ein weiterer Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist.
- 725 Im Kerngebiet ist die Schwarz- Gruppe vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil knapp der stärkste Anbieter vor Edeka (25- 30%) und liegt mit zwei Kaufland- Standorten im benachbarten Sindelfingen in relativer räumlicher Nähe zu Real. Durch den Erwerb von Real wird Edeka stärkster Anbieter im Kerngebiet. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 35- 40% Anteil. Der Abstand zur Schwarz- Gruppe beträgt 5- 10 Prozentpunkte. Rewe und Aldi folgen mit jeweils 10- 15%.
- 726 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 55- 60% über die Hälfte des Angebots im EZG auf sich. Die Schwarz- Gruppe ist mit 20- 25% und Rewe mit 10- 15% Anteil in diesem Segment vertreten. Während die Schwarz- Gruppe im EZG mit fünf Standorten vertreten ist und ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt, geht von Rewe ein gewisser, jedoch nicht hinreichender Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus.
- 727 Im Kerngebiet liegt der Anteil von Edeka und Real bei 50- 55% im Vollsortiment und damit leicht niedriger als im EZG. Die Schwarz- Gruppe ist mit 20- 25% und Rewe mit 15- 20% Anteil im Kerngebiet vertreten.

Böblingen	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	30-35	25-30	40-45	35-40
Real	5-10	5-10	10-15	15-20
Gesamt	40-45	35-40	55-60	50-55
Schwarz-Gruppe	25-30	30-35	20-25	20-25
Rewe	10-15	10-15	10-15	15-20
Aldi	10-15	10-15		
weitere Real-Märkte	1-5	1-5	1-5	5-10

- 728 Während die Schwarz- Gruppe im Kerngebiet grundsätzlich ein erhebliches Wettbewerbspotential besitzt, erscheint es angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus

dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

729 Die Beschlussabteilung hat den Beteiligten ihre wettbewerbsrechtliche Einschätzung im Rahmen der Abmahnung mitgeteilt. Zur Beseitigung der wettbewerbsrechtlichen Bedenken hat Edeka zugesagt, dass ein Teil der bisher von Real genutzten Verkaufsfläche – eine Teilfläche von [REDACTED] m² – einem Drittmieter für eine Dauer von mindestens 10 Jahren zu Nutzung überlassen wird. Neben der Nutzungsüberlassung der genannten Verkaufsfläche müssen dem Drittmieter zudem angemessene Lagerflächen, Nebenräume sowie angemessene Zugangs- und Zufahrtsmöglichkeiten für Mitarbeiter, Lieferanten und den Publikumsverkehr sowie angemessene Parkmöglichkeiten zugestanden werden. Die Beschlussabteilung kann die Zustimmung zu Drittmietern verweigern, wenn die Bedingungen der vorliegenden Entscheidung nicht erfüllt sind oder aus anderen Gründen nicht zu erwarten ist, dass die materiellen wettbewerbsrechtlichen Bedenken hinsichtlich des jeweiligen Standortes durch die Vermietung der Teilfläche an den in Aussicht genommenen Drittmieter ausgeräumt werden.

730 Die Übertragung einer Teilverkaufsfläche von [REDACTED] an einen geeigneten Wettbewerber der Zusammenschlussbeteiligten führt zu einer Veränderung der von der Beschlussabteilung durch den Zusammenschluss prognostizierten Marktstruktur. Der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt im EZG und im Kerngebiet deutlich geringer aus:

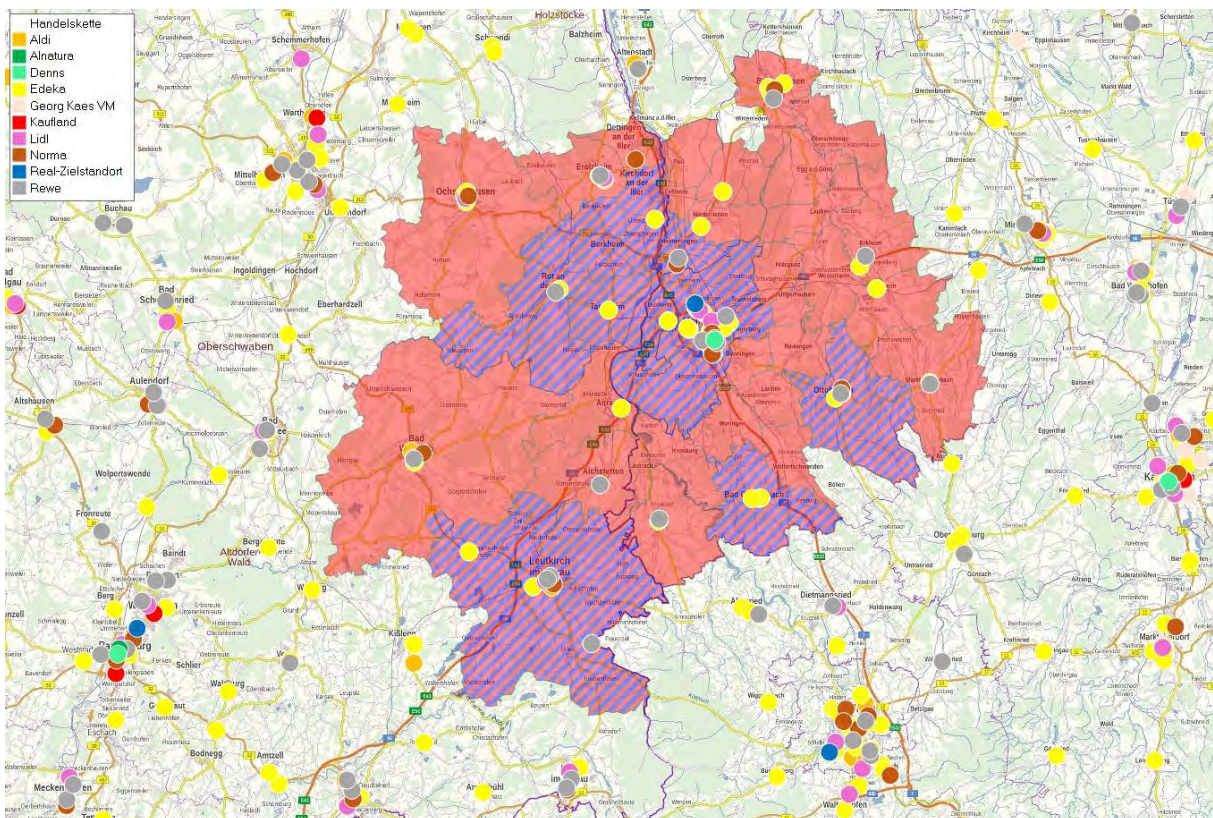
	Anteile der Zusammenschlussbeteiligten nach Zusage der Abgabe von Teilflächen	
	EZG	Kerngebiet
Böblingen		
Edeka	30-35	25-30
Zuwachs	5-10	5-10
Gesamt	35-40	35-40

731 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen im EZG nach der Zusage der Abgabe von Teilflächen an einen Drittmieter aufgrund des deutlich verringerten Zuwachses durch den Erwerb von Real nach der Fusion bei 35- 40% Marktanteil; im Kerngebiet liegt der Anteil durch die Abgabe der Teilflächen bei 35- 40%.

- 732 Edeka bleibt im EZG zwar weiter Marktführer und auch der Marktanteilsabstand zur Schwarz- Gruppe ist weiter deutlich, der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt jedoch erheblich geringer aus. Die Wettbewerber können nach dem Wegfall von Real aufgrund des durch die Zusagen deutlich reduzierten Zuwachses des Marktanteils im EZG weiterhin hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Im Kerngebiet fällt die Verringerung des Zuwachses durch den Erwerb von Real ebenfalls ins Gewicht, der Anteilsabstand zur Schwarz- Gruppe liegt nur noch bei 5- 10 Prozentpunkten. Auch im Hinblick auf die räumliche wettbewerbliche Nähe ist somit nicht zu erwarten, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können.
- 733 Im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt die genaue Veränderung durch die Zusagen im Vollsortiment-Segment nicht absehen, da der Drittmietler noch nicht bestimmt ist. Dessen Auswahl steht unter dem Zustimmungsvorbehalt der Beschlussabteilung, um die materiellen Bedenken zu beseitigen. Unabhängig vom Drittmietler sinkt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten in diesem Segment aber durch die Zusage.
- 734 In der Gesamtwürdigung ist festzustellen, dass die Zusage der Abgabe von Teilflächen im Wege von 10jährigen Untermietverträgen eine strukturelle und langfristig wirkende Veränderung der Marktposition der Zusammenschlussbeteiligten bewirkt, die geeignet sind, die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung im Marktraum Böblingen entfallen zu lassen. Hierfür sind insbesondere die Marktanteilsbetrachtung im EZG und die Bewertung der relativen Marktposition von Edeka im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern ursächlich, welche durch die Analyse im Rahmen der räumlichen wettbewerblichen Nähe ergänzt wird. Durch die Zusage entfällt die Vermutung, dass der Zusammenschluss gem. § 18 Abs. 4 GWB eine marktbeherrschende Stellung begründet. Eine Situation, in der trotz Unterschreitung der Vermutungsschwelle von der Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung durch den Zusammenschluss auszugehen ist oder anderweitig eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit dem Zusammenschluss begründet wird, liegt nach Ansicht der Beschlussabteilung nicht vor. Darüber hinaus ist derzeit noch offen, welcher der Interessenten an dem weiteren Real- Standort im Marktraum Böblingen zum Zuge kommt; diese Übernahme wird die relative Marktposition von Edeka im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern weiter zu Lasten der Zusammenschlussbeteiligten verschieben.

(2) Memmingen

735 Memmingen ist eine Stadt im bayerischen Regierungsbezirk Schwaben. Das Kerngebiet ist innerhalb des Marktraumes in vier Flächen unterteilt: die Stadt Leutkirch im Allgäu, der Markt Bad Grönenbach, Ottobeuren und neben Memmingen die Gemeinden Tannheim, Rot an der Rot und Berkheim. Das EZG umfasst weiter die Städte Ochsenhausen und Bad Wurzach.



Marktraum Memmingen

736 Im Marktraum Memmingen kam die Beschlussabteilung nach Abschluss der Nachermittlungen, der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse zu dem Ergebnis, dass die Übernahme des Real- Standortes durch Edeka zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken. Die Zusammenabschlussbeteiligten liegen im EZG mit 40- 45% Marktanteil über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt mit 35- 40% unter der 40%- Schwelle.

- 737 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 35- 40% Marktführer. Rewe folgt mit 15- 20% Marktanteil. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Rewe aus und erzielt im Marktraum 40- 45% Marktanteil. Der Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zu Rewe ist erheblich und beträgt 20- 25 Prozentpunkte. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit sehr großem Abstand (25- 30 Prozentpunkte). Aldi erzielt 10- 15% Marktanteil, weiter sind Kaes und Norma im Markt vertreten, spielen mit jeweils 5- 10% Marktanteil aber keine bedeutende Rolle im Markt.
- 738 Edeka ist im Kerngebiet bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil Marktführer vor Rewe (15- 20%). Durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen Zuwachs von 5- 10% Umsatzanteil wird der Vorsprung zu Rewe ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 35- 40% Anteil. Der Abstand zu Rewe beträgt 20- 25 Prozentpunkte. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 10- 15% mit weitem Abstand. Auf Aldi entfallen ebenfalls 10- 15% Anteil, Kaes und Norma sind nicht bedeutend im Kerngebiet vertreten.
- 739 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 50- 55% mehr als die Hälfte des Angebots im EZG auf sich. Rewe ist wie Edeka gleichmäßig im EZG vertreten, jedoch mit im Verhältnis umsatzschwächeren Standorten. Kaes ist im Vollsortiment mit 15- 20% Anteil vertreten. Beide Wettbewerber üben im EZG einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten aus. Die Schwarz- Gruppe ist im EZG nicht im Vollsortiment vertreten.
- 740 Im Kerngebiet liegt der Anteil von Edeka und Real bei 55- 60% im Vollsortiment; Edeka betreibt sechs Vollsortimentsstandorte im Kerngebiet. Rewe, die mit vier Standorten im Kerngebiet vertreten sind, erzielt 25- 30% Anteil und Kaes erzielt 15- 20% (zwei Standorte sind im Kerngebiet gelegen).

Memmingen	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	35-40	30-35	40-45	40-45
Real	1-5	5-10	5-10	10-15
Gesamt	40-45	35-40	50-55	55-60
Schwarz-Gruppe	10-15	10-15		
Rewe	15-20	15-20	30-35	25-30
Aldi	10-15	10-15		
Georg Kaes VM	5-10	5-10	15-20	15-20
Norma	5-10	5-10		

- 741 Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.
- 742 Die Beschlussabteilung hat den Beteiligten ihre wettbewerbsrechtliche Einschätzung im Rahmen der Abmahnung mitgeteilt. Zur Beseitigung der wettbewerbsrechtlichen Bedenken hat Edeka zugesagt, dass ein Teil der bisher von Real genutzten Verkaufsfläche – eine Teilfläche von [REDACTED] m² – einem Drittmietler für eine Dauer von mindestens 10 Jahren zu Nutzung überlassen wird. Neben der Nutzungsüberlassung der genannten Verkaufsfläche müssen dem Drittmietler zudem angemessene Lagerflächen, Nebenräume sowie angemessene Zugangs- und Zufahrtsmöglichkeiten für Mitarbeiter, Lieferanten und den Publikumsverkehr sowie angemessene Parkmöglichkeiten zugestanden werden. Die Beschlussabteilung kann die Zustimmung zu Drittmietlern verweigern, wenn die Bedingungen der vorliegenden Entscheidung nicht erfüllt sind oder aus anderen Gründen nicht zu erwarten ist, dass die materiellen wettbewerbsrechtlichen Bedenken hinsichtlich des jeweiligen Standortes durch die Vermietung der Teilfläche an den in Aussicht genommenen Drittmietler ausgeräumt werden.
- 743 Die Übertragung einer Teilverkaufsfläche von [REDACTED] m² an einen geeigneten Wettbewerber der Zusammenschlussbeteiligten führt zu einer Veränderung der von der Beschlussabteilung durch den Zusammenschluss prognostizierten Marktstruktur. Der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt im EZG und im Kerngebiet deutlich geringer aus:

	Anteile der Zusammenschlussbeteiligten nach Zusage der Abgabe von Teilflächen	
	EZG	Kerngebiet
Memmingen		
Edeka	35-40	30-35
Zuwachs	1-5	1-5
Gesamt	35-40	35-40

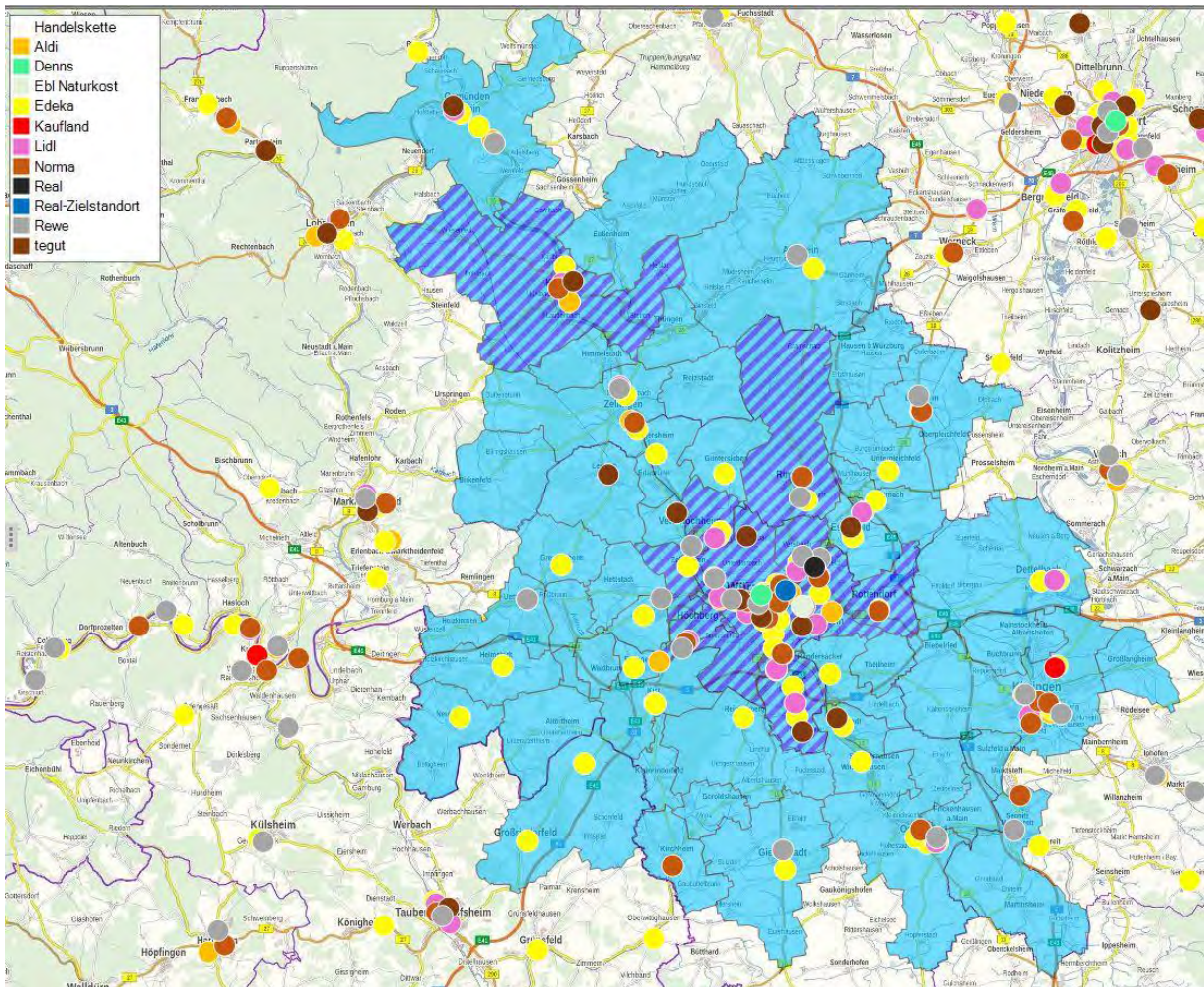
- 744 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen im EZG nach der Zusage der Abgabe von Teilflächen an einen Drittmietler aufgrund des deutlich verringerten Zuwachses durch den Erwerb von Real

nach der Fusion bei 35- 40% Marktanteil; im Kerngebiet liegt der Anteil durch die Abgabe der Teilflächen bei 35- 40%.

- 745 Edeka bleibt im EZG zwar weiter Marktführer, der Marktanteilsabstand zu Rewe sinkt jedoch deutlich und liegt noch bei 15- 20%. Der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt erheblich geringer aus und liegt sowohl im EZG als auch im Kerngebiet nur noch bei 1- 5%. Die Wettbewerber können nach dem Wegfall von Real aufgrund des durch die Zusagen deutlich reduzierten Zuwachses des Marktanteils im EZG hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Im Kerngebiet fällt die Verringerung des Zuwachses durch den Erwerb von Real ebenfalls ins Gewicht. Auch im Hinblick auf die räumliche wettbewerbliche Nähe ist somit nicht zu erwarten, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können.
- 746 Im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt die genaue Veränderung durch die Zusagen im Vollsortiment- Segment nicht absehen, da der Drittmietler noch nicht bestimmt ist. Dessen Auswahl steht unter dem Zustimmungsvorbehalt der Beschlussabteilung, um die materiellen Bedenken zu beseitigen. Unabhängig vom Drittmietler sinkt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten in diesem Segment aber durch die Zusage.
- 747 In der Gesamtwürdigung ist festzustellen, dass die Zusage der Abgabe von Teilflächen im Wege von 10jährigen Untermietverträgen eine strukturelle und langfristig wirkende Veränderung der Marktposition der Zusammenschlussbeteiligten bewirkt, die geeignet sind, die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung im Marktraum Memmingen entfallen zu lassen. Hierfür sind insbesondere die Marktanteilsbetrachtung im EZG und die Bewertung der relativen Marktposition von Edeka im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern ursächlich, welche durch die Analyse im Rahmen der räumlichen wettbewerblichen Nähe ergänzt wird. Durch die Zusage entfällt die Vermutung, dass der Zusammenschluss gem. § 18 Abs. 4 GWB eine marktbeherrschende Stellung begründet. Eine Situation, in der trotz Unterschreitung der Vermutungsschwelle von der Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung durch den Zusammenschluss auszugehen ist oder anderweitig eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit dem Zusammenschluss begründet wird, liegt nach Ansicht der Beschlussabteilung nicht vor.
- 748 Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung auf Basis der vorgelegten Zusagen daher davon aus, dass im Marktraum Memmingen eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs durch den Zusammenschluss nicht zu erwarten ist.

(3) Würzburg

749 Würzburg ist eine Stadt in Bayern. Der Marktraum umfasst neben Würzburg u.a. die Städte Kitzingen, Ochsenfurt, Karlstadt und Arnstein und zieht sich nördlich bis Gmünden am Main.



Marktraum Würzburg

750 Im Marktraum Würzburg kam die Beschlussabteilung nach Abschluss der Nachermittlungen, der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse zu dem Ergebnis, dass die Übernahme des Real- Standortes durch Edeka zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken. Die Zusammenbeschussbeteiligten liegen im EZG mit 40- 45% Marktanteil über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt mit 35- 40 Prozentpunkten unter der 40%- Schwelle.

- 751 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 35- 40% Marktführer. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 15- 20% Marktanteil. Durch den Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zur Schwarz- Gruppe aus und erzielt im Marktraum 40- 45% Marktanteil. Der Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zum nächstgrößeren Wettbewerber, der Schwarz- Gruppe, ist sehr erheblich und beträgt 20- 25%. Rewe und Aldi folgen mit jeweils 10- 15% Marktanteil ebenfalls mit jeweils 25- 30 Prozentpunkten mit sehr großem Abstand. Weiter sind Norma und Tegut mit Standorten vertreten, spielen mit jeweils 5- 10% Marktanteil aber keine bedeutende Rolle im Markt.
- 752 Edeka ist im Kerngebiet vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil der mit Abstand stärkste Anbieter vor der Schwarz- Gruppe (15- 20%). Durch den Erwerb von Real wird der Vorsprung zur Schwarz- Gruppe ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 35- 40% Anteil. Der Abstand zur Schwarz- Gruppe beträgt 15- 20 Prozentpunkte. Rewe, Tegut und Aldi folgen jeweils mit 10- 15% mit weitem Abstand. Norma und weitere Wettbewerber haben keine bedeutende Stellung im Kerngebiet.
- 753 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 55- 60% deutlich über die Hälfte des Angebots im EZG auf sich. Rewe ist mit 15- 20% und Tegut mit 10- 15% Anteil in diesem Segment vertreten. Die Schwarz- Gruppe betreibt im Vollsortiment nur einen Standort im EZG und ist in diesem Segment nicht bedeutend vertreten.
- 754 Im Kerngebiet liegt der Anteil von Edeka und Real bei 55- 60% im Vollsortiment. Rewe und Tegut sind jeweils mit 15- 20% Anteil im Kerngebiet vertreten.

Würzburg	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	35-40	30-35	50-55	50-55
Zuwachs	1-5	1-5	1-5	5-10
Gesamt	40-45	35-40	55-60	55-60
Schwarz-Gruppe	15-20	15-20	1-5	<1
Rewe	10-15	10-15	15-20	15-20
Aldi	10-15	10-15		
Weitere Real	1-5	1-5	1-5	5-10
Norma	5-10	5-10		
tegut	5-10	10-15	10-15	15-20
Bio	<1	1-5		

- 755 Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.
- 756 Die Beschlussabteilung hat den Beteiligten ihre wettbewerbsrechtliche Einschätzung im Rahmen der Abmahnung mitgeteilt. Zur Beseitigung der wettbewerbslichen Bedenken hat Edeka zugesagt, dass ein Teil der bisher von Real genutzten Verkaufsfläche – eine Teilfläche von [REDACTED] m² – einem Drittmietter für eine Dauer von mindestens 10 Jahren zu Nutzung überlassen wird. Neben der Nutzungsüberlassung der genannten Verkaufsfläche müssen dem Drittmietter zudem angemessene Lagerflächen, Nebenräume sowie angemessene Zugangs- und Zufahrtsmöglichkeiten für Mitarbeiter, Lieferanten und den Publikumsverkehr sowie angemessene Parkmöglichkeiten zugestanden werden. Die Beschlussabteilung kann die Zustimmung zu Drittmiettern verweigern, wenn die Bedingungen der vorliegenden Entscheidung nicht erfüllt sind oder aus anderen Gründen nicht zu erwarten ist, dass die materiellen wettbewerbsrechtlichen Bedenken hinsichtlich des jeweiligen Standortes durch die Vermietung der Teilfläche an den in Aussicht genommenen Drittmietter ausgeräumt werden.
- 757 Die Übertragung einer Teilverkaufsfläche von [REDACTED] m² an einen geeigneten Wettbewerber der Zusammenschlussbeteiligten führt zu einer Veränderung der von der Beschlussabteilung durch den Zusammenschluss prognostizierten Marktstruktur. Der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt im EZG und im Kerngebiet deutlich geringer aus:

	Anteile der Zusammenschlussbeteiligten nach Zusage der Abgabe von Teilflächen	
Würzburg	EZG	Kerngebiet
Edeka	35-40	35-40
Zuwachs	1-5	1-5
Gesamt	35-40	35-40
Schwarz-Gruppe bei möglicher Übernahme des weiteren Real- Standortes in Würzburg	15-20	20-25
Rewe	10-15	10-15
Aldi	10-15	10-15
Norma	5-10	5-10
tegut	5-10	10-15
Bio	<1	1-5

- 758 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen im EZG nach der Zusage der Abgabe von Teilflächen an einen Drittmietler aufgrund des deutlich verringerten Zuwachses durch den Erwerb von Real nach der Fusion bei 35- 40% Marktanteil; im Kerngebiet liegt der Anteil durch die Abgabe der Teilflächen bei 35- 40%.
- 759 Edeka bleibt im EZG zwar weiter Marktführer, der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt jedoch erheblich geringer aus und liegt nur noch bei 1- 5% und damit sogar unter der von der Beschlussabteilung im Rahmen des SIEC- Tests festgelegten „Erheblichkeitsschwelle“¹⁰². Im Marktraum Würzburg liegt ein weiterer Real- Standort, der nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlusses ist. Der Erwerb dieses Real- Standortes durch Kaufland wurde im Verfahren B2- 83/20 geprüft und freigegeben.¹⁰³ Diese mögliche Übernahme des weiteren Real- Standortes in Würzburg durch Kaufland würde vor allem im Kerngebiet den Anteilsabstand der Schwarz- Gruppe zu Edeka weiter deutlich verringern und beträgt bei Berechnung beider Faktoren – der Abgabe von Teilflächen durch Edeka und der Übernahme des weiteren Real- Standortes durch Kaufland – im Kerngebiet noch 10- 15%. Die Wettbewerber können nach dem Wegfall von Real aufgrund des durch die Zusagen deutlich reduzierten Zuwachses des Marktanteils im EZG hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka

¹⁰² Vgl. Abschnitt C. II. 2. a) (4).

¹⁰³ Vgl. B2- 83/20 (Kaufland/Real), Beschluss vom 16. Dezember 2020, abrufbar auf der Homepage des BKartA.

ausüben. Im Kerngebiet fällt die Verringerung des Zuwachses durch den Erwerb von Real ebenfalls ins Gewicht. Auch im Hinblick auf die räumliche wettbewerbliche Nähe ist somit nicht zu erwarten, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können. Vor allem die Schwarz- Gruppe setzt Edeka nach der möglichen Übernahme des weiteren Real- Standortes in Würzburg hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegen.

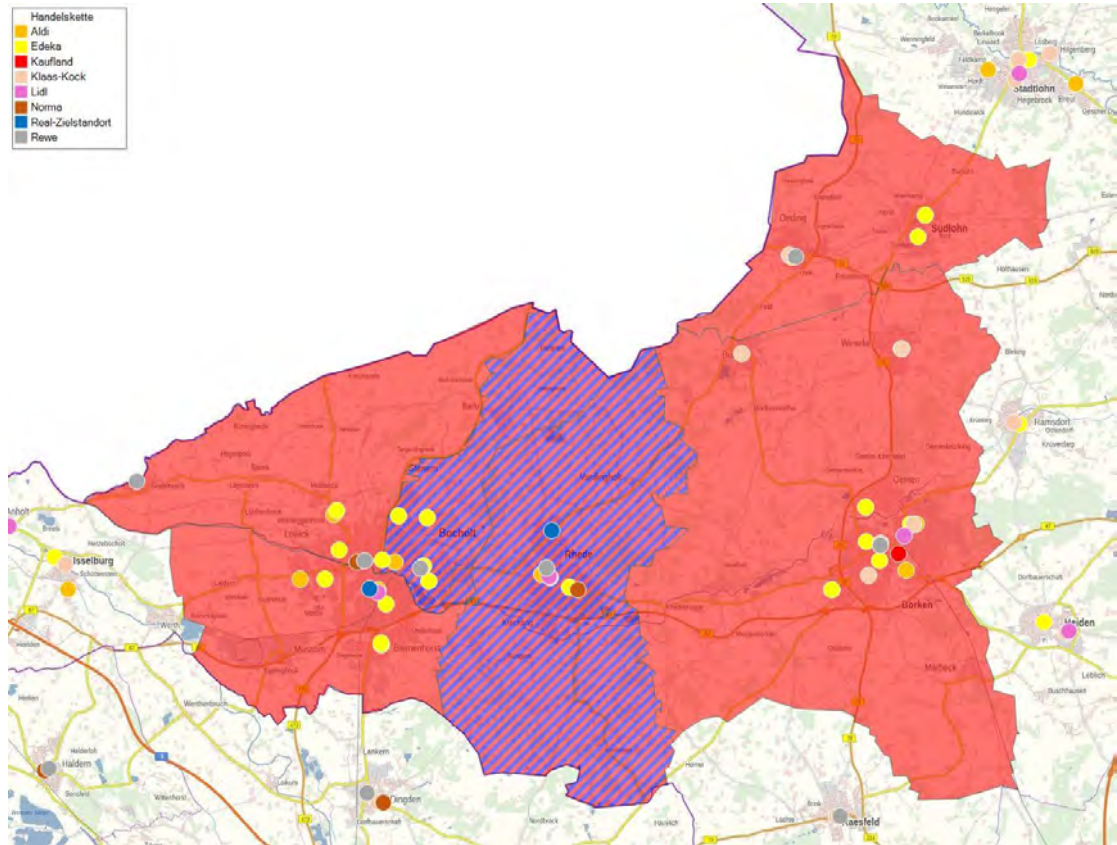
760 Im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt die genaue Veränderung durch die Zusagen in diesem Segment nicht absehen, da der Drittmieter noch nicht bestimmt ist. Dessen Auswahl steht unter dem Zustimmungsvorbehalt der Beschlussabteilung, um die materiellen Bedenken zu beseitigen. Unabhängig vom Drittmieter sinkt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten in diesem Segment aber durch die Zusage.

761 In der Gesamtwürdigung ist festzustellen, dass die Zusage der Abgabe von Teilflächen im Wege von 10jährigen Untermietverträgen eine strukturelle und langfristig wirkende Veränderung der Marktposition der Zusammenschlussbeteiligten bewirkt, die geeignet sind, die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung im Marktraum Würzburg entfallen zu lassen. Hierfür sind insbesondere die Marktanteilsbetrachtung im EZG und die Bewertung der relativen Marktposition von Edeka im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern ursächlich, welche durch die Analyse im Rahmen der räumlichen wettbewerblichen Nähe ergänzt wird. Durch die Zusage entfällt die Vermutung, dass der Zusammenschluss gem. § 18 Abs. 4 GWB eine marktbeherrschende Stellung begründet. Eine Situation, in der trotz Unterschreitung der Vermutungsschwelle von der Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung durch den Zusammenschluss auszugehen ist oder anderweitig eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit dem Zusammenschluss begründet wird, liegt nach Ansicht der Beschlussabteilung nicht vor.

762 Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung auf Basis der vorgelegten Zusagen daher davon aus, dass im Marktraum Würzburg eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs durch den Zusammenschluss nicht zu erwarten ist.

(4) Rhede

763 Rhede ist eine Stadt im westlichen Münsterland im Nordwesten von Nordrhein- Westfalen. Der Marktraum umfasst neben Rhede die Städte Bocholt und Borken.



Marktraum Rhede

764 Im Marktraum Rhede kam die Beschlussabteilung nach Abschluss der Nachermittlungen, der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse zu dem Ergebnis, dass die Übernahme des Real- Standortes durch Edeka zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken. Die Zusammenbeschlussbeteiligten liegen im EZG mit 40- 45% Marktanteil über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt mit 45- 50% ebenfalls über der 40%- Schwelle.

765 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Marktanteil Marktführer vor dem nächstgrößeren Wettbewerber im Markt, Aldi (20- 25%). Umsatzstärkster Standort des auf den Real- Standort in Rhede bezogenen räumlichen Einzugsgebietes ist der Real- Standort in Bocholt, der ebenfalls Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlussvorhabens

ist.¹⁰⁴ Durch den mit 10- 15% erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real – in die Berechnungen fließen die Anteile der Real- Standorte in Rhede und Bocholt ein – baut Edeka den Abstand zu Aldi erheblich aus (20- 25 Prozentpunkte) und erzielt im Marktraum Rhede einen Marktanteil von 40- 45%. Die Schwarz- Gruppe folgt mit 15- 20% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand. Rewe und Klaas + Kock erzielen Marktanteile von jeweils 5- 10% im Marktraum.

766 Edeka ist vor dem Zusammenschluss mit 25- 30% Anteil der stärkste Anbieter im Kerngebiet. Durch den Erwerb von Real wird der Vorsprung zu den Wettbewerbern deutlich ausgebaut. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 45- 50% Anteil, gefolgt von Aldi (20- 25% Anteil), der Schwarz- Gruppe (10- 15%) und Rewe (10- 15%). Klaas + Kock sowie Norma sind mit einem Anteil von unter 5% in diesem Segment vertreten.

767 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 60- 65% mehr als die Hälfte des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe und Klaas + Kock erzielen einen Anteil von jeweils 10- 15% und Rewe 5- 10% Anteil in diesem Segment.

768 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Rewe erzielt 15- 20% Anteil und besitzt im Kerngebiet ein etwas höheres Wettbewerbspotential als im EZG. Die Schwarz- Gruppe und Klaas + Kock sind mit einem Anteil von jeweils 5- 10% schwach im Kerngebiet vertreten.

Rhede	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	35-40	25-30	35-40	25-30
Zuwachs	10-15	20-25	20-25	35-40
Gesamt	40-45	45-50	60-65	65-70
Schwarz-Gruppe	15-20	10-15	10-15	5-10
Rewe	5-10	10-15	5-10	15-20
Aldi	20-25	20-25		
weitere Real-Märkte	<1	<1	<1	<1
Klaas + Kock	5-10	1-5	10-15	5-10
Norma	<1	1-5		

769 Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als

¹⁰⁴ Kaufland ist ebenfalls am Erwerb des Real-Standortes in Bocholt interessiert; entsprechend dem Beschluss der Abteilung im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) stehen einem Erwerb dieses Standortes durch Kaufland – vorbehaltlich der Erfüllung der Nebenbestimmungen jener Entscheidung – keine fusionskontrollrechtlichen Bedenken entgegen.

Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

- 770 Die Beschlussabteilung hat den Beteiligten ihre wettbewerbsrechtliche Einschätzung im Rahmen der Abmahnung mitgeteilt. Zur Beseitigung der wettbewerbsrechtlichen Bedenken hat Edeka zugesagt, dass ein Teil der bisher von Real genutzten Verkaufsfläche – eine Teilfläche von [REDACTED] m² – einem Drittmieter für eine Dauer von mindestens 10 Jahren zu Nutzung überlassen wird. Neben der Nutzungsüberlassung der genannten Verkaufsfläche müssen dem Drittmieter zudem angemessene Lagerflächen, Nebenräume sowie angemessene Zugangs- und Zufahrtsmöglichkeiten für Mitarbeiter, Lieferanten und den Publikumsverkehr sowie angemessene Parkmöglichkeiten zugestanden werden. Die Beschlussabteilung kann die Zustimmung zu Drittmietern verweigern, wenn die Bedingungen der vorliegenden Entscheidung nicht erfüllt sind oder aus anderen Gründen nicht zu erwarten ist, dass die materiellen wettbewerbsrechtlichen Bedenken hinsichtlich des jeweiligen Standortes durch die Vermietung der Teilfläche an den in Aussicht genommenen Drittmieter ausgeräumt werden.
- 771 Die Übertragung einer Teilverkaufsfläche von [REDACTED] m² an einen geeigneten Wettbewerber der Zusammenschlussbeteiligten führt zu einer Veränderung der von der Beschlussabteilung durch den Zusammenschluss prognostizierten Marktstruktur. Der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt sowohl im EZG als auch im Kerngebiet erheblich geringer aus
- 772 Weiter hat Edeka zugesagt, den im benachbarten Marktraum liegenden Real- Standort Bocholt nicht zu erwerben. Da im Rahmen der durchgeführten Berechnungen für den Marktraum Rhede die im vorliegenden Zusammenschlussvorhaben angemeldeten Standorte jeweils Edeka zugerechnet werden, führt die Zusage des Nichterwerbs des Standortes Bocholt zu einem Absinken der Marktanteile im Marktraum Rhede.

	Anteile der Zusammenschlussbeteiligten nach Zusage der Abgabe von Teilflächen und des Erwerbsverzichts in Bocholt¹⁰⁵	
Rhede	EZG	Kerngebiet
Edeka	30-35	25-30
Zuwachs	1-5	5-10
Gesamt	30-35	35-40
Schwarz-Gruppe bei möglicher Übernahme des Real- Standortes in Bocholt	20-25	15-20
Rewe	5-10	10-15
Aldi	20-25	20-25
weitere Real-Märkte	<1	<1
Klaas + Kock	5-10	1-5
Norma	<1	1-5

- 773 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen im EZG nach der Zusage der Abgabe von Teilflächen an einen Drittmietter sowie dem Erwerbsverzicht in Bocholt nach der Fusion bei 30- 35% Marktanteil; im Kerngebiet liegt der Anteil durch die Abgabe der Teilflächen bei 35- 40%.
- 774 Edeka bleibt im EZG zwar weiter Marktführer, der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt jedoch erheblich geringer aus und liegt im EZG nur noch bei 1- 5% und im Kerngebiet bei 5- 10%. Die mögliche Übernahme des bezogen auf den Marktumsatz starken Real- Standortes in Bocholt durch Kaufland würde im EZG und im Kerngebiet den Anteilsabstand der Schwarz- Gruppe zu Edeka weiter deutlich verringern und beträgt bei Berechnung beider Faktoren – der Abgabe von Teilflächen durch Edeka und der Übernahme des Real- Standortes in Bocholt durch Kaufland – im EZG 10- 15%. Die Wettbewerber können nach dem Wegfall von Real aufgrund des durch die Zusagen deutlich reduzierten Zuwachses des Marktanteils im EZG hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Im Kerngebiet fällt die Verringerung des Zuwachses durch den Erwerb von Real ebenfalls ins Gewicht. Auch im Hinblick auf die räumliche wettbewerbliche Nähe ist somit nicht zu erwarten, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend

¹⁰⁵ Bei den in dieser Tabelle angegebenen Marktanteilen wird davon ausgegangen, dass der Real-Markt in Bocholt durch den Verzicht von Edeka nicht geschlossen, sondern weiterbetrieben wird. Ein Weiterbetrieb durch Kaufland ist wegen der bereits erfolgten fusionskontrollrechtlichen Freigabe wahrscheinlich.

kontrollieren können. Vor allem die Schwarz- Gruppe setzt Edeka nach der möglichen Übernahme des Real- Standortes in Bocholt hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegen.

