

## Wettbewerbsaufsicht in Deutschland

### Aufgabenblatt

# Wieso kontrolliert das Bundeskartellamt Fusionen?

## M1

### Bundeskartellamt gibt Zusammenschlussvorhaben EDEKA/Tengelmann unter aufschiebender Bedingung frei (2008)

Das Bundeskartellamt hat am 30. Juni 2008 ein von EDEKA und Tengelmann gemeinsam kontrolliertes Gemeinschaftsunternehmen unter Nebenbedingungen freigegeben. Die Unternehmen beabsichtigen, die Discountketten Netto Marken-Discount und Plus zusammenzufassen und dann unter dem Namen ‚Netto Marken-Discount‘ weiter zu führen. [...]

Quelle: Pressemitteilung des Bundeskartellamtes vom 1.7.2008.

[...] Die Nebenbedingungen sahen die Veräußerung der wettbewerblich problematischen Plus-Standorte in den Regionen vor, in denen EDEKA schon vor dem Zusammenschluss über hohe Marktanteile verfügte, und es durch das Vorhaben zu einem erheblichen Marktanteilszuwachs gekommen wäre. Von den 357 zu veräußernden Standorten wurden 313 Standorte von REWE, sechs Standorte von Okle und ein Standort von Lidl übernommen. Alle drei Erwerber haben dem Bundeskartellamt ihr Interesse an der Fortführung der erworbenen Standorte im Wettbewerb zur EDEKA nachgewiesen. Der Marktanteilszuwachs von EDEKA in den betroffenen Regionalmärkten wird damit unterbunden.

Darüber hinaus hätte der angemeldete Zusammenschluss die heute ohnehin schon bestehende hohe Marktkonzentration bei der Warenbeschaffung verschärft und zu noch größeren Abhängigkeiten der Lieferanten geführt. Ein signifikanter Ausbau der Position der EDEKA auf den Beschaffungsmärkten hätte auch ihre Marktstellung auf den Absatzmärkten weiter gestärkt, zumal EDEKA die übernommenen Standorte auch in den bereits heute hoch konzentrierten Regionen weitestgehend auf das – wirtschaftlich erfolgreichere – Netto Marken-Discount-Konzept umgestellt hätte. Das Bundeskartellamt hat deshalb darauf gedrungen, dass EDEKA und Tengelmann für das Supermarktgeschäft keine Beschaffungskoooperation eingehen. [...]

Quelle: Pressemitteilung des Bundeskartellamtes vom 09.12.2008.



# Wettbewerbsaufsicht in Deutschland

## M2

### EU-Kommission erlaubt E-Plus-Übernahme durch O2 (2014)

[...] Die EU hat eine geplante Riesenfusion auf dem Mobilfunk-Markt erlaubt. Die Übernahme von E-Plus durch die spanische O2-Mutter Telefónica Deutschland werde genehmigt, sei aber an Auflagen gebunden, teilte die Behörde mit.

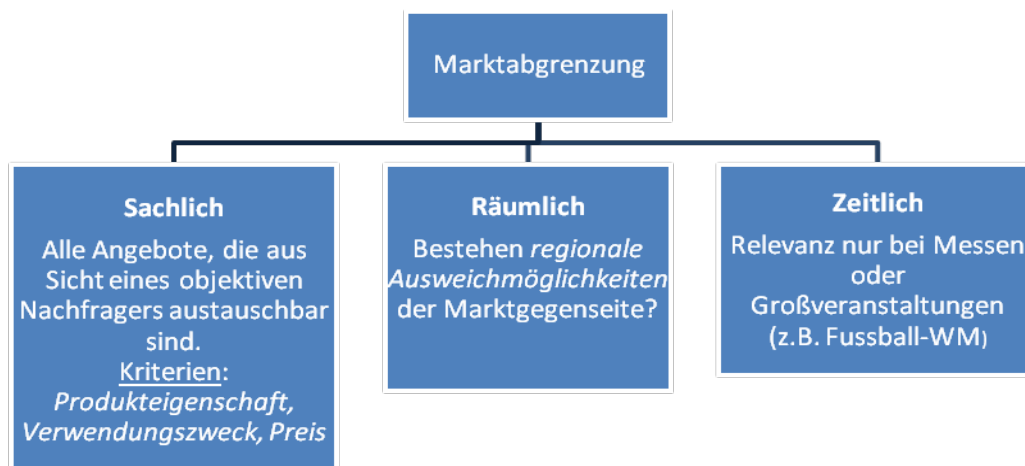
Durch die 8,6 Milliarden Euro schwere Fusion entsteht der nach Kunden größte Mobilfunkanbieter in Deutschland. Telefónica muss jedoch bis zu 30 Prozent seiner Netzkapazitäten in Deutschland abtreten und ein Radiowellenspektrum sowie andere Vermögenswerte verkaufen. Dies soll neuen Wettbewerbern Zugang zum deutschen Markt gewähren und kleinere Konkurrenten wettbewerbsfähiger machen.

