



Rücknahme der Anmeldung im Fall des Erwerbs von 25% der Anteile an der Raiffeisen Gartenbau durch die Landgard Blumen & Pflanzen

Branche: Gartenbaubedarfshandel

Aktenzeichen: B2-62/17

Datum der Entscheidung: Rücknahme der Anmeldung

Das Bundeskartellamt hat den geplanten Erwerb von 25% der Anteile an der Raiffeisen Gartenbau GmbH & Co. KG („Raiffeisen Gartenbau“) durch die Landgard Blumen & Pflanzen GmbH & Co. KG („Landgard“) sowie die damit einhergehende Einbringung der Landgard-Gartenbauhandelsstandorte in das geplante Gemeinschaftsunternehmen für den Gartenbaubedarfshandel im Hauptprüfverfahren¹ vertieft geprüft. Die Beteiligten haben die Anmeldung zurückgenommen, nachdem das Bundeskartellamt den Beteiligten mit Schreiben vom 31. Januar 2018 die wettbewerblichen Bedenken gegenüber dem Vorhaben mitgeteilt hatte. Nach vorläufiger Einschätzung des Bundeskartellamtes hätte der Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs auf dem regionalen NRW-weiten Markt für den Handel mit Kunststofföpfen und Verpackungen für den Erwerbsgartenbau sowie auf dem alternativ geprüften regionalen Vollsortimentsmarkt für Gartenbaubedarfsartikel durch die Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung des geplanten Gemeinschaftsunternehmens geführt. Durch den Zusammenschluss wäre mit Landgard der drittgrößte Anbieter mit einem signifikanten Marktanteil als unabhängiger Wettbewerber entfallen, dem als Vollsortimentsanbieter und engen Wettbewerber der führenden Raiffeisen Gartenbau bislang eine erhebliche wettbewerbliche Bedeutung zukommt. Neben dem geplanten Gemeinschaftsunternehmen wäre bei jeder in Betracht kommenden sachlichen oder räumlichen Marktabgrenzung nur ein wesentlicher Wettbewerber verblieben.

Durch den Zusammenschluss wollten Raiffeisen Gartenbau und Landgard ihre Aktivitäten im Bereich des Vollsortimentshandels mit Gartenbauprodukten für professionelle Nachfrager vereinsamen. Zum angebotenen Sortiment gehören insbesondere die Produktkategorien

