



Fallbericht

4. Juli 2019

Erwerb des Geschäftsbereichs Papiervertrieb der OptiGroup AB in Deutschland durch die Inapa Investimentos Participações e Gestão S.A., Portugal (Papier Union / Papyrus)

Branche: Handel mit Papier

Aktenzeichen: B5-187/18

Datum der Entscheidung: 2. Juli 2019

Das Bundeskartellamt hat den geplanten Erwerb des Papierhandelsgeschäfts der OptiGroup AB („OptiGroup“) in Deutschland durch die Inapa Investimentos Participações e Gestão S.A. („Inapa“) im Hauptprüfverfahren (sog. „Zweite Phase“) freigegeben. Der Zusammenschluss betraf vor allem den Sortimentsmarkt für den Handel mit Papieren für Druckereien und den Handel mit Büropapier. Die umfangreichen Ermittlungen haben nicht hinreichend sicher ergeben, dass der Zusammenschluss zu einer erheblichen Behinderung wirksamen Wettbewerbs führen wird.

Bei Inapa handelt es sich um einen international tätigen Konzern, der unter eigenen oder unter Herstellermarken Papier an die grafische Industrie und Büros ggf. unter Einschluss eines ergänzenden Randsortiments wie z.B. Büromaterial vertreibt. In Deutschland ist sie mit ihrer Tochtergesellschaft Papier Union GmbH („Papier Union“) tätig.

Das Papiervertriebsgeschäft von OptiGroup in Deutschland betreibt im Wesentlichen die Papyrus Deutschland GmbH & Co. KG („Papyrus“), deren Kerngeschäft ebenfalls im Vertrieb von Papier vor allem an gewerbliche Druckereien, Verlage, Digitaldruckereien, Copy Center und Verwaltungen besteht.

Das Bundeskartellamt hat in sachlicher Hinsicht zwischen dem Markt für den Vertrieb von Druckereipapier und dem Markt für den Vertrieb von Büropapier unterschieden. Die Papiere unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihres Verwendungszwecks, ihres Abnehmerkreises und ihrer Formate. Büropapier wird von den Verwendern in Druckern, Faxgeräten und Kopierern verwendet und weist fast ausschließlich kleine Formate in Bögen auf. Sie können in Druckmaschinen regelmäßig nicht eingesetzt werden. Druckereipapiere sind demgegenüber großformatig und dafür geeignet, Bilder und Grafiken punktscharf wiederzugeben. Um dies zu erreichen, ist die Oberfläche von Druckereipapier in der Regel behandelt (gestrichen, matt, halbmatt, glänzend). Büropapiere werden an Verwaltungen, Copy Shops, Fachhändler und

Endverbraucher vertrieben, während Druckereipapiere an Druckereien verkauft werden. Darüber hinaus hat das Bundeskartellamt die Märkte nicht nach weiteren Papierarten unterteilt.

Druckereien erhalten Druckereipapier im Wege des Lager-, des Strecken- und des Direktbelieferungsgeschäfts. Im sog. Lagergeschäft kaufen die Papierhandelsunternehmen das Druckereipapier von den Herstellern und beliefern von ihrem jeweiligen Lager aus die verschiedenen Kunden. Im sog. Streckengeschäft vermitteln die Papierhändler Kundenaufträge an die Papierhersteller. Während die Hersteller das Papier direkt an die Kunden liefern, halten die Papierhändler die Kundenbeziehung und wickeln den Auftrag kaufmännisch ab. Im Rahmen der Direktbelieferung besteht die Geschäftsbeziehung unmittelbar zwischen den Papierherstellern und den Nachfragern unter Ausschluss des Papierhandels. Das Bundeskartellamt hat auf Grund der Ermittlungsergebnisse festgestellt, dass es offen bleiben kann, ob Lager- und Streckengeschäft einen einheitlichen sachlichen Markt darstellen oder jeweils eigenständige Märkte bilden. Jedenfalls das Direktbelieferungsgeschäft ist aber derzeit nicht dem Markt zuzurechnen. Denn bisher hat nur der Papierhersteller Sappi Ltd. in größerem Umfang die Direktbelieferung von mittelgroßen und größeren Druckereien aufgenommen. Die Papierhersteller knüpfen die Direktbelieferung von Druckereien derzeit an Mindestbestellmengen, Kreditfähigkeit und Serviceerwartungen, die vor allem kleine und zum Teil auch mittelgroße Druckereien nicht erfüllen. Der Vertriebsweg „Direktbelieferung“ durch die Hersteller steht den Druckereien daher derzeit nicht uneingeschränkt zur Wahl. Der Wettbewerbsdruck, der insbesondere von der Sappi Ltd. ausgeht, ist aber bei der wettbewerblichen Würdigung zu berücksichtigen.

Bei der räumlichen Marktabgrenzung konnte das Bundeskartellamt offenlassen, ob es sich um einen bundesweiten oder räumlich regionale Märkte in Deutschland handelt.