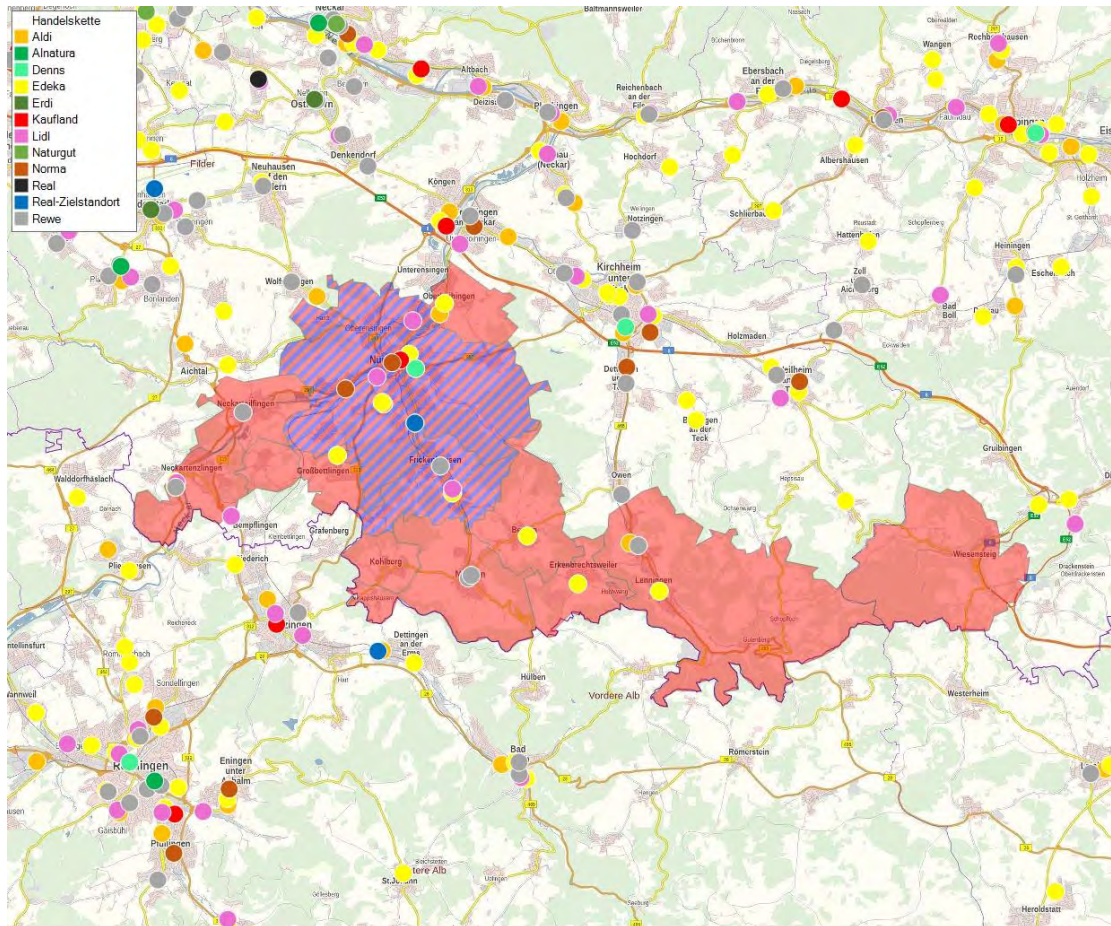
775 Im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt die genaue Veränderung durch die Zusage der Abgabe von Teilflächen im Vollsortiment- Segment nicht absehen, da der Drittmietler noch nicht bestimmt ist. Dessen Auswahl steht unter dem Zustimmungsvorbehalt der Beschlussabteilung, um die materiellen Bedenken zu beseitigen. Unabhängig vom Drittmietler sinkt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten in diesem Segment aber durch die Zusage. Die Zusage des Erwerbsverzichts des Standortes in Bocholt führt, da der Weiterbetrieb als großflächiger LEH- Standort bzw. als LEH- Standort zumindest mit einem Angebot auf Vollsortimentsebene gesichert erscheint, zu einem deutlichen Absinken der Anteile der Zusammenschlussbeteiligten in diesem Segment. Bei einer möglichen Übernahme des Standortes in Bocholt durch Kaufland lägen die Anteile der Zusammenschlussbeteiligten im Vollsortimentsangebot im EZG bei 45- 50%.

776 In der Gesamtwürdigung ist festzustellen, dass die Zusage der Abgabe von Teilflächen im Wege von 10jährigen Untermietverträgen sowie der Erwerbsverzicht in Bocholt durch Edeka eine strukturelle und langfristig wirkende Veränderung der Marktposition der Zusammenschlussbeteiligten bewirkt, die geeignet sind, die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung im Marktraum Rhede entfallen zu lassen. Hierfür sind insbesondere die Marktanteilsbetrachtung im EZG und die Bewertung der relativen Marktposition von Edeka im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern ursächlich, welche durch die Analyse im Rahmen der räumlichen wettbewerblichen Nähe ergänzt wird. Die Beschlussabteilung hat zu Gunsten der Zusammenschlussbeteiligten berücksichtigt, dass der Real- Markt in Bocholt mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht geschlossen und vermutlich zukünftig von Kaufland betrieben wird. Durch die Zusage entfällt die Vermutung, dass der Zusammenschluss gem. § 18 Abs. 4 GWB eine marktbeherrschende Stellung begründet. Eine Situation, in der trotz Unterschreitung der Vermutungsschwelle von der Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung durch den Zusammenschluss auszugehen ist oder anderweitig eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit dem Zusammenschluss begründet wird, liegt nach Ansicht der Beschlussabteilung nicht vor.

777 Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung auf Basis der vorgelegten Zusagen daher davon aus, dass im Marktraum Rhede eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs durch den Zusammenschluss nicht zu erwarten ist.

(5) Nürtingen

778 Nürtingen ist eine Stadt in Baden- Württemberg, etwa 30 Kilometer südöstlich von Stuttgart. Der Marktraum umfasst u.a. die Stadt Wiesensteig.



Marktraum Nürtingen

779 Im Marktraum Nürtingen kam die Beschlussabteilung nach Abschluss der Nachermittlungen, der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse zu dem Ergebnis, dass die Übernahme des Real- Standortes durch Edeka zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde, insbesondere würde der Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung begründen bzw. verstärken. Die Zusammenbeschussbeteiligten liegen im EZG mit 40- 45% Marktanteil über der 40%- Schwelle und damit über der Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 4 GWB. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt mit 40- 45% ebenfalls über der 40%- Schwelle.

780 Edeka erzielt im EZG vor dem Zusammenschluss einen Marktanteil von 25- 30% und wird durch den mit 10- 15% erheblichen Zuwachs über den Erwerb von Real mit einem Marktanteil

von 40- 45% Marktführer vor der Schwarz- Gruppe (25- 30%), die nach Real den umsatzstärksten Standort im EZG betreibt. Der Abstand von Edeka zur Schwarz- Gruppe beträgt 10- 15 Prozentpunkte. Aldi folgt mit 15- 20% Marktanteil ebenfalls mit sehr erheblichem Abstand (20- 25 Prozentpunkte). Rewe ist mit einem Marktanteil von 10- 15% im Markt vertreten. Weitere Wettbewerber wie Norma spielen im Marktraum keine bedeutende Rolle.

781 Im Kerngebiet wird Edeka durch den Erwerb von Real und den hiermit verbundenen sehr erheblichen Zuwachs von 15- 20% Umsatzanteil der stärkste Anbieter im Markt. Auf die Zusammenschlussbeteiligten entfallen 40- 45% Anteil, die Schwarz- Gruppe erzielt 30- 35% Anteil und folgt mit erheblichem Abstand (10- 15 Prozentpunkte), wobei der in Nürtingen gelegenen Kaufland- Standort auch im Kerngebiet auf Filialebene ein gewisses Wettbewerbspotential besitzt.

782 Im Hinblick auf das Segment Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 65- 70% zwei Drittel des Angebots auf sich. Die Schwarz- Gruppe folgt mit weitem Abstand und erzielt einen Anteil von 20- 25% in diesem Segment. Rewe erzielt 10- 15% Anteil auf Ebene des Vollsortimentsangebotes.

783 Im Kerngebiet ziehen Edeka und Real ebenfalls 65- 70% des Vollsortimentsangebotes auf sich. Die Schwarz- Gruppe erzielt 20- 25% und Rewe erzielt 5- 10% Anteil in diesem Segment.

Nürtingen	EZG	Kerngebiet	EZG VS	Kerngebiet VS
Edeka	25-30	25-30	40-45	35-40
Real	10-15	15-20	20-25	25-30
Gesamt	40-45	40-45	65-70	65-70
Schwarz-Gruppe	25-30	30-35	20-25	20-25
Rewe	10-15	5-10	10-15	5-10
Aldi	15-20	10-15		
weitere Real-Märkte	<1	<1	<1	<1
Norma	1-5	1-5		
Bio	1-5	1-5		

784 Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der weiteren Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen.

Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch keinen hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

785 Die Beschlussabteilung hat den Beteiligten ihre wettbewerbsrechtliche Einschätzung im Rahmen der Abmahnung mitgeteilt. Zur Beseitigung der wettbewerbsrechtlichen Bedenken hat Edeka zugesagt, dass ein Teil der bisher von Real genutzten Verkaufsfläche – eine Teilfläche von [REDACTED] m² – einem Drittmietler für eine Dauer von mindestens 10 Jahren zu Nutzung überlassen wird. Neben der Nutzungsüberlassung der genannten Verkaufsfläche müssen dem Drittmietler zudem angemessene Lagerflächen, Nebenräume sowie angemessene Zugangs- und Zufahrtsmöglichkeiten für Mitarbeiter, Lieferanten und den Publikumsverkehr sowie angemessene Parkmöglichkeiten zugestanden werden. Die Beschlussabteilung kann die Zustimmung zu Drittmietlern verweigern, wenn die Bedingungen der vorliegenden Entscheidung nicht erfüllt sind oder aus anderen Gründen nicht zu erwarten ist, dass die materiellen wettbewerbsrechtlichen Bedenken hinsichtlich des jeweiligen Standortes durch die Vermietung der Teilfläche an den in Aussicht genommenen Drittmietler ausgeräumt werden.

786 Die Übertragung einer Teilverkaufsfläche von [REDACTED] m² an einen geeigneten Wettbewerber der Zusammenschlussbeteiligten führt zu einer Veränderung der von der Beschlussabteilung durch den Zusammenschluss prognostizierten Marktstruktur. Der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt sowohl im EZG als auch im Kerngebiet deutlich geringer aus:

	Anteile der Zusammenschlussbeteiligten nach Zusage der Abgabe von Teilflächen	
	EZG	Kerngebiet
Nürtingen		
Edeka	25-30	25-30
Zuwachs	10-15	10-15
Gesamt	35-40	35-40

787 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen aufgrund des deutlich verringerten Zuwachses durch den Erwerb von Real nach der Fusion sowohl im EZG als auch im Kerngebiet bei 35- 40% Markt- bzw. Umsatzanteil.

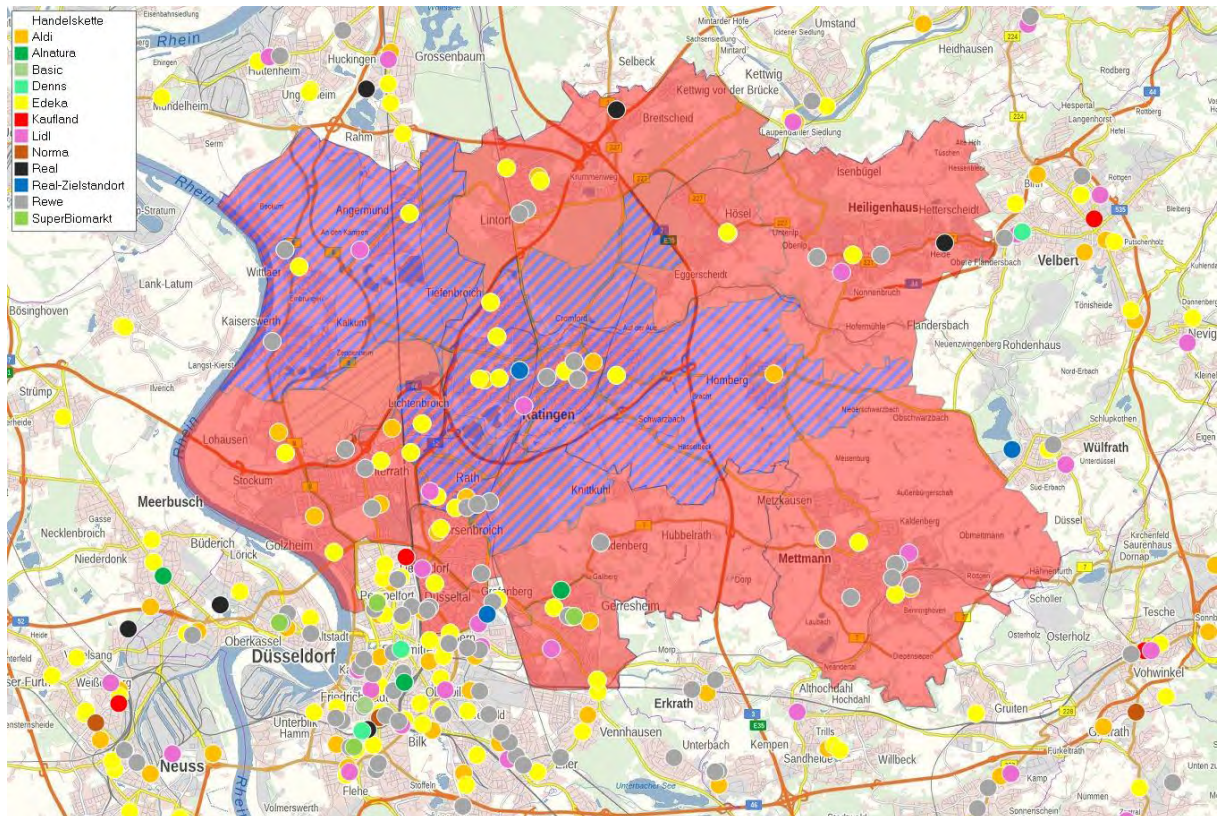
788 Edeka wird durch die Übernahme von Real im EZG zwar weiter Marktführer, der Zuwachs durch den Erwerb von Real fällt jedoch erheblich geringer aus. Der Marktanteilsabstand zur Schwarz- Gruppe verringert sich deutlich und beträgt im EZG nur noch 5- 10 Prozentpunkte;

im Kerngebiet beträgt der Abstand nur noch 1-5 Prozentpunkte. Die Wettbewerber können nach dem Wegfall von Real aufgrund des durch die Zusagen deutlich reduzierten Zuwachses des Marktanteils sowohl im EZG als auch im Kerngebiet hinreichenden Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Vor allem die Schwarz- Gruppe mit ihrem umsatzstarken Standort in Nürtingen setzt Edeka hinreichenden Wettbewerbsdruck entgegen. Auch im Hinblick auf die räumliche wettbewerbliche Nähe ist somit nicht zu erwarten, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können.

- 789 Im Hinblick auf die sachliche wettbewerbliche Nähe lässt sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt die genaue Veränderung durch die Zusagen im Vollsortiment- Segment nicht absehen, da der Drittmieter noch nicht bestimmt ist. Dessen Auswahl steht unter dem Zustimmungsvorbehalt der Beschlussabteilung, um die materiellen Bedenken zu beseitigen. Unabhängig vom Drittmieter sinkt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten in diesem Segment aber durch die Zusage.
- 790 In der Gesamtwürdigung ist festzustellen, dass die Zusage der Abgabe von Teilflächen im Wege von 10jährigen Untermietverträgen eine strukturelle und langfristig wirkende Veränderung der Marktposition der Zusammenschlussbeteiligten bewirkt, die geeignet sind, die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung im Marktraum Würzburg entfallen zu lassen. Hierfür sind insbesondere die Marktanteilsbetrachtung im EZG und die Bewertung der relativen Marktposition von Edeka im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern ursächlich, welche durch die Analyse im Rahmen der räumlichen wettbewerblichen Nähe ergänzt wird. Durch die Zusage entfällt die Vermutung, dass der Zusammenschluss gem. § 18 Abs. 4 GWB eine marktbeherrschende Stellung begründet. Eine Situation, in der trotz Unterschreitung der Vermutungsschwelle von der Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung durch den Zusammenschluss auszugehen ist oder anderweitig eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit dem Zusammenschluss begründet wird, liegt nach Ansicht der Beschlussabteilung nicht vor.
- 791 Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung auf Basis der vorgelegten Zusagen daher davon aus, dass im Marktraum Nürtingen eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs durch den Zusammenschluss nicht zu erwarten ist.

(6) Ratingen

792 Die Stadt Ratingen liegt im Regierungsbezirk Düsseldorf in Nordrhein-Westfalen. Das Einzugsgebiet grenzt westlich an den Rhein und umfasst die Städte Mettmann und Heiligenhaus. Das Kerngebiet umfasst neben Ratingen die Düsseldorfer Stadtteile Angermund, Kalkum, Lichtenbroich und Rath.



Marktraum Ratingen

- 793 Im Marktraum Ratingen kam die Beschlussabteilung nach Abschluss der Nachermittlungen, der Bewertung der Stellungnahme der Beteiligten sowie der Bewertung im Rahmen der Einzelfallanalyse zu dem Ergebnis, dass die Übernahme des Real- Standortes durch Edeka zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs aufgrund unilateraler Effekte führen würde. Die Zusammenbeschussbeteiligten liegen im EZG mit 30- 35% Marktanteil über der 25%- Schwelle, aber unter der 40%- Schwelle. Der Umsatzanteil im Kerngebiet liegt mit 45- 50% Anteil deutlich über der 40%- Schwelle gemäß dem Prüfraster.
- 794 Edeka ist im EZG bereits vor dem Zusammenschluss mit einem Marktanteil von 25- 30% knapper Marktführer vor Rewe (25- 30%). Durch den deutlichen Zuwachs über den Erwerb von Real baut Edeka den Abstand zu Rewe aus und erzielt im Marktraum 30- 35% Marktanteil.

Der Marktanteilsabstand der Zusammenschlussbeteiligten zu Rewe beträgt 5- 10 Prozentpunkte. Aldi folgt mit 20- 25% Marktanteil; die Schwarz- Gruppe erzielt 10- 15% Marktanteil. Weitere Wettbewerber spielen mit unter 10% Marktanteil keine bedeutende Rolle im Markt. Im Marktraum liegen zwei weitere Real- Standorte, die nicht Gegenstand des vorliegenden Zusammenschlussverfahrens sind.

795 Edeka ist vor dem Zusammenschluss mit 30- 35% Anteil stärkster Anbieter im Kerngebiet vor Aldi (20- 25%). Durch den Erwerb von Real (10- 15% Anteil) wird der Vorsprung erheblich ausgebaut; der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten beträgt 45- 50%. Rewe erzielt 15- 20% Anteil, die Schwarz- Gruppe folgt mit 10- 15% Anteil.

796 Im Vollsortiment ziehen Edeka und Real im EZG mit 45- 50% knapp die Hälfte des Angebots im EZG auf sich. Rewe ist mit 40- 45%, die beiden weiteren Real- Märkte sind mit unter 5% Anteil in diesem Segment vertreten. Im Vollsortiment verfügt damit nur Rewe über ein relevantes Wettbewerbspotential.

797 Im Kerngebiet steigt der Anteil der Zusammenschlussbeteiligten im Vollsortiment auf 65- 70%. Rewe ist im Kerngebiet noch mit 25- 30% Anteil vertreten.

Ratingen	EZG	Kerngebiet	VS EZG	VS Kerngebiet
Edeka	25- 30	30- 35	30- 35	40- 45
Real	5- 10	10- 15	10- 15	20- 25
Gesamt	30- 35	45- 50	45- 50	65- 70
Schwarz- Gruppe	10- 15	10- 15	1- 5	1-5
Rewe	25- 30	15- 20	40- 45	25-30
Aldi	20- 25	20- 25		
weitere Real- Märkte	5- 10	1- 5	5-10	1-5
Bio	1- 5	<1		

798 Angesichts der im Vergleich geringeren Umsatzbasis der Wettbewerber erscheint es wahrscheinlich, dass die Standorte für die Nachfrager aus dem Kerngebiet auch im Fall von Konditionenverschlechterungen durch die Beteiligten nur in begrenztem Maße als Ausweichalternativen in Frage kommen würden, etwa weil sie hinsichtlich der Verkaufsflächen, der Anzahl der Kassen und Parkplätze gewissen Kapazitätsbeschränkungen unterliegen. Auch in Summe können diese Standorte der Wettbewerber zwar einen gewissen, jedoch nicht hinreichenden Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

799 Die Beschlussabteilung hat den Beteiligten ihre wettbewerbsrechtliche Einschätzung im Rahmen der Abmahnung mitgeteilt. Zur Beseitigung der wettbewerbsrechtlichen Bedenken hat Edeka zugesagt, dass zunächst das von Edeka betriebene [REDACTED] geschlossen wird bevor am Zielstandort eine (Wieder-) Eröffnung durch Edeka erfolgt. Edeka wird für einen Zeitraum von zehn Jahren am Standort [REDACTED] keinen LEH betreiben. Gleichzeitig verpflichtet sich Edeka für einen Zeitraum von [REDACTED] im Kerngebiet des Marktraums keine weiteren LEH- Filialen zu eröffnen.

800 Der [REDACTED] Die Schließung dieses Standortes führt im Marktraum zu einer Veränderung der von der Beschlussabteilung durch den Zusammenschluss prognostizierten Marktstruktur. Aufgrund der Verringerung des Marktanteils von Edeka durch die Zusage der Schließung fallen die gemeinsamen Markt- bzw. Umsatzanteile nach Erwerb von Real sowohl im EZG als auch im Kerngebiet deutlich geringer aus:

	Anteile der Zusammenschlussbeteiligten nach Schließung [REDACTED]	
Ratingen	EZG	Kerngebiet
Edeka	20-25	25-30
Zuwachs	5-10	10-15
Gesamt	30-35	40-45

801 Die Zusammenschlussbeteiligten liegen aufgrund des deutlich verminderten Marktanteils von Edeka durch Zusage der Schließung einer Filiale nach der Fusion im EZG bei 30- 35% und im Kerngebiet bei 40- 45% Markt- bzw. Umsatzanteil.

802 Edeka bleibt durch die Übernahme von Real im EZG zwar weiter Marktführer, die gemeinsamen Markt- bzw. Umsatzanteile fallen aufgrund des deutlich verminderten Marktanteils von Edeka durch Zusage der Schließung einer Filiale jedoch erheblich geringer aus. Der Marktanteilsabstand zu Rewe verringert sich deutlich und beträgt im EZG nur noch 5- 10 Prozentpunkte; im Kerngebiet beträgt der Abstand zum nächstgrößeren Wettbewerber Aldi nur noch 15- 20 Prozentpunkte. Vor allem Rewe gewinnt ein relevantes Wettbewerbspotential hinzu, da für die Kunden des Edeka [REDACTED] nach der Schließung nicht nur Real als unmittelbare Ausweichalternative zur Verfügung steht, [REDACTED]. Die Wettbewerber können nach dem Wegfall von Real aufgrund des durch die Zusagen deutlich reduzierten gemeinsamen Marktanteils sowohl im EZG als auch im Kerngebiet hinreichenden

Wettbewerbsdruck auf Edeka ausüben. Aufgrund der merklichen Veränderung der Marktstruktur im Kerngebiet durch Schließung [REDACTED] ist vor allem im Hinblick auf die räumliche wettbewerbliche Nähe somit nicht zu erwarten, dass die Wettbewerber im Prognosezeitraum Verhaltensspielräume der Edeka nicht mehr hinreichend kontrollieren können.

803 Durch die Zusage der Schließung [REDACTED] sinken auch die Anteile von Edeka im Segment des Vollsortiments. Eine etwaige Übernahme der beiden ebenfalls im Marktraum gelegenen Real- Standorte durch Wettbewerber würde in diesem Segment zusätzlichen Wettbewerbsdruck auf die Zusammenschlussbeteiligten ausüben.

804 In der Gesamtwürdigung ist festzustellen, dass die Zusage der Schließung [REDACTED] eine strukturelle und langfristig wirkende Veränderung der Marktposition der Zusammenschlussbeteiligten bewirkt, die geeignet ist, die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung im Marktraum Ratingen entfallen zu lassen. Hierfür sind insbesondere die Marktanteilsbetrachtung im EZG und die Bewertung der relativen Marktposition von Edeka im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern ursächlich, welche durch die Analyse im Rahmen der räumlichen wettbewerblichen Nähe ergänzt wird.

805 Im Ergebnis geht die Beschlussabteilung auf Basis der vorgelegten Zusagen daher davon aus, dass im Marktraum Ratingen eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs aufgrund unilateraler Effekte durch den Zusammenschluss nicht zu erwarten ist.

4. Würdigung standortübergreifender Argumente der Zusammenschlussbeteiligten

806 Neben standortspezifischen Argumenten wurden im Laufe des Verfahrens auch mehrere standortübergreifende Argumente von den Zusammenschlussbeteiligten vorgebracht.

a) Kartellrechtlich relevantes Alternativszenario

807 Die Zusammenschlussbeteiligten argumentieren, dass die wettbewerbliche Situation nach dem Zusammenschluss bei den meisten Standorten mit einem Szenario verglichen werden müsse, in dem der jeweilige Standort dauerhaft geschlossen oder vom Vermieter an eines der großen Handelsunternehmen neu vermietet werden würde.¹⁰⁶ Das zutreffende Alternativszenario ist aus Sicht der Beschlussabteilung aber nicht der sofortige Marktaustritt. Vielmehr sind einige Standorte durchaus rentabel, andere jedenfalls noch für einige Zeit

¹⁰⁶ Vgl. Schriftsatz Gleiss Lutz vom 6. November 2020, Rdn. 2ff.

überlebensfähig. Die Voraussetzungen einer Sanierungsfusion sind insofern nicht erfüllt: Ein Marktaustritt steht selbst für diejenigen Standorte, an denen wettbewerblich weniger problematischen LEH- Unternehmen kein Erwerbsinteresse geäußert haben, nicht unmittelbar bevor; für einen Teil der Standorte liegen gegenüber dem Erwerb durch Edeka wettbewerblich günstigere Erwerbswünsche vor. Selbst für die nicht anderweitig verkäuflichen Standorte träte zumindest eine Verschlechterung der Wettbewerbssituation in zeitlicher Hinsicht ein, und zwar durch das Vorziehen des Ausscheidens als unabhängiger Wettbewerber. Darüber hinaus ist in keinem räumlichen Markt zu erwarten, dass das Wettbewerbspotenzial des möglicherweise ausscheidenden Standorts auch ohne die Fusion vollständig auf Edeka übergehen würde.

808 Die Beschlussabteilung stützt sich daher auf einen Vergleich mit den ermittelten Marktverhältnissen von 2018, wobei für alle im Markt tätigen Handelsunternehmen die Neueröffnungen und Schließungen bis zum 31. Dezember 2020 berücksichtigt werden.

809 Einen Sonderfall bildet der Standort Horb, wie im Abschnitt C. II. 3. d) (4) dargestellt.

b) Real sei keine bedeutende Wettbewerbskraft

810 Von den Zusammenschlussbeteiligten wurde vorgetragen, dass Real aufgrund seiner wirtschaftlichen Schwierigkeiten keine bedeutende Wettbewerbskraft sei.¹⁰⁷

811 Die Beschlussabteilung ist der Ansicht, dass die Einordnung der Wettbewerbskraft auf der Absatzseite gemäß der räumlichen Marktabgrenzung in erster Linie lokal zu erfolgen hat. Dies gilt nicht nur für das Zielunternehmen, sondern auch für die anderen Wettbewerber. Hierbei zeigt sich, dass in einigen lokalen Markträumen der Zielstandort oder ggf. mehrere Zielstandorte zusammen eine hinreichend bedeutende Wettbewerbskraft darstellen. Dies wird insbesondere durch die jeweiligen Marktanteile deutlich.

c) Preissetzung sei nicht durch lokalen Wettbewerb bestimmt

812 Es wurde vorgetragen, dass national tätige Anbieter ihre Preise sehr großflächig festlegen würden.¹⁰⁸ Dies gelte insbesondere für Discounter. Aber auch bei Edeka würden Filialen aus unterschiedlichen Markträumen unabhängig von lokalen Marktanteilen die gleichen Preise setzen.

¹⁰⁷ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, Rdn. 3.

¹⁰⁸ Vgl. Schriftsatz von SCP vom 6. November 2020, Rdn. 32 und 33 sowie Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, Rdn. 3

813 Die Beschlussabteilung geht davon aus, dass gerade die großen Handelsunternehmen ein Gewinnmaximierungskalkül verfolgen. Soweit derzeit großflächig gleiche Preise festgelegt werden, scheint – auch aufgrund des hinreichend funktionierenden Wettbewerbs (siehe hierzu auch den Abschnitt C. II. 9. zur Prüfung koordinierter Effekte auf den Absatzmärkten) – eine überregionale oder nationale Preisstrategie profitabler zu sein. Eine Umstellung auf eine lokale oder filialindividuelle Preissetzung wäre aber problemlos möglich und daher zu erwarten, wenn sie durch mangelnden lokalen Wettbewerb profitabel wird.

814 Nach Erkenntnissen der Beschlussabteilung fließen die lokalen Wettbewerbsverhältnisse auch bereits jetzt an manchen Orten in die Preissetzung großer Handelsunternehmen ein.

d) Art der Ermittlung wettbewerblicher Nähe

815 Edeka kritisiert die „pauschale“ Ermittlung der wettbewerblichen Nähe anhand des Kerngebietes.¹⁰⁹

816 Es trifft nicht zu, dass für die Beurteilung der wettbewerblichen Nähe nur die Wettbewerbssituation im Kerngebiet herangezogen wird. Vielmehr nutzt die Beschlussabteilung die Marktdaten im Kerngebiet als Indikator für eine Einschätzung der räumlichen wettbewerblichen Nähe der Zusammenschlussbeteiligten.

817 Für den Bereich der sachlichen wettbewerblichen Nähe verkennt das Bundeskartellamt nicht, dass Edeka im Gegensatz zu Real nicht auf Großflächen spezialisiert ist. Gleichwohl können die Großflächen, die Edeka betreibt, ein enges Wettbewerbsverhältnis zu den lokalen Real- Standorten haben. Es kommt hierbei nicht darauf an, wie hoch der Anteil der Edeka- Großflächen an der Gesamtzahl der Edeka- Standorte ist, sondern wie stark Edeka relativ zu den anderen Marktteilnehmern im Vollsortimenter- bzw. Großflächen- Segment vertreten ist. Durch diese Betrachtung wird aber letztlich auch berücksichtigt, welchen Beitrag von Real sachlich entfernte Filialen zum Edeka- Marktanteil leisten.

818 Zudem werden bei der Beurteilung der wettbewerblichen Nähe auch weitere lokale Einzelheiten betrachtet, wie der materiellen Würdigung der jeweiligen regionalen Markträume entnommen werden kann.

¹⁰⁹ Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, Rdn. 3

e) Hoher Anteil kleinerer Flächen und Discounter bei Edeka

819 Von den Zusammenschlussbeteiligten wird für viele Markträume vorgetragen, dass eine bestimmte Anzahl von Edeka-Standorten nur über kleine Flächen verfügen oder zum Discount-Segment gehören würden.¹¹⁰ Dies werde in der wettbewerblichen Einschätzung nicht hinreichend gewürdigt.

820 Aus Sicht der Beschlussabteilung ist jedoch dieser Aspekt bereits dadurch hinreichend berücksichtigt, dass in der Vollsortimentsbetrachtung auch die Marktanteile unter Ausschluss von Discountern und kleinen Lebensmittelgeschäften berechnet und die Ergebnisse in der Gesamtbeurteilung berücksichtigt wurden. Im Rahmen dieser Alternativbetrachtung werden auch die von Edeka betriebenen Discounter ausgeblendet.

f) Beobachtetes Kundenverhalten würde sich bei Preiserhöhungen von Edeka verändern

821 Edeka argumentiert, dass bei Preiserhöhungen im Einzugsgebiet die Kunden auch zu Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes ausweichen könnten. Die Ausweichmöglichkeiten außerhalb des Einzugsgebietes sind jedoch bereits hinreichend durch die Marktanteile der einstrahlenden Filialen abgebildet.

g) Schließungen von Edeka und Neueröffnungen von Wettbewerbern nach dem Stichtag

822 Edeka trägt in einzelnen Märkten vor, dass sich die Marktverhältnisse nach dem Stichtag für Neueröffnungen und Schließungen so verändern würden, dass der Marktanteil von Edeka sinke.

823 Die Beschlussabteilung hat im Rahmen der Ermittlungen auf der Absatzseite eine LEH-Befragung hinsichtlich der Neueröffnungen und Schließungen in den Jahren 2019 und 2020 durchgeführt, um die im Verfahren B2- 113/19 (Edeka/Real) erhobenen Daten zu aktualisieren.¹¹¹ Damit ist Stichtag zur Berücksichtigung der Standortaktualisierungen der 31. Dezember 2020. Die Berücksichtigung von Neueröffnungen oder ggf. auch Schließungen jenseits dieses Datums müsste aus konzeptionellen Gründen für alle Standorte in allen Markträumen durchgeführt werden. Dies scheitert vorliegend an dem Fristenregime der

¹¹⁰ Schriftsatz Edeka vom 24. November 2020, z. B. Rdn. 12

¹¹¹ Vgl. Abschnitt B IV. 3. a) (3).

Fusionskontrolle, in dem die erneute Befragung des LEH nicht durchzuführen und auszuwerten ist. Die Beschlussabteilung ist daher der Ansicht, dass vorliegend nicht selektiv zu Gunsten von Edeka von der Stichtagsregelung abgewichen werden kann.

h) Berücksichtigung des Wettbewerbsdrucks von Aldi

824 SCP trägt vor, die Beschlussabteilung würdige marktraumübergreifend den Wettbewerbsdruck von Aldi nicht ausreichend.¹¹²

825 Wie im Abschnitt zur wettbewerblichen Nähe der Vertriebslinien zueinander dargelegt (siehe Abschnitt C II. 1. a) (3)), sieht die Beschlussabteilung durchaus, dass Aldi sich über Jahrzehnte eine Reputation für ein gutes Preis- Leistungsverhältnis erarbeiten konnte und im Ruf steht, das preisgünstigste Unternehmen im Markt zu sein.

826 Allerdings gilt für Aldi wie für alle anderen Handelsunternehmen, dass aufgrund der Marktzutrittsschranken die lokalen Marktanteile der wichtigste Indikator für die lokale Bedeutsamkeit als Wettbewerber sind. Die entsprechende Einschätzung der Wettbewerbskraft von Aldi ist bei den Einzelmarktanalysen erfolgt.

i) Bedeutung des Online-Lebensmittelmarktes

827 Edeka trägt vor, dass in der wettbewerblichen Analyse auch der gestiegenen Bedeutung des Online- Lebensmittelhandels Rechnung zu tragen sei.¹¹³ Zur Relevanz der Lebensmitteleinkäufe über das Internet wird im Abschnitt C. II. 1. a) (5) näher ausgeführt.

j) Vollsortimenter- und Großflächenanteile bei der Bestimmung der sachlichen wettbewerblichen Nähe

828 Edeka trägt vor, dass die von der Beschlussabteilung vorgenommene Betrachtung von Anteilen im Vollsortimenter- bzw. Großflächen-Segment nicht für eine Aussage zur wettbewerblichen Nähe geeignet sei, da die Unterschiede zwischen den Vertriebslinien zunehmend verschwimmen würden und selbst bei flächenmäßig ähnlichen Filialen sich das Konzept von Edeka und Real erheblich unterscheidet.¹¹⁴

829 Die Beschlussabteilung erkennt an, dass es zwischen den verschiedenen Segmenten eine erhebliche Substitution gibt und hat auch aus diesem Grund Discounter und kleine

¹¹² Vgl. Schriftsatz SCP vom 6. November 2020, Rdn. 40ff.

¹¹³ Vgl. Schriftsatz SCP vom 6. November 2020, Rdn. 44 ff..

¹¹⁴ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, Rdn. 2ff.

Lebensmittelgeschäfte in den gleichen sachlichen Markt einbezogen. Gleichwohl ist zu erwarten, dass ähnlich große Filialen in einem stärkeren Wettbewerbsverhältnis zueinanderstehen, weil ein Teil der Kunden nur bei ihnen die Möglichkeit zum One-Stop-Shopping hat. Durch die Berechnung von Segmentsanteilen lässt sich abbilden, welche Anbieter lokal tatsächlich mit Großflächen vertreten sind. Dieser Ansatz ist gegenüber einer pauschalen Betrachtung vorzugswürdig, da sich die Segmentsanteile ganz erheblich zwischen den einzelnen Markträumen unterscheiden und nicht alle Alternativen überall zur Verfügung stehen.

- 830 Die Beschlussabteilung sieht nicht, dass durch die Ergebnisse der Verbraucherbefragung¹¹⁵ eine Wettbewerbsferne zwischen Edeka und Real belegt wäre. Die Tatsache, dass Edeka nicht unter den ersten drei Alternativen (Kaufland, Lidl, Aldi) genannt wurde, ergab sich nur durch eine getrennte Abfrage von Edeka (übliche Größe), E-Center, Edeka nah & gut, Netto- MD und Marktkauf. Betrachtet man diese fünf Alternativen, die alle zu Edeka gehören, zusammen, würden 25% der Lebensmittel- Einkäufe von Real zu Edeka übergehen. Dies ist zwar weniger als der bundesweite Marktanteil von Edeka, aber dennoch weit mehr, als gemäß der Verbraucherbefragung etwa auf Aldi (12%) oder Lidl (11%) übergehen würde.
- 831 Die Beschlussabteilung sieht Kaufland grundsätzlich – vorbehaltlich lokaler Betrachtung – als noch etwas engeren Wettbewerber zu Real als Edeka. Dieser Unterschied ist sowohl im Kaufland- Verfahren als auch im vorliegenden Verfahren in die Beurteilung eingeflossen.

k) Abschmelzungseffekte

- 832 Edeka trägt vor, dass ein Teil der Real- Bestandskunden in Folge der Umwandlung der jetzigen Real- Standorte in Edeka- Filialen zu Filialen der Wettbewerber abwandern würde.¹¹⁶ Diesen Effekt quantifiziert Edeka selbst mit ca. 5- 10% Umsatzverlust beim Zielstandort, in Einzelfällen auch mehr.
- 833 Aus Sicht der Beschlussabteilung wären etwaige Abschmelzungseffekte eine direkte Folge der unterschiedlichen wettbewerblichen Nähe zwischen den Wettbewerbern im Lebensmitteleinzelhandel. Da die wettbewerbliche Nähe bereits berücksichtigt wird, erscheint eine gesonderte Berücksichtigung von Abschmelzungseffekten obsolet.
- 834 Selbst wenn man jedoch – wie von Edeka vorgeschlagen – den Umsatz der Zielstandorte in der Prognose um 5 bis 10 Prozent absenken würde und diesen Umsatzanteil etwa Kaufland

¹¹⁵ Vgl. Präsentation mit den Ergebnissen der Verbraucherbefragung vom 20. November 2019, Folie 54

¹¹⁶ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, Rdn. 8 ff.

zurechnen würde, hätte dies nur einen sehr geringen Effekt auf den gemeinsamen Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten. So würde sich bei einem Marktanteil der Zielstandorte von 5% durch diese Reduktion ein neuer Marktanteil von 4,5% (bei 10% Reduktion) bis 4,75% (bei 5% Reduktion) ergeben. Der Marktanteil der Erwerberin bliebe unverändert.

835 Die Beschlussabteilung hat daher von einer grundsätzlichen Berücksichtigung von Abschmelzungseffekten sowie etwaigen gegenläufigen Effekten abgesehen und den Marktanteil der Zielstandorte auf Basis der vorliegenden bisherigen Umsätze berechnet. Soweit in einzelnen Markträumen gesondert zum zukünftigen Umsatz eines Zielstandortes vorgetragen wurde, wird dieser Vortrag im Abschnitt zum jeweiligen Marktraum gewürdigt.

I) Verkleinerung der Fläche des Zielstandortes

836 Edeka hat bei einigen Zielstandorten vorgetragen, dass beabsichtigt sei, zukünftig nur einen – je nach Standort unterschiedlich großen – Teil der bisherigen Verkaufsfläche des Real- Standorts zu nutzen.

