



**FUSIONS-KONTROLLVERFAHREN**  
**Verfügung gem. § 40 Abs. 2 GWB**  
**– Öffentliche Version –**

## Beschluss

In dem Verwaltungsverfahren

1. EG Group Limited  
Waterside Head Office  
Haslingden Road  
Blackburn BB1 2FA  
Vereinigtes Königreich

– Beteiligte zu 1. –

Verfahrensbevollmächtigte für die Beteiligte zu 1.:

RA Prof. Dr. Sven Völcker  
RA Dr. Sebastian Max Hauser  
RA Robert Benditz  
Latham & Watkins LLP  
Reuterweg 20  
60323 Frankfurt am Main

2. OMV Retail Deutschland GmbH  
Haiminger Str. 1  
84489 Burghausen

– Beteiligte zu 2. –

Verfahrensbevollmächtigte der Beteiligten zu 2.:

RA Clemens Hasenauer  
RA Harald Stingl  
RA'in Anna Wolf-Posch  
Cerha Hempel, Wien

Zustellungsbefugt für diese:

RA Prof. Dr. Sven Völcker  
Latham & Watkins LLP  
Reuterweg 20  
60323 Frankfurt am Main

3. JET Tankstellen Deutschland GmbH  
Caffamacherreihe 1  
20355 Hamburg

– Beigeladene zu 1. –

Verfahrensbevollmächtigte der Beigeladenen zu 1.:

RA Dr. Markus Schöner  
RA Christoff Soltau  
CMS Hasche Sigle  
Stadthausbrücke 1-3  
20355 Hamburg

4. Orlen Deutschland GmbH, Elmshorn  
Kurt-Wagener-Straße 7  
25337 Elmshorn

– Beigeladene zu 2. –

Verfahrensbevollmächtigte der Beigeladenen zu 2.:

RA Dr. Frederik Wiemer  
RA Dr. Jörg Schewe  
Heuking, Kühn, Luer, Wojtek  
Neuer Wall 63  
20354 Hamburg

zur Prüfung eines Zusammenschlussvorhabens nach § 36 Abs. 1 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen<sup>1</sup> (GWB) hat die 8. Beschlussabteilung des Bundeskartellamtes am 10. Februar 2022 beschlossen:

- I. Das am 9. Juli 2021 verwiesene Vorhaben wird nach § 40 Abs. 2 und 3 GWB mit folgender Nebenbestimmung freigegeben:

---

<sup>1</sup> Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Juni 2013 (BGBl. I S. 1750), 3245), das zuletzt durch Artikel 10 des Gesetzes vom 12. Juli 2018 (BGBl. I S. 1151) geändert worden ist.

## **A. Veräußerungsverpflichtung**

### **1. Veräußerung**

(a) Die Freigabe erfolgt unter der aufschiebenden Bedingung, dass die Beteiligten einschließlich der mit ihnen i.S.d. § 36 Abs. 2 GWB verbundenen Unternehmen (Beteiligte) innerhalb der unter Punkt A. 3 bezeichneten Frist nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen in den nachfolgenden aufgeführten Markträumen die in Anlage 1 aufgeführten Tankstellen an einen oder höchstens [...] von den Beteiligten unabhängige Dritte veräußern. Beteiligte im Sinne dieser Bedingung sind die Erwerberin und das Zielunternehmen, nicht aber die Veräußerin und die mit ihr nach Durchführung des Vorhabens verbundenen Gesellschaften. Für den Ausnahmefall, dass die Veräußerung einer der in Anlage 1 genannten Tankstellen oder deren Vollzug den Beteiligten nicht möglich ist, kann die Beschlussabteilung auf begründeten Antrag der Beteiligten die Veräußerung einer anderen, in räumlicher Hinsicht und im Hinblick auf die wettbewerbliche Relevanz vergleichbaren Tankstelle anordnen.

(b) Die aufschiebende Bedingung gilt als erfüllt, wenn

(aa) für im Eigentum der Beteiligten befindliche Standorte von den Beteiligten nachgewiesen wird, dass sie sich vertraglich verpflichtet haben, die Standorte an den Dritten zu veräußern und sämtliche Verträge, die den Beteiligten Nutzungsrechte einräumen, nach Maßgabe von Punkt A.1. (d) beendet wurden. Ferner ist für den Bedingungseintritt nachzuweisen, dass die Beteiligten alle in ihrer jeweiligen Kontrolle stehenden (i) für den wirksamen Vollzug der dinglichen Übertragung der Standorte unter Beachtung der nachfolgenden Bestimmungen notwendigen Erklärungen bereits abgegeben sowie (ii) erforderlichen Zustimmungen eingeholt haben und es keine Übertragungshindernisse gibt, wobei es genügt, dass die Auflassung bei Grundstücken der Zielgesellschaft spätestens am Tag des Vollzugs des angemeldeten Zusammenschlusses erklärt wird, und

(i) im Falle des bisherigen Betriebs durch die Beteiligten (Betreibermodell CORS, ROC, COCO) der Weiterbetrieb im Sinne von Punkt A.4. und Punkt C. durch den Erwerber oder einen von den Beteiligten unabhängigen Dritten gewährleistet ist bzw.

(ii) im Falle des bisherigen Betriebs durch einen Dritten (Betreibermodelle COAG und CODO) alle Vereinbarungen für die Überleitung des Betriebs abgeschlossen wurden. Die Veräußerung in diesem Sinne wird durch die Auflösung oder Übertragung von Pacht- und sonstigen für den Betrieb des Tankstellenstandortes erforderlichen Verträgen (insbesondere Agenturverträge, Tankstellenbetreiberverträge und Tankstelleneigentümer-

verträge; zusammenfassend im Folgenden auch “für den Betrieb der Tankstellenstandorte erforderlichen Verträge”) nach Maßgabe von Punkt A.1. (d) zwischen den Beteiligten und dem jeweiligen Dritten, der den Standort betrieben hat, nachgewiesen. Ferner muss ein Konzept vorgelegt werden, das den Weiterbetrieb durch den Erwerber, den bisherigen Dritten, der den Standort betrieben hat oder einen sonstigen Dritten sicherstellt. Dieses Konzept soll auch Pläne für den Kraftstoffbezug enthalten. Sollte der Standort durch einen Dritten betrieben werden, sind die Verträge, die die Nutzung des Standortes als Tankstelle erlauben, vorzulegen.

- (bb) für von den Beteiligten gepachtete/gemietete Standorte von den Beteiligten nachgewiesen wird, dass die Übertragung des Standortes unter Beachtung der nachfolgenden Bestimmungen insoweit wirksam vollzogen worden ist, dass sämtliche Verträge, die den Beteiligten für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderliche Nutzungsrechte einräumen, nach Maßgabe von Punkt A.1. (d) beendet oder auf den Erwerber übertragen wurden. Die Beteiligten haben hierfür nachzuweisen, dass sie alle in ihrer jeweiligen Kontrolle stehenden (i) für die Beendigung oder Übertragung notwendigen Erklärungen bereits abgegeben sowie (ii) erforderliche Zustimmungen eingeholt haben und es keine Übertragungshindernisse gibt, und
  - (i) im Falle des bisherigen Betriebs durch die Beteiligten (Betreibermodell CORS, ROC, COCO) der Weiterbetrieb im Sinne von Punkt A.4. und Punkt C. durch den Erwerber oder einen von den Beteiligten unabhängigen Dritten gewährleistet ist bzw.
  - (ii) im Falle des bisherigen Betriebs durch einen Dritten (Betreibermodelle COAG und CODO) alle Vereinbarungen für die Überleitung des Betriebs abgeschlossen wurden. Die Veräußerung in diesem Sinne wird durch die Auflösung oder Übertragung von Pacht- und sonstigen für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen Verträge nach Maßgabe von Punkt A.1. (d) zwischen den Beteiligten und dem jeweiligen Dritten, der den Standort betrieben hat, nachgewiesen. Ferner muss ein Konzept vorgelegt werden, das den Weiterbetrieb durch den Erwerber, den bisherigen Dritten, der den Standort betrieben hat oder einen sonstigen Dritten sicherstellt. Dieses Konzept soll auch Pläne für den Kraftstoffbezug enthalten. Sollte der Standort durch einen Dritten betrieben werden, sind die Verträge, die die Nutzung des Standortes als Tankstelle erlauben, vorzulegen.
- (cc) für Standorte, an denen die jeweiligen Betreiber das Eigentum halten oder bei Eigentum Dritter über die maßgeblichen Nutzungsrechte verfügen (Betreibermodelle DOAG und DODO), nachgewiesen wird, dass alle Vereinbarungen für die Überleitung des Betriebs abgeschlossen wurden. Die Veräußerung in diesem Sinne wird durch Beendigung

oder Übertragung der für den Betrieb der Tankstellenstandorte erforderlichen Verträge nach Maßgabe von Punkt A.1. (d) sowie die Beendigung der Kraftstoffversorgung vorbehaltlich des Punktes A.4. (e) zwischen den Beteiligten und dem jeweiligen Dritten, der den Standort betrieben hat, nachgewiesen. Die Beteiligten haben hierfür nachzuweisen, dass sie alle in ihrer jeweiligen Kontrolle stehenden (i) für die Beendigung oder Übertragung notwendigen Erklärungen bereits abgegeben sowie (ii) erforderliche Zustimmungen eingeholt haben und es keine Übertragungshindernisse gibt. Ferner muss ein Konzept vorgelegt werden, das den Weiterbetrieb durch den bisherigen Dritten, der den Standort betrieben hat oder einen sonstigen Dritten sicherstellt. Dieses Konzept soll auch Pläne für den Kraftstoffbezug enthalten. Sollte der Standort durch einen Dritten betrieben werden, sind die Verträge, die die Nutzung des Standortes als Tankstelle erlauben, vorzulegen.

- (c) Die Beteiligten haben hierzu durch Vorlage der unterzeichneten Vertragsdokumente nachzuweisen, dass alle Verträge, die nach Punkt A. zur Übertragung der in Anlage 1 genannten Standorte auf den jeweiligen Erwerber erforderlich sind, abgeschlossen wurden. Soweit ein Standort im Eigentum eines der Beteiligten oder eines Unternehmens steht, an dem ein Anteil von mindestens 25 % von einem Beteiligten gehalten wird, ist das Eigentum an dem Standort zu übertragen.
- (d) Verträge über die Umsetzung dieser Veräußerungsverpflichtung und insoweit abzugebende Erklärungen dürfen unter der aufschiebenden Bedingung der Durchführung der Haupttransaktion geschlossen werden.
- (e) Kommen Veräußerungen im Sinn der Punkt A. 1 (b) (aa) oder eine Beendigung der Verträge zwischen den Beteiligten und den Dritten im Sinne der Punkt A. 1 (b) (bb) sowie Punkt A. 1 (b) (cc) bis zum Ablauf der in Punkt A. 3. genannten Frist nicht zustande oder kann die Veräußerung nicht mehr erfolgen oder legen die Beteiligten bis zum Ablauf der Frist der Beschlussabteilung keine unterzeichneten Vertragsdokumente im Sinne der Ziffer A. 2 (b) vor, entfaltet die Entscheidung keine Freigabewirkung. Der Zusammenschluss gilt als untersagt.

## **2. Veräußerungsgegenstand**

Die in Punkt A. 1. genannten Veräußerungen der in Anlage 1 genannten Standorte bedeuten, dass der Geschäftsbetrieb vollständig auf den Erwerber übergeht. Dies bedeutet insbesondere:

- (a) Soweit es sich bei dem zu veräußernden Standort um einen von den Beteiligten selbst betriebenen oder einen eigenen von einem Dritten betriebenen Standort handelt, gelten folgende Regelungen:
- (aa) Die Beteiligten müssen die Eigentums- und Nutzungsrechte an den für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen Vermögenswerten einschließlich der dazugehörigen sonstigen Räume und Flächen auf den jeweiligen Erwerber übertragen und, vorbehaltlich nachfolgender Regelungen, sämtliche Eigentums- und Nutzungsrechte an den für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen Vermögenswerten und den Räumen und Flächen aufgeben. Auf begründeten Antrag der Beteiligten kann die Beschlussabteilung zustimmen, dass die Beteiligten ausnahmsweise mit den Erwerbern der Tankstellen (i) Ebersberger Str. 31, 83022 Rosenheim, (ii) Innsbrucker Ring 153, 81669 München und/oder (iii) Raiffeisenallee 7, 82041 Oberhaching langfristige Miet- oder Pachtverträge von, je nach Präferenz des Erwerbers, 10 bis zu 20 Jahren zum Betrieb einer Tankstelle über das Grundstück geschlossen werden dürfen. Die vom Grundstück trennbaren und für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen Vermögenswerte sind in diesem Fall an den Erwerber zu veräußern. Für den Fall, dass der Erwerber den Miet- oder Pachtvertrag vorzeitig kündigt, dürfen die Beteiligten das Grundstück bis zum Ablauf der vertraglich vereinbarten Laufzeit nicht selbst zum Betrieb einer Tankstelle nutzen.
- (bb) Sind die Beteiligten Mieter/Pächter der Räume und Flächen, in bzw. auf denen die in Frage stehenden Standorte betrieben werden, ist für die Erfüllung der Bedingung erforderlich, dass der Erwerber in das Miet- bzw. Pachtverhältnis anstelle der Beteiligten eintritt bzw. einen eigenen Miet- bzw. Pachtvertrag abschließt, während die Beteiligten sämtliche dinglichen und schuldrechtlichen Rechte an diesen Räumen und Flächen aufgeben. Sollte der Nachweis erbracht sein, dass ein Miet- oder Pachtverhältnis zwischen dem Erwerber und dem jeweiligen Vermieter/Pächter nicht oder nur zu unwirtschaftlichen Bedingungen zustande kommen kann, so ist nachzuweisen, dass der Erwerber beispielsweise in Form eines Untermietverhältnisses eine rechtliche Nutzungsmöglichkeit innehat, die wirtschaftlich der jetzigen Stellung der Beteiligten entspricht.
- (cc) Das Eigentum oder die Nutzungsrechte an dem für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen Inventar des jeweiligen Standortes sind an den Erwerber zu übertragen, der den jeweiligen Standort erwirbt, es sei denn, das Inventar ist (wie beispielsweise Schilder, Möbel oder sonstiges markenbezogenes Inventar) nicht nur vorübergehend mit der Marke einer der Beteiligten gekennzeichnet oder der Erwerber möchte den Standort nur ohne das jeweilige Inventar oder Teilen davon übernehmen.

- (dd) Der Erwerber des jeweiligen Standortes tritt nach Maßgabe des § 613a Bürgerliches Gesetzbuches (BGB) in die Rechte und Pflichten der Arbeitsverhältnisse ein, die zwischen den Beteiligten und den anderen an diesem Standort beschäftigten Mitarbeitern im Zeitpunkt der Veräußerung des Standortes bestehen.
- (ee) Ferner müssen die Beteiligten für die Überleitung aller für den Weiterbetrieb der zu übertragenden Standorte erforderlichen behördlichen Genehmigungen und sonstigen Rechtsverhältnisse sorgen, soweit diese auf Dritte übertragbar sind und der Erwerber nicht ganz oder teilweise auf die Überleitung verzichtet.
- (b) Soweit der zu veräußernde Standort von einem selbständigen Tankstellenbetreiber betrieben wird, gilt Folgendes:

Die Beteiligten müssen sämtliche mit den selbständigen Tankstellenbetreibern für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen bestehenden Verträge (insbesondere die für den Betrieb der Tankstellenstandorte erforderlichen Verträge und sonstige Waren-, Warenwirtschafts- und Dienstleistungsverträge, (Unter-)Miet-Pachtverträge, Marken und Konzeptvereinbarungen) vollständig beenden oder überleiten. Ferner müssen die Beteiligten der Beschlussabteilung um Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse bereinigte und unterzeichnete Vertragsdokumente vorlegen, die erkennen lassen, dass die jeweiligen Erwerber oder Dritte - die nicht die Beteiligten sind - die Belieferung der in Anlage 1 genannten Standorte der jeweiligen selbständigen Händler mit Kraftstoffen übernehmen, welche nahtlos an die Vertragsbeendigung der Beteiligten anschließt. Beteiligte sind die Erwerberin und das Zielunternehmen, nicht aber die Veräußerin und die mit ihr nach Durchführung des Vorhabens verbundenen Gesellschaften.

### **3. Veräußerungsfrist**

Die Veräußerungen nach Punkt A. 1. sind innerhalb von [...] Monaten nach Zustellung dieses Beschlusses durchzuführen. Können die Beteiligten den (Teil-)Vollzug im Falle der Veräußerungen nach Punkt A. 1.(b) (aa) nicht innerhalb von [...] Monaten nach Zustellung dieses Beschlusses belegen, so kann das Bundeskartellamt auf entsprechend begründeten Antrag die Veräußerungsfrist auf insgesamt [...] Monate nach Zustellung des Beschlusses verlängern. Eine entsprechende Verlängerung um [...] Monate ist möglich, wenn die Beteiligten in den Fällen der Punkt A. 1. (b) (bb) und A.1 (b) (cc) nicht innerhalb von [...] Monaten nachweisen, dass sie die mit den selbständigen Tankstellenbetreiber bestehenden Verträge i.S.d. Ziffer A.2 (b) beendet haben, und/oder sie nicht innerhalb von [...] Monaten nach Zustellung des Beschlusses der Beschlussabteilung die unterschriebenen Vertragsdokumente i.S.d. Ziffer A. 2. (b) vorgelegt haben.

#### 4. Der/Die Erwerber

- (a) Die Beteiligten müssen die in Anlage 1 genannten Standorte an einen einzigen Erwerber oder, wenn mehrere Erwerber die in Anlage 1 genannten Standorte zum Teil erwerben möchten, an maximal [...] Erwerber veräußern. Kann die Begrenzung der Anzahl der Erwerber nicht eingehalten werden, so kann das Bundeskartellamt auf entsprechend begründeten Antrag weitere Erwerber zulassen.
- (b) Bei den Erwerbern muss es sich um Unternehmen handeln, an denen die Beteiligten 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 auch nicht in sonstiger Weise, beispielsweise durch vertragliche Absprachen, die ein Handeln für Rechnung der Beteiligten ermöglichen oder durch sonstige Kooperationen (z.B. Franchisevereinbarungen, Einkaufskooperationen, Konzeptvereinbarungen) mit den Beteiligten verbunden sein. Soweit ein potentieller Erwerber über vertragliche Absprachen mit den Beteiligten verfügt, ist nachzuweisen, dass der Vertragsgegenstand das Wettbewerbsverhältnis mit veräußerten Standorten nicht beeinträchtigen kann.
- (c) Der jeweilige Erwerber soll ein Unternehmen sein, das bereits Tankstellen-Standorte betreibt, ein Interesse an der dauerhaften Fortführung des erworbenen Standortes nachweisen kann und tatsächlich den Fortbestand des erworbenen Standortes als Wettbewerber am Markt erwarten lässt.
- (d) Der Erwerber kann auch ein selbständiger Tankstellenbetreiber sein, der von einem Unternehmen mit Kraftstoff beliefert wird, welches die Anforderungen an einen Erwerber nach Punkt. A. 4. (b) und (c) erfüllt. Eine Nutzung der Marke OMV ist zulässig.
- (e) Der jeweilige Erwerber darf zum Betrieb des erworbenen Standortes für eine Dauer von fünf Jahren keine langfristigen Lieferverträge mit den Beteiligten eingehen. Hiervon ausgenommen ist auf Wunsch des Erwerbers und auf begründeten Antrag sowie soweit keine andere Belieferung möglich ist, die Kraftstoffversorgung durch die Beteiligten bis zum 31. Dezember 2022. Den Beteiligten ist es gestattet, an wettbewerblichen Ausschreibungen der Erwerber zum Kraftstoffbezug auf Jahresbasis teilzunehmen. Eine weitergehende Belieferung mit Kraftstoff durch die OMV ist zulässig.
- (f) Infolge der Übernahme der zu veräußernden Standorte durch den Erwerber darf prima facie keine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs, insbesondere keine Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung zu erwarten sein.



- (g) Die Beteiligten informieren die Beschlussabteilung rechtzeitig über die von ihnen ausgewählten Erwerber.

Für den Eintritt der aufschiebenden Bedingung müssen sämtliche Verträge i.S.d. Punkt A.2. (a), die die Übertragung aller zu veräußernder Standorte und für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen Vermögenswerte betreffen, geschlossen worden sein bzw. im Falle der Veräußerung von Standorten selbständiger Händler die Vertragsbeziehungen mit den Beteiligten beendet und die unterschriebenen Vertragsdokumente zwischen dem Erwerber und dem selbständigen Händler i.S.d. Punkt A.2 (b) vorgelegt werden.

Vorzulegen sind im Falle der Veräußerung i.S.d. Punkt A. 2. (a) die mit den Erwerbern geschlossenen Rahmenverträge über die zu veräußernden Standorte und für den Betrieb des Tankstellenstandorts erforderlichen Vermögenswerte. Im Falle der Veräußerung i.S.d. Punkt A.2.(b) sind die Nachweise zur Beendigung der Vertragsbeziehungen zwischen den Beteiligten und den selbständigen Tankstellenbetreiber sowie die unterzeichneten Vertragsdokumente zwischen den jeweiligen Erwerbern und dem jeweiligen selbständigen Tankstellenbetreiber vorzulegen. Die Verträge zwischen den jeweiligen Erwerbern und den jeweiligen selbständigen Tankstellenbetreiber stehen unter dem Vorbehalt der vorherigen Zustimmung der Beschlussabteilung. Diese kann durch einfache schriftliche Mitteilung erklärt werden. Innerhalb der in Punkt A. 3. genannten Fristen ist der Beschlussabteilung mindestens zwei Wochen Zeit zur Erklärung der Zustimmung oder Ablehnung des Erwerbers zu geben. Die Erteilung der Zustimmung darf nur aus den vorstehend unter Punkt A.4. (a) bis (g) genannten Gründen verweigert werden. Eine etwaige Pflicht zur Anmeldung des Erwerbs bei der zuständigen Kartellbehörde bleibt unberührt.

## **B. Pflichten der Beteiligten vor Veräußerung**

Die aufschiebende Bedingung tritt nur ein, wenn die Veräußerung unter Einhaltung folgender Pflichten durchgeführt wird. Ansonsten gilt der Zusammenschluss als untersagt. Der Eintritt der Bedingung hängt von der Erfüllung der Zusagen ab und setzt keinen feststellenden Verwaltungsakt der Kartellbehörde voraus. Diese teilt den Beteiligten die Erfüllung der Voraussetzungen in einem einfachen Schreiben mit.

### **1. Sicherung der Fortführung des Betriebes der in Anlage 1 genannten Standorte**

Die Beteiligten stellen sicher, dass die in Anlage 1 genannten Standorte bis zum Vollzug der Veräußerung im bisherigen Umfang und gewöhnlichen Geschäftsbetrieb fortgeführt werden können. Den in Anlage 1 genannten Standorten sind die hierfür erforderlichen Mitarbeiter und Vermögensgegenstände zur Verfügung zu stellen. Die Beteiligten werden bis zur Veräußerung die für die Fortführung der Standorte erforderlichen Mitarbeiter weder direkt noch indirekt abwerben, es sei denn der Erwerber verzichtet ausdrücklich auf die Weiterbeschäftigung.

### **2. Sicherung der Markt- und Wettbewerbsfähigkeit der in Anlage 1 genannten Standorte**

Die Beteiligten stellen sicher, dass die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit, Markt- und Wettbewerbsfähigkeit der in Anlage 1 genannten Standorte aufrecht erhalten bleibt. Die Beteiligten stellen den Erhalt des wettbewerblichen Potentials der in Anlage 1 genannten Standorte sicher. Insbesondere nehmen die Beteiligten keine Handlungen vor, die einen nicht unerheblichen Einfluss auf den Wert, die Unternehmensführung oder die Wettbewerbsfähigkeit der in Anlage 1 genannten Standorte haben oder Art und Umfang der Geschäftstätigkeit, die gewerbliche oder unternehmerische Strategie oder Investitionspolitik der in Anlage 1 genannten Standorte nicht unerheblich beeinträchtigen können.

### **C. Pflichten der Beteiligten nach Veräußerung (Auflagen)**

Um die strukturellen Wirkungen der unter Punkt A. 1. genannten Veräußerungen auch nach Bedingungseintritt zu erhalten, wird den Beteiligten folgende Verpflichtung auferlegt. Beteiligte sind die Erwerberin und das Zielunternehmen, nicht aber die Veräußerin und die mit ihr nach Durchführung des Vorhabens verbundenen Gesellschaften:

1. Den Beteiligten wird untersagt, die in Anlage 1 aufgeführten Standorte zurück zu erwerben. Hierzu zählt auch die (Rück-)Anmietung von Standorten oder, wenn es sich bei den in Anlage 1 genannten Standorten um solche handelt, die von unabhängigen Tankstellenbetreibern einschließlich der mit ihnen i.S.d. § 36 Abs. 2 GWB verbundenen Unternehmen betrieben werden, der (erneute) Abschluss von Verträgen über die Belieferung der jeweiligen Standorte mit für den Betrieb der jeweiligen Standorte erforderlichen Waren und Dienstleistungen zu schließen oder diese Standorte zu erwerben. Dieses Verbot gilt für die Dauer von [...] Jahren ab Zustellung dieses Beschlusses. Die Beschlussabteilung kann in begründeten Fällen für Einzelstandorte Ausnahmen von diesem Verbot zulassen.

2. Den Beteiligten wird ferner für einen Zeitraum von [...] Jahren ab Zustellung des Beschlusses untersagt, in unmittelbarer räumlicher Nähe zu den in Anlage 1 genannten Standorten neue Tankstellen entweder als unternehmenseigene Betriebe oder als von den Beteiligten belieferte selbständige Händler neu oder wieder zu eröffnen. Dieses Neueröffnungsverbot gilt dann nicht, wenn in einem Zeitraum von [...] Jahre nach Zustellung des Beschlusses in unmittelbarer räumlicher Nähe zu den in Anlage 1 genannten Standorten ein Standort in einer vergleichbaren Größe (Absatzmenge), wie der neu- oder wiederzueröffnende Standort, geschlossen worden ist. Die Beschlussabteilung kann in begründeten Fällen für Einzelstandorte Ausnahmen von diesem Verbot zulassen.
3. Unmittelbare räumliche Nähe bedeutet für das hier geprüfte Zusammenschlussvorhaben bei Standorten in städtischen Gebieten einen Umkreis von weniger als 5 km um die in Anlage 1 benannten Veräußerungsstandorte und in ländlichen Gebieten einen Umkreis von weniger als 10 km um die benannten Standorte.
4. Das auf [...] Jahre begrenzte Verbot der Neu- bzw. Wiedereröffnung in einem Umkreis von weniger als 5 km bei Standorten in städtischen Gebieten und weniger als 10 km bei Standorten in ländlichen Gebieten kann für Einzelstandorte in besonders begründeten Ausnahmefällen mit vorheriger Zustimmung der Beschlussabteilung so modifiziert werden, dass der in der Anlage 1 für den betreffenden Veräußerungsstandort benannte Umkreis unterschritten werden kann. Maßgeblich hierfür ist die Bewertung der jeweils konkreten Lage- und Wettbewerbsverhältnisse im Einzelfall.
5. Sofern ein selbständiger Tankstellenbetreiber, der von den Beteiligten mit Kraftstoffen oder sonstigen Waren beliefert wird, (i) in einem Zeitraum von [...] Jahren ab Zustellung des Beschlusses einen der in Anlage 1 genannten Standorte oder (ii) in einem Zeitraum von [...] Jahren ab Zustellung des Beschlusses einen Standort in einem Umkreis von weniger als 5 km bei Standorten in städtischen Gebieten und weniger als 10 km in ländlichen Gebieten um einen der in Anlage 1 genannten Standorte als Tankstelle, die von den Beteiligten beliefert wird, (wieder-)eröffnet, sind die Beteiligten verpflichtet, in diesem Markttraum spätestens gleichzeitig mit der (Wieder-)Eröffnung einen eigenen Tankstellenstandort zu veräußern, der mindestens den Umsatz erzielt, den der von dem selbständigen Tankstellenbetreiber (wieder-)eröffnete Standort erzielt bzw. voraussichtlich erzielen wird und in Ausstattung, Lage und Qualität der Liegenschaft dem vorgesehenen Standort zumindest gleichkommt.

6. Den Beteiligten wird aufgegeben, für den Zeitraum von [...] Jahren nach Vollzug der jeweiligen Veräußerung weder direkt noch indirekt Schüsselpersonal der Veräußerungsstandorte abzuwerben, es sei denn der/die Erwerber der Veräußerungsstandorte hat/haben schriftlich bestätigt, dass er/sie an einer Weiterbeschäftigung nicht interessiert ist/sind.
7. Selbständige Tankstellenbetreiber im Sinne der vorstehenden Absätze sind Unternehmen, die zwar nicht im Sinne der Verbundklausel des § 36 Abs. 2 GWB mit den Beteiligten (oder mit diesen gemäß § 36 Abs. 2 GWB verbundenen Unternehmen) gesellschaftsrechtlich verbunden sind, aber von diesen mit Kraftstoff beliefert werden oder ggf. in sonstiger Weise im Sinne von § 18 Abs. 3 Nr. 4 GWB verflochten sind.

#### **D. Sicherungstreuhänder**

1. Die Beteiligten setzen unverzüglich nach Zustellung dieses Beschlusses und spätestens bis zum 31. März 2022 einen unabhängigen und sachkundigen Sicherheitstreuhänder ein, der die Aufgabe hat, die Erfüllung der unter Abschnitt A. und B. aufgeführten Pflichten für die Beteiligten sicherzustellen. Der Sicherheitstreuhänder muss von den Beteiligten unabhängig und frei von aktuellen und potentiellen Interessenkonflikten sein und die notwendigen Qualifikationen für seine Aufgaben besitzen. Die Beteiligten tragen die Kosten des Sicherheitstreuhänders gemeinschaftlich. Beteiligte sind die Erwerberin und das Zielunternehmen, nicht aber die Veräußerin und die mit ihr nach Durchführung des Vorhabens verbundenen Gesellschaften.
2. Die Einsetzung des Treuhänders sowie der Treuhändervertrag bedürfen der vorherigen Zustimmung der Beschlussabteilung. Die Beteiligten legen der Beschlussabteilung innerhalb einer Woche nach Zustellung des Beschlusses eine Liste mit mindestens drei Vorschlägen für das Amt des Sicherheitstreuhänders unter Beifügung des beabsichtigten Treuhändervertrages vor. Sollte die Beschlussabteilung die vorgeschlagenen Kandidaten und /oder den Treuhändervertrag ablehnen, werden die Beteiligten innerhalb einer weiteren Woche nach Zugang der ablehnenden Entscheidung der Beschlussabteilung mindestens zwei weitere Vorschläge und /oder eine nach den Anregungen der Beschlussabteilung geänderten Fassung des Treuhändervertrages einreichen. Sollten auch diese Vorschläge keine Zustimmung finden, setzen die Beteiligten einen von der Beschlussabteilung benannten Treuhänder ein und /oder verwenden einen von der Beschlussabteilung verfassten Vertrag.
3. Der Sicherheitstreuhänder schlägt als Vertreter der Beteiligten unmittelbar nach der Aufnahme seines Mandates in einem ersten Bericht die Beschlussabteilung einen de-

taillierten Arbeitsplan vor, aus welchem hervorgeht, durch welche Maßnahmen er beabsichtigt, die sich aus den Nebenbestimmungen ergebenden Aufgaben für die Beteiligten zu erfüllen. Der Sicherungstreuänder

(a) wird als Vertreter der Beteiligten der Beschlussabteilung monatlich einen schriftlichen Bericht über den Stand der Umsetzung und der Einhaltung unter Ziffer B. genannten Verpflichtungen einschließlich des Fortganges des Veräußerungsprozesses vorlegen.

(b) beaufsichtigt und unterstützt die laufende Geschäftsführung hinsichtlich der Sicherstellung der wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit, der unternehmerischen Werthaltigkeit und der Wettbewerbsfähigkeit der zu veräußernden Standorte sowie der dazugehörigen Infrastruktureinrichtungen und legt gemeinsam mit der Geschäftsführung die notwendigen Maßnahmen fest.

(c) unterstützt und kontrolliert den Gang des Veräußerungsprozesses;

(d) informiert die Beschlussabteilung zeitnah (also zusätzlich zu den monatlichen Berichten) über die im Zuge der Veräußerung der Standorte und ggf. der Infrastruktureinrichtung zu schließenden Verträge;

(e) wird der Beschlussabteilung als Vertreter der Beteiligten unverzüglich nach Ablauf seines Mandates bzw. nach dem Vollzug der Veräußerung einen abschließenden Bericht über die Einhaltung und Umsetzung der sich aus den Nebenbestimmungen ergebenden Verpflichtungen vorlegen.

4. Die Beteiligten lassen dem Sicherungstreuänder jegliche zweckdienliche Zusammenarbeit, Unterstützung und Informationen zukommen, die dieser zur Erfüllung seiner Aufgaben benötigt. Die Beteiligten gewähren dem Sicherungstreuänder Zugang zu allen Büchern, Aufzeichnungen, Unterlagen, Mitarbeitern, Einrichtungen, Standorten und technische Informationen hinsichtlich der von den Beteiligten zu veräußernden Standorten sowie ggf. der dazugehörigen Infrastruktureinrichtungen, die für die Erfüllung seines Mandates erforderlich sind.

5. Die Beschlussabteilung kann dem Sicherungstreuänder als Vertreter der Beteiligten Anweisungen erteilen, um die Einhaltung der Nebenbestimmungen sicherzustellen. Kommt der Sicherungstreuänder diesen Anweisungen nicht nach oder verletzt er sonst die ihm als Vertreter der Beteiligten obliegenden Pflichten wiederholt, kann die Beschlussabteilung den Beteiligten aufgeben, diesen durch einen andere Sicherungstreuänder zu ersetzen. Die für Ernennung unter Punkt D.2. genannten Bestimmungen gelten für die Ersetzung des Sicherungstreuänders entsprechend.

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 einer Anmeldung gleichstehenden Verweisung des Zusammenschlussvorhabens in Höhe von € [...],- (in Worten: [...] Euro) auf insgesamt

€ [...],-

**(in Worten: [...] Euro)**

festgesetzt und den Beteiligten zu 1. und 2. als Gesamtschuldnern auferlegt.

## **Gründe**

### **A. Zusammenfassung**

- (1) Die Beschlussabteilung ist nach umfassenden Marktermittlungen zu dem Ergebnis gekommen, dass der geplante Erwerb des Tankstellennetzes der OMV Retail Deutschland GmbH („OMV“) durch EG Group Limited („EG Group“) in der überwiegenden Zahl der betroffenen Markträume keinen wettbewerblichen Bedenken begegnet.
- (2) In einigen Markträumen würde der Erwerb des OMV-Tankstellennetzes auf den Märkten für den Absatz von Diesel- und Ottokraftstoff über Tankstellen jedoch zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen. Betroffen sind Markträume bzw. Tankstellencluster in Stuttgart, westlich/nordwestlich von Stuttgart, südlich/südöstlich von Stuttgart, in Bad Herrenalb, Weil am Rhein, München, nordöstlich von München, südöstlich von München, im Raum Rosenheim, am Bodensee sowie im Raum Passau/Bayerischer Wald. Die Wettbewerbsbehinderung ist auf koordinierte Effekte zurückzuführen. Es wäre zu befürchten, dass der Zusammenschluss zur Entstehung bzw. Verstärkung gemeinsamer marktbeherrschender Stellungen jedenfalls der Tankstellenbetreiber EG Group, BP/Aral und Shell in den genannten Markträumen führt.
- (3) Die Beschlussabteilung ist in räumlicher Hinsicht von Markträumen ausgegangen, die auf der Grundlage der Einzugsgebiete der zu erwerbenden OMV-Tankstellen abgegrenzt wer-

den. Zugrunde gelegt wurden aufgrund aktueller Ermittlungsergebnisse Markträume mit einer Fahrzeit von 20 bis 30 Minuten sowohl für städtische als auch für ländliche Tankstellen. Das Vorhaben betrifft die Übernahme von 285 Tankstellen in Süddeutschland, mit Schwerpunkt in Bayern und Baden-Württemberg. Wettbewerblich problematische Zuwächse gäbe es durch den Zusammenschluss in den in Rz. 2 genannten Markträumen. Dort erlangen die Zusammenschlussbeteiligten zusammen mit BP/Aral und Shell gemeinsame Marktpositionen, die eine implizite Koordinierung der Preise und Preissetzungsmuster ermöglichen bzw. weiter erleichtern. Die sehr hohe Markttransparenz auf den Kraftstoffmärkten erlaubt auch die Überwachung der Koordinierung, und es stehen wirksame Abschreckungsmechanismen bei Abweichungen von der Koordinierung zur Verfügung. Reaktionen von Außenstehenden – Außenwettbewerbern oder gegengewichtige Nachfragemacht – sind nicht geeignet, die Stabilität des Koordinierungsergebnisses zu gefährden.

- (4) Zur Beseitigung der wettbewerblichen Bedenken haben die Zusammenschlussbeteiligten die Zusage abgegeben, insgesamt 48 Tankstellenstandorte in den genannten problematischen Markträumen an Dritte zu veräußern, davon 23 Standorte von OMV und 25 Standorte von EG Group. Weitere drei Standorte (zwei von EG Group und einer von OMV) werden den Zusammenschlussbeteiligten aus anderen Gründen im Jahr 2022 verloren gehen. Nach Einschätzung der Beschlussabteilung werden durch diese Zusage die Wettbewerbsprobleme in allen genannten Markträumen beseitigt, so dass das Zusammenschlussvorhaben mit der aufschiebenden Bedingung der Veräußerung der zugesagten Standorte freigegeben werden kann.

## **B. Sachverhalt**

### **I. Beteiligte Unternehmen**

#### **1. EG Group**

- (5) Muttergesellschaft der Beteiligten zu 1. ist die EG Group Limited („EG Group“), eine Obergesellschaft von einer Gruppe von Unternehmen, die unter der Marke “EG” tätig ist. EG Group wird von dem Private Equity-Unternehmen TDR Capital LLP und den Brüdern Mohsin Issa und Zuba Valin Issa gemeinsam kontrolliert. EG Group ist im Bereich des Betriebs von Tankstellen tätig, inklusive ergänzender Geschäfte wie Einzelhandel mit Convenience-Produkten, Autowaschanlagen, Fast Food-Outlets, Restaurants und Hotels. Ein gewisser Schwerpunkt von EG Group sind Markenpartnerschaften mit Unternehmen des LEH (z.B. Spar, Delhaize) und der Fast Food-Branche (z.B. Subway, Starbucks, Burger King)

für das Nebensortiment an Tankstellen. Bislang wurde dieses Geschäftsmodell überwiegend außerhalb Deutschlands verfolgt.

- (6) EG Group betreibt in 8 europäischen Ländern<sup>2</sup> ca. 3.200 Tankstellen, darunter auch Deutschland. In Deutschland betreibt EG Group mittels ihrer Tochtergesellschaft, der Echo Tankstellen GmbH, Hamburg (Echo), 959 Tankstellen der Marke „Esso“, die 2018 von ExxonMobil erworben wurden. Hierbei existieren drei Händlermodelle:
- (7) – ca. ein Viertel der Tankstellen werden als unternehmenseigene Einzelhandelsstandorte (sog. „Company Owned Retail Sites“ oder CORS) betrieben. Hierbei ist die EG Group (indirekt) Eigentümerin oder Pächterin der Vermögenswerte des Standortes und betreibt diese selbst.
- (8) – ca. ein Viertel der Tankstellen werden als unternehmenseigene Agenturstandorte betrieben (sog.: „Company owned Agency Sites“ oder „COAG“). Hierbei besitzt oder mietet die EG Group die Vermögenswerte des Standortes und vermietet diese an einen Dritten, der dann die Tankstelle betreibt.
- (9) - knapp die Hälfte der Tankstellen werden als händlereigene Agenturstandorte betrieben (sog. Dealer Owned Agency Sites“ oder „DOAG“). Bei diesem Modell besitzt oder mietet ein Dritthändler das nichtkraftstoffbezogene Einzelhandelsvermögen der Tankstelle, die er selbst betreibt, aber die Kraftstoffe zu den von der EG festgelegten Preisen und Schmierstoffe unter der Marke Esso als Vertreter verkauft. Sonstige Produkte und Dienstleistungen bietet er in eigenem Namen an.
- (10) Die 959 Esso-Standorte sind über ganz Deutschland verteilt. Auf Bayern und Baden-Württemberg entfällt mit insgesamt 342 Tankstellen etwa ein Drittel des Netzwerks.
- (11) EG Group betreibt an den Esso-Tankstellen kein Tankkartengeschäft. Das Esso-Tankkartengeschäft war bereits 2013 an WEX Europe Services Ltd. („WES“) verkauft worden. Mehr als 20% des Kraftstoffvolumens der Esso-Tankstellen wird über Tankkarten verkauft.
- (12) Die von der EG Group betriebenen Tankstellen werden weiterhin mit Kraftstoff von der Esso Deutschland GmbH („Esso“) beliefert. Hierzu wurde 2018 ein entsprechender Vertrag mit einer längeren Laufzeit geschlossen („Branded Wholesaler Agreement“), der Esso weitreichende Rechte einräumt. Über die Preise, die Preispolitik sowie die Kredit- und Rabattpolitik an den Tankstellen entscheidet EG Group selbst.

---

<sup>2</sup> Großbritannien, Irland, Frankreich, Deutschland, Italien, Belgien, die Niederlande und Luxemburg.



- (13) Der weltweite Umsatz von EG-Group im Geschäftsjahr 2019 lag bei ca. € 20 Mrd., von denen ca. € [>5] Mrd. auf die EU entfielen. Der Umsatz in Deutschland lag bei ca. € [>1] Mrd. in 2019 und ca. € [>1] Mrd. in 2020.

## 2. OMV

- (14) Die Beteiligte zu 2. betreibt in Deutschland die OMV Retail Deutschland GmbH („OMV Germany Business“) ein Netz von 285<sup>3</sup> Tankstellen unter der Marke OMV. Muttergesellschaft der Beteiligten zu 2. ist die OMV Deutschland, die wiederum zu 100 % von dem österreichischen Mineralölunternehmen OMV Aktiengesellschaft („OMV“) gehalten wird, das auch Tankstellen betreibt.
- (15) Auch die Beteiligte zu 2. betreibt ihre Tankstellen in Deutschland unter drei verschiedenen Händlermodellen:
- (16) - 207 Tankstellen der OMV sind unternehmenseigene bzw. gemietete Standorte, die an Dritthändler verpachtet werden (sog.: „Company Owned Dealer Operated sites“ oder „CODO“). Diese Dritthändler verkaufen die Kraftstoffe als Vertreter im Namen und auf Rechnung der OMV. Die Preisgestaltung wird bei der OMV gesteuert und der Dritthändler erhält pro verkauftem Liter eine feste Provision.
- (17) - 78 Standorte gehören Dritthändlern bzw. sind von diesen gemietet und werden von diesen betrieben (sog. „Dealer Owned Dealer Operated sites“ oder „DODO“). Die nicht mit dem Tankgeschäft verbundenen Vermögenswerte gehören oder sind gemietet vom Dritthändler. Die mit dem Tankgeschäft verbundenen Vermögenswerte (z.B. Kraftstofftanks, Pumpen etc.) gehören typischerweise der OMV. Bei 68 dieser Tankstellen werden die Kraftstoffe vom Dritthändler als Vertreter im Namen und für Rechnung der OMV verkauft, d.h. auch die Preise werden von OMV festgelegt. Das Shopgeschäft wird eigenständig betrieben. 12 dieser Tankstellen liegen an der Autobahn.
- (18) – 10 dieser DODO-Tankstellen werden unter dem sog. „Branded Reseller Model“ betrieben, bei dem Dritthändler Kraft- und Schmierstoffe unter der Marke OMV, aber in eigenem Namen und auf eigene Rechnung verkaufen. In diesen Fällen werden die Preise unabhängig vom Dritthändler festgesetzt, so dass die Beteiligte zu 2. nicht die Preishoheit hat. Eine dieser Tankstellen befindet sich an einer Autobahn.

---

<sup>3</sup> In der Form CO, S. 6, Ziff. 7 wurde noch eine Zahl von 286 OMV-Tankstellen genannt, während in einer Tabelle auf S. 46 der Form CO dagegen 288 OMV-Tankstellen angeführt sind.

- (19) Alle OMV-Tankstellen der Beteiligten 2. sind in Süddeutschland gelegen, wobei der Schwerpunkt in Bayern (222 Tankstellen) und Baden-Württemberg (58 Tankstellen) liegt. OMV betreibt über die Tochtergesellschaft OMV Deutschland Marketing & Trading GmbH & Co. KG ein Tankkartengeschäft. Dieses ist jedoch nicht Teil des hier betroffenen Zusammenschlussvorhabens. Etwa [20-25]% des Kraftstoffabsatzes des OMV Germany Business entfällt auf Tankkarten.
- (20) Der Umsatz des OMV Germany Business lag im Geschäftsjahr 2020 bei € [>400] Mio., die ausschließlich in Deutschland erzielt wurden.

## **II. Das Vorhaben**

- (21) Die Beteiligte zu 1. beabsichtigt, sämtliche Anteile an der Beteiligten zu 2. und damit das in Süddeutschland gelegene und 285 Standorte umfassend Tankstellennetz der Beteiligten zu 2. zu erwerben. Dies beruht auf einem am 11. Dezember 2020 zwischen der OMV Deutschland GmbH, der Holdinggesellschaft der Beteiligten zu 2. und der EG Deutschland GmbH, einer Tochtergesellschaft der Beteiligten zu 1. geschlossenen Anteilskaufvertrag.

## **III. Verfahrensgang**

- (22) Dem Verfahren ging zunächst ein Prüfverfahren bei der Europäischen Kommission nach der Fusionskontrollverordnung voraus (Az.: M.10134 – EG Group/OMV German Business): Die Beteiligte zu 1. hatte am 20. Mai 2021 zunächst das verfahrensgegenständliche Vorhaben bei der Europäischen Kommission gemäß Art. 4 Abs. 1 FKVO angemeldet. Das Bundeskartellamt beantragte am 11. Juni 2021 nach Art. 9 FKVO die Verweisung des angemeldeten Zusammenschlussvorhabens nach Deutschland. Die Europäische Kommission gab dem Verweisungsantrag am 9. Juli 2021 statt und verwies die Prüfung des Vorhabens vollständig nach Deutschland. Das unter dem 28. Juli 2021 datierte Schreiben, mit dem das verwiesene Zusammenschlussvorhaben um die gemäß § 39 Abs. 3 GWB erforderlichen Angaben in deutscher Sprache (§ 39 Abs. 4 GWB) ergänzt wurde, ist am 29. Juli 2021 beim Bundeskartellamt eingegangen.
- (23) Mit Auskunftsbeschluss vom 12. August 2021 wurden zunächst 70 Wettbewerber der Beteiligten, die Tankstellen in der vom Zusammenschluss betroffenen Region betreiben, zu den Marktverhältnissen befragt. Zwei weitere Wettbewerber wurden mit Auskunftsbeschluss vom 20. September 2021 befragt. Mit Auskunftsbeschluss vom 24. September 2021 befragte das Bundeskartellamt zwei unabhängige Anbieter von Kundenbindungsprogrammen, um Daten zur Reichweite der Einzugsgebiete der Tankstellen in den vom Zusammenschluss betroffenen Markträumen zu erhalten.

- (24) Die Beteiligte zu 1. und die Beteiligte zu 2. wurden jeweils mit Schreiben vom 23. August 2021 über den Eintritt in das Hauptprüfverfahren (§ 40 Abs. 1 GWB) unterrichtet.
- (25) Unter dem 15. Juli 2021 haben die Beigeladene zu 1. und die Beigeladene zu 2. beantragt, zu dem Verfahren beigeladen zu werden und Akteneinsicht in die Verfahrensakte begehrt. Mit Beschluss vom 12. Oktober 2021 hat die Beschlussabteilung beide Antragsteller beigeladen. Am 10. November 2021 hat die Beschlussabteilung den Beteiligten Gelegenheit gegeben, in wesentliche Dokumente der Verfahrensakte Einsicht zu nehmen. Daraufhin hat die Beigeladene zu 1. unter dem 9. Dezember 2021 sowie die Beigeladene zu 2. unter dem 6. Dezember 2021 zu dem Zusammenschlussvorhaben Stellung genommen.
- (26) In einer Videokonferenz am 30. September 2021 teilte die Beschlussabteilung den Beteiligten die Ergebnisse einer vorläufigen wettbewerblichen Prüfung sowie der ggf. beabsichtigten Maßnahmen im Sinne des Art. 9 Abs. 6 FKVO mit.
- (27) In einer Videokonferenz am 11. November 2021 hat die Beschlussabteilung den Verfahrensbevollmächtigten mitgeteilt, dass das Vorhaben nach vorläufiger Einschätzung der Beschlussabteilung nicht freigabefähig sei und sie daher beabsichtige, das Vorhaben abzunehmen. In diesem Zusammenhang wurden die Markträume benannt, in welchen nach vorläufiger Einschätzung durch das Zusammenschlussvorhaben wirksamer Wettbewerb erheblich behindert werde. Im Nachgang zu diesem Gespräch hat die Beschlussabteilung mit E-Mail vom 19. November 2021 den Beteiligten eine Übersicht der wettbewerblich problematischen Markträume mit Angaben zu den entsprechend dem Ermittlungsstand festgestellten Marktanteilen der Beteiligten und ihrer Wettbewerber übermittelt.
- (28) Mit E-Mail vom 25. November 2021 reichten die Zusammenschlussbeteiligten einen Zusagenvorschlag ein, der die Veräußerung von 38 Tankstellen an Dritte vorsah; zwei weitere Tankstellen in den relevanten Markträumen gehen den Beteiligten aus anderen Gründen verloren. Dieser Vorschlag wurde insoweit durch eine E-Mail vom 29. November 2021 konkretisiert, als sich die Zusammenschlussbeteiligten für das Modell auflösender Bedingungen aussprachen.
- (29) Am 3. Dezember 2021 fand erneut eine Videokonferenz statt, in der das Bundeskartellamt für zwei Markträume gegenüber den Zusammenschlussbeteiligten erklärte, dass die hierzu eingereichten Zusagen nach vorläufiger Einschätzung nicht ausreichten, um die wettbewerblichen Bedenken zu beseitigen. Daraufhin besserten die Zusammenschlussbeteiligten ihren Zusagenvorschlag insoweit nach, als sie mit E-Mail vom 8. Dezember 2021 nunmehr die Veräußerung von 48 Tankstellen vorschlugen.