Die Verpflichtungen würden gewährleisten, dass die Übernahme von E-Plus den Wettbewerb auf dem deutschen Telekommunikationsmarkt nicht beeinträchtigt, erklärte EU-Wettbewerbskommissar Joaquín Almunia. [...]

Quelle: Spiegel Online (2.7.2014): <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/mobilfunk-fusion-von-o2-und-e-plus-eu-kommission-erlaubt-uebernahme-a-978734.html>

## M3 Der relevante Markt

Bevor das Bundeskartellamt entscheiden kann, ob ein Zusammenschluss den Wettbewerb schädigt, muss erst der Markt bestimmt werden, auf dem dieser Wettbewerb wirkt. Dieser sogenannte relevante Markt umfasst alle die alternativen Angebote, gegen die der Konsument das vom Zusammenschluss betroffene Produkt austauschen könnte. Der relevante Markt wird in sachlicher, räumlicher und in Ausnahmefällen auch in zeitlicher Hinsicht abgegrenzt. Die korrekte Marktabgrenzung hat eine große Bedeutung für die richtige Beurteilung der wettbewerbslichen Auswirkungen eines Zusammenschlusses.



# Wettbewerbsaufsicht in Deutschland

## Aufgaben

1. Erklären Sie anhand von M1, warum das Bundeskartellamt die genannten Bedingungen für die Freigabe der Fusion gestellt hat. Welche möglichen Auswirkungen einer Fusion auf die regionalen Märkte sollten so verhindert werden?
2. Erläutern Sie anhand von M1, welche möglichen negativen Auswirkungen sowohl für die Käufer als auch für die Warenlieferanten mit den genannten Bedingungen verhindert wurden.
3. Stellen Sie in der Gruppe anhand von M2 dar, warum die Fusion freigegeben werden konnte.
4. Erklären Sie anhand von M3, welches der sachlich und räumlich relevante Markt für die folgenden Zusammenschlussvorhaben sein könnte:
  - a) Zwei Speiseeisproduzenten, die für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel Handelsmarkeneis produzieren, schließen sich zusammen.
  - b) Das Lichtspielhaus Lübeck-Zentrum und das Kinocenter Lübeck schließen sich zusammen.
  - c) Die Akutklinik Mainz übernimmt das benachbarte Akutkrankenhaus Wiesbaden.
  - d) Ein Verlag, der eine überregionale Tageszeitung herausbringt, erwirbt eine weitere, in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratene, Tageszeitung mit bundesweiter Verbreitung.
  - e) Eine deutsche Werft, die Kreuzfahrtschiffe herstellt, erwirbt eine finnische Werft. Auch hier werden Kreuzfahrtschiffe hergestellt und international vertrieben.
5. Das Bundeskartellamt soll Zusammenschlüsse verhindern, die den wirksamen Wettbewerb erheblich behindern. Für welche der folgenden Zusammenschlüsse könnte das Ihrer Meinung nach gelten?
  - a) Der Marktführer für Staubsauger kauft seinen schärfsten Konkurrenten auf, um den in letzter Zeit scharfen Preiswettbewerb im Markt abzumildern.
  - b) Ein Hamburger Zementwerk übernimmt ein anderes Zementwerk in Karlsruhe. Der Lieferradius für Zement liegt bei rund 25 Kilometern.
  - c) Ein Maschinenbauunternehmen übernimmt den einzigen Zulieferer für Speziallacke, von dem auch die Wettbewerber solche Lacke beziehen.
  - d) Eine Großbäckerei wird von einem Wurstfabrikanten aufgekauft um das Produktportfolio auszuweiten.