837 Wie schon im Kaufland- Verfahren hat die Beschlussabteilung ihre Beurteilung auf Basis der ermittelten Umsätze vorgenommen und diese nicht etwa anteilig im Verhältnis zu geplanten Flächenreduktion gekürzt und auf umliegende Standorte verteilt. Für dieses Vorgehen spricht insbesondere, dass ganz überwiegend Flächen wegfallen dürften, auf denen bisher Non- Food II- Produkte angeboten werden. Soweit auch eine Reduzierung der Food- Non I- Fläche beabsichtigt ist, geht die Beschlussabteilung davon aus, dass der zukünftige Food- Non- Food-I- Umsatz des Standortes selbst bei einer Flächenreduktion etwa dem bisherigen Wert entsprechen dürfte. Hierfür spricht die grundsätzlich sehr stabile Nachfrage nach Lebensmitteln und die sowohl bei Kaufland als auch bei Edeka gegenüber Real typischerweise höhere Flächenproduktivität, die bei weitgehend konstanter Nachfrage die Flächenreduktion ungefähr kompensieren dürfte.

838 Für den Fall, dass auf einer bisher von Real genutzten Fläche zukünftig nach gesicherten Erkenntnissen zwei Lebensmitteleinzelhändler tätig werden, geht die Beschlussabteilung jedoch von einer Aufteilung der bisherigen Umsätze auf diese beiden neuen Filialen aus. Eine Aufteilung der Fläche auf ein LEH- Geschäft und ein anderes Geschäft wird hingegen wie eine Flächenreduktion behandelt.

m) Non- Food-II-Anteil

839 Edeka trägt vor, dass Edeka- Großflächen nicht mit Real-Großflächen vergleichbar seien, weil bei Edeka das Non- Food-II- Angebot viel kleiner sei und somit in Zukunft dessen Zugkraft nicht in vergleichbarem Maße gegeben sei.¹¹⁷

840 Zur Überprüfung dieses Arguments hat die Beschlussabteilung für Filialen der gleichen Vertriebslinie die erhobenen Non- Food-II- Umsätze ins Verhältnis zu den Gesamtumsätzen gesetzt und folgende Quoten ermittelt:

Anteil NF2 an Gesamtumsatz bei	Verbrauchermärkte (> 5000 m ²)	Große Supermärkte (2500- 5000 m ²)
Real	25- 30%	20- 25%
Edeka	15- 20%	5- 10%
Kaufland	5- 10%	5- 10%

841 Insofern ist festzustellen, dass nach diesem Kriterium Edeka-Großflächen zwar einen geringeren Non- Food- II- Anteil aufweisen als Real, aber mit den Real- Großflächen unter diesem Gesichtspunkt sogar noch eher vergleichbar sind als Kaufland- Großflächen.

n) Wettbewerbliche Nähe im Vergleich zum Kaufland- Verfahren

842 SCP trägt vor, dass Edeka als typischer Betreiber von Supermärkten – anders als Kaufland – nicht als besonders naher Wettbewerber von Real in Betracht komme. Dies müsse im Rahmen der wettbewerblichen Würdigung hinreichend berücksichtigt werden.¹¹⁸

843 Der Beschlussabteilung ist bewusst, dass der Anteil der Edeka- Großflächen an allen Filialen des Edeka- Verbundes niedriger ist als der Anteil der Kaufland- Großflächen an allen Filialen der Schwarz- Gruppe. Dieser Unterschied ist in die grundsätzliche Beurteilung beider Zusammenschlüsse eingeflossen.

844 Gleichwohl schließt diese Feststellung nicht aus, dass zumindest lokal zwischen Edeka- Großflächen oder großen Supermärkten von Edeka und Real ein recht enges Wettbewerbsverhältnis besteht oder die entsprechenden Filialen in manchen Markträumen sogar engste Wettbewerber sind. Dies wird u. a. durch die Ermittlung lokaler Vollsortimenter- Anteile berücksichtigt.

¹¹⁷ Vgl. Schriftsatz Edeka vom 17. Dezember 2020, z. B. Rdn. 5, 9 und 46.

¹¹⁸ Schriftsatz SCP vom 17. Dezember 2020, S. 1-3.

5. Stellungnahme von Edeka zum Entscheidungsentwurf

- 845 Edeka hat am 24. Februar 2021 zum Entscheidungsentwurf der Beschlussabteilung Stellung genommen und seine Ausführungen auf die Absatzseite beschränkt. Die standortbezogenen Gesichtspunkte sind im Übrigen durch Vorlage der Zusagen weitestgehend überholt. In der Stellungnahme trägt Edeka standortübergreifend vor, die Erheblichkeit der von der Beschlussabteilung angenommenen Wettbewerbsbehinderung scheitere daran, dass die Beschlussabteilung ein verzerrendes Alternativszenario anlegen würde und man richtigerweise davon ausgehen müsste, dass die Real- Standorte, für die keine Angebote von Drittinteressenten vorliegen würden, ohne den geplanten Zusammenschluss als wettbewerblich nachteiligere Alternative aus dem Markt ausscheiden würden.¹¹⁹ Zudem wird die wettbewerbliche Bedeutung von Real als valide Ausweichalternative zu Edeka in Frage gestellt. Aus Sicht von Edeka scheiden die von der Beschlussabteilung genannten Erst- und Zweitrundeneffekte wegen der überregionalen Preissetzung im Edeka- Verbund und bei den Wettbewerbern aus.¹²⁰ Edeka spricht der von der Beschlussabteilung vorgenommenen Kerngebietsbetrachtung eine Relevanz für die wettbewerbliche Würdigung ab.¹²¹ Edeka vertritt zudem die Auffassung, dass die wettbewerbliche Distanz zwischen Real und Edeka besonders ausgeprägt sei und bezieht sich insoweit auf die von der Beschlussabteilung durchgeführte Verbraucherbefragung.¹²² Edeka kritisiert ferner die Würdigung des Wettbewerbspotenzials der zwanzig umsatzstärksten Filialen seitens der Beschlussabteilung, weil dadurch mögliche Wettbewerbsimpulse von kleineren Filialen marginalisiert würden, misst dem Marktanteilsabstand des Marktführers zum Restwettbewerb unter Rückgriff auf fehlende Kapazitätsbegrenzungen im LEH keine Aussagekraft für die wettbewerbliche Würdigung zu und geht von erheblichen Abschmelzeffekten nach dem Zusammenschluss an den jeweiligen Standorten aus.¹²³ Als abschließendes standortübergreifendes Argument wirft Edeka der Beschlussabteilung eine einseitig negative Selektivität bei der insoweit aus Sicht von Edeka fehlenden Gesamtwürdigung der in Ansatz gebrachten Kennzahlen vor.¹²⁴
- 846 Der Vortrag von Edeka greift aus Sicht der Beschlussabteilung aus den nachfolgend aufgeführten Gründen nicht durch.

¹¹⁹ Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. Februar 2021, S. 2.

¹²⁰ Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. Februar 2021, S. 3.

¹²¹ Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. Februar 2021, S. 3-4.

¹²² Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. Februar 2021, S. 4-5.

¹²³ Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. Februar 2021, S. 5-7.

¹²⁴ Vgl. Schriftsatz von Edeka vom 24. Februar 2021, S. 7.

a) Kartellrechtlich relevantes Alternativszenario

847 Das zutreffende Alternativszenario für die Real- Standorte ist aus Sicht der Beschlussabteilung nicht der sofortige Marktaustritt. Vielmehr erweisen sich einige Standorte als durchaus rentabel, andere zumindest für einige Zeit überlebensfähig. Die Voraussetzungen einer Sanierungsfusion sind insofern nicht erfüllt: Ein Marktaustritt steht selbst für diejenigen Standorte, an denen andere LEH- Unternehmen kein Erwerbsinteresse geäußert haben, nicht unmittelbar bevor; für einen Teil der Standorte liegen gegenüber dem Erwerb durch Edeka aus kartellrechtlicherer Sicht unproblematischere Erwerbswünsche vor. Im Laufe des Verfahrens hat sich gezeigt, dass auch mittelständische Unternehmen an auffallend vielen Real- Standorten Erwerbsinteresse angemeldet haben. Selbst für die nicht anderweitig verkäuflichen Standorte träte zumindest eine Verschlechterung der Wettbewerbssituation in zeitlicher Hinsicht ein, und zwar durch das Vorziehen des Ausscheidens als unabhängiger Wettbewerber.

848 Darüber hinaus ist in keinem räumlichen Markt zu erwarten, dass das Wettbewerbspotenzial eines möglicherweise ausscheidenden Standorts auch ohne die Fusion vollständig auf Edeka übergehen würde. Die Beschlussabteilung stützt sich dabei auf einen Vergleich mit den ermittelten Marktverhältnissen von 2018, wobei für alle im Markt tätigen Handelsunternehmen die Neueröffnungen und Schließungen bis zum 31. Dezember 2020 berücksichtigt werden.

b) Real als bedeutende Wettbewerbskraft, lokale Preissetzung und wettbewerbliche Nähe

849 Die Beschlussabteilung ist der Ansicht, dass die Einordnung der Wettbewerbskraft auf der Absatzseite gemäß der räumlichen Marktabgrenzung in erster Linie lokal zu erfolgen hat. Dies gilt nicht nur für das Zielunternehmen, sondern auch für die anderen Wettbewerber. Hierbei zeigt sich, dass in einigen lokalen Markträumen der Zielstandort oder ggf. mehrere Zielstandorte zusammen eine hinreichend bedeutende Wettbewerbskraft darstellen. Dies wird insbesondere durch die jeweiligen Marktanteile deutlich.

aa) Preissetzung sei nicht durch lokalen Wettbewerb bestimmt

850 Die Beschlussabteilung geht davon aus, dass gerade die großen Handelsunternehmen ein Gewinnmaximierungskalkül verfolgen. Soweit zumindest für einzelne Produktgruppen derzeit großflächig gleiche Preise festgelegt werden, scheint aktuell – auch aufgrund des hinreichend funktionierenden Wettbewerbs¹²⁵ – eine überregionale oder nationale Preisstrategie profitabler zu sein. Eine Umstellung auf eine lokale oder filialindividuelle Preissetzung wäre aber problemlos möglich und daher zu erwarten, wenn sie durch mangelnden lokalen Wettbewerb profitabel wird. Wettbewerbslich nicht mehr kontrollierte Verhaltensspielräume auf lokaler Ebene äußern sich in der Würdigung der relevanten Markträume daher naturgemäß in entsprechenden Wettbewerbsbedenken.

851 Nach Erkenntnissen der Beschlussabteilung fließen die lokalen Wettbewerbsverhältnisse im Übrigen durchaus auch aktuell in die Preissetzung großer Handelsunternehmen ein.

bb) Wettbewerbsliche Nähe

852 Die Beschlussabteilung nutzt die Marktdaten im Kerngebiet als Indikator für eine Einschätzung der räumlichen wettbewerbslichen Nähe der Zusammenschlussbeteiligten. Für den Bereich der sachlichen wettbewerbslichen Nähe verkennt das Bundeskartellamt nicht, dass Edeka im Gegensatz zu Real nicht auf Großflächen spezialisiert ist. Gleichwohl können die Großflächen, die Edeka betreibt, ein enges Wettbewerbsverhältnis zu den lokalen Real- Standorten haben. Es kommt hierbei nicht darauf an, wie hoch der Anteil der Edeka-Großflächen an der Gesamtzahl der Edeka-Standorte ist, sondern wie stark Edeka relativ zu den anderen Marktteilnehmern im Vollsortimenter- bzw. Großflächen-Segment vertreten ist. Durch diese Betrachtung wird aber letztlich auch berücksichtigt, welchen Beitrag von Real sachlich entfernte Filialen zum Edeka-Marktanteil leisten.

853 Zudem werden bei der Beurteilung der wettbewerbslichen Nähe auch weitere lokale Einzelheiten betrachtet, wie der materiellen Würdigung der jeweiligen regionalen Markträume entnommen werden kann. Die Auffassung der Beschlussabteilung als Ergebnis der Ermittlungen zur wettbewerbslichen Nähe der Vertriebslinien zueinander ist dem Abschnitt C. II. 1. a) (3) zu entnehmen.

¹²⁵ Vgl. zur Prüfung der koordinierten Effekte auf der Absatzseite auch Abschnitt C. II. 9.

6. Stellungnahme von SCP zur Absatzseite

854 SCP hat am 24. Februar 2021 zum Entscheidungsentwurf der Beschlussabteilung Stellung genommen. In der Stellungnahme trägt SCP standortübergreifend vor, dass die Kerngebietsbetrachtung der Beschlussabteilung künstlich einen weiteren Markt schaffe, der ohne wettbewerbliche Aussagekraft im Rahmen des SIEC-Tests sei.¹²⁶ SCP ist der Auffassung, dass ein besonderes wettbewerbliches Näheverhältnis vor allem zwischen Real und Kaufland bestehe, während das wettbewerbliche Näheverhältnis von Real und Edeka zu vernachlässigen sei.¹²⁷ Das von der Beschlussabteilung angelegte Alternativszenario verkenne in Bezug auf die Interessenbekunden der mittelständischen Dritterwerber, dass diese zwar standortspezifisch für eine Vielzahl von Standorten problemlos eine erste Übernahmbereitschaft anzeigen könnten, aber tatsächlich dann nur zu einer sehr überschaubaren Übernahme einer Gesamtzahl von Real- Standorten in der Lage seien.¹²⁸ Der Übernahmewille werde in der standortspezifischen Betrachtung daher überbetont.

Der Ansatz der Beschlussabteilung in Bezug auf das Alternativszenario und die wettbewerbliche Nähe wurde oben eingehend dargelegt. Insoweit genügt der Hinweis, dass der Vortrag von SCP keinen Anlass zu weitergehenden konzeptionellen Ausführungen bietet.

7. Stellungnahme von Rewe zur Absatzseite

855 Mit der Stellungnahme zum Entscheidungsentwurf vom 22. Februar 2021 trägt Rewe Bedenken gegen die wettbewerbliche Beurteilung der Beschlussabteilung hinsichtlich der Absatzmärkte, insbesondere gegen die Methodik zur räumlichen Marktabgrenzung und die Rolle von Rewe bei der Begründung unilateraler Effekte vor. Soweit Rewe hierbei lediglich den Vortrag des Schriftsatzes vom 15. Juli 2020 und ihrer Stellungnahme zur Abmahnung im Parallelverfahren B2-83/20 (Kaufland/Real) wiederholt, ist auf die Auseinandersetzung der Beschlussabteilung mit den Argumenten von Rewe insb. zu Methodik zur räumlichen Marktabgrenzung unter Abschnitt C. II. 1. c) zu verweisen. Im Folgenden werden - um Wiederholungen zu vermeiden - lediglich die in der Stellungnahme neu vorgebrachten Argumente erörtert.

856 Rewe wendet sich insbesondere gegen die Einschätzung der Beschlussabteilung, dass es für Rewe in einigen Markträumen profitabel sei, etwaige Konditionenverschlechterungen nachzuvollziehen und kritisiert dies im vorliegenden Verfahren am Beispiel der Markträume

¹²⁶ Vgl. Schriftsatz von RA Denzel vom 24. Februar 2021, S. 1.

¹²⁷ Vgl. Schriftsatz von RA Denzel vom 24. Februar 2021, S. 2-4.

¹²⁸ Vgl. Schriftsatz von RA Denzel vom 24. Februar 2021, S. 4-5.

Düren und Ratingen, wo die Beschlussabteilung bei auf den ersten Blick relativ ähnlichen Markt- und Umsatzanteilen in Ratingen vor Berücksichtigung der Zusage zu diesem Ergebnis kommt, in Düren hingegen nicht. Der von Rewe vorgenommene Quervergleich berücksichtigt jedoch nicht alle von der Beschlussabteilung einbezogenen Argumente. Selbst wenn man nur Markt- und Umsatzanteile betrachtet, ist jedoch festzuhalten, dass die Markt- und Umsatzanteile der Beteiligten in Ratingen bei jeder von der Beschlussabteilung vorgenommenen Betrachtungsweise über denen in Düren liegen. Dies hat zur Folge, dass insbesondere im Vollsortiment-Segment im Kerngebiet die relative Bedeutung der Beteiligten im Vergleich zu Rewe in Ratingen höher ist als in Düren. Die Möglichkeit für Rewe, nach dem Zusammenschluss Wettbewerbsdruck auf Edeka auszuüben, ist unter anderem aus diesem Grund im Marktraum Ratingen begrenzt. Die Beschlussabteilung hält daher in der Gesamtwürdigung aller in den Einzelanalysen aufgeführten Argumente an den jeweiligen Entscheidungen fest und weist darauf hin, dass sie für jeden Marktraum eine binäre Entscheidung zwischen Freigabe und Untersagung treffen muss. Fast zwangsläufig gibt es daher Markträume, in denen diese Entscheidung knapp ausfällt. Dies trifft auf den Marktraum Ratingen zu.

857 Rewe kritisiert ferner erneut Details der Vorgehensweise der Beschlussabteilung bei der räumlichen Marktabgrenzung und der Berechnung der Marktanteile. Die Beschlussabteilung hält dennoch weiterhin an ihrer Methodik fest, insbesondere da diese einen angesichts der Fristen des Fusionskontrollverfahrens guten Ausgleich zwischen dem Grad an Komplexität und dem Grad an Genauigkeit erreicht und die meisten Vorschläge von Rewe den Komplexitätsgrad erheblich erhöhen würden. In Richtung Vereinfachung zielt im Wesentlichen nur der Vorschlag von Rewe, keine Payback-Daten zu verwenden. Rewe legt offen, dass der Hintergrund dieses Vorschlags auch ist, dass in potentiellen zukünftigen Fusionskontrollverfahren die im vorliegenden Verfahren verwendete Methodik nicht angewendet werden könnte, wenn keine Payback-Daten des Zielunternehmens existieren. Aus Sicht der Beschlussabteilung ist eine Entscheidung hingegen auf der bestgeeignetsten Datengrundlage zu treffen, die im Rahmen der Fristen und unter Verhältnismäßigkeitsgesichtspunkten zu erzielen ist. Eine „Rücksichtnahme“ auf etwaige zukünftige Verfahren, bei denen möglicherweise nur schlechtere Daten zur Verfügung stehen, scheidet daher aus.

8. Stellungnahme von Tegut zur Absatzseite

- 858 Tegut hat am 24. Februar 2021 zum Entscheidungsentwurf der Beschlussabteilung Stellung genommen. In der Stellungnahme trägt Tegut vor, dass SCP mit den mittelständischen Interessenten, die für bestimmte Standorte Wettbewerbsimpulse setzen könnten, nicht ausreichend genug verhandelt habe und dass die Übernahme der Real- Standorte durch Edeka zu einer Erhöhung der Marktzutrittsschranken in den betroffenen Markträumen führen würde.
- 859 Hinsichtlich der Absatzseite ist Tegut der Auffassung, dass über die regionale Markt Betrachtung der Einzugsgebiete hinaus eine gesamtheitliche Betrachtung der Wettbewerbssituation im LEH in Deutschland erfolge müsse. Dies sei geboten, um der überregionalen Stellung von Edeka gerecht zu werden und diese in dem Kontext der erfolglosen Marktzutrittsbemühungen von Tegut in einzelnen Regionen zu betrachten sowie die Bedeutung von potentielltem Wettbewerb zu erfassen. Tegut trägt insoweit vor, dass in der räumlichen Marktabgrenzung des Bundeskartellamts und den Marktanteils gewichtungen nur im Markt tätige Wettbewerber abgebildet würden, ohne die Expansionshindernisse, die für Mittelständler in bestimmten Regionen bestehen, in den Fokus zu nehmen. Aus Sicht von Tegut spielt die Marktzutrittsthematik im Entscheidungsentwurf keine ausreichende Rolle und der Zusammenschluss lasse eine erhebliche Behinderung zukünftigen Wettbewerbs aufgrund der Erhöhung der bestehenden Marktzutrittsschranken erwarten.
- 860 Dem ist zu entgegnen, dass der Gesichtspunkt der Marktzutrittsschranken in der wettbewerblichen Würdigung der Beschlussabteilung auch auf Absatzseite eine Rolle spielt. In den Markträumen, in denen Edeka der Erwerb von Real- Standorten wegen der identifizierten Wettbewerbsbedenken untersagt wird, eröffnet sich Drittinteressenten die Möglichkeit zur Expansion. Eine marktraumunspezifische Förderung von allgemeinen Expansionswünschen aktueller Wettbewerber und damit die spezifische Förderung von Wettbewerbern ist nicht Aufgabe des Wettbewerbsrechts.
- 861 Die ausdifferenzierten Zusagen in diesem Verfahren sowie im abgeschlossen Parallelverfahren B2-83/20 (Kaufland/Real) zielen bewusst darauf ab, die Wettbewerbssituation der verbleibenden Mittelständler zu stärken und diese weiterhin in die Lage zu bringen, auch durch Marktzutritte in bestimmten Regionen Wettbewerbsimpulse zu setzen. So führt die Verpflichtungszusage der Teilflächenübertagung in den jeweiligen Markträumen eine unmittelbare räumliche Konkurrenzlage mit einem LEH- Drittmieter herbei, stimuliert damit direkt die Wettbewerbslage vor Ort und erhält eine Ausweichalternative für die

Verbraucher. Die Veräußerungsverpflichtung ermöglicht den mittelständischen Wettbewerbern den Erwerb einer Anzahl von Real- Standorten, der über hinzugewonnene Beschaffungsvolumina über den Zuwachs hinausgeht, den eine Schließung der Real- Filialen ihnen nach Maßgabe ihrer Marktanteile verschaffen würde. Folglich ist auch dadurch ein überproportionaler Wettbewerbsstimulus für die Mittelständler in den Nebenbestimmungen angelegt.

9. Prüfung koordinierter Effekte auf den Absatzmärkten

862 Die Lebensmitteleinzelhändler des Edeka- Verbundes, der Rewe- Gruppe und der Schwarz- Gruppe (zusammen „Spitzengruppe“) haben einen bundesweiten Anteil am Food- Beschaffungsvolumen des deutschen Lebensmitteleinzelhandels (ohne Fachmärkte und Drogerien) von rund 70%. Bei einer Einbeziehung des nächststärkeren Marktteilnehmers Aldi (Aldi Nord und Aldi Süd) erhöht sich dieser auf etwas mehr als 85 %.

863 Mit diesen Marktanteilen sind die Vermutungsschwellen des § 18 Abs. 6 Nr. 1 und 2 GWB zur kollektiven Marktbeherrschung i.H.v. 50% für drei oder weniger Unternehmen bzw. 66,6 % für fünf oder weniger Unternehmen auf dem gesamten Beschaffungsmarkt für Food in Deutschland sowie auf (fast) allen Produktmärkten für die Beschaffung von Lebensmitteln für den Einzelhandel erfüllt. Auch bei den meisten regionalen Absatzmärkten für den Verkauf von Lebensmitteln an Endkunden sind die Schwellen für die Vermutung einer kollektiven Marktbeherrschung überschritten.

864 Gleichwohl lässt der in Rede stehende Zusammenschluss keine koordinierten Effekte erwarten. Die Beschlussabteilung geht wie in der bisherigen Praxis auch nicht von einer Wettbewerbslosigkeit der vier führenden LEH- Unternehmen aus.

865 So ist zum einen nicht davon auszugehen, dass bereits ohne den in Rede stehenden Zusammenschluss eine gemeinsame Marktbeherrschung der Spitzengruppe besteht, die durch den Zusammenschluss verstärkt werden könnte. Denn es ist bereits keine stabile Koordinierung im Innenverhältnis zwischen den an einer denkbaren Koordinierung beteiligten Unternehmen ersichtlich. Zum anderen ist nicht davon auszugehen, dass es durch den Zusammenschluss zur Entstehung einer gemeinsamen Marktbeherrschung der Spitzengruppe kommt bzw. eine Koordinierung wesentlich erleichtert wird.

866 Eine stabile Koordinierung im Innenverhältnis der daran beteiligten Unternehmen ist grundsätzlich vor allem dann wahrscheinlich, wenn eine stillschweigende Verhaltenskoordinierung hinreichend leicht erzielt werden kann (dazu unter a)), ein Abweichen der an der

Koordinierung beteiligten Unternehmen von der Verhaltenskoordinierung hinreichend sicher und mit geringem Aufwand durch die anderen an der Koordinierung beteiligten Unternehmen entdeckt werden kann (dazu unter b)) und glaubhafte Sanktionsmittel verfügbar sind, um ein etwaiges Abweichen von der Verhaltenskoordinierung zu sanktionieren (dazu unter c)).¹²⁹ Aufgrund der Ermittlungsergebnisse ist im vorliegenden Fall angesichts der marktstrukturellen Gegebenheiten nicht hinreichend sicher davon auszugehen, dass die drei genannten Voraussetzungen kumulativ erfüllt sind. Gegen das Vorliegen einer stabilen Koordinierung sprechen insbesondere die vorliegenden Erkenntnisse zum tatsächlichen Wettbewerbsgeschehen (dazu unter d)).

a) Möglichkeiten zur Koordinationserzielung

- 867 Erste Voraussetzung für die Wahrscheinlichkeit einer stabilen Koordinierung im Innenverhältnis ist die hinreichend leichte Erzielung einer stillschweigenden Einigung auf Modalitäten einer denkbaren Koordination und deren ggf. laufende Anpassung an etwaige sich verändernde Marktbedingungen. Die marktstrukturellen Bedingungen im vorliegenden Fall lassen die Erfüllung dieser Voraussetzung indes nicht als wahrscheinlich erscheinen.
- 868 Innerhalb der Spitzengruppe sind Asymmetrien festzustellen, die eine heterogene Interessenlage und damit erschwerte Bedingungen für eine Koordinierung erwarten lassen. Bei Betrachtung der Bundesdurchschnitte führt die rein national tätige Edeka mit 25%- 30% deutlich vor den beiden international tätigen Gruppen Schwarz und Rewe (jeweils rund 20%- 25%). Durch den vorliegenden Zusammenschluss würde sich der Abstand zur Schwarz- Gruppe, die bis zu 92 Real- Standorte erwerben könnte, voraussichtlich leicht vergrößern.¹³⁰ Beide Unternehmen gewinnen einen gewissen Abstand zu Rewe. Auch auf der Ebene der Regionalmärkte sind in den wettbewerblich problematischen Markträumen keine symmetrischen Marktanteilsverteilungen gegeben. Daher gelten die Überlegungen dort entsprechend.
- 869 In Bezug auf die Differenzierung der Dienstleistungen, die sich in den Vertriebslinien manifestiert, ist hingegen eine deutliche Nähe zwischen den beiden überwiegend genossenschaftlich strukturierten LEH- Unternehmen Edeka und Rewe festzustellen: Beide werden durch ihre deutschlandweiten Supermarkt-Vertriebslinien geprägt, die durch SB- Warenhäuser sowie eine jeweils zentral geführte Soft-Discounter-Kette ergänzt werden.

¹²⁹ Leitfaden des Bundeskartellamts zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle, 2012, Tz. 91.

¹³⁰ Vgl. B2- 83/20 (Kaufland/Real), Beschluss vom 16. Dezember 2020, abrufbar auf der Homepage des BKartA

- 870 Die Schwarz- Gruppe verfügt hingegen über keine Supermarkt- Vertriebslinie, ihre Geschäftstätigkeit wird durch den Soft-Discounter Lidl geprägt. Soft-Discount-Schiene sowie Großfläche der Schwarz- Gruppe haben ihren Schwerpunkt im günstigen Preiseinstiegssegment, während die Supermärkte und Großflächen der beiden genannten Wettbewerber tendenziell stärker auf höhere Qualität setzen. Durch die Übernahme von Real- Standorten durch Kaufland kommt es zu einer Stärkung des Großflächensegments der Schwarz- Gruppe und somit in der Tendenz zu einer zunehmenden Angleichung innerhalb der Spitzengruppe.
- 871 Mit Aldi existiert ein starker weiterer Marktteilnehmer mit einem Anteil von 10- 15%, der deutschlandweit ausschließlich im Discountsegment aktiv ist. Dieser hat sich über Jahrzehnte eine Reputation für ein gutes Preis- Leistungsverhältnis erarbeitet sowie den Ruf, das preisgünstigste Unternehmen im Markt zu sein. Aldi unterscheidet sich aufgrund seiner Discountstrategie deutlich von Edeka und Rewe, eine Koordinierung der vier großen LEH- Unternehmen erscheint daher derzeit wenig plausibel. Bei einem etwaigen Oligopol einer von Edeka, Rewe und der Schwarz-Gruppe gebildeten Spitzengruppe wäre Aldi ein bedeutsamer Außenseiter, der mit Wettbewerbsvorstößen eine Koordinierung erschweren würde. Insbesondere die übrigen Discounter im Markt haben einen starken Anreiz, auf dessen Wettbewerbsvorstöße zu reagieren, um ihre „Preiswürdigkeit“ unter Beweis zu stellen.
- 872 Mit Bezug auf die Beschaffung von Herstellermarken- Produkten ist die Marktstruktur tendenziell stärker konzentriert, da hier Aldi kaum tätig ist. Durch den Erwerb der Real- Filialen geht eine Absatzalternative verloren und die Schwarz- Gruppe gleicht sich durch das Parallelvorhaben den beiden anderen Unternehmen der Spitzengruppe mit Bezug auf ihre Beschaffungsvolumina weiter an.

b) Markttransparenz

- 873 Darüber hinaus ist für eine stabile Verhaltenskoordinierung eine hinreichend große Markttransparenz notwendig. Erst diese ermöglicht es den Unternehmen, ihr Verhalten zu koordinieren, schnell zu reagieren und etwaige Abweichler nötigenfalls zu bestrafen. Auch davon ist vorliegend nicht auszugehen.
- 874 Vorliegend ist von einer gewissen Preistransparenz zwischen Anbietern auszugehen. Zwar wird an einer Vielzahl von Standorten eine große Anzahl unterschiedlicher Artikel im Rahmen des LEH- Sortiments verkauft, der Fokus der Endabnehmer liegt allerdings auf einer begrenzten Anzahl von „Eckprodukten“ bzw. „Schnelldrehern“. Diese werden von einer großen

Anzahl von Endabnehmern regelmäßig erworben, ihr Preis ist den Endabnehmern daher bekannt. Anhand dieser Eckprodukte wird dann auf die „Preiswürdigkeit“ des übrigen Sortiments geschlossen, so dass dort größere Preissetzungsspielräume verbleiben. Die Preise werden insbesondere über Postwurfsendungen und Werbung in Lokalzeitungen kommuniziert und sind daher den örtlichen Wettbewerbern bekannt. Preisabweichungen im übrigen Sortiment, die nicht beworben werden, wären schwieriger zu beobachten, hätten allerdings nur auf die bereits im Laden befindlichen Kunden eine Wirkung und gerade nicht auf solche, die bei Wettbewerbern einkaufen. Derartige Wettbewerbsvorstöße erscheinen daher weniger wirkungsvoll. Zudem gibt es im Markt etablierte Monitoringsysteme, die bspw. zeitnah Scannerkassen-Daten der angeschlossenen Unternehmen auslesen und veröffentlichen.

875 Mit Bezug auf die Beschaffungsseite ist von einer geringen Transparenz auszugehen, da die Beschaffungspreise und Konditionen nicht öffentlich werden. Angesichts der Vielzahl von Artikeln und Gebinden verschiedener Hersteller dürfte zudem unklar bleiben, welche Mengen tatsächlich geliefert und an LEH- Standorten abgesetzt werden.

c) Sanktionsmöglichkeiten

876 Schließlich müssen auch Anreiz und Fähigkeit bei den Wettbewerbern bestehen, ein Abweichen eines Anbieters von dem denkbaren koordinierten Verhalten zu sanktionieren.

877 In vorliegendem Fall sind die Nachfrager vertraglich nicht gebunden, sie kaufen in hoher Anzahl in engen Zeitabständen für relativ geringe Beträge im LEH ein (oftmals mehrmals wöchentlich). Die Produkte sind leicht vergleichbar, die Preise transparent. Wechselkosten sind auf gewisse Transaktionskosten (höherer Zeitaufwand bei der Produktsuche im unbekanntem Ladenlokal, Testen neuer Eigenmarkenprodukte) begrenzt. Eine oligopolistisch überhöhte Bepreisung unterstellt, könnte die Bestrafung des Abweichlers in der Rückkehr der Wettbewerber zu dem Wettbewerbsniveau liegen, was über entsprechende Werbekampagnen kurzfristig erreicht werden kann.

878 Mit Bezug auf die Beschaffungsseite könnte - eine Mengenzurückhaltung oder Bestandslieferantenaufteilung unterstellt - eine Mengenausweitung bzw. ein Lieferantenabwerben als Bestrafungsmaßnahme erfolgen. Aufgrund der fehlenden Transparenz könnte eine solche Bestrafung aber kaum wirkungsvoll eingesetzt werden.

d) Tatsächliches Wettbewerbsgeschehen

- 879 Entscheidend spricht das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen gegen das Bestehen einer Koordinierung.
- 880 So sind in den vergangenen Jahren erhebliche Investitionen in bestehende Märkte sowie die Erschließung zahlreicher neuer Standorte zu beobachten gewesen, was angesichts des hohen Verhältnisses von Verkaufsfläche zu Einwohnern bei Koordinierung nicht zu erwarten wäre. Dabei wurde nicht nur in neue Standorte investiert, sondern bestehende Standorte mit erheblichen Investitionen umgerüstet, um das Einkaufserlebnis zu erhöhen. Die Händler haben über die Entwicklung neuer Formate bzw. die Differenzierung ihrer Vertriebslinien Wettbewerbsimpulse gesetzt (Ausbau von Gastronomieangeboten, des Obst- und Gemüseangebots, von zum sofortigen Verzehr bestimmten Convenience-Produkten, Aufwertung von Backstationen, Click & Collect-Angeboten) und versuchen sich im Bereich der Bioware, dem Bezug von Ware regionaler Anbieter und Projekten zur Nachhaltigkeit vom Wettbewerb abzusetzen. Beispielhaft kann auch auf die Auseinandersetzungen im Zusammenhang mit dem Fusionskontrollverfahren Edeka-Tengelmann verwiesen werden, in dem Rewe gegen die Ministererlaubnis vor dem OLG Düsseldorf klagte, bis sie eine erhebliche Anzahl von Filialen zugesprochen bekommen hat.
- 881 Die verstärkte Einlistung von Marken durch Aldi, mit der dieser Discount-Anbieter auf eine verstärkte Nachfrage der Verbraucher nach Markenprodukten reagierte und einem Zurückfallen gegenüber seinem in diesem Bereich bereits stärker präsenten Hauptwettbewerber Lidl sowie den Vollsortimentern entgegentrat, führte zu Preisreaktionen bei Lidl, aber auch bei Kaufland und den Vollsortimentern. Die strategische Rivalität zwischen Aldi und Lidl sowie zwischen Discount und Vollsortiment setzt dabei wettbewerbliche Impulse nicht nur im Bereich der durch Handelsmarken geprägten Preiseinstiegsartikel, sondern auch im Markenbereich. Diese beschränken sich dabei nicht auf die sowohl im Discount als auch im Vollsortiment geführten Artikel, sondern können sich auf den betroffenen Produktbereich insgesamt auswirken, da das Preisgefüge einer Produktgruppe durch die auch im Discountbereich erhältlichen Kernartikel erheblich beeinflusst werden kann.
- 882 Auch auf der Beschaffungsseite gibt es keine Hinweise auf koordinierte strategische Kaufzurückhaltungen, die sich in einer überhöhten Bepreisung im Ladenlokal spiegeln müssten.

883 Auch nach dem Marktaustritt von Real ist jedenfalls für die mit Blick auf unilaterale Effekte unproblematischen Markträume davon auszugehen, dass wettbewerbliches Verhalten vorherrschen wird und keine koordinierten Effekte auftreten werden. Grund hierfür ist insbesondere, dass sich die Marktstrukturen dort letztlich nicht ausreichend stark verändern.

III. Materielle Untersagungsvoraussetzungen auf der Beschaffungsseite

1. Zusammenfassende Einschätzung

884 Der Zusammenschluss führt nach Auffassung der Beschlussabteilung zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs auf einer Reihe von Beschaffungsmärkten des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland. Durch das Vorhaben verstärkt Edeka ihre Position auf der Beschaffungsseite in erheblichem Umfang. Die Steigerung des Beschaffungsvolumens macht für Edeka zwar nur [0- 5] % aus. Der absolute Zuwachs ist indes erheblich, und lediglich der Umstand, dass Edeka schon bislang mit deutlichem Abstand vor der Schwarz- Gruppe und Rewe das höchste inländische Beschaffungsvolumen erzielt und diese Führungsposition in den letzten Jahren noch ausgebaut hat, führt zu dem auf den ersten Blick gering erscheinenden prozentualen Anstieg des Beschaffungsvolumens. Bei einer solchen Ausgangsposition ist der mit Vorhaben verbundene Zuwachs nicht unerheblich, sondern bewirkt eine weitere, wesentliche für Stärkung der Position der Edeka. Dies gilt erst recht deshalb, weil es sich bei dem beabsichtigten Erwerb zahlreicher Real- Filialen durch Edeka nicht um einen isolierten Vorgang handelt – Kaufland wird voraussichtlich einen noch größeren Teil der Real- Filialen erwerben; auch Rewe ist dem Vernehmen nach an Real- Filialen interessiert – und mit dem Erwerb von Real- Filialen durch die führenden LEH- Unternehmen Edeka, Kaufland und Rewe zugleich eine Schwächung der Beschaffungs Kooperation RTG einhergeht, deren bedeutendstes Mitglied Real bislang war. Durch den beabsichtigten Zusammenschluss stärkt damit nicht nur Edeka ihre eigene Führungsposition, sondern stärkt zugleich die Stellung der aus Edeka selbst, der Schwarz- Gruppe und Rewe bestehenden Spitzengruppe von aus Sicht der Lieferanten unverzichtbaren Abnehmern im Bereich des deutschen LEH. Die Nachfragemacht dieser Spitzengruppe wird durch den Zuwachs an Beschaffungsvolumen, der mit dem Vorhaben einhergeht, weiter ausgebaut, während der Zusammenschluss zugleich den Vorsprung vor den mittelständischen LEH- Wettbewerbern vergrößert und die Abhängigkeit der Lieferanten erhöht.

885 Durch den Zusammenschluss erwirbt Edeka als das in Deutschland sowohl absatz- als auch beschaffungsseitig mit Abstand vor der Schwarz- Gruppe und Rewe führende

LEH- Unternehmen einen großen Teil der Standorte eines der wenigen verbliebenen und von der Spitzengruppe der führenden Anbieter in der Beschaffung unabhängigen Wettbewerber. Sie baut dadurch ihr ohnehin schon sehr dichtes Vertriebsnetz erheblich aus und steigert Absatzmenge und Beschaffungsvolumen innerhalb kürzester Zeit erheblich, während die Beschaffungskoooperation RTG, deren mit Abstand umsatzstärkstes Mitglied Real derzeit noch ist, einen großen Teil ihres Beschaffungsvolumens einbüßt. RTG, die auch aufgrund ihrer übrigen Mitgliedsunternehmen eine unmittelbare Ausweichoption für die Herstellerseite bei der Belieferung des Lebensmitteleinzelhandels darstellt, wird hierdurch in ihrer Bedeutung für die Lieferanten geschwächt. Dass voraussichtlich nicht sämtliche Real- Märkte sofort nach Freigabe in die Edeka-Organisation integriert werden, sondern sich dieser Prozess, ähnlich wie Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) hinsichtlich der von Kaufland erworbenen Filialen, für einige Standorte bis ins Jahr 2022 erstrecken dürfte, ändert hieran nichts Wesentliches. Der kürzlich erfolgte Beitritt von Globus kann diesen Prozess der Schwächung der RTG nicht hinreichend kompensieren, zumal Globus als bislang eigenständig beschaffende Ausweichalternative für die Lieferanten entfällt, soweit ihr Beschaffungsvolumen in die RTG eingebracht wird. Ein hinreichender Ausgleich durch eine angemessene Berücksichtigung mittelständischer Händler bei der Veräußerung von Real- Standorten ist ohne hinreichende Nebenbestimmungen nicht gewährleistet.