- (30) In Telefonkonferenzen am 10. und 13. Dezember 2021 teilte die Beschlussabteilung den Zusammenschlussbeteiligten mit, dass im Hinblick auf einen konkreten Marktraum auch das vorgelegte erweiterte Zusagenangebot nach vorläufiger Einschätzung nicht ausreichend erscheine. Ausschlaggebend hierfür sei auch, dass eine der angebotenen Tankstellen ab 2022 ohnehin nicht mehr von den Beteiligten betrieben werden, so dass sie über diese auch nicht mehr verfügen könne.
- (31) Daraufhin haben die Zusammenschlussbeteiligten mit E-Mail vom 16. Dezember 2021 ihr Zusagenangebot erneut nachgebessert. Danach sollen nunmehr von den Beteiligten tatsächlich 48 Tankstellen in den problematischen Markträumen abgegeben werden. Daraufhin teilte die Beschlussabteilung den Verfahrensbevollmächtigten am 17. Dezember 2021 per E-Mail mit, dass das Zusagenangebot insoweit ausreichend ist, dass es in den Markttest gegeben werden kann.
- (32) Am 12. Januar 2022 hat die Beschlussabteilung den Verfahrensbevollmächtigten einen Entwurf des vorliegenden Beschlusses übermittelt und Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben. Die Zusammenschlussbeteiligten haben mit Schreiben vom 21. Januar 2022 zum Entscheidungsentwurf Stellung genommen. Die Beigeladene Orlen hat ebenfalls mit Schreiben vom 21. Januar 2022 Stellung genommen. Die Beigeladene JET hat auf eine Stellungnahme verzichtet.
- (33) Die Beschlussabteilung hat das Zusagenangebot mit Schreiben vom 12. Januar 2022 einem Markttest unterworfen, indem sie 10 bereits mit Auskunftersuchen befragte Wettbewerber um Stellungnahme gebeten hatte. Insgesamt 6 der Befragten haben eine Stellungnahme abgegeben. Die im Rahmen des Markttests befragte TotalEnergies Marketing Deutschland GmbH, Berlin, hat mit ihrer Antwort auf den Markttest am 19. Januar 2022 eine Beiladungsantrag gestellt, über den bis zum Fristablauf nicht mehr entschieden wurde.
- (34) Mit Schreiben vom 26. Januar 2022 stimmten die Zusammenschlussbeteiligten einer Fristverlängerung bis zum 11. Februar 2022 zu und stellten einen Antrag auf Akteneinsicht. Am 26. Januar 2022, 4. Februar 2022 und 8. Februar 2022 fanden Gespräche in Form von Videokonferenzen mit den Beteiligten insbesondere über die rechtliche Ausgestaltung der Nebenbestimmungen im Einzelnen statt. Am 3. Februar 2022 erhielten die Zusammenschlussbeteiligten Teil-Akteneinsicht in von ihnen ausgewählte Dokumente aus der Verfahrensakte. Mit E-Mail sowie Fax vom 9. Februar 2022 reichten die Beteiligten einen endgültigen Zusagenvorschlag ein.

## **C. Rechtliche Würdigung**

### **I. Formelle Untersagungsvoraussetzungen**

(35) Die formellen Untersagungsvoraussetzungen liegen vor.

#### **1. Anwendungsbereich des GWB**

(36) Das Zusammenschlussvorhaben fällt in den Geltungsbereich des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Das Vorhaben betrifft den Erwerb von Tankstellen in Bayern und Baden-Württemberg, so dass eine Inlandsauswirkung nach § 185 Abs. 2 GWB vorliegt.

(37) Die Umsatzschwellen des § 35 Abs. 1 GWB werden überschritten. Die Umsatzerlöse der beteiligten Unternehmen lagen im letzten Geschäftsjahr vor dem Zusammenschluss weltweit über € 500 Mio. (§ 35 Abs. 1 Nr. 1 GWB). Die Beteiligte zu 1. erzielte mit ca. € [>1] Mrd. im Inland Umsatzerlöse von deutlich mehr als € 50 Mio. und die Beteiligte zu 2. mit Umsatzerlösen in Höhe von € [>400] Mio. mehr als € 17,5 Mio. (§ 35 Abs. 1 Nr. 2 GWB). Die Ausnahmen des § 35 Abs. 2 GWB liegen nicht vor.

(38) Das Zusammenschlussvorhaben fällt nicht in den Geltungsbereich der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen (FKVO). Da das Vorhaben am 9. Juli 2021 durch die Europäische Kommission an das Bundeskartellamt verwiesen wurde (Art. 9 Abs. 3 UAbs. 1 lit b) FKVO), greift der § 35 Abs. 3 GWB nicht mehr.

#### **2. Zusammenschlusstatbestand**

(39) Das Vorhaben erfüllt den Zusammenschlusstatbestand des Kontrollerwerbs (§ 37 Abs. 1 Nr. 2 GWB) und des Anteilserwerbs (§ 37 Abs. 1 Nr. 3 a GWB). Die Beteiligte zu 1. beabsichtigt, sämtliche Anteile an der Beteiligte zu 2. zu erwerben und besitzt damit mehr als 50 % der Anteile. Dies stellt auch einen Kontrollerwerb dar, da mit dem Vorhaben die Kontrolle über die Beteiligte zu 2. erworben wird, womit auch deren Tankstellengeschäft einschließlich der Preissetzungshoheit hinsichtlich des Kraftstoffverkaufs dauerhaft auf die Beteiligte zu 1. übergeht.

#### **3. Frist**

(40) Die Prüfungsfrist ist noch nicht abgelaufen, § 40 Abs. 2 GWB. Erst wenn eine Verfügung nicht innerhalb von fünf Monaten nach Eingang der vollständigen Anmeldung den anmeldenden Unternehmen zugestellt wird, gilt der Zusammenschluss als freigegeben (§ 40

Abs. 2 Satz 2 GWB). Die Frist verlängert sich um einen Monat, wenn ein anmeldendes Unternehmen in einem Verfahren erstmals Vorschläge für Bedingungen oder Auflagen nach Absatz 3 unterbreitet (§ 40 Abs. 2 Satz GWB).

- (41) Vollständig vorgelegen hat die Anmeldung dem Bundeskartellamt am 29. Juli 2021. Nachdem die Europäische Kommission das Vorhaben an das Bundeskartellamt verwiesen hat, haben die Beteiligten am 29. Juli 2021 die nach § 39 Abs. 3 GWB erforderlichen Angaben in deutscher Sprache eingereicht. Mit Schreiben vom 23. August 2021 wurden die Beteiligten über den Eintritt in das Hauptprüfverfahren (§ 40 Abs. 1 GWB) unterrichtet, so dass die Fünfmonatsfrist am 29. Dezember 2021 abläuft. Durch die Einreichung des Zusagenangebots am 25. November 2021 wurde die einmonatige Fristverlängerung gemäß § 40 Abs. 2 Satz 2 GWB in Gang gesetzt. Fristablauf war damit der 31. Januar 2022, da der 29. Januar 2022 auf ein Wochenende fällt.
- (42) Mit Schreiben vom 26. Januar 2022 stimmten die Zusammenschlussbeteiligten gemäß § 40 Abs. 2 Nr. 1 GWB einer Fristverlängerung bis zum 11. Februar 2022 zu. Fristablauf ist somit der 11. Februar 2022.

#### **4. Mitteilung gemäß Art. 9 Abs. 6 UAbs. 2 FKVO**

- (43) Eine Mitteilung gemäß Art. 9 Abs. 6 UAbs. 2 FKVO ist erfolgt. In einer Videokonferenz am 30. September 2021 teilte die Beschlussabteilung den Beteiligten die Ergebnisse einer vorläufigen wettbewerblichen Prüfung sowie der ggf. beabsichtigten Maßnahmen im Sinne des Art. 9 Abs. 6 FKVO mit. Entgegen dem Vorbringen der Beteiligten<sup>4</sup> hat sich die Mitteilung nicht nur darauf beschränkt, dass die Ermittlungen noch andauern. Vielmehr wurde den Beteiligten mitgeteilt, dass die im Verweisungsantrag angerissenen möglichen Wettbewerbsprobleme weiterhin bestünden. Damit waren den Beteiligten die wesentlichen Markträume bekannt, die wettbewerblich bedenklich sind. Nach der finalen Auswertung der Ermittlungsergebnisse sind nur wenige zusätzliche Markträume problematisiert worden (Bayerischer Wald, Bodensee sowie zwei Einzeltankstellen), während andere noch im Verweisungsantrag problematisierte Markträume entfielen. Die Rechtsfolge der Untersagung des Zusammenschlusses, die ggf. mit von den Zusammenschlussbeteiligten vorzuschlagenden Zusagen abgewendet werden kann, ergibt sich aus dem Gesetz.
- (44) Diese Mitteilung muss weder schriftlich erfolgen, noch konkret den Umfang der wettbewerblichen Bedenken enthalten. Würde man dies verlangen, dann würde dies eine erhebliche

---

<sup>4</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 4.

Verkürzung der fünfmonatigen Prüfungsfrist bedeuten. Im Übrigen sind an die Verletzung der Mitteilungspflicht keine konkreten Rechtsfolgen oder gar Sanktionen geknüpft<sup>5</sup>.

## **II. Materielle Untersagungsvoraussetzungen**

- (45) Das vorliegende Zusammenschlussvorhaben wäre in der angemeldeten Form zu untersagen, weil durch den Zusammenschluss wirksamer Wettbewerb erheblich behindert würde, da der Zusammenschluss die Entstehung bzw. Verstärkung einer kollektiv marktbeherrschenden Stellung auf den Märkten für den Absatz von Ottokraftstoff und Diesellokraftstoff auf den nachfolgend unter II.1.b)ee) im Einzelnen abgegrenzten regionalen Märkten erwarten lässt (vgl. § 36 Abs. 1 S. 1 GWB).
- (46) In den übrigen betroffenen Regionalmärkten für den Absatz von Otto- und Diesellokraftstoff und in anderen sachlichen Märkten als dem Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen führt der Zusammenschluss nicht zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs.
- (47) Die von den Zusammenschlussbeteiligten abgegebenen Zusagen zur Veräußerung von Tankstellen in den betroffenen Markträumen beseitigen die festgestellte Behinderung wirksamen Wettbewerbs in den jeweils betroffenen regionalen Märkten für den Absatz von Otto- und Diesellokraftstoff, so dass der Zusammenschluss mit der aufschiebenden Bedingung der Abgabe der im Rahmen des Zusagenvorschlags enthaltenen Tankstellenstandorte von EG Group und OMV freigegeben werden kann.

### **1. Marktabgrenzung**

- (48) Das Zusammenschlussvorhaben betrifft im Schwerpunkt den Absatz von Kraftstoffen (Otto- und Diesellokraftstoffen) über Tankstellen.

#### **a) Sachliche Marktabgrenzung**

- (49) Zweck der sachlichen Marktabgrenzung ist es, den sachlichen Bereich abzugrenzen, auf 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

---

<sup>5</sup> Immenga/Mestmäcker-Körber FKVO Art. 9 Rn 81.

Zusammenschluss beteiligten Unternehmen Schranken zu setzen und sie daran zu hindern, sich einem wirksamen Wettbewerbsdruck zu entziehen.<sup>6</sup> Sachlich relevante Märkte sind auf der Grundlage des Bedarfsmarktkonzeptes voneinander abzugrenzen, dessen entscheidendes Kriterium die funktionelle Austauschbarkeit der Produkte aus Sicht der Marktgegenseite ist. Zu einem sachlich relevanten Markt gehören demnach alle Waren oder Dienstleistungen, die sich nach ihren Eigenschaften, ihrem wirtschaftlichen Verwendungszweck und der Preislage so nahe stehen, dass der verständige Nachfrager sie für die Deckung eines bestimmten Bedarfs geeignet hält, sie in berechtigter Weise abwägend miteinander vergleicht und ohne weiteres als gegeneinander austauschbar ansieht.<sup>7</sup> Die Austauschbarkeit muss prinzipiell ohne weiteres – d. h. ohne besondere sachliche Anpassungsleistungen der Abnehmer – gegeben sein. Das Bedarfsmarktkonzept darf dabei nicht mechanisch angewendet werden, sondern muss helfen, die im konkreten Fall relevanten Wettbewerbskräfte zu ermitteln.<sup>8</sup>

- (50) Das vorliegende Zusammenschlussvorhaben betrifft den Absatz von Kraftstoffen, die aus Rohöl hergestellt werden. Rohöl ist ein Gemisch von Kohlenwasserstoffen, bei dessen Verarbeitung zunächst immer alle Produkte so anfallen wie sie von Natur aus im Rohöl vorhanden sind. So werden im Rahmen des ersten Verarbeitungsprozesses – der Rohöldestillation – als Grundprodukte u. a. Rohbenzin und Mitteldestillate (Diesel bzw. leichtes Heizöl) sowie schweres Heizöl gewonnen, deren Verhältnis zueinander durch die Destillation nach dem Stand der Technik kaum veränderbar ist (Kuppelproduktion). Bei der Raffination von Rohöl fallen aus chemischen Gründen neben den Diesel- und Ottokraftstoffen eine Reihe weiterer Produkte an, die teils benachbarte Märkte (z. B. Düsentriebstoff, leichtes Heizöl, Schmierstoffe, Flüssiggas und mehr), teils eher den Bereich der so genannten Petrochemie (z. B. Wachse, Paraffine, Vaseline, Naphta, Bitumen und andere) betreffen. Die Anbieter- und Nachfragestrukturen der verschiedenen Produktmärkte unterscheiden sich dabei teilweise deutlich.

---

<sup>6</sup> Bekanntmachung der Kommission über die Definition des relevanten Marktes im Sinne des Wettbewerbsrechts der Gemeinschaft, ABl. Nr. C372 vom 09.12.1997, Tz. 2.

<sup>7</sup> Ständige Rechtsprechung, vgl. u. a. BGH WuW/E DE-R 1087, 1091 – Ausrüstungsgegenstände für Feuerlöschzüge; BGH WuW/E DE-R 1419, 1423 – Deutsche Post / trans-o-flex; BGH, Urteil vom 24. Oktober 1995, Backofenmarkt, WuW/E BGH 3026 (3028); Möschel, in: Immenga/Mestmäcker, GWB, 3. Auflage, § 19 Rn. 24.

<sup>8</sup> Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss vom 14.03.2007, Soda Club I (Az. VI-Kart 5/06 (V)), zitiert nach Juris, Juris Rd-Nr. 24



- (51) Das Zusammenschlussvorhaben betrifft die Einzelhandelsstufe im Kraftstoffgeschäft, also den Absatz von Kraftstoffen (Otto- und Dieseldieselkraftstoffe) über Tankstellen. Da die verschiedenen Mineralölprodukte zwar demselben Rohstoff entstammen, nach ihrer Veredelung aus Nachfragersicht aber wechselseitig in der Regel nach ihren Verwendungszwecken nicht gegeneinander austauschbar sind, stellt grundsätzlich jedes Mineralölprodukt einen eigenständigen sachlichen Markt dar. Auch sind die vorgelagerten Marktstufen (Exploration, Raffination, Großhandel) vom hier allein betroffenen Vertrieb über Tankstellen zu unterscheiden.

**aa) Getrennte Märkte für Otto- und Dieseldieselkraftstoff**

- (52) Die Beteiligten sind der Auffassung, dass das Zusammenschlussvorhaben einen einheitlichen sachlichen Markt für den Absatz von Otto- und Dieseldieselkraftstoff betrifft<sup>9</sup>. Sie berufen sich dabei auf die Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission, die regelmäßig von einem einheitlichen Markt für Otto- und Dieseldieselkraftstoff ausgehe. Die Annahme eines einheitlichen Marktes sei geboten, weil praktisch alle Tankstellen dank hoher Angebotsumstellungsflexibilität sowohl Dieseldiesel- als auch Ottokraftstoff anbieten, so dass sich die Anzahl der Anbieter und der Tankstellenplatzierung nicht unterscheiden. Ferner sei anzunehmen, dass wirtschaftlich das Angebot nur eines Kraftstofftyps nicht sinnvoll sei. Allerdings tragen die Anmelder in der Form CO vor, dass es letztlich offen bleiben kann, ob Otto- und Dieseldieselkraftstoff getrennte Märkte darstellen, weil sich die Marktanteile für beide Kraftstoffe nicht unterscheiden<sup>10</sup>.
- (53) Das Bundeskartellamt grenzt in seiner Entscheidungspraxis aufgrund des Bedarfsmarktkonzepts getrennte sachliche Märkte für den Absatz von Otto- und Dieseldieselkraftstoff über Tankstellen ab. Andere Abgrenzungskriterien, insbesondere die Produktionsumstellungsflexibilität oder der Sortimentsgedanke, können eine andere Abgrenzung der Kraftstoffmärkte nicht rechtfertigen.<sup>11</sup> Diese nachfolgend detaillierter dargelegte Marktabgrenzung wurde sowohl vom OLG Düsseldorf<sup>12</sup> als auch vom BGH<sup>13</sup> bestätigt. Seither haben sich keine Veränderungen ergeben, die eine andere sachliche Marktabgrenzung erforderlich machen würden.

---

<sup>9</sup> Form CO (Ziff 87 ff.).

<sup>10</sup> Schreiben der Anmelder vom 26. Juli 2021, S. 6.

<sup>11</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), Endbericht, S. 44ff.

<sup>12</sup> Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss vom 04.08.2010, Total/OMV (Az. VI-2 Kart 6/09), zitiert nach Juris, Rz. 18ff.

<sup>13</sup> Vgl. BGH, Beschluss vom 06.12.2011, Total/OMV (Az. KVR 95/10), zitiert nach Juris, Rz. 26ff.

- (54) Nach dem Bedarfsmarktkonzept sind Otto- und Dieselkraftstoff aus Sicht des Verbrauchers nicht austauschbar. Mit dem Erwerb eines Kraftfahrzeugs einer bestimmten Motorart trifft der Kunde eine Systementscheidung und legt sich auf einen Kraftstoff fest. Er kann nur mit erheblichem Aufwand wechseln, nämlich wenn er ein anderes Fahrzeug mit einer anderen Motorart kauft. Auch wenn die Systementscheidung für einen Otto- oder Dieselantrieb jeweils neu getroffen wird, wenn der Kunde ein neues Fahrzeug kauft, ist dies nach der Rechtsprechung des BGH ein Wettbewerbsfaktor, der nicht bei der Bestimmung des relevanten Marktes, sondern erst bei der Frage der Marktbeherrschung zu berücksichtigen ist.<sup>14</sup>
- (55) Dies ist auch nicht unter dem Gesichtspunkt der Produktionsumstellungsflexibilität zu korrigieren. Danach gehören Produkte zu einem Markt, wenn der Anbieter seine Produktion auf die Herstellung des jeweils anderen Guts leicht umstellen kann oder ohnehin einen typisierten Bedarf deckt, beispielsweise wenn verschiedene Waren einer Warengruppe (wie kleine und große Schrauben) produziert werden können. Hierauf bezieht sich wohl auch das Argument der Anmelder – auf Grundlage der Entscheidungspraxis der Kommission –, dass Benzin und Diesel über dieselben Verkaufsstellen vertrieben würden. Bei Handelsmärkten ist das Argument der Produktionsumstellungsflexibilität jedoch nicht sinnvoll anzuwenden, da Händler ihr Angebot theoretisch immer um neue Waren erweitern können. Auch Kraftstoffhändler können neben Kraftstoffen andere Produkte anbieten, die nicht unmittelbar mit dem Betrieb eines Autos zusammenhängen. Dadurch entsteht aber nicht unmittelbar ein gemeinsamer Produktmarkt.<sup>15</sup> Der BGH hat dieses Argument in der Entscheidung Total/OMV ebenfalls zurückgewiesen, da mit der Möglichkeit, Tanksäulen für Ottokraftstoff ohne großen Aufwand auf die Abgabe von Dieselkraftstoff umzustellen, keine Erweiterung des für den Vertrieb in Tankstellen insgesamt verfügbaren Angebots etwa von Dieselkraftstoff verbunden sei. Die anderslautende Entscheidungspraxis der Kommission in einer Reihe von Fällen sei durch Zweckmäßigkeitserwägungen im konkreten Fall geleitet und stehe einer abweichenden Beurteilung nicht entgegen.<sup>16</sup> Auf Raffinerie-Ebene wiederum ist nicht jede Raffinerie in der Lage, jedes Produkt zu erzeugen, und die Produktion kann in der Regel nicht kurzfristig auf andere, bisher nicht hergestellte Produkte ausgeweitet werden.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Vgl. BGH, Beschluss vom 06.12.2011, Total/OMV, a.a.O., Rz. 28.

<sup>15</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 46.

<sup>16</sup> Vgl. BGH, Beschluss vom 06.12.2011, Total/OMV, a.a.O., Rz. 30f.

<sup>17</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 45f.

- (56) Auch der Sortimentsgedanke liefert keine Anhaltspunkte für einen einheitlichen Absatzmarkt für Ottokraftstoff und Diesekraftstoff. Danach fragen die Nachfrager nicht nur ein Produkt nach, sondern mehrere Produkte aus dem angebotenen Sortiment, wie es beispielsweise beim Besuch eines Supermarkts der Fall ist. Je breiter das Sortiment ist, desto attraktiver ist es demnach für den Nachfrager. Auf den Verkauf von Kraftstoffen an Tankstellen trifft dies jedoch nicht zu. Kraftfahrer interessieren sich aufgrund der einmal getroffenen Systementscheidung für eine Antriebsart gerade nicht für ein ganzes Sortiment an Kraftstoffen, sondern nur jeweils für den Kraftstoff, den ihr Fahrzeug benötigt.<sup>18</sup>
- (57) Auch die Wettbewerbsverhältnisse sind bei Otto- und Diesekraftstoff nicht zwangsläufig gleich. Einige Tankstellen verkaufen lediglich Otto- oder Diesekraftstoff oder weisen bei einer der beiden Kraftstoffarten überproportional hohe Absatzmengen aus. Die Marktanteilsverteilung der Anbieter ist zwar ähnlich, aber nicht identisch (siehe unten in der Darstellung der Marktanteile unter II.3.a)cc) fortfolgende). Auch die Preise der Kraftstoffe entwickeln sich zeitweise unterschiedlich. Im Jahr 2020 beispielsweise war der Preisunterschied zwischen Diesel und Ottokraftstoff (E5/E10) im September/Okttober erkennbar größer als im April/Mai.<sup>19</sup> Zudem ist der Anteil an gewerblichen Kunden bei Diesekraftstoff höher als bei Ottokraftstoff.
- (58) Daher ist es sachgerecht hinsichtlich der Marktabgrenzung zwischen Diesel- und Ottokraftstoff zu unterscheiden.

#### **bb) Mögliche Trennung nach Vertriebswegen**

- (59) In seiner bisherigen Praxis, insbesondere in der Entscheidung Total/OMV<sup>20</sup>, ist das Bundeskartellamt für jedes der betroffenen Kraftstoffprodukte von einem einheitlichen Markt für den Vertrieb über Tankstellen, ohne Unterscheidung nach Straßentankstellen, Autobahntankstellen und Autohöfen, ausgegangen. In aktuelleren Fusionskontrollverfahren wurde jedoch auch erwogen, ob Autobahntankstellen – ggf. unter Einbeziehung von Autohöfen – einen eigenständigen Markt darstellen könnten.
- (60) Bisher wurden solche Überlegungen allerdings nur bei der Prüfung von Erwerben einzelner oder weniger Autobahntankstellen angestellt, die jeweils nicht vertieft geprüft wurden. Bei

---

<sup>18</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 45.

<sup>19</sup> Vgl. Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2020, S. 16, abrufbar unter [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Jahresbericht\\_MTS-K\\_2020.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Jahresbericht_MTS-K_2020.pdf?__blob=publicationFile&v=3).

<sup>20</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss vom 29.04.2009, Total/OMV (Az. B8-175/08), Rz. 20ff.

diesen Verfahren lag der Fokus auf der spezifischen Wettbewerbssituation bei Autobahntankstellen, die (angebotsseitig) insbesondere dadurch geprägt ist, dass die Einlieferungs- und Vertriebsrechte für Kraftstoffe an Autobahntankstellen durch die Tank & Rast GmbH vergeben werden.<sup>21</sup> Aus Kundensicht sind Autobahntankstellen dagegen grundsätzlich austauschbar mit Straßentankstellen. Allerdings sind die Preisunterschiede zwischen Autobahntankstellen und Straßentankstellen in Deutschland in den vergangenen Jahren größer geworden. Im Jahresbericht 2020 der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe wurde festgestellt, dass die durchschnittlichen Preise an Autobahntankstellen bis zu 40 Cent pro Liter über denen von Straßentankstellen liegen können und auch von Straßentankstellen abweichende Preissetzungsmuster feststellbar sind.<sup>22</sup> Laut einer ADAC-Studie lag der Unterschied im Jahr 2010 noch bei knapp 3 Cent pro Liter<sup>23</sup>. Im Jahresbericht 2020 der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe wurde festgestellt, dass selbst an unmittelbar neben der Autobahn liegenden Autohöfen die Preise deutlich mehr als 10 Cent/Liter, meist sogar mehr als 15 Cent/Liter, unter denen an Autobahntankstellen liegen<sup>24</sup>.

- (61) Ob die erkennbaren Preisunterschiede die Abgrenzung eines eigenständigen sachlichen Markts für Autobahntankstellen rechtfertigen, ist für die Beurteilung des vorliegenden Falles allerdings nicht entscheidungserheblich und kann daher im Ergebnis offen bleiben.

### **cc) Mögliche Differenzierung nach Kundengruppen**

- (62) Denkbar ist auch bei der sachlichen Marktabgrenzung eine mögliche Differenzierung nach Kundengruppen, indem zwischen Privatkunden und Geschäftskunden getrennt wird.
- (63) Eine Unterscheidung nach Kundenarten (B2B-Kunden, B2C-Kunden) hat das Bundeskartellamt in seiner Entscheidungspraxis bislang noch nicht vorgenommen. Da allerdings an Straßen- und Autobahntankstellen nicht zwischen Privatkunden und Geschäftskunden getrennt wird, sowie Geschäftskunden nicht ausschließlich Tankkarten verwenden, erscheint eine solche Unterscheidung nicht praxisnah.

---

<sup>21</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 13f.

<sup>22</sup> Vgl. Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2020, S. 21, abrufbar unter [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Jahresbericht\\_MTS-K\\_2020.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Jahresbericht_MTS-K_2020.pdf?__blob=publicationFile&v=3).

<sup>23</sup> Vgl. [https://www.adac.de/infotestrat/adac-im-einsatz/motorwelt/autobahn\\_tanken.aspx](https://www.adac.de/infotestrat/adac-im-einsatz/motorwelt/autobahn_tanken.aspx), zuletzt abgerufen am 16.07.2018.

<sup>24</sup> Vgl. Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2020, S. 27, abrufbar unter [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Jahresbericht\\_MTS-K\\_2020.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=4](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Berichte/Jahresbericht_MTS-K_2020.pdf?__blob=publicationFile&v=4).

#### **dd) Einbeziehung von Automatentankstellen**

- (64) Tankstellen ohne Verkaufspersonal (auch als unbemannte Tankstellen oder Automaten-tankstellen bezeichnet) sind in denselben Markt einzubeziehen wie Tankstellen mit Verkaufspersonal. Der relevante Unterschied zu einer mit Verkaufspersonal betriebenen Tankstelle ist aus Sicht der Nachfrager, dass nur mit Debit-/Kreditkarte bezahlt werden kann. Der weit überwiegende Teil der Nachfrager ist in der Lage, per Karte zu bezahlen. Somit besteht eine hinreichend enge Austauschbeziehung.

#### **ee) Keine Einbeziehung von Tankstellen auf Betriebsgelände**

- (65) Nicht öffentliche Tankstellen sind nicht in die hier betrachteten sachlichen Märkte einzubeziehen, da der weit überwiegende Teil der Nachfrager mangels Zugangsberechtigung nicht in der Lage ist, diese Alternativen zu nutzen.

#### **ff) Sonstige Märkte**

- (66) Neben dem Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen sind auch noch einige andere Bereiche vom Zusammenschluss betroffen, u.a. das Shop-Geschäft und der Betrieb von Auto-waschanlagen. Das Bundeskartellamt hat in seiner bisherigen Entscheidungspraxis keine separaten Märkte für den Absatz von Nicht-Kraftstoff-Artikeln/Lebensmitteln über Tankstel-lenshops abgegrenzt. Die EU-Kommission hat die Frage, ob diesbezüglich separate Märkte abzugrenzen sind, zuletzt offen gelassen.<sup>25</sup> Auch für die Zwecke dieser Entscheidung kann die Frage, ob hier separate Märkte abzugrenzen wären, mangels materieller Erheblichkeit offen gelassen werden. Das gleiche gilt für die übrigen betroffenen Bereiche.

#### **b) Räumliche Marktabgrenzung**

- (67) Der räumlich relevante Markt ist sowohl in städtischen als auch in ländlichen Regionen der Raum, der mit einer Fahrzeit von 20 bis 30 Minuten ausgehend vom erworbenen Tankstel-lenstandort zu erreichen ist.
- (68) Das Kriterium der räumlichen Abgrenzung des relevanten Marktes ist ein Hilfskriterium für die Feststellung, ob ein Anbieter oder Nachfrager einer bestimmten Art von Waren oder gewerblichen Leistungen ohne Wettbewerber oder keinem wesentlichen Wettbewerb aus-gesetzt ist oder im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern eine überragende Marktstellung

---

<sup>25</sup> vgl. Entscheidung M.9014 PKN Orlen/Grupa Lotos vom 14.07.2020, Rn. 636ff.

hat.<sup>26</sup> Aufgabe der räumlichen Marktabgrenzung ist es, das relevante räumliche Gebiet zu ermitteln, in dem der Wettbewerb im betroffenen sachlichen Markt im Hinblick auf den zu beurteilenden Zusammenschluss stattfindet.<sup>27</sup>

- (69) Der räumlich relevante Markt im Sinne der Fusionskontrolle des GWB ist nach ökonomischen Gesichtspunkten abzugrenzen. Er umfasst das Gebiet, in dem die am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen ihre Produkte regelmäßig anbieten und diese auch nachgefragt werden, in dem die Wettbewerbsbedingungen hinreichend homogen sind, und das sich von benachbarten Gebieten durch spürbar unterschiedliche Wettbewerbsbedingungen unterscheidet.<sup>28</sup>
- (70) Auch für die räumliche Marktabgrenzung gilt grundsätzlich das Bedarfsmarktkonzept. Die Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes bestimmt sich demnach nach den aus der Sicht der Nachfrager gegebenen räumlichen Ausweichmöglichkeiten.<sup>29</sup> Hierbei sind die tatsächliche Anschauung der Abnehmer und das tatsächliche Abnehmerverhalten von Bedeutung.<sup>30</sup> Abzustellen ist deshalb nicht auf rein theoretische Ausweichmöglichkeiten, sondern auf die den Abnehmern tatsächlich zur Verfügung stehenden Angebotsalternativen. Für die räumliche Marktabgrenzung sind potenzielle Ausweichmöglichkeiten der Nachfrager nicht zu berücksichtigen, die – aus welchen Gründen auch immer – von den Nachfragern tatsächlich nicht wahrgenommen werden.<sup>31</sup> Eine pauschalierende Betrachtung ist nicht angemessen, sondern es müssen die Marktverhältnisse im konkreten betroffenen Gebiet geprüft werden.

#### **aa) Auffassung der Beteiligten**

- (71) Die Anmelder vertreten die Auffassung, dass der räumlich relevante Markt für Kraftstoffe deutschlandweit abzugrenzen ist. Kettensubstitutionseffekte würden zu einem homogenen Preisniveau führen und wesentliche Wettbewerbsparameter würden auf nationaler

---

<sup>26</sup> Vgl. BGH, Beschluss vom 05.02.2006, DB-Regio / üstra (Az. KVR 5/05), zitiert nach Juris, Rz. 29.

<sup>27</sup> Vgl. BGH, Beschluss vom 16.01.2008, Kreiskrankenhaus Bad Neustadt (Az. KVR 26/07), zitiert nach Juris, Rz. 69.

<sup>28</sup> Vgl. BGH, Beschluss vom 16.01.2008, Kreiskrankenhaus Bad Neustadt (Az. KVR 26/07), zitiert nach Juris, Rz. 69.

<sup>29</sup> Vgl. Bardong, in: Kommentar, Band 1 Deutsches Kartellrecht, 13. Auflage, 2018, § 18, Rz. 44.

<sup>30</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss vom 17.06.2002, Trienekens/AWISTA (Az. B10-124/01), Rz. 33, abrufbar unter [http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Fusion/Fusion03/B10\\_124\\_01.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/wDeutsch/download/pdf/Fusion/Fusion03/B10_124_01.pdf).

<sup>31</sup> Vgl. BGH, Beschluss vom 16.01.2008, Kreiskrankenhaus Bad Neustadt (Az. KVR 26/07), zitiert nach Juris, Rz. 65.

Ebene festgelegt. Insbesondere Pendler könnten bei einer Vielzahl von Tankstellen entlang ihrer Route tanken, wodurch Wettbewerb selbst zwischen Tankstellen sich nicht überschneidender Einzugsgebiete hergestellt werde. Es dürfe insbesondere nicht vernachlässigt werden, dass Pendler einen Großteil der Nachfrage ausmachen und z.B. in Bayern durchschnittlich 10-34 km (einfacher Weg) zur Arbeitsstätte fahren würden<sup>32</sup>.

- (72) Hierfür berufen sich die Beteiligten<sup>33</sup> auf die Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission. Die Europäische Kommission erkenne zwar lokale Wettbewerbselemente an, komme jedoch aus drei Gründen zu vorwiegend einzelstaatlichen Märkten. Die Gründe hierfür seien, dass (i) zahlreiche Tankstellen größtenteils überlappende Einzugsbereiche hätten, was sich auf die Preisgestaltung auswirke (Kettensubstitutionseffekte), dass (ii) die wichtigsten Wettbewerbsparameter – wie Preise, Produktpalette, Produktbeschaffung, Qualität sowie Dienstgüte und Marketingaktivitäten – eher auf nationaler als auf lokaler Ebene entschieden würden, und dass (iii) konkurrierende Tankstellenketten national tätig seien und mehr oder weniger vergleichbare Marktanteile in einzelnen Ländern hätten. Im vorliegenden Fall sei vor allem der Kettensubstitutionseffekt entscheidend, da sich in der vom Zusammenschluss betroffenen Region Tankstellen in gleichmäßigen Abständen auch zwischen größeren Städten befänden. Ein Preis werde sich deshalb schnell in diesem Gebiet und darüber hinaus in der gesamten Bundesrepublik ausbreiten.
- (73) Auch könne nicht allein deshalb auf eine regionale Marktabgrenzung geschlossen werden, weil Einzelereignisse wie z.B. das Rhein-Niedrigwasser 2018 oder der temporäre Ausfall einer Versorgungspipeline im Jahr 2019 zu Belieferungsschwierigkeiten und zu Veränderungen in den regionalen Preisdifferenzen geführt hätten<sup>34</sup>. Regionale Preisunterschiede würden nach Ansicht der Beteiligten allein auf regionale Kostenunterschiede zurückzuführen sein (z.B. unterschiedliche Miet- und Grundstückspreise).
- (74) Doch auch in diesem Zusammenhang tragen die Anmelder vor, dass die regionale Marktabgrenzung letztlich offen bleiben könne, da unter keiner denkbaren Marktabgrenzung die Gefahr einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs entstehe<sup>35</sup>.

---

<sup>32</sup> Schreiben der Beteiligten vom 26. Juli 2021, S. 7.

<sup>33</sup> Schreiben der Beteiligten vom 26. Juli 2021, S. 6.

<sup>34</sup> Schreiben der Beteiligten vom 26. Juli 2021, S. 7.

<sup>35</sup> Schreiben der Beteiligten vom 26. Juli 2021, S. 7.

### **bb) Marktabgrenzung nach dem Erreichbarkeitsmodell**

- (75) Das Bundeskartellamt grenzt demgegenüber in ständiger Praxis regionale Märkte für den Absatz von Kraftstoffen an Endverbraucher über Tankstellen ab. Ausgangspunkt hierfür ist, dass nach der allgemeinen Lebenserfahrung die Nachfrager ihren Kraftstoffbedarf in einem – ggf. auch variablen – Umkreis um ihren Geschäfts- oder Wohnsitz decken.<sup>36</sup>
- (76) Die von den Anmeldern hervorgehobenen Kettensubstitutionseffekte sind nicht geeignet, eine bundesweite Marktabgrenzung zu begründen. Der Kettensubstitutionseffekt schwächt sich vielmehr entsprechend den räumlichen Gegebenheiten mit zunehmender Entfernung ab. In der Folge kann es regionale Preisunterschiede<sup>37</sup> sowie unterschiedliche Preisentwicklungen im Zeitablauf bei Otto- und Dieselmotorkraftstoffen geben.<sup>38</sup> Entgegen der Ansicht der Beteiligten sind ferner einzelne Ereignisse wie z.B. das Rhein-Niedrigwasser sowie der temporäre Ausfall einer Versorgungspipeline und die in der Folge beobachtbaren regionalen Preisverschiebungen durchaus geeignet, eine regionale Marktabgrenzung zu indizieren. Denn diese Entwicklungen zeigen im Sinne eines „natürlichen Experiments“ auf, dass sich durchaus starke Verschiebungen der relativen regionalen Preise ergeben können, ohne dass diese durch entsprechende räumliche Ausweichreaktionen der Nachfrageseite unmittelbar wieder aus- und angeglichen werden.
- (77) Zudem mag es zwar zutreffen, dass die Mineralölgesellschaften bestimmte Wettbewerbsparameter auf nationaler Ebene festlegen. Die Ermittlungen haben jedoch gezeigt, dass sich die Unternehmen gerade hinsichtlich der Preissetzung an den jeweiligen lokalen Wettbewerbsbedingungen orientieren.<sup>39</sup> Die regionalen Marktstrukturen können sich ferner teilweise erheblich unterscheiden. Dies zeigt sich in der hier betroffenen großen Region Süddeutschland beispielsweise an regional deutlich unterschiedlichen Gesamtabsatzmengen im Einzugsbereich von 30 Fahrminuten um die Standorte. In Großstädten wie Stuttgart und München liegen die einzugsbereichsbezogenen Gesamtabsatzmengen bei bis zu 500.000 m<sup>3</sup>, in ländlichen Regionen dagegen meist unter 200.000 m<sup>3</sup>, teils unter 100.000 m<sup>3</sup>. Des

---

<sup>36</sup> Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss vom 04.08.2010, Total/OMV, a.a.O., Rz. 24, insoweit bestätigt durch BGH, Beschluss vom 06.12.2011, Total/OMV, a.a.O., Rz. 37.

<sup>37</sup> Vgl. z.B. Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2020, a.a.O., S. 24f.

<sup>38</sup> Vgl. Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2020, a.a.O., S. 14.

<sup>39</sup> Gemäß der durchgeführten Befragung von Tankstellenbetreibern in der Region erfolgt regelmäßig eine Beobachtung von lediglich den jeweils nächstgelegenen Tankstellen. Wenn es eine national einheitliche Bepreisung gäbe, wäre es hingegen zu erwarten, für sämtliche Tankstellen immer dieselbe Auswahl an Tankstellen zu beobachten: die in Summe der zu beobachtenden Tankstellen könnte dann deutlich kleiner gefasst werden, was entsprechende Monitoringkosten sparen würde.



Weiteren sind einige Tankstellenbetreiber in Deutschland nur in bestimmten Regionen tätig oder jedenfalls bundesweit betrachtet sehr unterschiedlich stark präsent. Dies zeigt sich auch in Süddeutschland, wo (nur) regional tätige Anbieter wie beispielsweise das Unternehmen Allguth im Raum München oder Anbieter unter der Marke AVIA im Bayrischen Wald bzw. im Raum Bodensee zweistellige Marktanteile erzielen, in anderen Regionen aber gar nicht tätig sind.

- (78) Um die räumlichen Ausweichmöglichkeiten der Nachfrageseite sachgerecht zu erfassen, hat das Bundeskartellamt seit der Entscheidung „Shell/HPV“<sup>40</sup> das sogenannte Erreichbarkeitsmodell für die räumliche Marktabgrenzung im Bereich des Absatzes von Kraftstoffen an Endverbraucher über Tankstellen verwendet. In der Sektoruntersuchung Kraftstoffe wurde es weiter verfeinert.<sup>41</sup> Das Erreichbarkeitsmodell wurde vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) für Zwecke der Raumplanung entwickelt. Das Erreichbarkeitsmodell ermöglicht es, Fahr- bzw. Reisezeiten zwischen verschiedenen Orten zu errechnen. Grundlage des Modells sind die digital erfassten Verkehrsnetze für Straße, Schiene und Luftfahrt. Das Bundeskartellamt nimmt inzwischen im Rahmen eines eigenen Geoinformationssystems (GIS) selbst räumliche Abgrenzungen analog zum Erreichbarkeitsmodell vor.
- (79) Mit Hilfe des Erreichbarkeitsmodells bzw. mit Hilfe des GIS kann ermittelt werden, welche anderen Tankstellen sich innerhalb bestimmter Kraftfahrzeiten von den jeweiligen Zieltankstellen aus erreichen lassen. Grundlage sind die tatsächlichen Gegebenheiten der örtlichen Straßeninfrastruktur. Ausgehend von jeder Tankstelle des Zielunternehmens OMV hat die Beschlussabteilung auf diese Weise Tankstellen ermittelt, die innerhalb einer bestimmten Fahrzeit erreicht werden können. So kann dargestellt werden, welche anderen Tankstellen ein Kraftfahrer von jeder der vom Zusammenschluss betroffenen Tankstellen aus gesehen innerhalb bestimmter Fahrzeiten mit dem PKW erreichen kann, um alternativ dort zu tanken. Das Bundeskartellamt legt dabei nunmehr die nachfolgenden Maßstäbe zugrunde. Für ländliche Regionen hält es eine für die Marktabgrenzung zu berücksichtigende Fahrzeit von 20 bis 30 Minuten für angemessen, um an einer anderen Tankstelle zu tanken. Im städtischen Umfeld wird ein Kraftfahrer regelmäßig weniger Kilometer zurücklegen, um auf dem Weg eine andere Tankstelle zu erreichen. Dies ist auch vor dem Hintergrund zu sehen, dass das Tanken im Rahmen üblicherweise zurückgelegter Wege erfolgt. Auch im städtischen Umfeld hält das Bundeskartellamt jedoch eine Fahrzeit von 20 bis 30 Minuten für

---

<sup>40</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss vom 07.03.2008, Shell/HPV (Az. B8-134/07), Rz. 24ff.

<sup>41</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (Az. B8-200/09), a.a.O., S. 47f.

angemessen. Das Bundeskartellamt weicht insoweit von seiner bisherigen Entscheidungspraxis ab, in der für städtische Tankstellen eine Fahrzeit von 30 Minuten und für ländliche Tankstellen eine Fahrzeit von 60 Minuten zugrunde gelegt wurde.<sup>42</sup> Hintergrund hierfür sind die nachfolgend unter cc) dargelegten Ermittlungen anhand von Kundenkartendaten.

- (80) Die innerhalb eines räumlichen Markts bestehenden Alternativen sind aus Sicht der Nachfrager jedoch nicht identisch. Ein Kraftfahrer wird sich eher für eine näher gelegene als für eine entferntere Tankstelle entscheiden. Dafür sprechen sowohl die tatsächlichen Anfahrtskosten als auch die Opportunitätskosten der Zeit. Auch bei Preisdifferenzen wird ein Kraftfahrer bei einer teureren Tankstelle nachfragen, falls die Fahrt zur günstigeren, aber weiter entfernten Tankstelle teurer ist als der Preisunterschied. Diesem Aspekt der relativen wettbewerblichen Nähe trägt das Bundeskartellamt im Erreichbarkeitsmodell in seiner bisherigen Praxis durch eine Gewichtung Rechnung. Die Tankstellen werden nach ihrer Entfernung zur Zieltankstelle oder – bei mehreren eng nebeneinanderliegenden Zieltankstellen – zum Mittelpunkt des räumlichen Markts gewichtet. Je näher die Tankstelle an der Zieltankstelle bzw. am Mittelpunkt des räumlichen Markts liegt, desto höher ist das Gewicht, das sie erhält. Hierdurch kann die unterschiedliche Wettbewerbsintensität, die von unterschiedlich weit entfernten Tankstellen ausgeht, abgebildet werden. Je weiter konkurrierende Tankstellen auseinander liegen, desto geringer ist die Wettbewerbsintensität zwischen ihnen.<sup>43</sup> In der bisherigen Entscheidungspraxis war die vergleichende Betrachtung gewichteter und ungewichteter Marktanteile allerdings nicht entscheidungserheblich.
- (81) Der Ansatz einer (geschätzten) Gewichtung wurde im vorliegenden Fall nicht weiterverfolgt. Die wettbewerbliche Nähe mit Bezug auf die Fahrzeit wird nun u.a. durch Betrachtung engerer Einzugsbereiche berücksichtigt, die durch die nachfolgend dargelegte Auswertung von Kundenkartendaten auch empirisch entsprechend abgestützt sind. Für städtische und ausgewählte ländliche Tankstellen – bei denen der Schwerpunkt der vom Bundeskartellamt festgestellten Wettbewerbsprobleme durch den Zusammenschluss liegt – wird jeweils ein engerer (20 Minuten) und ein weiterer (30 Minuten) Einzugsbereich geprüft. Durch die im Vergleich zu den in Altverfahren verwendeten um 33% reduzierten maximalen Fahrzeiten (von 30 min. auf 20 min.) bei städtischen Tankstellen und um 67% reduzierten maximalen Fahrzeiten (von 60 min. auf 20 min.) bei ländlichen Tankstellen relativiert sich der Bedarf

---

<sup>42</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (Az. B8-200/09), a.a.O., S. 47.

<sup>43</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (Az. B8-200/09), a.a.O., S. 48.

für eine zusätzliche räumliche Gewichtung, da die reduzierten Fahrzeiten zu ggf. erheblich kleineren Einzugsgebieten führen.<sup>44</sup>

### cc) Ermittlungen aufgrund von Kundenbindungsprogrammen

- (82) Die Marktabgrenzung aufgrund der Einzugsbereiche von (bisher) 30 Minuten Fahrzeit für städtische Tankstellen und 60 Minuten Fahrzeit für ländliche Tankstellen beruhte auf den oben genannten Fusionskontrollfällen (Shell/HPV, Total/OMV, Shell/Lomo) und der Sektoruntersuchung Kraftstoffe, die 2011 veröffentlicht wurde, wobei diese Fahrzeiten dort nicht anhand empirischer Daten überprüft werden konnten, obwohl dies grundsätzlich für sinnvoll gehalten wurde. Die Beschlussabteilung hat deshalb im vorliegenden Fall Ermittlungen bei Betreibern von Kundenkarten für Privatkunden vorgenommen, um die Einzugsbereiche anhand von aktuellen empirischen Daten zu überprüfen.
- (83) An den Tankstellen von BP/Aral wird die Payback-Karte akzeptiert, an den Esso-Stationen der Zusammenschlussbeteiligten EG Group die DeutschlandCard und Shell bietet eine eigene Kundenkarte für Endkunden an, die an Shell-Tankstellen akzeptiert wird. Das Bundeskartellamt hat die Unternehmen Payback GmbH, München, DeutschlandCard GmbH, München sowie Shell Deutschland Oil GmbH, Hamburg, befragt und von ihnen pro Tankstellenstandort die Umsätze bzw. Anzahl an Transaktionen abgefragt, die – aggregiert auf fünfstellige Postleitzahlgebiete – auf Kunden mit Wohnsitz in diesen Postleitzahlgebieten entfallen.
- (84) Im Rahmen der Auswertung hat das Bundeskartellamt zunächst die Fahrzeiten zwischen der jeweiligen Tankstelle und dem Bevölkerungsschwerpunkt der fünfstelligen Postleitzahlgebiete, aus denen Umsätze durch Kunden mit dortigem Wohnsitz in dieser Tankstelle angefallen sind, ermittelt. Sodann wurden die PLZ-Gebiete nach Fahrzeit sortiert, der kumulative Umsatz berechnet und ausgewertet, auf welche maximalen Fahrzeiten 75%, 80% und 85% der Umsätze bzw. Transaktionen entfallen<sup>45</sup>. Das Ergebnis im Durchschnitt aller drei Kundenkarten ist wie folgt:

Fahrzeit bei 75% der Umsätze/Transaktionen:	Fahrzeit bei 80% der Umsätze/Transaktionen:	Fahrzeit bei 85% der Umsätze/Transaktionen:
19 Minuten	27 Minuten	42 Minuten

<sup>44</sup> Für den theoretischen Fall eines kreisförmigen Einzugsgebietes geht der Radius im Quadrat in die Flächenberechnung ein.