Es ist nicht hinreichend sicher anzunehmen, dass die aus dem Zusammenschluss resultierenden unilateralen und koordinierten Effekte so umfangreich bzw. wahrscheinlich sind, dass sie die Untersagungsvoraussetzungen erfüllen.

Die Marktanteile von Papier Union / Papyrus liegen nach dem Zusammenschluss bei ca. 40 - 45% und erreichen damit rechnerisch die Vermutungsschwelle für die Einzelmarktbeherrschung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen.¹ Der Einzelmarktbeherrschung steht jedoch entgegen, dass der größte Wettbewerber, die Igepa Group, einen leicht höheren Marktanteil aufweist. Papier Union und Papyrus sind nahe Wettbewerber, allerdings beurteilen die Kunden auch die anderen Papierhändler – allen voran

¹ § 18 Abs. 4 GWB

Igepa – in wesentlichen Kriterien sehr ähnlich. Die Ermittlungen des Bundeskartellamts haben zudem ergeben, dass die Druckereien Geschäftsbeziehungen mit mehreren Papierlieferanten pflegen und daher recht schnell und unkompliziert mit ihren Bezugsmengen von einem Papierhändler zu einem anderen Papierhändler wechseln können. Igepa und die übrigen Papierhandelsunternehmen können zusätzliche Nachfrage auch bedienen, da sie über weitgehend ähnliche Sortimente verfügen, sowie nicht ausgelastete Kapazitäten und einen vergleichbaren Zugang zu den Papierherstellern haben. Zusätzlich zu den Papierhändlern übt Sappi Ltd. durch sein Direktgeschäft Wettbewerbsdruck auf Papier Union / Papyrus aus. Ob und wie die anderen Papierhersteller ihren Direktvertrieb ausweiten werden, ist derzeit nicht klar prognostizierbar. Es ist jedoch umso wahrscheinlicher, je schlechter die Leistungen des Papierhandels ausfallen. Der Verhaltensspielraum von Papier Union / Papyrus wird daher durch diese Faktoren eingeschränkt.

Papier Union / Papyrus überschreiten zusammen mit Igepa nach dem Zusammenschluss rechnerisch ebenfalls die Vermutungsschwelle für die gemeinsame Marktbeherrschung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen², da sie zusammen Marktanteile von mehr als 50% und auch mehr als zwei Drittel erzielen. Zwar würden die dann symmetrischeren Markt- und Unternehmensstrukturen eine Verhaltenskoordinierung erleichtern, es kann allerdings nicht hinreichend sicher angenommen werden, dass in Zukunft eine stillschweigende Koordinierung stabil wäre. Gegen diese sprechen die sich wandelnde Marktstruktur auf einem schrumpfenden Gesamtmarkt sowie der bestehende Außenwettbewerb.

Es bestehen jedoch wirtschaftliche Anreize für Igepa und Papier Union / Papyrus, die erheblichen Kosten des Lagergeschäfts auf eine möglichst breite Kundenbasis zu verteilen. In einem schrumpfenden Markt ist dies nur zu Lasten des Wettbewerbers möglich. Dabei geht von Sappi Ltd. wettbewerblicher Druck auf die beiden Papierhändler aus. Ob und wie schnell ein vergleichbarer wettbewerblicher Druck im Wege der Direktbelieferung künftig auch von anderen Papierherstellern ausgeübt wird, ist derzeit nicht belastbar zu prognostizieren.

Auf dem sachlichen Markt für den Vertrieb von Büropapier liegen die Marktanteile von Papier Union / Papyrus deutlich unter der Vermutungsschwelle für die Einzelmarktbeherrschung von 40%. Neben den Papierhändlern sind weitere Anbieter wie z.B. international tätige Büroausstatter tätig, wie z.B. Staples Deutschland GmbH & Co. KG, Lyreco Deutschland GmbH, Office Depot Deutschland GmbH sowie die Adveo Deutschland GmbH. Von den Marktteilnehmern wurden darüber hinaus noch eine größere Zahl weiterer Fachmärkte und Anbieter von Büropapier benannt, die zum Teil regionale Schwerpunkte aufweisen. Mehrere

² § 18 Abs. 6 Nr. 1, 2 GWB

dieser Anbieter von Büropapier führen ein umfassendes Büroausstattungsassortiment, wodurch Verwaltungen eine einfachere Bestellung und Belieferung offen steht (one-stop-shop-Prinzip). Den Nachfragern steht nach dem Zusammenschluss eine größere Anzahl von Lieferanten zur Auswahl zur Verfügung, so dass Papier Union / Papyrus nicht über einen wettbewerblich nicht mehr kontrollierten Verhaltensspielraum verfügen.

Bei dem Vertrieb von Büromaterial, Verpackungen und Produkten der visuellen Kommunikation (Viscom), erzielt Papier Union / Papyrus nur relativ geringe Marktanteile bzw. die Marktanteilsaddition fällt sehr gering aus und es gibt eine hinreichend große Anzahl verbleibender Wettbewerber auf dem jeweiligen Markt. Die Untersagungs Voraussetzungen sind daher nicht erfüllt.