2. SIEC-Test als relevanter Bewertungsmaßstab für die Beschaffungsmärkte

886 Auch auf den Beschaffungsmärkten bildet der mit der 8. GWB-Novelle eingeführte Untersagungstatbestand der erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs wie schon in den o.g. Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann und Rewe/Coop den Prüfungsmaßstab nach § 36 Abs. 1 S. 1 GWB. Danach ist ein Zusammenschluss zu untersagen, durch den wirksamer Wettbewerb erheblich behindert würde, insbesondere von dem zu erwarten ist, dass er eine marktbeherrschende Stellung begründet oder verstärkt. Die mit der Einführung des SIEC-Tests verbundene begrenzte Ausweitung der Untersagungsbefugnis gilt uneingeschränkt auch für die Beurteilung des Nachfragewettbewerbs auf Beschaffungsmärkten,¹³¹ wobei das Konzept der unilateralen Effekte im Grundsatz spiegelbildlich auf den Nachfragewettbewerb auf Beschaffungsmärkten zu übertragen ist. Neben dem weiterhin als Regelbeispiel geltenden Untersagungskriterium der Marktbeherrschung werden mit dem SIEC-Test auch sämtliche nicht-koordinierten bzw. „unilateralen“ Effekte und damit die wettbewerbsschädlichen

¹³¹ Vgl. Thomas in Immenga/Mestmäcker, GWB, 6. Auflage 2020, § 36 GWB, Rn. 264 ff.

Wirkungen des durch einen Zusammenschluss bedingten Wegfalls von Wettbewerbsdruck erfasst.

- 887 Auf Beschaffungsmärkten beruhen unilaterale Effekte insbesondere auf dem Wegfall einer Ausweichalternative im Sinne einer vor dem Zusammenschluss noch bestehenden Absatz- und Belieferungsalternative der Lieferanten als maßgeblicher Marktgegenseite. Erweiterte wettbewerbliche Handlungsspielräume zeigen sich nicht wie auf der Absatzseite in erweiterten Spielräumen für Preiserhöhungen oder anderen Angebotsverschlechterungen, sondern in einer Erweiterung der Verhaltensspielräume der Nachfrager in den Einkaufsverhandlungen mit den Lieferanten, die zu niedrigeren Beschaffungspreisen oder anderweitig verbesserten Beschaffungskonditionen führen. Als sog. „Erstrundeneffekt“ wird dabei die gestärkte Verhandlungsposition des neu zusammengeschlossenen Unternehmens gegenüber seinen Lieferanten bewertet. Typischerweise wird seine Position zudem durch die Zusammenlegung der bisher getrennten Beschaffung gestärkt, etwa durch Mengenvorteile, alternative Bezugsquellen, Zugriff auf talentierte Einkäufer sowie Konditionenverbesserungen als Folge eines Bestwertabgleichs. Als sog. „Zweitrundeneffekt“ wird zudem berücksichtigt, dass auch die Verhandlungsposition der verbleibenden (größeren) Nachfrager durch den Wegfall einer Ausweichalternative gestärkt wird. Im Ergebnis können sich damit aufgrund eines Zusammenschlusses für die führenden Nachfrager (und nicht nur für die Beteiligten) erweiterte Verhandlungsspielräume gegenüber den Lieferanten ergeben, die einen strukturellen Vorteil gegenüber den kleineren Nachfragern darstellen.
- 888 Bezogen auf das hier zu prüfende Zusammenschlussvorhaben würden sich demzufolge nach der Übernahme der 72 Real- Standorte durch Edeka die Handlungsspielräume der schon vor dem Zusammenschluss mit hohem Abstand führenden Nachfragergruppe bestehend aus Edeka, Rewe und der Schwarz- Gruppe erweitern.
- 889 Relevanter Bezugspunkt für die maßgeblichen Wirkungsmechanismen sind dabei nicht zuletzt verhandlungstheoretische Analysen des Phänomens der Nachfragemacht, die zeigen, dass die relative Verhandlungsmacht von Anbietern und Nachfragern auf einem Markt entscheidend davon bestimmt wird, über welche Ausweichalternativen beide Marktseiten jeweils verfügen.¹³² Diejenige Marktseite, die im Fall des Scheiterns einer (bilateralen) Verhandlung über die jeweils besseren Ausweichalternativen verfügt, besitzt in den Verhandlungen eine entsprechend stärkere Verhandlungsmacht.

¹³² Vgl. bereits B 2-96/14 – Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rn. 602; s. dazu im Einzelnen Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel, 2014, S. 20 ff.

- 890 Ein Zusammenschluss führt auf einem Beschaffungsmarkt vor diesem Hintergrund dann zu unilateralen Effekten, wenn durch den Zusammenschluss auf einem konzentrierten Markt eine relevante und bedeutsame Ausweichalternative für Lieferanten entfällt. Dadurch wird zum einen im Sinne eines „Erstrundeneffekts“ die Verhandlungsposition des zusammengeschlossenen Unternehmens gestärkt. Zum anderen antizipieren die verbleibenden Nachfrager, dass sie aufgrund des Zusammenschlusses als Ausweichalternative für die Lieferanten wichtiger und „wertvoller“ werden. Auch für sie erwächst damit als „Zweitrundeneffekt“ aus dem Zusammenschluss eine Stärkung ihrer (bilateralen) Verhandlungsposition. Dies gilt jedenfalls, soweit es sich um die großen Nachfrager mit einem Warensortiment, das dem der Zusammenschlussbeteiligten vergleichbar ist, handelt. Für sie ergeben sich erweiterte Verhandlungsspielräume, die zu strukturell bedingten Verhandlungsvorteilen gegenüber ihren kleineren Wettbewerbern bei der Nachfrage nach Produkten führen. Maßgeblich hierfür ist ihre - angesichts ihrer bundesweit bedeutenden Position auf den Absatzmärkten und ihres damit einhergehenden hohen Beschaffungsvolumens - herausgehobene Bedeutung als Nachfrager, die sie aus Lieferantensicht so schwer entbehrlich macht, dass ein Verlust dieses Abnehmers schwerwiegende wirtschaftliche Konsequenzen hätte und kurzfristig kaum zu kompensieren wäre.
- 891 Andere Nachfrager, die aus Lieferantensicht leichter ersetzt werden können, erfahren zwar an sich ebenfalls eine relative Aufwertung ihrer Bedeutung im Vergleich zur bisherigen Lage, weil die Lieferanten auch die Absatzalternativen zu ihnen eingebüßt haben. Ihre Verhandlungsmacht nimmt dadurch jedoch nicht in gleichem Maße zu, wie dies bei den Mitgliedern der Spitzengruppe der Fall ist. Denn anders als diese sind sie aus Lieferantensicht leichter entbehrlich, so dass ihren Konditionswünschen gegenüber weniger Entgegenkommen gezeigt werden muss. Der konditionelle Vorsprung der Mitglieder der Spitzengruppe nimmt dadurch weiter zu.
- 892 Ebenso wie für die Anwendung des SIEC-Kriteriums auf der Absatzseite sind auch bei der Anwendung auf Beschaffungsmärkte grundlegende gesetzgeberische Wertungen in Rechnung zu stellen, die auf der etablierten Anwendungspraxis zum Marktbeherrschungstest fußen. So kommt der Fusionskontrolle nach dem GWB grundsätzlich die Aufgabe zu, den Wettbewerb als funktionsfähigen Prozess zu schützen und die Märkte offen zu halten. Sie zielt als präventives Element der wettbewerblichen Aufsicht darauf ab, Gefährdungslagen zu verhindern. Externes Unternehmenswachstum ist zu untersagen, wenn es zu einer

erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde. Maßgeblich ist dabei allerdings stets der Bezug zum betroffenen Gesamtmarkt.

- 893 Die Analyse einzelner bilateraler Vertragsverhältnisse zwischen Händlern und Herstellern ist für eine abschließende fusionskontrollrechtliche Entscheidung daher nicht ausreichend.¹³³ Denn anders als in der Missbrauchsaufsicht, in der es für die Prüfung einer Abhängigkeit i.S.d. § 20 GWB auf die bilaterale Verhandlungssituation eines einzelnen Anbieters und eines einzelnen Abnehmers ankommt, ist bei der Prüfung des Vorliegens einer marktbeherrschenden Stellung eines nachfragenden Unternehmens oder einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs auf Beschaffungsmärkten die maßgebliche Marktgegenseite in ihrer Gesamtheit entscheidend. Die Verhandlungsmacht eines Nachfragers trägt erst dann zu einer überragenden Marktstellung bei, wenn eine für den Markt erhebliche Zahl von Unternehmen aufgrund des Fehlens ausreichender und zumutbarer Absatzalternativen auf die Belieferung einzelner oder einer Gruppe von Abnehmern angewiesen ist und Wettbewerber schon aus strukturellen Gründen keine vergleichbaren Vorteile aus entsprechenden Abhängigkeitsverhältnissen ziehen können.¹³⁴ Auch die Verengung der Absatzmöglichkeiten der Hersteller auf einen Abnehmer bzw. eine Abnehmergruppe, die insofern einen Flaschenhals bildet, findet im Rahmen der marktstrukturellen Betrachtung Beachtung. Schließlich werden auch die Folgen des Wegfalls einer Ausweichalternative für die Anbieterseite und die damit verbundene steigende Bedeutung der verbleibenden Nachfrager bei der Analyse der Beschaffungsmärkte im Rahmen einer marktbezogenen Analyse berücksichtigt.
- 894 Der Nachweis einer unmittelbaren Schädigung der Konsumentenwohlfahrt ist hingegen grundsätzlich keine zwingende Voraussetzung für die kritische Bewertung eines Zusammenschlusses.¹³⁵ Bei der Beurteilung von Beschaffungsmärkten ist daher auch die Frage, inwieweit eine (kurzfristige, partielle) Weitergabe nachfragemachtbedingter Konditionenvorteile an die Endverbraucher zu erwarten ist, entgegen der von Edeka in ihrer Stellungnahme zum Entscheidungsentwurf im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) vertretenen Auffassung, nicht das entscheidende Kriterium für die Frage, ob ein Zusammenschluss aufgrund einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs zu

¹³³ Vgl. Thomas in Immenga/Mestmäcker, GWB, 6. Auflage 2020, § 36 GWB, Rn. 267.

¹³⁴ Vgl. Ruppelt in Langen/Bunte, 10. Auflage, § 19 Rn. 55; B2-96/14 – Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rn. 604; B2-52/10 – Edeka/Trinkgut, S. 102.

¹³⁵ Vgl. Bundeskartellamt: „Nachfragemacht im Kartellrecht – Stand und Perspektiven“, Hintergrundpapier anlässlich der Tagung des Arbeitskreises Kartellrecht am 18.09.2008, abrufbar auf der Internetseite des Bundeskartellamtes; B2-96/14 – Edeka/Kaiser's Tengelmann, Rn. 605; B2-51/16 – Rewe/Coop, Rn. 246.

untersagen ist. Dies gilt insbesondere, wenn die Verhaltensspielräume der marktstarken Nachfrager auf der Absatzseite eine vollständige und langfristige Weitergabe möglicher Konditionenvorteile nicht erwarten lassen und wenn die mittel- bis langfristigen Folgen eines Zusammenschlusses negative Auswirkungen auf Vielfalt, Qualität oder Innovationsgrad der Produkte für den Endkunden befürchten lassen.

3. Ermittlungen auf der Beschaffungsseite

895 Im vorliegenden Verfahren wurde für die Beschaffungsseite deshalb zum einen auf im Verfahren B2-113/19 (Edeka/Redos) Ende des Jahres 2019 sowie im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) bei den Händlern erhobene Daten zurückgegriffen. Die Beschlussabteilung hat hierfür 16 Warengruppen gebildet, die ihrerseits insgesamt 53 Produktgruppen umfassen. Die aus der nachstehenden Tabelle ersichtliche Systematik der Einteilung weicht dabei etwas von der seit dem Verfahren B2- 333/07 (Edeka/Tengelmann/Plus) in der Amtspraxis üblichen Unterteilung ab. Sie lehnt sich nunmehr an die gängige Klassifizierung durch den HDE an, die sachgerecht erscheint.

	Warengruppen		
1	Obst und Gemüse	11	Grundnahrungsmittel
	Frischobst		Teigwaren
	Frischgemüse		Reis und Reismischungen
2	Brot und Backwaren		Kartoffelprodukte
	SB Brot/ abgepacktes Brot		Zucker
	Bake off-Waren	12	Mehl, Backprodukte und Backmischungen
	Sonstige Backwaren (Feinbackwaren, Kleinbackwaren) ohne TK		Süßwaren/Dauerbackwaren
3	Eier		Schokoladenwaren
	Eier		Zuckerwaren
4	Feinkost/Würzen/Convenience		Dauerbackwaren
	Feinkost/-salate und gekühlte Produkte		Knabberartikel
	Feinkostsaucen (z.B. Ketchup, Würzsaucen)	13	Eis und Tiefkühlkost
	Gewürze		Eis
5	Fisch		TK-Gemüse; TK-Kartoffelprodukte, TK-Beilagen (Getreide & Mehlerzeugnisse)
	Frischfisch, Krebs- und Weichtiere		TK-Fisch, TK-Fleisch, Fix & Fertig-Gerichte
	Räucherfisch		Pizza und Snacks
	Fischkonserven und Fischmarinaden	14	Alkoholfreie Getränke
6	Fleisch und Wurstwaren		Mineralwasser und Wasser mit Zusatz
	Fleisch SB und Bedienung		Fruchtsaft/-nektar/-schorlen/-getränke
	Wurstwaren SB und Bedienung		Erfrischungsgetränke
	Geflügel		Angereicherte Getränke & Energiegetränke
7	Molkereiprodukte	15	Alkoholische Getränke
	Milch		Bier/Biermixgetränke
	Milchfrischprodukte, Sahne und Sahneerzeugnisse		Wein
	Butter		Schaumwein
	Käse SB und Bedienung		Spirituosen
8	Nahrungsfette/Öle	16	Heißgetränke
	Margarine		Röstkaffee (inkl. Kaffeepads und -kapseln) und Instantkaffee
	Speiseöl		Kondensmilch und Kaffeesahne
9	Konserven/Fertig-/Fixprodukte		Tee und Instanttee
	Obstkonserven, Gemüsekonserven, Sauerkonserven		Kakao und Malzgetränke und sonstige Instantgetränke
	Nassfertigprodukte		Sonstiges
	Trockenfertigprodukte		soweit aus Ihrer Sicht im Einzelfall eine Zuordnung zu den vorgenannten 16 Warengruppen nicht möglich sein sollte. Bitte erläutern.
10	Frühstück/Baby-/Sonstige Nahrung		
	Cerealien/Müsli		
	Babynahrung		
	Brotaufstriche		
	Milchersatzdrinks (Basis Hafer, Soja, Mandeln usw.)		

- 896 Mittels Auskunftsbefragungen wurden sodann 19 in Deutschland tätige LEH- Unternehmen sowie 3 führende LGH-Unternehmen nach ihren Beschaffungsvolumina insgesamt sowie in den einzelnen Waren- und Produktgruppen befragt. Im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) hat die Beschlussabteilung zudem auch die Beschaffungsvolumina der größten Biosupermarktketten in Deutschland erhoben. Bei den Ermittlungen konzentrierte sich die Beschlussabteilung auf die Beschaffung von Lebensmitteln (Food), während die Beschaffung von Non- Food I-Artikeln (NF1) außer Betracht blieb. Diese werden zwar ebenfalls im LEH angeboten; die dominierenden Akteure in Vertrieb und damit auch Beschaffung solcher „near food“-Produkte sind jedoch die Drogeriefachmärkte. Die Bedeutung des LEH ist in diesem Bereich daher begrenzt, der Zusammenschluss bezüglich NF1 nicht untersagungsnahe. Die LEH- Unternehmen haben jeweils angegeben, welche zehn Lieferanten in den jeweiligen Produktgruppen die höchsten Umsätze auf sich vereinen.
- 897 Zum anderen wurden diese handelsseitigen Ermittlungen im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) durch eine umfangreiche Befragung bedeutsamer Lieferanten aus den in der vorstehenden Tabelle farblich hervorgehobenen Produktgruppen ergänzt. Die befragten Unternehmen zählten dabei oftmals nicht nur bei einem, sondern bei mehreren LEH- Unternehmen zu den zehn führenden Lieferanten. Befragt wurden regelmäßig – da von dem Zusammenschluss besonders betroffen – sämtliche führenden Lieferanten von Real. Weitere Befragte stammten aus dem Kreis der führenden Lieferanten von Edeka und Kaufland, darüber hinaus von Rewe, Lidl und Aldi. 310 Lieferanten haben an der Befragung teilgenommen. Die Fokussierung auf in den jeweiligen Produktgruppen führende Lieferanten erfolgte zum einen aufgrund der Erwartung, dass diese wegen breiter Distribuierung im deutschen LEH über gute, nicht auf einzelne LEH- Unternehmen beschränkte Marktkenntnisse verfügen, zum anderen vor dem Hintergrund, dass die von ihnen gelieferten Produkte für die wettbewerbliche Positionierung der LEH- Unternehmen von besonders hoher Bedeutung sind. Bei der Auswahl der Produktgruppen wurde jedoch darauf geachtet, dass diese hinsichtlich der Struktur der führenden Lieferanten ein breites Spektrum aufweisen. Vertreten sind daher neben Produktgruppen mit großen international tätigen Konzernen wie Unilever, Nestlé und Ferrero auch solche mit einer Vielzahl an mittelständischen bzw. regionalen Lieferanten (Obst, Gemüse, Fleisch).

898 Die nachstehende Tabelle zeigt, wie viele Lieferanten in den jeweiligen ausgewählten Produktgruppen an der Befragung teilgenommen haben.¹³⁶ Um die Frage zu beantworten, inwieweit diese Lieferanten homogen oder heterogen in Bezug auf ihren Umsatz in den jeweiligen Produktgruppen sind, hat die Beschlussabteilung verschiedene statistische Maße berechnet: die kleinste und größte Beobachtung, den Median, den Durchschnitt, die 25%- und 75%-Perzentile sowie den GINI-Koeffizienten.

Produktgruppe	Anzahl teilnehmender Lieferanten	Niedrigster Umsatz DE 2019	Höchster Umsatz DE 2019	Mittelwert DE 2019	GINI Koeffizient
Bier	19	[...]	[...]	[...]	0,43
Eis	13	[...]	[...]	[...]	0,63
Fleisch	21	[...]	[...]	[...]	0,68
Geflügel	15	[...]	[...]	[...]	0,62
Frischgemüse	20	[...]	[...]	[...]	0,46
Erfrischungsgetränke	17	[...]	[...]	[...]	0,77
Knabberartikel	15	[...]	[...]	[...]	0,59
Käse	19	[...]	[...]	[...]	0,34
Milch	16	[...]	[...]	[...]	0,38
Milchfrischprodukte	22	[...]	[...]	[...]	0,40
Frischobst	24	[...]	[...]	[...]	0,46
TK Pizza	16	[...]	[...]	[...]	0,64
Schaumwein	14	[...]	[...]	[...]	0,59
Schokolade	18	[...]	[...]	[...]	0,62
Wasser	16	[...]	[...]	[...]	0,29
Wurst	30	[...]	[...]	[...]	0,44
Zuckerwaren	15	[...]	[...]	[...]	0,61
Gesamt	310	[...]	[...]	170.780.084	-

¹³⁶ Die Anzahl der Antworten stimmt nicht mit der Anzahl der befragten Lieferanten überein. Einige von den von LEH- Unternehmen genannte Lieferanten waren konzern-interne Lieferanten und daher für die Befragung nicht relevant. Einige der Hauptlieferanten haben ihren Sitz im Ausland und haben an der Befragung nicht teilgenommen. Im Folgenden sind mit „befragte Lieferanten“ die Lieferanten gemeint, die an der Befragung teilgenommen haben.

- 899 Die von den Befragten angegebenen Umsatzzahlen lagen zwischen EUR 4.570 und EUR 2,2 Mrd. Durchschnittlich machte ein befragter Lieferant in Deutschland EUR 170 Mio. Umsatz im Jahre 2019.
- 900 Der GINI-Koeffizient ist ein statistisches Maß für Ungleichheit. Dieser ist so konstruiert, dass der Wert des GINI-Koeffizienten immer zwischen 0 und 1 liegt, wobei ein Wert um 0 auf eine gleichmäßige Verteilung und ein Wert in Richtung 1 wiederum auf Ungleichheit in den Daten hinweist. Mit anderen Worten würde ein GINI-Koeffizient von 0 bedeuten, dass alle befragten Lieferanten in der Produktgruppe den gleichen Umsatz haben. Ein GINI-Koeffizient von 1 würde dagegen bedeuten, dass der gesamte Umsatz auf nur einen Lieferanten entfällt. Aus den ermittelten GINI-Koeffizienten lässt sich ablesen, dass der Umsatz aller befragten Lieferanten in der Produktgruppe Käse, Milch und Wasser vergleichsweise gleichmäßig auf die einzelnen Lieferanten verteilt ist. In anderen Produktgruppen wie z.B. Fleisch, Erfrischungsgetränke und Schokolade führt die starke Marktposition einzelner großer Lieferanten (jeweils Tönnies und die Westfleisch- Gruppe, Coca-Cola, Ferrero) zu höheren GINI-Koeffizienten.
- 901 Die Lieferanten wurden u.a. nach ihren produktgruppenbezogenen Gesamtumsätzen in den verschiedenen Vertriebskanälen in Deutschland befragt, zudem nach ihren mit dem Export erzielten Umsätzen. Ein Vergleich zwischen den Umsätzen der Lieferanten im Vertriebskanal LEH und den Beschaffungsvolumina pro Produktgruppe aus der Händler-Befragung (B2-113/20) erlaubt eine grobe Schätzung der Repräsentativität der Lieferanten-Befragung.¹³⁷
- 902 In keiner Produktgruppe deckt die Befragung demnach weniger als 40% des deutschen LEH- Beschaffungsvolumens ab. In 10 der 17 ausgewählten Produktgruppen (Bier, Eis, Fleisch, Geflügel, Erfrischungsgetränke, Käse, Milch, Milchfrischprodukte, Pizza und Schokolade) erreicht die Abdeckung Werte über 90%. Die Abdeckung ist etwas geringer in den Produktgruppen Gemüse, Obst, Käse und Schaumwein (leicht über 40% in der Produktgruppe Gemüse und leicht über 50% in den Produktgruppen Obst, Käse und Schaumwein). Dies lässt sich auf unterschiedliche Faktoren zurückführen: Diese Märkte sind fragmentierter; zudem haben einige wichtige Lieferanten ihren Sitz im Ausland und haben nicht an der Befragung teilgenommen.

¹³⁷ Eine genaue Einschätzung der Repräsentativität der Befragung ist nicht möglich: Zum einen haben die Händler die Lieferanten nicht immer richtig zu den jeweiligen Produktgruppen zugeordnet; zum anderen haben Lieferanten teilweise nicht nur die deutschen Umsätze, sondern den gesamten EWR- oder weltweiten Umsatz den jeweiligen Vertriebskanälen zugeordnet.

- 903 Während die Händlerbefragung insbesondere den Zweck verfolgte, Strukturdaten hinsichtlich der Beschaffungsvolumina zu erheben, diente die Lieferantenbefragung zudem dazu, nähere Erkenntnisse über mögliche Tendenzen zur Internationalisierung der Liefer- und Beschaffungsstrukturen zu gewinnen und Einschätzungen zu den Folgen des beabsichtigten Zusammenschlusses zu erlangen.
- 904 Sachgerecht erschien es, bei den Ermittlungen zu den beschaffungsseitigen Auswirkungen des Vorhabens auf drei Ebenen abzustellen: die Food-Beschaffung insgesamt, die Warengruppen sowie die Produktgruppen. Der Schwerpunkt lag dabei auf der Stufe der Gesamtbeschaffung einerseits und den näher untersuchten Produktgruppen andererseits. Während das Gesamtbeschaffungsvolumen und der dort von Edeka erzielte Zuwachs die Dimension der Auswirkungen des Vorhabens insgesamt erkennen lassen, gibt die Betrachtung einzelner Produktgruppen nähere Hinweise auf einzelne Aspekte der beschaffungsseitigen Auswirkungen, die sich bei verschiedenen Produktgruppen unterschiedlich darstellen können. Dagegen war es zur Beurteilung der nachfrageseitigen Auswirkungen des Zusammenschlusses nicht erforderlich, entscheidend auf einzelne Produktmärkte abzustellen, wie sie auf der Ebene des Absatzes vom LEH an den Endverbraucher entsprechend dessen Vorstellungen von Ausweichalternativen zu einzelnen Produkten gebildet werden. Zwar ist beschaffungsseitig entsprechend dem Bedarfsmarktkonzept nach den Absatzalternativen aus Sicht der Lieferanten – d.h. der den LEH beliefernden Hersteller und Großhändler – zu fragen. Doch die Lieferanten spezialisieren sich typischerweise nicht auf einzelne Produkte, sondern sind in einer mehrere Produkte umfassenden Produktgruppe oder gar einer mehrere Produktgruppen einschließenden Warengruppe aktiv. Zur Beurteilung der nachfrageseitigen Auswirkungen des vorliegenden Zusammenschlusses zwischen zwei LEH- Unternehmen war es daher zweckmäßig, neben dem Gesamtvolumen der Food-Beschaffung auf eine Auswahl an Produktgruppen einzugehen; eine weitere Differenzierung nach einzelnen Produktmärkten war demgegenüber entbehrlich.¹³⁸

¹³⁸ Vgl. bereits, ebenfalls auf Produktgruppen abstellend, EU-Kommission, IV/M. 1221 - Rewe/Meinl vom 3. Februar 1999, Rn. 77 ff.

4. Geographische Marktabgrenzung

905 Die Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes dient der genauen Abgrenzung des Gebietes, auf dem Unternehmen miteinander im Wettbewerb stehen. Dabei sollen die Wettbewerbskräfte ermittelt werden, denen sich die beteiligten Unternehmen zu stellen haben.¹³⁹ Auch bei der räumlichen Marktabgrenzung der betroffenen Beschaffungsmärkte findet das Bedarfsmarktkonzept – spiegelbildlich zu den Absatzmärkten – Anwendung. Unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs in der Entscheidung Kreiskrankenhaus Bad Neustadt¹⁴⁰ grenzt die Beschlussabteilung das räumliche Gebiet, in dem die Lieferanten des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland als dessen Marktgegenseite angesiedelt sind und das homogene Wettbewerbsbedingungen aufweist, als den räumlich relevanten Markt ab. Das bedeutet, dass für die räumliche Marktabgrenzung in erster Linie entscheidend ist, wo die Hersteller, die den deutschen Lebensmitteleinzelhandel beliefern, angesiedelt sind.¹⁴¹

a) Vertriebsstrukturen

906 Die Vertriebsstrukturen sind in den näher betrachteten Produktgruppen weiterhin dergestalt national ausgerichtet, dass jeweils der weit überwiegende Teil der Lieferanten im Inland ansässig ist. Der Zusammenschluss betrifft insofern überwiegend in Deutschland ansässige Lieferanten. Dass es sich hierbei zum Teil um Tochtergesellschaften international tätiger Konzerne handelt, spricht nicht entscheidend gegen eine nationale Abgrenzung der Beschaffungsmärkte, sondern deutet darauf hin, dass eine solche Präsenz in Deutschland für den vertrieblichen Erfolg nach wie vor erforderlich ist. Bei den im vorliegenden Fall befragten führenden Lieferanten betrug der Anteil der im Inland ansässigen Unternehmen in 12 der 17 Produktgruppen 95 % und mehr; auch in den vier Produktgruppen mit dem höchsten Anteil von im Ausland ansässigen Befragten - Eis, Gemüse, Obst und Geflügel – lag der Anteil der inländischen Befragten bei über 70 %.

¹³⁹ Vgl. Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft (97/C 372/03).

¹⁴⁰ Vgl. BGH, 16.01.2008, WuW/E DE-R 977 (Kreiskrankenhaus Bad Neustadt).

¹⁴¹ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 (Edeka/Kaiser's Tengelmann), Rn. 720.

Befragte Lieferanten					
Produktgruppe	DE	Ausland	Summe	%DE	%Ausland
Bier	19	1	20	95%	5%
Eis	13	6	18	72%	28%
Fleisch	31	1	32	97%	3%
Geflügel	24	7	31	77%	23%
Gemüse	23	8	31	74%	26%
Getränke	23	0	23	100%	0%
Knabberartikel	19	1	20	95%	5%
Käse	20	1	21	95%	5%
Milch	20	0	20	100%	0%
Milchfrischprodukte	24	0	24	100%	0%
Obst	23	8	31	74%	26%
Pizza	17	3	20	85%	15%
Schaumwein	19	1	20	95%	5%
Schokolade	20	0	20	100%	0%
Wasser	19	1	20	95%	5%
Wurst	33	1	34	97%	3%
Zuckerwaren	19	1	20	95%	5%

b) Ebene der Verhandlungen

907 Für eine nationale Abgrenzung der Beschaffungsmärkte spricht zudem, dass die Konditionenverhandlungen zwischen den befragten Lieferanten und den deutschen LEH- Unternehmen ganz überwiegend auf nationaler Ebene (in geringem Umfang auch unterhalb der nationalen Ebene) geführt werden. Zwar kommt es inzwischen auch nicht selten zu Verhandlungen auf europäischer Ebene, sei es wegen länderübergreifender Präsenz der LEH- Unternehmen, die einen Teil ihres Einkaufs deshalb ebenfalls länderübergreifend organisieren, sei es wegen der Beteiligung von LEH- Unternehmen an länderübergreifenden Einkaufsverbänden. Diese Verhandlungen haben indes lediglich ergänzenden Charakter und ersetzen nicht die Konditionenverhandlungen auf nationaler Ebene.

908 Für die näher betrachteten Produktgruppen ergab sich dabei folgendes Bild:¹⁴²

Produktgruppe	Regional	National	National +europäisch	Keine Antwort
Bier	7,0%	73,2%	9,6%	10,1%
Eis	1,3%	51,3%	30,1%	17,3%
Fleisch	6,3%	31,0%	11,9%	50,8%
Geflügel	2,2%	26,7%	10,6%	60,6%
Gemüse	4,2%	42,5%	4,6%	48,8%
Erfrischungsgetränke	5,9%	66,2%	16,7%	11,3%
Knabberartikel	3,9%	56,1%	32,2%	7,8%
Käse	5,3%	55,7%	28,5%	10,5%
Milch	6,8%	54,2%	13,5%	25,5%
Milchfrischprodukte	9,1%	53,0%	25,0%	12,9%
Obst	5,2%	36,1%	11,1%	47,6%
Pizza	6,3%	38,5%	24,0%	31,3%
Schaumwein	1,2%	66,1%	11,9%	20,8%
Schokolade	1,9%	52,8%	32,9%	12,5%
Wasser	12,5%	57,3%	5,2%	25,0%
Wurst	5,0%	46,4%	23,1%	25,6%
Zuckerwaren	1,1%	60,6%	22,2%	16,1%
Alle	5,2%	50,3%	18,3%	26,2%

¹⁴² Die Lieferanten wurden für jeden der 12 Händler einzeln befragt, auf welcher Ebene die Verhandlungen über Preise und Konditionen stattfinden. In der Produktgruppe Bier (19 Lieferanten) ergeben sich damit insgesamt 228 Beobachtungen.

909 Werden in der folgenden Auswertung nur die Antworten der Lieferanten berücksichtigt, welche die Frage beantwortet haben, wird noch deutlicher, dass die überwiegende Mehrheit der Lieferanten Preise und Konditionen auf nationaler Ebene verhandelt:

Produktgruppe	Regional	National	National +europäisch
Bier	7,8%	81,5%	10,7%
Eis	1,6%	62,0%	36,4%
Fleisch	12,9%	62,9%	24,2%
Geflügel	5,6%	67,6%	26,8%
Gemüse	8,1%	82,9%	8,9%
Erfrischungsgetränke	6,6%	74,6%	18,8%
Knabberartikel	4,2%	60,8%	34,9%
Käse	5,9%	62,3%	31,9%
Milch	9,1%	72,7%	18,2%
Milchfrischprodukte	10,4%	60,9%	28,7%
Obst	9,9%	68,9%	21,2%
Pizza	9,1%	56,1%	34,8%
Schaumwein	1,5%	83,5%	15,0%
Schokolade	2,1%	60,3%	37,6%
Wasser	16,7%	76,4%	6,9%
Wurst	6,7%	62,3%	31,0%
Zuckerwaren	1,3%	72,2%	26,5%
Alle	7,0%	68,2%	24,8%

910 Eine genuin länderübergreifende Beschaffung findet demnach derzeit noch nicht statt. Nationale Vertriebs- und Beschaffungsstrukturen deuten vielmehr darauf hin, dass die Bedingungen auf den Beschaffungsmärkten noch nicht länderübergreifend homogen sind.

c) Warenströme

911 Die Beschlussabteilung hat sich darüber hinaus jedoch im Rahmen der Lieferantenbefragung auch mit den Warenströmen näher befasst und ist möglichen Tendenzen zu einer räumlichen Ausweitung von Beschaffungsmärkten nachgegangen.

912 Es zeigte sich dabei, dass Großhändler überwiegend zumindest auch im Ausland aktiv sind, reine Hersteller, die Mehrheit der Befragten, hingegen überwiegend (59 %) ausschließlich im Inland produzieren. Gut zwei Drittel (68 %) der befragten Lieferanten sind im Export tätig, knapp die Hälfte (49 %) im Import.

913 Das Verhältnis der Exporte bzw. Importe zum Umsatz in Deutschland in der jeweiligen Produktgruppe betrug über alle Produktgruppen hinweg für die Exporte 26 %, für die Importe 21 %. Die höchste Importquote ergab sich bei Obst mit 98 %, die höchste Exportquote (Verhältnis der Exporte zur Inlandsabsatzmenge) bei Zuckerwaren mit 63 %.

914 Im Einzelnen wurde folgendes festgestellt:

aa) Großhandel/Erzeugung

915 Je nachdem, ob es sich bei den Lieferanten um reine Hersteller handelt – dies ist bei 57% der befragten Lieferanten der Fall – oder ob sie daneben oder ausschließlich im Großhandel tätig sind, wie dies auf 25% bzw. 17 % der befragten Lieferanten zutrifft, ergab sich folgender räumliche Zuschnitt ihres Tätigkeitsgebietes:

916 Von den befragten Lieferanten, die in der Herstellung tätig sind, produzieren ca. 60% Ihre Waren ausschließlich in Deutschland.

Produktgruppe	Nur Erzeugung in DE	Nur Erzeugung im Ausland	Erzeugung im Ausland und in DE
Bier	67%	7%	27%
Eis	36%	45%	18%
Fleisch	78%	0%	22%
Geflügel	77%	15%	8%
Gemüse	50%	25%	25%
Erfrischungsgetränke	80%	13%	7%
Knabberartikel	47%	27%	27%
Käse	60%	13%	27%
Milch	67%	0%	33%
Milchfrischprodukte	58%	0%	42%
Obst	50%	30%	20%
Pizza	60%	7%	33%
Schaumwein	25%	50%	25%
Schokolade	50%	0%	50%
Wasser	86%	14%	0%
Wurst	59%	11%	30%
Zuckerwaren	36%	36%	29%
Alle	59%	15%	26%

- 917 50% der befragten Lieferanten, die (auch) im Großhandel tätig sind, verkaufen sowohl in Deutschland als auch im Ausland. Nur 16% der Großhändler sind ausschließlich in Deutschland tätig.

Produktgruppe	Nur Großhandel in DE	Nur Großhandel im Ausland	Großhandel im Ausland und in DE
Bier	40%	40%	20%
Eis	25%	75%	0%
Fleisch	8%	17%	75%
Geflügel	20%	40%	40%
Gemüse	6%	29%	65%
Erfrischungsgetränke	0%	50%	50%
Knabberartikel	0%	83%	17%
Käse	0%	25%	75%
Milch	60%	0%	40%
Milchfrischprodukte	29%	0%	71%
Obst	4%	30%	65%
Pizza	20%	20%	60%
Schaumwein	13%	38%	50%
Schokolade	0%	0%	0%
Wasser	67%	0%	33%
Wurst	20%	50%	30%
Zuckerwaren	0%	100%	0%
Alle	16%	34%	50%

bb) Importe und Exporte

- 918 Ermittelt wurde sodann, wie viele der Befragten in den jeweiligen Produktgruppen Waren importiert und/oder exportiert haben.
- 919 Zum Zwecke der Befragung wurden Exporte als „Umsätze aus der Produktion in Deutschland mit Abnehmern im Ausland“ definiert. Maßgeblich dafür war der vereinbarte Lieferort. Spiegelbildlich wurden Importe als Umsätze aus der Produktion im Ausland mit Abnehmern in Deutschland definiert. Die Befragung ergab, dass 49% der befragten Lieferanten im Jahre 2019 Waren der betreffenden Produktgruppe importiert haben; 68% der Lieferanten haben Waren der jeweiligen Produktgruppe exportiert. Die Import-/Export-Tätigkeit unterscheidet sich je nach Produktgruppe wie folgt:

Produktgruppe	Befragte	Firmen mit Importen	%	Firmen mit Exporten	%
Bier	19	9	47%	14	74%
Eis	13	4	31%	5	38%
Fleisch	21	9	43%	15	71%
Geflügel	15	5	33%	10	67%
Gemüse	20	17	85%	10	50%
Getränke	17	5	29%	9	53%
Knabberartikel	15	8	53%	13	87%
Käse	19	11	58%	16	84%
Milch	16	5	31%	14	88%
Milchfrischprodukte	22	10	45%	20	91%
Obst	24	20	83%	12	50%
Pizza	16	6	38%	13	81%
Schaumwein	14	9	64%	7	50%
Schokolade	18	6	33%	15	83%
Wasser	16	5	31%	7	44%
Wurst	30	13	43%	23	77%
Zuckerwaren	15	10	67%	8	53%
Alle	310	152	49%	211	68%

920 Diese Angaben vermitteln jedoch noch keinen Aufschluss über die Bedeutung der Import- bzw. Exportaktivitäten. Zu deren besserer Einschätzung wurden in den jeweiligen Produktgruppen die von den Lieferanten angegebenen Umsätze mit Importen und Exporten ins Verhältnis zum Absatzvolumen in den jeweiligen Produktgruppen in Deutschland gesetzt. Die Netto-Gesamtumsätze mit Exporten und Importen wurden dazu nach Produktgruppen und über alle Produktgruppen hinweg aufsummiert. Diese Summen wurden sodann den jeweiligen erfassten Netto-Gesamtumsätzen in Deutschland gegenübergestellt:

Produktgruppe	Exporte 2019	Anteil gemessen am Gesamtumsatz in DE	Importe 2019	Anteil gemessen am Gesamtumsatz in DE
Bier	[...]	13% ¹⁴³	[...]	4%
Eis	[...]	14%	[...]	7%
Fleisch	[...]	45%	[...]	4%
Geflügel	[...]	28%	[...]	3%
Gemüse	[...]	2%	[...]	55%
Getränke	[...]	7%	[...]	6%
Knabberartikel	[...]	25%	[...]	19%
Käse	[...]	27%	[...]	39%
Milch	[...]	34%	[...]	2%
Milchfrischprodukte	[...]	46%	[...]	10%
Obst	[...]	2%	[...]	98%
Pizza	[...]	74%	[...]	3%
Schaumwein	[...]	9%	[...]	34%
Schokolade	[...]	42%	[...]	14%
Wasser	[...]	2%	[...]	17%
Wurst	[...]	24%	[...]	6%
Zuckerwaren	[...]	63%	[...]	43%
Alle	[...]	26%	[...]	21%

921 Das in Deutschland vermarktete Obst wird demnach ganz überwiegend, Gemüse zum überwiegenden Teil aus dem Ausland eingeführt. Exportiert werden vor allem TK-Pizza und Zuckerwaren. Einige große Hersteller von Schokoladenwaren, Zuckerwaren und Knabberartikeln sowie auch Erfrischungsgetränken erklärten, dass sie in eigenen Produktionsstandorten Waren für mehrere Länder in Europa herstellen.

cc) Hindernisse für den Absatz der Waren ins Ausland

922 Die große Mehrheit der befragten Lieferanten (65,2%) sieht keine Hindernisse beim Absatz ins Ausland.¹⁴⁴ 31,3% der Befragten bejahten dagegen, dass es Umstände gebe, welche verhinderten, dass Abnehmer aus anderen EWR-Mitgliedstaaten in der Produktgruppe als

¹⁴³ Ablesebeispiel: In der Produktgruppe Bier wurden von den Lieferanten Exporte von ca. EUR [...] angegeben. Dies entspricht 13% des Umsatzes in Deutschland, den *alle befragten Lieferanten* der Produktgruppe (inkl. der Umsätze nicht exportierender Firmen) angegeben haben.