¹ gemäß § 40 Absatz 1 GWB

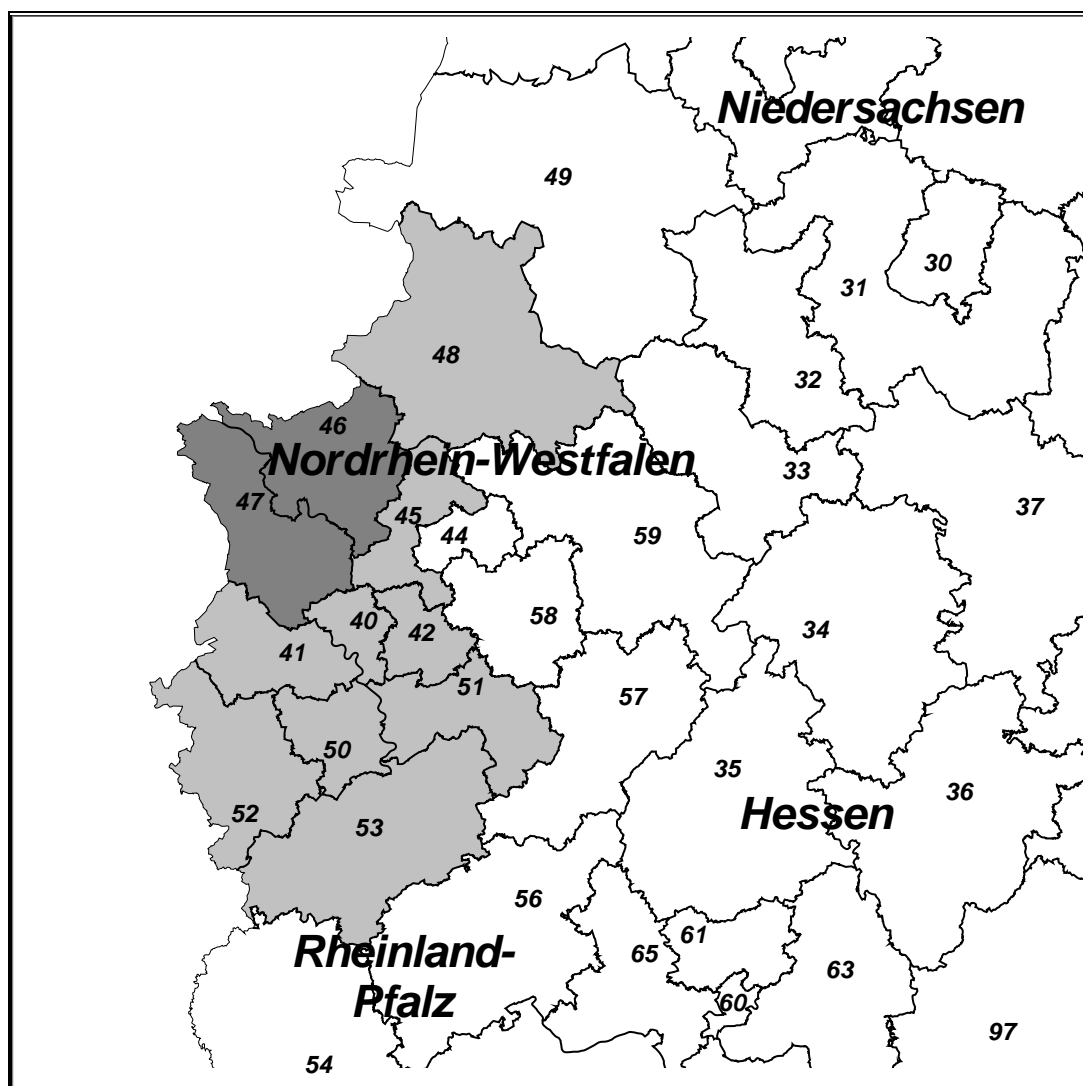
Töpfe/Verpackung, Erden/Substrate, Dünger/Nährsalze, Saatgut/Jungpflanzen, Werkzeuge/Technik, Pflanzenschutz und weitere Bedarfsartikel. Die Gartenbaubetriebe beziehen die genannten Produkte beim Gartenbaubedarfshandel als wesentliche Betriebsmittel für die Herstellung ihrer Erzeugnisse. Der wirtschaftliche sowie wettbewerbliche Fokus des geplanten Gemeinschaftsunternehmens war auf Nordrhein-Westfalen („NRW“) ausgerichtet. Knapp 40% des Beschaffungsvolumens der dort ansässigen Gartenbaubetriebe mit Bedarfsartikeln entfällt derzeit auf die Produktkategorie Töpfe und Verpackung. Die dortigen Gartenbaubetriebe decken ihren Bedarf regional, aber teilweise auch bei niederländischen Gartenbaubedarfshändlern, während die niederländischen Gartenbaubetriebe umgekehrt traditionell nur in geringem Umfang auf die deutschen Gartenbaubedarfshändler zurückgreifen. Der Niederrhein rund um die Postleitzahl-Regionen 46 und 47 bildet dabei, besonders im Hinblick auf die Zierpflanzenanbaubetriebe als die im vorliegend betroffenen Gebiet mit Abstand bedeutendste Kundengruppe des Gartenbaubedarfshandels, ein Kerngebiet des deutschen Gartenbaus.