## Wettbewerbsaufsicht in Deutschland

# Wieso kontrolliert das Bundeskartellamt Fusionen?

### Lösungsskizzen

1. und 2.

- Durch den Verkauf von rund 360 Supermärkten wurde verhindert, dass EDEKA in den betroffenen Regionen erhebliche Marktanteile dazugewinnt. Das betrifft die Standorte, an denen EDEKA ohnehin schon groß ist und durch den Zusammenschluss teilweise der einzige Anbieter geworden wäre. Das Bundeskartellamt hielt das für problematisch und nicht mit dem Wettbewerbsrecht vereinbar.
- Die Erwerber dieser Supermärkte mussten dem Bundeskartellamt zuvor nachweisen, dass sie die Standorte weiter betreiben werden, so dass der Wettbewerb um die Käufer vor Ort erhalten bleibt.
- Bei der Fusionskontrolle betrachtet das Bundeskartellamt alle vom Zusammenschluss betroffenen Märkte. In diesem Fall neben dem Absatzmarkt auch die Beschaffungsmärkte, also den Einkauf von Waren. Dadurch wird sichergestellt, dass auch der Wettbewerb im Verhältnis zu den Lieferanten bestehen bleibt. Die Erfüllung der Nebenbedingungen stellt für die Lieferanten sicher, dass sie in den betroffenen Regionen nicht von einem Handelsunternehmen abhängig werden. Eine solche Abhängigkeit kann sich beispielsweise in den Konditionenverhandlungen zwischen den Lieferanten und dem Handelsunternehmen auswirken.

3.

- Die EU-Kommission hatte Bedenken, dass durch den Zusammenschluss zwei enge Wettbewerber vom deutschen Mobilfunkmarkt entfernt werden würden.
- Um diese Bedenken auszuräumen, hat Telefónica gegenüber der EU-Kommission Verpflichtungen angeboten, die die negativen Auswirkungen des Zusammenschlusses beheben und neuen Wettbewerbern den Zugang zum deutschen Markt gewähren sollen.
- Telefónica wird bis zu 30 Prozent seiner Netzkapazitäten in Deutschland abtreten und ein Radiowellenspektrum sowie andere Vermögenswerte verkaufen.

4.

- a) Zwei Speiseeisproduzenten, die für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel Handelsmarkeneis produzieren, schließen sich zusammen.

**Sachlich relevanter Markt:** Der betroffene Markt ist der Markt für Handelsmarkeneis (Eigenmarken der Supermärkte). Demgegenüber gibt es noch den Markt für Herstellermarkeneis (Angebot bekannter Marken wie Langnese oder Mövenpick). Beide Märkte unterscheiden sich in der Sortimentsstrategie und darin, dass Produzenten, die für den einen Markt produzieren, in der Regel nicht für den anderen produzieren.

**Räumlich relevanter Markt:** Der Markt ist deutschlandweit relevant, weil Lebensmitteleinzelhändler zum weit überwiegenden Teil deutschlandweit einkaufen.