¹⁴⁴ Anteil der Lieferanten im Verhältnis zur gesamten Anzahl der befragten Lieferanten in den jeweiligen Produktgruppen. Die Gewichtung der Antworten nach weltweitem Umsatz der befragten Lieferanten ergibt Anteile über alle Produktgruppe von 80,2% Nein, 17,5% Ja und 2,3% Enthaltung.

Absatzalternative zu den jeweils heimischen Abnehmern in Betracht kämen. Die Antworten unterscheiden sich je nach Produktgruppe:

Produktgruppe	Hürden Absatz im Ausland	
	Ja	Nein
Schokolade	11,1%	88,9%
TK Pizza	18,8%	81,3%
Zuckerwaren	20,0%	73,3%
Käse	21,1%	73,7%
Eis	23,1%	76,9%
Geflügel	26,7%	60,0%
Milchfrischprodukte	27,3%	72,7%
Fleisch	28,6%	66,7%
Schaumwein	28,6%	71,4%
Obst	29,2%	66,7%
Knabberartikel	33,3%	66,7%
Erfrischungsgetränke	35,3%	64,7%
Bier	36,8%	63,2%
Gemüse	40,0%	45,0%
Wasser	43,8%	56,3%
Wurst	46,7%	50,0%
Milch	50,0%	43,8%
Alle	31,3%	65,2%

923 Hersteller von frischen Produkten (Obst, Gemüse, Fleisch, Wurst, Milch, Milchfrischprodukte) nannten vor allem Transportkosten, Transportdauer und Verbraucherpräferenzen für regionale Waren als Hindernis beim Absatz im Ausland, aber auch etablierte Lieferantenstrukturen, die einen Zugang zu ausländischen Märkten erschwerten. Fleisch- und Wurstlieferanten wiesen auf Herkunftsanforderungen und unterschiedliche gesetzliche Vorgaben hin (z.B. Deklarationen),¹⁴⁵ sowie auch auf landesspezifische Geschmackpräferenzen. Hersteller von Schokoladenwaren, Zuckerwaren und Knabberartikeln gaben an, dass die notwendige Umstellung der Verpackungen und die Etikettierung/Labeling in den unterschiedlichen Landessprachen Zeit und Kosten mit sich brächten. Außerdem würde die größere Bekanntheit von heimischen Marken Investitionen in Werbung und Kundenakquise erfordern. Lieferanten

¹⁴⁵ Unterschiedliche notwendige Deklarationen, d.h. die Angabe von nicht erlaubten Rohstoffen bzw. Inhaltsstoffen, wurden auch als Hindernis von einem Hersteller von Knabberartikeln, einem Hersteller von TK-Pizza und einem Hersteller von Wasser und Erfrischungsgetränken genannt.

von Getränken merkten an, dass die Pfand- und Rückgaberegelungen den Verkauf im Ausland erschwerten. Bierhersteller wiesen darauf hin, dass Biermarken regional sehr unterschiedlich nachgefragt würden. Auch Hersteller von Sekt, Wasser und Erfrischungsgetränke nennen unterschiedliche nationale Nachfragepräferenzen und etablierte inländischen Marken mit marktführenden Positionen als Hindernisse. Außerdem spielten für Hersteller von Wasser und Erfrischungsgetränken auch Transport- und Logistikkosten eine wichtige Rolle. Ein Lieferant erklärte:

924 „Ein Ausweichen auf andere EU- Märkte funktioniert aufgrund der Sprachbarrieren, der geringen Markenbekanntheit, traditionellem Einkaufsverhalten und weiteren nicht tarifären Hürden nur sehr begrenzt. Darüber hinaus verlangt der Handel direkt oder über internationale Einkaufskooperationen länderübergreifend die niedrigsten Preise unabhängig von unterschiedlichen Kostenstrukturen und Gegenleistungen. Ein Risikoausgleich durch internationale Kunden wird so immer schwieriger. Teilweise werden sogar interessante Auslands- Märkte unzugänglich gemacht, da es keinen Sinn macht mit unrentablen Preisen zu wachsen.“ [...]

d) Zusammenfassung

925 Festzuhalten ist damit, dass die Vertriebsstrukturen nach wie vor weitgehend nationalen Charakter haben. Dort, auf der nationalen Ebene, finden auch die Konditionenverhandlungen mit den deutschen LEH- Unternehmen statt. Diese im Kern nationale Vertriebs- und Einkaufsstruktur spricht gegen länderübergreifende, europaweit homogene Beschaffungsmärkte.

926 Allerdings sind Tendenzen zu einer Internationalisierung nicht zu übersehen. So kommt es inzwischen nicht selten zu ergänzenden Konditionenverhandlungen auf europäischer Ebene. Diese sind zum einen Folge der länderübergreifenden Präsenz von Handelsunternehmen wie der Schwarz- Gruppe und von Aldi, zum anderen wirkt sich hier die Zusammenarbeit von Händlern wie Edeka und Rewe im Rahmen länderübergreifender Einkaufskooperationen aus. Viele Lieferanten sind ebenfalls länderübergreifend tätig. Hindernisse für den Export ihrer Waren aus Deutschland sieht nur eine Minderheit der befragten Lieferanten. Die Exporte erreichen über alle erhobenen Produktgruppen hinweg etwa 1/4 des Inlandsabsatzes, während etwa 1/5 der im Inland abgesetzten Waren aus dem Ausland eingeführt wurden. In einzelnen Produktgruppen liegen die Export- bzw. Importvolumina dabei noch weit höher. Dies lässt in stark durch Importe oder Exporte geprägten Produktgruppen – insbesondere bei

Obst und Gemüse, aber auch bei Tiefkühlpizza und Zuckerwaren – eine rein nationale Betrachtung fraglich erscheinen.

- 927 Indes wird durch diese Tendenz zur Internationalisierung zumindest einzelner Beschaffungsmärkte und Lieferbeziehungen die Bedeutung von Edeka als Nachfrager nicht vermindert, sondern noch unterstrichen. Im Gegensatz zur Schwarz- Gruppe ist Edeka ebenso wie Rewe zwar außerhalb Deutschlands nicht selbst tätig; sowohl Edeka als auch Rewe haben sich aber jeweils Einkaufskooperationen mit in anderen europäischen Ländern führenden LEH- Unternehmen angeschlossen, im Falle von Edeka der Agecore, der neben Edeka die Handelsunternehmen Coop (Schweiz), Intermarché (Frankreich), Colruyt (Belgien), Conad (Italien) und Eroski (Spanien) angehören. Dadurch werden große Nachfragevolumina auf europäischer Ebene zusammengeführt, die den betreffenden Händlern aus Lieferantensicht erhebliches zusätzliches Gewicht verleihen.
- 928 Mittelständlern ist der Weg der internationalen Expansion und der länderübergreifenden Kooperation zwar grundsätzlich ebenfalls eröffnet, doch führt er zu keinen vergleichbar großen Beschaffungsvolumina. Als Kooperationspartner sind sie für führende LEH- Unternehmen aus anderen Ländern weit weniger attraktiv als die in Deutschland zur Spitzengruppe zählenden Händler. Von der Tendenz zur Europäisierung der Liefer- und Beschaffungsaktivitäten profitieren daher die größten LEH- Unternehmen, insbesondere auch Edeka, weitaus stärker als ihre mittelständischen Wettbewerber, deren Bedeutung durch eine fortschreitende Internationalisierung der Beschaffung eher geschwächt wird. Für international tätige Lieferanten bleiben die führenden LEH- Unternehmen daher auch unter Berücksichtigung der Tendenz zur räumlichen Ausweitung von Beschaffungsmärkten ebenso wenig verzichtbar, wie sie es auf nationaler Ebene sind.
- 929 Dies gilt zumal deshalb, weil nicht zu erwarten ist, dass die Lieferanten durch die Steigerung ihrer Exporte oder den Absatz an ausländische Handelsunternehmen den Wegfall der Absatzmenge an eines der führenden inländischen LEH- Unternehmen kurzfristig kompensieren könnten. Hierfür ist deren Nachfragevolumen zu bedeutsam und ist Deutschland als Absatzmarkt zu wichtig.
- 930 Die von Kaufland in ihrer Stellungnahme zum Entscheidungsentwurf im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) vertretene Auffassung, die Tendenzen zur Internationalisierung der Beschaffungsmärkte, die die Beschlussabteilung zwar zum Teil anerkenne, aber noch nicht hinreichend würdige, führten zu zunehmenden Ausweichalternativen der Lieferanten und verstärktem Wettbewerbsdruck für die Nachfrager auf den Beschaffungsmärkten, lässt die von

der Beschlussabteilung dargelegten unterschiedlichen Auswirkungen außer Betracht, die eine solche Ausweitung der räumlichen Märkte für LEH- Unternehmen der Spitzengruppe einerseits, mittelständische Handelsunternehmen andererseits hat. Erstere bleiben angesichts ihrer für die Lieferanten auch durch verstärkte Exportaktivitäten nicht zu kompensierenden Stellung als Abnehmer in Deutschland aus Lieferantensicht unverzichtbar und gewinnen zudem wegen ihrer starken internationalen Präsenz oder ihrer Mitgliedschaft in Einkaufskooperationen mit führenden LEH- Unternehmen anderer Länder gerade für exportorientierte Lieferanten besondere Bedeutung. Hierdurch vergrößert sich ihr Vorsprung vor den mittelständischen LEH- Unternehmen, die nicht nur auf nationaler Ebene keine vergleichbar starke Position haben, sondern deren Aussichten auf eine internationale Expansion angesichts des damit verbundenen Investitionsbedarfs und der daraus resultierenden finanziellen Risiken begrenzt sind und denen es auch schwerer fallen wird, gewichtige Kooperationspartner unter den im Ausland aktiven Handelsunternehmen zu finden.

5. Marktstruktur

931 Eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs als Folge des hier angemeldeten Zusammenschlussvorhabens ergibt sich infolge des erheblichen Zuwachses an Beschaffungsvolumen für Edeka, die mit der Teilübernahme des Wettbewerbers Real verbunden ist. Hierdurch vergrößert sich der Beschaffungsanteil der führenden LEH- Unternehmen, während die Ausweichoptionen der Lieferanten eingeschränkt werden und die strukturellen Nachteile der mittelständischen LEH- Unternehmen zunehmen. Im Vertikalverhältnis zu den Lieferanten erlangen Edeka, die Schwarz- Gruppe und Rewe auf diese Weise erweiterte Verhandlungsspielräume, wodurch sie zugleich ihre beschaffungsseitigen Wettbewerbsvorteile gegenüber den verbleibenden mittelständischen LEH- Unternehmen vergrößern können. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die Beschaffungskoooperation RTG, deren bedeutendstes Mitglied Real bisher war und deren Position durch die im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) nicht untersagte Veräußerung von bis zu 92 Real- Filialen an Kaufland, die vorliegend angemeldete Veräußerung weiterer bis zu 72 Filialen an Edeka und die beabsichtigte Veräußerung eines großen Teils der verbleibenden Real- Standorte an Rewe erheblich geschwächt wird.

a) Beschaffungsvolumen und Marktanteile

- 932 Im Rahmen der Ermittlungen im Verfahren B2-113/19 (Edeka/Redos) sowie im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) wurden 19 Unternehmen des deutschen LEH, 7 Biosupermarktketten und die größten 3 Lebensmittelgroßhändler nach ihren Lebensmittel- („Food“)-Beschaffungsvolumina mit Lebensmitteln (Food) in Deutschland im Jahre 2018 befragt. Das Food- Beschaffungsvolumen im LEH wurde damit weitgehend erhoben. Die Befragung verschafft dagegen nur ein unvollständiges Bild des Lebensmittel- Beschaffungsvolumens im Lebensmittelgroßhandel (LGH), weil das LGH- Volumen angesichts der Vielzahl unterschiedlicher Akteure nicht bzw. nur mit unverhältnismäßigem Aufwand zu ermitteln ist.
- 933 Die befragten Unternehmen vereinigten im Jahre 2018 ein LEH+LGH- Food- Beschaffungsvolumen ohne USt und unter Abzug sämtlicher Umsatzminderungen von etwa EUR 106 Mrd. auf sich.¹⁴⁶ Das weitgehend vollständig erhobene Beschaffungsvolumen im LEH belief sich dabei auf EUR 94,9 Mrd.¹⁴⁷ Das Beschaffungsvolumen der Befragten im LGH von EUR 11,1 Mrd. stellt demgegenüber nur einen Ausschnitt des gesamten LGH- Beschaffungsvolumens dar, zu dessen Höhe sehr unterschiedliche Auffassungen vertreten werden. So schätzte das Beratungsunternehmen CEG im Verfahren B2-113/19 (Edeka/Redos) basierend auf Angaben von bedirect, Euromonitor und NPD Group ein LGH- Beschaffungsvolumen (ohne Überschneidung mit dem LEH) von EUR 47 Mrd., allerdings inklusive des Non- Food I-Bereichs. Von diesem Volumen von EUR 47 Mrd. wären daher gemäß der Schätzung der Edeka¹⁴⁸ 17 % abzuziehen. Es ergäbe sich demnach ein Food- Beschaffungsvolumen des LGH i.H.v. EUR 39,1 Mrd. Das tatsächliche LEH+LGH- Food- Beschaffungsvolumen ist demzufolge wesentlich größer als das im vorliegenden Fall ermittelten Beschaffungsvolumen von 106 Mrd. und betrüge etwa EUR 134 Mrd.¹⁴⁹
- 934 Die folgenden Analysen konzentrieren sich auf die Food-Beschaffung im LEH, weil zum einen der weitaus bedeutendste Teil des Lebensmittelabsatzes der in Deutschland tätigen

¹⁴⁶ Berücksichtigt wurde ausschließlich das externe Beschaffungsvolumen.

¹⁴⁷ Zum Vergleich: Edeka schätzte im vorliegenden Verfahren ein Gesamtbeschaffungsvolumen des deutschen LEH (Food und NF1) von mindestens 144,4 Mrd. €, wovon ca. 25 Mrd. € (d.h. ca. 17%) auf den Bereich NF1 und 119 Mrd. € (d.h. ca. 83%) auf Food entfallen. In dem Verfahren B2-51/16 Rewe/Coop ist die Beschlussabteilung von einem Beschaffungsvolumen des gesamten Lebensmitteleinzelhandels (Food und NF1) von 113 Mrd. € im Jahr 2013, 115 Mrd. € im Jahr 2014 und 117 Mrd. € im Jahr 2015 ausgegangen. Dem entspricht ein durchschnittliches Wachstum von 1,77 % pro Jahr. Hiermit kommt man im Jahr 2018 auf ein Gesamtbeschaffungsvolumen des Lebensmitteleinzelhandels (Food und NF1) von 123,3 Mrd. €.

¹⁴⁸ Vgl. vorige Fn.

¹⁴⁹ LEH 94,9 Mrd. € + LGH 39,1 Mrd. €.

Lieferanten mit dem LEH getätigt wird; zum anderen, weil das Zielunternehmen ausschließlich im LEH tätig ist.

- 935 Die überragende Bedeutung des Absatzkanals LEH für die befragten Lieferanten lässt sich aus der nachstehenden Tabelle ablesen. Der LEH ist danach mit Abstand der wichtigste Absatzkanal und macht im Durchschnitt der befragten Produktgruppen 77,5 % des Gesamtabsatzes in Deutschland aus. Auf den Vertriebskanal LGH entfielen im Durchschnitt der Produktgruppen hingegen nur 10,8%, wobei der LGH für die Lieferanten von Bier, Erfrischungsgetränken und Wasser eine vergleichsweise hohe Bedeutung hat, die indes weit hinter jener des LEH zurückbleibt.

Produktgruppe	Anteil LEH	Anteil LGH	Anteil Fach-geschäfte	Anteil Groß-verbraucher	Anteil Weiterver-arbeitende Industrie	Anteil Sonstige Abnehmer	Anteil Direktver-Marktung
Bier	56,5%	28,0%	6,9%	4,1%	1,1%	2,8%	0,7%
Eis	89,5%	1,9%	0,0%	0,5%	0,9%	7,2%	0,1%
Fleisch	64,1%	9,8%	2,9%	2,8%	18,1%	0,3%	2,1%
Geflügel	60,6%	11,6%	0,9%	4,9%	21,6%	0,1%	0,2%
Gemüse	83,4%	11,3%	0,4%	4,0%	0,9%	0,0%	0,0%
Erfrischungs-getränke	68,8%	19,7%	0,4%	6,0%	0,5%	4,6%	0,0%
Knabberartikel	93,2%	1,2%	0,2%	0,1%	0,3%	4,7%	0,3%
Käse	80,5%	5,0%	0,1%	4,8%	9,3%	0,2%	0,1%
Milch	86,7%	7,0%	0,1%	2,2%	3,1%	0,9%	0,1%
Milchfrischprodukte	84,7%	7,3%	0,0%	3,1%	4,4%	0,5%	0,0%
Obst	87,6%	9,9%	0,4%	1,5%	0,5%	0,1%	0,0%
TK Pizza	96,3%	2,3%	0,0%	0,7%	0,0%	0,2%	0,6%
Schaumwein	81,4%	9,6%	2,6%	1,9%	0,0%	3,8%	0,6%
Schokolade	86,5%	2,4%	1,0%	0,3%	1,4%	5,9%	2,6%
Wasser	66,2%	24,7%	5,5%	1,7%	0,0%	1,8%	0,0%
Wurst	89,4%	6,2%	0,6%	0,7%	2,1%	0,5%	0,6%
Zuckerwaren	82,9%	2,1%	0,6%	0,1%	1,7%	11,4%	1,2%
Alle	77,5%	10,8%	1,7%	2,7%	4,7%	2,1%	0,7%

936 Bei der Nachfrage nach Lebensmitteln in Deutschland vereinen die drei führenden Unternehmen Edeka, Rewe und die Schwarz- Gruppe mehr als 70% der gesamten Nachfrage im LEH auf sich. Auf Aldi (Nord und Süd) entfallen weitere ca. [15- 20]% der Nachfrage des Handels, so dass die führenden vier LEH- Unternehmen mehr als 85% des Gesamtbeschaffungsvolumens des deutschen LEH im Food-Bereich ausmachen. Innerhalb

dieser Gruppe ist die Edeka der führende Nachfrager: So hat Edeka (mit Frey-Kissel und Feneberg) den höchsten Marktanteil bei der Beschaffung im LEH [30- 35]%. Die Schwarz- Gruppe (Kaufland und Lidl) und die Rewe- Gruppe (mit Penny und Wasgau) folgen mit einem Gesamtanteil von jeweils ca. [20- 25]%. Real folgt mit großem Abstand und hat einen Marktanteil bei der Food-Beschaffung im LEH von [0- 5]%. Der Rest der Lebensmitteleinzelhändler weist Beschaffungsanteile in Höhe von teilweise über 1%, teilweise unter 1% auf.

Unternehmen	Beschaffungsvolumen Food, 2018 in T. EUR			Anteile		
	LEH+LGH	LEH	LGH	LEH+LGH	LEH	LGH ¹⁵⁰
Real¹⁵¹	[...]	[...]	[...]	<5%	<5%	-
Schwarz- Gruppe	[...]	[...]	[...]	[15- 20]%	[20- 25]%	-
davon Kaufland	[...]	[...]	[...]	[5- 10]%	[5- 10]%	-
davon Lidl	[...]	[...]	[...]	[10- 15]%	[10- 15]%	-
Edeka¹⁵²	[...]	[...]	[...]	[25- 30]%	[30- 35]%	[10- 15] %
Rewe- Gruppe¹⁵³	[...]	[...]	[...]	[15- 20]%	[20- 25]%	<5%
Aldi	[...]	[...]	[...]	[10- 15]%	[15- 20]%	-
davon Aldi Süd	[...]	[...]	[...]	[5- 10]%	[5- 10]%	-
davon Aldi Nord	[...]	[...]	[...]	[5- 10]%	[5- 10]%	-
Norma	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
Dohle (HIT)	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
Globus	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
Bünting	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	<2%
Bartels	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	[5- 10]%
Netto Salling	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
Tegut	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	<2%
Klaas + Kock	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-

¹⁵⁰ Hier handelt sich nicht um Marktanteile im LGH, sondern nur um die Anteile am abgefragten LGH-Volumen.

¹⁵¹ Metro hat im Fragebogen Wettbewerber im Verfahren B2-113/19 (Edeka/Redos) Beschaffungsvolumina für Real angegeben, welche auch (höhe) Nachvergütungen auswiesen. SCP hat diese Zahlen im Verfahren B2-83/20 mit dem Schreiben von Gleiss-Lutz vom 02.10.2020 korrigiert. Auf Bitten der Beschlussabteilung hat SCP dort mit E-Mail vom 15.10.2020 das Testat des Wirtschaftsprüfers KMPG vorgelegt, welches die von SCP am 02.10.2020 mitgeteilten Real-Beschaffungsvolumina mit geringfügigen Abweichungen bestätigt.

¹⁵² Edeka inkl. Frey-Kissel und Feneberg. Edeka hat im Verfahren B2-113/19 (Edeka/Redos) kein gesondertes Volumen für den LGH angegeben. Auf Nachfrage hat Edeka im Verfahren B2-83/20 am 22.10.2020 der Beschlussabteilung telefonisch mitgeteilt, dass das LGH- Food- Beschaffungsvolumen in 2018 ca. [...] % des gesamten Beschaffungsvolumens betrug. Das im Verfahren B2-113/19 mitgeteilte Food- Beschaffungsvolumen im LEH wurde dementsprechend reduziert. Edeka erwarb 2019 Handelshof (B2-55/19), der 2018 ein Beschaffungsvolumen im LGH für Food und NF1 von EUR [...] Mio. erzielte.

¹⁵³ Rewe inkl. Penny und Wasgau. Bei Rewe würde dieser Wert höher ausfallen, wenn die Umsätze der Kooperationspartner HIT mit in das Beschaffungsvolumen der Rewe-Gruppe eingerechnet würden. Rewe erwarb 2019 Lekkerland (B2-40/19).

Kaes (V- Markt)	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	<2%
Chefs Culinar	[...]	[...]	[...]	<2%	-	[10- 15] %
Transgourmet	[...]	[...]	[...]	<5%	-	[20- 25] %
Lekkerland	[...]	[...]	[...]	<2%	-	[5- 10]%
Metro C&C	[...]	[...]	[...]	<5%	-	[25- 30] %
Alnatura	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	<5%
denns	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	[5- 10]%
basic	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
Bio Company	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
elb	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	<2%
SuperBio	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
Aleco	[...]	[...]	[...]	<2%	<2%	-
Gesamt	[...]	[...]	[...]	100	100	100

937 Während somit mehr als 85% des wertmäßigen Beschaffungsvolumens im Lebensmitteleinzelhandel auf die vier großen Nachfrager Edeka, Schwarz- Gruppe, Rewe und Aldi entfallen, vereint die Gruppe der kleineren Lebensmitteleinzelhändler (ohne Real) zusammen lediglich weniger als 10 % auf sich. Keine wesentliche Veränderung ergibt sich, wenn die Bio-Supermärkte zugunsten der Zusammenschlussbeteiligten, trotz eines nach wie vor geringen Anteils der angebotenen Bio-Produkte im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel, vollständig als Wettbewerber des Lebensmitteleinzelhandels berücksichtigt werden.

	Beschaffungsvolumen LEH Food T. EUR, 2018	Anteil
Edeka	[...]	[30- 35]%
Rewe- Gruppe	[...]	[20- 25]%
Schwarz- Gruppe	[...]	[20- 25]%
Aldi	[...]	[15- 20]%
RTG 2018 ¹⁵⁴	[...]	[5- 10]%
HIT Dohle	[...]	<2%
Norma	[...]	<2%
Globus	[...]	<2%
Bio-Supermärkte	[...]	<2%
Gesamt	[...]	100%

- 938 Auch bei einer Betrachtung der einzelnen Produktgruppen zeigt sich eine deutliche Führung der Spitzen-Nachfragergruppe bestehend aus Edeka, Rewe und der Schwarz- Gruppe. Diese drei LEH- Unternehmen vereinigen in 13 der 17 untersuchten Beschaffungsmärkte mehr als 70% der gesamten Nachfrage auf sich; die Ausnahmen bildeten dabei Erfrischungsgetränke, Käse, Wasser, Wurst und Zuckerwaren. Nimmt man Aldi hinzu, so lag lediglich in drei der 17 Produktgruppen – Bier, Wasser, und Zuckerwaren – der Anteil der vier führenden LEH- Gruppen unterhalb von 85 %, jedoch auch in diesen drei Gruppen jeweils bei mindestens 80%.
- 939 Vom Gesamtumsatz der befragten Lieferanten mit dem deutschen LEH entfielen durchschnittlich [0- 5]% auf Real. Real ist ein wichtiger Abnehmer insbesondere für die Lieferanten von Getränken (Bier, Erfrischungsgetränke, Schaumwein und Wasser).

¹⁵⁴ Mitglieder der RTG im Jahre 2018 waren: Bartels Langness, Bünning, Kaes, Klaas + Kock, Netto Salling, Metro, Real, Tegut. Im August 2020 ist Globus der RTG beigetreten.

Produktgruppe	Real	Kaufland	Lidl	Rewe	Edeka	Aldi Süd	Aldi Nord	Andere
Bier	[5- 10] ¹⁵⁵	[10- 15]	[0- 5]	[20- 25]	[35- 40]	[0- 5]	[0- 5]	<2%
Eis	[0- 5]	[5- 10]	[10- 15]	[25- 30]	[25- 30]	[10- 15]	[5- 10]	<2%
Fleisch	[0- 5]	[5- 10]	[15- 20]	[15- 20]	[25- 30]	[5- 10]	[10- 15]	<2%
Geflügel	[0- 5]	[10- 15]	[25- 30]	[10- 15]	[15- 20]	[10- 15]	[5- 10]	<2%
Gemüse	[0- 5]	[10- 15]	[15- 20]	[25- 30]	[15- 20]	[5- 10]	[5- 10]	<2%
Erfrischungsgetränke	[5- 10]	[5- 10]	[5- 10]	[15- 20]	[25- 30]	[5- 10]	[5- 10]	<2%
Knabberartikel	[0- 5]	[5- 10]	[20- 25]	[20- 25]	[20- 25]	[10- 15]	[5- 10]	<2%
Käse	[0- 5]	[5- 10]	[15- 20]	[20- 25]	[20- 25]	[10- 15]	[5- 10]	<2%
Milch	[0- 5]	[5- 10]	[15- 20]	[20- 25]	[25- 30]	[5- 10]	[5- 10]	<2%
Milchfrischprodukte	[0- 5]	[5- 10]	[15- 20]	[20- 25]	[25- 30]	[5- 10]	[5- 10]	<2%
Obst	[0- 5]	[10- 15]	[25- 30]	[20- 25]	[10- 15]	[10- 15]	[5- 10]	<2%
Pizza	[0- 5]	[10- 15]	[20- 25]	[25- 30]	[30- 35]	[5- 10]	[5- 10]	<2%
Schaumwein	[5- 10]	[10- 15]	[10- 15]	[20- 25]	[25- 30]	[5- 10]	[0- 5]	<2%
Schokolade	[0- 5]	[5- 10]	[10- 15]	[20- 25]	[25- 30]	[5- 10]	[5- 10]	<2%
Wasser	[5- 10]	[5- 10]	[0- 5]	[20- 25]	[35- 40]	[5- 10]	[5- 10]	<2%
Wurst	[0- 5]	[5- 10]	[20- 25]	[10- 15]	[20- 25]	[10- 15]	[10- 15]	<2%
Zuckerwaren	[0- 5]	[5- 10]	[5- 10]	[20- 25]	[25- 30]	[10- 15]	[5- 10]	<2%
Alle	[0- 5]	[5- 10]	[15- 20]	[20- 25]	[25- 30]	[5- 10]	[5- 10]	<2%

940 Der Wegfall von Real bedeutet den Verlust einer bedeutenden Ausweichalternative vor allem für die Hersteller von Markenartikeln für den LEH, denn Markenartikel machen bei Real 83% des Beschaffungsvolumens aus.

¹⁵⁵ Ablesebeispiel: Vom Gesamtumsatz der befragten Lieferanten mit dem deutschen LEH in der Produktgruppe Bier, entfielen ca. [...] Mio. Euro auf Real. Dies entspricht ca. 6,9% des Gesamtumsatzes in der Produktgruppe.

941 Von besonderer Bedeutung ist darüber hinaus, dass Real bislang das gewichtigste Mitglied der Beschaffungs Kooperation RTG darstellte. Diese blieb zwar auch in ihrer Gesamtheit deutlich hinter den vier führenden LEH- Gruppen Edeka, Rewe, Schwarz und Aldi zurück. Durch die Zusammenarbeit der deutschlandweit tätigen Real mit einer Reihe von LEH- Unternehmen regionalen Zuschnitts, die in ihrem jeweiligen Verbreitungsgebiet jedoch durchaus bedeutsame Marktpositionen innehaben, vereinte die RTG indes ein so beachtliches Beschaffungsvolumen auf sich und gewährleistete zugleich eine so weitreichende räumliche Abdeckung des Bundesgebietes, dass sie aus Lieferantensicht eine relevante Absatzalternative bildete. Eine Aufteilung der Real- Standorte auf die führenden LEH- Gruppen Schwarz, Edeka und Rewe lässt daher nicht nur Real selbst als Absatzalternative entfallen, sondern schwächt zudem die RTG. Deren Etablierung als 5. Kraft im deutschen LEH hing wesentlich mit der Präsenz von Real zusammen. Der Wegfall dieses Kernunternehmens schränkt daher die Relevanz der RTG aus Lieferantensicht ein und gefährdet auf diese Weise auch die mit der Kooperation verbundenen positiven Auswirkungen für die teilnehmenden mittelständischen Händler. Der Wegfall von Real als eigenständigem Händler weist daher in seiner Bedeutung über dieses Unternehmen selbst hinaus.

b) Der Zuwachs bei Edeka durch den Erwerb von Real

942 Auf Basis des Absatzvolumens der Real- Standorte und deren Anteil am gesamten Absatzvolumen von Real hat die Beschlussabteilung das Beschaffungsvolumen (LEH, Food) der einzelnen Real- Standorte geschätzt. Die von Edeka zum Erwerb angemeldeten 72 Märkte vereinen auf sich ein Beschaffungsvolumen von ca. EUR [0,5-1] Mrd., d.h. knapp 0,9 % des gesamten Beschaffungsvolumens im LEH und ca. [25- 30]% des Beschaffungsvolumens von Real. Der Erwerb von 72 Standorte würde für Edeka einer Steigerung ihres Beschaffungsvolumens um ca. [0- 5]% entsprechen. Die Zunahme an Beschaffungsvolumen führt nach Erwartung der Beschlussabteilung für Edeka zu einer weiteren Verbesserung ihrer ohnehin guten Konditionen.

943 Allein dieser Zuwachs an Beschaffungsvolumen für Edeka beläuft sich auf etwa 80 % des deutschen Food-Gesamtbeschaffungsvolumens des mittelständischen Wettbewerbers Globus.

6. Auswirkungen der beschaffungsseitigen Konzentration auf Lieferanten und Wettbewerber

a) Stärkung des Edeka- Verbundes als Fortsetzung des Konzentrationsprozesses im Handel

- 944 Das Vorhaben setzt die Reihe der Zusammenschlüsse fort, durch die sich das Beschaffungsvolumen der Spitzenunternehmen des deutschen LEH in den letzten Jahren weiter erhöht hat. Nach dem durch Ministererlaubnis freigegebenen Erwerb der Kaiser's Tengelman-Filialen durch die führenden Vollsortiments-Anbieter Edeka und Rewe erwarb Edeka im Jahre 2017 einige Bunting-Filialen hinzu, beteiligte sich an dem Drogeriefachmarktbetreiber Budnikowski und erhöhte schließlich im Jahr 2019 ihr Food-Beschaffungsvolumen durch die Übernahme des LGH-Unternehmens Handelshof. Rewe erwarb 2016 die Filialen des LEH-Unternehmens Coop und erhöhte ihr Food-Beschaffungsvolumen 2019 weiter durch den Erwerb des LGH-Unternehmens Lekkerland. Die seitens der Beschlussabteilung im Jahre 2019 freigegebenen Vorhaben Edeka/Handelshof und Rewe/Lekkerland betrafen zwar den Lebensmittelgroßhandel, führten aber für die in LGH und LEH gleichermaßen nachgefragten Produkte zum Wegfall einer unabhängigen Absatzalternative, da bei Edeka und Rewe insoweit die Beschaffung einheitlich mit jener für den LEH erfolgt.
- 945 Einen Kontrapunkt zu dieser Entwicklung, die durch eine weitere Stärkung der Edeka und Rewes gekennzeichnet war, bildete zwar die Etablierung der Einkaufskooperation RTG. Deren Gründung stellte nach Erteilung der Ministererlaubnis im Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelman die Reaktion darauf dar, dass Kaiser's Tengelman als – nach Bunting – bedeutendstes Mitglied der Beschaffungskoooperation PHD entfallen war. Um das Gründungsmitglied Real als Kernunternehmen gruppierten sich somit ab 2016 die mittelständischen Wettbewerber Bunting, Bartels Langness, Klaas + Kock, Kaes, Tegut und Netto Salling zur RTG.
- 946 Dass infolge des vorliegenden Vorhabens sowie der parallelen Erwerbsvorhaben von Edeka und Rewe die RTG ihr bundesweit sowohl nach Beschaffungsvolumen als auch im Hinblick auf die räumliche Präsenz bedeutendstes Mitglied einbüßen würde, hätte indes eine erhebliche Schwächung dieser 5. Kraft zur Folge. Der zum 1. August 2020 erfolgte Beitritt von Globus zur RTG kann dies nicht hinreichend kompensieren, zumal Globus als bislang

eigenständig beschaffende Ausweichalternative für die Lieferanten entfällt, soweit ihr Beschaffungsvolumen in die RTG eingebracht wird.

- 947 Das in den letzten Jahren verstärkte Angebot von Markenartikeln durch Aldi hat zwar zusätzliche Absatzmöglichkeiten für deren Lieferanten geschaffen, indes an der herausragenden Bedeutung von Edeka, Rewe und der Schwarz- Gruppe bei der Beschaffung von Markenwaren nichts geändert.
- 948 Edeka würde durch das Vorhaben wiederum ihre ohnehin gute Verhandlungsposition gegenüber den Lieferanten nochmals stärken; deren Möglichkeiten, Einsparungswünschen seitens der führenden Händler durch die Belieferung von LEH- Unternehmen zu trotzen, die nicht zur Spitzengruppe gehören, würden demgegenüber weiter eingeschränkt werden.
- 949 Während der konditionelle Druck auf die Lieferanten sich durch den Zuwachs eines Beschaffungsvolumens bei Edeka erhöhen würde, das nur etwa 1/3 hinter jenem der Kaiser's Tengelmann- Filialen im o.g. Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann zurückbleibt, müssten die verbleibenden mittelständischen LEH- Unternehmen eine Ausweitung ihrer konditionellen Nachteile gegenüber Edeka, aber auch gegenüber der Schwarz- Gruppe und Rewe als den weiteren führenden Abnehmern von Markenlebensmitteln hinnehmen. Dies gilt vor allem für jene mittelständischen Händler, die als Mitglied der RTG bisher von der Präsenz Reals in dieser Beschaffungskoooperation profitiert haben. Angesichts der maßgeblichen Bedeutung der Einkaufspreise für den Erfolg eines Handelsunternehmens würde ihr Wettbewerbspotential auf diese Weise erheblich verringert werden.
- 950 Die Vorteile, die für Edeka mit dem beabsichtigten Erwerb von bis zu 72 Real- Filialen verbunden sind, erschöpfen sich indes nicht in dem erheblichen Zuwachs an Einkaufsvolumen durch den Aufkauf wesentlicher Teile eines unmittelbaren Wettbewerbers und die damit ebenfalls einhergehende Schwächung von dessen bisherigen Kooperationspartnern. Vielmehr würde die Erwerberin ihre Präsenz als Großflächen-Vollsortimentsanbieter in Deutschland innerhalb kürzester Zeit so erheblich ausbauen, wie dies mittels organischen Wachstums schon angesichts baurechtlicher Beschränkungen nicht möglich wäre oder jedenfalls viele Jahre in Anspruch nähme. Zugleich optimierte Edeka damit ihr ohnehin schon sehr dichtes Vertriebsnetz weiter, verbesserte hierdurch nochmals ihren hervorragenden Zugang zu den Absatzmärkten und profilierte sich überdies erneut als expansives, seine Position auch im Großflächensegment weiter ausbauendes Handelsunternehmen.

b) Auswirkungen auf Lieferanten

- 951 Der mit dem Vorhaben verbundene Anstieg des Beschaffungsvolumens bei Edeka um [0,5- 1] Mrd. € fällt vor allem seiner absoluten Größe wegen ins Gewicht, stellt mit einer Steigerung um [0- 5] % aber auch im Verhältnis zum bisherigen Beschaffungsvolumen eine erhebliche Steigerung dar. Dass ein solcher Zuwachs seitens des Handelsunternehmens zum Anlass genommen wird, konditionelle Zugeständnisse seitens der Lieferanten zu fordern, liegt auf der Hand. Zum Teil sind Verbesserungen der Einkaufskonditionen für den Fall einer solchen Expansion bereits Bestandteil bestehender Lieferverträge, die oftmals Steigerungsstaffeln und Expansionsvergütungen vorsehen. Jedenfalls aber wird die mittels zusätzlicher Standorte ausgeweitete Vertriebsleistung als erfolgversprechendes Argument eingesetzt werden, um konditionelle Zugeständnisse des Lieferanten einzufordern. So hat es mit Blick auf das Parallelvorhaben B2- 83/20 (Kaufland/Real) – und bedingt für den Fall von dessen Freigabe – Kaufland bereits vor der dortigen Entscheidung der Beschlussabteilung in den seit Mitte 2020 laufenden Lieferantengesprächen praktiziert.
- 952 Dass zunehmende Beschaffungsmengen auch grundsätzlich mit geringeren Stückkosten einhergehen, hat bereits die ökonometrische Analyse in der Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel belegt.¹⁵⁶ Auch seitens der Zusammenschlussbeteiligten wird nicht in Abrede gestellt, dass das Beschaffungsvolumen von wesentlicher Bedeutung für die Höhe der Einkaufspreise ist. Dass daneben auch andere Gesichtspunkte von Bedeutung sein können – etwa Sortimentsbreite und –zusammensetzung, Aktionshäufigkeit, logistische Aspekte, räumliche Abdeckung, aber auch die Entwicklungsperspektive des Händlers –, ändert nichts daran, dass sich die Verhandlungsposition von Edeka gegenüber aktuellen und potentiellen Lieferanten durch das Vorhaben erheblich verbessern würde.

¹⁵⁶ Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel, 2014, Abschlussbericht S. 376 ff.

aa) Auswirkungen auf die Lieferbeziehungen hinsichtlich Preis, Menge und Rentabilität

- 953 Den oben beschriebenen Zusammenhang spiegelt auch die Einschätzung der befragten Lieferanten wider: Lieferanten fürchten die zunehmende Konzentration des deutschen LEH und die steigende Verhandlungsmacht der LEH- Unternehmen, die Preiskämpfe und Qualitätsverschlechterungen begünstige. Sie fürchten eine immer höhere Abhängigkeit von den führenden LEH- Unternehmen.
- 954 Die Befragung hatte, soweit es um die erwarteten Auswirkungen des beabsichtigten Erwerbs von Real- Standorten ging, zwar nicht das vorliegende Vorhaben zum Gegenstand, sondern das Parallelvorhaben von Kaufland im Verfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real). Dort war das Beschaffungsvolumen der Zielstandorte insgesamt größer, und auch die prozentuale Steigerung war, bezogen auf das bisherige Beschaffungsvolumen von Kaufland und der Schwarz- Gruppe im Food-Bereich in Deutschland, höher als im vorliegenden Fall, während das bisherige inländische Beschaffungsvolumen von Kaufland, aber auch der Schwarz- Gruppe insgesamt deutlich unter dem von Edeka lag. Auch wenn diese Unterschiede gegenläufig sind und einander in gewissem Umfang aufheben, erlauben die betreffenden Antworten der Lieferanten damit nur eingeschränkt Rückschlüsse auf den beabsichtigten Erwerb von Real- Standorten durch Edeka. Die eingangs wiedergegebene Befürchtung, das Vorhaben werde die Konzentration im deutschen LEH weiter steigern und die Verhandlungsmacht der Händler ebenso wie die Abhängigkeit der Lieferanten erhöhen, wird jedoch auch auf das vorliegende Vorhaben bezogen werden können. Gleiches gilt für die mit Bezug auf Kaufland geäußerte Einschätzung, dass Lieferanten von Real, die bisher keine Geschäftsbeziehung mit dem Erwerber haben, bedeutsame Umsatzverluste drohen und dass eine Neuorientierung zu anderen LEH-Kunden im konzentrierten deutschen LEH sehr schwer zu bewältigen sei, was insbesondere für regionale Anbieter gelte.
- 955 Auch die von der knappen Mehrheit der Lieferanten bezüglich des Parallelvorhabens geäußerte Erwartung, dass die von ihnen erzielbaren Preise sinken werden, weil die Einkaufspreise der Erwerberin niedriger seien als die von Real, erscheint ebenso wie die Einschätzung, dass es bei einzelnen produktbezogen günstigeren Einkaufspreisen von Real nach Preisabgleichen zu Anpassungen kommen könne und dass die Erwerberin Hochzeitboni oder Forderungen zu Konditionenverbesserungen aufgrund der gestiegenen Absatzmengen

aufstellen werde,¹⁵⁷ nicht Kaufland-spezifisch, sondern wird teilweise ausdrücklich auch auf das vorliegende Vorhaben bezogen.