<sup>45</sup> Details zum Vorgehen können dem in der Verfahrensakte enthaltenen Auswertungsvermerk „Dokumentation der Auswertung der Kundenkartendaten durch das Referat G3“ entnommen werden.

- (90) Die Ergebnisse für die drei verschiedenen Kundenkartenanbieter wiesen dabei keine erheblichen Abweichungen auf. Ebenfalls konnten bezüglich der Fahrzeiten keine größeren Unterschiede zwischen städtischen und ländlichen Tankstellen festgestellt werden.
- (91) Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei den ausgewerteten Daten nur um einen Teil der Umsätze der jeweiligen Tankstellen handelt, da nicht jeder Kunde eine Kundenkarte einsetzt. Zudem sind nur Umsätze mit Privatkunden berücksichtigt. Gewerbliche Kunden (z.B. Inhaber von Flottenkarten) fahren gegebenenfalls längere Strecken zur Tankstelle. Von Interesse sind jedoch gerade die Privatkunden, da diese die preissensiblere Gruppe der Nachfrager darstellen. Nach Ansicht des Bundeskartellamtes gibt es keine Anhaltspunkte dafür, dass sich das Verhalten der mangels Kartennutzung nicht beobachtbaren Privatkunden wesentlich von den Kundenkartennutzern unterscheidet.
- (92) Vor diesem Hintergrund scheint jedenfalls die bisher für ländliche Tankstellen angesetzte Fahrzeit von 60 Minuten zu hoch, da im Durchschnitt 80% der Umsätze bzw. Transaktionen mit Kunden erzielt werden, die höchstens ca. 27 Minuten zur Tankstelle fahren. Für Dreiviertel der Umsätze bzw. Transaktionen wird sogar nur eine Fahrzeit von ca. 19 Minuten gebraucht. Vor diesem Hintergrund prüft das Bundeskartellamt nachfolgend alternativ Einzugsbereiche von 20 Minuten und 30 Minuten. Über den genauen Umfang des Einzugsbereichs muss im vorliegenden Fall nicht entschieden werden, da sich bei diesen beiden Alternativen keine entscheidenden Unterschiede zeigen.
- (93) Die Marktabgrenzung auf Basis von Kundenkartendaten ist auch bereits in anderen Verfahren erfolgt, etwa im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels (LEH)<sup>46</sup>. Gegenüber dem LEH war zu erwarten und auch in den Daten zu erkennen, dass es eine größere Anzahl von Ausreißern (z. B. geringe Umsätze aus weit entfernten PLZ-Gebieten, die auf Durchreisenden beruht) gibt. Dies wurde durch einen niedrigeren Schwellenwert als im LEH (dort 90%) berücksichtigt.

---

<sup>46</sup> Vgl. die Verfahren B2-83/20 (Kaufland/101-Real Standorte) und B2-85/20 (Edeka/72 Real-Standorte), Entscheidungen abrufbar unter [https://www.bundeskartellamt.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Entscheidungssuche\\_Formular.html?nn=3591512&cl2Categories\\_Format=Entscheidungen&cl2Categories\\_Arbeitsbereich=Fusionskontrolle&docId=3590288](https://www.bundeskartellamt.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Entscheidungssuche_Formular.html?nn=3591512&cl2Categories_Format=Entscheidungen&cl2Categories_Arbeitsbereich=Fusionskontrolle&docId=3590288).

#### **dd) Keine Einbeziehung von Tankstellenstandorten im Ausland**

- (94) Die vom Zusammenschluss betroffenen Regionen liegen teilweise nahe der Landesgrenze der Bundesrepublik Deutschland. Die bei der oben beschriebenen räumlichen Marktabgrenzung zugrunde gelegten Fahrzeiten reichen deshalb teilweise ins angrenzende Ausland hinein, insbesondere nach Tschechien und Österreich. Da der räumlich relevante Markt nach ökonomischen Kriterien anhand der (tatsächlich wahrgenommenen) Ausweichmöglichkeiten der inländischen Nachfrager abzugrenzen ist, kann er grundsätzlich grenzüberschreitend sein. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, ob die Wettbewerbsbedingungen in dem zugrunde zu legenden Gebiet hinreichend homogen sind oder ob sie sich im benachbarten Ausland deutlich unterscheiden. Erhebliche Unterschiede etwa der Marktanteile oder des Preisniveaus sprechen dabei für unterschiedliche räumliche Märkte.<sup>47</sup>
- (95) Da im vorliegenden Fall nur wenige als wettbewerblich problematisch eingestufte Markträume größere Überschneidungen mit dem Ausland aufweisen, konnte im Ergebnis offen bleiben, ob der grenzüberschreitende Bereich des Einzugsbereichs in den räumlich relevanten Markt einzubeziehen ist. Im Einzelfall sprechen neben bestehenden Preisdifferenzen zudem u.a. topographische Hindernisse wie z.B. die Lage großer Binnenseen im Grenzgebiet (hier: Bodensee) gegen eine Einbeziehung der denkbaren Einzugsbereiche im Ausland. In den unten im Detail ausgewiesenen Marktanteilen werden ausländische Tankstellen daher nicht berücksichtigt.

#### **ee) Vertieft zu prüfende räumliche Märkte**

- (96) Auf der Grundlage des Vorstehenden hat das Bundeskartellamt insgesamt 11 Markträume in Süddeutschland identifiziert, in denen der Zusammenschluss zu Wettbewerbsproblemen führen könnte. In den meisten dieser Räume befinden sich mehrere Tankstellen des Zielunternehmens OMV. Für die Ermittlung der Markträume wurden die nach Fahrzeiten festgelegten Einzugsbereiche jeder Zieltankstelle jeweils separat ermittelt. Die Anbieterstrukturen in den jeweiligen Einzugsbereichen der einzelnen Zieltankstellen werden im weiteren Verlauf zudem separat ausgewiesen und wettbewerblich bewertet. Die Einzugsbereiche der erworbenen Zieltankstellen überlappen sich jedoch insbesondere in innerstädtischen Lagen erheblich, in eher ländlichen Regionen und in Randlagen größerer Städte hingegen in der Regel nur weiträumiger.

---

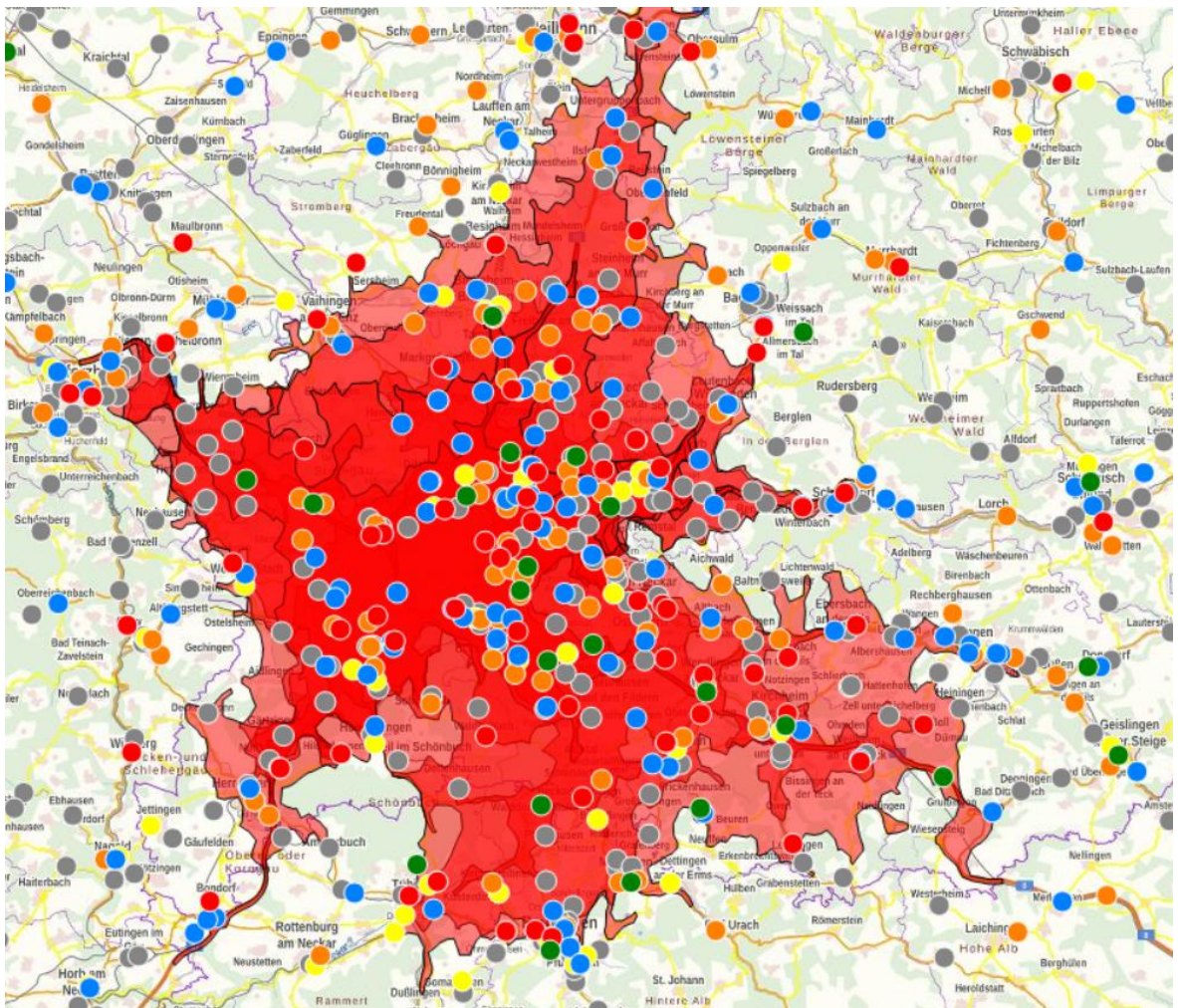
<sup>47</sup> Vgl. Bardong, in: Langen/Bunte, Kartellrecht, Kommentar, Band 1 Deutsches Kartellrecht, 13. Auflage, 2018, § 18, Rz. 46.

(97) Um dieser Tatsache Rechnung zu tragen und die dadurch manifestierten wettbewerblichen Wechselwirkungen abzubilden, wurden einzelne Cluster der Zieltankstellen zu Markträumen bzw. Tankstellen-Clustern zusammengefasst. Hinsichtlich des Ausmaßes der Zusammenfassung der Einzugsbereiche einzelner Zieltankstellen zu einem Marktraum bzw. Cluster von Zieltankstellen wurde jedoch erneut den ermittelten maximalen Fahrzeiten Rechnung getragen. Eine Zusammenfassung von Einzugsbereichen einzelner Tankstellen zu großflächigen Markträumen mit Fahrzeiten deutlich über 30 Minuten ist daher unterblieben. In städtischen Lagen mit einem umliegenden und tendenziell ländlicheren Umfeld wurden vielmehr neben einem innerstädtischen Marktraum bzw. Cluster mit den überlappenden Einzugsbereichen dort gelegener Zieltankstellen mehrere angrenzende Markträume abgegrenzt. Diese weisen zwar teilweise auch Überschneidungen mit den Einzugsbereichen der innerstädtisch gelegenen Tankstellen auf. Eine Zusammenfassung dieser jeweiligen Markträume zu einem entsprechenden großflächigen, weit über eine Fahrzeit von 30 Minuten hinausgehenden einheitlichen Marktraum würde jedoch die tatsächlich bestehenden Ausweichalternativen der Nachfrager nicht sachgerecht widerspiegeln. So können beispielsweise für im nördlichen Umland einer Großstadt beheimatete Pendler zwar entsprechend gelegene innerstädtische Tankstellen eine Ausweichalternative darstellen. Es ist jedoch fernliegend, dass dies in gleicher Weise auch für die im östlichen, südlichen oder westlichen Umland der Großstadt gelegenen Tankstellen gilt. Vielmehr werden die maßgeblichen Ausweichalternativen sachgerecht durch die Abgrenzung eines innerstädtischen Marktraums sowie mehreren, diesen umgebenden und sich teilweise mit ihm überlappenden Markträumen abgebildet. Die auf dieser Grundlage zum Zwecke dieser Entscheidung abgegrenzten Markträume sind:

(98) Marktraum Stuttgart (Stadt) mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 70180 Stuttgart, Immenhofer Str. 48
- 70378 Stuttgart, Aldinger Str. 74
- 70439 Stuttgart, Freihofstr. 77
- 70499 Stuttgart, Solitudestr. 207
- 70597 Stuttgart, Epplerstr. 55
- 70629 Stuttgart, Flughafenstr. 70

(99) Einzugsbereiche der Stuttgarter Tankstellen, 30 Minuten Fahrzeit:

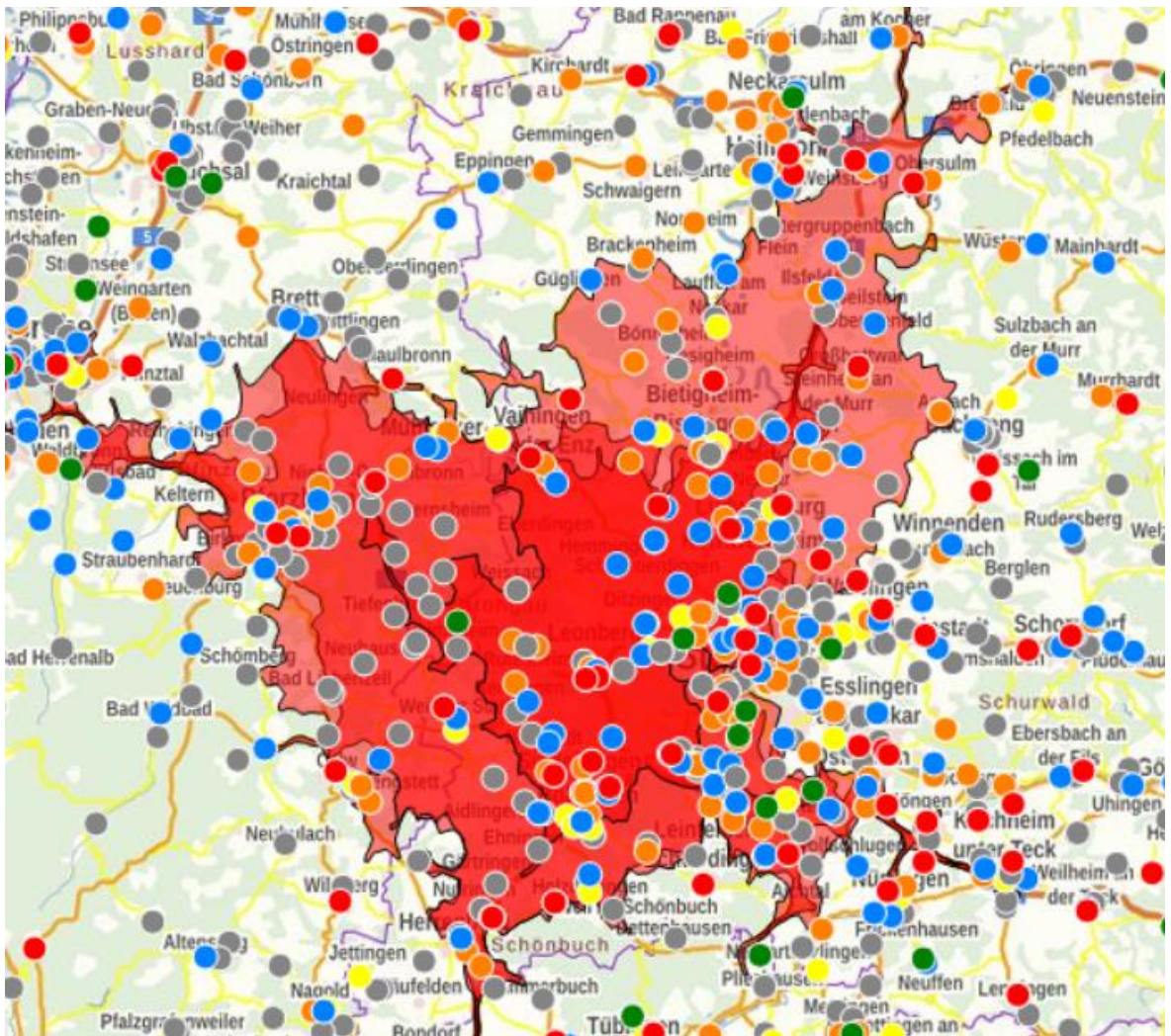


(100) Marktraum/Tankstellencluster westlich/nordwestlich von Stuttgart mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 71277 Rutesheim, Renninger Str. 24
- 71296 Heimsheim, Römerstr. 1
- 74321 Bietigheim-Bissingen, Stuttgarter Str. 150

(101) Einzugsbereiche des Tankstellenclusters westlich/nordwestlich von Stuttgart, 30 Minuten Fahrzeit:



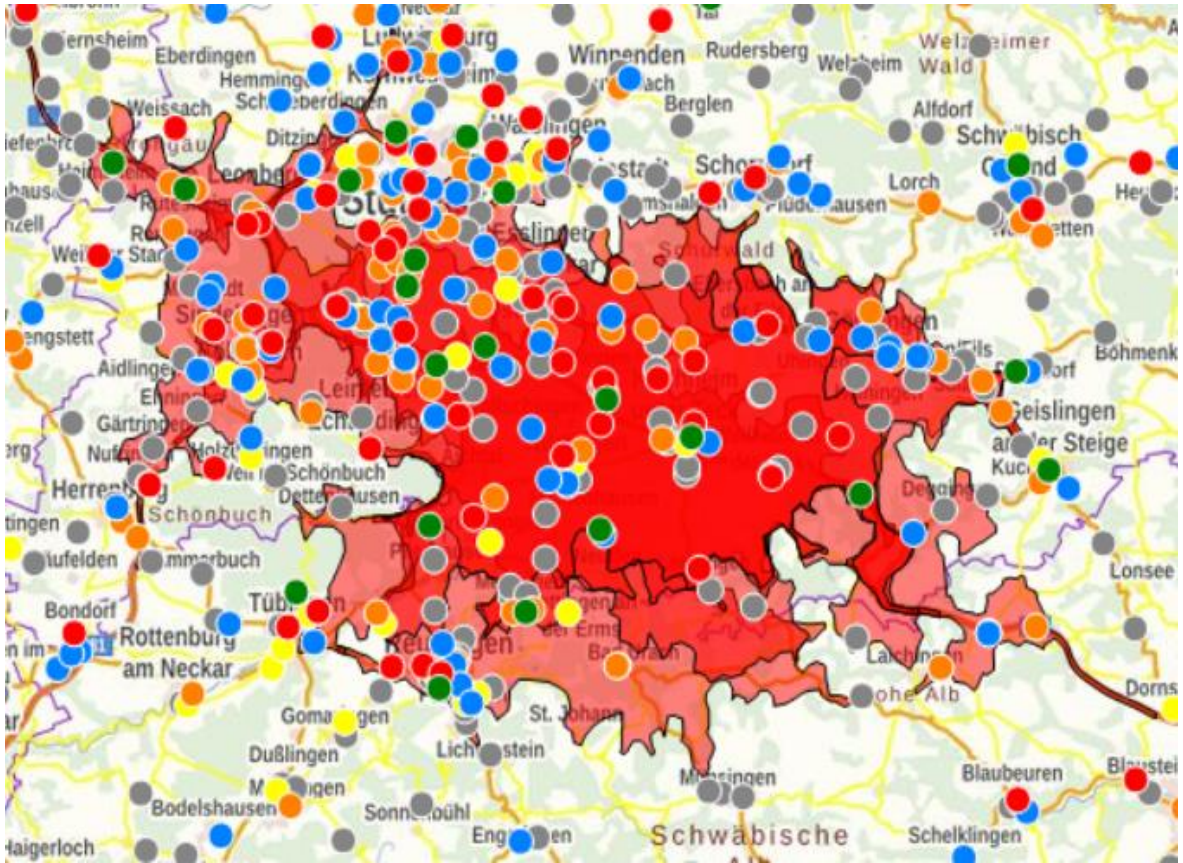


(102) Marktraum/Tankstellencluster östlich/südöstlich von Stuttgart mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 72636 Frickenhausen, Hauptstr. 87
- 73230 Kirchheim unter Teck, Jesinger Str. 50
- 73240 Wendlingen, Bahnhofstr. 10
- 73760 Scharnhausen, Elly-Beinhornstr. 2

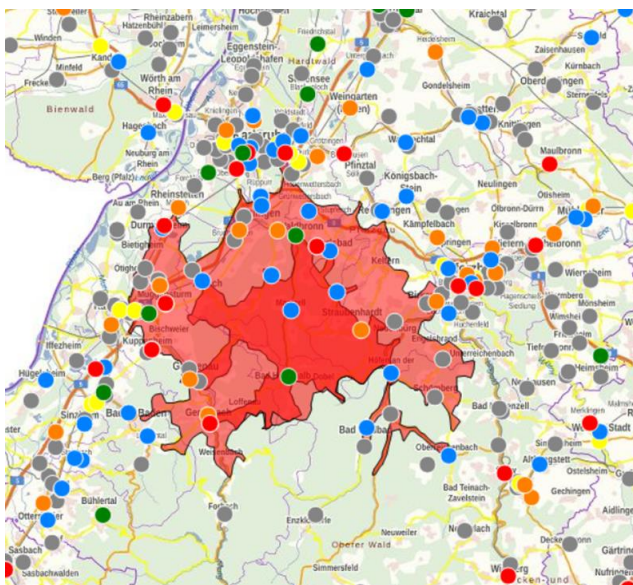
(103) Einzugsbereiche des Tankstellenclusters östlich/südöstlich von Stuttgart, 30 Minuten Fahrzeit:





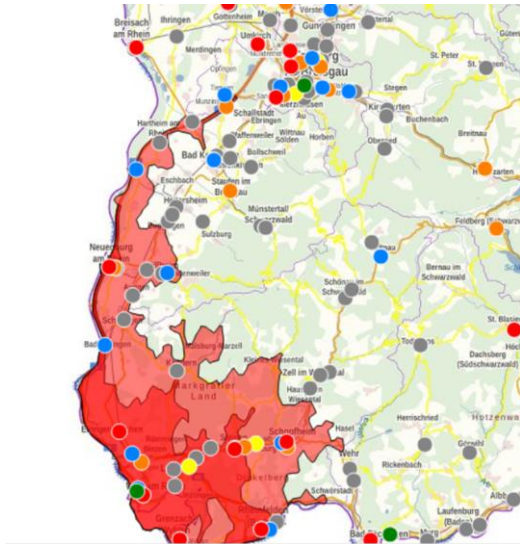
(104) Einzugsbereich OMV-Tankstelle in 76332 Bad Herrenalb, Ettlinger Str. 38

Einzugsbereich der OMV-Tankstelle Bad Herrenalb (dunkelrot: 20 Minuten Fahrzeit, hellrot: 30 Minuten Fahrzeit):



(105) Einzugsbereich OMV-Tankstelle in 79576 Weil am Rhein, Alte Str. 32

Einzugsbereich der OMV-Tankstelle Weil am Rhein (dunkelrot: 20 Minuten Fahrzeit, hellrot: 30 Minuten Fahrzeit):

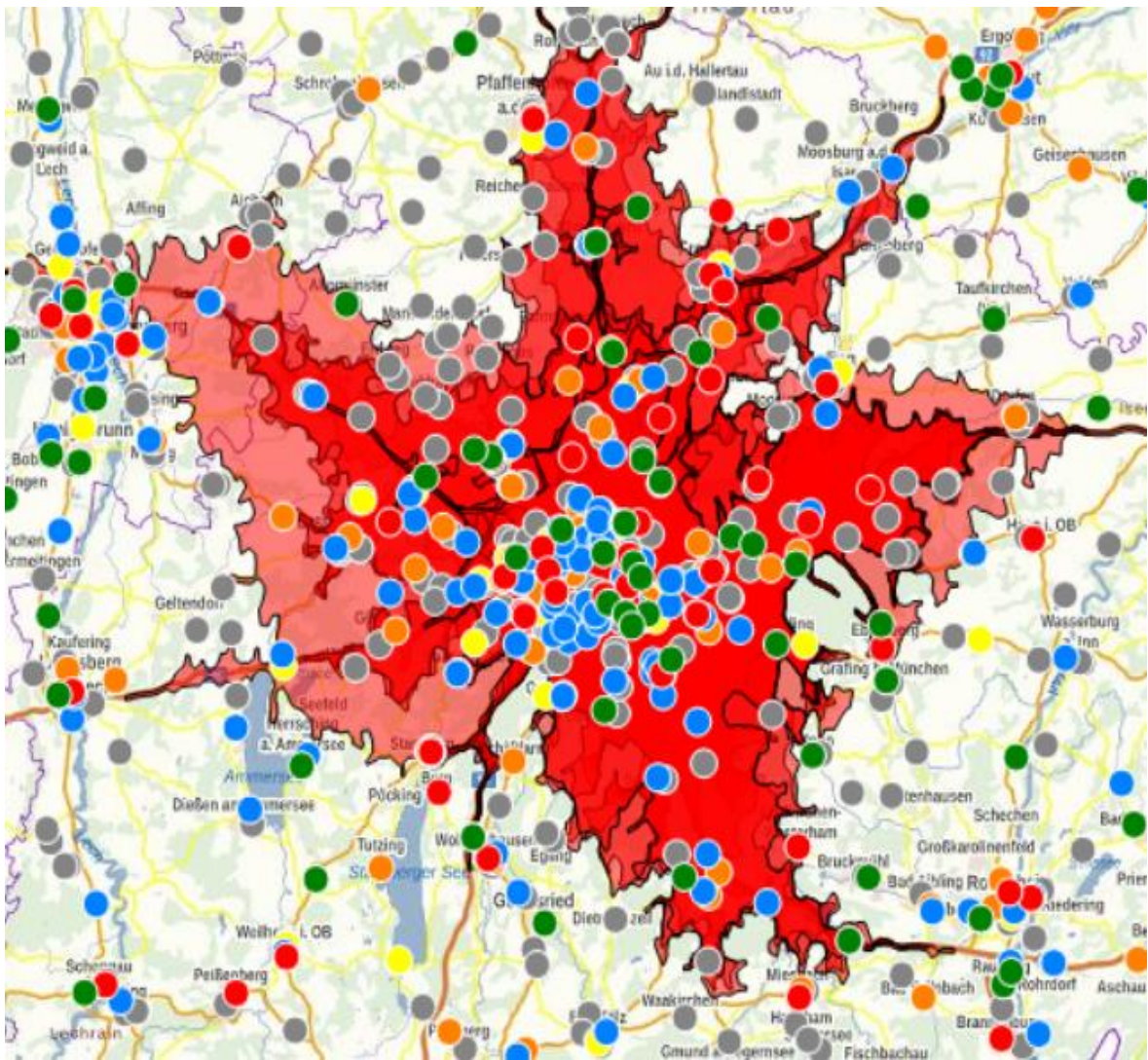


(106) Marktraum München (Stadt) mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 80802 München, Ungererstr. 46-50
- 80939 München, Freisinger Landstr. 26
- 80939 München, Freisinger Landstr. 9
- 80993 München, Triebstr. 35a
- 81247 München, Verdistr. 68
- 81541 München, Auerfeldstr. 21
- 81669 München, Innsbrucker Ring 153
- 81735 München, Heinrich-Wieland-Str. 97
- 81737 München, Ottobrunner Str. 116
- 81927 München, Cosimastr. 10
- 81929 München, Friedrich-Eckart-Str. 39

(107) Einzugsbereiche der Tankstellen in München, 30 Minuten Fahrzeit:

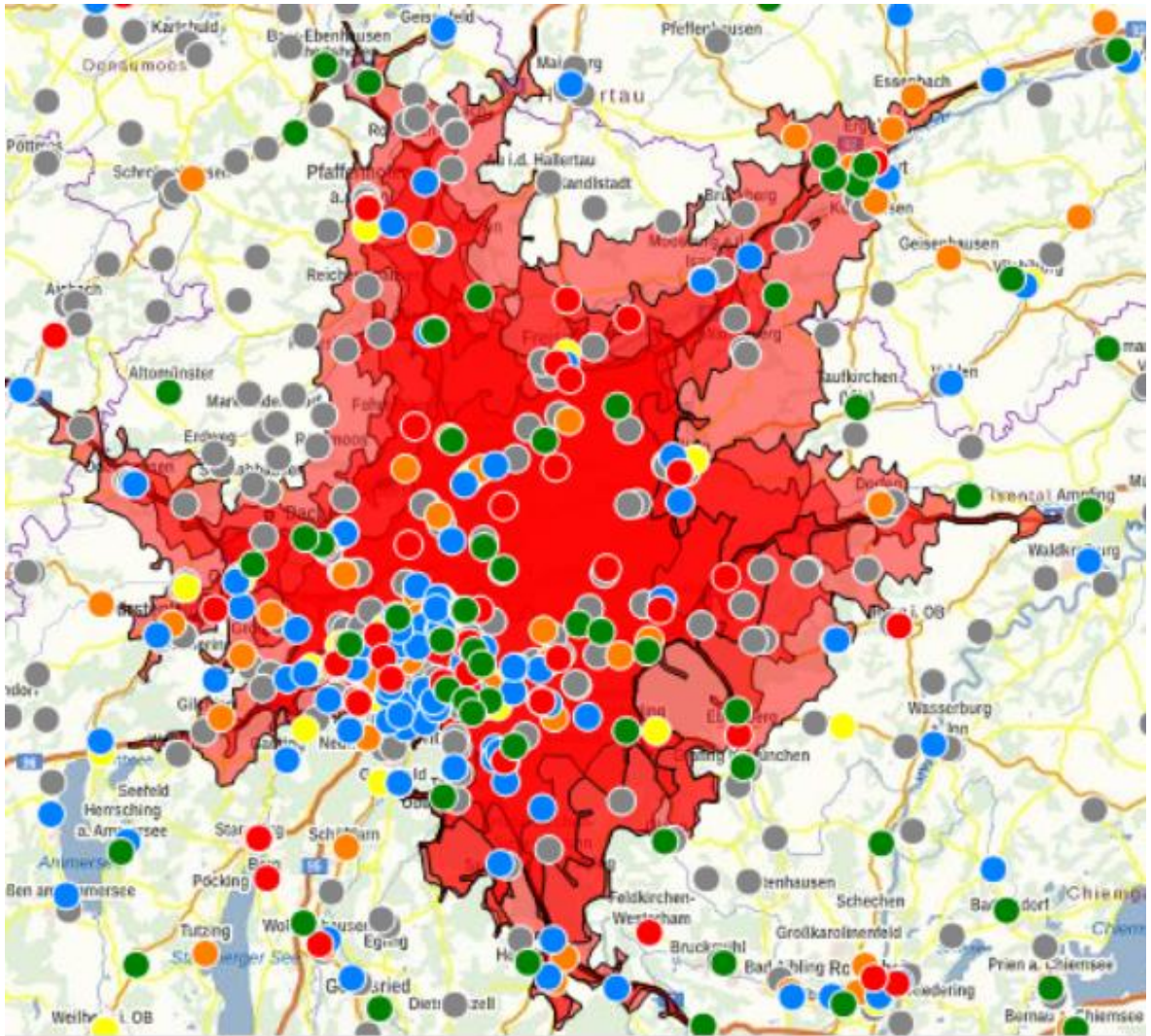




(108) Marktraum/Tankstellencluster im Nordosten von München mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 85551 Kirchheim b. München, Florianstr. 31
- 85586 Poing, Gruber Str. 80
- 85737 Ismaning, Münchner Str. 47
- 85748 Garching, Münchener Str. 49
- 85356 Freising, Erdinger Allee 2

(109) Einzugsbereiche des Tankstellenclusters im Nordosten von München, 30 Minuten Fahrzeit:

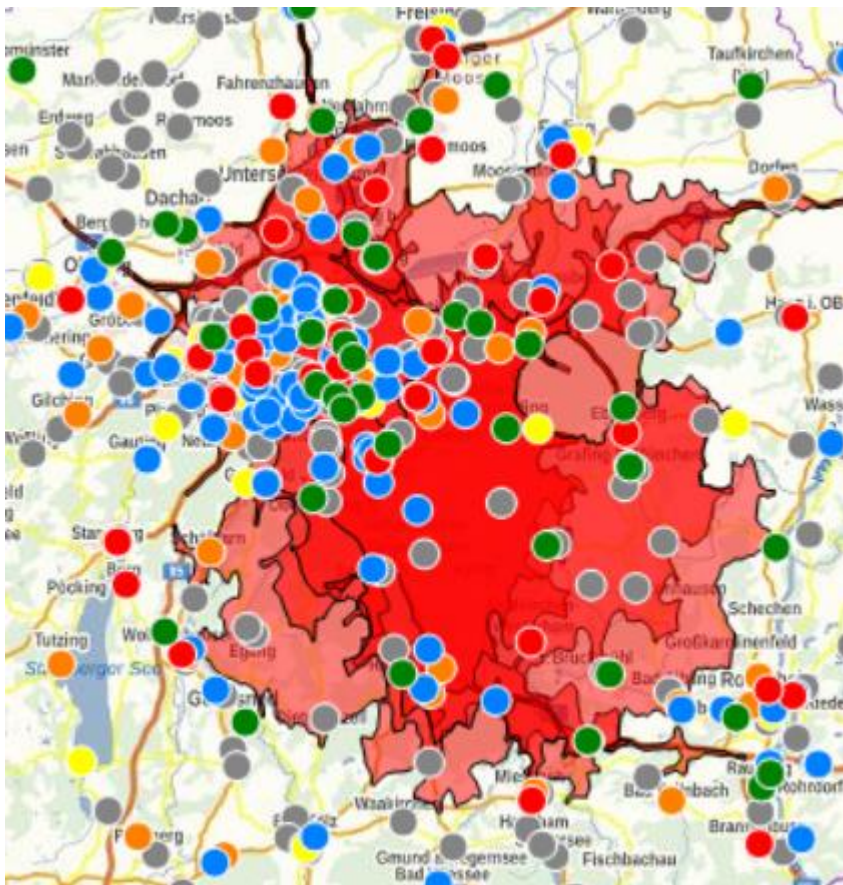


(110) Marktraum/Tankstellencluster im Südosten von München mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 82041 Oberhaching, Raiffeisenallee 7
- 85579 Neubiberg, Hauptstr. 84
- 85604 Zorneding, Münchener Str. 13
- 85625 Glonn, Kastenseestr. 6

(111) Einzugsbereiche des Tankstellenclusters im Südosten von München, 30 Minuten Fahrtzeit:

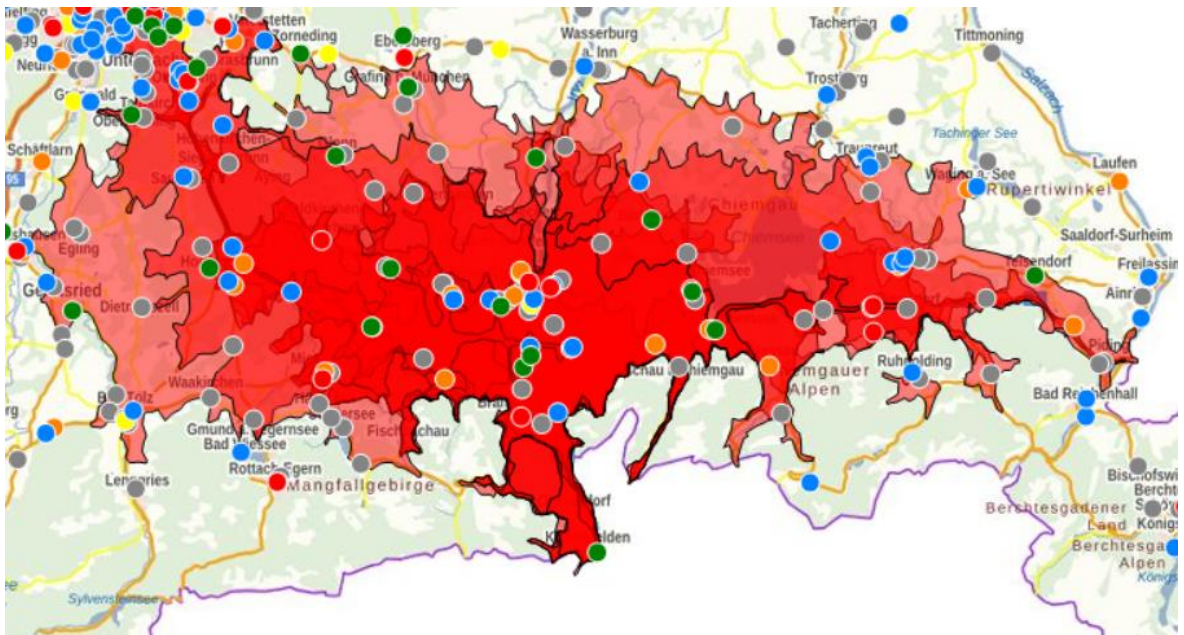




(112) Marktraum/Tankstellencluster um Rosenheim mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 83026 Rosenheim, Renkenweg 1
- 83052 Bruckmühl, Albert-Mayer-Str. 22
- 83064 Raubling, Kufsteiner Str. 27
- 83064 Raubling, Rosenheimer Str. 40
- 83088 Kiefersfelden, A93 Inntal West
- 83209 Prien, Bernauer Str. 49
- 83233 Bernau, Priener Str. 10
- 83607 Holzkirchen, Maitz 3
- 83737 Irschenberg, Wendling 14

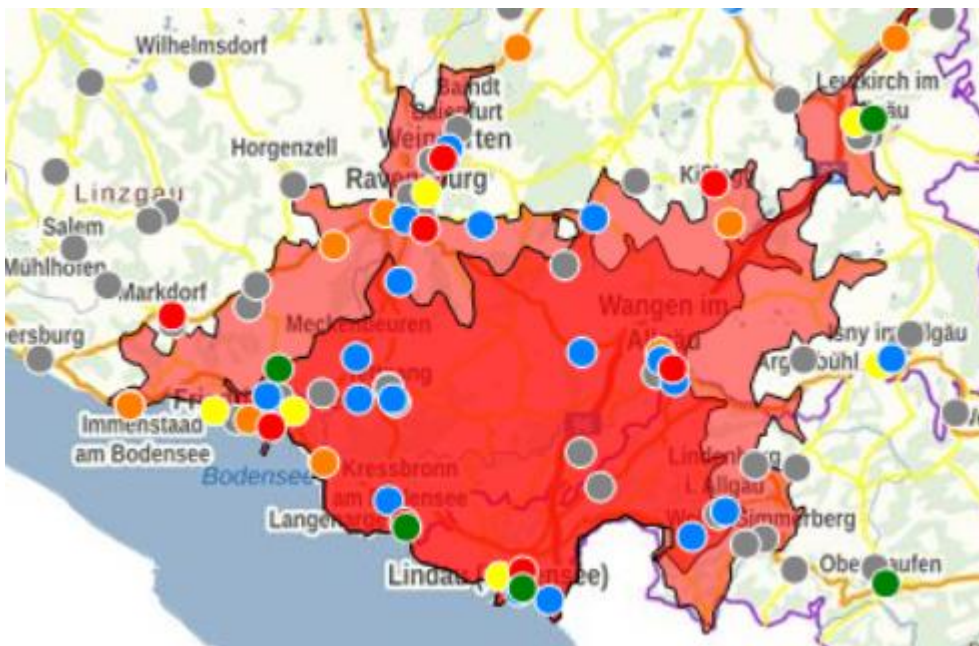
(113) Einzugsbereiche des Tankstellenclusters um Rosenheim, 30 Minuten Fahrzeit:



(114) Markraum/Tankstellencluster am Bodensee mit folgenden OMV-Tankstellen:

- 88079 Kressbronn, Lindauer Str. 12
- 88131 Lindau, Kemptener Str. 14-16

(115) Einzugsbereiche des Tankstellenclusters am Bodensee, 30 Minuten Fahrzeit:

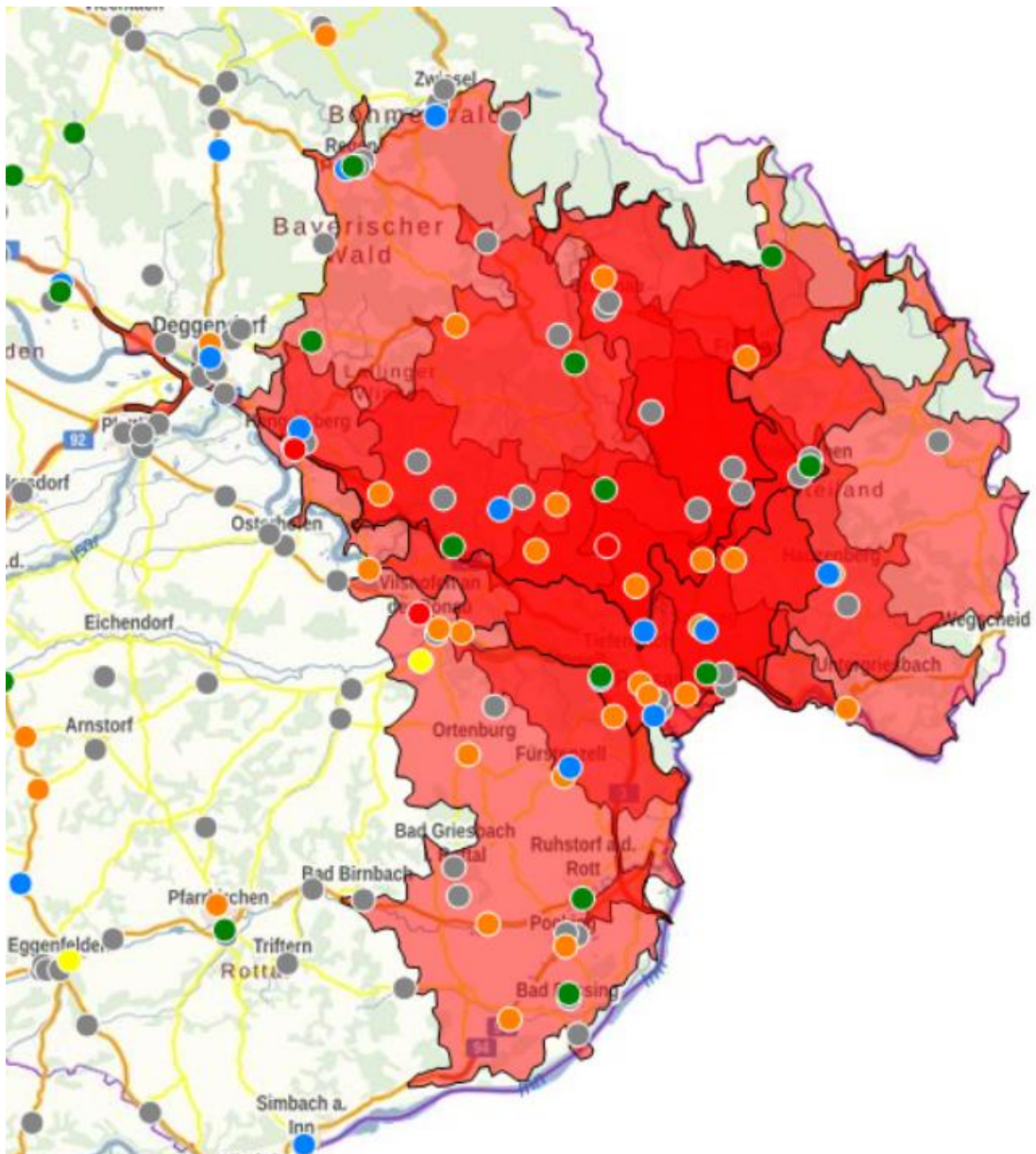


(116) Markraum/Tankstellencluster Passau und Bayerischer Wald mit folgenden OMV-Tankstellen:



- 94034 Passau, Alte Str. 39
- 94036 Passau, A3 Donautal West
- 94065 Waldkirchen, Bannholzstr. 31
- 94104 Tittling, Passauer Str. 31
- 94151 Mauth, Freyunger Str. 11
- 94513 Schönberg, Schönberger Str. 8

(117) Einzugsbereiche des Tankstellenclusters im Raum Passau und Bayerischer Wald, 30 Minuten Fahrzeit:



#### **ff) Sonstige betroffene Bereiche**

- (118) Für die sonstigen betroffenen Bereiche (wie Shopgeschäft) kann die genaue räumliche Marktabgrenzung offen bleiben, da unabhängig von der räumlichen Marktabgrenzung keine wettbewerblichen Probleme zu erwarten sind.

#### **2. Bagatellmarktklausel**

- (119) Gemäß § 36 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 GWB kann ein Zusammenschluss nicht untersagt werden, wenn die Untersagungs Voraussetzungen nur auf Märkten vorliegen, auf dem seit mindestens fünf Jahren Waren oder gewerbliche Leistungen angeboten werden und auf denen im letzten Kalenderjahr insgesamt weniger als 20 Mio. Euro umgesetzt wurden, es sei denn, es ist ein Markt betroffen, bei dem unentgeltliche Leistungen erbracht werden oder der Zusammenschluss hat – neben dem Vorliegen anderer Voraussetzungen (siehe § 35 Abs. 1a) GWB) – einen Transaktionswert von mehr als 400 Millionen Euro (Bagatellmarktklausel). Hierbei ist ausschließlich auf die inländischen Umsätze abzustellen.<sup>48</sup> Sinn der Bagatellmarktklausel ist es, Vorhaben, die nur in Bezug auf gesamtwirtschaftlich unbedeutende Märkte wettbewerblich problematisch sind, von der Fusionskontrolle auszunehmen.
- (120) Für die ganz überwiegende Zahl der vom vorliegenden Zusammenschluss betroffenen und möglicherweise wettbewerblich problematischen Markträume liegen die Marktvolumina für Dieselkraftstoff und Ottokraftstoff sowohl im Einzugsbereich von 20 Minuten als auch im Einzugsbereich von 30 Minuten schon einzeln (für nur einen Marktraum) deutlich oberhalb der Bagatellmarktschwelle. Angesichts der Vielzahl an problematischen Markträumen ist die Bagatellmarktklausel daher nicht einschlägig.
- (121) Im Übrigen kommt es vorliegend auf den Umsatz der betroffenen Einzelmärkte nicht an. Spätestens mit der 10. GWB-Novelle wurde klargestellt, dass soweit mehrere Märkte betroffen sind, diese als gebündelt zu betrachten sind.<sup>49</sup>

#### **3. Wettbewerbliche Würdigung**

- (122) Das vorliegende Zusammenschlussvorhaben ist nur mit Nebenbestimmungen freizugeben, da es ohne Nebenbestimmungen zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen würde.

---

<sup>48</sup> Vgl. Kallfaß, in: Langen/Bunte, a.a.O., Rz. 133 zu § 36.

<sup>49</sup> Vgl. BT-Drucks. 19/23492, S. 92.



- (123) Bei horizontalen Fusionen wie dem hier betroffenen Zusammenschlussvorhaben kann eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs sowohl auf unilaterale als auch auf koordinierte Effekte zurückzuführen sein. Aufgrund der im Folgenden ausführlich dargestellten Markt- und Wettbewerbsverhältnisse in Deutschland hat das Bundeskartellamt in seiner Entscheidungspraxis zum Bereich des Absatzes von Kraftstoffen über Tankstellen in der Vergangenheit mehrere Vorhaben aufgrund der Gefahr koordinierter Effekte, d.h. der Entstehung oder Verstärkungen gemeinsamer marktbeherrschender Stellungen geprüft und beanstandet.
- (124) Der vorliegend zu prüfende Zusammenschluss würde in seiner angemeldeten Form zur Entstehung oder Verstärkung der gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Zusammenschlussbeteiligten EG Group und OMV Germany Business gemeinsam sowie der Unternehmen BP Europa SE (Marke Aral, „BP/Aral“) und Shell Deutschland Oil GmbH („Shell“) auf den Märkten für den Absatz von Ottokraftstoff und Dieseldieselkraftstoff in den oben unter Rz. 88-101 abgegrenzten räumlichen Märkten führen würde (§ 36 Abs. 1 S. 1 GWB). Die von den Zusammenschlussbeteiligten abgegebenen Zusagen zur Veräußerung von Tankstellen in den betroffenen Markträumen beseitigen jedoch diese festgestellte Behinderung wirksamen Wettbewerbs in den jeweils betroffenen regionalen Märkten für den Absatz von Otto- und Dieseldieselkraftstoff.
- (125) Das Zusammenschlussvorhaben führt – auch unter Berücksichtigung der von den Zusammenschlussbeteiligten abgegebenen Zusagen - auf den Märkten für den Absatz von Ottokraftstoff und Dieseldieselkraftstoff hingegen weder zur Entstehung oder Verstärkung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung der Zusammenschlussbeteiligten noch zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form unilateraler Effekte unterhalb der Schwelle der Marktbeherrschung. Auch auf den nicht den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen betreffenden Märkten führt der Zusammenschluss nicht zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs.