Auf Basis der durchgeführten Ermittlungen betraf das Vorhaben insbesondere den sachlich relevanten Markt für den Handel mit Töpfen und Verpackung für professionelle Nachfrager von Gartenbaubedarfsartikeln. Darüber hinaus bieten die Zusammenschlussbeteiligten jeweils das gesamte Sortiment des Gartenbaubedarfs an. Allerdings divergieren die Marktbedingungen in den einzelnen Produktkategorien erkennbar, was als Indiz gegen die Erfüllung eines einheitlichen Verwendungszwecks des Gesamtsortiments aus Nachfragersicht sprechen kann. Inwieweit der Markt für den Handel mit Töpfen und Verpackung auch Bestandteil eines breiter gefassten sachlichen Markts für den Vollsortimentshandel mit Gartenbauprodukten für professionelle Nachfrager sein könnte, wurde alternativ umfassend geprüft. Die vorgenommene Analyse der Wettbewerbsverhältnisse und Marktbedingungen hat ergeben, dass nach vorläufiger Einschätzung des Bundeskartellamts in beiden Fällen die Untersagungsvoraussetzungen vorgelegen hätten.

In räumlicher Hinsicht hat das Bundeskartellamt einen NRW-weiten Regionalmarkt abgegrenzt und zusätzlich engere Marktgebiete geprüft. Die Beschränkung des räumlich relevanten Marktes auf NRW wurde durch die Angaben der befragten Wettbewerber und Nachfrager gestützt. So erzielen die befragten Gartenbaubedarfshändler in der Produktkategorie Töpfe und Verpackung den Großteil ihrer Umsätze (ca. 80%) mit Kunden innerhalb eines Radius von durchschnittlich rund 125 km. Zudem ergab die Befragung der Nachfrager keine Hinweise auf ein bedeutendes überregionales innerdeutsches Beschaffungsverhalten. Abgesehen von einigen grenznah gelegenen niederländischen Unternehmen lagen sämtliche der genannten besten Bezugsalternativen der Kunden in NRW. Einbezogen wurden jedoch die Lieferungen von niederländischen Anbietern nach NRW, da diese eine tatsächlich wahrgenommene Bezugsquelle für die dort gelegenen Gartenbaubetriebe darstellen. Bei den zusätzlich untersuchten engeren Marktgebieten handelt es

sich um den westlichen Teil von NRW („westliches NRW“) bzw. um wesentliche Teile der Region Niederrhein („Niederrhein“). Die nachfolgende Karte veranschaulicht die entsprechenden Marktgebiete:

Marktgebiete „westliches NRW“ und „Niederrhein“



Erläuterung

Die hellgrau und dunkelgrau farblich hervorgehobenen Postleitzahlgebiete erfassen das Marktgebiet „westliches NRW“. Die dunkelgrau markierten PLZ-Regionen 46 und 47 stellen das untersuchte Marktgebiet „Niederrhein“ dar.

Im Rahmen der Ermittlungen wurden von allen relevanten in- und ausländischen Wettbewerbern und den Zusammenschlussbeteiligten sowie von den in- und ausländischen Herstellern von Kunststofftöpfen unter anderem detaillierte Angaben zu den Umsätzen mit Kunden aus NRW und den Marktbedingungen auf dem Regionalmarkt angefordert. Ferner hat sich das Bundeskartellamt im Zuge der umfassenden Kundenbefragungen auf eine repräsentative Stichprobe der betroffenen Gartenbaubetriebe in NRW – und zwar sowohl aus dem Zierpflanzenanbau als auch aus dem Obst- und Gemüseanbau – gestützt.

Nach vorläufiger Einschätzung des Bundeskartellamtes hätte das Vorhaben dazu geführt, dass das bereits ohne die Fusion beträchtliche Konzentrationsniveau auf dem NRW-weiten Markt für den Handel mit Töpfen und Verpackung für Gartenbaubetriebe nochmals erheblich zugenommen hätte. Dieser Markt hat ein NRW-weites Volumen von rund 50 Millionen Euro (bezogen auf das Jahr 2016). Bei der Berechnung des Marktvolumens wurde das Direktgeschäft der Hersteller mitberücksichtigt. Dem geplanten Gemeinschaftsunternehmen wären als Marktführer mit einem umsatzbezogenen Marktanteil von 45%-50% nach der Fusion zusätzliche Verhaltensspielräume eröffnet worden. Durch den Zusammenschluss wäre mit Landgard der drittgrößte Anbieter mit einem signifikanten Marktanteil (10%-15%) als unabhängiger Wettbewerber entfallen. Im Markt wäre mit dem Unternehmen Merulin nur ein wesentlicher Wettbewerber mit 15%-20% Marktanteil verblieben. Entgegen des Vortrages der Zusammenschlussbeteiligten kommt dem gesamten Direktgeschäft der Herstellerunternehmen in NRW mit einem Marktanteil von 10%-15% keine marktprägende Bedeutung zu. Nach der Fusion wären mehr als 60 % des Marktes auf zwei Anbieter entfallen.