956 Edeka wird damit voraussichtlich – ähnlich wie Kaufland – eine bereits vorhandene sehr gute Position noch ausbauen können. Zwar hat Edeka nach dem Ergebnis der Lieferantenbefragung derzeit trotz der hohen Einkaufsvolumina nicht die Spitzenposition im Hinblick auf die Beschaffungspreise im deutschen LEH inne. Vielmehr ergab die Auswertung von Frage 11 des Lieferantenfragebogens – auf die Unsicherheiten, die bei der Beantwortung zutage traten, wird jedoch sogleich noch einzugehen sein – hinsichtlich des generellen Einkaufspreisniveaus der einzelnen Händler das aus der nachstehenden Tabelle ersichtliche Bild, demzufolge Lidl vor Kaufland liegt, während alle übrigen deutschen LEH- Unternehmen, auch Edeka, über schlechtere Food-Beschaffungskonditionen als die beiden Unternehmen der Schwarz- Gruppe verfügen.¹⁵⁸ Referenzwert ist der Preis von Kaufland (Index=100).

¹⁵⁷ „Es muss davon ausgegangen werden, dass zusätzliche Forderungen gegenüber den Lieferanten gestellt werden, z.B. "Hochzeitsboni", Sonderrabatte und/oder Preissenkungen“ [...]; „Es ist zu erwarten, dass Kaufland mit erheblichen Forderungen für die Übernahme der Real- Märkte auf uns zukommen wird um die Übernahme durch Beteiligung aus der Industrie gegen zu finanzieren.“ [...]; „Es besteht ein großes Risiko, dass Forderungen nach Hochzeitsrabatten gestellt werden - sowohl von Kaufland als auch von weiteren Handelsunternehmen wie Edeka oder Globus, falls diese ebenfalls Real- Märkte übernehmen“ [...]; „Allerdings steht konkret zu befürchten, dass Kaufland aus Anlass des geplanten Zusammenschlusses mit finanziellen Forderungen auf uns zukommen wird.“ [...]; „Kaufland hat uns bereits mit einer Übernahmeforderung für die Real Märkte in Höhe von ca. [...] Mio. € konfrontiert, die in den nächsten zwei Jahren zum Tragen kommen soll.“ [...]; „Wir befürchten, mit einer möglichen Forderung nach Hochzeitsrabatten konfrontiert zu werden.“ [...]; „Kaufland hat bereits angekündigt im Zusammenhang mit der Übernahme auch einen "Übernahmebonus" verhandeln zu wollen. Daher wird der Einkaufspreis aller Voraussicht nach sinken. Des Weiteren hat Kaufland auch bessere Einkaufspreise.“ [...]

¹⁵⁸ Hierbei wurden nur die Lieferanten berücksichtigt, bei denen Kaufland Benchmark-Händler war und gemäß Fragestellung, in der die Belieferung von Kaufland als Voraussetzung für die Verwendung von Kaufland als Benchmark-Händler genannt wurde, auch sein sollte. Zudem wurden Angaben nicht verwendet, wenn der Preisindex über 200 oder unter 50 lag. In diesen Fällen ist zu vermuten, dass keine Stückpreise oder unvergleichbare Produkte verglichen wurden.

LEH	Preis-Index
Kaufland	100
Lidl	<100
Real	>100
Rewe	>100
Edeka	>100
Aldi Süd	>100
Aldi Nord	>100
Norma	>100
Globus	>100
Bünting	>100
Bartels Lange	>100
Tegut	>100

- 957 Der Abstand zu Edeka ist jedoch nicht groß, während der zu Real erheblich ist. Die Einkaufspreise der Vollsortimenter – also auch der Edeka – dürften im Rahmen des abgefragten „Benchmarking“ im Übrigen dadurch überzeichnet worden sein, dass sie neben den so genannten „Schnelldrehern“ einen größeren Anteil von Produkten führen, die sich weniger schnell verkaufen, aber für den Hersteller und den Händler eine höhere Marge aufweisen.
- 958 Die Einkaufspreise von Aldi dürften ebenfalls überzeichnet sein, weil Aldi im für das Unternehmen weiterhin bedeutsamsten Bereich der Handelsmarken über viele Lieferanten verfügt, die überwiegend für Aldi tätig sind und daher bei der in erster Linie auf Top-Lieferanten der Zusammenschlussbeteiligten abzielenden Auswahl der Lieferanten unterrepräsentiert sein dürften. Die Aldi von diesen Lieferanten gewährten – mutmaßlich günstigen – Konditionen sind deshalb nur in geringerem Maße eingeflossen als die Preise von Markenlieferanten, die ein breites Spektrum von Abnehmern aus dem LEH beliefern und für die Aldi vergleichsweise weniger bedeutsam ist.
- 959 Aus Sicht der Beschlussabteilung sind die Ergebnisse der Frage 11 des Lieferantenfragebogens insgesamt nur sehr eingeschränkt belastbar. Viele Lieferanten fanden ihre Beantwortung schwierig. So wurde häufig angemerkt, dass ein Vergleich zwischen den einzelnen Handelspartnern nur bedingt möglich sei, weil die LEH- Unternehmen unterschiedliche Produktsortimente bzw. Artikelzusammensetzungen nachfragten. Absatzmengen und Preise hingen von der Sortimentsbreite und Lieferstruktur der Kunden ab, für einige Produktgruppe auch von der Anzahl der belieferten Märkte. Die „Aktionsintensität“

sei auch kundenspezifisch. Einige Lieferanten wiesen darauf hin, dass eine Vergleichbarkeit nur bei Markenprodukten möglich sei. Handelsmarken würden nur von einem bestimmten Händler vermarktet, unter dessen Namen sie produziert würden.

960 Eine hinreichend sichere Berechnung der Korrelation von Preisen und anderen Konditionen zu Mengen ist anhand der erhobenen Daten nicht möglich. Sie erlauben demnach nur eine gewisse Indikation des Einkaufspreisgefüges im LEH. Insoweit sprechen sie aber auch mit Bezug auf Edeka nicht gegen ein Sinken der von den Lieferanten nach dem Zusammenschluss erzielbaren Preise für ihre Produkte, sondern legen eine solche Entwicklung nahe.

bb) Handelspraktiken der LEH- Unternehmen

961 Die Lieferanten wurden im Rahmen der Befragung auch gebeten, das Verhalten der 12 umsatzstärksten LEH- Unternehmen¹⁵⁹ hinsichtlich verschiedener Handelspraktiken zu bewerten, die mit der Umsetzung der EU Richtlinie 2019/633 in Zukunft unter bestimmten Voraussetzungen verboten werden sollen.¹⁶⁰ Zusätzlich sollten die Lieferanten das Verhalten der jeweiligen Handelsunternehmen auch mit einem Gesamturteil einstufen. Wären solche bedenklichen Praktiken in den Lieferbeziehungen sehr verbreitet, könnte dies einen Anhaltspunkt dafür liefern, dass die Konzentration im deutschen LEH bereits ein solches Maß erreicht hat und die Abhängigkeit der Lieferanten von den Händlern so fortgeschritten ist, dass jede weitere Konzentration zu unterbleiben hat. Insgesamt wurden die Händler indes recht positiv bewertet. Edeka und noch dahinter Kaufland und Lidl schnitten dabei zwar am relativ schlechtesten ab, doch ergab sich kein klarer Zusammenhang zwischen der Größe der Handelsunternehmen einerseits und von ihnen ausgeübten bedenklichen Praktiken andererseits.

962 Die Mehrheit der Lieferanten meldete keine Probleme in der Geschäftsbeziehung mit den LEH- Unternehmen.

¹⁵⁹ Real, Schwarz- Gruppe (Kaufland und Lidl), Rewe-Gruppe, Edeka-Gruppe, Aldi Nord, Aldi Süd, Norma, Globus, Bunting, Bartels-Langness, Tegut.

¹⁶⁰ Vgl. Richtlinie (EU) 2019/633 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. April 2019 über unlautere Handelspraktiken in den Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen in der Agrar- und Lebensmittelversorgungskette.

Alle LEH- Unternehmen	Keine Antwort	Sehr positiv ¹⁶¹	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	28,2%	51,7%	14,2%	3,9%	2,0%
Stornierungen	28,3%	57,1%	13,1%	1,3%	0,2%
Änderung Bedingungen	27,6%	50,8%	18,0%	3,5%	0,0%
Forderung Zahlungen	28,6%	40,1%	24,4%	6,0%	0,9%
Verlust	28,6%	52,7%	16,7%	1,9%	0,2%
Liefervereinbarung	28,5%	56,3%	8,7%	2,3%	4,2%
BuG Missbrauch	28,0%	68,3%	3,5%	0,1%	0,1%
Vergeltung	28,5%	47,4%	16,5%	5,3%	2,3%
Kundenbeschwerden	28,8%	56,9%	13,6%	0,4%	0,3%
Rückgabe	28,3%	62,3%	9,1%	0,2%	0,0%
Listungsgebühr	28,5%	38,8%	14,6%	10,5%	7,6%
Preisnachlässe	28,5%	34,1%	18,3%	12,6%	6,6%
Werbung	28,4%	33,8%	16,7%	13,4%	7,7%
Vermarktung	28,6%	36,5%	14,2%	13,2%	7,5%
Personalkosten	28,7%	61,2%	9,0%	0,8%	0,3%
Gesamturteil	28,1%	19,5%	39,8%	9,8%	2,7%
Alle ¹⁶²	28,4%	48,0%	15,7%	5,3%	2,7%

963 Als problematisch wurden in erster Linie Listungsgebühr, Preisnachlässe im Rahmen von Verkaufsaktionen, Zahlungsverlangen für Werbemaßnahmen und für die Vermarktung genannt.

¹⁶¹ Die Lieferanten sollten in Frage 12 die Geschäftsbeziehungen in verschiedenen Handelspraktiken mit den LEH bewerten. Für jede Handelspraktik (außer bei dem Gesamturteil) konnte aus vier Möglichkeiten zur Bewertung gewählt werden: „nie/selten Probleme“, „eher selten Probleme“, „eher häufig Probleme“, „häufig/immer Probleme“. In der Gesamtbewertung der jeweiligen LEH- Unternehmen, also in der Zeile Gesamturteil, waren die Möglichkeiten andere (z. B. „trägt den Belangen des Lieferanten stets angemessen Rechnung“). Da diese Möglichkeiten aber nach ihrem Sinn, positiv bis negativ, den anderen Auswahlmöglichkeiten entsprechen, hat G3 in obiger Tabelle und den nachfolgenden Tabellen die zusammenfassenden Kategorien „keine Antwort“, „sehr positiv“, „positiv“, „negativ“ und „sehr negativ“ verwendet, wobei „nie/selten Probleme“ als „sehr positiv“ gewertet wurde etc. Auch hier wurden die Kategorien so angelegt, dass jedes LEH- Unternehmen immer nur in eine der Kategorien pro Handelspraktik fällt. Es handelt sich entgegen geäußerter Kritik (vgl. Stellungnahme der Einzelsachverständigen Marita Wiggerthale für die 72. Sitzung des Ausschusses für Ernährung und Landwirtschaft, Fußnote 14) dabei nicht um eine nachträgliche Umdeutung oder einen handwerklichen Fehler, sondern lediglich um eine Vereinfachung der Lesbarkeit. Die entsprechende Offenlegung erfolgte auch im Beschluss B2-83/19, Fußnote 135.

¹⁶² Durchschnitt über alle Handelspraktiken inkl. Gesamturteil

964 Über alle Handelsunternehmen hinweg haben 28,4% der Lieferanten die Frage zu den Handelspraktiken nicht beantwortet. Bleiben die Nichtantwortenden außer Betracht, ändern sich die Prozentzahlen wie folgt:

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	72,0%	19,8%	5,4%	2,8%
Stornierungen	79,6%	18,3%	1,8%	0,3%
Änderung Bedingungen	70,2%	24,9%	4,8%	0,0%
Forderung Zahlungen	56,2%	34,1%	8,4%	1,3%
Verlust	73,7%	23,4%	2,6%	0,2%
Liefervereinbarung	78,7%	12,1%	3,3%	5,9%
BuG Missbrauch	94,8%	4,9%	0,2%	0,2%
Vergeltung	66,3%	23,1%	7,4%	3,2%
Kundenbeschwerden	79,9%	19,1%	0,6%	0,4%
Rückgabe	86,9%	12,7%	0,3%	0,0%
Listungsgebühr	54,2%	20,4%	14,7%	10,7%
Preisnachlässe	47,6%	25,5%	17,6%	9,2%
Werbung	47,3%	23,3%	18,7%	10,7%
Vermarktung	51,1%	20,0%	18,5%	10,5%
Personalkosten	85,9%	12,6%	1,1%	0,5%
Gesamturteil	27,2%	55,4%	13,7%	3,7%
Alle	67,0%	21,9%	7,4%	3,7%

965 Dennoch wiesen eine Reihe Lieferanten darauf hin, die Tatsache, dass sie keine Probleme mit den jeweiligen Praktiken hätten, bedeute nicht, dass diese Praktiken nicht angewendet würden. Beispielweise vereinbarten LEH- Unternehmen durchaus Zahlungsziele von mehr als 30 Tagen, hielten sich dann aber an die bestehenden Verträge. Das Hauptproblem sei, dass die Lieferanten bei den Verhandlungen wenig bis keinen Spielraum hinsichtlich der Preise und Konditionen hätten.

966 *„Aus Sicht der [...] spiegeln die im Tabellenblatt 7 aufgeführten Handelspraktiken das Problem indessen nicht realitätsnah wieder. Im Verhältnis zur [...] verhalten sich die Handelskunden generell vertragstreu. Schwierigkeiten in den kommerziellen Beziehungen treten demgegenüber immer wieder in den Vertragsverhandlungen (Jahresgesprächen) auf. Hier nutzen die Handelskunden ausnahmslos ihre Nachfragemacht, um ihre Konditionserwartungen durchzusetzen. Ungerechtfertigte und sogar länderübergreifende Auslistungen im Rahmen von Jahresgesprächen wären eine unerlaubte Handelspraxis, die in*

die Liste des Tabellenblattes 7 aufgenommen gehörten. Leider fehlen sie. [...] weist insoweit darauf hin, dass die Antworten im Tabellenplatz 7 sich auf das Verhalten der Handelskunden während der Laufzeit eines Vertrages beziehen. [...] will insoweit an dieser Stelle dem Eindruck entgegenwirken, die Geschäftsbeziehungen mit dem Handel seien relativ unproblematisch. Dies mag für die generelle Vertragstreue der Händler gelten, gilt aber keineswegs uneingeschränkt für die Geschäftsbeziehungen zum deutschen LEH in seiner Gesamtheit.“ [...]

967 *„Die Händler halten sich in aller Regel an die bestehenden Verträge. Bei den Vertragsverhandlungen hingegen haben wir als Lieferanten wenig bis keinen Spielraum Vertragsinhalte, Preise und Konditionen zu verhandeln. Hier sind wir unterschiedlichsten Forderungen des Lebensmitteleinzelhandels ausgesetzt.“ [...]*

968 *„Die in der Frage zu Grunde liegende Situation gibt es bei uns in der Praxis so gut wie nie. Denn der LEH-Kunde bestimmt einseitig die Konditionen, die er uns dann auch schriftlich vorlegt. Etwaige (mündliche) Abweichungen von diesen Bedingungen kommen in der Praxis nicht vor.“ [...]*

969 *„Alle in den unteren Punkten angesprochenen Themen wie monetäre Forderungen für Listung, Werbung, Vermarktung etc. werden in den Jahresgesprächen (Herstellermarken) und Kontraktverhandlungen (Eigenmarken) verhandelt. Hierbei stellen wir fest, dass unsere Belange, Forderungen bzw. Probleme von Jahr zu Jahr seitens des Handels nicht ernst genommen werden und die Gegenseite durch ihre Dominanz uns gegenüber immer stärker auftritt. Das führt uns zu einem jährlichen Rentabilitätsverlust.“ [...]*

970 *„Im Rahmen von Ausschreibungen kann die nächste "Ausschreibungsrunde" nur erreicht werden, wenn mittels einer pauschalen Bestätigung u.a. nicht verhandelbare einseitige Haftungsregelungen, Vertragsstrafen oder Lieferbedingungen akzeptiert werden.“ [...]*

971 Die Bewertungen sind damit zwar nicht einhellig positiv; sie zeigen allerdings auch keinen klaren Zusammenhang zwischen der Größe der LEH- Unternehmen und der Verwendung bedenklicher Praktiken auf. Bei den großen Vollsortimentern wurden allerdings überdurchschnittlich oft auch Forderungen von Zahlungen, die nicht im Zusammenhang mit dem Verkauf von Erzeugnissen des Lieferanten stehen, negativ bewertet. Im Einzelnen ergab sich für die Händler folgendes Bild, wobei die grau unterlegten Felder diejenigen sind, in denen – wenngleich auf niedrigem Niveau – der Anteil der negativen Bewertungen deutlich höher als in den übrigen Bereichen ausfiel:

972 **Edeka**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	23,5%	51,9%	21,6%	3,0%

973 **Real**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	28,2%	63,7%	7,7%	0,4%

974 **Kaufland**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	25,5%	40,2%	21,5%	12,7%

975 **Rewe**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	27,8%	53,7%	16,1%	2,4%

976 **Lidl**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	23,7%	40,1%	22,7%	13,5%

977 **Aldi Süd**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	37,0%	54,2%	7,9%	0,9%

978 **Aldi Nord**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	35,0%	55,8%	8,3%	1,0%

979 **Globus**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	24,2%	57,8%	15,2%	2,8%

980 **Tegut**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	26,0%	63,5%	8,7%	1,9%

981 **Bünting**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	25,1%	64,0%	8,5%	2,4%

982 **Bartels-Langness**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	25,5%	67,0%	6,0%	1,5%

983 **Norma**

	Sehr positiv	Positiv	Negativ	Sehr negativ
Kaufpreiszahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Stornierungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Änderung Bedingungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Forderung Zahlungen	[...]	[...]	[...]	[...]
Verlust	[...]	[...]	[...]	[...]
Liefervereinbarung	[...]	[...]	[...]	[...]
BuG Missbrauch	[...]	[...]	[...]	[...]
Vergeltung	[...]	[...]	[...]	[...]
Kundenbeschwerden	[...]	[...]	[...]	[...]
Rückgabe	[...]	[...]	[...]	[...]
Listungsgebühr	[...]	[...]	[...]	[...]
Preisnachlässe	[...]	[...]	[...]	[...]
Werbung	[...]	[...]	[...]	[...]
Vermarktung	[...]	[...]	[...]	[...]
Personalkosten	[...]	[...]	[...]	[...]
Gesamturteil	25,2%	57,3%	16,5%	1,0%

984 Ein Ranking der zwölf von den Lieferanten bewerteten LEH- Unternehmen basierend auf dem Gesamturteil (letzte Zeile der jeweiligen Tabellen) führt zu folgendem Ergebnis:

Gesamturteil	Sehr positiv und positiv	Negativ und sehr negativ
Bartels-L.	92,5%	7,5%
Real	91,9%	8,1%
Aldi Süd	91,2%	8,8%
Aldi N	90,8%	9,2%
Tegut	89,4%	10,6%
Bünting	89,1%	10,9%
Norma	82,5%	17,5%
Globus	82,0%	18,0%
Rewe	81,6%	18,4%
Edeka	75,4%	24,6%
Kaufland	65,7%	34,3%
Lidl	63,8%	36,2%

985 Die Schwarz- Gruppe wurde demnach am schlechtesten bewertet, gefolgt von Edeka und Rewe. Globus wird jedoch nur unwesentlich besser eingestuft als Rewe. Aldi dagegen schneidet mit einem positiven Gesamturteil von mehr als 90% besser als die mittelständischen Unternehmen ab.

cc) Auswirkungen auf Innovationstätigkeit der Lieferanten

986 Die Beschlussabteilung ist auch der Frage nachgegangen, ob Real besondere Bedeutung für die Platzierung von Innovationen der Lieferanten im LEH besitzt. Denn in diesem Fall könnte der Erwerb durch ein anderes, weniger an innovativen Produkten interessiertes LEH- Unternehmen die Entwicklung von Produktneuheiten in Frage stellen. Angesichts des breiten und tiefen Produktspektrums von Real wäre dies zwar denkbar. Die Antworten der Lieferanten deuten jedoch nicht auf einen solchen Wirkungszusammenhang hin.

987 Festzuhalten ist zunächst, dass nur 74 der 301 befragten Lieferanten angaben, in den letzten drei Jahren eine umsatzmäßig bedeutsame Innovation oder Produktveränderung im Handel eingeführt zu haben. Die meisten Innovationen wurden demzufolge in den Produktgruppen Erfrischungsgetränke, Knabberartikel und Schokoladenwaren eingeführt.

988 Eine herausragende Bedeutung von Real für die Platzierung von Innovationen ergab sich aus den Antworten nicht. Vielmehr wurden diesbezüglich die Rewe- Gruppe und Edeka am

häufigsten genannt, gefolgt von Kaufland, den Discontnern (Aldi und Lidl) und danach erst Real. Dies erscheint insofern einleuchtend, als Innovationen regelmäßig erhebliche Entwicklungskosten verursachen, die am besten durch eine breite Platzierung im LEH refinanziert werden können. Hierfür sind die großen Handelsunternehmen folglich von besonderer Bedeutung. Dass sie an Produktinnovationen nicht interessiert wären, ist aus den Antworten der Lieferanten nicht ersichtlich und auch wenig wahrscheinlich. Denn gerade attraktive Produktneuheiten können zur wettbewerblichen Profilierung eines Händlers beitragen.

989 Dass eine Reihe der im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) befragten Lieferanten gleichwohl die Erwartung äußerten, das Vorhaben von Kaufland, bis zu 101 Real- Filialen zu erwerben, werde negative Auswirkungen auf die Produktinnovationen haben, legt nahe, dass es auch bezüglich des Standorterwerbs durch Edeka entsprechende Befürchtungen geben mag. Entscheidend ist jedoch, dass diese negativen Auswirkungen von den betreffenden Befragten lediglich als Folge der steigenden Konzentration im LEH gesehen wurden, zu der jenes Zusammenschlussvorhaben beitrage und die zu einem stärkeren Druck auf die Einkaufspreise führe:

990 *„Die Einkaufsmacht des LEH führt auch dazu, dass es immer schwieriger für Hersteller wird, überhaupt zu auskömmlichen Konditionen zu produzieren und gleichzeitig regelmäßig und auf hohem Niveau Innovationen in den Markt zu bringen“. [...]*

991 *„Die Hersteller könnten gezwungen sein, diesen Konditionendruck an ihre Lieferanten weiterzugeben oder ihre Investitionen zu verringern.“ [...]*

992 *„Wir befürchten, dass durch den permanenten Druck auf die Preise weitere mittelständische Lebensmittelproduzenten aufgeben oder ihre Produktvielfalt einschränken.(...) Ebenso bleiben keine Mittel übrig, um neue Produkte zu entwickeln und dafür auch Personal bereit zu halten. Investitionen am Standort in neue Anlagen, Qualitätssicherung und qualifiziertes Fachpersonal fallen immer schwerer. Das ganze System wird immer mehr auf Effizienz getrimmt und übrig bleiben Billig-Nahrungsmittel (ohne Transparenz und Nachhaltigkeit) (...) Aktuell werden noch Startups vom Handel forciert, die aber in der Regel nur kurze Zeit im Regal verbringen und keine breite Versorgung der Bevölkerung gewährleisten können. Die Artikel verschwinden dann wieder oder das Unternehmen wird an einen Multi verkauft. In jedem Fall leidet die mittelständische Produzentenbasis und auskömmliche und zukunftsfähige Renditen sind kaum noch zu erzielen“ [...]*

993 *„Hersteller mit einer international aufgestellten Vertriebsstruktur werden vor dem Hintergrund der vorgenannten Folgen der zunehmenden Handelsmacht der LEH- Unternehmen verstärkt Investitionen und Innovationen außerhalb des deutschen Marktes tätigen und einführen, was sich in der Folge deutlich zum Nachteil der deutschen Verbraucher auswirken wird.“ [...]*

994 Diese in der Befragung im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) vorgebrachten Bedenken erscheinen insofern nicht Kaufland-spezifisch, sondern dürften auf das vorliegende Vorhaben übertragbar sein; sie machen aber gerade keine mangelnde Innovationsneigung der LEH- Unternehmen geltend, sondern heben einen besonderen Aspekt des durch steigende Beschaffungsanteile der führenden Händler bewirkten Drucks auf die Einkaufspreise hervor, wie er bereits eingangs festgestellt wurde.

dd) Gegengewichtige Angebotsmacht der Lieferanten?

995 Die Beschlussabteilung verkennt nicht, dass in den meisten Produktgruppen auch die Seite der Lieferanten einen hohen Konzentrationsgrad aufweist und auf wenige Lieferanten ein hoher Teil des Absatzvolumens entfällt. Dies entspricht auch dem Bild, das die Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel vermittelte¹⁶³ und das durch die Ermittlungen im Verfahren B2-96/14 (Edeka/Kaiser's Tengelmann)¹⁶⁴ für die dort untersuchten Beschaffungsmärkte bestätigt wurde. Diese anbieterseitige Konzentration ist jedoch nicht geeignet, marktstrukturelle Auswirkungen, die mit der fortschreitenden Konzentration des LEH verbunden sind, zu verhindern oder so zu verringern, dass sie unerheblich erscheinen müssten.

996 Zwar trifft es zu, dass sich das Verbraucherinteresse regelmäßig auf wenige Markenartikel einer Produktgruppe richtet, deren Fehlen bei einem Händler durchaus bemerkt wird und den Verbraucher auch zum Aufsuchen eines konkurrierenden Handelsunternehmens veranlassen kann. Indessen sind auch bei den führenden Markenherstellern keineswegs alle Artikel gleichermaßen bedeutsam für den Endverbraucher und damit das LEH- Unternehmen. Vielmehr wird der Markenhersteller regelmäßig darauf angewiesen sein, auch möglichst viele seiner weniger begehrten Erzeugnisse im Handel unterzubringen. Dies eröffnet den LEH- Unternehmen die Möglichkeit, im Rahmen der Preis- und Leistungsverhandlungen flexible Strategien der Druckausübung zu entfalten, über die der Lieferant nicht in gleichem Maße verfügt. So wird ein Händler, um Druck auf den Lieferanten auszuüben, zunächst die weniger

¹⁶³ Vgl. hierzu Sektoruntersuchung Lebensmitteleinzelhandel, 2014, Abschlussbericht S. 155 ff.

¹⁶⁴ Vgl. BKartA vom 31. März 2015, B2-96/14 (Edeka/Kaiser's Tengelmann), Rn. 879 ff.

nachgefragten Artikel aus dem Sortiment nehmen, Zweitplatzierungen und Aktionen einschränken und erst in letzter Konsequenz auch Top-Produkte, ggf. regional differenziert, auslisten, ohne dass die ersten Schritte seinen Umsatz und sein Ansehen beim Endkunden wesentlich gefährden.

- 997 Dem Lieferanten steht hingegen kein derart abgestuftes Arsenal an Verhaltensmöglichkeiten zu Gebote, da ihn jede Einschränkung seiner Distribution Umsatz kostet und er auf den Vertrieb durch ein führendes LEH- Unternehmen angesichts der überragenden Bedeutung dieses Absatzweges nur schwerlich verzichten kann. Dass die Auslastung der 127 befragten Lieferanten, die Angaben zu der hierauf abzielenden Frage 8 des Fragebogens gemacht haben, im Durchschnitt mit 88 % um 13 Prozentpunkte über der für einen kostendeckenden Betrieb erforderlichen Mindestauslastung liegt, macht lediglich deutlich, dass es ihnen nicht an jeglichem Spielraum mangelt, auf finanziell unattraktive Aufträge zu verzichten.
- 998 Die Möglichkeiten, auf die Belieferung von Händlern im Ausland auszuweichen, sind im Übrigen auch für solche Lieferanten begrenzt, die dort über ein funktionierendes Vertriebsnetz verfügen und für den Export geeignete Produkte anbieten. Denn die Aufnahmefähigkeit der Auslandsmärkte ist eingeschränkt und wird kaum genügen, den Verlust eines bedeutenden inländischen LEH- Unternehmens als Kunden kurzfristig zu kompensieren.

ee) Zusammenfassung

- 999 Insgesamt lässt sich daher feststellen, dass durch das Vorhaben der Preisdruck auf die Lieferanten weiter steigen wird. Das Beschaffungsvolumen bildet unbestritten einen wichtigen Faktor für die Einkaufskonditionen. Ein Zuwachs des deutschen Food- Beschaffungsvolumens in der hier in Rede stehenden Höhe, die für Edeka [0- 5 %] ausmacht und in die Nähe des inländischen Food-Gesamtbeschaffungsvolumens des konkurrierenden Großflächen-Vollsortimentshändlers Globus kommt, wird daher die Position von Edeka deutlich verstärken.

c) Auswirkungen auf LEH- Wettbewerber

- 1000 Bei den Auswirkungen des Vorhabens auf konkurrierende Händler ist zwischen der Schwarz- Gruppe und Rewe sowie Aldi einerseits, den mittelständischen Händlern, insbesondere den RTG-Mitgliedern, andererseits zu unterscheiden. Während erstere von dem Zusammenschluss profitieren könnten, würden die RTG-Mitglieder erhebliche Nachteile erfahren.

aa) Schwarz- Gruppe und Rewe, Aldi

- 1001 Der Zuwachs an Beschaffungsvolumen, wie er für Edeka mit dem Vorhaben verbunden ist, stärkt in erster Linie die Verhandlungsposition der Erwerberin, hat aber darüber hinaus auch positive Konsequenzen für die weiteren Mitglieder der Spitzengruppe des deutschen Lebensmitteleinzelhandels.
- 1002 Zusammen mit der Edeka verfügen die Schwarz- Gruppe und Rewe über einen Anteil am Food- Beschaffungsvolumen des deutschen LEH von mehr als 70 %; nimmt man Aldi mit hinzu, so liegt der Anteil sogar bei über 85 %. Obwohl damit die Anteilsschwellen für die Oligopolvermutung nach § 18 Abs. 6 Nr. 1 und 2 GWB deutlich übertroffen werden, sieht die Beschlussabteilung zwar keine hinreichenden Anhaltspunkte für ein wettbewerbsloses Oligopol zwischen diesen drei bzw. vier Unternehmen, von denen Aldi wegen seiner nach wie vor starken Konzentration auf Handelsmarken ohnehin als Oligopolaußenseiter einzustufen sein dürfte. Vielmehr findet zwischen diesen Unternehmen ein ausgeprägter Wettbewerb um Listungen und die besten Konditionen statt.
- 1003 Dass sie gleichwohl aus der Stärkung des Wettbewerbers Edeka ebenfalls Nutzen ziehen können, liegt stattdessen an unilateralen Effekten, die zugunsten der führenden LEH- Unternehmen wirken. Denn mit dem Zuwachs für Edeka steigt nicht nur deren Verhandlungsspielraum gegenüber den Lieferanten (Erstrundeneffekt). Durch den Wegfall großer Teile von Real nach dem Erwerb durch Edeka, aber auch Kaufland und die damit einhergehenden Schwächung der RTG-Mitglieder werden die „outside options“ der Lieferanten eingeschränkt, so dass die Bedeutung der verbleibenden großen Abnehmer als Absatzmöglichkeit weiter wächst. Mit dieser steigenden Bedeutung nimmt auch ihre Marktmacht gegenüber den Herstellern zu; die Anreize und Möglichkeiten zur Ausübung von Nachfragemacht steigen (Zweitrundeneffekt).
- 1004 Ob dies auch in gleichem Maße für Aldi gilt, kann dahinstehen. Aldi hat zwar das Angebot an Herstellermarkenprodukten in den letzten Jahren deutlich ausgeweitet, ist aber nach wie vor stark durch das Handelsmarkensortiment geprägt. Für die Markenhersteller hat Aldi damit zwar zunehmende, allerdings noch nicht mit jener von Edeka, Rewe und der Schwarz- Gruppe gleichzusetzende Bedeutung. Auch wenn der Zweitrundeneffekt zugunsten Aldis deshalb weniger ausgeprägt sein sollte, ist die damit einhergehende Gefahr für die Wettbewerbsposition der Aldi- Gruppe begrenzt. Denn diese hat nicht nur die Zusammenarbeit zwischen den Schwesterunternehmen Aldi Süd und Aldi Nord im Einkauf verstärkt. Vielmehr weist Aldi auch eine besondere Lieferantenstruktur auf, die durch langjährige

Lieferantenbeziehungen, besonders bei Handelsmarken, geprägt ist und gute Beschaffungskonditionen auch weiterhin gewährleisten sollte. Wegen ihrer starken bundesweiten Präsenz ist die Aldi-Gruppe auch für Markenartikel zunehmend attraktiv, gerade angesichts der fortschreitenden Konzentration bei den Vollsortimentern. Die Wettbewerbsfähigkeit von Aldi dürfte daher erhalten bleiben.

- 1005 Dass ein Zweitrundeneffekt zugunsten der führenden LEH- Unternehmen zu erwarten sei, wurde im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) von Kaufland und SCP, aber auch den dortigen Beigeladenen Rewe und Edeka in ihren jeweiligen Stellungnahmen zum Entscheidungsentwurf in Abrede gestellt.¹⁶⁵ Die Ermittlungen hätten keinen Zweitrundeneffekt belegt, vielmehr habe die Mehrheit der Lieferanten angegeben, keine Auswirkungen auf ihre Geschäftsbeziehung zu anderen Handelsunternehmen durch das Zusammenschlussvorhaben zu erwarten.
- 1006 Festzuhalten ist demgegenüber, dass einige der befragten Lieferanten ausschließlich ein oder wenige LEH- Unternehmen beliefern, insbesondere in einigen Produktgruppen wie Obst, Gemüse und Fleisch. Es kann zudem kaum überraschen, wenn die Befragten zuerst und vor allem Auswirkungen auf die Beziehung zu den Beteiligten erwarten. Dass auch hinter allgemein geäußerten Sorgen über das hohe, durch den beabsichtigten Zusammenschluss weiter zunehmende Konzentrationsniveau im deutschen LEH die Befürchtung steht, die Ausweichalternativen würden weiter abnehmen, liegt nahe, auch wenn die Befragten dies nicht stets als Auswirkung auf die Geschäftsbeziehung zu anderen Handelsunternehmen qualifiziert haben mögen. Aus der Lieferantenbefragung auf einen fehlenden Zweitrundeneffekt schließen zu wollen, wäre verfehlt.
- 1007 Der Zweitrundeneffekt auf Beschaffungsseite knüpft an den Wegfall von Ausweichoptionen und die dadurch zunehmende Verhandlungsmacht der führenden LEH- Unternehmen an. Seine Ausprägung hängt von der wettbewerblichen Nähe der Dritten zu den Zusammenschlussbeteiligten ab. Entgegen der in den Stellungnahmen zum Entscheidungsentwurf im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) von Rewe und Edeka vertretenen Auffassung lässt er sich auch nicht mit dem Argument verneinen, diese beiden Handelsunternehmen stünden, wie die Verbraucherbefragung gezeigt habe, nicht in einem besonderen Näheverhältnis zu Real. Die Verbraucherbefragung gibt Aufschluss über die

¹⁶⁵ SCP bekräftigt in seiner Stellungnahme vom 24. Februar 2021 zum Entscheidungsentwurf der Beschlussabteilung im vorliegenden Verfahren diesen Vortrag erneut, vgl. S. 5 des Schriftsatzes. Auch Rewe erneuert seinen Vortrag zu diesem Punkt in seiner Stellungnahme vom 22. Februar 2021, S. 7f..

Sichtweise der LEH-Kunden hinsichtlich präferierter Ausweichoptionen, verhält sich aber nicht zum wettbewerblichen Näheverhältnis auf den Beschaffungsmärkten. Diesbezüglich ist vielmehr entscheidend, dass sowohl Edeka als auch Rewe und Kaufland ein breites und tiefes Sortiment nachfragen, das insbesondere durch Herstellermarkenwaren geprägt ist. Real weist ein ebensolches Beschaffungsprofil auf und verfügt – insbesondere unter Berücksichtigung der Beteiligung an der Einkaufskooperation RTG – trotz seit Jahren negativer Geschäftsentwicklung noch über eine so erhebliche Bedeutung als Nachfrager, dass der Wegfall einer solchen Ausweichoption für die Lieferanten neben der Erwerberin auch die Verhandlungsposition der beiden anderen Mitglieder der Spitzengruppe erheblich stärkt; dies galt im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) hinsichtlich Edekas und Rewes ebenso, wie es im vorliegenden Verfahren für Kaufland und Rewe gilt.

1008 Soweit Edeka im Rahmen ihrer Stellungnahme im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) grundsätzlicher argumentiert hat, unilaterale Effekte auf Beschaffungsmärkten setzten eine einzel- oder kollektiv marktbeherrschende Stellung voraus, die hier nicht gegeben sei, ein Verbraucherschaden lasse sich nicht ableiten, und die nach neuester Rechtsprechung des EuG¹⁶⁶ gestellten Anforderungen an die wettbewerbliche Nähe seien nicht erfüllt, vermag dies nicht zu überzeugen. Real ist, wie dargelegt, noch immer eine so wichtige Wettbewerbskraft, dass ihr Wegfall die Position der führenden Nachfrager erheblich stärkt. Dadurch vergrößert sich deren Abstand zu den Mittelständlern, deren leichtere Entbehrlichkeit aus Lieferantensicht eine gleichermaßen bedeutsame Stärkung ihrer Verhandlungsposition wie bei den Mitgliedern der Spitzengruppe nicht erwarten lässt. Dass dies regelmäßig zu Konditionennachteilen führen wird, die das Wettbewerbspotential der mittelständischen LEH- Unternehmen auch auf den Absatzmärkten schwächen werden, wird nicht durch den – seitens der Beschlussabteilung durchaus anerkannten – Umstand in Frage gestellt, dass das Einkaufsvolumen nicht allein entscheidend für die Höhe der Einkaufspreise ist, sondern auch andere Faktoren von Bedeutung sind.

1009 Dass die Schwächung der mittelständischen Händler die Wettbewerbsintensität auf denjenigen Absatzmärkten mindert, auf denen diese Unternehmen bislang eine bedeutsame Marktstellung innehaben, ist weder ausgeschlossen noch unwahrscheinlich, vielmehr – wie sogleich unter bb) dargelegt – plausibel und zu erwarten. Damit liegt ebenfalls nahe, dass daraus ein Nachteil aus Verbrauchersicht resultieren wird, wie ihn Edeka als notwendige Voraussetzung eines beschaffungsseitigen SIEC ansieht, wobei dahinstehen kann, ob dieser

¹⁶⁶ Vgl. EuG v. 28. Mai 2020 – T-399/16, CK Telecoms UK Investments/Kommission.