#### **a) Gemeinsame Marktbeherrschung und koordinierte Effekte**

##### **aa) Prüfungsansatz**

- (126) Eine gemeinsame marktbeherrschende Stellung liegt nach § 18 Abs. 5 GWB dann vor, wenn zwischen einer Gesamtheit von Unternehmen ein wesentlicher Wettbewerb nicht besteht (Binnenwettbewerb) und wenn sie gemeinsam keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt sind oder eine im Verhältnis zu ihren Wettbewerbern überragende Marktstellung haben (Außenwettbewerb). Gemeinsame Marktbeherrschung setzt dabei nicht voraus,

dass die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen in dem Sinne kollusiv zusammenwirken, dass sie wettbewerbswidrige Vereinbarungen im Sinne von Art. 101 AEUV/§ 1 GWB treffen. Vielmehr kann eine gemeinsame marktbeherrschende Stellung auch darin liegen, dass sich die Mitglieder der marktbeherrschenden Unternehmensgruppe stillschweigend im Wesentlichen mit ihren jeweils erreichten Marktanteilen begnügen, ohne dass es noch zu wirksamem Binnenwettbewerb zwischen ihnen kommt und ohne dass Außenwettbewerb oder die Nachfrageseite den Erfolg des derart eingeschränkten Wettbewerbsverhaltens der marktbeherrschenden Oligopolisten zu gefährden vermag.

- (127) Maßgebend für die Prognose, ob die Wettbewerbsbedingungen keinen wesentlichen Binnenwettbewerb zwischen den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen erwarten lassen, ist nach dem BGH eine Gesamtbetrachtung aller relevanten Umstände, wobei im Rahmen der Zusammenschlusskontrolle den Marktstrukturmerkmalen besonderes Gewicht zukommt. Ein einheitliches Verhalten der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen ist danach zu erwarten, wenn zwischen den beteiligten Unternehmen eine enge Reaktionsverbundenheit (implizite Kollusion) besteht. Dabei sind die Symmetrie der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen hinsichtlich Produktpalette, verwendeter Technologie und Kostenstruktur, Marktzutrittsschranken, die Nachfragemacht der Marktgegenseite und die Preiselastizität der Nachfrage zu berücksichtigen. Von Bedeutung kann zudem sein, ob aufgrund der Homogenität des betroffenen Produkts ein Produkt- und Qualitätswettbewerb nur eingeschränkt oder gar nicht in Betracht kommt und ob die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen gesellschaftsrechtlich miteinander verflochten sind. Zentrale Indizien für eine enge Reaktionsverbundenheit sind entsprechend dem BGH dann die Markttransparenz und wirksame Abschreckungs- und Sanktionsmittel der Unternehmen gegen Wettbewerbsvorstöße eines von ihnen. Wenn die Strukturmerkmale eine enge Reaktionsverbundenheit der Unternehmen erwarten lassen, ist weiter zu prüfen, ob deren indizielle Bedeutung durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet werden kann.<sup>50</sup>
- (128) Der Prüfungsansatz für koordinierte Effekte nach der europäischen Fusionskontrolle ist hinsichtlich der materiellen Vorgehensweise und Substanz sehr ähnlich. Die Prüfung koordinierter Effekte im Rahmen der europäischen Fusionskontrolle erfolgt im Wesentlichen nach den Grundsätzen, die das Europäische Gericht der 1. Instanz im Urteil *Airtours* / Kommission aufgestellt hat („*Airtours*-Kriterien“) und die in den Leitlinien zur Bewertung horizontaler

---

<sup>50</sup> Vgl. BGH, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 48ff.

Zusammenschlüsse gemäß der Ratsverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen („Horizontal-Leitlinien“) der Kommission dargestellt werden.<sup>51</sup> Ein Zusammenschluss in einem konzentrierten Markt kann wirksamen Wettbewerb erheblich durch die Begründung oder Verstärkung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung behindern, weil er die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Unternehmen in der Lage sind, ihr Verhalten zu koordinieren und die Preise zu erhöhen, ohne dass hierfür eine Absprache oder Abstimmung im Sinne des Kartellverbots notwendig wäre („implizite Kollusion“ oder „Koordinierung“). Eine stabile Koordinierung in diesem Sinne wird erleichtert, wenn es relativ einfach möglich ist, über die Koordinierungsmodalitäten zu einem Einvernehmen zu gelangen.<sup>52</sup> Zudem muss es möglich sein, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen<sup>53</sup> und mittels glaubwürdiger Abschreckungsmechanismen zu sanktionieren.<sup>54</sup> Schließlich darf das mit der Abstimmung erwartete Ergebnis nicht durch Reaktionen von Außenstehenden (nicht an der Koordinierung beteiligte Wettbewerber, potenzielle Wettbewerber, Kunden) gefährdet werden.<sup>55</sup>

- (129) Der gegenständliche Zusammenschluss wirkt sich in einem großen Gebiet, nämlich ganz Süddeutschland, insbesondere in den beiden großen Flächen-Bundesländern Bayern und Baden-Württemberg, aber auch in angrenzenden Regionen in Rheinland-Pfalz, Hessen, Thüringen und Sachsen aus. Bei der von der Rechtsprechung geforderten umfassenden strukturellen Gesamtbetrachtung der Voraussetzungen gemeinsamer Marktbeherrschung und eines wettbewerbslosen Parallelverhaltens sind zudem auch produkt-, markt- und unternehmensbezogene Faktoren zu berücksichtigen, die über die konkret betroffenen Märkte hinaus von bundesweiter Relevanz sind. Diese bundesweiten produkt-, markt- und unternehmensbezogenen Aspekte dürfen zwar einerseits nicht dazu führen, dass die konkreten regionalen Marktverhältnisse nicht im Detail berücksichtigt und bewertet werden. Umgekehrt ist es jedoch in materieller Hinsicht andererseits ebenso zwingend, dass regionale Abweichungen bei einzelnen Strukturfaktoren nicht automatisch dazu führen, dass der Befund gemeinsamer Marktbeherrschung im betroffenen regionalen Markt verneint werden kann. Dies gilt in besonderer Weise für die konkrete Marktanteilsverteilung der einzelnen

---

<sup>51</sup> Vgl. RS T-342/99, Airtours/Kommission, Slg. 2000 II-2585; Leitlinien zur Bewertung horizontaler Zusammenschlüsse gemäß der Ratsverordnung über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen vom 05.02.2004 („Horizontal-Leitlinien“), ABl. C 31, S. 5 ff, Rz. 39ff.

<sup>52</sup> Horizontal-Leitlinien, Rz. 44ff.

<sup>53</sup> Horizontal-Leitlinien, Rz. 49ff.

<sup>54</sup> Horizontal-Leitlinien, Rz. 52ff.

<sup>55</sup> Horizontal-Leitlinien, Rz. 56ff.

Unternehmen im betrachteten Regionalmarkt. Selbst wenn diese im Einzelfall in einem konkreten räumlichen Markt schwächer als im bundesweiten Durchschnitt oder in anderen, ggf. angrenzenden Markträumen ausfällt, schließt dies die Existenz gemeinsamer Marktbeherrschung unter Beteiligung dieser Unternehmen im betrachteten Regionalmarkt nicht per se aus. Erforderlich aber auch ausreichend ist vielmehr ein hinreichend hohes Ausmaß an Marktkonzentration und eine damit einhergehende begrenzte Anzahl von Marktteilnehmern, die zusammen mit einer hinreichenden Markttransparenz eine zeitnahe Identifikation und effektive Sanktionierung wettbewerblicher Vorstöße ermöglicht und in der Folge solche Vorstöße unattraktiv erscheinen lässt. Insgesamt ist daher in jedem Regionalmarkt stets eine Gesamtbewertung der regionalen Marktverhältnisse unter Berücksichtigung der relevanten bundesweit wirksamen Strukturfaktoren erforderlich.

- (130) Trotz der gesetzlich und in der Rechtsprechung vorgegebenen Unterscheidung zwischen Binnen- und Außenwettbewerb kann es für die materielle Bewertung im Ergebnis ferner keinen Unterschied machen, ob ein bestimmtes Unternehmen in einem bestimmten Markt- raum konkret der im Markt führenden Oligopolgruppe zugeordnet und im Rahmen der Bewertung des Ausmaßes an Binnenwettbewerb beurteilt oder als sogenannter Außenwettbewerb betrachtet wird, so lang in beiden Varianten davon auszugehen ist, dass ein wettbewerbsschädliches Oligopol besteht. Die Unterscheidung zwischen Binnen- und Außenwettbewerb bezieht ihre praktische Relevanz vielmehr überwiegend aus der als reine Beweislastregel ausgestalteten Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 GWB, welche die Vermutung gemeinsamer Marktbeherrschung an das Erreichen bestimmter kumulierter Marktanteilsschwellen knüpft. Im Rahmen der gebotenen Gesamtbetrachtung der relevanten Anreize der betrachteten Marktteilnehmer macht es im Ergebnis in ökonomischer und materieller Hinsicht hingegen keinen Unterschied, ob die eine gemeinsame Marktbeherrschung ausschließenden wettbewerblichen Vorstöße von einem rechnerisch der Oligopolgruppe zugewiesenen Anbieter oder von einem rechnerisch als Außenwettbewerb zu betrachtenden Anbieter zu erwarten sind. Im Ergebnis ausschlaggebend ist vielmehr stets eine Gesamtbetrachtung der Auswirkungen sämtlicher maßgeblicher Strukturfaktoren auf die Anreize der Marktteilnehmer, entweder durch die Vornahme oder durch das Unterlassen wettbewerblicher Vorstöße ein wettbewerbsloses Parallelverhalten im Markt zu unterbinden bzw. zu etablieren.

### **bb) Bisherige Entscheidungspraxis des Bundeskartellamtes**

- (131) In seiner bisherigen Entscheidungspraxis hatte das Bundeskartellamt in mehreren Fusionskontrollentscheidungen<sup>56</sup> und in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe<sup>57</sup> jeweils eine gemeinsame marktbeherrschende Stellung der fünf großen in Deutschland tätigen vertikal integrierten Unternehmen BP/Aral, Shell, Total, Esso und JET auf den regional abzugrenzenden Märkten für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen festgestellt. Dem Befund lag die Prüfung bundesweit vorliegender Marktstrukturfaktoren zugrunde, die bei der Bewertung konkreter Einzelfälle durch die Analyse der jeweiligen regionalen Gegebenheiten ergänzt wurde. Diese Befunde wurden zuletzt im Rahmen eines Hauptprüfverfahrens 2018/2019 überprüft, das allerdings wegen Rücknahme der Anmeldung nicht mit einer Entscheidung endete.<sup>58</sup>
- (132) In den Fusionskontrollentscheidungen Shell/HPV<sup>59</sup>, Total/OMV<sup>60</sup> sowie Shell/Lomo<sup>61</sup> und anschließend auch in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe<sup>62</sup> hatte das Bundeskartellamt festgestellt, dass die fünf seinerzeit vertikal integrierten Mineralölunternehmen BP/Aral, Shell, Total, Esso und JET gemeinsam eine marktbeherrschende Stellung im Einzelhandel mit Kraftstoffen innehatten. Das OLG Düsseldorf hatte die Entscheidung Total/OMV aufgehoben, insbesondere weil es einen wirksamen Sanktionsmechanismus innerhalb des Oligopols bezweifelte.<sup>63</sup> Der BGH hat den Beschluss des OLG Düsseldorf jedoch seinerseits aufgehoben.<sup>64</sup>
- (133) Ein wesentliches Kriterium für die Feststellung einer marktbeherrschenden Stellung ist der Marktanteil. Für die hier betroffene gemeinsame Marktbeherrschung wird vermutet, dass eine Gesamtheit von Unternehmen marktbeherrschend ist, wenn sie aus drei oder weniger

---

<sup>56</sup> Shell/HPV (vgl. Bundeskartellamt, Beschluss Shell/HPV, a.a.O., Rz. 32ff.), Total/OMV (vgl. Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 35ff.) und Shell/Lomo (vgl. Bundeskartellamt, Beschluss vom 08.05.2009 Shell/Lomo, Az. B8-32/09, Rz. 24ff).

<sup>57</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 48ff.

<sup>58</sup> Verfahren B8-65/18 Total/Görge, Fallbericht vom 9. April 2019 abrufbar unter [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Fallberichte/Fusionskontrolle/2019/B8-65-18.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/DE/Fallberichte/Fusionskontrolle/2019/B8-65-18.pdf?__blob=publicationFile&v=5).

<sup>59</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss Shell/HPV, a.a.O., Rz. 32ff.

<sup>60</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 35ff.

<sup>61</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss Shell/Lomo, a.a.O., Rz. 24ff.

<sup>62</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 48ff.

<sup>63</sup> Vgl. OLG Düsseldorf, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 48ff.

<sup>64</sup> Vgl. BGH, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 52ff. Die Sache wurde an das OLG Düsseldorf zurückverwiesen, aufgrund der Antragsrücknahme der Beteiligten jedoch nicht erneut entschieden.

Unternehmen besteht, die zusammen Marktanteile von 50% erreichen oder wenn sie aus fünf oder weniger Unternehmen besteht, die zusammen Marktanteile von zwei Dritteln erreichen (§ 18 Abs. 6 GWB). Die Sektoruntersuchung Kraftstoffe hielt fest, dass die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen in verschiedenen Fusionskontrollverfahren auf einem Großteil der geprüften Regionalmärkte die Vermutungsschwellen überschritten. Die hohen Marktanteile der marktbeherrschenden Unternehmensgruppe bestanden zudem über mehrere Jahre hinweg unangefochten.<sup>65</sup>

- (134) Von zentraler Bedeutung für eine gemeinsame marktbeherrschende Stellung ist ferner eine hinreichende Markttransparenz. Auf transparenten Märkten können die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen ohne größeren Aufwand feststellen, wenn eines von ihnen vom abgestimmten Verhalten abweicht. Besteht ein ausreichend großes Risiko, entdeckt zu werden, wird dies dem marktbeherrschenden Oligopol langfristig eine gewisse Stabilität verleihen. In der Sektoruntersuchung und der Entscheidung Total/OMV war jeweils festgestellt worden, dass die Märkte für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen sehr transparent sind. Die Markttransparenz war dabei seinerzeit stark asymmetrisch zugunsten der Tankstellenbetreiber.<sup>66</sup> Die vertikal integrierten Mineralölunternehmen profitierten zudem auch von der Transparenz auf der vorgelagerten Raffineriestufe.
- (135) In der Sektoruntersuchung Kraftstoffe wurde zudem festgestellt, dass es sich bei Kraftstoffen um homogene, d.h. in ihren Eigenschaften gleichartige Produkte handelt. Eine hohe Produkthomogenität bedeutet regelmäßig, dass der Produktpreis eine zentrale wettbewerbliche Rolle spielt. Da nur wenige abzustimmende Wettbewerbsparameter bleiben und dadurch die Markttransparenz steigt, können Unternehmen ihr Verhalten auf Märkten mit homogenen Produkten leichter koordinieren.<sup>67</sup>
- (136) Die Möglichkeiten für Produktinnovationen waren nach den Feststellungen der Sektoruntersuchung gering und beschränkten sich im Wesentlichen auf Additive und Zusätze, die die Eigenschaften und das Verhalten des Grundkraftstoffs im Motor verbessern sollten. Die mit Additiven und Zusätzen versehenen Premium-Kraftstoffe fielen jedoch absatzmäßig kaum ins Gewicht.<sup>68</sup>

---

<sup>65</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 50f.

<sup>66</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 51f, Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 53f.

<sup>67</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 52f.

<sup>68</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 53.

- (137) Die Sektoruntersuchung Kraftstoffe ging von einer geringen Preiselastizität der Nachfrage nach Kraftstoffen insgesamt aus, d.h. Preisänderungen führten im Allgemeinen nicht zu einer signifikanten Änderung des Gesamtnachfragevolumens, da ein Großteil der Nachfrager langfristig nicht auf den Kraftstoff verzichten kann. Die markenspezifische Preiselastizität wurde dagegen als hoch angesehen, d.h. die Nachfrager reagierten regelmäßig auf Preisunterschiede zwischen benachbarten Tankstellen.<sup>69</sup>
- (138) Für eine gemeinsame Marktbeherrschung erforderlich ist ferner eine hinreichend regelmäßige Interaktion der maßgeblichen Anbieter im Markt. Je öfter die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen am Markt interagieren, desto leichter können sie sich gegenseitig kontrollieren und desto eher können sie reagieren, wenn sich eines von ihnen nicht parallel verhält. Durch häufig wiederholte Interaktionen wird eine Koordinierung somit stabiler. Sowohl in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe als auch in der Entscheidung Total/OMV konstatierte das Bundeskartellamt, dass Tankstellenbetreiber in kontinuierlichen Interaktionen mit anderen Tankstellenbetreibern standen. Interaktionen umfassten dabei nicht nur Preisentscheidungen und Preisveränderungen, sondern auch das kontinuierliche Beobachten der Preissituation anderer Tankstellen. Zudem trafen die Tankstellenbetreiber auf zahlreichen unterschiedlichen (räumlichen) Märkten aufeinander (Multi Market Contact).<sup>70</sup>
- (139) Bei der Beurteilung gemeinsamer Marktbeherrschung ist ferner das Ausmaß bestehender Verflechtungen zwischen den Marktteilnehmern zu berücksichtigen. Verflochtene Unternehmen können Informationen über Geschäftsstrategien, -ziele und kurzfristige Maßnahmen leichter austauschen, und die bestehenden Verflechtungen gerade auch auf vorgelagerten Marktstufen können eine wirksame Grundlage für effektive Sanktionsmöglichkeiten bieten. Zur Zeit der Sektoruntersuchung bestanden eine Reihe von Verflechtungen auf der Raffinerie- und Pipelineebene sowie bei Tanklagern.<sup>71</sup>
- (140) Schließlich wurden in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe und der Entscheidung Total/OMV wechselseitige Abhängigkeiten der Mineralölkonzerne aufgrund von Kraftstofftauschverträgen konstatiert. Auch diese wirken sich aufgrund der mit ihnen verbundenen Sanktionspotenziale stabilisierend auf ein wettbewerbsloses Parallelverhalten aus. Hintergrund ist, dass alle vertikal integrierten Mineralölgesellschaften ihre Kraftstoffe bundesweit anbieten, aber nicht in jeder Region über eigene Rohölverarbeitungskapazitäten verfügen. Sie praktizieren

---

<sup>69</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 54.

<sup>70</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 54f., Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 58ff.

<sup>71</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 55ff.

deshalb seit langem ein System des Kraftstofftauschs. Diese haben nach Einschätzung des Bundeskartellamts eine marktstrukturelle Bedeutung, da sich die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen in eine wechselseitige Abhängigkeit auf der Beschaffungsseite begeben. Die seinerzeitigen Ermittlungen hatten ergeben, dass rund 25% der in Deutschland abgesetzten Kraftstoffmenge durch Tauschverträge kontrahiert wurde. Das vertragliche Geflecht der Tauschbeziehungen stellt einen glaubwürdigen Sanktionsmechanismus gegen Abweichungen im Binnenverhältnis der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen dar.<sup>72</sup>

- (141) Hohe Marktzutrittsschranken halten Wettbewerber von allen sich bereits im Markt befindlichen Unternehmen fern. Sie nützen aber auch speziell den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen, denn je weniger Wettbewerber im Markt tätig sind, desto einfacher ist es für sie, sich zu koordinieren und gegenseitig zu kontrollieren. Die Marktzutrittsschranken auf den Kraftstoffmärkten wurden in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe für hoch befunden. Signifikante Marktzutritte hatte es zudem nur durch Übernahme bereits bestehender Standorte – in diesem Fall infolge von Veräußerungszusagen in Fusionskontrollverfahren – gegeben.<sup>73</sup>
- (142) Die implizite Koordinierung ist umso leichter, je weniger Wettbewerbsdruck die aktuellen und potenziellen Konkurrenten ausüben können. Nach den Feststellungen in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe und in der Entscheidung Total/OMV standen die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen einer stark zersplitterten Gruppe von Konkurrenten gegenüber. Die unabhängigen Tankstellenbetreiber waren zudem in ihrer großen Mehrheit auf Vorlieferungen der integrierten Mineralölgesellschaften angewiesen. Unter den Anbietern mit geringen Marktanteilen befanden sich dabei auch Tochtergesellschaften international agierender Mineralölkonzerne, die auf ihren Heimatmärkten über große Kompetenz und hohe Marktanteile im Tankstellengeschäft verfügen, wie z.B. die zur italienischen ENI-Gruppe gehörende AGIP, die österreichische OMV oder PKN Orlen aus Polen.<sup>74</sup>
- (143) Gegengewichtige Nachfragemacht kann es den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen erschweren, sich parallel zu verhalten. Auf den Tankstellenmärkten standen die

---

<sup>72</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 57f., Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 72ff.

<sup>73</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 58f.

<sup>74</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 59f., Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 75.



gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen einer millionenfach zersplitterten Nachfrage durch Kraftfahrer gegenüber, die ihre Verhaltensspielräume weder einschränken noch marktstrategischen Überlegungen folgen konnten.<sup>75</sup>

- (144) Das Bundeskartellamt kam in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe zu der Schlussfolgerung, dass die oben beschriebenen Marktstrukturen der Kraftstoffmärkte ein dauerhaft einheitliches Verhalten der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen erwarten ließen. Die Marktstrukturen ermöglichten es ihnen, ein bewusstes Parallelverhalten (implizite Koordination) stabil und einfach herzustellen. Die hohe Markttransparenz erlaubte es den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen, jegliche Preisbewegungen der Konkurrenten genau zu beobachten, abweichendes Verhalten vom Koordinierungsergebnis schnell zu entdecken und wirtschaftlich zu bestrafen. Das Ziel des etablierten Koordinierungs- und Sanktionsmechanismus war dabei, ein höheres Preisniveau durchzusetzen. Da sich ihre Preisstrategie nicht auf höhere Absatzmengen, eine bessere Marktdurchdringung oder höhere Marktanteile richtete, durften Preisänderungen nicht als funktionierender Wettbewerb missverstanden werden. BP/Aral und Shell als Preisführer der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen gaben lediglich den Preisimpuls, dem die anderen Mitglieder der Gruppe in der Regel folgten. Zwischen den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen bestand somit kein wesentlicher Wettbewerb. Sie nahmen eine überragende Marktstellung ein und konnten in beträchtlichem Umfang unabhängig von Wettbewerbern und Kunden agieren, was sich auch im tatsächlichen Wettbewerbsverhalten zeigte.<sup>76</sup>
- (145) Implizite Koordination war aufgrund der Strukturen der Kraftstoffmärkte leicht möglich. Da Kraftstoffe homogene Produkte sind, verringerte sich die Zahl der zu koordinierenden Wettbewerbsfaktoren fast ausschließlich auf den Kraftstoffpreis. Die Koordination wurde dadurch vereinfacht, dass die Kraftstoffmärkte stabil sind. Dadurch waren Marktentwicklungen und Marktverhalten leichter vorhersehbar, so dass Verhaltensänderungen schnell erkannt und bestraft werden können. Die Stabilität der Märkte resultierte aus der Homogenität der Produkte, dem sehr geringen Innovationspotenzial bei Kraftstoffen und den hohen Marktzutrittsschranken. Zudem waren auf den Tankstellenmärkten keine marktstarken Nachfrager aktiv, die das Parallelverhalten erschweren konnten. Auch die Symmetrie der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen war ein stabilisierender Faktor. Alle Mitglieder der Gruppe waren bundesweit tätige vertikal (jedenfalls von der Raffinerie bis zum Tankstellenvertrieb) integrierte Mineralölgesellschaften mit gleichartigen Produktportfolios

---

<sup>75</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 60.

<sup>76</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 61.

und Technologien, was ähnliche Interessen und Anreize nach sich zog. Auch die Verflechtungen und die häufigen Interaktionen der Marktteilnehmer erleichterten es den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen, den Koordinierungsmechanismus umzusetzen.<sup>77</sup>

- (146) In den gesellschaftsrechtlichen und vertragsrechtlichen Verflechtungen der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen in den Bereichen Erzeugung, Lagerung und Logistik sah das Bundeskartellamt zudem auch einen glaubhaften Sanktionsmechanismus, indem beispielsweise die bisher reibungslose Zusammenarbeit bei der wechselseitigen Belieferung mit Kraftstoffen in Frage gestellt oder gestört werden könnte. Einen besonders glaubhaften und flexiblen Sanktionsmechanismus hatten die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen zudem in der Möglichkeit, zeitlich und regional begrenzte Preissenkungen als Sanktionen einsetzen zu können („lokale Preiskriege“). Auf den transparenten Tankstellenmärkten konnten die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen schnell reagieren, wenn eines von ihnen seine Preise – den zentralen Wettbewerbsparameter – änderte. Als Sanktion reichte es dann aus, wenn sich die anderen nicht am koordinierten Verhalten orientierten und ihre Preise senkten. Je schneller sie reagierten, desto geringer war der Gewinn des Abweichlers.<sup>78</sup>
- (147) Das Bundeskartellamt stellte ferner fest, dass das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen die indizielle Strukturbetrachtung bestätigte. Durch die häufigen Interaktionen der Mineralölgesellschaften sowie die kontinuierlichen und flächendeckenden Preisbeobachtungen hatten sich Preissetzungsmechanismen herausgebildet. Dies ermöglichte es jeder Mineralölgesellschaft, auch ohne Kommunikation mit den anderen Mineralölgesellschaften deren Preise zu antizipieren oder zumindest zeitnah auf diese reagieren zu können. Die Ermittlungen im Rahmen der Sektoruntersuchung hatten gezeigt, dass Preisvorstöße der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen fast immer durch BP/Aral und Shell vorgenommen wurden, die die Rolle der Preisführer übernommen hatten. Je eine der beiden Gesellschaften versuchte regelmäßig, die Kraftstoffpreise bundesweit anzuheben und ein höheres Preisniveau durchzusetzen. Gleichzeitig beobachteten die Preisführer, ob die anderen Mitglieder der Gruppe folgten oder nicht. Folgten sie nicht, nahmen die Preisführer ihren Vorstoß zurück. Die Preiszyklen erfolgten zudem in einem sich zeitlich wiederholenden, wöchentlichen und saisonalen Muster.<sup>79</sup> Diese Preissetzungsmuster wurden nicht als Beleg für lebhaften Preiswettbewerb, sondern vielmehr als Ausdruck eines im Wesentlichen

---

<sup>77</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 61f.

<sup>78</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 62.

<sup>79</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 62f.

gleichförmigen Preissetzungsverhaltens der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen angesehen.<sup>80</sup>

### **cc) Marktraum Stuttgart (Stadt)**

- (148) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung einer bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselkraftstoffen im Einzugsbereich der in Stuttgart gelegenen Tankstellen des Zielunternehmens OMV erwarten. Es ist weiterhin von einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung auszugehen, obwohl sich bei den bundesweit wirkenden Strukturfaktoren seit den oben genannten Einzelfallentscheidungen des Bundeskartellamts und der Sektoruntersuchung Kraftstoffe Veränderungen insbesondere bei der vertikalen Integration, den Verflechtungen zwischen den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen auf den vorgelagerten sachlichen Märkten und der Markttransparenz ergeben haben. Wie nachfolgend im Einzelnen dargelegt sind jedoch trotz dieser Veränderungen die strukturellen Voraussetzungen für das Bestehen einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht. Diese wird durch den Zusammenschluss auch verstärkt. Mit EG Group erwirbt eines der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen das über eine nicht unerhebliche Marktposition verfügende Zielunternehmen OMV. Durch die dauerhafte Neutralisierung des von OMV ausgehenden Wettbewerbspotenzials kommt es durch den Zusammenschluss zu einer die Untersagungs Voraussetzungen erfüllenden strukturellen Verschlechterung gegenüber dem maßgeblichen Vergleichsszenario ohne den Zusammenschluss.

#### **(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (149) Die Beschlussabteilung hat für die vom Zusammenschluss betroffenen Räume Absatzdaten für die Jahre 2016 bis 2020 erhoben, auf deren Grundlage die Marktanteile ermittelt wurden. Befragt wurden insgesamt 72 Unternehmen, die in der betroffenen Region Süddeutschland fünf oder mehr Tankstellen betreiben oder im Abfragezeitraum betrieben haben. Die Tankstellen der Befragten machen gut 80%<sup>81</sup> aller Tankstellen im süddeutschen

---

<sup>80</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 54f., Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 58ff.

<sup>81</sup> Insgesamt wurden die Marktanteile auf Basis von 6862 Beobachtungen berechnet. Davon stammen 5974 Beobachtungen (ca. 87%) von den Befragten und die übrigen 888 Beobachtungen aus Schätzungen von nicht befragten Tankstellen. Die Anzahl der Beobachtungen ist nicht mit

Raum aus. Aus Gründen der Verfahrensökonomie wurden Betreiber von weniger als fünf Tankstellen nicht befragt. Die Absätze dieser Tankstellen wurden auf der Grundlage der erhobenen Absatzdaten geschätzt.<sup>82</sup> Obwohl für die Tankstellen sowohl Absatzmengen als auch Umsatzzahlen abgefragt wurden, ist es für die Berechnung der Marktanteile entsprechend der langjährigen Praxis des Bundeskartellamts im Bereich des Kraftstoffabsatzes an Endverbraucher sachgerechter, die Marktanteile auf Basis der mengenmäßigen Absatzanteile darzustellen.<sup>83</sup>

(150) Wie bereits in früheren Fällen ist zu berücksichtigen, dass eine Reihe von Tankstellenbetreibern Markenpartner- und Agenturverträge mit Mineralölgesellschaften geschlossen hat. Sie vertreiben Kraftstoffe dann meist unter der Marke und im Namen und/ oder auf Rechnung dieser Gesellschaft. Für den Kunden ist dies in der Regel nicht unmittelbar ersichtlich, so dass die Tankstelle als zur jeweiligen sichtbaren Marke gehörend wahrgenommen wird. Zudem wurde ebenfalls bestätigt, dass Tankstellenbetriebe, die sich nach außen als „freie Tankstelle“ präsentieren, teilweise den großen vertikal integrierten Mineralölgesellschaften zuzurechnen sind, beispielweise bei Supermarkttankstellen. Entsprechend der bisherigen Praxis stellt das Bundeskartellamt in beiden Konstellationen darauf ab, wer jeweils die Preissetzungshoheit über die Tankstelle innehat. Die Marktanteile der Tankstelle werden dem Preissetzungshoheitsinhaber zugerechnet.<sup>84</sup>

(151) Das Zielunternehmen OMV betreibt im Stadtgebiet von Stuttgart die folgenden sechs Tankstellen:

- 70180 Stuttgart, Immenhofer Str. 48
- 70378 Stuttgart, Aldinger Str. 74
- 70439 Stuttgart, Freihofstr. 77

---

der Anzahl der Tankstellen gleichzusetzen, da für Tankstellen mit PHI-Wechsel mehrere Beobachtungen in den Datensatz übernommen wurden.

<sup>82</sup> Als Schätzwert wurde die durchschnittliche Absatzmenge der befragten Tankstellen im jeweiligen Jahr verwendet, wobei Tankstellen der Anbieter Aral/BP, Shell, Total, EG Group, Esso Deutschland und JET für die Ermittlung des Durchschnittswertes nicht berücksichtigt wurden, da hier nach Erfahrungswerten der Beschlussabteilung typischerweise höhere Mengen vorliegen als bei kleinen Anbietern. Aufgrund ihrer typischerweise höheren Mengen wurden unabhängig vom Betreiber auch Bundesautobahntankstellen und Autohöfe nicht bei der Durchschnittsbildung berücksichtigt. Ferner wurden Tankstellen ohne Absatz bei der Durchschnittsbildung nicht berücksichtigt, um beispielsweise den Durchschnitt von 2020 nicht durch vor 2020 geschlossene Tankstellen zu verzerren.

<sup>83</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Beschluss Total/OMV, a.a.O., Rz. 42.

<sup>84</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 51.

- 70499 Stuttgart, Solitudestr. 207
- 70579 Stuttgart, Epplestr. 55
- 70629 Stuttgart, Flughafenstr. 70.

(152) Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche jeder dieser Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Immenhofer Str. 48	115.000	390.000	130.000	410.000
Aldinger Str. 74	90.000	245.000	115.000	280.000
Freihofstr. 77	175.000	445.000	180.000	455.000
Solitudestr. 207	140.000	445.000	150.000	455.000
Epplestr. 55	115.000	450.000	125.000	450.000
Flughafenstr. 70	235.000	520.000	225.000	515.000

(153) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	ENI	Tamoil	Sonstige
<b>Dieselmkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Immenhofer Str. 48	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[25-30]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[10-15]
Aldinger Str. 74	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[15-20]	[5-10]	<b>[40-50]</b>	[10-15]	[15-20]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Freihofstr. 77	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[30-35]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[10-15]
Solitudestr. 207	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[25-30]	[15-20]	<b>[70-80]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[5-10]
Epplestr. 55	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[25-30]	<b>[70-80]</b>	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[5-10]
Flughafenstr. 70	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[25-30]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Immenhofer Str. 48	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[10-15]
Aldinger Str. 74	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Freihofstr. 77	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Solitudestr. 207	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Epplestr. 55	[10-15]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[15-20]
Flughafenstr. 70	[10-15]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[20-25]

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	ENI	Tamoil	Sonstige
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Immenhofer Str. 48	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[10-15]	[10-15]	[0-5]	[10-15]
Aldinger Str. 74	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[15-20]	[5-10]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[20-25]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Freihofstr. 77	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[10-15]	[5-10]	[10-15]	[10-15]
Solitudestr. 207	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[25-30]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[5-10]	[10-15]
Epplestr. 55	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[25-30]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[5-10]
Flughafenstr. 70	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Immenhofer Str. 48	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[15-20]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Aldinger Str. 74	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[15-20]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Freihofstr. 77	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[15-20]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Solitudestr. 207	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[15-20]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Epplestr. 55	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[15-20]
Flughafenstr. 70	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[20-25]

- (154) Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten werden nach dem Zusammenschluss im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten um die betrachteten Tankstellen sowohl für Diesel- als auch für Ottokraftstoff zwischen [10-15]% und [15-20]% liegen, im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten zwischen [10-15]% und [15-20]% für beide Kraftstoffarten. Die Zusammenschlussbeteiligten rücken damit näher an die Marktführer Aral/BP und Shell heran und überholen sie sogar in einzelnen Markträumen. Die beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Markträumen ebenfalls mit nicht unbeträchtlichen Marktanteilen vertreten. Von den übrigen Anbietern erreichen nur ENI/Agip und Tamoil/HEM Anteile von [5-10]%. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter liegt gemeinsam im 20 Minuten-Einzugsbereich für beide Kraftstoffarten nahezu durchgehend unter 15%, im 30 Minuten-Einzugsbereich unter 20%; die individuellen Anteile der hier zusammengefassten Anbieter sind entsprechend gering.
- (155) Hinsichtlich der im Gesetz vorgesehenen Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB ist festzustellen, dass die Schwellenwerte unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses für beide Produkte in den 20 Minuten-Einzugsbereichen für fünf der sechs Zieltankstellen (überwiegend deutlich) überschritten werden. Dies gilt bei Dieselkraftstoff auch für den 30 Minuten-Einzugsbereich. Für Ottokraftstoff wird im 30 Minuten-Einzugsbereich die Vermutungsschwelle nur für zwei Zieltankstellen überschritten, für die übrigen meist nur knapp verfehlt. Insbesondere bei Diesel-Kraftstoff wird die Dreier-Oligopolvermu-

tung in den meisten Fällen bereits unter Einbeziehung (nur) von EG Group ohne die Marktanteile des Zielunternehmens OMV überschritten. Bei Ottokraftstoff gilt dies jedenfalls für den engeren Einzugsbereich von 20 Minuten. Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB ebenfalls (mit Ausnahme eines Standorts für Ottokraftstoff mit Einzugsbereich 30 Minuten) überwiegend deutlich überschritten. Auch hier gilt dies überwiegend bereits vor dem Zusammenschluss nur unter Einbeziehung der Marktanteile von EG Group.

- (156) Ein Unterschreiten der Vermutungsschwellen bedeutet jedoch nicht, dass die betreffenden Unternehmen keine gemeinsame marktbeherrschende Stellung innehaben können. Diese kann, wenn die Voraussetzungen gemäß § 18 Abs. 1 GWB vorliegen, auch bei niedrigeren Marktanteilen gegeben sein. Denn die Vermutungsschwellen sind nicht als feste materielle Beurteilung zu verstehen, sondern dienen als Beweislastregel. Sinn und Zweck der Vermutungsregelungen ist es, die Entscheidungen der Kartellbehörden in der Praxis zu erleichtern. Sie schafft einen Anreiz für die betroffenen Unternehmen, den Kartellbehörden alle Informationen zukommen zu lassen, die für eine tragfähige Ermittlung der Marktverhältnisse notwendig sind, um zu vermeiden, dass Marktbeherrschung auf Grundlage der Vermutungsregelungen als nachgewiesen gilt, wenn das Bundeskartellamt innerhalb der Prüfungsfristen trotz Durchführung der erforderlichen Ermittlungen Marktbeherrschung weder bestätigen noch widerlegen kann (Non Liqueur).<sup>85</sup> Insbesondere die Oligopolvermutungen bedeuten in erster Linie eine echte Umkehr der Beweislast,<sup>86</sup> ersetzen aber nicht den konkreten Nachweis der Marktbeherrschung.
- (157) Die Feststellung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung erfordert vielmehr eine umfassende Gesamtbetrachtung aller relevanten Umstände, in der die konkrete Marktanteilsverteilung lediglich einen wenn auch bedeutsamen Einzelaspekt darstellt. In den vorliegenden Markträumen werden die Schwellen des § 18 Abs. 6 GWB teilweise nur knapp unterschritten. Zudem handelt es sich bei den Oligopolisten jeweils um bundesweit auf zahlreichen regionalen Märkten tätige Unternehmen, die sich auf diesen unterschiedlichen Märkten immer wieder begegnen. Gewisse regionale Unterschiede in der Marktanteilsverteilung können sich aus unterschiedlichen Gründen ergeben und bedeuten nicht, dass sich z.B. ein hinsichtlich der Marktanteile in einem regionalen Markt schwächer aufgestelltes Unternehmen hinsichtlich seines Wettbewerbsverhaltens in diesem Markt anders verhält

---

<sup>85</sup> Vgl. Bardong in: Langen/Bunte, a.a.O., Rz. 213 zu § 18.

<sup>86</sup> Vgl. Bardong in Langen/Bunte, a.a.O., Rz. 234 zu § 18.

als bundesweit. Denn würde es beispielsweise in einem Markt mit schwächeren Marktanteilen preisaggressiv reagieren, um Marktanteile zu gewinnen, wären Vergeltungsmaßnahmen in anderen räumlichen Märkten zu befürchten.

## **(2) Erzielen von Übereinstimmung über Koordinierungsmodalitäten**

- (158) Die oben beschriebene Marktstruktur in den Einzugsbereichen um die Zieltankstellen in Stuttgart lässt nach Ansicht des Bundeskartellamts befürchten, dass der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten führt, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit sich bringen können. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET in die Gruppe der koordinierenden Unternehmen aufzunehmen sind, kann für die Zwecke dieser Entscheidung offen bleiben. Insbesondere für Total sprechen jedoch viele der nachfolgend dargelegten Strukturfaktoren für ein fehlendes Wettbewerbsverhältnis gegenüber den vorgenannten Marktteilnehmern. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster.
- (159) Eine Voraussetzung für eine Koordinierung ist es, dass die Wettbewerber zu einer gemeinsamen Vorstellung über die Modalitäten ihrer Koordinierung gelangen, insbesondere darüber, welcher oder welche Parameter koordiniert werden sollen. Die Marktstrukturfaktoren im Bereich des Absatzes von Kraftstoffen über Tankstellen lassen ein bewusstes Parallelverhalten (implizite Koordinierung) in den Markträumen um die Zieltankstellen in Stuttgart zumindest zwischen den Mineralölunternehmen BP/Aral, Shell und EG Group erwarten. Dies beruht insbesondere auf der Stabilität der Kraftstoffmärkte, der Symmetrie der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen und ihrer Verflechtungen untereinander.<sup>87</sup> Auch nach den Horizontalleitlinien der Kommission ist eine Koordinierung umso einfacher, je weniger komplex und je stabiler das wirtschaftliche Umfeld ist, in dem die betroffenen Unternehmen agieren. Kriterien hierfür sind u.a. die Zahl der Marktteilnehmer, die Homogenität des Produkts und die Stabilität der Angebots- und Nachfragebedingungen (charakterisiert z.B. durch Nachfrageschwankungen, Marktzutrittsschranken, Innovationsträchtigkeit des Marktes).<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Leitfaden zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle vom 29.03.2012, abrufbar unter [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Leitfaden/Leitfaden%20-%20Marktbeherrschung%20in%20der%20Fusionskontrolle.html;jsessionid=35415F13F2AA85ED91C3E2E954528110.2\\_cid381?nn=3590338](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/DE/Leitfaden/Leitfaden%20-%20Marktbeherrschung%20in%20der%20Fusionskontrolle.html;jsessionid=35415F13F2AA85ED91C3E2E954528110.2_cid381?nn=3590338), Rz. 93ff.

<sup>88</sup> Vgl. Horizontalleitlinien, a.a.O., Rz. 45ff.



### **(a) Preise und Preiszyklus als Gegenstand der Koordinierung**

- (160) Vor dem Hintergrund der vorherrschenden Marktbedingungen in Deutschland stellt der Kraftstoffpreis einen geeigneten Gegenstand eines koordinierten Marktverhaltens dar. Die Marktakteure richten dabei ihr Preissetzungsverhalten so aus, dass die Marktposition der übrigen Akteure durch wettbewerbliche Vorstöße nicht verringert bzw. die eigene Marktposition nicht weiter ausgebaut wird, sondern vielmehr durch den Verzicht auf entsprechende Vorstöße der (Durchschnitts-)Preis marktmachtbedingt überhöht ist. Gegen diese Einschätzung kann nicht eingewandt werden, dass die Kraftstoffpreise in Deutschland einen ausgeprägt zyklischen Verlauf (sogenannte „Edgeworth-Zyklen“) aufweisen.<sup>89</sup> Vielmehr können auch der konkrete Verlauf des Preiszyklus selbst und insbesondere der Zeitpunkt und das Ausmaß der Preiserhöhungen im Verlauf des Zyklus (und damit der Durchschnittspreis über den Zyklus hinweg) Gegenstand einer Verhaltenskoordinierung sein. Auf die Tatsache, dass zyklische Preisbewegungen auch das Ergebnis eines wettbewerbslosen (d.h. implizit kollusiven) Parallelverhaltens sein können, wurde insbesondere auch bereits in grundlegenden theoretischen Analysen zum Phänomen der „Edgeworth-Zyklen“ hingewiesen.<sup>90</sup>
- (161) Auch die ökonomischen Gutachten der Beteiligten gestehen zu, dass zyklische Preisbewegungen nicht per se auf funktionsfähigen Wettbewerb hindeuten. Sie sind ausdrücklich der Ansicht, dass „while the existence of price cycles is typically considered a sign of healthy competition [...] *regular patterns* in the cycles might be viewed as evidence of (a weak form of) tacit collusion.“<sup>91</sup> Neben der Tatsache, dass lediglich „regelmäßige“ Preiszyklen auf ein potentiell koordiniertes Verhalten hindeuten, müssten nach Ansicht der Beteiligten die Preisstrategien der jeweiligen Unternehmen jedoch in großem Maße vorhersehbar („highly predictable“) sein. Sie meinen, dass diese Voraussetzungen für Deutschland und die betroffenen Märkte nicht gegeben seien und beziehen sich dabei nicht zuletzt auf eigene Analysen auf der Grundlage der Daten der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe (MTS-K).<sup>92</sup> Da diese Analysen auf beobachtbare Marktergebnisse Bezug nehmen und damit letztendlich eine Interpretation des tatsächlichen Wettbewerbsgeschehens darstellen, wird der diesbe-

---

<sup>89</sup> So jedoch die Zusammenschlussbeteiligten im Schreiben vom 28.07.2021, S. 19f., die die Preiszyklen als Reaktion auf intensiven Wettbewerbsdruck und von der Preissensibilität der Verbraucher getrieben sehen.

<sup>90</sup> Vgl. hierzu ausführlich unter Bezugnahme auf die maßgebliche wissenschaftliche Literatur: Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (Az. B8-200/09), a.a.O., S. 115 ff.

<sup>91</sup> Form CO, Annex 15, S. 2 (Hervorhebung hinzugefügt).

<sup>92</sup> Form CO, Annex 15, S. 2 ff.

zügliche Vortrag der Beteiligten jedoch – entsprechend der von der deutschen Rechtsprechung vorgesehenen Prüfungsreihenfolge - erst im Anschluss an die Analyse der strukturellen Wettbewerbsbedingungen gewürdigt.

### **(b) Anzahl und Symmetrie der Marktteilnehmer**

- (162) Eine Übereinstimmung über die Koordinierungsmodalitäten muss nicht zwischen allen Marktteilnehmern erreicht werden; vielmehr genügt es, wenn sich die führenden, das Marktgeschehen prägenden Anbieter entsprechend einigen. Im vorliegenden Fall decken bereits die Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell mehr als die Hälfte der Marktanteile ab (siehe Marktanteilsübersichten oben). Diese Unternehmen gehören alle – auch nach der Einschätzung der Zusammenschlussbeteiligten – zu den hochpreisigen, nicht preisaggressiven Anbietern, die das obere Ende des Preisspektrums abbilden.<sup>93</sup> Auch Agip/ENI und Total werden von den Beteiligten dieser Gruppe zugerechnet. Lediglich JET, der nach Aral/BP, Shell und EG Group/OMV nächstgrößere Anbieter, kann zu den niedrigpreisigeren Anbietern gerechnet werden.
- (163) Die Argumentation der Zusammenschlussbeteiligten, dass Anbieter außerhalb der angeblich gemeinsam marktbeherrschenden Gruppe substantielle Marktanteile hätten und wüchsen, relativiert sich bei der im Marktraum Stuttgart vorliegenden Marktstruktur, wo nach den genannten führenden Anbietern lediglich drei Unternehmen (JET, Total und Agip/ENI) Marktanteile von nahezu durchgehend mehr als 5% haben. Für Tamoil/HEM gilt dies nur für die Einzugsbereiche einzelner Tankstellen. Die übrigen Anbieter erzielen Marktanteile von (überwiegend deutlich) unter 5% und dürften damit – selbst wenn sie, wie von den Anmeldern unterstellt, wachsen – nicht in der Lage sein, den wettbewerblichen Handlungsspielraum der führenden Anbieter nennenswert zu beschränken. Auch dem Argument, die Größe des Tankstellennetzes spiele bei der wettbewerblichen Auswirkung keine Rolle, da die Kunden bei ihrer Tankentscheidung hauptsächlich auf den Preis (und weniger auf die Lage der Tankstelle) abstellten, so dass auch Anbieter mit wenigen Tankstellen erheblichen Wettbewerbsdruck ausüben, kann nicht gefolgt werden. Selbst preissensible Kunden werden nicht beliebige Entfernungen fahren, um preisgünstig zu tanken. Ein Anbieter mit einem größeren Tankstellennetz hat deshalb bessere Chancen, mehr Kunden zu erreichen, weil die Wahrscheinlichkeit höher ist, dass eine Tankstelle dieses Anbieters in einer für den Kunden bequemen Fahrtfernung liegt.

---

<sup>93</sup> Siehe die als Anlage zur Antwort auf das RFI4 der Kommission eingereichten Dokumente von EG, siehe auch: Brand & Image 2019, Germany, Vienna April 2020, S. 47 (Annex: PN3 Q10).