## Wettbewerbsaufsicht in Deutschland

- b) Das Lichtspielhaus Lübeck-Zentrum und das Kinocenter Lübeck schließen sich zusammen.  
**Sachlich relevanter Markt:** Es ist von einem einheitlichen sachlichen Markt für Kinoangebote auszugehen. Nicht darunter fallen z.B. Videotheken und Streamingdienste.  
**Räumlich relevanter Markt:** Der regionale Markt umfasst den Raum Lübeck. Nur Kinokunden aus diesem Raum werden typischerweise das Angebot nutzen.
- c) Die Akutklinik Mainz übernimmt das benachbarte Akutkrankenhaus Wiesbaden.  
**Sachlich relevanter Markt:** Der sachlich relevante Markt ist der Markt für Akutkrankenhäuser. Das Bundeskartellamt unterscheidet einzelne vergleichbare Krankenhausleistungen, wie Akutversorgung und Reha-Maßnahmen. Typisch für den Krankenhausmarkt ist es, dass die Anbieter vor allem in einem intensiven Qualitätswettbewerb stehen, da die Preise meist durch die Krankenkassen vorgegeben werden.  
**Räumlich relevanter Markt:** Der räumliche Markt ist durch das Patienteneinzugsgebiet gekennzeichnet. Betroffen ist also der Raum Mainz/Wiesbaden.
- d) Eine deutsche Werft, die Kreuzfahrtschiffe herstellt, erwirbt eine finnische Werft. Auch hier werden Kreuzfahrtschiffe hergestellt und international vertrieben.  
**Sachlich relevanter Markt:** Der sachlich relevante Markt betrifft die Herstellung und den Vertrieb von Kreuzfahrtschiffen. In diesem Markt gibt es wenige Anbieter und wenige Nachfrager.  
**Räumlich relevanter Markt:** Der Markt für die Herstellung und den Vertrieb von Kreuzfahrtschiffen ist ein weltweiter Markt, weil der Einkauf von Kreuzfahrtschiffen weltweit erfolgt.
- e) Ein Verlag, der eine überregionale Tageszeitung herausbringt, erwirbt eine weitere, in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratene, Tageszeitung mit bundesweiter Verbreitung.  
**Sachlich relevanter Markt:** Eine Tageszeitung agiert in der Regel auf zwei unterschiedlichen relevanten Märkten, dem Leser- und dem Anzeigenmarkt für Werbekunden.  
**Räumlich relevanter Markt:** Der Leser- und der Anzeigenmarkt sind durch die Regionen, in denen die Zeitung erscheint, abgegrenzt. In diesem Fall ist daher von einem bundesweiten Markt auszugehen.
- 5.
- a) Wirksamer (Preis-) Wettbewerb würde verhindert.
- b) Aufgrund des festgelegten Lieferradius keine Behinderung wirksamen Wettbewerbs. Zwei unterschiedliche (räumlich relevante) Märkte sind hier betroffen.
- c) Wirksamer Wettbewerb würde behindert; durch die Übernahme würde das Maschinenbauunternehmen eine sehr starke Marktstellung erhalten. Es droht der Missbrauch dieser Stellung zum Nachteil der Wettbewerber, die die Speziallacke beziehen müssen.
- d) Keine Behinderung wirksamen Wettbewerbs, da zwei unterschiedliche (sachlich relevante) Märkte betroffen sind (Herstellung von Backwaren, Herstellung von Wurstwaren). Die Marktanteile auf den jeweiligen Märkten ändern sich nicht.

## Wettbewerbsaufsicht in Deutschland

### Diskussionsanregungen

- Handelsunternehmen, die über eine sehr starke Marktposition verfügen, wird immer wieder vorgeworfen, dass sie ihre Stellung in den Konditionen-Verhandlungen mit ihren Lieferanten (missbräuchlich) ausnutzen. Die Handelsunternehmen argumentieren, dass sie (erlaubte) „harte“ Verhandlungen zum Wohle der Verbraucher führen. Diskutieren Sie das Spannungsfeld zwischen diesen beiden Positionen.
- Ist es gerechtfertigt, dass Unternehmen aus eigener Kraft heraus unbeschränkt wachsen dürfen und sogar zu einem Monopolisten werden können, jedoch bei der Übernahme von anderen Unternehmen ab einer bestimmten Größe mit einer Untersagung durch das Bundeskartellamt rechnen müssen?
- In der Politik wird gelegentlich der Ruf laut, man müsse die Fusionskontrolle lockern, um „Europäische Champions“ aufzubauen, die mit ihren internationalen Rivalen konkurrieren können. Nur solche großen Unternehmen könnten auf den Weltmärkten bestehen und den Wohlstand sichern. Diskutieren Sie diesen Standpunkt und erläutern Sie dabei, welche Vor- und Nachteile generell mit zunehmender Unternehmensgröße einhergehen.