Nachteil sich in einer Verschlechterung von Angebotsqualität und –vielfalt, einer Erhöhung der Verbraucherpreise oder einer Kombination aus beidem niederschlagen wird. Das von Edeka herangezogene – soweit bekannt nicht rechtskräftige – Urteil des EuG verhält sich weder zum Lebensmitteleinzelhandel noch gar zu den LEH-Beschaffungsmärkten und gibt aus Sicht der Beschlussabteilung keine Veranlassung, von ihrer sachlichen und rechtlichen Bewertung abzurücken.

bb) Mittelständische Wettbewerber

- 1010 Die Stärkung der Spitzen- Nachfragergruppe führt parallel zu einer Schwächung der mittelständischen Wettbewerber, insbesondere jener, die durch das Zusammenwirken in der Kooperation RTG ihre Nachteile auf der Beschaffungsseite zu vermindern suchten.
- 1011 Zum einen sind die mittelständischen Händler aus Lieferantensicht für den Marktzugang weit weniger bedeutsam als die LEH- Unternehmen der Spitzengruppe. Ihren Konditionswünschen gegenüber muss daher weniger Entgegenkommen gezeigt werden. Die Verengung der Nachfragerseite – die an sich auch mit einem relativen Bedeutungszuwachs für sie einhergeht, da sich die Ausweichalternativen vermindern – führt für sie daher nicht zu einer solchen Zunahme von Verhandlungsmacht, wie dies bei den führenden LEH- Unternehmen der Fall ist. Schon aus diesem Grunde vergrößert sich der konditionelle Abstand zwischen den Mitgliedern der Spitzengruppe und den mittelständischen Wettbewerbern.
- 1012 Zum anderen tritt für die verbleibenden RTG-Mitglieder ein zusätzlicher negativer Effekt ein. Denn durch den Übergang eines großen Teils der Real- Filialen zum Edeka- Verbund wird die Einkaufskooperation erheblich geschwächt, zumal eine noch größere Zahl an Real- Filialen von Kaufland erworben werden darf und wahrscheinlich ein Teil der restlichen Real- Filialen an Rewe, also ein weiteres Mitglied der Spitzengruppe, veräußert werden wird. Neben die erhebliche Einbuße an Beschaffungsvolumen tritt dabei auch eine deutliche Verringerung der räumlichen Marktabdeckung durch die RTG. Die Attraktivität und Relevanz der Kooperation als Absatzweg leidet darunter erheblich. Diese negative Entwicklung wird – entgegen den in den Stellungnahmen zum Entscheidungsentwurf im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) vertretenen Einschätzungen von SCP und Kaufland – durch den unlängst erfolgten Beitritt von Globus zwar abgemildert, aber keineswegs behoben. Auch der von SCP in ihrer Stellungnahme zum vorliegenden Verfahren hervorgehobene Umstand, dass die übernommenen Real- Filialen nur sukzessive durch Edeka integriert werden sollen¹⁶⁷,

¹⁶⁷ Vgl. Schriftsatz von SCP vom 24. Februar 2021, S. 5.

vermag die Folgen des Zusammenschlusses für RTG lediglich abzumildern. An der erheblichen nachteiligen Wirkung des Vorhabens für die RTG ändert auch die zeitliche Staffelung der Integration nichts Wesentliches.

- 1013 Da jede weitere nachfragemachtbedingte Verbesserung der Beschaffungskonditionen der großen Lebensmitteleinzelhändler auch ihre Wettbewerbsposition auf den Absatzmärkten gegenüber den Mittelständlern weiter verstärkt, werden deren Absatzvolumina tendenziell sinken, die der Mitglieder der Spitzengruppe sich hingegen erhöhen. Dies wird sich wiederum in einer entsprechend unterschiedlichen Entwicklung der Beschaffungsmengen niederschlagen und auf diesem Wege die Unterschiede in den Beschaffungskonditionen erneut vergrößern. Im Ergebnis führt dies zu der Gefahr von immer stärker werdenden Konzentrations- und Machtspiralen im Lebensmitteleinzelhandel, als deren Folge der Abstand der Spitzengruppe zu den kleineren Wettbewerbern des Lebensmitteleinzelhandels immer weiter zunimmt.
- 1014 Soweit die Mittelständler trotz ihrer sich vergrößernden beschaffungsseitigen Nachteile Verkaufspreise der Unternehmen der Spitzengruppe abzubilden versuchen, geht dies zu Lasten ihrer Marge und damit ihrer Möglichkeiten, die für ein attraktives Einkaufsumfeld oder eine Expansion notwendigen Gewinne zu erwirtschaften; verzichten sie auf eine attraktive Preisgestaltung, werden sie hingegen erhebliche Kundenverluste zu verzeichnen haben und ebenfalls an Profitabilität einbüßen. Ihr Wettbewerbspotential wird daher in jedem Falle erheblich verringert.
- 1015 Dies bedeutet einen erheblichen Nachteil für die Marktstruktur, denn die Mittelständler, insbesondere die in der RTG zusammenarbeitenden Unternehmen, sind derzeit noch in der Lage, wettbewerbliche Impulse im Vollsortiment zu setzen. Ungeachtet ihrer bundesweit geringen Marktanteile verfügen sie regional oftmals über beachtliche Präsenz oder – im Falle von Globus – Standorte, deren Zahl zwar recht gering, deren Strahlkraft aber sehr hoch ist. Für den Wettbewerb im Vollsortiment mit seiner hohen Artikelanzahl und Sortimentstiefe sind solche Angebote, wie sie die mittelständischen RTG-Mitglieder noch offerieren können, von erheblicher Bedeutung. Angesichts der beschriebenen Wechselwirkungen zwischen Beschaffungs- und Absatzseite ist das vorliegende Vorhaben geeignet, diese Wettbewerbskraft nachhaltig zu schwächen.

- 1016 SCP verneint in ihrer Stellungnahme zum vorliegenden Verfahren¹⁶⁸ ebenso wie Edeka und Kaufland in ihren Stellungnahmen im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) negative Auswirkungen des Zusammenschlusses auf mittelständische Wettbewerber, insbesondere die Schwächung der RTG-Mitglieder durch ein Ausscheiden von Real. Zum einen sei ein Zusammenhang zwischen Größe und Einkaufskonditionen nicht bewiesen. Zum anderen könnten kleinere Wettbewerber durchaus im Wettbewerb reüssieren, indem sie auf andere Wettbewerbsparameter wie Art und Qualität des Vertriebs setzen. Die Mittelständler profitierten von ähnlichen Einkaufskonditionen wie die führenden LEH- Unternehmen, und sie könnten gegenüber den Lieferanten die gleichen abgestuften Maßnahmen zur Druckausübung einsetzen wie die führenden LEH- Unternehmen.
- 1017 Die Beschlussabteilung verkennt nicht, dass das Beschaffungsvolumen nicht allein ausschlaggebend für die Höhe der Einkaufspreise ist. Dass es sich aber um einen bedeutsamen Faktor handelt, vermögen auch die genannten Stellungnahmen nicht in Abrede zu stellen. Es erschiene lebensfremd, zu verneinen, dass erhebliche Zuwächse an Beschaffungsvolumen regelmäßig zu verbesserten Einkaufskonditionen führen. Hierfür sorgen bereits die üblichen Mengenstaffeln, die höhere Verkaufsvolumina honorieren. Die Verbesserung der Verhandlungsposition, die mit einem erheblichen Zuwachs an Beschaffungsvolumen einhergeht, verstärkt diesen Effekt. Denn welche Wirkung der Einsatz des Verhandlungsinstrumentariums durch ein Handelsunternehmen hat, hängt durchaus davon ab, wie bedeutsam dieser Abnehmer aus Lieferantensicht ist, was wiederum nicht zuletzt vom Beschaffungsvolumen abhängt. Die von Edeka und Kaufland im Zusammenhang mit der beabsichtigten Übernahme von Real- Filialen aufgestellten Konditionenforderungen – deren Angemessenheit hier dahinstehen kann – belegen überdies eindrücklich das erhebliche Einsparpotential, das für ein führendes LEH- Unternehmen mit einem Volumenzuwachs verbunden sein kann.

d) Alternativszenario

- 1018 Seitens SCPs und Kauflands wurde im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) gegenüber den dort geäußerten Bedenken der Beschlussabteilung hinsichtlich der Beschaffungsseite geltend gemacht, als Alternative zu dem Erwerb der Real- Filialen durch die Schwarz- Gruppe bzw. durch das im Parallelverfahren zu prüfende Erwerbsvorhaben der Edeka sowie den Erwerb weiterer Standorte durch Rewe komme nur die Schließung der

¹⁶⁸ Vgl. Schriftsatz von SCP vom 24. Februar 2021, S. 5.

großen Mehrheit der Real- Standorte bzw. ihre Veräußerung an LEH-fremde Betreiber in Betracht, da ein dauerhaftes Weiterbetreiben der Real- Standorte durch SCP ausscheide. Es gebe für diese – jenseits der führenden Unternehmensgruppen Edeka, Rewe und Schwarz – keine anderen Interessenten aus dem LEH. Im gleichen Sinne hat Edeka im Rahmen der Anmeldung des vorliegenden Vorhabens argumentiert.

- 1019 Zutreffend daran erscheint, dass ohne die Veräußerung größerer Standortpakete an Edeka, Kaufland und Rewe wegen des unabwiesbaren Investitionsbedarfs eine dauerhafte Zukunftsperspektive für Real als Ganzes ausgesprochen fraglich erscheint. Bereits der bisherige Eigentümer Metro sah angesichts erheblicher Verluste und eines hohen Investitionsstaus keine Aussicht, Real rentabel fortzuführen. Rewe hat im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) in ihrer gegenüber den Zusagenvorschlägen kritischen Stellungnahme vom 17. Dezember 2020 mehrfach die angespannte wirtschaftliche Lage Reals betont und die Befürchtung geäußert, dass angesichts dessen Verzögerungen des Veräußerungsprozesses, wie sie wegen des Fehlens eines Veräußerungstreuhänders möglich seien, zum Ausscheiden von Real- Standorten aus dem Markt führen könnten, so dass sie nicht mehr an mittelständische LEH- Unternehmen verkauft werden könnten. Wenn SCP sich zudem nicht als dauerhafter Betreiber der übernommenen Standorte sieht, so ist dies schon deshalb nachvollziehbar, weil dieser Immobilien- und Finanzinvestor weder über ein eigenes Beschaffungswesen im Food-Bereich noch über die erforderliche Logistik zur selbständigen Versorgung der Standorte verfügt, sondern diese wesentlichen Unternehmensfunktionen lediglich übergangsweise durch die ehemalige Real-Eigentümerin Metro entgeltlich zur Verfügung gestellt werden. Eine dauerhafte Perspektive bietet dieses Modell kaum, und ausländische Handelsunternehmen sind offenbar ebenfalls nicht bereit, durch einen Erwerb der Real- Standorte in den deutschen Markt einzusteigen.
- 1020 Indes wäre das zutreffende Alternativszenario nicht der sofortige Marktaustritt sämtlicher Real- Standorte. Vielmehr sind einige Standorte durchaus rentabel, andere jedenfalls noch für einige Zeit überlebensfähig. Die Voraussetzungen einer Sanierungsfusion sind insofern nicht erfüllt: Ein Marktaustritt steht selbst für diejenigen Standorte, an denen mittelständische LEH- Unternehmen kein Erwerbsinteresse geäußert haben, nicht unmittelbar bevor; für einen Teil der Standorte liegen gegenüber dem Erwerb durch Edeka wettbewerblich günstigere Erwerbswünsche vor. Selbst für die nicht anderweitig verkäuflichen Standorte träte zumindest eine Verschlechterung der Wettbewerbssituation in zeitlicher Hinsicht ein, und zwar durch das Vorziehen des Ausscheidens als unabhängiger Wettbewerber.

- 1021 Von besonderem Gewicht erscheint zudem, dass bei einem schlichten Ausscheiden der Standorte aus dem Markt ein Teil des bisher von Real erwirtschafteten Absatz- und Beschaffungsvolumens auch den Mittelständlern zuwüchse, was bei einer Veräußerung an Edeka, Kaufland und Rewe nicht der Fall wäre. Die bisher auf Real entfallenden Marktanteile gingen in einem solchen Szenario auf die verbleibenden Marktteilnehmer über, wobei davon auszugehen ist, dass diese von dem Real- Volumen entsprechend ihren Marktanteilen profitieren würden. Neben Edeka, Kaufland und Rewe, die das – gemessen daran, auf wie viele Real- Standorte sich ihre Erwerbsabsichten richten – größte Interesse an Real- Standorten haben, würden demnach auch mittelständische Wettbewerber im Vollsortimentsbereich an der Verteilung des Real- Absatzvolumens partizipieren und auf diese Weise auch ihr Beschaffungsvolumen steigern können. Der auf sie entfallende Absatzmarktanteil dürfte dabei ihren Beschaffungsmarktanteilen entsprechen.
- 1022 Die verbleibenden RTG- Mitglieder einschließlich des neuen Mitgliedes Globus sowie Dohle (HIT) würden demgemäß entsprechend ihren Anteilen am Food- Beschaffungsvolumen des LEH (2018) vom Real- Beschaffungsvolumen im Food-Bereich (2018) ein Teilvolumen in Höhe von EUR [150- 200] Mio. hinzugewinnen. Zieht man vom Real- Beschaffungsvolumen des Jahres 2018 die Beschaffungsvolumina ab, die auf die bereits geschlossenen oder noch bis März 2021 dauerhaft für eine Schließung vorgesehenen Real- Filialen entfallen und sich daher ohnehin auf die verbleibenden LEH- Unternehmen verteilen werden, so vermindert sich das Beschaffungsvolumen, das den mittelständischen Vollsortimentsanbietern zuwüchse, auf EUR [150- 200] Mio.¹⁶⁹ Um ein solches Ergebnis im Falle einer Abgabe der Real- Standorten an die verbleibenden Marktteilnehmer zu erreichen, müssten die mittelständischen Vollsortimentsanbieter ebenfalls eine Reihe von Real- Standorten mit einem Beschaffungsvolumen von insgesamt über [150- 200] Mio. € erhalten.
- 1023 Dass eine solche Schließung, anders als der Verlust der Real-Beschaffungsvolumina für RTG im Falle der Veräußerung der Standorte an Edeka, Kaufland und Rewe, nicht unmittelbar bevorstünde, sondern das Real- Beschaffungsvolumen zunächst einmal weiterhin der RTG zugutekäme, ist dabei noch nicht berücksichtigt. Dies legt es nahe, eine Beteiligung der mittelständischen Vollsortimenter am zu verteilenden Real-Volumen entsprechend der bei Schließung der Real- Standorte eintretenden Lage erst dann anzunehmen, wenn sie bei der

¹⁶⁹ Bei Berücksichtigung der Standortschließungen bis März 2021 würde sich das Beschaffungsvolumen von Real von [...] Mrd. € auf [...] Mrd. € reduzieren.

Veräußerung der Standorte insgesamt mit Filialen berücksichtigt werden, deren Beschaffungsvolumen mehr als [150- 200] Mio. € ausmacht.

- 1024 Ohne eine derartige Beteiligung der mittelständischen Erwerbsinteressenten, insbesondere der RTG-Mitglieder, sind wettbewerblich erheblich nachteilige Auswirkungen des angemeldeten Vorhabens selbst dann festzustellen, wenn man – wofür aus Sicht der Beschlussabteilung die überzeugenderen Gründe sprechen – die eingangs skizzierten Grundannahmen für das Alternativszenario akzeptiert. Dass im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) die Abgabe von Real- Standorten mit einem Food- Beschaffungsvolumen in Höhe von 200 Mio. € an mittelständische LEH- Unternehmen, d.h. in einem nach dem Vorstehenden ausreichenden Umfang, zur auflösenden Bedingung für das Vorhaben gemacht wurde, bedeutet nicht, dass die beschaffungsseitige Problematik bereits gelöst wäre. Dies ist vielmehr erst dann der Fall, wenn dieses Ziel- Abgabevolumen auch erreicht und auf diese Weise eine dem Alternativszenario entsprechende Beteiligung der mittelständischen LEH- Unternehmen im Zuge des gesamten Real- Veräußerungsprozesses gewährleistet ist. Ob dies gelingen wird, ist gegenwärtig noch offen und kann daher vorliegend nicht als sicher unterstellt werden.
- 1025 SCP und Kaufland haben in ihren Stellungnahmen zum Entscheidungsentwurf im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) darauf hingewiesen, dass Kaufland eine sukzessive Integration der zu erwerbenden Standorte plane, sodass die letzten freigegebenen Standorte erst im Mai 2022 komplett an Kaufland übergehen würden. Bis dahin würden die noch nicht von Kaufland integrierten Real- Standorte weiter von SCP betrieben und die Waren durch die RTG beschafft. Dies trägt SCP gleichermaßen hinsichtlich des Übergangs der Standorte an Edeka im vorliegenden Verfahren vor.¹⁷⁰ Es ist davon auszugehen, dass auch bei einem Erwerb von Real- Filialen durch Edeka der Integrationsprozess einige Zeit in Anspruch nehmen würde. Damit würde gemäß der von Kaufland und SCP im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) sowie im vorliegenden Verfahren von SCP geäußerten Auffassung die RTG im Prognosezeitraum der Fusionskontrolle nicht wesentlich geschwächt. Danach mangle es für die Annahme der Beschlussabteilung, dass bei einem Ausscheiden von Real aus dem Markt davon auszugehen sei, dass die mittelständischen Unternehmen von dem Real- Volumen entsprechend ihren Marktanteilen profitieren würden, an einer nachvollziehbaren Begründung. Für eine überproportionale Berücksichtigung der Mittelständler fehle eine sachliche Grundlage.

¹⁷⁰ Vgl. Schriftsatz von RA Denzel vom 24. Februar 2021, S. 5.

- 1026 Globus hat im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) im Gegensatz dazu die Erwartung geäußert, dass im Fall einer Schließung der Real- Standorte ein überproportional großer Absatzmarktanteil an Globus übergehen würde. Zudem geht Globus davon aus, dass wesentliche Teile des Real- Netzes durchaus überlebensfähig seien; die Voraussetzungen einer Sanierungsfusion seien nicht erfüllt, würden aber durch das Alternativszenario überspielt. Dass SCP ein branchenfremder Immobilieninvestor sei, dürfe für die wirtschaftliche Prognose hinsichtlich der Real- Standorte nicht berücksichtigt werden. Auch der Markenverband hat im vorliegenden Verfahren sowie auch im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) hervorgehoben, dass die Voraussetzungen einer Sanierungsfusion nicht erfüllt seien.¹⁷¹ Edeka hat hingegen in ihrer Stellungnahme zum Entscheidungsentwurf im Parallelverfahren B2- 83/20 (Kaufland/Real) betont, dass es auf die Voraussetzungen einer Sanierungsfusion nicht ankomme, denn das Untersagungskriterium des SIEC verlange eine „erhebliche“ Wettbewerbsbehinderung. Deren Feststellung setze notwendigerweise den Vergleich der Entwicklung im Falle des Zusammenschlusses mit jener voraus, die ohne ihn einträte.
- 1027 Die Stellungnahmen sprechen nach Auffassung der Beschlussabteilung nicht gegen die Zugrundelegung des Alternativszenarios. Festzuhalten ist zunächst, dass die sukzessive Integration der übernommenen Real- Standorte durch Kaufland und Edeka die Folgen des Zusammenschlusses für RTG lediglich abmildert. An der grundsätzlich erheblich nachteiligen Wirkung des Vorhabens für die RTG ändert die zeitliche Staffelung der Integration nichts Wesentliches.
- 1028 Dass auch die mittelständischen Handelsunternehmen bei einer Schließung der Real- Filialen entsprechend ihren Marktanteilen das bisher auf Real entfallende Absatz- und Beschaffungsvolumen erobern würden, erscheint plausibel. Die Stellungnahmen von SCP und Edeka zeigen keine Gesichtspunkte auf, die eine gegenteilige Annahme hinreichend wahrscheinlich machen. Umgekehrt vermag auch Globus nicht überzeugend zu begründen, weshalb sie überproportional hohe, über ihren Marktanteil hinausgehende Anteile am Real- Volumen erobern könnte. Zwar ist Globus ein hinsichtlich Orientierung auf Großflächen sowie Sortimentstiefe und –breite naher Wettbewerber von Real. Angesichts der relativ kleinen Zahl von Globus-Standorten in Deutschland, die überdies in ihrer räumlichen Verteilung keine besonders großen Überschneidungen mit Real aufweisen, ist jedoch wenig wahrscheinlich, dass Globus überproportional von einem Marktaustritt der Real- Standorte profitieren würde.

¹⁷¹ Vgl. Schriftsatz Markenverband vom 4. März 2021, S.2ff.

- 1029 Entgegen der von Globus sowie dem Markenverband vertretenen Auffassung schließt der – auch seitens der Beschlussabteilung festgestellte – Umstand, dass die engen Voraussetzungen einer Sanierungsfusion nicht erfüllt sind, nicht von vornherein eine Berücksichtigung des skizzierten Alternativszenarios auf der Beschaffungsseite aus, die die Grundlage für eine Beseitigung des Wettbewerbsproblems durch Auflagen und Bedingungen bilden kann. Hierbei zeigen sich Unterschiede bei der Betrachtung der Absatzseite einerseits und der Beschaffungsseite andererseits. Absatzseitig herrscht gleichsam ein Alles-oder-Nichts-Prinzip: Dem Erwerber eines Standortes wachsen 100 % von dessen Absatzvolumen in einem räumlich eng begrenzten Markt zu; eine Verteilung des Absatzvolumens eines Standortes an alle im räumlichen Markt aktiven Wettbewerber, wie sie im Falle der Schließung des Standortes stattfände, scheidet regelmäßig aus. Die Herstellung einer Situation, die für die übrigen Wettbewerber mit dem Schließungsszenario gleichwertig wäre, ist daher absatzseitig über Auflagen und Bedingungen nur schwer zu erreichen. Sofern nicht ausnahmsweise die Voraussetzungen einer Sanierungsfusion erfüllt sind – die Marktanteile müssten in diesem Fall auch bei einer Schließung des Standortes allein dem Erwerber zuwachsen –, verschlechtert sich damit die Lage der Wettbewerber gegenüber dem Schließungsszenario. Lösungsmöglichkeiten bestehen dann nur in der Veräußerung oder Schließung eigener Standorte durch den Erwerber.
- 1030 Auf der Beschaffungsseite führen die weiten, regelmäßig nationalen räumlichen Märkte hingegen dazu, dass ein größerer Spielraum für die anteilige Berücksichtigung der Wettbewerber besteht. Die Marktposition aller Beteiligten wird dabei durch eine Vielzahl von Standorten bestimmt. Wird durch Auflagen und Bedingungen gewährleistet, dass die Position der nicht zusammenschlussbeteiligten Wettbewerber – vorliegend insbesondere eines Teils dieser Wettbewerber – einem zugrunde zu legenden Schließungsszenario entspricht oder sich sogar besser darstellt, als es bei der Schließung der Zielstandorte der Fall wäre, und hierdurch keine Verschlechterung der Wettbewerbssituation gegenüber dem Alternativszenario zu erwarten ist, so entfallen die Untersagungs Voraussetzungen, auch wenn die Voraussetzungen für eine Sanierungsfusion nicht erfüllt sind. Auf der Beschaffungsseite ist dies durch die Veräußerung von Standorten, die in Summe zu einem dem Schließungsszenario entsprechenden Zuwachs an Beschaffungsvolumen führen, durchaus erreichbar. Für die nach dem oben Gesagten notwendige Beteiligung der mittelständischen LEH- Unternehmen am Beschaffungsvolumen von Real erscheint es daher durchaus sachgerecht, das Alternativszenario als Vergleichsmaßstab zu wählen, auch wenn die Voraussetzungen für eine Sanierungsfusion nicht erfüllt sind.

e) Zusammenfassung

- 1031 Sowohl mit Blick auf die vertikale Beziehung zu Lieferanten als auch hinsichtlich des horizontalen Verhältnisses zu den Wettbewerbern im LEH ist demnach zu erwarten, dass das Vorhaben beschaffungsseitig wesentlichen Wettbewerb erheblich behindern wird. Dies gilt indes nur, soweit keine hinreichende Beteiligung mittelständischer LEH- Unternehmen, insbesondere der verbleibenden RTG-Mitglieder, am bislang auf Real entfallenden Beschaffungsvolumen gewährleistet ist.

IV. Abwägungsklausel

- 1032 Durch den Zusammenschluss eintretende Verbesserungen der Wettbewerbsbedingungen gemäß § 36 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 GWB, die die Behinderung des Wettbewerbs überwiegen, sind von den daran beteiligten Unternehmen nicht vorgetragen worden und auch sonst nicht ersichtlich.

V. Nebenbestimmungen

- 1033 Der Zusammenschluss kann nur unter den aus dem Tenor ersichtlichen aufschiebenden und auflösenden Bedingungen unter A., B., C. und D. sowie den entsprechenden Auflagen gemäß § 40 Abs. 3 GWB freigegeben werden. Die Nebenbestimmungen unter A. bis E. entsprechen dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit, weil sie zur Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen des § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB geeignet, erforderlich und angemessen sind.
- 1034 Die einzelnen Klauseln der angebotenen Nebenbestimmungen orientieren sich an dem entsprechenden Mustertext und dem hierzu veröffentlichten Leitfaden des Bundeskartellamtes, welcher grundlegende fallübergreifende Aspekte zur Verhältnismäßigkeit entsprechender Klauseln enthält.¹⁷²
- 1035 Voraussetzung für eine Freigabe mit Nebenbestimmungen gem. § 40 Abs. 3 Satz 1 GWB ist, dass die von den Zusammenschlussbeteiligten vorgeschlagenen Zusagen die Untersagungs Voraussetzungen vollständig und zeitnah beseitigen.¹⁷³ Sie müssen die fusionsbedingt zu erwartenden Marktstrukturverschlechterungen vollständig verhindern oder

¹⁷² Vgl. BKartA Leitfaden Zusagen in der Fusionskontrolle, 2017, verfügbar unter www.bundeskartellamt.bund.de.

¹⁷³ Vgl. ebenda, Rn. 14.

zumindest auf ein fusionskontrollrechtlich unbedenkliches Maß beschränken. Die Zusagen müssen strukturelle Wirkung entfalten, also längerfristige, strukturelle Anreize für wettbewerbliche Verhaltensweisen setzen.¹⁷⁴ Die (abstrakte) Eignung zur Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen muss sich aufgrund konkreter Umstände mit hinreichender Gewissheit prognostizieren lassen.¹⁷⁵ Daneben muss sichergestellt sein, dass die Zusagen langfristig wirken, ohne dass eine laufende Kontrolle ihrer Umsetzung durch das Bundeskartellamt erforderlich ist.¹⁷⁶ Schließlich muss die Umsetzung der vorgeschlagenen Zusagen auch hinreichend sicher prognostiziert werden können¹⁷⁷, und die Erfüllung der Nebenbestimmung darf nicht ihrerseits zu einer Beeinträchtigung wesentlichen Wettbewerbs führen.¹⁷⁸

- 1036 Das Bundeskartellamt hat daher vorliegend nur strukturell wirkende Bedingungen akzeptiert, die auf den Nichterwerb, die Schließung bzw. die Veräußerung von Standorten sowie die Schaffung direkter und langfristiger Wettbewerbsimpulse abzielen. Auch auf der Beschaffungsseite kamen deswegen für das Bundeskartellamt keine Verhaltenszusagen in Betracht, sondern nur die strukturell wirkende Bedingung, Standorte an andere LEH- Unternehmen zu veräußern.
- 1037 Die Nebenbestimmungen beruhen im Wesentlichen auf einem Vorschlag, den die Zusammenschlussbeteiligten im Verfahren am 25. Februar 2021 zur Abwendung einer Untersagung vorgelegt und konkretisiert haben. Die Beschlussabteilung hat die vorgeschlagenen Verpflichtungen nach dem Markttest vom 25. Februar 2021 eingehend geprüft und in der Folge einer abschließenden Würdigung unterzogen. Die kritischen Stellungnahmen der Beigeladenen Rewe, Kaufland, Kaes und Tegut sowie des Markenverbandes gaben keine Veranlassung zu weiteren substantiellen Änderungen.
- 1038 Die Zusammenschlussbeteiligten haben sich die aufgrund der entsprechenden Rückmeldung der Beschlussabteilung vom 10. März 2021 modifizierten Nebenbestimmungen im Umfang dieses Tenors am 15. März 2021 im Sinne des § 40 Abs. 3 GWB zu Eigen gemacht.

¹⁷⁴ Vgl. Kallfaß in Langen/Bunte, 13. Aufl. Bd. 1, § 40 GWB, Rn. 39.

¹⁷⁵ Vgl. Dubberstein, in: Münchener Kommentar, 3. Aufl., Bd. 2, § 40 GWB, Rn. 59.

¹⁷⁶ Vgl. Dubberstein, in: Münchener Kommentar, 3. Aufl., Bd. 2, § 40 GWB, Rn. 61.

¹⁷⁷ Vgl. Dubberstein, in: Münchener KommBunte, 13. Aufl. Bd. 1, § 40 GWB, Rn. 39.

¹⁷⁷ Vgl. Dubberstein, in: Münchener Kommentar, 3. Aufl., Bd. 2, § 40 GWB, Rn. 59.

¹⁷⁷ Vgl. Dubberstein, in: Münchener Kommentar, 3. Aufl., Bd. 2, § 40 GWB, Rn. 61.

¹⁷⁷ Vgl. Dubberstein, in: Mentar, 3. Aufl., Bd. 2, § 40 GWB, Rn. 59.

¹⁷⁸ Vgl. Kallfaß in Langen/Bunte, 13. Aufl. Bd. 1, § 40 GWB, Rn. 39.

1039 Die im Tenor zur Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen verfügten Nebenbestimmungen erfüllen die genannten Voraussetzungen, denn eine wirksame Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen nach § 36 Abs. 1 Satz 1 GWB kann durch andere, die Zusammenschlussbeteiligten weniger belastende Maßnahmen als die im Beschlusstenor genannten auflösenden und aufschiebenden Bedingungen unter A. B., C. und D. nicht erreicht werden.

1040 Im Einzelnen:

1. Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen

1041 Der im Tenor unter A. verfügte Erwerbsverzicht für die aufgeführten 21 Standorte beseitigt die absatzseitigen Untersagungs Voraussetzungen für den in Rede stehenden Zusammenschluss. Durch den Erwerbsverzicht kann eine Freigabe hinsichtlich der restlichen durch Edeka zum Erwerb angemeldeten Real- Standorte erfolgen, da eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in den somit noch betroffenen Markträumen nicht festgestellt werden kann. Der Zeitraum von zwei Jahren, in dem der Erwerbsverzicht Geltung hat, ist notwendig und geeignet, die Wirksamkeit der Nebenbestimmung sicherzustellen. In dieser Zeit ist mit einer zusammenschlussbedingten Verzerrung des Wettbewerbsgeschehens nicht zu rechnen. Nach Ablauf von zwei Jahren ist den Zusammenschlussbeteiligten in der unter A. tenorierten Nebenbestimmung aufgegeben, das Vorhaben erneut beim Bundeskartellamt anzumelden, soweit es sich dabei um ein anmeldepflichtiges Zusammenschlussvorhaben handelt.

1042 Die im Tenor zu A. genannten 5 Teilungsstandorte sind dabei vom Erwerbsverbot unter den im Tenor zu B. genannten aufschiebenden Bedingungen der Teilflächenübertragung auf einen Drittmietter zur Nutzung der Teilfläche als Wettbewerber auf dem jeweils räumlich relevanten Markt im LEH bis zum [REDACTED] freigestellt. Im Falle der Nichterfüllung der aufschiebenden Bedingung greift dann wiederum das Erwerbsverbot im Tenor unter A. als auflösende Bedingung.

1043 In den jeweiligen Markträumen führt die Teilflächenübertragung, wie oben anlässlich der Würdigung der jeweiligen Markträume dargelegt, zur Beseitigung der standortspezifischen Wettbewerbsbedenken. Standortübergreifend betrachtet bewirkt die dadurch herbeizuführende unmittelbare räumliche Nachbarschaft zu einem konkurrierenden LEH-Drittmietter eine Belebung der Wettbewerbslage vor Ort durch Schaffung einer unmittelbaren Ausweichalternative für die Verbraucher. Insoweit fällt die stimulierende wettbewerbliche Wirkung dieser Verpflichtungszusage in diesem Fall als prokompetitiver Pluspunkt im

Verhältnis zur Flächenreduzierung der Schließungszusage im Marktraum Ratingen ins Gewicht. Die jeweiligen Mindestgrößen der abzugebenden Teilflächen orientieren sich dabei an den standortspezifischen Gegebenheiten und kombinieren eine Verringerung der Marktanteilsaddition mit einem Wettbewerbsstimulus vor Ort.

1044 Die im Tenor unter C. aufgenommene Schließungsverpflichtung führt, wie in der standortspezifischen Würdigung ausgeführt, dazu, dass der fusionsbedingte Marktanteilszuwachs auf ein Maß reduziert wird, das geeignet ist, die wettbewerblichen Bedenken der Beschlussabteilung zu beseitigen, da keine wettbewerblich unkontrollierten Verhaltensspielräume eröffnet werden. Folglich war in diesem Marktraum auch kein darüberhinausgehender Wettbewerbsimpuls im Wege der Verpflichtungszusage der Teilflächenübertragung angezeigt. Die im Tenor zu D. aufgebene Veräußerungsverpflichtung dient dazu, den mittelständischen Wettbewerbern, insbesondere den verbleibenden Mitgliedern der Beschaffungskoooperation RTG, den Erwerb einer solchen Anzahl von Real-Standorten zu ermöglichen, dass das dadurch hinzugewonnene Beschaffungsvolumen über den Zuwachs hinausgeht, den eine Schließung der Real-Filialen ihnen nach Maßgabe ihrer Marktanteile verschaffen würde. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass ohne die Veräußerung des Großteils der Real-Standorte an Unternehmen der Spitzengruppe des LEH ein Fortbestand der Real-Standorte als Marktteilnehmer im LEH ausgesprochen fraglich erschiene. Der im Vergleich zu ihrem Marktanteil überproportionale Zuwachs gleicht dabei das – im Vergleich zum Alternativszenario vorzeitige – Ausscheiden der Real-Filialen als Bestandteil der RTG und ihren raschen Übergang zu den führenden LEH- Unternehmen aus. Damit wird zwar nicht verhindert, dass der Vorsprung der führenden LEH- Unternehmen vor den mittelständischen Händlern sich vergrößert. Dieser Effekt wird jedoch über das im Alternativszenario zu erwartende Maß hinaus begrenzt. Das Zielvolumen gewährleistet dabei, dass die mittelständischen Händler einen substantiellen Zuwachs erlangen können. Dass dieser Zuwachs insbesondere der Einkaufskoooperation RTG zugutekommen wird, gleicht das Ausscheiden eines großen Teils der Real-Filialen nicht aus, mindert diesen Verlust aber so, dass die Relevanz der RTG als Absatzalternative zu den führenden LEH- Unternehmen erhalten bleibt.

1045 Die Beschlussabteilung hat den Vorschlag der Zusammenschlussbeteiligten einem Markttest unterzogen, indem sie den Beigeladenen sowie dem Markenverband Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben hat. Stellung genommen haben die Beigeladenen Rewe, Kaufland,

Tegut und Kaes sowie der Markenverband. Die in diesen Stellungnahmen geäußerte Kritik vermag nichts an der Einschätzung der Beschlussabteilung zu ändern, dass die Freigabe des Zusammenschlussvorhabens nur mit den im Tenor erlassenen Nebenbestimmungen möglich ist, dass diese jedoch andererseits auch geeignet sind, die Wirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf ein fusionskontrollrechtlich unbedenkliches Ausmaß zu reduzieren.

- 1046 In Bezug auf die Teilflächenübertragung wurde insbesondere von Rewe und Kaufland vorgetragen, dass die jeweiligen Größenordnungen unzureichend seien, da diese eher der durchschnittlichen Größe eines Discounters als eines Vollsortimenters entsprächen und im Vergleich zur der Gesamtfläche des jeweiligen Real- Standortes zu gering ausfallen würden. Dem ist zu entgegnen, dass die Nebenbestimmung der Teilflächenübertragung den Kreis der möglichen Drittmietler offenhält. Die direkte räumliche wettbewerbliche Nachbarschaft, die durch dieses Erfordernis erzeugt werden wird, ist für den LEH ein eher atypisches Szenario, so dass der pauschale Verweis auf größere Durchschnittsgrößen der Vollsortimenter für diese Konstellation wenig aussagekräftig ist und die genannten Unternehmen auch selbst mit kleineren Verkaufsflächen am Markt präsent sind (bspw. Rewe City). Gleichzeitig sind die jeweiligen Größenordnungen der Teilflächen bewusst nur als Mindestgrößen formuliert, so dass im Einzelfall auch flächenmäßig darüberhinausgehende Drittmietkonstellationen möglich bleiben. Aus Sicht der Beschlussabteilung ist eine Teilflächenübernahme durch einen Vollsortimenter damit gerade nicht vom Ansatz her ausgeschlossen.
- 1047 Zudem ist zu beachten, dass der Kreis der möglichen Drittmietler stets unter dem Zustimmungsvorbehalt der Beschlussabteilung steht, welcher von der Anforderung flankiert wird, dass der fragliche Drittmietler *prima facie* keine Verschlechterungen der Wettbewerbsbedingungen erwarten lässt. Aus Sicht der Beschlussabteilung wird damit sichergestellt, dass die Teilflächenübertragung im jeweiligen Marktraum nur zum Tragen kommt, wenn der konkrete Drittmietler die Gewähr für eine Belebung der wettbewerblichen Landschaft vor Ort bietet und die Teilflächenübertragung über die Verringerung des Marktanteilszuwachses hinaus damit die standortspezifischen Wettbewerbsbedenken der Beschlussabteilung beseitigen kann.
- 1048 Gegen die Schließungszusage im Marktraum Ratingen wurde von Kaufland vorgebracht, dass die Beschlussabteilung im Parallelverfahren B2-83/20 (Kaufland/Real) im Marktraum Heidenheim eine angedachte Standortschließung als nicht geeignet zur Beseitigung der wettbewerblichen Bedenken angesehen hat. Insoweit genügt der Hinweis darauf, dass die

oben ausführlich gewürdigten standortspezifischen wettbewerblichen Bedingungen sich in den beiden Markträumen erheblich unterschieden haben und die Tauglichkeit dieser Nebenbestimmung vorliegend allein für die standortspezifischen Auswirkungen auf den Marktraum Ratingen geprüft wurde.

1049 Neben standortspezifischer Kritik, auf die bereits innerhalb der wettbewerblichen Würdigung des Marktraums Ratingen eingegangen wurde, hat Rewe gerügt, dass das ursprünglich angedachte 5-jährige Wiederöffnungsverbot zeitlich zu kurz geraten sei sowie die zeitliche Divergenz zwischen Neueröffnungs- und Wiedereröffnungsverbot im Tenor zu C.2. Auch Tegut moniert die zu kurze Dauer des Neueröffnungsverbots. Der erste Punkt ist bereits deshalb hinfällig, weil das Wiedereröffnungsverbot für den [REDACTED] vorliegend auf eine 10-jährige Geltungsdauer erhöht wurde. Zum vom Schließungsstandort unabhängigen Neueröffnungsverbot ist darauf hinzuweisen, dass dies in seiner räumlichen Wirkung deutlich weitreichender ist und eine [REDACTED] Dauer insoweit genügt, um die den strukturellen Effekt der Nebenbestimmung abzusichern, weshalb ein zeitlicher Gleichlauf mit dem Wiedereröffnungsverbot unverhältnismäßig wäre.

1050 Hinsichtlich der Veräußerungspflicht richtet sich die Kritik neben dem auflösenden Charakter der Bedingung (dazu unter 6.) vor allem gegen den aus Sicht des Markenverbandes sowie von Kaes, Tegut unzureichenden Umfang des Zielvolumens. Diese Einschätzung beruht offenbar insgesamt auf der Annahme, dass das von der Beschlussabteilung ausführlich dargelegte Alternativszenario nicht durchgreift, vielmehr die Real-Standorte von SCP dauerhaft unter Erhalt ihres vollen Wettbewerbspotenzials weiterbetrieben werden könnten oder zwangsläufig Erwerbern außerhalb der Spitzengruppe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel in so erheblichem Umfang zufallen würden, dass ein spürbarer Zuwachs an Beschaffungsvolumen für Edeka und die Mitglieder des Spitzengruppe ausgeschlossen wäre. Legt man diese – aus Sicht der Beschlussabteilung unrealistische – Prämisse zugrunde, so muss der Umfang der Veräußerungsverpflichtung – insoweit folgerichtig – unzutreffend erscheinen. Diese Divergenz im Ausgangspunkt ist durch die Gestaltung der Nebenbestimmungen schwerlich überbrückbar; die daraus folgende negative Bewertung des Zielvolumens für die Veräußerungszusage in den genannten Stellungnahmen erscheint somit auch nicht geeignet, die Beschlussabteilung zu einer Erhöhung des Zielvolumens zu veranlassen.