- (164) Ein weiterer die Koordinierung stabilisierender Faktor ist die Symmetrie der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen. Bei vorliegender Symmetrie z.B. im Hinblick auf vertikale Integration, Produktportfolio oder finanzielle Ressourcen sind die Interessen und Anreize zu einheitlichem Preissetzungsverhalten der Unternehmen ähnlicher und eine implizite Koordinierung ist daher leichter zu erzielen.<sup>94</sup> BP/Aral und Shell sind nach wie vor vertikal integriert, auf allen Stufen der Mineralölwirtschaft tätig und verfügen in Deutschland über Raffineriekapazitäten, wenn auch in unterschiedlichem Umfang. Damit haben sie auch Gewinnerzielungsmöglichkeiten auf allen Marktstufen. Ihre Muttergesellschaften sind vergleichbar finanzstark jeweils mit Umsätzen in dreistelliger Milliardenhöhe.
- (165) Die EG Group als Betreiberin der Tankstellen mit der Marke „Esso“<sup>95</sup> in Deutschland ist nicht vertikal integriert. Der Mineralölkonzern ExxonMobil, Muttergesellschaft von Esso, trennt sich seit einigen Jahren in verschiedenen Ländern insoweit vom Tankstellengeschäft, dass der (operative) Betrieb der Standorte abgegeben wird, die Tankstellen aber weiterhin unter der Marke Esso betrieben werden und (soweit bekannt) auch weiterhin überwiegend von ExxonMobil beliefert werden. In Deutschland ist EG Group vertraglich immer noch eng an Esso als Lieferant der Kraftstoffe gebunden (siehe oben Rz. (12).
- (166) Bei Total und ENI/Agip handelt es sich ebenfalls um vertikal integrierte Mineralölkonzerne. JET gehörte früher zu dem amerikanischen Ölkonzern ConocoPhillips. Dieser gliederte 2012 das Downstream-Geschäft aus und brachte es unter dem Namen Phillips 66 an die Börse.<sup>96</sup> JET ist somit nicht mehr mit einem Mineralölkonzern vertikal integriert, der auf allen Wertschöpfungsstufen (inkl. Exploration und Förderung) der Mineralölwirtschaft tätig ist. Allerdings hält die Muttergesellschaft von JET, Phillips 66, weiterhin einen Anteil von 18,75% an der Gemeinschaftsraffinerie MiRO Mineralölraffinerie Oberrhein GmbH & Co. KG („MiRO“), über den JET Zugriff auf Erzeugungskapazitäten für Kraftstoffe in der hier betroffenen Region hat. Bezogen auf Deutschland ist JET daher weiterhin insoweit vertikal integriert, als es über konzerninternen Zugang zu Erzeugungskapazitäten verfügt.
- (167) Verflechtungen, z. B. durch gegenseitige Beteiligungen oder gemeinsame Beteiligungen an Gemeinschaftsunternehmen, können die Koordinierung zwischen den gemeinsam markt-

---

<sup>94</sup> Vgl. Bardong in: Langen/Bunte, a.a.O., Rz. 173 zu § 18.

<sup>95</sup> Es gibt einige wenige Esso-Tankstellen in Deutschland, die nicht von EG Group betrieben werden; im hier betroffenen Raum Stuttgart ist dies jedoch nicht der Fall.

<sup>96</sup> Vgl. die Wikipedia-Einträge von ConocoPhillips, <https://de.wikipedia.org/wiki/ConocoPhillips>, und Phillips 66, [https://de.wikipedia.org/wiki/Phillips\\_66](https://de.wikipedia.org/wiki/Phillips_66).

beherrschenden Unternehmen ebenfalls erleichtern. Zwischen den führenden Mineralölgesellschaften bestehen nach wie vor gesellschaftsrechtliche und vertragliche Verflechtungen. Im Vergleich zur Situation zur Zeit der Sektoruntersuchung Kraftstoffe haben sich die Verflechtungen zwischen den Mineralölunternehmen insbesondere auf der Raffinerie-Ebene zwar verringert. Diese Veränderungen reichen jedoch nicht aus, um zukünftig von ausreichend starken Anreizen für wettbewerbliche Vorstöße und mithin einem Abweichen von einem einheitlichen Marktverhalten auszugehen.

### **(c) Stabilität der Kraftstoffmärkte**

- (168) Die Kraftstoffmärkte sind im Wesentlichen stabil. Die Stabilität der Märkte ergibt sich aus der Homogenität der Produkte, bei denen Innovationen praktisch keine Rolle spielen. Zudem ist die Nachfrage nach Kraftstoffen insgesamt relativ preisunelastisch. Insgesamt sind dadurch die Marktentwicklung und das Marktverhalten gut vorhersehbar. Dies gilt auch im hier betroffenen Raum Stuttgart.
- (169) Die hier hauptsächlich betroffenen Diesel- und Ottokraftstoffe sind homogene Produkte. Im Vergleich mit anderen Branchen ist der Grad der erkennbaren Produktdifferenzierung außerordentlich niedrig. Die sogenannten Grundkraftstoffe, die in einer Raffinerie produziert werden, sind für alle Abnehmer identisch. Eine hohe Produkthomogenität bedeutet regelmäßig, dass der Produktpreis eine zentrale wettbewerbliche Rolle spielt. Andere Wettbewerbsparameter wie beispielsweise Produktdifferenzierung oder Produktdesign spielen bei homogenen Produkten häufig eine sehr untergeordnete Rolle. Unter Hinweis auf ihre teilweise unterschiedliche Markenstrategie stellen die vertikal integrierten Mineralölgesellschaften die Homogenität der Kraftstoffe gern in Frage. Aus Sicht des Bundeskartellamts weisen aber ihre Lagermethoden (Gemeinschaftslagerung), die geringen Innovationen (siehe hierzu nachfolgende Rz.), die umfangreichen Kundenbindungsprogramme und die relativ hohe markenspezifische Preiselastizität die Homogenität hinreichend nach. Insoweit haben sich in den vergangenen Jahren keine nennenswerten Änderungen ergeben, so dass die entsprechenden Ausführungen aus der Sektoruntersuchung Kraftstoffe nach wie vor Gültigkeit haben.<sup>97</sup>
- (170) In der Sektoruntersuchung Kraftstoffe war zudem festgestellt worden, dass Produktinnovationen bei Kraftstoffen kaum vorkommen, sich im Wesentlichen auf die Verwendung von Additiven beschränken und die veredelten Premium-Kraftstoffe bei den Absätzen nur eine

---

<sup>97</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 52f.

sehr geringe Bedeutung haben.<sup>98</sup> Diese Ergebnisse gelten nach wie vor. Im Rahmen der Ermittlungen im vorliegenden Verfahren haben nur insgesamt 5 der 69 Befragten angegeben, dass sie Innovationen im Kraftstoffbereich vorgenommen hätten. Zwei der genannten Innovationen betreffen jedoch nicht Diesel- oder Ottokraftstoffe, sondern andersartige Kraftstoffe (E-Fuels und LNG). Die verbleibenden wenigen Innovationen bei Diesel- und Ottokraftstoffen betreffen Additive und einen erhöhten Anteil an Bio-Kraftstoffen. Die von den Unternehmen BP/Aral, Shell, Total und Esso jeweils angebotenen Premium-Kraftstoffe haben nur eine relativ geringe Marktbedeutung. Dies zeigt sich auch in den im Rahmen des EU-Verfahrens vorgelegten Marktstudien, indem dort der Bekanntheitsgrad (nicht-unterstützt) für den Premium Treibstoff von OMV „MaxxMotion“ bei ca. 15 % angesetzt wird, während er auch bei dem bekanntesten Premium Treibstoff (V-Power von Shell) um [30-50] % schwankt<sup>99</sup>. Die Beteiligten selbst teilen diese Einschätzung, indem sie darauf hinweisen, dass „Research and Development is not important to compete in the German fuel retail market.“<sup>100</sup>

- (171) Im Rahmen der Ermittlungen wurden Innovationen außerhalb des Angebots von Kraftstoffen häufiger genannt als Innovationen beim Angebot von Kraftstoffen. Allerdings gab auch hier nur eine Minderheit (23 von 69 Befragten) Innovationen an. Genannt wurden am häufigsten veränderte Shop- oder Gastro-Konzepte (insgesamt neunmal), Einrichtung von AdBlue-Zapfsäulen (sechsmal) oder neue Bezahlungsmöglichkeiten (zweimal). Es ist zwar nicht auszuschließen, dass vereinzelte Kunden auch das Shop-Konzept, die Bezahlungsmöglichkeiten oder andere Aspekte des Randangebots bei der Auswahl der bevorzugten Tankstellen mit berücksichtigen. Wie bereits dargelegt ist jedoch der Kraftstoffpreis der wichtigste Wettbewerbsfaktor. Veränderungen des Shop-Konzepts, des Angebots von AdBlue an der Zapfsäule oder zusätzlicher Bezahlungsmöglichkeiten sind für die übrigen Marktteilnehmer zudem äußerst transparent und keinesfalls geeignet, im Sinne kurzfristiger Wettbewerbsvorstöße zusätzlich Absatzmenge auf sich zu ziehen.

---

<sup>98</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 53.

<sup>99</sup> Marktstudie: MaxxMotion Awareness 2017, Vienna, Februar 2017, S. 39/40.

<sup>100</sup> Form CO, S. 105.

- (172) In der Sektoruntersuchung Kraftstoffe war festgestellt worden, dass die Preiselastizität der Nachfrage nach Kraftstoffen, d. h. die mengenmäßige Nachfragereaktion auf Preisänderungen, von Experten regelmäßig als sehr gering eingeschätzt wird.<sup>101</sup> Neuere Untersuchungen kommen zu einer – zumindest kurzfristig – etwas höheren, insgesamt aber immer noch geringen Preiselastizität der Nachfrage nach Kraftstoffen.<sup>102</sup>
- (173) Die markenspezifische Preiselastizität wurde demgegenüber als hoch eingeschätzt,<sup>103</sup> d.h. Nachfrager wechseln schnell zu einer anderen Kraftstoffmarke, wenn der Preis einer Kraftstoffmarke steigt. Dies verdeutlicht, dass Kraftstoffe unterschiedlicher Mineralölunternehmen von den Verbrauchern als homogen angesehen werden und sie sich folglich am Preis orientieren. Dies bestätigt eine Befragung, die das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie im Rahmen der Evaluierung bei der Zielgruppe derjenigen, die selbst die Kraftstoffkosten für ein Fahrzeug tragen müssen, durch ein Marktforschungsinstitut hat durchführen lassen.<sup>104</sup> Mehr als 50% der Befragten gab an, dass der Kraftstoffpreis – mit deutlichem Vorsprung vor der Lage der Tankstelle – der wichtigste Faktor für die Auswahl der Tankstelle war. Fast drei Viertel der Befragten achteten nach eigener Einschätzung zudem zum Zeitpunkt der Befragung stärker auf den Kraftstoffpreis als früher. 15% der Befragten gaben an, aktuell (generell) an anderen Tankstellen zu tanken als früher, weitere ca. 20% machten dies jedenfalls teilweise.
- (174) Auch die von den Beteiligten vorgelegten Marktstudien lassen eher auf ein stabiles wirtschaftliches Umfeld schließen. So hat sich die Einschätzung der Verbraucher hinsichtlich der preislichen Positionierung der Marktteilnehmer in den Jahren 2018 und 2019 kaum verändert, indem OMV eher im preislichen Mittelfeld agiert, während Esso etwas darüber liegt und Shell und Aral das obere Segment abbildet, sowie JET unverändert deutlich das preisgünstigste Unternehmen der größeren Anbieter bleibt. Gleiches gilt auch für die Einschätzung der Verbraucher hinsichtlich der Qualität<sup>105</sup>.

---

<sup>101</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 54.

<sup>102</sup> Für die USA untersucht wurde dies durch Coglianesi et al in *Anticipation, Tax Avoidance, and the Price Elasticity of Gasoline Demand*, *Journal of Applied Economics* 32, 2017, S. 1-17.

<sup>103</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 54.

<sup>104</sup> Vgl. Evaluierungsbericht, a.a.O., S. 18 und 36.

<sup>105</sup> Brand & Image 2019, Germany, Vienna April 2020, S. 48/49 (Annex: PN3 Q10).

#### **(d) Marktzutrittsschranken**

- (175) Hohe Marktzutrittsschranken halten Wettbewerber von allen sich bereits im Markt befindlichen Unternehmen fern. Sie nützen aber auch speziell den potenziell gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen, denn je weniger Wettbewerber im Markt tätig sind, desto einfacher ist es für sie, sich zu koordinieren und gegenseitig zu kontrollieren. Die Marktzutrittsschranken auf den Kraftstoffmärkten wurden in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe für hoch befunden. Signifikante Marktzutritte hatte es zudem nur durch Übernahme bereits bestehender Standorte – in diesem Fall infolge von Veräußerungszusagen in Fusionskontrollverfahren – gegeben.<sup>106</sup> Die vertiefte Prüfung im Fall B8-65/18 Total/Görgen hatte bestätigt, dass sich insoweit seit der Sektoruntersuchung keine Veränderungen ergeben hatten. Ein Newcomer müsste für einen erfolgreichen Marktzutritt zum einen die Belieferung mit Kraftstoffen sichern und zum anderen geeignete neue Standorte für Tankstellen finden oder Standorte in gewissem Umfang sowie von gewisser Attraktivität erwerben können. Ersteres erfordert entweder eigene Raffineriekapazitäten oder Lieferverträge mit Raffineriebetreibern oder Kraftstoffgroßhändlern für die entsprechenden Mengen. Für beides ist eine erhebliche Finanzkraft erforderlich. Das Finden von (neuen) Tankstellenstandorten ist ebenfalls schwierig, da die attraktiven Standorte an vielbefahrenen Straßen in der Regel schon durch die etablierten Anbieter belegt sind. Zudem sind Genehmigungen für neue Standorte nur schwer zu bekommen. Schließlich würde es auch noch erhebliche Finanzkraft erfordern, ein neues Tankstellennetz sowohl aufzubauen als auch bekannt zu machen. Auch der Zusammenschlussbeteiligten EG Group ist der Marktzutritt in Deutschland nur durch den Erwerb des Esso-Tankstellennetzes (und nicht durch Aufbau neuer Tankstellen) gelungen, ebenso wie die beabsichtigte Ausweitung der Marktposition durch den hier betroffenen Erwerb des OMV-Tankstellennetzes.
- (176) Die Ermittlungen im vorliegenden Verfahren haben diesen Befund im Wesentlichen bestätigt. Am häufigsten als Marktzutrittsschranken genannt wurden der Mangel an geeigneten Standorten, hohe notwendige Investitionen und langwierige Genehmigungsprozesse. Zwar verneinte in der Befragung ein überraschend hoher Anteil der Befragten (mehr als 50%) das Vorhandensein von Marktzutrittsschranken. Diese Antwort wurde jedoch meistens nicht begründet. Soweit eine Begründung gegeben wurde, spricht diese in den meisten Fällen für das Vorliegen der oben genannten Marktzutrittsschranken (beispielsweise wird zwar das Vorhandensein von Marktzutrittsschranken verneint, aber hervorgehoben, dass das nötige

---

<sup>106</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 58f.

Kapital, ein guter Standort und/oder die notwendige Versorgungslogistik vorhanden sein muss). Diese Antworten deuten darauf hin, dass insbesondere die kleineren der befragten Unternehmen den (im Fragebogen nicht explizit erklärten) Begriff der Marktzutrittschranken nicht richtig verstanden haben.

- (177) Dass die Marktzutrittschranken nach wie vor erheblich sind, wird auch durch die Antworten auf die Frage nach erfolgten Marktzutritten im Raum Süddeutschland in den Jahren 2016 bis 2020 belegt. Es werden dort nur wenige Zutritte genannt, und bei diesen handelt es sich ganz überwiegend um (einzelne) zusätzliche Standorte bereits im Markt tätiger Anbieter. Der einzige große „echte“ Marktzutritt erfolgte durch die Zusammenschlussbeteiligte EG Group, als sie 2018 die Tankstellen von der Esso Deutschland GmbH erwarb.

### **(3) Überwachung der Abweichungen / Markttransparenz**

- (178) Eine der zentralen Voraussetzungen für eine stabile Verhaltenskoordinierung ist, dass ein Abweichen von der Koordinierung durch ein beteiligtes Unternehmen von den anderen ohne größeren Aufwand entdeckt werden kann. Damit die koordinierenden Unternehmen wirksam überwachen können, ob andere Unternehmen von den koordinierten Modalitäten abweichen, müssen die Märkte hinreichend transparent sein.<sup>107</sup> Bei den Kraftstoffmärkten generell und daher auch im Raum Stuttgart ist dies in hohem Maße der Fall.
- (179) Die Märkte für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen sind nach den Feststellungen in der bisherigen Entscheidungspraxis des Bundeskartellamts sehr transparent. Dies wurde zuletzt im Verfahren B8-65/18 Total/Görgen bestätigt und gilt auch für den hier betroffenen Raum Stuttgart. Seit der Gründung der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe (MTS-K) ist die Transparenz allerdings nicht mehr so asymmetrisch zugunsten der Anbieterseite verteilt wie z.B. noch zur Zeit der Sektoruntersuchung Kraftstoffe. Nach § 47 k Abs. 2 GWB sind Betreiber öffentlicher Tankstellen sowie Unternehmen, die Betreibern von öffentlichen Tankstellen die Verkaufspreise vorgeben (Preissetzungshoheitsinhaber) verpflichtet, der MTS-K jede Änderung ihrer Kraftstoffpreise in Echtzeit und differenziert nach der jeweiligen Sorte (E5, E10 und Diesel) zu übermitteln. Die MTS-K ist ermächtigt, diese Preisinformati-

---

<sup>107</sup> Vgl. Horizontalleitlinien der Kommission, Rz. 49ff., Leitfaden zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle des Bundeskartellamts, Rz. 101ff.



onen elektronisch an Anbieter von Verbraucher-Informationsdiensten zum Zweck der Verbraucherinformation weiterzugeben (§ 47k Abs. 5 GWB). Diese erhöhte Preistransparenz zugunsten der Verbraucher soll ein preisbewusstes Tanken fördern.<sup>108</sup>

- (180) An andere Unternehmen als Verbraucher-Informationsdienste gibt die MTS-K ihre Daten nicht weiter. Dennoch ist festzustellen, dass auch die Unternehmen der Mineralölindustrie und andere Tankstellenbetreiber die aufgrund der Datenweitergabe an die Verbraucher-Informationsdienste im öffentlichen Raum verfügbaren Kraftstoffpreisinformationen für sich nutzbar machen. Dies ist auf verschiedenen Wegen möglich.<sup>109</sup> Hierdurch ist es nunmehr auch mittelgroßen und kleinen Anbietern möglich, hochwertige Informationen über die Preise der Wettbewerber zur Verfügung zu haben. Auch die großen Tankstellenbetreiber profitieren jedoch von der noch weiter vergrößerten Markttransparenz. Die Verfügbarkeit von Preisinformationen anderer Anbieter nahezu in Echtzeit ermöglicht sogar ggf. ein noch schnelleres Reagieren auf eventuelle Preisvorstöße anderer Unternehmen. In Verbindung mit den Daten zu ihrem eigenen Absatz bei einem bestimmten Preisniveau können die Anbieter zudem sehr leicht identifizieren, ob ein Absatzrückgang auf einen wettbewerblichen Vorstoß oder ggf. ein verändertes Nachfrageverhalten zurückzuführen ist. Im ersten Fall können sie noch zeitnäher als zuvor ggf. mit einer Sanktionierung des Vorstoßes reagieren, im zweiten hingegen ggf. mit einer Anpassung ihrer (gemeinsamen) Preisstrategie.
- (181) Der Vortrag der Parteien zur Erläuterung ihres Preissetzungsverhaltens im Rahmen des Form CO und der Ermittlungen im vorliegenden Verfahren belegt ferner eindrücklich die extrem hohe Markttransparenz. Der Vortrag sowie die in diesem Zusammenhang vorgelegten Unterlagen und Informationen belegen zudem, dass die Unternehmen nahezu in Echtzeit das Preissetzungsverhalten anderer Anbieter beobachten und bewerten können. Diese Möglichkeit bezieht sich ferner nicht allein auf die konkrete Preishöhe zu einem bestimmten Zeitpunkt, sondern sie erfasst auch unmittelbar mögliche Veränderungen des maßgeblichen Zyklus der Preissetzung. Auf diese Weise sind mit einer nur sehr geringen zeitlichen Verzögerung auch Veränderungen in der generellen Preissetzungsstrategie eines Anbieters, die einen wettbewerblichen Vorstoß bedeuten könnten, sehr leicht und ohne größere zeitliche Verzögerung identifizierbar.

---

<sup>108</sup> Vgl. Bericht über die Ergebnisse der Arbeit der Markttransparenzstelle für Kraftstoffe und die hieraus gewonnenen Erfahrungen vom 03.08.2018 („Evaluierungsbericht“), Bundestagsdrucksache 19/3693, S. 4.

<sup>109</sup> Siehe hierzu im Einzelnen Evaluierungsbericht, a.a.O., S. 13.

- (182) Die vertikal integrierten Mineralölunternehmen haben zudem nach wie vor den Vorteil, dass sie zusätzlich von der Transparenz der Raffineriestufe profitieren. Es gibt nach wie vor nur eine geringe Anzahl von Raffinerien, die jeweils fast sämtliche Tankstellen in ihrem Umkreis beliefern. Die Lieferströme der Raffinerien sind den Mineralölgesellschaften bekannt. Darüber hinaus werden insbesondere die Kraftstoffpreise ab Raffinerie in regelmäßig erscheinenden Brancheninformationen (z.B. Platts, Oil Market Report) für verschiedene Regionen Deutschlands, teilweise sogar mit Tageswerten, veröffentlicht.<sup>110</sup>

#### **(4) Abschreckungsmechanismen**

- (183) Eine Koordinierung ist nur auf Dauer wirksam, wenn ein abweichendes Verhalten nicht nur entdeckt, sondern zusätzlich auch sanktioniert werden kann. Die Dauerhaftigkeit der Koordinierung wird somit durch drohende Vergeltungsmaßnahmen gewährleistet, die jedoch nur glaubwürdig sind, wenn im Falle eines entdeckten Abweichens Abschreckungsmechanismen mit hinreichender Sicherheit und Schnelligkeit greifen. Die Glaubwürdigkeit der Abschreckung hängt davon ab, ob die anderen koordinierenden Unternehmen einen Anreiz haben, Vergeltungsmaßnahmen anzuwenden. Glaubhafte Abschreckungsmechanismen werden insbesondere erleichtert durch die Markttransparenz, die Häufigkeit der Interaktion der beteiligten Unternehmen und etwaige „multi-market contacts“, die Vergeltungsmaßnahmen auch auf anderen als dem betroffenen Markt ermöglichen.<sup>111</sup> Im vorliegenden Fall sind, wie nachfolgend dargelegt, glaubhafte Sanktionsmechanismen vorhanden.
- (184) Unternehmen können sich umso leichter gegenseitig kontrollieren und ggf. sanktionieren, je öfter sie am Markt interagieren. Tankstellenbetreiber stehen in ständiger Interaktion mit anderen Tankstellenbetreibern durch mehrmals tägliche Preisentscheidungen, Preisveränderungen und das kontinuierliche Beobachten der Preissituation anderer Tankstellen in nahezu Echtzeit bei gleichzeitig kontinuierlicher Nachfrage mit zahlreichen täglichen Tankentscheidungen. Das gilt auch für den hier betroffenen Raum Stuttgart.
- (185) Die häufigen Interaktionen und die weiter oben bereits beschriebene hohe Markttransparenz führen dazu, dass Preisvorstöße deshalb unattraktiv sind, weil sie sehr zeitnah identifiziert und durch Preisanpassungen neutralisiert werden können. Mit lokal konzentrierten Preisunterbietungen und ggf. sogar temporären und lokal begrenzten „Preiskriegen“ steht

---

<sup>110</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 52.

<sup>111</sup> Vgl. Horizontalleitlinien der Kommission, Rz. 52ff., Leitfaden zur Marktbeherrschung in der Fusionskontrolle des Bundeskartellamts, Rz. 106ff.

ferner ein effektiver Sanktionsmechanismus zur Verfügung. Wenn diese zeitlich und räumlich begrenzt sind, ist – anders als von den Beteiligten vorgetragen – wegen der sich bei größerer Entfernung abschwächenden Kettensubstitutionseffekte auch die Gefahr begrenzt, dass sich diese flächendeckend ausweiten und letztlich allen Anbietern stark schaden. Die Beteiligten verkennen mit ihrem Vortrag, dass eine mögliche Sanktion vergleichsweise unattraktiv und teuer wäre, ferner die Tatsache, dass gerade aufgrund der hohen Markttransparenz auch eine Sanktion in Form niedrigerer Preise von den potentiell abweichenden Akteuren unmittelbar als solche erkannt würde. Die hohe Markttransparenz verringert damit nicht nur die Attraktivität möglicher Abweichungsversuche, sondern sie steigert auch unmittelbar die Effektivität der maßgeblichen Sanktionsmechanismen.

- (186) Nach wie vor bestehen zudem wechselseitige Abhängigkeiten unter den Mineralölgesellschaften wegen erheblicher gegenseitiger Belieferung mit Kraftstoffen, die ebenfalls ein hohes Sanktionspotenzial durch Störungen der wechselseitigen Belieferung mit sich bringen. Grund hierfür ist die unterschiedliche geografische Verteilung der Raffineriekapazitäten. Hierbei kommt es nicht darauf an, ob die entsprechenden wechselseitigen Lieferverträge explizit als „Tauschverträge“ bezeichnet werden. Die wechselseitige ökonomische Abhängigkeit der Mineralölunternehmen ergibt sich vielmehr aus dem beträchtlichen Umfang, in dem sie auf Querlieferungen anderer Mineralölgesellschaften angewiesen sind.
- (187) Im vorliegenden Fall ist einer der wesentlichen Lieferanten für Diesel- und Ottokraftstoffe in der vom Zusammenschluss betroffenen Region die Raffinerie MIRO in Karlsruhe, an der Shell mit 32,25%, Esso Deutschland GmbH (Lieferantin der EG Group) mit 25% und die Muttergesellschaft von JET mit 18,75% beteiligt sind. Von dieser Raffinerie bezieht auch BP/Aral einen Teil der Kraftstoffe für die Tankstellen in der Region. Auch diese gemeinsamen Beteiligungen bzw. Lieferverhältnisse eignen sich als Sanktionsmechanismen. Sofern die Zusammenschlussbeteiligten darauf abstellen, dass mangels vertikaler Integration von EG Group keine Sanktionsmechanismen vorhanden sind<sup>112</sup>, verkennen sie, dass – wie oben dargelegt – Sanktionsmechanismen auch ohne vertikale Integration bestehen.

#### **(5) Reaktionen von Außenstehenden**

- (188) Schließlich wird eine Koordinierung nur erfolgreich sein, wenn das mit der Abstimmung erwartete Ergebnis nicht durch das Vorgehen von nicht an der Koordinierung beteiligten Unternehmen, von potenziellen Wettbewerbern oder von nachfragemächtigen Kunden gefähr-

---

<sup>112</sup> Siehe Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 4.

det werden kann. Im vorliegenden Fall ist sehr fraglich, ob im Raum Stuttgart Außenwettbewerber über hinreichendes Wettbewerbspotenzial verfügen, um eine Koordinierung der führenden Anbieter zu stören. Erst recht ist nicht zu erwarten, dass eine solche Störung durch potenziellen Wettbewerb oder nachfragemächtige Kunden erfolgt.

- (189) Im hier betroffenen Raum Stuttgart sind neben den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell nur noch die drei Anbieter JET, Total und Agip/ENI mit Marktanteilen von mehr als 5% vertreten. Allenfalls diese Unternehmen wären geeignet, einen die Koordinierung störenden Wettbewerbsdruck aufzubauen. Total und Agip/ENI sind jedoch selbst vertikal integrierte Mineralölunternehmen, die von den Beteiligten zur Gruppe der höherpreisigen Anbieter gezählt werden und damit wenig Anreiz zu aggressiver Preisgestaltung haben. Total als bundesweit tätigen Tankstellenbetreiber hat die Beschlussabteilung in ihrer Entscheidungspraxis und auch in der vertieften Prüfung des Zusammenschlussvorhabens B8-65/18 Total/Görgen zur Gruppe der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen gezählt. Die Marktstrukturfaktoren, die hierfür sprachen, haben sich seither nicht erkennbar geändert, so dass von Total kein die Koordinierung störendes Wettbewerbspotenzial zu erwarten ist. Allenfalls JET hätte – sofern man das Unternehmen nicht mehr zu den sich koordinierenden Anbietern zählt – ein gewisses Wettbewerbspotenzial, das den koordinierenden Anbietern etwas entgegensetzen könnte. Alle übrigen Wettbewerber haben Marktanteile von (teils deutlich) unter 5% und sind damit zu klein, um spürbaren Wettbewerbsdruck auf die Marktführer auszuüben.
- (190) Die Marktzutrittsschranken auf den Märkten für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen sind hoch, wie bereits oben unter Rz. (176)f dargelegt. Es ist deshalb nicht ersichtlich, dass der wettbewerbliche Handlungsspielraum der führenden Anbieter durch potenzielle Wettbewerber eingeschränkt werden könnte. Die Ermittlungen haben ergeben, dass in den letzten fünf Jahren Marktzutritte in der betroffenen Region nur in sehr geringem Umfang (meist einzelne Tankstellen, teils auch von bereits etablierten Anbietern, insoweit keine wirklichen Neuzutritte) erfolgt sind.
- (191) Gegengewichtige Nachfragemacht kann es den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen erschweren, sich parallel zu verhalten. Wenn Nachfrager ihre Verhandlungsmacht ausspielen, kann das den Preissetzungsspielraum der sich koordinierenden Unternehmen einschränken. Marktstarken Nachfragern könnte es auch gelingen, einzelne Mitglieder, z.B. durch Großaufträge, zum Ausscheren aus der impliziten Koordinierung zu bewegen. Beides war auf den Tankstellenmärkten jedoch nicht abzusehen, da weder einige wenige marktstarke Nachfrager noch ein nachfragemächtiges Bündel kleinerer Nachfrager existierten.

Auf den Tankstellenmärkten standen nach dem Befund in der Sektoruntersuchung Kraftstoffe die gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen einer millionenfach zersplitterten Nachfrage durch Kraftfahrer gegenüber, die ihre Verhaltensspielräume weder einschränken noch marktstrategischen Überlegungen folgen konnten.<sup>113</sup> Dies gilt trotz der Einführung der MTS-K nach wie vor.

- (192) Zwar erleichtert der Zugang zu den aktuellen Preisdaten es dem einzelnen Kraftfahrer, sich im Rahmen seiner Möglichkeiten „marktstrategisch“ zu verhalten und die jeweils gerade preisgünstigste der für ihn erreichbaren Tankstellen anzufahren. Auf das (implizit kollusive) Verhalten der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen hätte dies jedoch erst eine Auswirkung, wenn ein so hoher Anteil der Kraftfahrer sich entsprechend verhielte, dass es zu spürbaren Mengenverlusten bei den teureren Tankstellen käme. Nach derzeitigen Erkenntnissen nutzen bislang nur etwa ein Viertel der Verbraucher die durch Apps und Webseiten angebotenen Informationen über Tankstellenpreise regelmäßig oder gelegentlich. Die tatsächliche Wechselbereitschaft der Verbraucher scheint weiterhin ebenfalls begrenzt zu sein. Laut dem Evaluierungsbericht tankten nur 15% der Befragten generell an anderen Tankstellen, seit ihnen die Preisinformationen zur Verfügung stehen, weitere ca. 20% gelegentlich.<sup>114</sup> Dies sind offenkundig die preissensibelsten Tankstellenkunden. Von diesem Wechselverhalten kann zwar grundsätzlich ein gewisser Wettbewerbsdruck ausgehen. Ob dieser jedoch ausreicht, um die erreichte Koordinierung zu gefährden, ist fraglich. Das Bundeskartellamt geht nicht davon aus, dass dies – wie von den Zusammenschlussbeteiligten vorgetragen<sup>115</sup> – die auch für die Anbieter höhere Markttransparenz „deutlich überkompensiert“. In jedem Fall ist jedoch auszuschließen, dass von der stark zersplitterten Nachfrageseite eine gegengewichtige Nachfragemacht ausgeht, welche der Anbieterseite hinsichtlich der Ausnutzung möglicher *kollektiver* Preiserhöhungsspielräume Schranken zu setzen vermag.

## **(6) Tatsächliches Wettbewerbsgeschehen**

- (193) Die Zusammenschlussbeteiligten tragen im Hinblick auf das beobachtbare tatsächliche Wettbewerbsgeschehen eine Reihe von Tatsachen vor, die nach ihrer Ansicht als tragfähiger Beleg für funktionsfähigen Wettbewerb anzusehen sind und gegen das Vorliegen eines Risikos kollektiver Marktbeherrschung sprechen. Im Mittelpunkt stehen dabei insbesondere

---

<sup>113</sup> Vgl. Bundeskartellamt, Sektoruntersuchung Kraftstoffe (B8-200/09), a.a.O., S. 60.

<sup>114</sup> Vgl. Evaluierungsbericht, a.a.O., S. 18.

<sup>115</sup> Siehe Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 3.

die zyklischen Preisbewegungen, die auch regelmäßig Gegenstand der Analysen der MTS-K z.B. in deren Jahresberichten sind. Im Einzelnen weisen die Beteiligten insbesondere auf folgende Tatsachen und Einzelaspekte hin:<sup>116</sup> (1.) Der Preiszyklus sei im Zeitverlauf nicht konstant, vielmehr habe die Anzahl von Preiserhöhungen im Zeitverlauf zugenommen. (2.) Über die Zeit könnten ferner durchaus Anpassungen der unternehmensspezifischen Preissetzungsstrategien beobachtet werden. (3.) Die Preissetzungsstrategien der Unternehmen seien zudem zwischen den Regionen teilweise unterschiedlich. (4.) Auch die Preissetzungsstrategie von EG [...]. (5.) Bei den tendenziell preisgünstigeren Anbietern handele es sich ferner um keine „homogene“ Gruppe.

- (194) Keines der vorgetragenen Argumente ist nach Einschätzung der Beschlussabteilung jedoch geeignet, die oben dargelegte strukturelle Analyse, die auf ein hohes Risiko kollektiver Marktbeherrschung bzw. koordinierter Effekte hindeutet, zu widerlegen. Ausschlaggebend hierfür ist insbesondere, dass die Ausführungen implizit unterstellen, dass das Marktergebnis bei impliziter Kollusion sowohl über die Zeit als auch in sämtlichen Regionen und Märkten stets einheitlich, statisch und identisch ist bzw. sein muss. Dies ist jedoch gerade nicht der Fall. Denn auch kollektiv marktbeherrschende Unternehmen müssen sich – ebenso wie Unternehmen, die sich explizit absprechen – mit ihrem Marktverhalten und damit ihrer Preissetzungsstrategie (gemeinsam) auch an sich verändernde und von ihnen selbst nicht beeinflussbare Bedingungen anpassen. Hierzu gehören neben einem ggf. geänderten Nachfrageverhalten auch die ggf. von anderen regionalen Märkten abweichenden Marktstrukturen sowie sich möglicherweise verändernde kostenrelevante Einflussfaktoren. Zudem kann nicht davon ausgegangen werden, dass – ebenso wie eine explizite Absprache - eine implizite Kollusion stets in dem Sinne „perfekt“ funktioniert, dass sich stets und ohne Verzögerung das für alle maßgeblichen Akteure optimale Marktergebnis einstellt.
- (195) Das von den Beteiligten vorgetragene Argument, dass die Anzahl der Preiserhöhungen über den Tageszyklus zugenommen hat und dies gegen implizite Kollusion spreche, vernachlässigt insbesondere die Tatsache, dass sich auch nach dem Vortrag der Beteiligten selbst das Nachfrageverhalten im Zeitablauf geändert hat. So tragen die Beteiligten selbst vor, dass die Nachfrager aufgrund der durch die Tätigkeit der MTS-K auch für sie gestiegenen Preistransparenz zunehmend auch zu Tageszeiten mit tendenziell niedrigeren Preisen tanken.<sup>117</sup> Wie sich aus den von den Beteiligten selbst vorgelegten Daten ergibt, liegen die

---

<sup>116</sup> Siehe hierzu insbesondere Form CO, S. 86 ff.; Form CO, Annex 15, S. 2 ff., Schreiben der Beteiligten vom 21.01.2022, S. 3.

<sup>117</sup> Siehe Form CO, S. 55.

in den vergangenen Jahren zusätzlich identifizierbaren Preiserhöhungen aber gerade an solchen Zeitpunkten des Tages, zu denen zuvor tendenziell sinkende bzw. niedrige Preis zu beobachten waren (d.h. insbesondere in den Nachmittags- und Abendstunden). Die zusätzlichen Anhebungen könnten daher eine kollektive, den Durchschnittspreis über den Zyklus und die Gewinne erhöhende Reaktion auf dieses geänderte Nachfrageverhalten darstellen. Bedeutender im Hinblick auf die Bewertung des tatsächlichen Wettbewerbsgeschehen erscheint zudem die Tatsache, dass es nach den insoweit angestellten Untersuchungen der MTS-K stets Aral und Shell als die führenden Anbieter im Markt waren, die den Zeitpunkt und das Ausmaß der jeweiligen Preiserhöhung etablierten, bevor – gerade unter Verzicht auf insoweit zumindest denkbare wettbewerbliche Vorstöße im Sinne einer „Abkopplung“ von diesem neu etablierten Zyklus – die übrigen Anbieter diese Entwicklung weitgehend uneingeschränkt und vergleichsweise zeitnah nachvollzogen haben.<sup>118</sup>

- (196) Die Ermittlungen des Bundeskartellamts haben gezeigt, dass Aral und Shell die mit Abstand am häufigsten beobachteten Tankstellenbetreiber in der hier betroffenen Region sind, gefolgt von JET (als Benchmark für das niedrigpreisigere Segment). Die Preisgestaltung der meisten Wettbewerber orientiert sich an den Preisen der beobachteten Tankstellen im engeren Umfeld des eigenen Standorts, teilweise mit festen Preisabständen zu bestimmten anderen Anbietern (meist „A-Marken“ wie Aral und Shell). Die konkrete Preissetzung erfolgt in aller Regel (bei mehr als 75% der Befragten) softwaregestützt, was ein sehr schnelles Reagieren auf Preisänderungen ermöglicht. Durch diese Art der Preissetzung werden wettbewerbliche Vorstöße unwahrscheinlicher und erfordern ein manuelles Eingreifen in die Preissetzungssoftware (das allerdings in der Regel möglich ist).
- (197) Auch der Hinweis auf leichte regionale Abweichungen beim Preissetzungsverhalten und dem beobachtbaren Preiszyklus ist – gerade auch vor dem Hintergrund der o.a. Gründe für eine regionale Marktabgrenzung – ebenfalls nicht geeignet, funktionsfähigen Wettbewerb zu belegen. Vielmehr ist es ökonomisch uneingeschränkt nachvollziehbar und sogar zwingend zu erwarten, dass sich – unter Beibehaltung einer generellen Preispositionierung relativ zu den Wettbewerbern – ein konkretes implizit kollusives Preissetzungsverhalten und Marktergebnis in einem konkreten regionalen Markt in Abhängigkeit von der konkreten Marktstruktur unterschiedlich darstellt. Die Unterschiede spiegeln dabei nicht zuletzt die abweichende Größe der Anbieter im jeweiligen Markt (Marktanteil, Anzahl und Verteilung der

---

<sup>118</sup> Vgl. insoweit beispielhaft für die jüngste Preisanhebung am Abend: Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2020, S. 7 f.; vgl. ferner für eine weitere Preiserhöhung im Verlaufe des Nachmittags: Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2018, S. 7 f.

Tankstellen, Präsenz anderer / weiterer Wettbewerber) wider. Auch das Argument, dass es sich bei der Gruppe der tendenziell günstigeren Anbieter um keine „homogene Gruppe“ handelt, widerlegt daher entgegen der Ansicht der Beteiligten keineswegs per se das Risiko koordinierter Effekte oder könnte als Beleg für funktionsfähigen Wettbewerb anerkannt und gewertet werden.

- (198) Auch eine (leichte) Veränderung des Preissetzungsverhaltens über die Zeit kann für sich genommen nicht als Beleg für funktionsfähigen Wettbewerb angesehen werden. Diese Änderungen können vielmehr auf Änderungen in den Kostenstrukturen des jeweiligen Anbieters und damit Änderungen der relativen Symmetrie zu den übrigen Anbietern zurückzuführen sein, die insgesamt und für dieses Unternehmen individuell ein abweichendes (implizit kollusives) Marktergebnis als optimal erscheinen lassen. Insgesamt kann daher nicht jede leichte Anpassung der Preissetzungsstrategie eines Anbieters als wettbewerblicher Vorstoß interpretiert werden. Insbesondere hinsichtlich der EG Group ist dabei zu berücksichtigen, dass dieses Unternehmen in der aktuellen Struktur erst seit einigen Jahren auf dem Markt vertreten ist.
- (199) Soweit sich die Beteiligten stellenweise auf den Evaluierungsbericht der Bundesregierung zu den Auswirkungen der MTS-K aus dem Jahre 2018 berufen, um ihre Einschätzung des Wettbewerbsgeschehens zu stützen<sup>119</sup>, ist abschließend ferner darauf hinzuweisen, dass dieser Bericht der Bundesregierung an keiner Stelle zu der Frage Stellung nimmt, ob das beobachtbare Wettbewerbsgeschehen als Beleg für funktionsfähigen Wettbewerb anzusehen sei. Der Bericht kommt vielmehr ausdrücklich und unter Würdigung der maßgeblichen wissenschaftlichen Analysen zu dem Schluss, dass ein eindeutiges Ergebnis hinsichtlich der wettbewerblichen Auswirkungen der MTS-K nicht feststellbar sei<sup>120</sup>.

### **(7) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (200) Der Zusammenschluss lässt aus den nachfolgend dargelegten Gründen koordinierte Effekte in Form einer Verstärkung der bereits bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Stuttgart erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.

---

<sup>119</sup> Vgl. u.a. Form CO, S. 52f.

<sup>120</sup> Vgl. Evaluierungsbericht, a.a.O., S. 2 und S. 21f.



- (201) Zur Beurteilung der durch einen Zusammenschluss bewirkten Veränderungen ist das relevante Vergleichsszenario für die Situation mit dem Zusammenschluss nicht unbedingt gleichzusetzen mit der Situation vor dem Zusammenschluss. Vielmehr hat eine Prognose für die zukünftige Situation ohne den Zusammenschluss zu erfolgen. Vorliegend ist dabei zu berücksichtigen, dass die bisherige Eigentümerin von OMV Deutschland, die OMV AG, das Unternehmen veräußern will, weil sie sich aus dem Geschäft in Deutschland zurückziehen will. Für den Fall einer Untersagung des Zusammenschlusses ist deshalb nicht zu erwarten, dass OMV das Unternehmen weiterführt. Auch eine Veräußerung an einen der anderen Oligopolisten wäre keine Alternative (bzw. relevantes Vergleichsszenario), da sie zu vergleichbaren oder sogar noch stärkeren Wettbewerbsbedenken führen würde als der hier angemeldete Verkauf an EG Group. Denkbar und möglich wäre jedoch z. B. eine Veräußerung der OMV-Tankstellen an einen nicht zum Oligopol gehörenden alternativen Erwerber. Da Marktzutritte auf den Märkten für den Absatz von Kraftstoff an Endverbraucher in erster Linie über die Übernahme bereits bestehender Standorte erfolgen, ist auch zu erwarten, dass es Interessenten für die Übernahme der bereits etablierten OMV-Standorte geben wird.
- (202) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer nicht unbedeutenden Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz in Stuttgart. Der Zusammenschluss führt Marktanteilszuwächsen von [0-5] bis [5-10]% im 20 Min.-Umkreis und [0-5]% im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group und damit auch den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen. EG Group, bisher Nr. 3 hinter Aral/BP und Shell bzw. Nr. 4 hinter den genannten und JET würde damit zu den beiden führenden Anbietern Aral/BP und Shell aufschließen und damit die Marktanteilsverteilung symmetrischer machen. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB mit Ausnahme des Standorts Stuttgart Aldinger Str. bei Diesellokraftstoff erfüllt, bei Ottokraftstoff im Umkreis 20 Minuten ebenfalls erfüllt, im Umkreis 30 Minuten teils erfüllt, teils nur knapp unterschritten.
- (203) Die dauerhafte Integration von OMV in die Gruppe der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen verbessert die bereits vorhandenen guten Voraussetzungen für eine stabile Koordinierung noch weiter. Vor dem Zusammenschluss bestand zumindest ein gewisses Risiko, dass OMV sein Preisverhalten ändern und aus der Koordinierung ausscheren könnte, der das Unternehmen aufgrund seiner Preissetzungsstrategie implizit bereits folgte, obwohl es selbst über die Preissetzungshoheit verfügte. Ein solches Verhalten hätte die Disziplin des wettbewerbslosen Parallelverhaltens in den Märkten um die OMV-Standorte in Stuttgart zumindest zeitweilig stören können. Durch den Zusammenschluss wird das Risiko eines Ausscherens von OMV beseitigt.

- (204) Aufgrund der Beseitigung des Risikos wettbewerblicher Vorstöße von OMV stabilisiert sich die bereits vor dem Zusammenschluss mögliche Koordinierung des Preissetzungsverhaltens in einem erheblichen Ausmaß.

**dd) Tankstellencluster westlich/nordwestlich von Stuttgart**

- (205) Der Zusammenschluss lässt ebenfalls koordinierte Effekte in Form der Verstärkung einer bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Diesekraftstoffen in den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Rutesheim, Heimsheim und Bietigheim-Bissingen erwarten. Wie nachfolgend dargelegt sind auch in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für das Bestehen einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht. Diese wird durch den Zusammenschluss auch verstärkt.

**(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (206) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)ff. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (207) Westlich bzw. nordwestlich von Stuttgart betreibt das Zielunternehmen OMV drei Tankstellen in 71277 Rutesheim, Renninger Str. 24, 71296 Heimsheim, Römerstr. 1, und 74321 Bietigheim-Bissingen, Stuttgarter Str. 150, deren Einzugsbereiche sich weiträumig (Rutesheim und Heimsheim) bzw. teilweise (Bietigheim-Bissingen mit Rutesheim und Heimsheim) überschneiden. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche jeder dieser Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Rutesheim	130.000	415.000	125.000	415.000
Heimsheim	175.000	510.000	170.000	485.000
Bietigheim-Bissingen	155.000	155.000	350.000	335.000

- (208) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	ENI	Tamoil	Sonstige
<b>Dieselmotorkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rutesheim	[10-15]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[25-30]
Heimsheim	[10-15]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[20-25]
Bietigheim-Bissingen	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[30-35]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[10-15]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rutesheim	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Heimsheim	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Bietigheim-Bissingen	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[20-25]
<b>Ottomotorkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rutesheim	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[30-35]
Heimsheim	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[25-30]
Bietigheim-Bissingen	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[15-20]	[0-5]	[10-15]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rutesheim	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Heimsheim	[10-15]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Bietigheim-Bissingen	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[5-10]	[15-20]

(209) Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten werden nach dem Zusammenschluss im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten um die betrachteten Tankstellen sowohl für Diesel- als auch für Ottomotorkraftstoff zwischen [10-15]% und [15-20]% liegen, im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten zwischen 10% und 20% für beide Kraftstoffarten. Auch in diesem räumlichen Bereich rücken die Zusammenschlussbeteiligten damit näher an die Marktführer Aral/BP und Shell heran und überholen sie im Einzugsbereich von 20 Minuten in einzelnen Markträumen. Die beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Markträumen ebenfalls mit nicht unbeträchtlichen Marktanteilen vertreten. Von den übrigen Anbietern erreicht Tamoil/HEM Anteile von 5% bis knapp über 10%. Die Marktanteile von ENI/Agip liegen nur in Einzelfällen bei [5-10]%, sonst unter 5%. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter liegt gemeinsam im 20 Minuten-Einzugsbereich für beide Kraftstoffarten höher als im Stadtgebiet Stuttgart, im 30 Minuten-Einzugsbereich jedoch unter 20%; die individuellen Anteile der hier zusammengefassten Anbieter sind relativ gering.

(210) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses für Dieselmotorkraftstoff sowohl im 20 Minuten-Einzugsbereich als

auch im 30 Minuten-Einzugsbereich für alle Zieltankstellen (überwiegend deutlich) überschritten. Für Ottokraftstoff wird die Vermutungsschwelle nur für den Standort Bietigheim-Bissingen in beiden Einzugsbereichen überschritten, für die beiden anderen Standorte (überwiegend knapp) nicht erreicht. Bei Diesel-Kraftstoff wird die Dreier-Oligopolvermutung in den meisten Fällen bereits unter Einbeziehung (nur) von EG Group ohne die Marktanteile des Zielunternehmens OMV überschritten. Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB ebenfalls (mit Ausnahme eines Standorts für Dieselkraftstoff mit Einzugsbereich 20 Minuten) überschritten. Auch hier gilt dies überwiegend bereits vor dem Zusammenschluss nur unter Einbeziehung der Marktanteile von EG Group.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (211) Auch im Tankstellencluster westlich/nordwestlich von Stuttgart führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region nahe Stuttgart in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern hoch und das Inkrement durch den Zusammenschluss vergleichbar hoch wie in Stuttgart.
- (212) Auch Tankstellencluster westlich/nordwestlich von Stuttgart ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193)ff. zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (213) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form einer Verstärkung der bereits bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV im Cluster westlich/nordwestlich von Stuttgart erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.
- (214) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer nicht unbedeutenden Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz westlich/nordwestlich von Stuttgart. Der Zusammenschluss führt zu Marktanteilszuwächsen von [0-5]-[5-10]% im 20 Min.-Umkreis und [0-5]% im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group und damit auch den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen. EG Group, bisher Nr. 3 hinter Aral/BP und Shell würde damit zu den beiden führenden Anbietern Aral/BP und Shell aufschließen und damit die Marktanteilsverteilung symmetrischer machen. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB bei Diesellokraftstoff jeweils erfüllt, bei Ottokraftstoff für den Standort Bietigheim-Bissingen ebenfalls für beide Einzugsbereiche erfüllt, für die übrigen Standorte überwiegend nur knapp unterschritten.
- (215) Die dauerhafte Integration von OMV in die Gruppe der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen verbessert aus den oben bereits unter Rz. (202)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen die bereits vorhandenen guten Voraussetzungen für eine stabile Koordinierung noch weiter. Aufgrund der Beseitigung des Risikos wettbewerblicher Vorstöße von OMV stabilisiert sich die bereits vor dem Zusammenschluss mögliche Koordinierung des Preissetzungsverhaltens in einem erheblichen Ausmaß.