Auch bei einer Vollsortimentsbetrachtung ergab sich ein vergleichbares Bild. Die Beschlussabteilung hatte sich dabei für folgende Vorgehensweise im Rahmen der Sortimentsbetrachtung entschlossen. Einbezogen wurden die produktkategorienübergreifenden Gesamtumsätze aller Handelsunternehmen, wenn diese Umsätze in der Pflichtkategorie Töpfe/Verpackung sowie mindestens noch in einer der für den Gartenbaubedarfshandel bedeutsamen Produktkategorien Pflanzenschutz, Erden oder Dünger erzielt haben, sofern die Umsätze in der jeweiligen Produktkategorie mindestens 1% der Gesamtumsätze in dem jeweiligen Marktraum ausmachten. Durch diese Vorgehensweise wurde sichergestellt, dass sowohl alle relevanten Marktteilnehmer erfasst wurden, aber auch offensichtliche Ausreißer ohne wesentliche Geschäftsaktivität in der jeweiligen Produktkategorie außen vor blieben. Der so abgegrenzte Markt hat ein NRW-weites Volumen von ca. 80 Millionen Euro (bezogen auf das Jahr 2016). Dem geplanten Gemeinschaftsunterneh-

men wären auch hier mit einem umsatzbezogenen Marktanteil von 50%-55% zusammenschlussbedingt zusätzliche Verhaltensspielräume eröffnet worden. Durch den Zusammenschluss wäre auch hier mit Landgard der drittgrößte Anbieter mit einem signifikanten Marktanteil (10%-15%) als unabhängiger Wettbewerber entfallen. Im Markt wäre mit dem Unternehmen Merulin nur ein wesentlicher Wettbewerber mit 20%-25% Marktanteil verblieben. Nach der Fusion wären mehr als 2/3 des Marktes auf die beiden Gartenbaubedarfshändler entfallen, die das mit Abstand breiteste Produktportfolio im Angebot führen.

Nach den Ermittlungen des Bundeskartellamtes sind Raiffeisen Gartenbau und Landgard zudem enge Wettbewerber. Das besondere Näheverhältnis zwischen den Beteiligten beruht u.a. auf den Sortimentsüberschneidungen, der räumlichen Verteilung der Standorte in NRW und der genossenschaftlichen Kultur der jeweiligen Konzernunternehmen. Von den befragten Kunden der Zusammenschlussbeteiligten hat die Mehrzahl den jeweils anderen als beste oder zweitbeste Bezugsalternative angegeben. Zudem führen die Zusammenschlussbeteiligten ein wesentlich breiteres Sortiment als die meisten Wettbewerber. Die besondere wettbewerbliche Nähe der Zusammenschlussbeteiligten wurde ferner durch die Auswertung interner Unterlagen der Zusammenschlussbeteiligten bestätigt, in denen erhebliche Überschneidungen in Bezug auf das angebotene Produktportfolio und das Standortnetz identifiziert wurden. Ferner haben die Zusammenschlussbeteiligten sich in internen Strategiepapieren der jeweils härtesten Konkurrenz im Gartenbaubedarfshandel zugeordnet.