2. Strukturelle und langfristige Wirkung der Zusagen

- 1051 Die strukturelle Änderung der Verpflichtungszusage gegenüber dem geplanten Zusammenschluss liegt darin, dass gemäß Buchst. A. des Tenors der Erwerb solcher Standorte durch Edeka, die absatzseitig in den betroffenen Märkten zur Erfüllung der Untersagungsvoraussetzungen führen würden, im Rahmen des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens sowie für eine angemessene Frist darüber hinaus nicht stattfinden darf. Eine Marktanteilsaddition zugunsten von Edeka wird hierdurch unterbunden; die bestehende Marktstruktur bleibt insoweit gewahrt.
- 1052 Die im Tenor zu B. konkretisierte Verpflichtungszusage der Teilflächenübertragung entfaltet in Anbetracht ihrer Ausgestaltung und Dauer vorliegend eine strukturelle Wirkung auf den jeweiligen räumlich relevanten Märkten. Die im Tenor zu B.2. enthaltene Pflicht der Nutzungsüberlassung und ihres Nachweises bewirkt ein unmittelbares räumliches wettbewerbliches Näheverhältnis. Dem steht gerade nicht entgegen, dass Edeka insoweit als Untervermieter der jeweiligen Teilflächen fungieren kann, weil die im Tenor unter B.3-6. näher spezifizierte Modalitäten der Teilflächenübertragung sicherstellen, dass ein tauglicher Drittmietter die jeweilige Teilfläche letztlich auch tatsächlich im Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel zu Edeka betreiben wird. Das Zusammenspiel aus den Anforderungen, die die Drittmietter erfüllen müssen, stellt dabei sicher, dass das in der Teilflächenübertragung manifestierte Wettbewerbspotenzial in den jeweiligen räumlichen LEH-Märkten langfristig von einem Wettbewerber in einer unmittelbaren räumlichen Konkurrenzlage gehoben werden kann.
- 1053 Das im Tenor zu C. enthaltene Schließungsgebot entfaltet im Hinblick auf die im Marktraum befindliche Marktanteilsverteilung und den fusionsbedingten Flächenzuwachs eine unmittelbare marktstrukturelle Wirkung. Die 10-jährige Dauer des flankierenden Wiedereröffnungsverbots erzeugt dabei eine langfristige Perpetuierung dieses Effekts. Das ■■■■ Neueröffnungsverbot in den konkreten PLZ-Gebieten verschafft den Wettbewerbern in diesem Marktraum zusätzliche Entfaltungsmöglichkeiten.
- 1054 Das in den Tenor zu D. gekleidete Gebot zur Veräußerung von Standorten insbesondere an mittelständische Handelsunternehmen wirkt ebenfalls strukturell. Denn die Erwerber erweitern ihr Vertriebsnetz dauerhaft und steigern damit nicht nur ihr Absatz- sondern zugleich ihr Beschaffungsvolumen. Die besondere Berücksichtigung von RTG- Mitgliedern stellt dabei sicher, dass die Relevanz dieser Einkaufskooperation als Absatzalternative für die Lieferanten trotz des Verkaufs eines großen Teils der Real- Standorte an Edeka erhalten bleibt.

- 1055 Die genannten Anforderungen an den Kreis der Erwerber (Tenor zu D. 6.) stellen dabei sicher, dass das wettbewerbliche Potential der zu veräußernden Standorte dauerhaft fortbesteht.
- 1056 Nicht erforderlich ist im vorliegenden Fall eine Vorgabe, dass die zu veräußernden Standorte an einen einzigen Erwerber veräußert werden. Eine solche Vorgabe erscheint zwar im Regelfall sinnvoll, um das wettbewerbliche Potenzial eines im Rahmen einer Veräußerungszusage zu veräußernden Unternehmens möglichst vollständig und gebündelt zu erhalten.¹⁷⁹ Im vorliegenden Fall verfügen die Real- Standorte allerdings über ein im jeweiligen Marktraum wirkendes Wettbewerbspotenzial, das auch durch unterschiedliche Erwerber zur Geltung gebracht werden kann. Da es insoweit lediglich um die Stärkung der beschaffungsseitigen Position der Erwerber geht, bedarf es keiner Vorgaben hinsichtlich der Lage der zu veräußernden Standorte. Vielmehr sind sämtliche im Portfolio von SCP befindlichen Real- Standorte grundsätzlich zur Veräußerung geeignet; welche von ihnen schließlich Gegenstand der Veräußerung werden, hängt wesentlich von den Interessen der mittelständischen Erwerbsinteressenten ab.
- 1057 Auch die weiteren Pflichten nach Absatz D. des Tenors sind notwendig und geeignet, aber auch angemessen, die Wirksamkeit der Veräußerungsverpflichtung langfristig sicherzustellen. Durch den Tenor zu D. 7.lit.a. wird gewährleistet, dass bis zum vollständigen Übergang des Geschäftsbetriebs eine Beschaffung weiterhin über die RTG erfolgt; dies sichert der RTG das Beschaffungsvolumen der Veräußerungsstandorte und den betreffenden Standorten die Versorgung mit Waren zu RTG-Konditionen.
- 1058 Der Tenor zu D. 7.lit.b. stellt sicher, dass der Wert der Veräußerungsstandorte nicht durch SCP beeinträchtigt wird. Eines gesonderten Rückkaufverbotes bedarf es im vorliegenden Fall nicht. Die Erwerbsinteressen der mittelständischen Handelsunternehmen sind nach Einschätzung der Beschlussabteilung auf eine dauerhafte Integration der Veräußerungsstandorte in das eigene Vertriebsnetz gerichtet. Im Zusammenspiel mit den Anforderungen, die die Erwerber erfüllen müssen, gewährleistet dies einen nicht nur kurzfristigen Übergang des Wettbewerbspotentials der Standorte.
- 1059 Entgegen der Auffassung von Rewe bedarf es hinsichtlich der vom Erwerbsverbot (Tenor zu A.) betroffenen Standorte nicht der Anordnung eines Neueröffnungsverbotes, um den Wert der Standorte zu erhalten. Es geht beim Tenor zu A. um die Wahrung des fusionskontrollrechtlichen Status quo, wie er auch bei einer Rücknahme der Anmeldung und

¹⁷⁹ Vgl. BKartA Leitfaden Zusagen in der Fusionskontrolle, 2017, Rn. 65, www.bundeskartellamt.de.

einer Neuanmeldung des Vorhabens unter Aussparung der betreffenden Standorte erreicht würde. Dagegen kommt es nicht – wie in anderen Fällen – darauf an, durch die Abgabe bereits im Bestand des Erwerbers befindlicher Standorte weitere Wettbewerbsimpulse zu setzen, die erst die Voraussetzungen für die Freigabe des Erwerbs eines zusätzlichen Standortes in einem räumlichen Markt schaffen würden. Des besonderen Schutzes des Wettbewerbspotentials eines Abgabestandortes bedarf es daher bei den vom Erwerbsverbot betroffenen Standorten nicht. Angesichts der beschriebenen Zielsetzung und Wirkungsweise der Bestimmung des Tenors zu A. wäre auch ein mehr als zwei Jahre andauerndes Erwerbsverbot entgegen der Auffassung von Rewe und Tegut unverhältnismäßig.

3. Keine Wettbewerbsbehinderung durch Teilflächenübertragung/Veräußerung

1060 Die Umsetzung der Nebenbestimmungen darf ihrerseits keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs nach sich ziehen. Dies ist mit Blick auf das Erwerbsverbot (Tenor zu A.) ohne Weiteres gewährleistet, denn mit ihm wird der wettbewerbliche status quo gewahrt. In Bezug auf die Verpflichtung zur Übertagung von Teilflächen an Drittmietler (Tenor zu B.) wurde ausdrücklich der Zustimmungsvorbehalt der Beschlussabteilung aufgenommen, dass der Betrieb durch den Drittmietler *prima facie* keine Wettbewerbsbehinderung erwarten lassen darf. Hinsichtlich der Veräußerungsverpflichtung (Tenor zu D.) wird bereits durch die Anforderungen an den Kreis der Erwerber, bei denen es sich um mittelständische Händler oder neu in den deutschen Markt eintretende Unternehmen handeln muss, dafür gesorgt, dass der Erwerb der Veräußerungsstandorte keine wettbewerblichen Probleme aufwerfen dürfte.

4. Umsetzbarkeit der Zusagen

1061 Die Umsetzbarkeit der tenorierten Nebenbestimmungen ist mit hinreichender Sicherheit zu bejahen.

1062 Die Unterlassungspflicht gemäß dem Tenor zu A. ist von vornherein unproblematisch zu verwirklichen; es geht lediglich um die Wahrung des Status quo. Hinsichtlich der Teilungsstandorte wurde die jeweils abzugebende Mindestgröße so gefasst, dass der Kreis möglicher Interessenten aus dem LEH sowohl Vollsortimenter als auch Discounter umschließt, weshalb die Beschlussabteilung von einem hinreichenden Interesse für eine fristgerechte Erfüllung ausgeht. Die aufschiebende Bedingung schafft insoweit auch auf Seiten von Edeka eine Anreizlage, die eine kommerzielle Einigung und die Übertragung an einen tauglichen Drittmietler erwarten lässt. Die Schließungszusage (Tenor zu C.) liegt in der Hand von Edeka, so dass diesbezüglich keine Umsetzungshindernisse zu erwarten sind. Die

Veräußerungsstandorte gemäß dem Tenor zu D. können aus dem gesamten Bestand von SCP an Real- Standorten stammen, und es ist zu erwarten, dass hinreichendes Interesse der in Betracht kommenden Erwerber besteht, für ihr Vertriebsnetz geeignete Standorte zu erlangen. Angesichts des beiderseitigen Interesses an einer Einigung dürfte das Zielvolumen somit erreichbar sein. Die Umsetzung der entsprechenden Erwerbsvorgänge selbst lässt keine besonderen Probleme erwarten, zumal auf Wunsch der Erwerber die Integration der Standorte zeitlich gestaffelt werden kann. Da die überwiegende Zahl der Standorte nicht im Eigentum von SCP steht, wird es zwar in vielen Fällen Verhandlungen mit den Vermietern bedürfen. Die vorgesehenen Veräußerungsmöglichkeiten lassen indes hinreichenden Spielraum, um auf die vertraglichen Gegebenheiten zu reagieren und den Erwerbern auch unter Berücksichtigung der Belange der Vermieter die Nutzungsmöglichkeit an den Betriebsflächen zu verschaffen.

5. Übertragungs- und Veräußerungsfrist

1063 Die Frist für die Teilflächenübertragung im Tenor zu B.6 ist hinreichend kurz, um einen merklichen Einigungsdruck zwischen Edeka und möglichen Interessenten zu erzeugen. Gleiches gilt für die Veräußerungsfrist im Tenor zu D.4. Erfahrungsgemäß führen kurze Veräußerungsfristen zu einem größeren Erfolg der Veräußerung, weil der Veräußerungsgegenstand ansonsten einem längeren Zeitraum der Unsicherheit ausgesetzt wird.¹⁸⁰ Um dies zu verhindern und dem Veräußerungsprozess – gerade im Hinblick auf den auflösenden Charakter der Bedingung – hinreichenden Nachdruck zu sichern, ist die im Tenor zu D. 1 Abs. 2 i.V.m. Ziff. 4 S. 1 gesetzte Frist für die Veräußerung angemessen kurz. Sollte die vorgenannte Frist für die Veräußerung nicht ausreichen, kann die Beschlussabteilung sie auf entsprechend begründeten Antrag der Beteiligten gemäß Ziff. 4 S. 2 bzw. Ziff. 6. S.2 im Tenor unter B. für die Teilflächenübertragung verlängern, sofern die dort jeweils genannten Voraussetzungen erfüllt sind. Verhindert werden soll mit den Bestimmungen, dass die Teilflächenübertragung im Wege der Untermiete bzw. der Erwerb der zur Erfüllung des geforderten Beschaffungsvolumens noch erforderlichen Standorte seitens der Erwerbsinteressenten sachwidrig verzögert wird, um exzessive, marktferne finanzielle Zugeständnisse vor dem Hintergrund der drohenden Rückabwicklung des Vorhabens durchzusetzen. Die genannten Voraussetzungen stellen dabei sicher, dass die Beschlussabteilung angemessen reagieren und die Besonderheiten des

¹⁸⁰ Vgl. B9-48/15 (WM/Trost) vom 13.8.2015, Rn. 330; verfügbar unter www.bundeskartellamt.de. Dies entspricht auf der Erfahrung der Europäischen Kommission, vgl. die Mitteilung der Europäischen Kommission über nach der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 802/2004 der Kommission zulässige Abhilfemaßnahmen, ABl. EG Nr. C 267, S. 1, Rn. 98.

Veräußerungsprozesses, insbesondere die Anforderungen an den Kreis der Erwerber, hinreichend berücksichtigen kann. Einer weiteren Präzisierung bedarf es hierfür entgegen der Auffassung von Rewe nicht.

6. Aufschiebende und auflösende Bedingungen

1064 Der präventiven Kontrolle, die verhindern will, dass erhebliche Behinderungen wirksamen Wettbewerbs überhaupt erst entstehen, entsprechen vorrangig aufschiebende Bedingungen,¹⁸¹ wie sie für den vorliegenden Fall für die Teilflächenübertragung gewählt wurde. In der Stellungnahme von Rewe wird diese Konstruktion darüber hinaus auch für das Erwerbsverbot sowie die Veräußerungsverpflichtung vor dem Hintergrund des Entflechtungsrisikos gefordert. Auch der Markenverband übt Kritik am nur auflösenden Charakter der die Beschaffungsseite betreffenden Bedingung (Tenor zu D.). Im vorliegenden Fall sind jedoch teilweise hinsichtlich der absatz- als auch der beschaffungsseitig vorgesehenen strukturellen Maßnahmen auflösende Bedingungen ausreichend. Hinsichtlich des Nichterwerbs von Standorten, die absatzseitig die Untersagungs Voraussetzungen erfüllen (Tenor zu A.), folgt dies bereits daraus, dass die betreffenden Standorte sich noch nicht im Vertriebsnetz von Edeka befinden. Die Wahrung dieses Zustandes ist nicht durch eine aufschiebende, sondern sinnvollerweise nur durch eine auflösende Bedingung zu sichern. Die Ausgestaltung der Schließungszusage für den Marktraum Ratingen (Tenor zu C.) als aufschiebende Bedingung ist vorliegend nicht erforderlich, weil der maßgebliche Zeitpunkt des Bedingungseintritts bereits mit der Wiederöffnung des zu übernehmenden Real- Standortes verwoben ist.

1065 Hinsichtlich der Veräußerungsverpflichtung (Tenor zu D.) käme zwar eine aufschiebende Bedingung wie im Fall der Teilflächenübertragung in Betracht. Sie ist angesichts der Besonderheiten des vorliegenden Falles diesbezüglich jedoch nicht erforderlich. Aufschiebende Bedingungen sollen verhindern, dass durch den Vollzug des Vorhabens zunächst ein wettbewerbswidriger Zustand eintritt. Zudem sollen sie den Schwierigkeiten vorbeugen, die mit der Entflechtung eines vollzogenen Vorhabens bei Eintritt einer auflösenden Bedingung verbunden sein können. Beide Gesichtspunkte stehen einer auflösenden Bedingung indes für die fraglichen fristgebundenen Nebenbestimmungen nicht entgegen. Im Fall der Teilflächenübertragung hat sich die Beschlussabteilung demgegenüber

¹⁸¹ Vgl. B9-48/15 (WM/Trost) vom 13.8.2015, Rn. 345; verfügbar unter www.bundeskartellamt.de; Kallfaß, in: Langen/Bunte, 13. Aufl., Bd. 1, § 40 GWB Rn. 38 ff.

wegen des vertraglichen Dauerschuldverhältnisses zwischen Edeka und Drittmietern entschieden, diese Nebenbestimmung mit einer aufschiebenden Bedingung abzusichern.

- 1066 So droht ein vorübergehender wettbewerbswidriger Zustand weder absatz- noch beschaffungsseitig. Absatzseitig wird er durch das Erwerbsverbot gemäß dem Tenor zu A. verhindert. Beschaffungsseitig wird Edeka zwar seine Position bereits vor vollständiger Umsetzung der Veräußerungsverpflichtung verstärken können. Zumindest in Höhe des Zielvolumens gemäß dem Tenor zu D. 1. werden jedoch potentielle Veräußerungsstandorte weiterhin über die RTG beschaffen, da nur so ihr wirtschaftlicher Betrieb aufrechterhalten werden kann und anderenfalls eine Veräußerung zu für SCP akzeptablen Konditionen nicht in Betracht käme. Zumindest in Höhe des Zielvolumens ist daher auch während der Veräußerungsfrist eine Beschaffung über die RTG gewährleistet, soweit nicht schon im Wege des „fix-it-first“ Standorte an geeignete Erwerber übergegangen sind und insoweit der wettbewerblich mit der Bedingung angestrebte Zustand bereits erreicht ist.
- 1067 Zudem erscheint auch das von Rewe hervorgehobene Risiko, dass es zu einer Entflechtung kommen könnte, im vorliegenden Fall gering. SCP hat erhebliche Anstrengungen unternommen, um einen möglichst großen Teil des Zielvolumens bereits im Wege des „fix-it-first“ zu erreichen und sowohl im Eigeninteresse als auch im Interesse von Edeka sowie – im Parallelverfahren B2-83/20 (Kaufland/Real) – Kaufland die Wahrscheinlichkeit eines Eintritts der auflösenden Bedingung zu minimieren. Die Beigeladenen Kaes und Tegut bekräftigen auch in ihren Stellungnahmen ihr Interesse am Erwerb von Real- Standorten.
- 1068 Der Umstand, dass die Beschlussabteilung das Zielvolumen gemäß dem Tenor zu D. 1. auch im abgeschlossenen Parallelverfahren B2-83/20 (Kaufland/Real) zum Gegenstand einer gleichlautenden auflösenden Bedingung gemacht hat, begründet dabei verfahrensübergreifend einen Anreiz für die Erwerberinnen Edeka und Kaufland, auch solche Standorte für den Erwerb durch Mittelständler zur Verfügung zu stellen, die sie selbst unter absatzseitigen Aspekten durchaus erwerben dürften. Die Bereitschaft zu solchen Zugeständnissen ist deswegen von besonderer Bedeutung, weil das Erwerbsinteresse der mittelständischen Handelsunternehmen sich nach den Erkenntnissen der Beschlussabteilung auf „Pakete“ richtet, die sich insbesondere auch aus Standorten des vorliegenden sowie des Parallelverfahrens zusammensetzen und dabei nicht zuletzt solche Standorte umfassen, deren Erwerb durch Edeka bzw. Kaufland absatzseitig keine Wettbewerbsprobleme aufwürfe. Die Veräußerungsverpflichtung zielt gerade nicht allein auf solche Standorte, die dem Erwerbsverbot unterfallen. Die Erwerbswünsche der mittelständischen Interessenten werden

sich vielmehr vor allem daran ausrichten, welche Standorte attraktiv und zur Stärkung des eigenen Vertriebsnetzes geeignet sind. Angesichts dessen ist das mit Blick auf beide Verfahren festgesetzte Zielvolumen geeignet, die Bereitschaft von Edeka und Kaufland zu fördern, eine Erreichung des Zielvolumens durch SCP durch den Verzicht auf von den mittelständischen Wettbewerbern begehrte Standorte zu ermöglichen.

1069 Angesichts dieser Besonderheiten des vorliegenden Falles wäre es unverhältnismäßig, den Vollzug des gesamten restlichen Vorhabens von der Erreichung des vollständigen Zielvolumens abhängig zu machen.

VI. Einsetzung eines Sicherungstreuhänders

1070 Durch die Einsetzung eines unabhängigen Sicherungstreuhänders nach Abschnitt E. des Tenors wenige Wochen nach Zustellung dieses Beschlusses wird sichergestellt, dass die Wettbewerbsfähigkeit der Veräußerungsstandorte bis zur endgültigen Veräußerung aufrechterhalten bleibt und die Beschlussabteilung durch eine neutrale, sachkundige Instanz regelmäßig über den Veräußerungsprozess informiert wird.

1071 Der Sicherungstreuhänder wird darüber hinaus die sich aus den Nebenbestimmungen ergebenden Pflichten überwachen. Die Bestimmungen des Abschnitts E. des Tenors stellen dabei sicher, dass der Sicherungstreuhänder die notwendigen Maßnahmen ergreifen kann, damit die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit, die Markt- und Wettbewerbsfähigkeit sowie die Unabhängigkeit der Veräußerungsstandorte von den Zusammenschlussbeteiligten gewährleistet werden. Seine Aufgaben kann der Sicherungstreuhänder nur bei der notwendigen Unabhängigkeit von den Zusammenschlussbeteiligten und bei hinreichender Überwachung durch die Beschlussabteilung wirksam erfüllen. Der Sicherungstreuhänder darf daher keinen Weisungen der Zusammenschlussbeteiligten unterliegen und muss unverzüglich nach Zustellung des Beschlusses bestellt werden. Eine Unterrichtung der Beschlussabteilung durch den Sicherungstreuhänder im Rhythmus von vier Wochen ist erforderlich, um der Beschlussabteilung rechtzeitig die Möglichkeit einzuräumen, bei etwaigen Problemen der Umsetzung der Nebenbestimmungen selbst einzugreifen.

D. Gebühren

- 1072 Die Freigabe eines Zusammenschlussvorhabens ist als Amtshandlung der Kartellbehörde nach § 40 GWB gemäß § 62 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 GWB gebührenpflichtig. Die Kartellbehörde kann hierfür Gebühren bis zu 50.000 Euro, bei besonders großer wirtschaftlicher Bedeutung und außergewöhnlich hohem Verwaltungsaufwand bis zu 100.000 Euro erheben (§ 62 Abs. 2 Satz 2 Nr. 1 in Verbindung mit Satz 3 GWB). Die Anmeldung eines Zusammenschlusses nach § 39 Abs. 1 GWB ist gemäß § 62 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 GWB ebenfalls gebührenpflichtig. Auf die Gebühr für die Freigabe ist die Gebühr für die Anmeldung des Zusammenschlusses anzurechnen (§ 62 Abs. 1 Satz 4 GWB).
- 1073 Die Höhe der Gebühr bestimmt sich gemäß § 62 Abs. 2 Satz 1 GWB nach dem personellen und sachlichen Aufwand der Kartellbehörde (Kostendeckungsprinzip) unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Bedeutung, die der Gegenstand der gebührenpflichtigen Handlung hat (Äquivalenzprinzip). Dabei kommt der wirtschaftlichen Bedeutung des Zusammenschlusses die relativ größere Bedeutung zu. Sie ergibt sich regelmäßig aus den von dem Zusammenschluss erwarteten wirtschaftlichen Vorteilen für die anmeldenden Unternehmen und den Auswirkungen auf den betroffenen Markt. Für die wirtschaftlichen Vorteile des Zusammenschlusses auf Seiten der Unternehmen sind wiederum indiziell deren Umsätze auf den relevanten Märkten und die Marktanteile von Bedeutung.¹⁸² Dabei ist innerhalb des Gebührenrahmens dem durchschnittlichen Fall die Mittelgebühr als angemessene Gebühr zuzuordnen. Diese beträgt nach dem derzeit geltenden Gebührenrahmen 25.000 Euro. Von diesem Mittelwert sind, abhängig von der jeweiligen wirtschaftlichen Bedeutung und dem Arbeitsaufwand, Zu- oder Abschläge vorzunehmen, deren Höhe im Ermessen der Kartellbehörde liegt.¹⁸³
- 1074 Dem angemeldeten Zusammenschlussvorhaben misst die Beschlussabteilung eine herausragende wirtschaftliche Bedeutung zu. Gewichtige Anhaltspunkte hierfür sind die von den Zusammenschlussbeteiligten erzielten Umsätze und ihre Stellung auf den fusionsbetroffenen Märkten. Der Edeka- Verbund erzielte 2019 einen Umsatz von 55,7 Mrd. €, wovon 51,7 Mrd. € auf den LEH entfielen. Die wirtschaftliche Bedeutung des Fusionsvorhabens ist sehr groß. Das Vorhaben hat erhebliche wettbewerbliche Auswirkungen auf der Absatzseite sowohl auf die Verbraucherinnen und Verbraucher in den regionalen Einzugsgebieten der 72 Real- Standorte als auch auf der Beschaffungsseite auf die

¹⁸² Vgl. OLG Düsseldorf, Beschl. v. 16.4.2008, VI-Kart 2/08 (V) m.w.N.

¹⁸³ Vgl. OLG Düsseldorf, Beschl. v. 24.2.2010, VI-Kart 11/09 (V) m.w.N.

Lebensmittelhersteller und Lieferanten sowie gegenüber konkurrierenden Handelsunternehmen.

- 1075 Der sachliche und personelle Aufwand der Kartellbehörde entsprach dieser herausragenden wirtschaftlichen Bedeutung. Auch er war außergewöhnlich hoch. Es waren umfassende Ermittlungen sowohl zur sachlichen und räumlichen Marktabgrenzung als auch zur Aufklärung der zu erwartenden wettbewerblichen Auswirkungen des Zusammenschlussvorhabens notwendig. Auf der Absatzseite untersuchte die Beschlussabteilung die Wettbewerbsverhältnisse beim Verkauf von Lebensmitteln an die Verbraucher in den tatsächlichen regionalen Einzugsgebieten der 72 Real-Standorte durch umfangreiche Abfragen von Handelsunternehmen in mehrmaligen Runden. Im vorliegenden Verfahren wurden die Absatzermittlungen weiter aktualisiert und ergänzt. Zum einen wurden die Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels durch Auskunftsbeschlüsse befragt, um eine Aktualisierung der im Verfahren B2- 113/19 (Edeka/Redos) vorgenommenen Abfrage der Anschlussmietverträge hinsichtlich der derzeit zum Verkauf stehenden Realstandorte vornehmen zu können. Zum anderen wurden durch Auskunftersuchen fünf weitere, regional tätige Lebensmitteleinzelhändler in die Ermittlungen einbezogen. Dabei wurden zusätzliche vertiefte Datenanalysen notwendig. Auf der Beschaffungsseite wurde für 17 verschiedene Produktgruppen der Einkauf von Lebensmitteln durch Händler bei Lebensmittelherstellern und Lieferanten analysiert. Neben der zuständigen Beschlussabteilung waren zur Analyse der Absatz- und Beschaffungsseite auch die Grundsatzabteilung, insbesondere das Ökonomische Grundsatzreferat (G3), sowie die IT-Abteilung dauerhaft eingebunden. Nicht zuletzt erforderte das erhebliche Interesse der Verfahrensbeteiligten und der befragten Marktteilnehmer an der Geheimhaltung von Geschäftsgeheimnissen einen erhöhten Aufwand hinsichtlich der Vorbereitung der Akteneinsicht. Den Zusammenschlussbeteiligten wurde am 10. Februar 2021 rechtliches Gehör und umfassende Akteneinsicht gewährt. Durch die Prüfung der Zusagenvorschläge der Parteien zur Lösung der Wettbewerbsprobleme erhöhte sich der Aufwand der Beschlussabteilung weiter. Während des gesamten Verfahrens fanden zudem wiederholt Telefongespräche und Besprechungen zwischen der Beschlussabteilung und den Verfahrensbevollmächtigten der Zusammenschlussbeteiligten statt, bei denen materielle sowie prozessuale Aspekte erörtert wurden. Insgesamt hat das Verfahren seit Eingang der Anmeldung mehr als sechs Monate in Anspruch genommen.
- 1076 Demnach ist nicht nur der Gebührenrahmen des § 62 Abs. 2 Satz 2 Nr. 1 GWB voll auszuschöpfen, sondern darüber hinaus sowohl beim wirtschaftlichen Interesse als auch beim

personellen und sachlichen Aufwand eine herausragende Bedeutung festzustellen, die eine Erhöhung der Gebühr gem. § 62 Abs. 2 Satz 3 GWB auf insgesamt 100.000 EUR rechtfertigt. Dabei wird nach Anrechnung der gesondert zu erhebenden Gebühr für die Anmeldung des Zusammenschlussvorhabens von 65.000 EUR in Ausübung pflichtgemäßen Ermessens für die mit Nebenbestimmungen verbundene Freigabe noch ein Betrag von 35.000 EUR festgesetzt.

1077 Kostenschuldner sind nach § 62 Abs. 6 Satz 1 Nr. 2 i.V.m § 62 Abs. 1 Nr. 2, § 40 GWB die Beteiligten zu 1. bis 14. als Gesamtschuldner (§ 62 Abs. 6 Satz 3 GWB).

1078 Die Gesamtgebühr von **100.000,-- Euro** ist mit Zustellung dieses Beschlusses fällig und binnen eines Monats nach Zustellung zu überweisen auf das Konto der

Bundeskasse Trier

IBAN: DE81 5900 0000 0059 0010 20

Deutsche Bundesbank, Filiale Saarbrücken

BIC: MARKDEF 1590

1079 Bitte geben Sie als Verwendungszweck unbedingt das **Kassenzeichen 810600431042** und das **Datum des Beschlusses** an; ansonsten kann die Zahlung nicht bearbeitet werden.

1080 Ist bis zum Ablauf eines Monats nach dem Tag der Zustellung die Gebühr nicht entrichtet, so wird für jeden angefangenen Monat der Säumnis ein Säumniszuschlag von eins vom Hundert des rückständigen Betrages erhoben werden (§ 62 Abs. 8 GWB, § 1 Abs. 1 KartKostVO i.V.m. § 18 Abs. 1 VwKostG). Bei Überweisungen aus dem Ausland fallen im Allgemeinen Bankspesen an. In diesen Fällen ist sicherzustellen, dass dem Konto des Bundeskartellamts die volle Gebühr gutgeschrieben wird.

1081 Die Auslagen für die erforderliche Bekanntmachung dieses Beschlusses im Bundesanzeiger (§ 43 Abs. 2 Nr. 1 GWB) werden gesondert erhoben (§ 62 Abs. 1 Satz 3 GWB).

E. Rechtsmittelbelehrung

- 1082 Gegen diesen Beschluss ist die Beschwerde zulässig. Sie ist schriftlich binnen einer mit Zustellung des Beschlusses beginnenden Frist von einem Monat beim Bundeskartellamt, Kaiser-Friedrich-Str. 16, 53113 Bonn, einzureichen. Es genügt jedoch, wenn sie innerhalb dieser Frist bei dem Beschwerdegericht, dem Oberlandesgericht Düsseldorf, eingeht.
- 1083 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.
- 1084 Die Beschwerde hat keine aufschiebende Wirkung. Auf Antrag kann das Beschwerdegericht die aufschiebende Wirkung ganz oder teilweise anordnen (§ 65 Abs. 3 Satz 3 GWB).

Dr. Felix Engelsing

Ameli Köhler

Anja Michel

Inhaltsverzeichnis	Seite
A. Zusammenfassung.....	20
I. Absatz	20
II. Beschaffung.....	22
B. Sachverhalt	23
I. Beteiligte Unternehmen	23
1. Edeka.....	23
2. SCP	25
3. Globus.....	26
4. Norma	26
5. Rewe.....	26
6. Tegut.....	27
7. Kaes.....	28
8. Kaufland.....	28
II. Veräußerung der Real- Standorte.....	29
III. Das Vorhaben	31
IV. Verfahrensgang und Ermittlungen	32
1. Verfahrensgang.....	32
2. Beiladungen und Kontakte mit Wettbewerbern.....	36
a) Beiladungen.....	36
b) Kontakte mit Wettbewerbern.....	38
3. Struktur der Ermittlungen	39
a) Ermittlungen auf der Absatzseite	39
(1) Fusionskontrollverfahren B2-113/19 Edeka/Redos	39
(2) Verbraucherbefragung.....	40
(3) Weitere Ermittlungen auf der Absatzseite	40
b) Ermittlungen auf der Beschaffungsseite.....	41
C. Rechtliche Würdigung.....	42
I. Formelle Zusammenschlusskontrolle.....	42
1. Anwendungsbereich des GWB.....	42
2. Zusammenschlusstatbestand.....	42
II. Materielle Untersagungsvoraussetzungen auf den Absatzmärkten des Lebensmitteleinzelhandels.....	43
1. Marktabgrenzung	43
a) Sachliche Marktabgrenzung	43

(1) Grundlagen und Praxis des Bundeskartellamtes	43
aa) Sortimentsmarkt.....	44
bb) Einheitlicher Markt im Hinblick auf die Vertriebslinien.....	45
(2) Rechtsprechung des OLG Düsseldorf im Verfahren Edeka/Kaiser's Tengelmann	46
(3) Wettbewerbliche Nähe der Vertriebslinien	48
(4) Einbeziehung von Biosupermärkten	52
(5) Relevanz Online Handel im Bereich Food	52
b) Räumliche Marktabgrenzung	53
(1) Konzept	53
(2) Bisherige Praxis des Bundeskartellamtes	53
(3) Einzugsgebiete um Real- Standorte unter Zugrundelegung von Kundendaten 55	
c) Einwände zur Methodik der räumlichen Marktabgrenzung.....	61
d) Fazit Marktabgrenzung	65
2. Auswirkungen des Zusammenschlusses auf der Absatzseite.....	66
a) Erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs (SIEC-Test).....	66
(1) Berechnung der regionalen Marktanteile	68
(2) Zusammenfassung des Prüfraster der Beschlussabteilung.....	70
(3) Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten	71
(4) Zuwachs	72
(5) Räumliche und sachliche Nähe der Zusammenschlussbeteiligten im Kerngebiet.....	72
(6) Weitere Kriterien.....	76
b) Weitere regionalmarktübergreifende Strukturkriterien	77
(1) Marktzutrittsschranken.....	77
(2) Zugang zu den Absatzmärkten	78
(3) Zugang zu den Beschaffungsmärkten	79
c) Entstehung marktbeherrschender Stellungen	80
3. Betrachtung der einzelnen regionalen Märkte	81
a) Nach dem Prüfraster wettbewerblich unbedenkliche Standorte	81
b) Nach dem Prüfraster näher zu betrachtende, aber wettbewerblich unbedenkliche Standorte.....	83
c) Ergebnisse der Nachermittlungen.....	84
d) Nach Einzelfallanalyse wettbewerblich unbedenkliche Standorte	84
(1) Bremen-Habenhausen.....	85
(2) Düren	87
(3) Neuruppin.....	88

(4) Sonderfall Horb am Neckar.....	91
(a) Anwendung des Prüfungsrahmens nach Abschnitt C. II. 2. a) (2)	91
(b) Keine Erheblichkeit der fusionsbedingten Wettbewerbsbehinderung bei Vergleich der Situation mit und ohne den Zusammenschluss.....	100
e) Änderung des Zusammenschlussvorhabens am Standort Goslar.....	103
f) Nach Einzelfallanalyse weitere problematische Standorte	104
(1) Alzey	108
(2) Karlsruhe.....	116
(3) Donaueschingen.....	126
(4) Riesa	135
(5) Hettstedt.....	145
(6) Bergen auf Rügen	156
(7) Oldenburg.....	166
(8) Braunschweig.....	176
(9) Wolfenbüttel	187
(10) Wolfsburg	197
(11) Staßfurt.....	207
(12) Bocholt	216
(13) Wesel	225
(14) Kamp- Lintfort.....	234
(15) Jülich	244
(16) Jettingen.....	253
(17) Kirchentellinsfurt.....	263
(18) Weilheim.....	273
(19) Pfarrkirchen.....	282
(20) Kempten.....	293
(21) Neustadt an der Aisch	303
g) Einordnung der von den Zusagen betroffenen Standorte in das Prüfungsrahmen	312
(1) Böblingen	314
(2) Memmingen.....	318
(3) Würzburg.....	322
(4) Rhede.....	327
(5) Nürtingen.....	332
(6) Ratingen.....	336
4. Würdigung standortübergreifender Argumente der Zusammenschlussbeteiligten	339
a) Kartellrechtlich relevantes Alternativszenario.....	339
b) Real sei keine bedeutende Wettbewerbskraft.....	340

c)	Preissetzung sei nicht durch lokalen Wettbewerb bestimmt.....	340
d)	Art der Ermittlung wettbewerblicher Nähe.....	341
e)	Hoher Anteil kleinerer Flächen und Discounter bei Edeka.....	342
f)	Beobachtetes Kundenverhalten würde sich bei Preiserhöhungen von Edeka verändern.....	342
g)	Schließungen von Edeka und Neueröffnungen von Wettbewerbern nach dem Stichtag.....	342
h)	Berücksichtigung des Wettbewerbsdrucks von Aldi.....	343
i)	Bedeutung des Online-Lebensmittelmarktes.....	343
j)	Vollsortimenter- und Großflächenanteile bei der Bestimmung der sachlichen wettbewerblichen Nähe.....	343
k)	Abschmelzungseffekte.....	344
l)	Verkleinerung der Fläche des Zielstandortes.....	345
m)	Non- Food-II-Anteil.....	346
n)	Wettbewerbliche Nähe im Vergleich zum Kaufland- Verfahren.....	346
5.	Stellungnahme von Edeka zum Entscheidungsentwurf.....	347
a)	Kartellrechtlich relevantes Alternativszenario.....	348
b)	Real als bedeutende Wettbewerbskraft, lokale Preissetzung und wettbewerbliche Nähe.....	348
aa)	Preissetzung sei nicht durch lokalen Wettbewerb bestimmt.....	349
bb)	Wettbewerbliche Nähe.....	349
6.	Stellungnahme von SCP zur Absatzseite.....	350
7.	Stellungnahme von Rewe zur Absatzseite.....	350
8.	Stellungnahme von Tegut zur Absatzseite.....	352
9.	Prüfung koordinierter Effekte auf den Absatzmärkten.....	353
a)	Möglichkeiten zur Koordinationserzielung.....	354
b)	Markttransparenz.....	355
c)	Sanktionsmöglichkeiten.....	356
d)	Tatsächliches Wettbewerbsgeschehen.....	357
III.	Materielle Untersagungs Voraussetzungen auf der Beschaffungsseite.....	358
1.	Zusammenfassende Einschätzung.....	358
2.	SIEC-Test als relevanter Bewertungsmaßstab für die Beschaffungsmärkte.....	359
3.	Ermittlungen auf der Beschaffungsseite.....	363
4.	Geographische Marktabgrenzung.....	369
a)	Vertriebsstrukturen.....	369
b)	Ebene der Verhandlungen.....	370
c)	Warenströme.....	372
aa)	Großhandel/Erzeugung.....	373

bb) Importe und Exporte.....	374
cc) Hindernisse für den Absatz der Waren ins Ausland	376
d) Zusammenfassung	378
5. Marktstruktur	380
a) Beschaffungsvolumen und Marktanteile	381
b) Der Zuwachs bei Edeka durch den Erwerb von Real	388
6. Auswirkungen der beschaffungsseitigen Konzentration auf Lieferanten und Wettbewerber	389
a) Stärkung des Edeka- Verbundes als Fortsetzung des Konzentrationsprozesses im Handel	389
b) Auswirkungen auf Lieferanten.....	391
aa) Auswirkungen auf die Lieferbeziehungen hinsichtlich Preis, Menge und Rentabilität	392
bb) Handelspraktiken der LEH- Unternehmen	395
cc) Auswirkungen auf Innovationstätigkeit der Lieferanten	405
dd) Gegengewichtige Angebotsmacht der Lieferanten?	407
ee) Zusammenfassung.....	408
c) Auswirkungen auf LEH- Wettbewerber	408
aa) Schwarz- Gruppe und Rewe, Aldi	409
bb) Mittelständische Wettbewerber	412
d) Alternativszenario	414
e) Zusammenfassung	420
IV. Abwägungsklausel	420
V. Nebenbestimmungen.....	420
1. Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen	422
2. Strukturelle und langfristige Wirkung der Zusagen	426
3. Keine Wettbewerbsbehinderung durch Teilflächenübertragung/Veräußerung	428
4. Umsetzbarkeit der Zusagen	428
5. Übertragungs- und Veräußerungsfrist	429
6. Aufschiebende und auflösende Bedingungen	430
VI. Einsetzung eines Sicherungstreuhänders	432
D. Gebühren.....	433
E. Rechtsmittelbelehrung.....	436