#### **ee) Tankstellencluster südlich/südöstlich von Stuttgart**

- (216) Der Zusammenschluss lässt ebenfalls koordinierte Effekte in Form der Verstärkung einer bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Diesellokraftstoffen in den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Frickenhausen, Kirchheim unter Teck, Wendlingen und Scharnhausen erwarten. Wie nachfolgend dargelegt sind auch in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für das Bestehen einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht. Diese wird durch den Zusammenschluss auch verstärkt.

### (1) Marktanteile und Vermutungsschwellen

- (217) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (218) Östlich bzw. südöstlich von Stuttgart betreibt das Zielunternehmen OMV vier Tankstellen in 72636 Frickenhausen, Hauptstr. 87, 73230 Kirchheim unter Teck, Jesinger Str. 50, 73240 Wendlingen, Bahnhofstr. 10, und 73760 Scharnhhausen, Elly-Beinhornstr. 2, deren Einzugsbereiche sich relativ weiträumig überschneiden. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche jeder dieser Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Frickenhausen	77.000	205.000	61.000	180.000
Kirchheim unter Teck	125.000	265.000	105.000	250.000
Wendlingen	140.000	315.000	120.000	305.000
Scharnhhausen	175.000	399.000	165.000	399.000

- (220) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	ENI	Tamoil	Sonstige
<b>Dieselmkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Frickenhausen	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[5-10]	[25-30]	<b>[40-50]</b>	[10-15]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Kirchheim unter Teck	[15-20]	[5-10]	<b>[25-30]</b>	[10-15]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Wendlingen	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[25-30]	<b>[60-70]</b>	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[10-15]
Scharnhhausen	[15-20]	[0-5]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[25-30]	<b>[60-70]</b>	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Frickenhausen	[10-15]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[20-25]
Kirchheim unter Teck	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[25-30]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Wendlingen	[10-15]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Scharnhhausen	[10-15]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[15-20]

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	Jet	ENI	Tamoil	Sonstige
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Frickenhausen	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[15-20]	[0-5]	[0-5]	[25-30]
Kirchheim unter Teck	[20-25]	[5-10]	<b>[25-30]</b>	[10-15]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[20-25]
Wendlingen	[15-20]	[5-10]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Scharnhäusen	[15-20]	[5-10]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Frickenhausen	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[15-20]	[0-5]	[0-5]	[20-25]
Kirchheim unter Teck	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Wendlingen	[10-15]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[20-25]
Scharnhäusen	[10-15]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[0-5]	[20-25]

- (221) Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten werden nach dem Zusammenschluss im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten um die betrachteten Tankstellen sowohl für Diesel- als auch für Ottokraftstoff – mit Ausnahme des Standorts Frickenhausen (hier [10-20]%) – bei [20-30]% liegen, im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten zwischen 15% und über 20% für beide Kraftstoffarten. Auch in diesem räumlichen Bereich rücken die Zusammenschlussbeteiligten damit näher an die Marktführer Aral/BP und Shell heran und überholen einen von beiden in allen Markträumen und beiden Einzugsbereichen sowohl bei Diesel- als auch bei Ottokraftstoff. Die beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Markträumen ebenfalls mit Marktanteilen von teils über 10% vertreten. Die Marktanteile der im Raum Stuttgart noch etwas stärker vertretenen Anbieter ENI/Agip und Tamoil/HEM liegen hier fast überall unter 5%. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter liegt gemeinsam im 20 Minuten-Einzugsbereich für beide Kraftstoffarten in beiden Einzugsbereichen höher als im Stadtgebiet Stuttgart, jedoch nur selten deutlich über 20%.
- (222) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses sowohl für Diesel- als auch für Ottokraftstoff sowohl im 20 Minuten-Einzugsbereich als auch im 30 Minuten-Einzugsbereich für fast alle Zieltankstellen (überwiegend deutlich) überschritten; einzige Ausnahme ist der 20 Minuten-Einzugsbereich der Tankstelle Frickenhausen. Bei Diesel-Kraftstoff wird die Dreier-Oligopolvermutung in – wieder mit Ausnahme von Frickenhausen – bereits unter Einbeziehung (nur) von EG Group ohne die Marktanteile des Zielunternehmens OMV überschritten, bei Ottokraftstoff ist dies nur im 20 Minuten-Einzugsbereich der Fall. Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die

Marktbeherrungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB ebenfalls für beide Kraftstoffarten und beide Einzugsbereiche überall überschritten. Auch hier gilt dies überwiegend bereits vor dem Zusammenschluss nur unter Einbeziehung der Marktanteile von EG Group.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (223) Auch im Tankstellencluster südlich/südöstlich von Stuttgart führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region nahe Stuttgart in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern hoch und das Inkrement durch den Zusammenschluss etwas höher als in Stuttgart.
- (224) Auch Tankstellencluster südlich/südöstlich von Stuttgart ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz.(193)ff. zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

## **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (225) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form einer Verstärkung der bereits bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV im Cluster südlich/südöstlich von Stuttgart erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.
- (226) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer nicht unbedeutenden Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz westlich/nordwestlich von Stuttgart. Der Zusammenschluss führt Marktanteilszuwachsen von [5-10]% sowohl im 20 Min.-Umkreis als auch



im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group und damit auch den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen. EG Group, bislang überwiegend Nr. 3 hinter Aral/BP und Shell (teils aber auch bereits Nr. 2) würde damit zu den beiden führenden Anbietern Aral/BP und Shell aufschließen und damit die Marktanteilsverteilung symmetrischer machen. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für beide Kraftstoffarten und Einzugsbereiche jeweils erfüllt (mit Ausnahme des 20 Minuten-Einzugsbereichs des Standorts Frickenhausen).

- (227) Die dauerhafte Integration von OMV in die Gruppe der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen verbessert aus den oben bereits unter Rz. (202)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen die bereits vorhandenen guten Voraussetzungen für eine stabile Koordinierung noch weiter. Aufgrund der Beseitigung des Risikos wettbewerblicher Vorstöße von OMV stabilisiert sich die bereits vor dem Zusammenschluss mögliche Koordinierung des Preissetzungsverhaltens in einem erheblichen Ausmaß.

#### **ff) Tankstelle Bad Herrenalb**

- (228) Der Zusammenschluss lässt im Einzugsbereich der Tankstelle des Zielunternehmens OMV in Bad Herrenalb koordinierte Effekte erwarten. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselmotorkraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusammenschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. Wie nachfolgend dargelegt sind in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für die Verstärkung bzw. Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht.

#### **(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (229) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (230) Das Zielunternehmen OMV betreibt eine Tankstelle in 76332 Bad Herrenalb, Ettlinger Str. 38. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für den Einzugsbereich dieser Tankstelle jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstelle lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
Zieltankstelle	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Bad Herrenalb	12.500	79.000	14.500	70.000

(231) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	Oest (AVIA)	EFA	Sonstige
<b>Dieselmkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Bad Herrenalb	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[50-60]	[5-10]	<b>[80-90]</b>	[0-5]	[0-5]	[15-20]	[0-5]	[0-5]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Bad Herrenalb	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[20-25]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[10-15]
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Bad Herrenalb,	[10-15]	[10-15]	<b>[25-30]</b>	[40-50]	[10-15]	<b>[70-80]</b>	[0-5]	[0-5]	[20-25]	[0-5]	[0-5]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Bad Herrenalb	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[10-15]

(232) Im Marktraum um die Tankstelle Bad Herrenalb unterscheidet sich die Marktstruktur deutlich zwischen den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten, wie auch bereits das sehr unterschiedliche Marktvolumen erwarten lässt. Im engeren Einzugsbereich ist BP/Aral mit Marktanteilen, die bis an die Einzelmarktbeherrschungsvermutung reichen, eindeutiger Marktführer. Durch den Zusammenschluss der beiden hier nahezu gleichstark vertreten Zusammenschlussbeteiligten würde EG Group hier mit Marktanteilen von [20-30]% deutlich aufschließen und die bislang etwa gleichstarke Shell überholen. In den 30 Minuten-Einzugsbereichen ist BP/Aral ebenfalls Marktführer, allerdings mit deutlich geringeren Marktanteilen von [20-25]%. Durch den Zusammenschluss würde EG Group hier mit addierten Marktanteilen zwischen 10% und 20% zu Shell aufschließen. Der in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählte Anbieter Total ist im engen Einzugsbereich von 20 Minuten um Bad Herrenalb gar nicht vertreten, im 30 Minuten-Einzugsbereich jedoch insbesondere bei Dieselmkraftstoff relativ stark. JET ist in diesem Gebiet dagegen nur schwach vertreten (Marktanteile kleiner 5%). Im 20 Minuten-Einzugsbereich sind gar keine sonstigen Anbieter im Markt, im 30 Minuten-Einzugsbereich ist der gemeinsame Anteil der Sonstigen mit [10-15]% relativ gering.

(233) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses sowohl für Dieselm- als auch für Ottokraftstoff im 20 Minuten-Ein-

zugsbereich deutlich und im 30 Minuten-Einzugsbereich leicht überschritten. Im 20 Minuten-Einzugsbereich ist dies bereits unter Einbeziehung (nur) von EG Group ohne die Marktanteile des Zielunternehmens OMV der Fall. Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB im 20 Minuten-Einzugsbereich zwar überschritten, dies beruht jedoch ausschließlich auf den sehr hohen Anteilen des Dreier-Oligopols. Im 30 Minuten-Einzugsbereich wird sie ebenfalls überschritten, hier unter Berücksichtigung der Anteile von Total und JET.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (234) In den Einzugsbereichen der Tankstelle des Zielunternehmens OMV in Bad Herrenalb führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region in Bad Herrenalb in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern deutlich. Das Inkrement durch den Zusammenschluss ist hier deutlich höher als beispielsweise im Raum Stuttgart; es liegt im 20 Minuten-Einzugsbereich bei [10-15]%, im 30 Minuten-Einzugsbereich bei [5-10]%.
- (235) Auch für die Einzugsbereiche der Tankstelle in Bad Herrenalb ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Im 20 Minuten-Einzugsbereich ist neben den Oligopolisten nur noch ein Wettbewerber, ein mittelständisches Unternehmen, tätig. Im 30 Minuten-Einzugsbereich erreicht lediglich Total Marktanteile über 5%. Bei Total sprechen jedoch die Strukturfaktoren dagegen, dass von diesem Unternehmen ein beträchtliches Wettbewerbspotenzial gegenüber den koordinierenden Anbietern ausgeht. Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch

nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193) zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (236) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen Aral/BP, Shell und EG Group/OMV für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen im Marktraum um die Tankstelle des Zielunternehmens OMV in Bad Herrenalb erwarten. Dies gilt sowohl für den Einzugsbereich von 20 Minuten als auch für den Einzugsbereich von 30 Minuten um die Tankstelle.
- (237) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer dem eigenen Unternehmen vergleichbaren Marktstellung im hier betroffenen Marktraum ausgestattetes Unternehmen. Der Zusammenschluss führt Marktanteilszuwächsen von mehr als 10% im 20 Min.-Umkreis und mehr als 5% im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group. EG Group würde durch den Zusammenschluss im 20 Minuten-Einzugsbereich mit einigem Abstand vor Shell zweitstärkster Anbieter hinter der hier sehr starken BP/Aral. Mit OMV würde einer von nur fünf Anbietern in diesem engen Marktraum wegfallen. Für die nunmehr drei verbleibenden bundesweit tätigen Anbieter (BP/Aral, Shell und EG Group) steigt damit der Anreiz, sich gegen den einzigen verbleibenden Wettbewerber, ein mittelständisches Unternehmen, zu koordinieren. Im 30 Minuten-Einzugsbereich führt der Zusammenschluss dazu, dass EG Group – bislang hier deutlich schwächer vertreten – zu Shell aufschließt. Damit wird die Marktanteilsverteilung erheblich symmetrischer, was eine Koordinierung wahrscheinlicher macht. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für Dieselkraftstoff in beiden Einzugsbereichen erfüllt.
- (238) Durch den Zusammenschluss wächst EG Group von einem mittelgroßen Wettbewerber zur Nr. 2 des Markts, und mit OMV wird ein weiterer mittelgroßer Wettbewerber eliminiert. Die geringere Zahl der Wettbewerber und das höhere Gewicht, dass EG Group nach dem Zusammenschluss zukommen wird, erhöht deutlich die Anreize und die Möglichkeiten einer stabilen Koordinierung. Hierzu trägt auch bei, dass sich EG Group, BP/Aral und Shell als Betreiber von bundesweiten Tankstellennetzen auch strukturell ähnlich sind und sie sich flächendeckend in nahezu allen Markträumen begegnen. Vergleichbare Strukturmerkmale und damit Anreize zur Koordinierung gelten auch für Total und JET. Bei JET liegen allerdings Hinweise darauf vor, dass das Unternehmen bereits seit einiger Zeit stärker als zur

Zeit der Sektoruntersuchung Kraftstoffe und der weiter oben zitierten Fusionskontrollentscheidungen unterhalb der Preise der anderen führenden Anbieter preist.<sup>121</sup> Dies könnte für eine veränderte Unternehmensstrategie sprechen. Das Unternehmen Oest (mit der Marke AVIA) dagegen ist als rein regionaler Anbieter und deutlich kleineres Unternehmen als die vorher genannten strukturell deutlich anders aufgestellt, so dass hier eher keine Anreize für eine Koordinierung erkennbar sind.

### **gg) Tankstelle Weil am Rhein**

- (239) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung einer bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselmotorkraftstoffen im Einzugsbereich der Tankstelle des Zielunternehmens OMV in Weil am Rhein erwarten. Wie nachfolgend dargelegt sind auch in diesem Marktraum die strukturellen Voraussetzungen für das Bestehen einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht. Diese wird durch den Zusammenschluss auch verstärkt.

#### **(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (240) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (241) Das Zielunternehmen OMV betreibt eine Tankstelle in 79576 Weil am Rhein, Alte Str. 32. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für den Einzugsbereich dieser Tankstelle jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstelle lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

	Dieselmotorkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottomotorkraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Zieltankstelle				
Weil am Rhein	71.000	115.000	42.000	67.000

---

<sup>121</sup> So argumentiert auch die Beigeladene JET selbst im Schreiben vom 9. Dezember 2021, S. 11ff.

(242) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:<sup>122</sup>

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	Sonstige
<b>Dieselmotorkraftstoff 2020</b>									
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>									
Weil am Rhein	[25-30]	[5-10]	<b>[30-35]</b>	[10-15]	[20-25]	<b>[70-80]</b>	[0-5]	[10-15]	[15-20]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>									
Weil am Rhein	[15-20]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[20-25]
<b>Ottomotorkraftstoff 2020</b>									
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>									
Weil am Rhein	[20-25]	[0-5]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[20-25]	[20-25]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>									
Weil am Rhein	[15-20]	[0-5]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[10-15]	[30-35]

(243) Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten werden nach dem Zusammenschluss im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten um die betrachtete Tankstelle für Dieselmotorkraftstoff bei [30-40]% und für Ottomotorkraftstoff bei [20-30]% liegen, im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten bei [20-30]% für Diesel und [15-20]% für Ottomotorkraftstoff. Im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten war EG Group hier bereits vor dem Zusammenschluss Marktführer. Im 30 Minuten-Einzugsbereich lag EG Group deutlich hinter Aral und leicht hinter (Diesel) bzw. vor (Ottomotorkraftstoff) Shell und würde durch den Zusammenschluss deutlich näher an den Marktführer BP/Aral herankommen. Der in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählte Anbieter Total ist in dem Marktraum eher schwach vertreten (Marktanteile kleiner 5%), JET dagegen recht stark mit zweistelligen Marktanteilen. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter liegt gemeinsam im 20 Minuten-Einzugsbereich für beide Kraftstoffarten zwischen 15 und knapp über 20%, im 30 Minuten-Einzugsbereich zwischen 20 und knapp über 30%.

(244) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses sowohl für Diesel- als auch für Ottomotorkraftstoff sowohl im 20 Minuten-Einzugsbereich als auch im 30 Minuten-Einzugsbereich (überwiegend deutlich) überschritten. In allen Fällen ist dies bereits unter Einbeziehung (nur) von EG Group ohne die Marktanteile des Zielunternehmens OMV der Fall. Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB ebenfalls für beide

<sup>122</sup> Die Marktanteile beziehen sich ausschließlich auf im Inland gelegene Tankstellen.

Kraftstoffarten und beide Einzugsbereiche überall überschritten. Auch hier gilt dies bereits vor dem Zusammenschluss nur unter Einbeziehung der Marktanteile von EG Group.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (245) Auch im Einzugsbereich der Tankstelle Weil am Rhein führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern hoch und das Inkrement durch den Zusammenschluss beträchtlich.
- (246) Auch im Einzugsbereich der Tankstelle Weil am Rhein ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193) zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt). Zum Einzugsbereich der Tankstelle Weil am Rhein gehören auch zahlreiche im Ausland (insbesondere der Schweiz) gelegene Tankstellen. Dass von diesen kein erheblicher Wettbewerbsdruck auf die deutschen Tankstellen des Einzugsbereichs ausgeht, wird nach den Ermittlungen der Beschlussabteilung allerdings auch dadurch belegt, dass deren Markt- und Preisverhalten anders als das der inländischen Tankstellen nicht systematisch beobachtet und analysiert wird. Auch die Europäische Kommission stellt in ihrer Verweisungsentscheidung dar, dass nach ihren Ermittlungen die befragten Wettbewerber Tankstellen im Ausland praktisch nicht beobachten und

die Marktteilnehmer nicht den Eindruck haben, dass Preisveränderungen im angrenzenden Ausland sich auf die Preissetzung grenznaher Tankstellen in Deutschland auswirken.<sup>123</sup>

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (247) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form einer Verstärkung der bereits bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen im Marktraum um die Tankstelle des Zielunternehmens OMV in Weil am Rhein erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.
- (248) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group eine Tankstelle in einem Marktraum, in dem das Unternehmen ohnehin bereits stark vertreten ist. Der Zusammenschluss führt Marktanteilszuwächsen von mehr als 5% bei Diesel sowohl im 20 Min.-Umkreis als auch im 30 Min.-Umkreis, und [0-5]% bei Ottokraftstoff bei EG Group und damit auch den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen. EG Group, bereits vor dem Zusammenschluss Marktführer im 20 Minuten-Einzugsbereich bei beiden Kraftstoffen, im 30 Minuten-Einzugsbereich bislang hinter Aral und teils Shell, würde im 20 Minuten-Einzugsbereich seinen bereits vorhandenen Marktanteilsvorsprung ausbauen und im 30 Minuten-Einzugsbereich zu Aral/BP und Shell aufschließen und damit die Marktanteilsverteilung symmetrischer machen. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für beide Kraftstoffarten und Einzugsbereiche jeweils erfüllt.
- (249) Die dauerhafte Integration von OMV in die Gruppe der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen verbessert aus den oben bereits unter Rz. (202)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen die bereits vorhandenen guten Voraussetzungen für eine stabile Koordinierung noch weiter. Aufgrund der Beseitigung des Risikos wettbewerblicher Vorstöße von OMV stabilisiert sich die bereits vor dem Zusammenschluss mögliche Koordinierung des Preissetzungsverhaltens in einem erheblichen Ausmaß.

#### **hh) Marktraum München (Stadt)**

- (250) Der Zusammenschluss lässt im Marktraum München (Stadt) koordinierte Effekte erwarten. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märk-

---

<sup>123</sup> Vgl. EU-Kommission, Entscheidung M.10134 EG Group/OMV Germany Business vom 09.07.2021, Rz. 43f.



ten für den Absatz von Otto- und Diesekraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusammenschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. Wie nachfolgend dargelegt sind in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für die Verstärkung bzw. Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht.

### **(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

(251) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.

(252) Das Zielunternehmen OMV betreibt in München insgesamt 11 Tankstellen:

- 80802 München, Ungererstr. 46-50
- 80939 München, Freisinger Landstr. 26
- 80939 München, Freisinger Landstr. 9
- 80993 München, Triebstr. 35a
- 81247 München, Verdistr. 68
- 81541 München, Auerfeldstr. 21
- 81669 München, Innsbrucker Ring 153
- 81735 München, Heinrich-Wieland-Str. 97
- 81737 München, Ottobrunner Str. 116
- 81927 München, Cosimastr. 10
- 81929 München, Friedrich-Eckart-Str. 39.

(253) Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für den Einzugsbereich dieser Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Ungererstr. 46-50	325.000	625.000	260.000	485.000
Freisinger Landstr. 26	360.000	685.000	270.000	535.000
Freisinger Landstr. 9	330.000	670.000	245.000	515.000
Triebstr. 35a	285.000	545.000	225.000	440.000
Verdistr. 68	320.000	605.000	260.000	475.000
Auerfeldstr. 21	305.000	515.000	265.000	415.000
Innsbrucker Ring 153	265.000	475.000	225.000	390.000
Heinrich-Wieland-Str. 97	205.000	460.000	175.000	375.000
Ottobrunner Str. 116	225.000	435.000	190.000	350.000
Cosimastr. 10	260.000	565.000	215.000	435.000
Friedrich-Eckart-Str. 39	260.000	550.000	225.000	450.000

(254) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	All-guth	ENI	Son-tige
<b>Dieselmkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Ungererstr. 46-50	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[15-20]	[5-10]	[5-10]
Freisinger Landstr. 26	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
Freisinger Landstr. 9	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
Triebstr. 35a	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[15-20]	[5-10]	[5-10]
Verdistr. 68	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[15-20]	[5-10]	[10-15]
Auerfeldstr. 21	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[30-35]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
Innsbrucker Ring 153	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Heinrich-Wieland-Str. 97	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[30-35]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Ottobrunner Str. 116	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Cosimastr. 10	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Friedrich-Eckart-Str. 39	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Ungererstr. 46-50	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Freisinger Landstr. 26	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Freisinger Landstr. 9	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Triebstr. 35a	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Verdistr. 68	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Auerfeldstr. 21	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	Jet	All-guth	ENI	Sons-tige
Innsbrucker Ring 153	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Heinrich-Wieland-Str. 97	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Ottobrunner Str. 116	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Cosimastr. 10	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Friedrich-Eckart-Str. 39	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Ungererstr. 46-50	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[15-20]	[5-10]	[5-10]
Freisinger Landstr. 26	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
Freisinger Landstr. 9	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
Triebstr. 35a	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[15-20]	[5-10]	[5-10]
Verdistr. 68	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[15-20]	[15-20]	[5-10]	[10-15]
Auerfeldstr. 21	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[30-35]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Innsbrucker Ring 153	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[5-10]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Heinrich-Wieland-Str. 97	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[30-35]	[5-10]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Ottobrunner Str. 116	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Cosimastr. 10	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Friedrich-Eckart-Str. 39	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Ungererstr. 46-50	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Freisinger Landstr. 26	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[5-10]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Freisinger Landstr. 9	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[5-10]	<b>[40-50]</b>	[0-5]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Triebstr. 35a	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Verdistr. 68	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[40-50]</b>	[0-5]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Auerfeldstr. 21	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Innsbrucker Ring 153	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Heinrich-Wieland-Str. 97	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Ottobrunner Str. 116	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Cosimastr. 10	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Friedrich-Eckart-Str. 39	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]

(255) Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten werden nach dem Zusammenschluss im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten um die betrachteten Tankstellen sowohl für Diesel- als auch für Ottokraftstoff für fünf Standorte bei jeweils [10-15]% und für sechs Standorte bei jeweils [15-20]% liegen, im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten

bei neun (Diesel) bzw. acht (Ottokraftstoff) Standorten jeweils bei [15-20]% und bei den übrigen bei [10-15]%. Die Beteiligten haben dabei vor dem Zusammenschluss jeweils relativ gleichgewichtige Marktanteile, ganz überwiegend zwischen 5% und 10%. In diesem räumlichen Bereich rücken die Zusammenschlussbeteiligten in allen betrachteten Märkten deutlich näher an den Marktführer Aral/BP heran und überholen Shell in nahezu allen Märkten und in beiden Einzugsbereichen sowohl bei Diesel- als auch bei Ottokraftstoff. Die beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Märkten ebenfalls mit Marktanteilen überwiegend bei [5-10]% (Total) bzw. zwischen 5% und 15% (JET) vertreten. Ebenfalls überwiegend zwischen 5% und 15% liegen die Marktanteile des Anbieters Allguth, einem Familienunternehmen, das nur im Raum München tätig ist. Einziger weiterer Anbieter mit Anteilen von [5-10]% ist ENI/Agip. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter liegt für beide Kraftstoffarten und in beiden Einzugsbereichen fast überall unter 15%; die individuellen Anteile der einzelnen Anbieter aus dieser Kategorie sind entsprechend gering.

- (256) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses für Dieseldieselkraftstoff in beiden Einzugsbereichen fast überall überschritten, teilweise deutlich (einzige Ausnahme: Standort Verdistr. mit Einzugsbereich 20 Minuten). Für Ottokraftstoff wird die Vermutungsschwelle ebenfalls für die überwiegende Zahl der Standorte überschritten (8 Standorte im Einzugsbereich 20 Minuten, 7 Standorte im Einzugsbereich 30 Minuten). Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB für Dieseldieselkraftstoff im Einzugsbereich 20 Minuten überall, im 30 Minuten-Einzugsbereich bei acht von elf Standorten überschritten. Auch für Ottokraftstoff wird die Vermutungsschwelle im engeren Einzugsbereich 20 Minuten ganz überwiegend (bei zehn von elf Standorten) überschritten, im 30 Minuten-Einzugsbereich gilt dies nur noch für fünf Standorte.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (257) In den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in München führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit sich bringen. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieseldieselkraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusam-

menschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region in München in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern deutlich. Das Inkrement durch den Zusammenschluss ist hier deutlich höher als beispielsweise im Raum Stuttgart; es liegt – meist deutlich über 5%, bei einigen Standorten sogar bei über 10%.

- (258) Auch für die Einzugsbereiche der Tankstellen in München ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Zwar besteht hier mit dem Unternehmen Allguth noch ein Außenwettbewerber mit Marktanteilen von teils größer als 10%. Die Ermittlungen des Bundeskartellamts haben jedoch ergeben, dass Allguth sich in seinem Preissetzungsverhalten an den führenden Anbietern orientiert und keine mengengetriebene, preisaggressive Wettbewerbsstrategie einsetzt. Die übrigen Anbieter – inklusive ENI/Agip mit Marktanteilen von durchgehend unter 10% - sind bereits wegen ihrer relativ geringen Marktanteile nicht geeignet, die Stabilität der Koordinierung in Gefahr zu bringen. Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193) zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (259) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen Aral/BP, Shell und EG Group/OMV für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV in München erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.

- (260) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer dem eigenen Unternehmen vergleichbaren Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz in München. Der Zusammenschluss führt zu Marktanteilszuwächsen (überwiegend deutlich) über 5%, teils sogar über 10%, sowohl im 20 Min.-Umkreis als auch im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group. EG Group, bislang überwiegend hinter Aral/BP, Shell, Allguth und JET nur die Nr. 5 im Markt, würde damit relativ nah an den führenden Anbieter Aral/BP herankommen und Shell sogar leicht überholen. Damit wird die Marktanteilsverteilung erheblich symmetrischer, was eine Koordinierung wahrscheinlicher macht. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für Dieselkraftstoff in beiden Einzugsbereichen fast überall, für Ottokraftstoff überwiegend erfüllt.
- (261) Durch den Zusammenschluss wächst EG Group von einem mittelgroßen Wettbewerber zur Nr. 2 des Markts, und mit OMV wird ein weiterer mittelgroßer Wettbewerber eliminiert. Die geringere Zahl der Wettbewerber und das höhere Gewicht, dass EG Group nach dem Zusammenschluss zukommen wird, erhöht deutlich die Anreize und die Möglichkeiten einer stabilen Koordinierung. Hierzu trägt auch bei, dass sich EG Group, BP/Aral und Shell als Betreiber von bundesweiten Tankstellennetzen auch strukturell ähnlich sind und sie sich flächendeckend in nahezu allen Markträumen begegnen. Vergleichbare Strukturmerkmale und damit Anreize zur Koordinierung gelten auch für Total und JET. Bei JET liegen allerdings Hinweise darauf vor, dass das Unternehmen bereits seit einiger Zeit stärker als zur Zeit der Sektoruntersuchung Kraftstoffe und der weiter oben zitierten Fusionskontrollentscheidungen unterhalb der Preise der anderen führenden Anbieter preist. Dies könnte für eine veränderte Unternehmensstrategie sprechen. Das Unternehmen Allguth dagegen ist als rein regionaler Anbieter und deutlich kleineres Unternehmen als die vorher genannten strukturell deutlich anders aufgestellt, so dass hier eher keine Anreize für eine Koordinierung erkennbar sind.

## **ii) Tankstellencluster im Nordosten von München**

- (262) Der Zusammenschluss lässt in den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Kirchheim bei München, Poing, Ismaning, Garching und Freising (Tankstellencluster im Nordosten von München) koordinierte Effekte erwarten. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselkraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusammenschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. Wie nachfolgend dargelegt sind in diesen Markträu-

men die strukturellen Voraussetzungen für die Verstärkung bzw. Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht.

**(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (263) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (264) Im Nordosten von München betreibt das Zielunternehmen OMV fünf Tankstellen in 85551 Kirchheim b. München, Florianstr. 31, 85586 Poing, Gruber Str. 80, 85737 Ismaning, Münchner Str. 47, 85748 Garching, Münchener Str. 49, und 85356 Freising, Erdinger Allee 2, deren Einzugsbereiche sich relativ weiträumig überschneiden. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche der Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabzatsvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Kirchheim b. München	250.000	605.000	195.000	470.000
Poing	250.000	550.000	190.000	420.000
Ismaning	155.000	495.000	110.000	375.000
Garching	285.000	685.000	195.000	525.000
Freising	100.000	280.000	70.000	175.000

- (265) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	Allguth	ENI	Sonstige
<b>Dieseldieselkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Freising	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[5-10]	<b>[40-50]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[10-15]	[25-30]
Kirchheim b. München	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Poing	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Ismaning	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[10-15]	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]
Garching	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Freising	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Kirchheim b. München	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Poing	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Ismaning	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Garching	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Freising	[10-15]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[0-5]	<b>[40-50]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[35-40]
Kirchheim b. München	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[10-15]
Poing	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[10-15]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Ismaning	[10-15]	[10-15]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[10-15]	[5-10]
Garching	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[5-10]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Freising	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[20-25]
Kirchheim b. München	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Poing	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Ismaning	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Garching	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[5-10]	<b>[40-50]</b>	[0-5]	[10-15]	[10-15]	[5-10]	[20-25]

(266) Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten werden nach dem Zusammenschluss im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten um die betrachteten Tankstellen sowohl für Diesel- als auch für Ottokraftstoff überwiegend bei [20-25]% liegen, im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten überwiegend bei [15-20]%. Ähnlich wie im Raum München haben die Beteiligten vor dem Zusammenschluss auch hier jeweils relativ gleichgewichtige Marktanteile, überwiegend zwischen 5% und 10%, teils aber auch über 10%. Auch in diesem räumlichen Bereich rücken die Zusammenschlussbeteiligten in allen betrachteten Markträumen deutlich näher an den Marktführer Aral/BP heran, überholen diesen in Einzelfällen sogar. Shell wird in allen Markträumen und in beiden Einzugsbereichen sowohl bei Diesel- als auch bei Ottokraftstoff überholt. Die beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Markträumen ebenfalls mit Marktanteilen überwiegend bei [5-10]% (in Einzelfällen



darüber oder darunter) vertreten. Allguth ist in diesen nahe bei München gelegenen Märkten überwiegend auch noch mit Anteilen zwischen 5% und 15% vertreten, je schwächer, je weiter außerhalb Münchens der Markt liegt (insbes. Freising). ENI/Agip ist mit Anteilen von mehr als fünf, teils sogar mehr als 10% hier etwas stärker als im Stadtgebiet München. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter liegt für beide Kraftstoffarten und in beiden Einzugsbereichen überwiegend unter 15% (Ausnahme insbesondere Freising); die individuellen Anteile der einzelnen Anbieter aus dieser Kategorie sind entsprechend gering.

- (267) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses für Dieselkraftstoff und Ottokraftstoff in beiden Einzugsbereichen fast überall überschritten, teilweise deutlich (Ausnahmen: Freising mit Einzugsbereich 20 Minuten für beide Kraftstoffe, Garching mit Einzugsbereich 30 Minuten nur bei Ottokraftstoff). Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB für Diesel- und Ottokraftstoff im Einzugsbereich 20 Minuten überall (mit Ausnahme von Freising), im 30 Minuten-Einzugsbereich für Diesel ebenfalls überall außer in Garching, für Ottokraftstoff allerdings überwiegend nicht erreicht.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (268) In den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Kirchheim bei München, Poing, Ismaning, Garching und Freising führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs mit sich bringen. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselkraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusammenschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. In den hier betroffenen Märkten ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region nordöstlich von München in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern deutlich. Das Inkrement durch den

Zusammenschluss ist hier noch etwas höher als im Raum München; es liegt nicht unter [5-10]%, häufig sogar bei über 10%.

- (269) Auch für die Einzugsbereiche der Tankstellen im Nordosten von München ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Auch hier sind die Anbieter Allguth und ENI/Agip, wie im Raum München, die nächstfolgenden Anbieter, wobei Allguth im hier betroffenen Raum etwas schwächer, ENI/Agip etwas stärker ist als in München. Mit Marktanteilen von überwiegend weniger als 10% sind sie jedoch nicht geeignet, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden; bei Allguth kommen noch die oben für den Raum München dargelegten strukturellen Unterschiede hinzu, die gegen einen die Koordinierung fördernden Interessengleichklang sprechen. Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193) zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (270) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen Aral/BP, Shell und EG Group/OMV für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Kirchheim bei München, Poing, Ismaning, Garching und Freising erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.
- (271) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer dem eigenen Unternehmen vergleichbaren Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz in den genannten Markträumen. Der Zusammenschluss führt Marktanteilszuwächsen (überwiegend deutlich) über 5%, teils sogar über 10%, sowohl im 20 Min.-Umkreis als auch im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group. In diesen Markträumen war bislang BP/Aral mit deutlichem Abstand Marktführer vor einer aus Shell, EG Group und OMV bestehenden Dreiergruppe mit annähernd ähnlichen Marktanteilen, meist unter leichter Führung von Shell. Durch den Zusammenschluss rückt EG Group deutlich näher an BP/Aral heran und überholt in allen Markträumen Shell. Damit wird die Marktanteilsverteilung auch hier symmetrischer, was eine Koordinierung wahrscheinlicher macht. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für Dieselmotorkraftstoff in

beiden Einzugsbereichen fast überall und für Ottokraftstoff zumindest im engeren Einzugsbereich ebenfalls fast überall erfüllt.

- (272) Durch den Zusammenschluss wächst EG Group von einem mittelgroßen Wettbewerber zur Nr. 2 des Markts, und mit OMV wird ein weiterer mittelgroßer Wettbewerber eliminiert. Die geringere Zahl der Wettbewerber und das höhere Gewicht, dass EG Group nach dem Zusammenschluss zukommen wird, erhöht deutlich die Anreize und die Möglichkeiten einer stabilen Koordinierung. Die oben für München in Rz. (260)f. dargelegten strukturellen Ähnlichkeiten und Multi-Markt-Kontakte gelten natürlich auch hier. Auch für die übrigen Anbieter gilt das oben für die Markträume in München gesagte.

#### **jj) Tankstellencluster im Südosten von München**

- (273) Der Zusammenschluss lässt in den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Oberhaching, Neubiberg, Zorneding und Glonn (Tankstellencluster im Südosten von München) koordinierte Effekte erwarten. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselmotorkraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusammenschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. Wie nachfolgend dargelegt sind in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für die Verstärkung bzw. Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht.

#### **(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (274) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (275) Im Südosten von München betreibt das Zielunternehmen OMV vier Tankstellen in 82041 Oberhaching, Raiffeisenallee 7, 85579 Neubiberg, Hauptstr. 84, 85604 Zorneding, Münchener Str. 13, und 85625 Glonn, Kastenseestr. 6, deren Einzugsbereiche sich relativ weiträumig überschneiden. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche der Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Oberhaching	155.000	410.000	130.000	330.000
Neubiberg	125.000	315.000	110.000	248.000
Zorneding	99.000	420.000	77.000	320.000
Glonn	36.000	165.000	31.000	120.000

(276) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	Allguth	ENI	Sonstige
<b>Dieselmkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Oberhaching	[0-5]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Neubiberg	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[5-10]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Zorneding	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[20-25]
Glonn	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	10,05	[0-5]	[0-5]	[35-40]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Oberhaching	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Neubiberg	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[30-35]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Zorneding	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Glonn	[5-10]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[30-35]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Oberhaching	[0-5]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Neubiberg	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[35-40]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Zorneding	[10-15]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[20-25]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[25-30]
Glonn	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[0-5]	<b>[40-50]</b>	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[35-40]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Oberhaching	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Neubiberg	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[30-35]	[5-10]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Zorneding	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[5-10]	[5-10]	[10-15]	[5-10]	[15-20]
Glonn	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[30-35]	[5-10]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[20-25]

(277) Nach dem Zusammenschluss erreichen die Zusammenschlussbeteiligten im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten in den Markträumen Oberhaching und Neubiberg addierte Marktanteile von [10-15]% bei Diesel, [15-20]% bei Ottokraftstoff. In den Markträumen Zorneding und Glonn liegen die addierten Marktanteile im engen Einzugsbereich deutlich höher, nämlich bei [25-30]% für beide Kraftstoffarten. Im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten liegen die addierten Marktanteile für beide Kraftstoffarten jeweils in einem Bereich zwischen 17% und 22%. In den hier betroffenen Markträumen ist das Zielunternehmen

OMV vor dem Zusammenschluss mit Marktanteilen von überwiegend zwischen 10% und 20% etwas stärker als die Erwerberin EG Group, deren Marktanteile fast überall zwischen 5% und 10% liegen. Auch in diesem räumlichen Bereich rücken die Zusammenschlussbeteiligten in allen betrachteten Markträumen deutlich näher an den Marktführer Aral/BP heran und überholen Shell. Die beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Markträumen ebenfalls vertreten, Total allerdings fast überall mit Marktanteilen unter 5%, die Anteile von JET liegen überwiegend bei [5-10]%. Allguth ist hier überwiegend auch noch mit Anteilen zwischen 5% und 10% vertreten, mit Ausnahme des bereits etwas weiter von München entfernten Marktraums Glonn. ENI/Agip ist mit Anteilen von überwiegend [5-10]% im Markt, mit Ausnahme des Marktraums Glonn mit engem Einzugsbereich von 20 Minuten. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter ist hier etwas höher als beispielsweise im Raum München, bleibt aber im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten überwiegend unter 15% (Ausnahme insbesondere Glonn). Im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten ist er noch höher, in den Einzugsbereichen von Zorneding und Glonn (teils deutlich) über 20%.

- (278) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses für Dieselkraftstoff und Ottokraftstoff in beiden Einzugsbereichen fast überall überschritten, meist auch deutlich (einzige Ausnahm: Glonn mit Einzugsbereich 20 Minuten nur bei Ottokraftstoff). Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB für Dieselkraftstoff in den Einzugsbereichen 20 und 30 Minuten überall (mit Ausnahme von Glonn 20 Minuten), für Ottokraftstoff dagegen nur teilweise (Oberhaching in beiden Einzugsbereichen, bei den übrigen Standorten jeweils nur für einen Einzugsbereich) überschritten.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (279) In den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Oberhaching, Neubiberg, Zorneding und Glonn führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungs-

muster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region südöstlich von München in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern deutlich. Dadurch, dass OMV vor dem Zusammenschluss in den hier betroffenen Markträumen eine etwas oder sogar deutlich stärkere Marktstellung innehat als EG Group kann EG Group seinen Marktanteil durch den Zusammenschluss mehr als verdoppeln.

- (280) Auch für die Einzugsbereiche der Tankstellen im Südosten von München ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Auch hier sind die Anbieter Allguth und ENI/Agip, wie im Raum München, die nächstfolgenden Anbieter, wobei Allguth im hier betroffenen Raum etwas schwächer, ENI/Agip etwas stärker ist als in München. Mit Marktanteilen von überwiegend weniger als 10% sind sie jedoch nicht geeignet, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden; bei Allguth kommen noch die oben für den Raum München dargelegten strukturellen Unterschiede hinzu, die gegen einen die Koordinierung fördernden Interessengleichklang sprechen. Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193)ff. zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (281) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen Aral/BP, Shell und EG Group/OMV für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Oberhaching, Neubiberg, Zorneding und Glonn erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.
- (282) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer dem eigenen Unternehmen mindestens gleichwertigen, meist sogar überlegenen Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz in den genannten Markträumen. Der Zusammenschluss führt Marktanteilszuwachsen (überwiegend deutlich) über 5%, teils sogar über 10%, sowohl im 20 Min.-Umkreis als auch im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group. In diesen Markträumen war bislang BP/Aral mit deutlichem Abstand Marktführer vor einer aus Shell,

EG Group und OMV bestehenden Dreiergruppe mit annähernd ähnlichen Marktanteilen, hier teilweise unter Führung von OMV. Durch den Zusammenschluss rückt EG Group deutlich näher an BP/Aral heran und überholt fast überall Shell. Damit wird die Marktanteilsverteilung auch hier symmetrischer, was eine Koordinierung wahrscheinlicher macht. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für beide Kraftstoffarten in beiden Einzugsbereichen fast überall erfüllt.

- (283) Durch den Zusammenschluss wächst EG Group von einem mittelgroßen Wettbewerber zur Nr. 2 des Markts, und mit OMV wird ein weiterer mittelgroßer Wettbewerber eliminiert. Die geringere Zahl der Wettbewerber und das höhere Gewicht, dass EG Group nach dem Zusammenschluss zukommen wird, erhöht deutlich die Anreize und die Möglichkeiten einer stabilen Koordinierung. Die oben für München in Rz. (260)ff. dargelegten strukturellen Ähnlichkeiten und Multi-Markt-Kontakte gelten natürlich auch hier. Auch für die übrigen Anbieter gilt das oben für die Markträume in München gesagte.

#### **kk) Tankstellencluster um Rosenheim**

- (284) Der Zusammenschluss lässt in den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Rosenheim, Bruckmühl, Raubling (zwei Standorte), Prien, Bernau, Holzkirchen und Irschenberg (Tankstellencluster um Rosenheim) koordinierte Effekte erwarten. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselmotorkraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusammenschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. Wie nachfolgend dargelegt sind in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für die Verstärkung bzw. Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht. Für die Bundesautobahntankstelle (BAT) Kiefersfelden gilt dies ebenfalls, sofern man sie als Teil eines einheitlichen Markts für alle Tankstellen betrachtet. Stell man nur auf BAT ab, führt der Erwerb der BAT Kiefersfelden nicht zu Wettbewerbsproblemen.

#### **(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (285) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.

(286) In und um Rosenheim betreibt das Zielunternehmen OMV neun Tankstellen, deren Einzugsbereiche sich weiträumig oder teilweise überschneiden:

- 83026 Rosenheim, Renkenweg 1
- 83052 Bruckmühl, Albert-Mayer-Str. 22
- 83064 Raubling, Kufsteiner Str. 27
- 83064 Raubling, Rosenheimer Str. 40
- 83088 Kiefersfelden, A93 Inntal West
- 83209 Prien, Bernauer Str. 49
- 83233 Bernau, Priener Str. 10
- 83607 Holzkirchen, Maitz 3
- 83737 Irschenberg, Wendling 14.

(287) Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche der Tankstellen im Tankstellencluster um Rosenheim jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Rosenheim	92.000	150.000	56.000	100.000
Bruckmühl	44.000	122.000	28.000	81.000
Raubling, Kufsteiner Str.	82.000	145.000	47.000	95.000
Raubling, Rosenheimer Str.	100.000	160.000	62.000	110.000
Kiefersfelden	18.000	90.000	8.000	53.000
Prien	43.000	130.000	29.000	88.000
Bernau	59.000	146.000	41.000	100.000
Holzkirchen	56.000	190.000	35.000	150.000
Irschenberg	99.000	245.000	64.000	190.000

(288) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:



Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	ENI	Süd-ramol	Sonstige
<b>Dieselmkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rosenheim	[0-5]	[15-20]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Bruckmühl	[5-10]	[25-30]	<b>[30-35]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[70-80]</b>	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[25-30]
Raubling, Kufsteiner Str.	[0-5]	[20-25]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Raubling, Rosenheimer Str.	[0-5]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Kiefersfelden	[5-10]	[25-30]	<b>[35-40]</b>	[25-30]	[0-5]	<b>[60-70]</b>	[30-35]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Prien	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[20-25]
Bernau	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[20-25]
Holzkirchen	[5-10]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[40-50]	[15-20]	<b>[80-90]</b>	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[10-15]
Irschenberg	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[10-15]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rosenheim	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[20-25]
Bruckmühl	[5-10]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[20-25]
Raubling, Kufsteiner Str.	[10-15]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[15-20]
Raubling, Rosenheimer Str.	[5-10]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[20-25]
Kiefersfelden	[0-5]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Prien	[5-10]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[20-25]
Bernau	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[20-25]
Holzkirchen	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[20-25]
Irschenberg	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[20-25]

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	Jet	ENI	Süd-ramol	Sonstige
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rosenheim	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[20-25]
Bruckmühl	[5-10]	[20-25]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[35-40]
Raubling, Kufsteiner Str.	[0-5]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[10-15]	[20-25]
Raubling, Rosenheimer Str.	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[25-30]
Kiefersfelden	[10-15]	[35-40]	<b>[50-60]</b>	[30-35]	[0-5]	<b>[80-90]</b>	[10-15]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]
Prien	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[10-15]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[15-20]	[0-5]	[25-30]
Bernau	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[25-30]
Holzkirchen	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[40-50]	[10-15]	<b>[70-80]</b>	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[15-20]
Irschenberg	[5-10]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Rosenheim	[5-10]	[15-20]	<b>[25-30]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[25-30]
Bruckmühl	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[5-10]	[25-30]
Raubling, Kufsteiner Str.	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[25-30]
Raubling, Rosenheimer Str.	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[25-30]
Kiefersfelden	[0-5]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[25-30]
Prien	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[5-10]	[25-30]
Bernau	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[10-15]	[0-5]	[25-30]
Holzkirchen	[0-5]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[30-35]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[25-30]
Irschenberg	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[25-30]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[25-30]

(289) Nach dem Zusammenschluss erreichen die Zusammenschlussbeteiligten im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten addierte Marktanteile von knapp unter 20% bis 30% (bei Diesel in einem Fall sogar über 30%) sowohl bei Diesel- als auch bei Ottokraftstoff. Im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten liegen die addierten Marktanteile für Diesel auch fast durchgehend bei [20-30]%, für Ottokraftstoff etwas niedriger. In den hier betroffenen Markträumen ist das Zielunternehmen OMV vor dem Zusammenschluss mit Marktanteilen von durchweg über 10%, teils über 15%, deutlich stärker als die Erwerberin EG Group, deren Marktanteile fast überall zwischen 5% und 10% liegen. In dieser Region werden die Zusammenschlussbeteiligten durch den Zusammenschluss in mehr als der Hälfte der betrachteten Markträume Marktführer (überwiegend knapp) vor BP/Aral und Shell, die hier ebenfalls praktisch überall starke Marktpositionen innehaben. Die beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Markträumen demgegenüber nur relativ schwach vertreten, mit Marktanteilen überwiegend unter 5%. Weitere etwas bedeutendere Anbieter sind ENI/Agip und

Südramol, mit je nach Marktraum relativ unterschiedlichen Anteilen, die allerdings fast überall unter 10% liegen. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter ist hier mit meist über 20%, teils sogar über 25% relativ hoch.