Die Auswertung der Ermittlungsergebnisse hat weiterhin keine Hinweise auf eine im Prognosezeitraum zu erwartende signifikante Ausweitung des Direktvertriebs der Hersteller auf dem betroffenen Regionalmarkt ergeben. Die befragten Hersteller mit Umsätzen im Direktvertrieb in NRW oberhalb von 1 Million EUR gingen allesamt nur von der Möglichkeit der prozentualen Steigerung des Direktvertriebs in einer Spanne von 2%-15% aus. Gleichzeitig erwarteten diese Unternehmen eine höhere prozentuale Steigerung ihres Absatzes in NRW über den Gartenbaubedarfshandel. Der Absatz über den Gartenbaubedarfshandel stellt bereits derzeit den deutlich bedeutsameren Absatzkanal dar. Die gleichzeitig prognostizierte Steigerungsrate bei dem Absatz über den Gartenbaubedarfshandel in NRW sprach dafür, dass die Relevanz des Direktvertriebes trotz eines gewissen absoluten Zuwachses relativ gesehen eher zurückgehen dürfte. Darüber hinaus sind die Hersteller nicht als gleichwertige Wettbewerber im Vergleich zu den Anbietern auf der Marktstufe des Gartenbaubedarfshandels anzusehen. So haben die befragten Kunden nur ganz vereinzelt in einzelnen Produktkategorien Hersteller als beste Bezugsalternative zu den Zusammenschlussbeteiligten angegeben. Überdies hat keiner der befragten Hersteller die Zusammenschlussbeteiligten als einen seiner zehn wichtigsten Wettbewerber genannt.

Die Auswertung der Ermittlungsergebnisse ergab schließlich außerdem, dass reine Online-Händler derzeit und in den nächsten Jahren keine relevante Ausweichalternative für die Gartenbaubetriebe darstellen. Fast alle der befragten Abnehmer sprachen den reinen Onlinehändlern - hiermit sind gerade nicht die Onlineshops der existierenden Gartenbaubedarfshändler gemeint - eine Marktbedeutung ab und rechneten auch nicht mit derartigen Eintritten in den kommenden fünf Jahren. Im Gartenbaubedarfshandel sind das Fachwissen und die Beratungsleistung relevante Wettbewerbsparameter, die die Eintrittsperspektive reiner Onlinehändler schmälern. Die Befragung der Marktteilnehmer sprach zudem für eine gesättigte Marktphase mit geminderter wettbewerbllicher Dynamik. Rund 50% der befragten Handelsunternehmen gingen von einem stagnierenden Beschaffungsvolumen der Gartenbaubetriebe aus, während ca. 25% der befragten Unternehmen von einem leicht rückgängigen Beschaffungsvolumen ausgingen und nur gut 22% einen leichten Anstieg prognostizierten.

Im Ergebnis war nach vorläufiger Einschätzung des Bundeskartellamtes aufgrund der marktstrukturellen Gegebenheiten davon auszugehen, dass durch die Fusion eine marktbeherrschende Stellung auf dem betroffenen Regionalmarkt NRW entstanden wäre, die dem geplanten Gemeinschaftsunternehmen die Möglichkeit eröffnet hätte, die Angebotsbedingungen zu verschlechtern, indem es etwa die Preise hätte erhöhen und/oder die Lieferkonditionen für die Kunden hätte verschlechtern können. Dies gilt unabhängig von der sachlichen Abgrenzung eines Marktes für den Handel mit Töpfen und Verpackungen bzw. eines Marktes für den Vollsortimentshandel mit Gartenbauprodukten und auch unter Zugrundelegung der zusätzlich betrachteten engeren Marktgebiete als NRW. In allen Fällen war ein Ausgleich des fusionsbedingt entfallenden Wettbewerbsdrucks durch Marktzutritte von bislang nicht im relevanten Markt tätigen Anbietern bzw. durch die Expansion bereits dort tätiger Anbieter innerhalb der nächsten Jahre nicht zu erwarten.

Die Zusammenschlussbeteiligten sind der vorläufigen Bewertung des Amtes entgegengetreten. Aufgrund der Rücknahme der Anmeldung erfolgte indes von ihrer Seite keine vertiefte Stellungnahme mehr zum Sachverhalt und seiner Bewertung.