- (290) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses für Dieselkraftstoff und Ottokraftstoff in beiden Einzugsbereichen überall überschritten, meist sehr deutlich. Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB für Dieselkraftstoff auch in etlichen Einzugsbereichen überschritten; allerdings beruht dies größtenteils auf den hohen Marktanteilen von BP/Aral, Shell und den Zusammenschlussbeteiligten, während Total und JET, wie beschrieben, in dieser Region eher schwach vertreten sind.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (291) In den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in den Markträumen des Tankstellencluster um Rosenheim führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region um Rosenheim in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern sehr hoch, die Marktanteile von BP/Aral, Shell und den Zusammenschlussbeteiligten relativ symmetrisch. Dadurch, dass OMV vor dem Zusammenschluss in den hier betroffenen Markträumen eine etwas oder sogar deutlich stärkere Marktstellung innehat als EG Group kann EG Group seinen Marktanteil durch den Zusammenschluss mehr als verdoppeln.
- (292) Auch für die Einzugsbereiche der Tankstellen um Rosenheim ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben

unter Rz. (189)ff.). Die nächstfolgenden Anbieter sind hier ENI/Agip und Südramol, die jedoch mit Marktanteilen von überwiegend weniger als 10% nicht geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden. Südramol ist zudem, ähnlich wie Allguth im Raum München, ein nur regional tätiger Anbieter mit ähnlichen strukturellen Unterschieden, die gegen einen die Koordinierung fördernden Interessengleichklang sprechen. Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193) zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (293) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen Aral/BP, Shell und EG Group/OMV für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Märkten um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV im Raum Rosenheim erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.
- (294) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer dem eigenen Unternehmen deutlich bis sehr deutlich überlegenen Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz in den genannten Märkten. Der Zusammenschluss führt dementsprechend für EG Group zu Marktanteilszuwächsen von überall über 10%, in Einzelfällen sogar über 20%, sowohl im 20 Min.-Umkreis als auch im 30 Min.-Umkreis, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff. In diesen Märkten waren bislang teils BP/Aral, teils Shell und in einigen Fällen OMV Marktführer, wobei die Marktanteilsabstände zwischen ihnen eher gering waren. Durch den Zusammenschluss werden die Marktanteile von BP/Aral, Shell und den Zusammenschlussbeteiligten noch symmetrischer, was eine Koordinierung wahrscheinlicher macht. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für beide Kraftstoffarten in beiden Einzugsbereichen überall erfüllt.
- (295) Durch den Zusammenschluss wächst EG Group von einem kleineren Wettbewerber zu einem Anbieter auf Augenhöhe mit BP/Aral und Shell. Gegenüber OMV, die marktanteilmäßig ebenfalls bereits in der Nähe der beiden großen Anbieter war, verfügt EG Group neben dem durch den Zusammenschluss gegenüber der bisherigen OMV-Situation erhöhten Marktanteilen auch über weitere strukturelle Vorteile wie ein vergleichbar umfangreiches Tankstellennetz wie BP/Aral und Shell. Die geringere Zahl der Wettbewerber und das höhere Gewicht, das EG Group nach dem Zusammenschluss zukommen wird, erhöht deutlich die Anreize und die Möglichkeiten einer stabilen Koordinierung. Die oben für München

in Rz. (260)f. dargelegten strukturellen Ähnlichkeiten und Multi-Markt-Kontakte gelten natürlich auch hier.

#### **(4) BAT Kiefersfelden**

- (296) Bei Betrachtung der Einzugsbereiche um die BAT Kiefersfelden unter Einbeziehung von Straßentankstellen erzielen die Zusammenschlussbeteiligten insbesondere im engen Einzugsbereich sehr hohe Marktanteile, wie oben gezeigt wurde. Betrachtet man allerdings einen Markt, der nur BAT umfasst, da diese gewisse Besonderheiten aufweisen und nur begrenzt im Wettbewerb mit Straßentankstellen stehen, führt der Zusammenschluss nicht zu Wettbewerbsproblemen.
- (297) Für Tankkunden, die an BATs tanken wollen, kann die der jeweiligen BAT vor- oder nachgelagerte BAT eine Ausweichalternative darstellen. Das Bundeskartellamt prüft deshalb in diesem Zusammenhang, ob die Zusammenschlussbeteiligten entsprechende benachbarte BATs zur Zieltankstelle betreiben. Vorliegend ist dies nicht der Fall. EG Group betreibt keine der BAT Kiefersfelden benachbarte andere BAT.

## **II) Tankstellencluster am Bodensee**

- (298) Der Zusammenschluss lässt ebenfalls koordinierte Effekte in Form der Verstärkung einer bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselmotorkraftstoffen in den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Kressbronn und Lindau (Bodensee) erwarten. Wie nachfolgend dargelegt sind auch in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für das Bestehen einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht. Diese wird durch den Zusammenschluss auch verstärkt.

### **(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (299) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (300) Am Nordufer des Bodensees betreibt das Zielunternehmen OMV zwei Tankstellen in 88079 Kressbronn, Lindauer Str. 12, und in 88131 Lindau, Kemptener Str. 14-16, deren Einzugsbereiche sich weiträumig überschneiden. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche der Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten

und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Kressbronn	44.000	105.000	35.000	83.000
Lindau	26.000	92.000	16.500	67.000

(301) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	ENI	Tessol (AVIA)	Sonstige
<b>Dieselmkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Kressbronn	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[30-35]	[5-10]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Lindau	[10-15]	[5-10]	<b>[20-25]</b>	[40-50]	[15-20]	<b>[80-90]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[10-15]	[0-5]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Kressbronn	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[30-35]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[25-30]
Lindau	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[30-35]	[15-20]	<b>[60-70]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[15-20]
<b>Ottokraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Kressbronn	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	10,88	[5-10]	[0-5]	[20-25]
Lindau	[10-15]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[30-35]	[20-25]	<b>[80-90]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[10-15]	[0-5]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Kressbronn	[5-10]	[0-5]	<b>[10-15]</b>	[25-30]	[15-20]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[0-5]	[0-5]	[25-30]
Lindau	[5-10]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[25-30]	[10-15]	<b>[50-60]</b>	[0-5]	[5-10]	[5-10]	[0-5]	[20-25]

(302) Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten werden nach dem Zusammenschluss im engeren Einzugsbereich von 20 Minuten um den Standort Kressbronn sowohl für Diesel- als auch für Ottokraftstoff bei [10-15]% liegen, für den Standort Lindau bei [20-25]%. Im weiteren Einzugsbereich von 30 Minuten liegen sie für beide Standorte bei [10-15]% für beide Kraftstoffarten. In diesem räumlichen Bereich rücken die Zusammenschlussbeteiligten durch den Zusammenschluss nah an Shell heran und verkürzen den – allerdings auch nach dem Zusammenschluss noch beträchtlichen – Marktanteilsabstand zum Marktführer BP/Aral. Der in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählte Anbieter Total ist in diesem Marktraum nicht vertreten. JET hält Marktanteile zwischen 5% und knapp über 10%. Die nächstgrößeren Anbieter sind Tessol (mit der Marke AVIA) und ENI/Agip mit Marktanteilen, die überwiegend unter 10%, teilweise

sogar unter 5% liegen. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter unterscheidet sich im 20 Minuten-Einzugsbereich zwischen Lindau (hier sind keine weiteren Anbieter vertreten) und Kressbronn (Anteil der „Sonstigen“ knapp über bzw. unter 20%) deutlich. Im 30 Minuten-Einzugsbereich liegt er für beide Standorte überwiegend bei [20-30]%

- (303) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses sowohl für Diesel- als auch für Ottokraftstoff sowohl im 20 Minuten-Einzugsbereich als auch im 30 Minuten-Einzugsbereich für beide Zieltankstellen deutlich überschritten. Dies ist überwiegend bereits unter Einbeziehung (nur) von EG Group ohne die Marktanteile des Zielunternehmens OMV der Fall. Bei Ottokraftstoff wird sie in dieser Konstellation in den Einzugsbereichen 20 Minuten um Kressbronn und 30 Minuten um Lindau nur sehr knapp verfehlt. Geht man vom in der bisherigen Entscheidungspraxis betrachteten Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET aus, wird die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 2 GWB ebenfalls für beide Kraftstoffarten und beide Einzugsbereiche überall überschritten. Auch hier gilt dies überwiegend bereits vor dem Zusammenschluss nur unter Einbeziehung der Marktanteile von EG Group. Dies beruht allerdings maßgeblich auf den bereits sehr hohen addierten Marktanteilen des Dreier-Oligopols.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (304) Auch im Tankstellencluster am Bodensee führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Ob auch Total und JET nach wie vor zur Gruppe der koordinierenden Unternehmen gehören, kann offen bleiben. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region in vergleichbarer Weise vorliegen. Insbesondere sind hier die Marktanteilsabstände der drei führenden und potenziell koordinierenden Unternehmen gegenüber den übrigen Anbietern sehr hoch und das Inkrement durch den Zusammenschluss ist beträchtlich (zwischen [0-5] und mehr als 10%, leicht unterschiedlich nach Markt- und Einzugsbereich).
- (305) Auch im Tankstellencluster am Bodensee ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass

Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193)ff. zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (306) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form einer Verstärkung der bereits bestehenden gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Kressbronn und Lindau erwarten. Dies gilt sowohl für Einzugsbereiche von 20 Minuten als auch für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen.
- (307) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group zwei Standorte von OMV in bereits vor dem Zusammenschluss hoch konzentrierten Markträumen. Der Zusammenschluss führt zu Marktanteilszuwächsen von 5% bis über 10% im 20 Minuten-Einzugsbereich und [0-5]% bis [5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, bei EG Group und damit auch den gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen. EG Group, bislang überwiegend Nr. 3 hinter Aral/BP und Shell würde damit vergleichbar hohe Marktanteile wie Shell erreichen und damit die Marktanteilsverteilung symmetrischer machen. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für beide Kraftstoffarten und Einzugsbereiche jeweils erfüllt.
- (308) Die dauerhafte Integration von OMV in die Gruppe der gemeinsam marktbeherrschenden Unternehmen verbessert aus den oben bereits unter Rz. (202)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen die bereits vorhandenen guten Voraussetzungen für eine stabile Koordinierung noch weiter. Aufgrund der Beseitigung des Risikos wettbewerblicher Vorstöße von OMV stabilisiert sich die bereits vor dem Zusammenschluss mögliche Koordinierung des Preissetzungsverhaltens in einem erheblichen Ausmaß.

### **mm) Tankstellencluster im Raum Passau und Bayerischer Wald**

- (309) Der Zusammenschluss lässt in den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in Passau (zwei Standorte), Waldkirchen, Tittling, Mauth und Schönberg (Tankstellencluster im Raum Passau und Bayerischer Wald) koordinierte Effekte erwarten. Auch hier spricht vieles dafür, dass bereits vor dem Zusammenschluss eine marktbeherrschende Stellung mindestens der Unternehmen BP/Aral, Shell und EG Group auf den Märkten für den Absatz von Otto- und Dieselmotorkraftstoffen besteht, die durch den Zusammenschluss auch



verstärkt wird. Jedenfalls führt der Zusammenschluss aber zur Entstehung einer solchen gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung. Wie nachfolgend dargelegt sind in diesen Markträumen die strukturellen Voraussetzungen für die Verstärkung bzw. Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung gegeben. Auch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen entkräftet den Befund einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung nicht.

**(1) Marktanteile und Vermutungsschwellen**

- (310) Die nachfolgend dargestellten Marktanteile beruhen ebenfalls auf den vorstehend unter Rz. (149)f. für den Raum Stuttgart dargestellten Ermittlungen.
- (311) Im Raum Passau und Bayrischer Wald betreibt das Zielunternehmen OMV sechs Tankstellen in 94034 Passau, Alte Str. 39, 94036 Passau, A3 Donautal West, 94065 Waldkirchen, Bannholzstr. 31, 94104 Tittling, Passauer Str. 31, 94151 Mauth, Freyunger Str. 11, und 94513 Schönberg, Schönberger Str. 8, deren Einzugsbereiche sich teils weiträumig, teils in Teilen überschneiden. Das Bundeskartellamt hat die Wettbewerbsverhältnisse für die Einzugsbereiche der Tankstellen jeweils mit einer Fahrzeit von 20 Minuten und 30 Minuten betrachtet. Die mengenmäßigen Gesamtabsatzvolumina in den Einzugsbereichen 20 Minuten und 30 Minuten um die Tankstellen lagen im Jahr 2020 in den in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Größenordnung (gerundet in m<sup>3</sup>):

Zieltankstelle	Dieselkraftstoff in m <sup>3</sup>		Ottokraftstoff in m <sup>3</sup>	
	20 Min.	30 Min.	20 Min.	30 Min.
Passau, Alte Str.	40.000	62.000	24.500	40.000
Passau, A3 Donautal West	40.000	90.000	23.000	59.000
Waldkirchen	18.500	33.000	15.000	26.000
Tittling	23.000	70.000	17.000	45.000
Mauth	3.000	20.000	2.500	17.500
Schönberg	14.500	55.000	12.000	41.000

- (312) Danach ergibt sich folgende Anteilsverteilung für das Jahr 2020:

Marktraum um Zieltankstelle	EG	OMV	EG+OMV	Aral/BP	Shell	3-er Olig.	Total	JET	ENI	AF Bauer (AVIA)	Sonstige
<b>Dieselmotorkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Passau, Alte Str.	0	[15-20]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[40-50]	<b>[70-80]</b>	0	0	[0-5]	[0-5]	[10-15]
Passau, A3	0	[20-25]	<b>[20-25]</b>	[20-25]	[30-35]	<b>[80-90]</b>	0	0	[0-5]	0	[10-15]
Waldkirchen	0	[10-15]	<b>[10-15]</b>	[5-10]	[35-40]	<b>[50-60]</b>	0	0	[5-10]	[10-15]	[15-20]
Tittling	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[40-50]	<b>[70-80]</b>	0	0	0	[0-5]	[20-25]
Mauth	0	[20-25]	<b>[20-25]</b>	0	[70-80]	<b>[90-100]</b>	0	0	0	0	0
Schönberg	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	0	[35-40]	<b>[60-70]</b>	0	0	[5-10]	[10-15]	[20-25]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Passau, Alte Str.	[0-5]	[20-25]	<b>[20-25]</b>	[15-20]	[35-40]	<b>[70-80]</b>	0	0	[0-5]	[5-10]	[10-15]
Passau, A3	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[30-35]	<b>[60-70]</b>	0	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[20-25]
Waldkirchen	[0-5]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[25-30]	<b>[60-70]</b>	0	0	[0-5]	[5-10]	[20-25]
Tittling	[0-5]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[35-40]	<b>[70-80]</b>	0	0	[0-5]	[5-10]	[15-20]
Mauth	0	[15-20]	<b>[15-20]</b>	0	[30-35]	<b>[40-50]</b>	0	0	[0-5]	[10-15]	[30-35]
Schönberg	11,91	[10-15]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[20-25]	<b>[60-70]</b>	0	0	[0-5]	[5-10]	[25-30]
<b>Ottomotorkraftstoff 2020</b>											
<b>20 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Passau, Alte Str.	0	[10-15]	<b>[10-15]</b>	[20-25]	[35-40]	<b>[70-80]</b>	0	0	[5-10]	[0-5]	[15-20]
Passau, A3	0	[15-20]	<b>[15-20]</b>	[20-25]	[30-35]	<b>[70-80]</b>	0	0	[5-10]	0	[15-20]
Waldkirchen	0	[10-15]	<b>[10-15]</b>	[5-10]	[35-40]	<b>[60-70]</b>	0	0	[0-5]	[15-20]	[15-20]
Tittling	[5-10]	[5-10]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[40-50]	<b>[60-70]</b>	0	0	0	[0-5]	[25-30]
Mauth	0	[20-25]	<b>[20-25]</b>	0	[70-80]	<b>[90-100]</b>	0	0	0	0	0
Schönberg	[5-10]	[10-15]	<b>[20-25]</b>	0	[35-40]	<b>[60-70]</b>	0	0	[5-10]	[10-15]	[20-25]
<b>30 Minuten Fahrzeit (Anteile in %)</b>											
Passau, Alte Str.	[0-5]	[15-20]	<b>[15-20]</b>	[15-20]	[35-40]	<b>[70-80]</b>	0	0	[5-10]	[5-10]	[10-15]
Passau, A3	[0-5]	[5-10]	<b>[10-15]</b>	[10-15]	[30-35]	<b>[50-60]</b>	0	[0-5]	[0-5]	[5-10]	[25-30]
Waldkirchen	[0-5]	[15-20]	<b>[20-25]</b>	[10-15]	[25-30]	<b>[60-70]</b>	0	0	[0-5]	[5-10]	[20-25]
Tittling	[0-5]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[35-40]	<b>[60-70]</b>	0	0	[5-10]	[5-10]	[15-20]
Mauth	0	[10-15]	<b>[10-15]</b>	0	[35-40]	<b>[50-60]</b>	0	0	[0-5]	[10-15]	[30-35]
Schönberg	[5-10]	[10-15]	<b>[15-20]</b>	[10-15]	[25-30]	<b>[50-60]</b>	0	0	[5-10]	[5-10]	[30-35]

(313) Auch in den Markträumen in Passau und dem Bayerischen Wald ist das Zielunternehmen OMV vor dem Zusammenschluss mit Marktanteilen von fast durchweg über 10% bis zu über 20%, deutlich stärker als die Erwerberin EG Group, die nur in zwei Markträumen (Tittling und Schönberg) Marktanteile von über 5% erreicht. Bei Betrachtung der engen Einzugsbereiche von 20 Minuten Fahrzeit ist EG Group in vier der sechs Markträume um die OMV-Tankstellen gar nicht tätig. Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten liegen dort, wo es Überschneidungen gibt, zwischen 10% und 25%. In dieser Region werden die Zusammenschlussbeteiligten durch den Zusammenschluss in den meisten betrachteten Markträumen Nr. 2 hinter dem Marktführer Shell, aber noch vor BP/Aral. Die

beiden in der bisherigen Praxis zu einem gemeinsam marktbeherrschenden Fünfer-Oligopol gezählten Anbieter Total und JET sind in den Markträumen gar nicht (Total) bzw. fast gar nicht (JET) aktiv. Nächstgrößerer Wettbewerber ist das mittelständische Unternehmen A.F. Bauer (Marke AVIA) mit je nach Marktraum stark schwankenden Marktanteilen zwischen 0% und knapp über 15%. ENI/Agip ist zwar in der Region ebenfalls aktiv, erreicht aber nur selten Marktanteile von über 5%. Der Anteil der unter „Sonstige“ zusammengefassten Anbieter schwankt ebenfalls relativ stark nach Markträumen, erreicht in der Spitze aber sogar mehr als 30%.

- (314) Die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB wird unter Berücksichtigung des Zusammenschlusses für Dieselkraftstoff und Ottokraftstoff in beiden Einzugsbereichen praktisch überall überschritten, meist sehr deutlich; einzige Ausnahme ist bei Dieselkraftstoff der Einzugsbereich 30 Minuten um den Standort Mauth. Eine Betrachtung des in der bisherigen Entscheidungspraxis angenommenen Fünfer-Oligopol unter Einbeziehung von Total und JET ist vorliegend überflüssig, da beide Unternehmen hier nicht vertreten sind.

## **(2) Koordinierte Effekte**

- (315) In den Einzugsbereichen der Tankstellen des Zielunternehmens OMV in den Markträumen des Tankstellenclusters in Passau und dem Bayerischen Wald führt der Zusammenschluss zu koordinierten Effekten, die eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung mit sich bringen. In den hier betroffenen Markträumen ist eine Einigung über Koordinierungsmodalitäten jedenfalls zwischen den Zusammenschlussbeteiligten, Aral/BP und Shell möglich. Die Koordinierung erfolgt im vorliegenden Fall über den Preis bzw. die Preissetzungsmuster. Dies folgt aus den bereits oben unter Rz. (159)ff. für den Raum Stuttgart dargelegten Gründen, die in der hier betroffenen Region im Raum Passau und Bayerischer Wald in vergleichbarer Weise vorliegen. Shell ist in dieser Region Marktführer mit (relativ deutlichem) Abstand vor BP/Aral und nach dem Zusammenschluss EG Group/OMV, die zusammen auf vergleichbar hohe Marktanteile wie Aral kommen. Dadurch, dass OMV vor dem Zusammenschluss in den hier betroffenen Markträumen eine deutlich stärkere Marktstellung innehat als EG Group kann EG Group seinen Marktanteil durch den Zusammenschluss ganz erheblich steigern.
- (316) Auch für die Einzugsbereiche der Tankstellen in Passau und dem Bayerischen Wald ist es den koordinierenden Unternehmen – aus den gleichen Gründen wie oben für den Raum Stuttgart erläutert – möglich, Abweichungen vom Koordinierungsergebnis zu erkennen (vgl. Rz. (178)ff.), und es existieren wirksame Abschreckungsmechanismen (vgl. Rz. (183)ff.). Auch hier ist es unwahrscheinlich, dass Reaktionen von Außenstehenden dazu geeignet

sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden (vgl. auch hier die Argumentation zum Raum Stuttgart oben unter Rz. (189)ff.). Die nächstfolgenden Anbieter sind hier A.F. Bauer und ENI/Agip, die jedoch mit Marktanteilen von überwiegend weniger als 10%, teilweise auch weniger als 5%, nicht geeignet sind, die Stabilität der Koordinierung zu gefährden. A.F. Bauer ist zudem, ähnlich wie Allguth im Raum München und Südramol im Raum Rosenheim, ein nur regional tätiger mittelständischer Anbieter mit ähnlichen strukturellen Unterschieden, die gegen einen die Koordinierung fördernden Interessengleichklang sprechen. Die Gefahr der impliziten Kollusion wird auch nicht durch das tatsächliche Wettbewerbsgeschehen widerlegt (vgl. das oben unter Rz. (193) zum Raum Stuttgart Dargelegte, das in vergleichbarer Form auch hier gilt).

### **(3) Auswirkungen des Zusammenschlusses**

- (317) Der Zusammenschluss lässt koordinierte Effekte in Form der Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung jedenfalls der Unternehmen Aral/BP, Shell und EG Group/OMV für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen in den Markträumen um die Tankstellen des Zielunternehmens OMV im Raum Passau und Bayerischer Wald erwarten. Dies gilt insbesondere für Einzugsbereiche von 30 Minuten um die Tankstellen, für die Tankstellen Tittling und Schönberg auch für die Einzugsbereiche von 20 Minuten. Bei den übrigen Tankstellen führt der Zusammenschluss im Einzugsbereich von 20 Minuten nicht zu Überschneidungen zwischen den Zusammenschlussbeteiligten.
- (318) Durch den Zusammenschluss erwirbt EG Group ein mit einer dem eigenen Unternehmen deutlich bis sehr deutlich überlegenen Marktstellung ausgestattetes Tankstellennetz in den genannten Markträumen. Der Zusammenschluss führt dementsprechend für EG Group zu Marktanteilszuwächsen von fast überall über 10%, in Einzelfällen sogar über 20%, jeweils für Diesel- und Ottokraftstoff, im 30 Minuten-Einzugsbereich und den oben genannten 20 Minuten-Einzugsbereichen. In diesen Markträumen ist Shell mit deutlichem Abstand Marktführer. Durch den Zusammenschluss werden die Marktanteile von den Zusammenschlussbeteiligten und BP/Aral symmetrischer, was eine Koordinierung (auch) für die beiden großen Anbieter interessanter und damit wahrscheinlicher macht. Nach dem Zusammenschluss ist die Marktbeherrschungsvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB für beide Kraftstoffarten in beiden Einzugsbereichen überall erfüllt.
- (319) Durch den Zusammenschluss wächst EG Group von einem kleineren Wettbewerber zu einem Anbieter auf Augenhöhe mit BP/Aral und Shell. Gegenüber OMV, die marktanteilmäßig ebenfalls bereits in der Nähe der beiden großen Anbieter war, verfügt EG Group neben dem durch den Zusammenschluss gegenüber der bisherigen OMV-Situation erhöhten Marktanteilen auch über weitere strukturelle Vorteile wie ein vergleichbar umfangreiches

Tankstellennetz wie BP/Aral und Shell. Die geringere Zahl der Wettbewerber und das höhere Gewicht, dass EG Group nach dem Zusammenschluss zukommen wird, erhöht deutlich die Anreize und die Möglichkeiten einer stabilen Koordinierung. Die oben für München in Rz. (260)f. dargelegten strukturellen Ähnlichkeiten und Multi-Markt-Kontakte gelten natürlich auch hier.

#### **nn) Übrige räumliche Märkte für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen**

- (320) In den übrigen betroffenen räumlichen Märkten für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen ist nicht zu erwarten, dass der Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs aufgrund von koordinierten Effekten führt. Hierfür sind die nachfolgend aufgeführten Gründe – in je nach Marktraum unterschiedlichen Konstellationen – maßgeblich.
- (321) In zahlreichen der übrigen Markträume wird die Oligopolvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB durch die Zusammenschlussbeteiligten, BP/Aral und Shell (teils deutlich) nicht erreicht. Hier ist in aller Regel der Marktanteil der Außenwettbewerber hoch, der addierte Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten und das Inkrement durch den Zusammenschluss niedrig.
- (322) Soweit in den übrigen Markträumen die Oligopolvermutung des § 18 Abs. 6 Nr. 1 GWB überschritten oder nur sehr knapp unterschritten wird, sprechen einer oder mehrere Gründe dagegen, dass der Zusammenschluss zur Entstehung oder Verstärkung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung der Zusammenschlussbeteiligten, BP/Aral und Shell führt. In verschiedenen Markträumen war der Zuwachs durch den Zusammenschluss sehr gering und/oder der addierte Marktanteil der Zusammenschlussbeteiligten nach dem Zusammenschluss niedrig. In diesen Fällen beruht das Überschreiten der Marktbeherrschungsvermutung im Wesentlichen auf den hohen Marktanteilen der beiden übrigen Anbieter, und der Zusammenschluss führt insoweit nicht zu einer erheblichen Verschlechterung der Marktstruktur. In anderen Markträumen sind ein oder mehrere nicht einem eventuellen marktbeherrschenden Oligopol zuzurechnende Wettbewerber mit Marktanteilen in beträchtlicher Höhe vertreten, die aufgrund ihrer Marktposition(en) in der Lage sind, eine eventuelle Koordinierung der führenden Anbieter hinreichend zu stören.

**b) Keine Einzelmarktbeherrschung und erhebliche Wettbewerbsbehinderung durch unilaterale Effekte beim Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen**

- (323) Der Zusammenschluss lässt auf den betroffenen räumlich relevanten Märkten für den Absatz von Otto- bzw. Dieselmotorkraftstoffen nicht die Entstehung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung erwarten. Ebenfalls nicht zu erwarten ist auf diesen Märkten eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs aufgrund unilateraler Effekte unterhalb der Schwelle der Einzelmarktbeherrschung.
- (324) Der Gefahr der Entstehung oder Verstärkung einer einzelmarktbeherrschenden Stellung durch den Zusammenschluss steht bereits die Tatsache entgegen, dass der gemeinsame Marktanteil der Beteiligten in keinem der betroffenen Märkte die Vermutungsschwelle des § 18 Abs. 5 GWB erreicht oder überschreitet. Ferner werden nur in wenigen der betroffenen Markträume die Zusammenschlussbeteiligten durch den Zusammenschluss bezogen auf den Marktanteil zum führenden Anbieter. In diesen Märkten sind jedoch stets weitere führende, ebenfalls ein flächendeckendes Tankstellennetz betreibende Anbieter wie BP/ARAL, Shell, Total und JET sowie teilweise bedeutsame regionale Anbieter tätig.
- (325) Ein horizontaler Zusammenschluss wie der vorliegende kann jedoch auch unterhalb der Schwelle der Einzelmarktbeherrschung zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in Form sogenannter nicht-koordinierter (unilateraler) Effekte führen. Unilaterale oder nicht-koordinierte Effekte sind grundsätzlich zu erwarten, wenn durch einen Zusammenschluss wichtiger Wettbewerbsdruck für einen oder mehrere Anbieter beseitigt wird und diese dadurch erhöhte Marktmacht erlangen.<sup>124</sup> Die unmittelbarste Wirkung des Zusammenschlusses liegt dabei im Wegfall des Wettbewerbs zwischen den fusionierenden Unternehmen. Wenn z.B. eines dieser Unternehmen ohne den Zusammenschluss seine Preise erhöhen oder die Qualität in einer für die Kunden relevanten Dimension verschlechtern würde, so hätte es damit zu rechnen, einen Teil seines Absatzes an den jeweils anderen Zusammenschlussbeteiligten zu verlieren. Mit dem Zusammenschluss wird dieser bilaterale und unmittelbare Wettbewerbsdruck beseitigt. Die entsprechende Anreizveränderung bei den Zusammenschlussbeteiligten wird auch als Erstrundeneffekt bezeichnet. 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, sich

---

<sup>124</sup> Vgl. EU-Horizontalleitlinien, Rn. 26ff.; Christiansen/Knebel, in: Münchener Kommentar, 3. Aufl., Bd. 2, § 36, Rn. 133ff.; Kallfaß, in: Langen/Bunte, 13. Aufl., Bd. 1, § 36, Rn. 63ff.

gleichgerichtet zu verhalten und ihrerseits unilateral 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. Der fusionsbedingte Rückgang des Wettbewerbsdrucks kann damit insgesamt zu erheblichen Preiserhöhungen oder anderen negativen Effekten für die betroffenen Nachfrager auf dem relevanten Markt führen.

- (326) Erhebliche unilaterale Effekte sind im Falle horizontaler Zusammenschlüsse im Allgemeinen dann zu erwarten, wenn die daran Beteiligten über hohe Marktanteile verfügen, insbesondere im Fall von differenzierten Produkten enge Wettbewerber sind, die Nachfrager nur über begrenzte Wechsellmöglichkeiten verfügen und ein wichtiger Wettbewerber durch den Zusammenschluss beseitigt würde. Die genannten Bedingungen geben dabei nicht jeweils für sich alleine genommen den Ausschlag. Gleichzeitig müssen sie auch nicht alle gleichermaßen gegeben sein. Maßgeblich bleibt vielmehr die einzelfallbezogene Würdigung aller relevanten Umstände für die einzelnen betroffenen Märkte.
- (327) Die umfassenden Ermittlungen im vorliegenden Fall haben im Ergebnis keine hinreichenden Belege dafür ergeben, dass die Voraussetzungen für eine erhebliche Wettbewerbsbehinderung aufgrund unilateraler Effekte gegeben sind. Neben der Marktstellung der Beteiligten ist hierfür ausschlaggebend, dass die Beteiligten als sogenannte „A-Marken“ zwar eine durchaus ähnliche Marken- und Preissetzungsstrategie verfolgen. Insoweit könnten die Beteiligten grundsätzlich auch als vergleichsweise enge Wettbewerber einzustufen sein. Die Ermittlungen haben aber dennoch keine ausreichenden Belege dafür ergeben, dass durch den Zusammenschluss ein zwischen den Beteiligten aktuell vorherrschender erheblicher Wettbewerbsdruck beseitigt wird (Erstrundeneffekt), der unter Berücksichtigung der Anreize der übrigen Anbieter (Zweitrundeneffekt) im Ergebnis eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs i.S.d. § 36 Abs. 1 GWB erwarten lässt.
- (328) Hinsichtlich der Marktstellung der Beteiligten ist zwar festzuhalten, dass diese in zahlreichen betroffenen Markträumen signifikante Marktanteile erreichen und teilweise auch bezogen auf die Marktanteile zum Marktführer werden. In zahlreichen Märkten liegt der gemeinsame Marktanteil der Beteiligten jedoch auch nach dem Zusammenschluss teilweise deutlich unter 20%. Hinsichtlich der oben im Detail dargestellten Markträume, in denen die Beteiligten teilweise ebenfalls signifikante Marktanteile von teilweise sogar über 20% erreichen ist ferner zu berücksichtigen, dass hier die gemeinsame Marktstellung der Zusammenschlussbeteiligten bei Umsetzung der von den Beteiligten angebotenen Zusagen in erheb-

lichem Umfang abgeschmolzen wird. In sämtlichen Markträumen sind ferner jeweils mehrere weitere führende Anbieter sogenannter „A-Marken“ wie z.B. BP/ARAL, Shell oder Total sowie weitere Anbieter mit ebenfalls signifikanten Marktanteilen aktiv.

- (329) Im Hinblick auf die Beurteilung der wettbewerblichen Nähe der Beteiligten und der Beurteilung des zwischen diesen durch den Zusammenschluss entfallenden Wettbewerbsdrucks ist zunächst zu berücksichtigen, dass sich die verschiedenen Anbieter von Kraftstoffen über ihre Marken- und Preisstrategie zwar zu differenzieren suchen. Insgesamt ist jedoch davon auszugehen, dass es sich bei Otto- und Dieselkraftstoffen um ein homogenes Produkt handelt. Dementsprechend ist auch die markenspezifische Preiselastizität tendenziell hoch und der Preis der Anbieter der ausschlaggebende Wettbewerbsparameter. Hinweise darauf, dass es gerade den Zusammenschlussbeteiligten derzeit gelingt, ihre Abnehmer in besonderem Maße an sich zu binden und diese daher aufgrund ihrer spezifischen Präferenzen nur über begrenzte Wechselmöglichkeiten verfügen, haben die Ermittlungen ebenfalls nicht ergeben.
- (330) Auch die vom Bundeskartellamt erhobenen Daten zu den von den Anbietern jeweils beobachteten Wettbewerbstankstellen haben keine hinreichenden Belege dafür ergeben, dass zwischen den Zusammenschlussbeteiligten aktuell ein erheblicher Wettbewerbsdruck wirksam ist, der durch den Zusammenschluss entfallen würde. Die erhobenen Daten deuten vielmehr darauf hin, [...]. Die entsprechenden Ermittlungen zeigen, dass sich die vom Bundeskartellamt in der Vergangenheit als „Fünfer-Oligopol“ eingestuft Anbieter (BP/ARAL, Shell, EG/Esso, Total und JET) in äußerst starkem Maße gegenseitig beobachten. Auch die übrigen Marken-Anbieter wie z.B. ENI/Agip beobachten neben einzelnen lokalen Anbietern primär das Markt- und Preissetzungsverhalten von Aral, Shell und JET. Die von OMV im Rahmen der Ermittlungen gemachten Angaben zur anbieterbezogenen Preisbeobachtung lassen einerseits zwar erkennen, dass OMV [...]
- (331) Die von den Anbietern in den relevanten Markträumen erhobenen Daten deuten zudem darauf hin, dass die Tankstellen von OMV insgesamt selten in die Marktbeobachtung durch andere Anbieter einbezogen werden. Dies gilt nicht nur für die bereits erwähnten führenden Anbieter von „A-Marken“, sondern gerade auch für lokale Anbieter mit kleineren Tankstellennetzen, die im Vergleich zum Preisniveau der „A-Marken“ tendenziell eine in der Regel in Form eines bestimmten „Mindestabstandes“ festgelegte Niedrigpreisstrategie verfolgen. Auch diese Tatsache belegt, dass OMV tendenziell nicht nur von der EG/Esso, sondern auch von anderen Marktteilnehmern nicht als wettbewerbs- und insbesondere preisaktiver Anbieter eingestuft oder wahrgenommen wird.



- (332) Die Ergebnisse der Ermittlungen sprechen vielmehr dafür, dass OMV [...] generell eine Wettbewerbs- und Preissetzungsstrategie verfolgt, die sich stark an den führenden Anbietern BP/ARAL und Shell orientiert. Diese Feststellung wird auch durch die Ergebnisse der Analysen der MTS-K belegt, wonach es in der Regel die Anbieter BP/ARAL und Shell (und im Ausnahmefall auch Total) sind, die durch ihr konkretes Preissetzungsverhalten z.B. Veränderungen in den täglichen Preiszyklen an Tankstellen initiieren, während sowohl EG/Esso als auch OMV und die übrigen Anbieter die jeweiligen Änderungen im Anschluss mit gewisser zeitlicher Verzögerung nachvollziehen.<sup>125</sup>
- (333) Insgesamt haben die Ermittlungen daher keine hinreichenden Belege dafür ergeben, dass auch unter Berücksichtigung der Marktstellung der Beteiligten und des feststellbaren Marktanteilszuwachses durch den Zusammenschluss ein so erheblicher, unmittelbar zwischen den Beteiligten wirksamer Wettbewerbsdruck beseitigt wird, dass unter Berücksichtigung der Anreize der übrigen im Markt verbleibenden Anbieter eine erhebliche Behinderung wirksamen Wettbewerbs aufgrund unilaterale Effekte zu erwarten ist.

### **c) Keine erhebliche Wettbewerbsbehinderung auf sonstigen betroffenen Märkten**

- (334) In den sonstigen betroffenen Märkten ist nicht zu erwarten, dass der Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führt. Dies wird nachfolgend exemplarisch für das Shop-Geschäft dargelegt.
- (335) Tankstellenshops sind in unterschiedlicher Sortimentsbreite Bestandteil eines großen Teils von Tankstellenbetreibern (so auch die EU-Kommission in ihrer Entscheidung M.9014, Rn. 638). Die EG-Group wies in einer Präsentation vom 19.08.2021 auf die zunehmende Bedeutung von Tankstellenshops [...] hin. Im Rahmen der Ermittlungen liegen allerdings für viele Standorte keine Angaben zu Shopumsätzen vor, da die meisten Shops von den Pächtern selbst betrieben werden und die Umsätze deshalb nicht den befragten Preishoheitsinhabern für Kraftstoffe zuzurechnen sind; die befragten Unternehmen konnten in der Regel keine Angaben zu den Shop-Umsätzen ihrer Pächter/Vertragspartner machen. Insbesondere gilt dies für das Shopgeschäft von Total, Shell und BP/Aral, deren Tankstellen häufig von Pächtern mit eigenständigem Shopgeschäft betrieben werden.

---

<sup>125</sup> Vgl. insoweit beispielhaft für die jüngste Preisanhebung am Abend: Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2020, S. 7 f.; vgl. ferner für eine weitere Preiserhöhung im Verlaufe des Nachmittags: Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, Jahresbericht 2018, S. 7 f.

- (336) Im Wesentlichen wurden Umsatzangaben zum Shopgeschäft durch die EG-Group und JET vorgelegt. Deren Anteile am Shopgeschäft sind daher in den Ermittlungsergebnissen für die meisten Markträume überschätzt. Denn für den Fall der sachlich engen Abgrenzung eines eigenständigen Marktes für den Absatz von Nicht-Kraftstoff-Artikeln/Lebensmitteln über Tankstellenshops wäre zu berücksichtigen, dass ein erheblicher Teil der Marktanteile auf von Tankstellenpächtern im eigenen Namen betriebene Shops entfällt. Ein unkontrollierter Verhaltensspielraum im Tankstellenshopgeschäft wird aber auch durch die - mindestens in Form von Substitutionswettbewerb erfolgende - Begrenzung der Verhaltensspielräume durch andere Convenience-Shops, Kioske oder Systemgastronomie sowie durch den LEH verhindert. Insoweit kann offen gelassen werden, ob das Tankstellenshopgeschäft als sachlich eigenständiger Markt abzugrenzen oder Bestandteil eines weiteren Marktes für Convenience-Shop-/Kiosk-Sortimente ist.

#### **D. Bedingung**

- (337) Die Zusammenschlussbeteiligten haben am 17. Dezember 2021 eine Liste mit insgesamt 48 Tankstellenstandorten vorgelegt, die sie im Rahmen von Zusagen zu veräußern bereit sind. Drei weitere Standorte werden ihnen aus anderen Gründen im Lauf des Jahres 2022 nicht mehr zur Verfügung stehen.
- (338) Die angebotenen Zusagen wurden am 12. Januar 2022 einem Markttest unterzogen, aufgrund dessen insgesamt sechs Stellungnahmen eingegangen sind. Vier der Antwortenden halten die Zusagen sowohl vom Umfang als auch von der Ausgestaltung her für ausreichend. Zwei von ihnen regen an, dass die abzugebenden Tankstellen an den konzernunabhängigen Mittelstand gehen sollten. Ein Antwortender ist der Auffassung, dass auf den betroffenen Märkten keine gemeinsame marktbeherrschende Stellung besteht und nimmt deshalb nicht explizit zu den Zusagen Stellung. Ein weiterer Antwortender hält die Zusagen für unzureichend und nicht im Einklang mit der bisherigen Entscheidungspraxis des Bundeskartellamts, ist jedoch außerdem der Auffassung, dass auf den betreffenden Märkten keine gemeinsame marktbeherrschende Stellung besteht.
- (339) Am 9. Februar reichten die Beteiligten ihren endgültigen Zusagenvorschlag ein, der Gegenstand dieses Beschlusses ist.

## **I. Auswirkung der Zusagen in den betroffenen Markträumen**

(340) Die angebotenen Zusagen sind geeignet, die oben dargelegten durch den Zusammenschluss verursachten Wettbewerbsprobleme soweit zu reduzieren, dass das Zusammenschlussvorhaben nicht mehr zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in den angeführten Markträumen führen wird, wie nachfolgend im Einzelnen dargelegt wird.

### **1. Raum Stuttgart, Tankstellencluster westlich/nordwestlich und südlich/südöstlich von Stuttgart**

(341) Im Großraum Stuttgart wollen die Zusammenschlussbeteiligten insgesamt 17 Tankstellenstandorte veräußern, darunter 6 Standorte von OMV und 11 Standorte von EG Group. Die geplanten Veräußerungen wirken sich jeweils in mehreren der wettbewerblich problematischen Markträume aus. Durch die Veräußerungen werden die bestehenden Wettbewerbsprobleme sowohl im Raum Stuttgart als auch in den Tankstellenclustern westlich/nordwestlich von Stuttgart und südlich/südöstlich von Stuttgart gelöst.

#### **a) Raum Stuttgart**

(342) In den Einzugsbereichen um die in Stuttgart gelegenen Tankstellen von OMV führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten von [0-5]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und von [0-5]% im 30 Minuten-Einzugsbereich. Der Zuwachs durch den Zusammenschluss, der – wie oben dargelegt – bei [0-5]-[5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und bei [0-5]% im 30 Minuten-Umkreis lag, wird damit deutlich reduziert.

(343) Im 20 Minuten-Einzugsbereich bleibt die Dreier-Oligopolvermutung auch nach den Zusagen weiterhin erfüllt (mit Ausnahme des Einzugsbereichs um den Standort Aldinger Straße), was jedoch bereits vor dem Zusammenschluss der Fall war. Im 30 Minuten-Einzugsbereich gilt dies nur noch für Dieselmotorkraftstoff (ebenfalls mit Ausnahme des Standorts Aldinger Straße) und in den meisten Fällen nur noch knapp. Für Ottomotorkraftstoff ist die Vermutungsschwelle hier bei keinem der Standorte mehr erreicht.

(344) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs so weit abgeschmolzen, dass keine Verstärkung der gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV mehr zu erwarten ist, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

**b) Tankstellencluster westlich/nordwestlich von Stuttgart**

- (345) In den Einzugsbereichen um die Tankstellen von OMV in Rutesheim, Heimsheim und Bietigheim-Bissingen führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten von [0-5]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und von [0-5]% im 30 Minuten-Einzugsbereich. Der Zuwachs durch den Zusammenschluss, der – wie oben dargelegt – bei [0-5]-[5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und bei [0-5]% im 30 Minuten-Umkreis lag, wird damit deutlich reduziert.
- (346) Für Dieselkraftstoff bleibt die Dreier-Oligopolvermutung auch nach den Zusagen in beiden Einzugsbereichen weiterhin erfüllt (war dies allerdings überwiegend bereits vor dem Zusammenschluss). Für Ottokraftstoff ist die Vermutungsschwelle in beiden Einzugsbereichen bei keinem der Standorte mehr erreicht.
- (347) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs so weit abgeschmolzen, dass keine Verstärkung der gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV mehr zu erwarten ist, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

**c) Tankstellencluster südlich/südöstlich von Stuttgart**

- (348) In den Einzugsbereichen um die Tankstellen von OMV in Frickenhausen, Kirchheim unter Teck, Wendlingen und Scharnhausen führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten von [0-5]-[5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und von [0-5]% im 30 Minuten-Einzugsbereich und sind damit höher als in den beiden vorstehenden Tankstellenclustern. Der Zuwachs durch den Zusammenschluss, der – wie oben dargelegt – bei [5-10]% für beide Kraftstoffarten und Einzugsbereiche lag, wird damit stark reduziert.
- (349) Für Dieselkraftstoff bleibt die Dreier-Oligopolvermutung auch nach den Zusagen in beiden Einzugsbereichen weiterhin erfüllt (war dies allerdings überwiegend bereits vor dem Zusammenschluss). Wesentlich zur Erfüllung der Vermutung trägt hier jeweils ein relativ hoher Marktanteil von Shell ([20-30]%) bei. Für Ottokraftstoff ist die Vermutungsschwelle nach Zusagen in beiden Einzugsbereichen bei keinem der Standorte mehr erreicht. Zu berücksichtigen war hier auch, dass zwei der von den Beteiligten abzugebenden Standorte verkehrsgünstig an einer Hauptverkehrsstraße (B10) liegen.
- (350) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs so weit abgeschmolzen, dass keine Verstärkung der gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV mehr zu erwarten

ist, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

## **2. Tankstellen in Bad Herrenalb und Weil am Rhein**

### **a) Bad Herrenalb**

- (351) Im Einzugsbereich der OMV-Tankstelle Bad Herrenalb beabsichtigen die Zusammenschlussbeteiligten, die OMV-Tankstelle in Bad Herrenalb sowie eine Tankstelle von EG Group in Waldbronn an Dritte zu veräußern.
- (352) Im 20-Minuten-Einzugsbereich führt die Zusage zur vollständigen Abschmelzung des Inkrements durch den Zusammenschluss. Zwar bleibt die Dreier-Oligopolvermutung auch nach den Zusagen erfüllt; dies beruht jedoch maßgeblich auf dem hohen Marktanteil von BP/Aral in diesem Marktraum. Im 30-Minuten-Einzugsbereich führt die Zusage zu Marktanteilsabschmelzungen von [0-5]% bei Diesel und [5-10]% bei Ottokraftstoff. Die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten liegen für beide Kraftstoffarten bei [10-15]%, die Oligopolvermutung ist für beide Kraftstoffarten nach den Zusagen nicht mehr erfüllt.
- (353) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs so weit abgeschmolzen, dass keine Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV mehr zu erwarten ist, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

### **b) Weil am Rhein**

- (354) Im Einzugsbereich der OMV-Tankstelle in Weil am Rhein beabsichtigen die Zusammenschlussbeteiligten, einen Tankstellenstandort von EG Group in Weil am Rhein abzugeben.
- (355) Die angebotenen Zusagen führen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten von mehr als 5% bei Diesel und von [0-5]% im 30 Minuten-Einzugsbereich. Der Zuwachs durch den Zusammenschluss, der – wie oben dargelegt – bei [0-5]-[5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und bei [0-5]% bei Ottokraftstoff lag, wird damit deutlich reduziert.
- (356) Die Dreier-Oligopolvermutung bleibt auch nach den Zusagen für beide Kraftstoffe und in beiden Einzugsbereichen weiterhin erfüllt (bei Dieselmotoren deutlich, bei Ottokraftstoff knapp). Dies beruht maßgeblich auf den relativ hohen Marktanteilen von BP/Aral, Shell und EG Group bereits vor dem Zusammenschluss. Zu berücksichtigen ist ferner, dass EG Group in diesem Marktraum durch den Zusammenschluss nur einen Standort hinzugewinnt.

- (357) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs so weit abgeschmolzen, dass keine Verstärkung der gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV mehr zu erwarten ist, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

### **3. Raum München, Tankstellencluster nordöstlich und südöstlich von München**

- (358) Im Großraum München wollen die Zusammenschlussbeteiligten insgesamt 17 Tankstellenstandorte veräußern, darunter 9 Standorte von OMV und 8 Standorte von EG Group. Zwei weitere Tankstellenstandorte in dieser Region (jeweils einer von EG Group und einer von OMV) gehen den Zusammenschlussbeteiligten aus anderen Gründen im Januar bzw. März 2022 verloren, so dass ihnen die Marktanteile dieser Tankstellen zukünftig nicht mehr zuzurechnen sind. Die geplanten Veräußerungen wirken sich jeweils in mehreren der wettbewerblich problematischen Markträume aus. Durch die Veräußerungen werden die bestehenden Wettbewerbsprobleme sowohl im Raum München als auch in den Tankstellenclustern nordöstlich von München und südöstlich von München gelöst.

#### **a) Raum München**

- (359) In den Einzugsbereichen um die in München gelegenen Tankstellen von OMV führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten von fast überall [0-5]% bis [5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und von [0-5]% im 30 Minuten-Einzugsbereich. Der Zuwachs durch den Zusammenschluss, der – wie oben dargelegt – bei 5-10% in beiden Einzugsbereichen lag, wird damit deutlich reduziert.
- (360) Für Dieselkraftstoff bleibt die Dreier-Oligopolvermutung auch nach den Zusagen in den Markträumen um sieben der Zieltankstellen, jeweils in beiden Einzugsbereichen, erfüllt. Für Ottokraftstoff dagegen wird die Vermutungsschwelle nur noch bei fünf Standorten im engen und bei einem Standort im weiteren Einzugsbereich überschritten.
- (361) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs deutlich abgeschmolzen. Der Ausgangsmarktanteil der Erwerberin EG Group war hier mit überall unter 10% nicht sehr hoch, und die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten liegen nunmehr fast überall unter 15%, teils sogar unter 10%. Klarer Marktführer vor und auch nach dem Zusammenschluss ist BP/Aral. Zudem sind in den Markträumen um die Münchener Tankstellen mit Allguth und ENI/Agip zwei Außenwettbewerber mit beträchtlichen Marktanteilen aktiv. Es ist deshalb davon auszugehen,

dass der nunmehr moderate Zuwachs durch den Zusammenschluss nicht mehr ausreicht, um zur Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV zu führen, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

**b) Tankstellencluster nordöstlich von München**

- (362) In den Einzugsbereichen um die in OMV-Tankstellen Kirchheim bei München, Poing, Ismaning, Garching und Freising führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten von [0-5]-[5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und von [0-5]% im 30 Minuten-Einzugsbereich. Der Zuwachs durch den Zusammenschluss, der – wie oben dargelegt – bei 5% bis über 10% in beiden Einzugsbereichen lag, wird damit deutlich reduziert.
- (363) Für Dieselmotorkraftstoff bleibt die Dreier-Oligopolvermutung auch nach den Zusagen im 20 Minuten-Einzugsbereich für alle Standorte, im 30 Minuten-Einzugsbereich für vier der fünf Standorte erfüllt. Für Ottomotorkraftstoff dagegen wird die Vermutungsschwelle nur noch bei zwei Standorten im engen Einzugsbereich überschritten; im 30 Minuten-Einzugsbereich ist sie durchgehend nicht mehr erfüllt.
- (364) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs deutlich abgeschmolzen. Der Ausgangsmarktanteil der Erwerblerin EG Group war auch hier mit ganz überwiegend unter 10% nicht sehr hoch, und die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten liegen nunmehr im 30 Minuten-Einzugsbereich überwiegend unter 15%, im 20 Minuten-Einzugsbereich unter 20%, teils auch unter 15%. Auch hier ist BP/Aral vor und auch nach dem Zusammenschluss Marktführer. Allguth und ENI/Agip sind auch in diesen Markträumen vertreten, Allguth mit etwas geringeren, ENI/Agip mit etwas höheren Marktanteilen als im Stadtgebiet von München. Es ist deshalb davon auszugehen, dass der nunmehr moderate Zuwachs durch den Zusammenschluss nicht mehr ausreicht, um zur Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV zu führen, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

**c) Tankstellencluster südöstlich von München**

- (365) In den Einzugsbereichen um die in OMV-Tankstellen Oberhaching, Neubiberg, Zorneding und Glonn führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten von [0-5]-[5-10]% im 20 Minuten-Einzugsbereich und von [0-5]-[5-10]% im 30 Minuten-Einzugsbereich. In diesem Bereich war OMV stärker

als EG Group, deren Marktanteil vor dem Zusammenschluss deutlich unter 10% lag. Insofern ist auch hier eine nennenswerte Reduzierung des Inkrements durch den Zusammenschluss gegeben.

- (366) Die Dreier-Oligopolvermutung bleibt auch nach den Zusagen überwiegend überschritten (bei Dieselkraftstoff mit Ausnahme des Standorts Glonn im Einzugsbereich 20 Minuten, bei Ottokraftstoff ebenfalls mit Ausnahme von Glonn 20 Minuten sowie Zorneding mit Einzugsbereich 30 Minuten). Zu berücksichtigen ist allerdings, dass bereits auf den Marktführer BP/Aral in dieser Region Marktanteile von über 20%, teilweise sogar über 30%, entfallen.
- (367) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs deutlich abgeschmolzen. Der Ausgangsmarktanteil der Erwerberin EG Group war auch hier mit überall unter 10% nicht sehr hoch, und die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten liegen nunmehr fast überall (Ausnahme Zorneding) unter 15%, teilweise sogar unter 10%. Auch hier ist BP/Aral vor und auch nach dem Zusammenschluss mit deutlichem Abstand Marktführer. Durch die abgegebenen Standorte wird ein relativ dichter „Knoten“ von Tankstellen der Zusammenschlussbeteiligten in dieser Region aufgelöst. Es ist deshalb davon auszugehen, dass der nunmehr moderate Zuwachs durch den Zusammenschluss nicht mehr ausreicht, um zur Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV zu führen, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Märkten führen würden.

#### **4. Tankstellencluster um Rosenheim**

- (368) In den Einzugsbereichen des Tankstellenclusters um Rosenheim wollen die Zusammenschlussbeteiligten insgesamt vier Tankstellenstandorte veräußern, darunter drei Standorte von OMV und ein Standort von EG Group. Die geplanten Veräußerungen wirken sich jeweils in mehreren der wettbewerblich problematischen Markträume aus. Durch die Veräußerungen werden die bestehenden Wettbewerbsprobleme im Tankstellencluster um Rosenheim gelöst.
- (369) In den Einzugsbereichen um die in OMV-Tankstellen im Tankstellencluster um Rosenheim führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten zwischen [0-5]% und über 20% im 20 Minuten-Einzugsbereich und von [5-10]% bis [15-20]% im 30 Minuten-Einzugsbereich.
- (370) Die Dreier-Oligopolvermutung bleibt auch nach den Zusagen für Dieselkraftstoff in beiden Einzugsbereichen bei der Mehrzahl der Standorte noch überschritten. Bei Ottokraftstoff ist dies jedoch in jedem Einzugsbereich nur noch bei zwei von neun Standorten der Fall.



(371) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs sehr stark abgeschmolzen. Der Ausgangsmarktanteil der Erwerberin EG Group war auch hier mit überall unter 10% nicht sehr hoch, und die addierten Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten liegen nunmehr mit wenigen Ausnahmen unter 15%, in Einzelfällen sogar unter 10%. Die Abgabe ist in vielen Bereichen höher als der Marktanteil der schwächeren Zusammenschlussbeteiligten EG Group vor dem Zusammenschluss. Insofern wird die Überschneidung hier häufig vollständig beseitigt; wo dies nicht der Fall ist, ist das Inkrement durch den Zusammenschluss gering. Die abzugebenden Tankstellen sind zudem räumlich gut über den Einzugsbereich des Tankstellenclusters Rosenheim verteilt. Es ist deshalb davon auszugehen, dass der nunmehr moderate Zuwachs durch den Zusammenschluss nicht mehr ausreicht, um zur Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV zu führen, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

#### **5. Tankstellencluster am Bodensee**

(372) In den Einzugsbereichen des Tankstellenclusters am Bodensee wollen die Zusammenschlussbeteiligten zwei Tankstellenstandorte abgeben, den Standort von OMV in Lindau und einen Standort von EG Group in Kressbronn. Durch die Veräußerungen werden die bestehenden Wettbewerbsprobleme im Tankstellencluster am Bodensee gelöst.

(373) In den 20 Minuten-Einzugsbereichen um die in OMV-Tankstellen in Lindau und Kressbronn führen die angebotenen Zusagen dazu, dass der Marktanteilszuwachs durch den Zusammenschluss vollständig abgeschmolzen bzw. sogar leicht überkompensiert wird. In den 30 Minuten-Einzugsbereichen wird der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten um [0-5]% reduziert, der Marktanteilszuwachs durch den Zusammenschluss liegt in diesen Einzugsbereichen dann praktisch überall unter 5%.

(374) Die Dreier-Oligopolvermutung bleibt auch nach den Zusagen allerdings in beiden Einzugsbereichen und für beide Kraftstoffarten noch überschritten. Dies beruht allerdings wesentlich auf den hohen Marktanteilen von BP/Aral in diesem Gebiet (überwiegend größer 30%).

(375) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs so weit abgeschmolzen, dass keine Verstärkung der gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV mehr zu erwarten ist, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

## **6. Tankstellencluster in Passau und dem Bayerischen Wald**

- (376) In den Einzugsbereichen des Tankstellenclusters in Passau und dem Bayerischen Wald wollen die Zusammenschlussbeteiligten insgesamt fünf Tankstellenstandorte veräußern, darunter drei Standorte von OMV und zwei Standorte von EG Group. Die geplanten Veräußerungen wirken sich jeweils in mehreren der wettbewerblich problematischen Markträume aus. Durch die Veräußerungen werden die bestehenden Wettbewerbsprobleme im Tankstellencluster in Passau und dem Bayerischen Wald gelöst.
- (377) In den Einzugsbereichen um die in OMV-Tankstellen im Tankstellencluster in Passau und dem Bayerischen Wald führen die angebotenen Zusagen zu Reduzierungen der gemeinsamen Marktanteile der Zusammenschlussbeteiligten zwischen [0-5]% und gut 15% im 30 Minuten-Einzugsbereich. Damit werden für vier der sechs Einzugsbereiche um die OMV-Standorte die Überschneidungen vollständig beseitigt. Im Einzugsbereich von 20 Minuten, bei dem es ohnehin nur in den Einzugsbereichen der OMV-Tankstellen in Schönberg und Tittling zu Marktanteilsadditionen kam, werden die Überschneidungen in diesen beiden Einzugsbereichen ebenfalls vollständig abgeschmolzen.
- (378) Die Dreier-Oligopolvermutung bleibt auch nach den Zusagen für beide Kraftstoffarten überwiegend noch überschritten. Dies beruht jedoch stark auf den sehr hohen Marktanteilen des Marktführers Shell in dieser Region.
- (379) Durch die angebotenen Zusagen wurde der durch den Zusammenschluss zu erwartende Marktanteilszuwachs fast vollständig abgeschmolzen. Es kommt nur noch in zwei 30 Minuten-Einzugsbereichen (Passau, A3 Donautal West, die als BAT jedoch anders zu beurteilen ist, und Schönberg) noch zu Marktanteilsadditionen. Damit das Inkrement durch den Zusammenschluss gering. Die abzugebenden Tankstellen sind zudem räumlich gut über den Einzugsbereich des Tankstellenclusters in Passau und dem Bayerischen Wald verteilt. Die abzugebenden Standorte liegen teils verkehrsgünstig an Durchfahrtstraßen. Es ist deshalb davon auszugehen, dass der nunmehr moderate Zuwachs durch den Zusammenschluss nicht mehr ausreicht, um zur Verstärkung oder Entstehung einer gemeinsamen marktbeherrschenden Stellung von Aral/BP, Shell und EG Group/OMV zu führen, die zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs in diesen Markträumen führen würden.

## **II. Verhältnismäßigkeit der Nebenbestimmung**

- (380) Der Zusammenschluss kann nur unter den aus dem Tenor ersichtlichen aufschiebenden Bedingungen unter A. sowie den Auflagen unter B., C. und D. gemäß § 40 Abs. 3 GWB freigegeben werden. Die verfügten Nebenbestimmungen entsprechen dem Grundsatz der

Verhältnismäßigkeit, da sie zur Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen des § 36 Abs. 1 GWB geeignet, erforderlich und angemessen sind.

- (381) Die Verhältnismäßigkeit ist auch mit Blick auf Art. 9 Abs. 8 FKVO gewahrt, nach dem die Mitgliedstaaten nur solche Maßnahmen ergreifen können, die zur Aufrechterhaltung oder Wiederherstellung wirksamen Wettbewerbs auf dem betreffenden Markt unbedingt erforderlich sind<sup>126</sup>. Hierbei soll die Entscheidungskompetenz des Bundeskartellamtes im Falle der Verweisung allein auf die Sicherung des Wettbewerbs auf dem betroffenen Markt beschränkt sein. Damit dürfen die nationalen Behörden nach einer Verweisung ausschließlich wettbewerbsorientierte Gesichtspunkte berücksichtigen und müssen sonstige Interessen (wie sie z.B. bei einer deutschen Ministererlaubnis denkbar sind) außer Acht lassen<sup>127</sup>. Da vorliegend lediglich die Sicherung des Wettbewerbs auf den von dem Zusammenschluss betroffenen Märkten für die Entscheidung leitend ist, entsteht im hier betroffenen Fall auch keine Veränderung des Entscheidungsmaßstabes allein aufgrund der Tatsache, dass der Fall verwiesen wurde.
- (382) Die im Tenor zur Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen verfügte Nebenbestimmungen erfüllen diese Voraussetzungen, denn die wirksame Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen nach § 36 Abs. 1 GWB kann durch andere, die Beteiligten weniger belastende Maßnahmen als die im Beschlusstenor genannten aufschiebenden Bedingungen unter A. sowie die Verpflichtungen unter B., C. und D. nicht erreicht werden.
- (383) Voraussetzung für die Freigabe unter Nebenbestimmungen gemäß § 40 Abs. 3 S. 1 GWB ist, dass die Zusage die Untersagungs Voraussetzungen beseitigt<sup>128</sup>. Ferner muss die Umsetzung der Zusage hinreichend sicher prognostiziert werden können<sup>129</sup>. Die Zusage muss praktisch mit hinreichender Sicherheit durchführbar erscheinen und von den am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen muss erwartet werden können, dass sie keine unnötigen Verzögerungen bei der Umsetzung herbeiführen<sup>130</sup>. Im Rahmen der Fusionskontrolle muss eine Zusage strukturelle Wirkungen entfalten, d.h. die Zusage muss längerfristige, strukturelle Anreize für wettbewerbliche Verhaltensweisen setzen. Entfällt durch den Zu-

---

<sup>126</sup> Vgl.: Schreiben der Beteiligten vom 31. Januar 2022, S. 2ff.

<sup>127</sup> Vgl. Münchener Kommentar, FKVO Art. 9 Rn 127 f.

<sup>128</sup> Vgl. Münchener Kommentar, § 40 Rn 59.

<sup>129</sup> Vgl. Münchener Kommentar, § 40 Rn 59.

<sup>130</sup> Vgl. Münchener Kommentar, § 40 Rn 59.

sammenschluss – wie hier – ein Wettbewerber, so muss durch die von den Zusammenschlussbeteiligten angebotenen Auflagen und Bedingungen sichergestellt werden, dass das abzugebende Potenzial nicht nur umfangreich genug ist, sondern auch tatsächlich lebensfähig im Wettbewerb eingesetzt werden kann.

- (384) Ferner muss zu erwarten sein, dass es hierfür Anreize gibt, damit der Effekt auch langfristig wirkt und keine kontinuierliche Überprüfung des Verhaltens durch das Bundeskartellamt stattfinden muss. Verbleiben vernünftige Zweifel an der Eignung der Zusage, so bleibt es bei der Untersagungspflicht des § 36 GWB. Experimente zu Lasten der einer wettbewerblichen Marktstruktur sind der Kartellbehörde verschlossen<sup>131</sup>. Vielmehr muss sich aufgrund konkreter Umstände mit hoher Wahrscheinlichkeit und ohne vernünftige Zweifel sagen lassen, dass die Zusage die Untersagungsvoraussetzungen entfallen lässt und der Eintritt der der zusammenschlussbedingt zu erwartenden Marktstrukturverschlechterungen verhindert wird oder die wettbewerbsbeschränkenden Zusammenschlusswirkungen zumindest auf ein kartellrechtlich unbedenkliches Maß reduziert werden.
- (385) Die strukturelle Änderung durch den geplanten Zusammenschluss liegt im konkreten Fall darin, dass nach dem Zusammenschluss auf den Untersagungsmärkten mit der Beteiligten zu 2. ein bedeutender Wettbewerber der Beteiligten zu 1. entfallen ist und sein wettbewerbliches Potenzial der Beteiligten zu 1. wächst. Die Nebenbestimmungen müssen daher die dauerhafte Strukturverbesserung adressieren, die durch den Wegfall des bisher selbständigen und bedeutenden Marktteilnehmers auf den Untersagungsmärkten besteht. Die Zusage muss verhindern, dass es durch den Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wesentlichen Wettbewerbs auf den Untersagungsmärkten kommt.

### **III. Umfang und Art der zu veräußernden Standorte**

- (386) Die Veräußerung der in Anlage 1 des Beschlusses aufgeführten Standorte, welche allesamt in den unter A. des Beschlusstextes genannten Markträumen liegen, wirkt der erheblichen Behinderung des effektiven Wettbewerbs auf den regionalen Märkten entgegen. Die Veräußerung ist erforderlich, geeignet und angemessen, um die wettbewerblichen Bedenken auf den betroffenen Märkten zu beseitigen.
- (387) Die Freigabe des Zusammenschlussvorhaben ist nur unter den im Tenor erlassenen Nebenbestimmungen möglich. Werden diese Nebenbestimmungen umgesetzt, so sind diese

---

<sup>131</sup> Vgl. Immenga/Mestmäcker, § 40 Rz. 51.

jedoch auch andererseits geeignet, die Wirkungen des Zusammenschlussvorhabens auf ein fusionskontrollrechtlich unbedenkliches Ausmaß zu reduzieren.

- (388) Zur Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen ist eine Veräußerung der in Anlage 1 genannten Standorte mit ihrem gesamten wettbewerblichen Potential geeignet und erforderlich. Eine Veräußerung von Standorten mit geringerem wettbewerblichem Potenzial und Marktanteilen genügt nicht zur Beseitigung der wettbewerblichen Bedenken.
- (389) Entgegen der Auffassung der Beteiligten kann in den Bedingungen keine grundsätzliche Öffnungsklausel aufgenommen werden, die es der Beschlussabteilung auf Antrag erlaubt, die Veräußerung einer räumlich und wettbewerblich vergleichbaren Tankstelle zu akzeptieren<sup>132</sup>. Die in Anlage 1 genannten Veräußerungsstandorte wurden mit der Zielsetzung dahingehend bestimmt, dass sie die konkret durch den Zusammenschluss entstandenen wettbewerblichen Probleme beseitigen. Bei der Festlegung der in Anlage 1 genannten Standorte wurden die Beteiligten darauf hingewiesen, dass diese Standorte nicht nur geeignet sein müssen, die festgestellten Wettbewerbsprobleme zu beseitigen, sondern auch qualitativ hinreichend attraktiv sein müssen, dass sich Erwerber finden, die diese erwerben. Soweit die Prüfungsfrist für das Zusammenschlussvorhaben abgelaufen ist, ist kein Raum mehr für eine Diskussion, ob etwaige ähnliche Standorte in vergleichbarer Weise die festgestellten Wettbewerbsprobleme ausräumen können. Sollten Schwierigkeiten bei der Veräußerung einzelner Standorte bestehen, da diese sich nicht in ein „Paket“ eines Erwerbers fügen, sehen die Bedingungen vor, dass auf Antrag die Anzahl der Erwerber aufgestockt werden kann.
- (390) Bei der Vielzahl der zu veräußernden Standorte ist allerdings denkbar, dass aus Gründen, die die Beteiligten nicht zu vertreten haben, die Veräußerung einer der in Anlage 1 genannten Tankstellen oder deren Vollzug den Beteiligten nicht möglich ist. So könnte durch eine derzeit noch nicht erkennbare Sondersituation der gesamte Bedingungseintritt vereitelt werden. Nur für diesen Ausnahmefall kann die Beschlussabteilung die Veräußerung einer anderen, in räumlicher Hinsicht und im Hinblick auf die wettbewerbliche Relevanz vergleichbare Tankstelle genehmigen. Für diesen Ausnahmefall bedarf es einen begründeten Antrag der Beteiligten.
- (391) Wie oben dargestellt würde der Zusammenschluss ohne die Nebenbestimmungen wirksamen Wettbewerb erheblich behindern. Soll – wie hier – durch Nebenbestimmungen in Rah-

---

<sup>132</sup> Vgl.: Schreiben der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 15.

men eines Zusammenschlussvorhabens Wettbewerbspotential freigesetzt werden, so müssen Zusagen sicherstellen, dass das Wettbewerbspotential des Veräußerungsgegenstandes zum Einen umfangreich genug und zum Anderen auch tatsächlich im Wettbewerb einsetzbar ist. Der Umgang der angebotenen und zwischenzeitlich bereits durchgeführten Veräußerungen ist – nur bei vollständigem Übergang des wettbewerblichen Potenzials und Marktanteils – geeignet und erforderlich, die wettbewerblichen Bedenken zu beseitigen.

- (392) Mit der Umsetzung der Nebenbestimmungen wird erreicht, dass in den einzelnen regionalen Markträumen die durch das Zusammenschlussvorhaben erreichten Verschlechterungen der Marktstruktur auf ein fusionskontrollrechtlich tolerierbares Maß reduziert werden. Damit der Erwerber/die Erwerber mit den zu veräußernden Standorten eine hinreichende wettbewerbliche Kraft gegenüber der Beteiligten sowie den sonstigen Oligopolmitgliedern sein kann/können, ist es notwendig, dass die Veräußerungsstandorte auf einen oder einige wenige Erwerber übergehen und der bzw. die Erwerber die im Tenor genannten Voraussetzungen erfüllt/erfüllen.
- (393) Eine Veräußerung der in den betroffenen Markträumen gelegenen Standorten an eine Vielzahl verschiedener Erwerber würde den Marktanteil, der auf den Erwerber entfällt, fragmentieren. In einem solche Fall würde mit der Beteiligten zu 2. durch den Zusammenschluss eine wettbewerbliche Kraft aus dem Markt ausscheiden, während diese Kraft nicht adäquat kompensiert werden könnte. Eine Veräußerung der Standorte an viele verschiedenen Erwerber wäre demnach nicht geeignet, die Untersagungs Voraussetzungen entfallen zu lassen.

#### **IV. Anforderungen an den Erwerb**

- (394) Soweit die zu veräußernden Standorte im Eigentum der Beteiligten stehen, ist entgegen der Darstellung der Beteiligten<sup>133</sup> grundsätzlich für den für den Bedingungseintritt nicht lediglich der Abschluss der schuldrechtlichen Verträge ausreichend. Vielmehr müssen die die Beteiligten auch nachweisen, dass die Veräußerung auch dinglich wirksam vollzogen oder der der dingliche Vollzug zumindest begonnen worden ist. Hierfür wir den Beteiligten durch die Veräußerungsfrist auch ein ausreichender Zeitraum zugebilligt. Dieser kann auch auf Antrag bei der Beschlussabteilung verlängert werden. In ihrer Stellungnahme nennen die Beteiligten selbst einen Zeitraum von [... Monaten]<sup>134</sup>, der für die Übernahme eine DODO-

---

<sup>133</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 5.

<sup>134</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 5.

Tankstelle durch EG benötigt wird. Der in den Bedingungen vorgesehene Zeitraum ist doppelt so lang.

- (395) Diese Vorgehensweise, dass für den Bedingungseintritt der dingliche Vollzug erforderlich ist, ist nicht unüblich. So wurde auch in der Entscheidung XXXLutz./Tessner<sup>135</sup> ebenso der dingliche Vollzug für den Bedingungseintritt verlangt. Nur soweit ein dinglicher Vollzug vorliegt, sind die genannten Standorte tatsächlich von den Beteiligten getrennt. Soweit nur Verträge mit einer schuldrechtlichen Übertragungsverpflichtung vorliegen, können diese z.B. durch Rücktritt, mangelnde Vertragserfüllung des Erwerbers, Insolvenz des Erwerbers etc. rückabgewickelt bzw. nicht erfüllt werden. Die Beteiligten führen selbst das Beispiel an, dass die Erfüllung eines schuldrechtlichen Vertrages unmöglich werden kann, wenn die Tankstelle z.B. durch Brand untergeht<sup>136</sup>, wobei die Verantwortlichkeit dann bei den Eigentümern/Betreibern liegen dürfte.
- (396) Allein die Tatsache, dass die Beteiligten sich selbst dahingehend in ihrem Long-Stop-Date vertraglich untereinander verpflichtet haben, das Zusammenschlussvorhaben bis zum [...] zu vollziehen, kann kein Aspekt sein, der dafür spricht, dass die Umsetzung der Bedingung rechtlich und faktisch unmöglich ist. Würde man diesen Aspekt berücksichtigen, dann wäre es in das Belieben der Zusammenschlussbeteiligten gelegt, durch eine Selbstbindung an einen engen Fristenrahmen Bedingungen zu schaffen, die nur geringe Anforderungen an eine praktisch umsetzbare Bedingung zulassen.
- (397) Da es allerdings nicht ausgeschlossen werden kann, dass bei der Vielzahl der zu übertragenden Tankstellenstandorte der dingliche Vollzug sich durch Umstände verzögert, die nicht von den Beteiligten zu vertreten sind (z.B. auch durch erforderliche Einverständniserklärungen Dritter), sieht es die Beschlussabteilung als ausreichend an, dass die Beteiligten nachweisen, dass sie alle in ihrer jeweiligen Kontrolle stehenden für den wirksamen Vollzug der dinglichen Übertragung der Standorte notwendigen Erklärungen bereits abgegeben sowie die erforderlichen Zustimmungen eingeholt haben. Ferner sorgen die Beteiligten dafür, dass es keine Übertragungshindernisse gibt, wobei es genügt, dass die Auflassung bei Grundstücken der Zielgesellschaft spätestens am Tag des Vollzugs des angemeldeten Zusammenschlusses erklärt wird.

---

<sup>135</sup> Bundeskartellamt, Beschluss vom 25. November 2020, Tenor - „XXXLutz ./Tessner.

<sup>136</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 15.

## V. Geeignete Erwerber

- (398) Die im Tenor unter A. 4. formulierten Anforderungen an einen oder mehrere geeignete(n) Erwerber sind geeignet, erforderlich und angemessen, um sicherzustellen, dass das wettbewerbliche Potenzial der Veräußerungsstandorte von dem/den Erwerbern(n) auf dem jeweiligen betroffenen Markt künftig wirksam im Wettbewerb auch gegenüber der neuen Einheit eingesetzt wird. Dies wird durch andere, weniger belastende Vorgaben auch nicht gleichermaßen erreicht. Insbesondere sollte der Erwerber/ die Erwerber in der Lage sein, seinen Kunden den bisher von der Beteiligten zu 2. angebotene Kraftstoff in vergleichbarem Umfang zur Verfügung stellen. Hierzu ist erforderlich, dass der Erwerber/ die Erwerber bereits Tankstellen betreibt, ein Interesse an der dauerhaften Fortführung des erworbenen Standortes nachweisen kann und tatsächlich den Fortbestand des erworbenen Standortes als Wettbewerber am Markt erwarten lässt. Ansonsten bestünde die Gefahr, dass die Kundenbeziehungen mit der Veräußerung des Tankstellenstandortes nicht überwiegend mit auf den Erwerber übergehen.
- (399) Der/ die Erwerber sollen von den Beteiligten unabhängig sein, um zu gewährleisten, dass die Veräußerungsstandorte auch tatsächlich im freien Wettbewerb zu den Beteiligten geführt werden können.
- (400) Die Anzahl der Erwerber wird auf [...] Erwerber beschränkt. Grundsätzlich erfolgt die Veräußerung an einen einzigen Erwerber, da nur dann gewährleistet wird, dass das wettbewerbliche Potenzial des Veräußerungsgegenstandes erhalten bleibt. Nur in Ausnahmefällen kann ein Erwerb durch mehrere Unternehmen in Betracht kommen. Hierbei müssen die verschiedenen Erwerbspakete in wirtschaftliche tragfähige Cluster von Vertriebsstandorte zusammengefasst werden. Vor allem muss der erforderliche wettbewerbliche Effekt der Veräußerung erzielt werden. Dies ist nicht der Fall, wenn die Aufteilung des Veräußerungsgegenstandes dazu führt, dass statt eines gewichtigen Wettbewerbers auf dem betroffenen Markt lediglich mehrere neue schwache Wettbewerber entstehen oder die Marktposition verschiedener unbedeutender Wettbewerber durch die Aufteilung des Veräußerungspaketes nicht wesentlich verstärkt wird. Entgegen der Ansicht der Beteiligten<sup>137</sup> ist dies bei einer Anzahl von lediglich [...] Tankstellen in [...] Pakete mit im Durchschnitt [...] Standorten noch gerade zu vermeiden. Jedenfalls die von den Beteiligten zunächst vorgeschlagenen

---

<sup>137</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 7.



[...] Erwerber sind angesichts der im Vergleich geringen Anzahl der zu veräußernden Tankstellenstandorte nicht mehr vertretbar.

- (401) Es kann der Meinung der Beteiligten<sup>138</sup> nicht gefolgt werden, dass der Ausschluss des Kraftstoffbezuges unverhältnismäßig sei. Für den Kunden muss der Wechsel offenkundig sein, damit auch tatsächlich das Wettbewerbspotential von den Beteiligten abgeschmolzen wird und dem erwerbenden Dritten zuwächst. Gerade beim Kraftstoffvertrieb mit wenigen Differenzierungsmöglichkeiten ist es – neben der Lage des Tankstellstandortes - für die Auswahlentscheidung des Kunden entscheidend, welchen Kraftstoff er an der Tankstelle erwirbt. Damit unterscheidet sich das Tankstellengeschäft von anderen Handelsbereichen, wo es bei den Sortimenten der einzelnen Händler hinsichtlich der von Dritten hergestellten Markenprodukte Überschneidungen geben kann.
- (402) Allein die Preissetzungshoheit ist für den Kunden nicht allein entscheidend, um eine möglichst weitreichende Unabhängigkeit der Erwerber zu ermöglichen, die auch die Nutzung des erworbenen Wettbewerbspotentials im Interesse der Beseitigung des festgestellten Wettbewerbsproblems ermöglicht. Daher scheidet es auch aus, dass der Erwerber die Marke „Esso“ weiterverwendet.
- (403) Soweit die Beteiligten sich darauf berufen, dass sie zum Jahresende branchenüblicherweise für das Folgejahr über Take-or-Pay Abnahmeverpflichtungen festgelegt haben<sup>139</sup>, ist dies kein taugliches Kriterium, das dafür spricht eine weitere Kraftstoffbelieferung an die Erwerber zuzulassen. Da das Zusammenschlussvorhaben schon seit einiger Zeit zunächst von der Europäischen Kommission und dann durch das Bundeskartellamt geprüft wurde, hätte durch eine entsprechende Vertragsanpassung mit Rücktrittsmöglichkeiten eine entsprechende Flexibilität geschaffen werden können.
- (404) Allerdings kann die Situation bestehen, dass der Erwerber das Bedürfnis hat, die Kraftstoffversorgung durch die Beteiligten bis Ende 2022 fortzusetzen. So sieht die Bedingung die Möglichkeit vor, dass ausnahmsweise auf Wunsch des Erwerbers und mit begründetem Antrag die Belieferung mit Kraftstoff durch die EG fortgesetzt werden kann. Eine Belieferung durch OMV ist durch diese Regelung nicht berührt.
- (405) Ferner ist es auch möglich, dass die Beteiligten an Ausschreibungen der Erwerber zum Kraftstoffbezug teilnehmen. Da diese Ausschreibungen auf Initiative der Erwerber durchgeführt werden, nicht im Zusammenhang mit den Erwerbsvorgängen der Bedingung stehen

---

<sup>138</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 10.

<sup>139</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 12.

und sich auch Wettbewerber auf diese Ausschreibungen bewerben können, sieht die Beschlussabteilung hier keine Bedenken.

- (406) Auch scheidet es grundsätzlich aus, statt einer Übertragung des Grundeigentums lediglich eine Vermietung vorzusehen<sup>140</sup>. Auch in diesem Zusammenhang ist leitend, dass ein dauerhaftes das Wettbewerbspotential bei den Beteiligten abgeschmolzen wird und dem Erwerber dauerhaft zuwächst. Eine Vermietung ist nur eine zeitlich begrenzte Gebrauchsüberlassung, die in der Regel auch Kündigungsmöglichkeiten vorsieht.
- (407) Dadurch dass die Erwerber ein Konzept für die Fortführung des Tankstellenstandortes vorlegen müssen, ist auch hinreichend gesichert, dass der Erwerber den Standort fortführt. Bei einem Mietvertrag ist auch nicht gesichert, dass die Bedingungen des Mietvertrages sich im Laufe der Zeit derart verändern, dass eine Fortführung der Tankstelle durch den Erwerber nicht mehr lukrativ ist. Sollte es hingegen für den Erwerber, der tatsächlich die Tankstelle erwirbt, langfristig wirtschaftlich sinnvoller sein, das Tankstellengrundstück anderweitig zu nutzen, ist dies eine von den Beteiligten unabhängige Entscheidung, die autonom aufgrund des Marktumfelds getroffen wird.
- (408) Doch auch wenn grundsätzlich die Übertragung des Grundeigentums an den Tankstellenstandorte der Vermietung oder der Verpachtung der Standorte vorzuziehen ist, kann die Situation entstehen, dass aufgrund besondere Umstände der tatsächliche Verkauf bestimmter Tankstellenstandorte unmöglich ist und dies nicht von den Beteiligten zu vertreten ist. Um zu vermeiden, dass in dieser Situation der Bedingungseintritt vereitelt wird, lässt die Beschlussabteilung in begründeten Ausnahmefällen auf Antrag zu, dass drei der Erwerbsstandorte (Rosenheim, München und Oberhaching) nicht veräußert, sondern nur vermietet/verpachtet werden müssen. Ein langfristiger Miet- und Pachtvertrag soll dann gewährleisten, dass dennoch das Wettbewerbspotential auf den Dritten übergeht.
- (409) Abgesehen werden kann auch auf begründeten Antrag der Beteiligten und mit Zustimmung der Beschlussabteilung hin von einer Übertragung der Nutzungs- und sonstiger Verträge für die Wasserstoffladesäule am Standort Irschenberg.

---

<sup>140</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 9.

## **VI. Veräußerungsfrist**

- (410) Erfahrungsgemäß führen kurze Veräußerungsfristen zu einem größeren Erfolg der Veräußerung, weil der Veräußerungsgegenstand ansonsten einen längeren Zeitraum der Unsicherheit ausgesetzt wird<sup>141</sup>. Um zu verhindern, dass die Unsicherheit bei Kunden und Mitarbeitern der Veräußerungsstandorte zu größeren Abwanderungen zu anderen Standorten führt, wodurch die Wettbewerbsfähigkeit der Veräußerungsstandorte beeinträchtigt würde, ist eine Frist für die Veräußerung gemäß dem Tenor von maximal [...] Monaten nach Zustimmung des Beschlusses notwendig, aber auch ausreichend.

## **VII. Ausgestaltung als aufschiebende Bedingung**

- (411) Auch die Ausgestaltung als aufschiebende Bedingung ist erforderlich, geeignet und angemessen. Der präventiven Fusionskontrolle, die verhindern will, dass signifikante Wettbewerbsbeeinträchtigungen überhaupt erst entstehen, entsprechen vorrangig aufschiebende Bedingungen. Die aufschiebende Bedingung verhindert, dass ein rechtlich bedenklicher Zustand überhaupt eintritt und entspricht damit am besten dem Grundsatz der präventiven Kontrolle<sup>142</sup>. Außerdem gewährleisten nur aufschiebende Bedingungen die Verhinderung der rechtlichen und praktischen Probleme, die sich ansonsten aus einer nachträglichen Teilentflechtung bzw. Durchsetzung von Auflagen ergeben.
- (412) Es handelt sich bei der vorliegenden Bedingung um eine Verpflichtung, deren Einhaltung durch das Bundeskartellamt schwer zu überwachen ist. Dies resultiert insbesondere daraus, dass es sich um eine Vielzahl von Einzelstandorten handelt, die zu veräußern sind.
- (413) Es sind keine Gründe ersichtlich, weshalb die zur Beseitigung der Untersagungs Voraussetzungen des § 36 Abs. 1 GWB nicht in gleicher Weise geeignete Freigabe unter auflösender Bedingung oder unter Auflagen einer Freigabe unter aufschiebender Bedingung im vorliegenden Fall ausnahmsweise vorgehen sollte. Insbesondere das Interesse einer möglichst raschen Umsetzung des Vorhabens ist vorliegend keine Besonderheit, die das verfahrensgegenständliche Fusionsvorhaben von sonstigen unterscheidet.

---

<sup>141</sup> Vgl. Mitteilung der Europäischen Kommission über nach der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates und der Verordnung (EG) Nr. 802/2004 der Kommission zulässigen Abhilfemaßnahmen, ABl. EG Nr. C 267, S. 1 Rdnr. 98.

<sup>142</sup> Münchener Kommentar, § 40 Rn 68.

### **VIII. Pflichten vor und nach der Veräußerung**

- (414) Der Erhalt des bestehenden wettbewerblichen Potenzials der zu veräußernden Standorte und ihrer Markt- und Wettbewerbsfähigkeit wird durch die in den Bedingungen festgelegten Anforderungen an einen möglichen Erwerber sowie durch die Einsetzung eines Sicherungstreuhänders während der Übergangszeit bis zum Vollzug der Veräußerung sowie durch die die Pflichten in den Abschnitten B. und C. des Tenors sichergestellt.
- (415) Die Gewährleistung der Markt- und Wettbewerbsfähigkeit nach Abschnitt B. und C. des Tenors ist notwendig, damit die Veräußerungsstandorte mit ihrer bisherigen Leistungsfähigkeit und ihrem wettbewerblichen Potenzial ungeschmälert auf den Erwerber/die Erwerber übergehen und von diesem/diesen künftig im Wettbewerb zu der Beteiligten zu 1., aber auch zu anderen Marktteilnehmern im jeweils betroffenen Markt betrieben werden können. Die Nebenbestimmungen müssen daher gewährleisten, dass die gemäß Abschnitt A. des Tenors bzw. der Anlage 1 zum Beschluss zu veräußernde Standorte nach der Veräußerung von einem unabhängigen Dritten mit dem bisherigen Wettbewerbspotenzial weiter betrieben werden können. Dies wird nur dann mit hinreichender Sicherheit geschehen, wenn die Voraussetzungen dafür geschaffen sind, dass der Erwerber auch so weit wie möglich die Kundenbeziehungen für jeden zu veräußernden Standort übernehmen kann.
- (416) Die der Veräußerung vor- und nachgelagerten Verpflichtungen sind notwendig und geeignet, aber auch angemessen, die Wirksamkeit der Nebenbestimmungen sicherzustellen. Die Rückkaufs-, Wieder- und Neueröffnungsverbote sind zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Veräußerungsstandorte erforderlich. Die Verbote dienen dem Ziel der Erhaltung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Standorte.
- (417) Entgegen der Darstellung der Beteiligten<sup>143</sup> ist es nicht unüblich, dass in Bedingungen ein Wettbewerbsverbot von 5 Jahren vorgesehen ist. Auch in anderen Entscheidungen<sup>144</sup> des Bundeskartellamtes wurde ein Zeitraum von fünf Jahren sowohl für ein Rückkaufverbot als auch für ein Wiedereröffnungsverbot als angemessen angesehen. Im Verfahren XXXLutz./. Tessner wurde im Markttest festgestellt, dass ein Wettbewerbsverbot von zwei Jahren nicht ausreichend ist, um den Fortbestand des jeweils übernommenen Veräußerungsstandortes als effektiver Wettbewerber hinreichend abzusichern. Dort wurde angeführt, dass ein er-

---

<sup>143</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 5.

<sup>144</sup> Bundeskartellamt, Beschluss vom 25. November 2020, Rz.601 - „XXXLutz ./. Tessner.

heblicher Zeitraum vom Erwerber benötigt werde, um die Standorte zukunftsfähig auszubauen. Hier führen auch die Beteiligten an<sup>145</sup>, dass die Umstellung der Tankstellenstandorte von einem Erwerber auf den anderen erheblichen Zeitraum benötigt. Ein Wettbewerbsverbot von [...] Jahren ist daher jedenfalls noch angemessen.

### **IX. Einsetzung eines Sicherungstreuhänders**

- (418) Durch die Einsetzung eines Sicherheitstreuhänders soll nach Abschnitt D das Tenors unter anderem sichergestellt werden, dass die Aufrechterhaltung der Wettbewerbs- und Marktfähigkeit der Veräußerungsstandorte gewährleistet wird. Der Sicherungstreuhänder sorgt dafür, dass die Veräußerungsstandorte zügig und ungeschmälert auf den /die Erwerber übergehen und dieser /diese die Standorte mit ihrer bisherigen Wettbewerbsfähigkeit weiterführen kann/können. Dieses Ziel wäre durch andere die Beteiligte weniger belastenden Maßnahmen nicht ebenso gut zu erreichen gewesen.

---

<sup>145</sup> Siehe: Stellungnahme der Beteiligten vom 21. Januar 2022, S. 14.

## E. Gebühren

Sowohl die Freigabe als auch die Untersagung 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 €, bei besonders großer wirtschaftlicher Bedeutung und außergewöhnlich hohem Verwaltungsaufwand bis zu 100.000 € 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 Untersagung ist die Gebühr für die Anmeldung des Zusammenschlusses anzurechnen (§ 62 Abs. 1 Satz 4 GWB).

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.<sup>146</sup> Dabei ist innerhalb des Gebührenrahmens dem durchschnittlichen Fall die Mittelgebühr als angemessene Gebühr zuzuordnen. Diese beträgt nach dem derzeit geltenden Gebührenrahmen 25.000 €. Von diesem Mittelwert sind, abhängig von der jeweiligen wirtschaftlichen Bedeutung und dem Arbeitsaufwand, Zu- oder Abschläge vorzunehmen, deren Höhe im Ermessen der Kartellbehörde liegt.<sup>147</sup>

[...]

[...]

[...]

[...]

[...]

[...]

---

<sup>146</sup> Vgl. OLG Düsseldorf, Beschl. v. 16.4.2008, VI-Kart 2/08 (V) m.w.N.

<sup>147</sup> Vgl. OLG Düsseldorf, Beschl. v. 24.2.2010, VI-Kart 11/09 (V) m.w.N.

[...]

[...]

[...]

## **F. Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diese Verfügung ist die Beschwerde eröffnet. Sie ist binnen einer Frist von einem Monat beim Bundeskartellamt, Bonn, einzureichen. Es genügt jedoch, wenn sie innerhalb dieser Frist bei dem Beschwerdegericht, dem Oberlandesgericht Düsseldorf, eingeht. Die Frist beginnt mit Zustellung der Verfügung. Wird Antrag auf Erteilung einer Ministererlaubnis nach § 42 GWB gestellt, so beginnt die Frist mit der Zustellung der Entscheidung über den Antrag.

Die Beschwerde ist zu begründen. Die Beschwerdebegründung ist beim Bundeskartellamt oder dem Beschwerdegericht einzureichen. Die Frist für die Beschwerdebegründung beträgt zwei Monate und kann auf Antrag von dem oder der Vorsitzenden des Beschwerdegerichts verlängert werden. Die Frist beginnt mit der Zustellung der angefochtenen Verfügung. Wird Antrag auf Erteilung einer Ministererlaubnis nach § 42 GWB gestellt, so beginnt die Frist mit der Zustellung der Entscheidung über den Antrag, im Falle der Anfechtung der Entscheidung über den Antrag mit deren Unanfechtbarkeit. Die Beschwerdebegründung muss die Erklärung enthalten, inwieweit die Verfügung angefochten und ihre Abänderung oder Aufhebung beantragt wird, und die – gegebenenfalls auch neuen – Tatsachen und Beweismittel angeben, auf die sich die Beschwerde stützt.

Die Beteiligten müssen sich bei der Einlegung und Begründung der Beschwerde durch einen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten vertreten lassen.

Ewald

Dr. Lagemann

Müller

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



## Inhaltsverzeichnis

<b>A. Zusammenfassung</b> .....	<b>14</b>
<b>B. Sachverhalt</b> .....	<b>15</b>
I.    Beteiligte Unternehmen.....	15
1.    EG Group.....	15
2.    OMV.....	17
II.   Das Vorhaben .....	18
III.  Verfahrensgang .....	18
<b>C. Rechtliche Würdigung</b> .....	<b>21</b>
I.    Formelle Untersagungs Voraussetzungen .....	21
1.    Anwendungsbereich des GWB.....	21
2.    Zusammenschlusstatbestand .....	21
3.    Frist.....	21
4.    Mitteilung gemäß Art. 9 Abs. 6 UAbs. 2 FKVO.....	22
II.   Materielle Untersagungs Voraussetzungen .....	23
1.    Marktabgrenzung.....	23
a)    Sachliche Marktabgrenzung.....	23
aa)  Getrennte Märkte für Otto- und Dieselmotorkraftstoff .....	25
bb)  Mögliche Trennung nach Vertriebswegen.....	27
cc)  Mögliche Differenzierung nach Kundengruppen .....	28
dd)  Einbeziehung von Automaten-Tankstellen .....	29
ee)  Keine Einbeziehung von Tankstellen auf Betriebsgelände .....	29
ff)  Sonstige Märkte.....	29
b)    Räumliche Marktabgrenzung.....	29
aa)  Auffassung der Beteiligten .....	30
bb)  Marktabgrenzung nach dem Erreichbarkeitsmodell.....	32
cc)  Ermittlungen aufgrund von Kundenbindungsprogrammen .....	35
dd)  Keine Einbeziehung von Tankstellenstandorten im Ausland .....	37
ee)  Vertieft zu prüfende räumliche Märkte .....	37

ff)	Sonstige betroffene Bereiche .....	48
2.	Bagatellmarktklausel.....	48
3.	Wettbewerbliche Würdigung.....	48
a)	Gemeinsame Marktbeherrschung und koordinierte Effekte .....	49
aa)	Prüfungsansatz.....	49
bb)	Bisherige Entscheidungspraxis des Bundeskartellamtes.....	53
cc)	Marktraum Stuttgart (Stadt) .....	59
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	59
(2)	Erzielen von Übereinstimmung über Koordinierungsmodalitäten .....	64
(a)	Preise und Preiszyklus als Gegenstand der Koordinierung.....	65
(b)	Anzahl und Symmetrie der Marktteilnehmer.....	66
(c)	Stabilität der Kraftstoffmärkte.....	68
(d)	Marktzutrittsschranken .....	71
(3)	Überwachung der Abweichungen / Markttransparenz .....	72
(4)	Abschreckungsmechanismen .....	74
(5)	Reaktionen von Außenstehenden.....	75
(6)	Tatsächliches Wettbewerbsgeschehen.....	77
(7)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	80
dd)	Tankstellencluster westlich/nordwestlich von Stuttgart .....	82
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	82
(2)	Koordinierte Effekte.....	84
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	85
ee)	Tankstellencluster südlich/südöstlich von Stuttgart.....	85
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	86
(2)	Koordinierte Effekte.....	88
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	88
ff)	Tankstelle Bad Herrenalb.....	89
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	89
(2)	Koordinierte Effekte.....	91
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	92
gg)	Tankstelle Weil am Rhein.....	93
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	93
(2)	Koordinierte Effekte.....	95
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	96
hh)	Marktraum München (Stadt).....	96
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	97
(2)	Koordinierte Effekte.....	100
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	101
ii)	Tankstellencluster im Nordosten von München .....	102

(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	103
(2)	Koordinierte Effekte.....	105
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	106
jj)	Tankstellencluster im Südosten von München.....	107
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	107
(2)	Koordinierte Effekte.....	109
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	110
kk)	Tankstellencluster um Rosenheim .....	111
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	111
(2)	Koordinierte Effekte.....	115
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	116
(4)	BAT Kiefersfelden .....	117
ll)	Tankstellencluster am Bodensee .....	117
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	117
(2)	Koordinierte Effekte.....	119
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	120
mm)	Tankstellencluster im Raum Passau und Bayrischer Wald .....	120
(1)	Marktanteile und Vermutungsschwellen .....	121
(2)	Koordinierte Effekte.....	123
(3)	Auswirkungen des Zusammenschlusses .....	124
nn)	Übrige räumliche Märkte für den Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen....	125
b)	Keine Einzelmarktbeherrschung und erhebliche Wettbewerbsbehinderung durch unilaterale Effekte beim Absatz von Kraftstoffen über Tankstellen.....	126
c)	Keine erhebliche Wettbewerbsbehinderung auf sonstigen betroffenen Märkten..	129

**D. Bedingung..... 130**

I.	Auswirkung der Zusagen in den betroffenen Markträumen .....	131
1.	Raum Stuttgart, Tankstellencluster westlich/nordwestlich und südlich/südöstlich von Stuttgart .....	131
a)	Raum Stuttgart.....	131
b)	Tankstellencluster westlich/nordwestlich von Stuttgart .....	132
c)	Tankstellencluster südlich/südöstlich von Stuttgart.....	132
2.	Tankstellen in Bad Herrenalb und Weil am Rhein.....	133
a)	Bad Herrenalb.....	133
b)	Weil am Rhein .....	133
3.	Raum München, Tankstellencluster nordöstlich und südöstlich von München.....	134
a)	Raum München .....	134
b)	Tankstellencluster nordöstlich von München .....	135

c)	Tankstellencluster südöstlich von München.....	135
4.	Tankstellencluster um Rosenheim .....	136
5.	Tankstellencluster am Bodensee .....	137
6.	Tankstellencluster in Passau und dem Bayerischen Wald.....	138
II.	Verhältnismäßigkeit der Nebenbestimmung .....	138
III.	Umfang und Art der zu veräußernden Standorte.....	140
IV.	Anforderungen an den Erwerb .....	142
V.	Geeignete Erwerber .....	144
VI.	Veräußerungsfrist .....	147
VII.	Ausgestaltung als aufschiebende Bedingung .....	147
VIII.	Pflichten vor und nach der Veräußerung .....	148
IX.	Einsetzung eines Sicherheitstreuhanders .....	149
<b>E.</b>	<b>Gebühren.....</b>	<b>150</b>
<b>F.</b>	<b>Rechtsmittelbelehrung.....</b>	<b>152</b>