

DE

***Fall Nr. COMP/M.7189 - ALSO/ ALPHA INTERNATIONAL***

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

**VERORDNUNG (EG) Nr. 139/2004  
ÜBER FUSIONSVERFAHREN**

---

Artikel 6, Absatz 1, b KEINE EINWÄNDE  
Datum: 21/05/2014

***In elektronischem Format auf der EUR-Lex Website unter  
der Dokumentennummer 32014M7189***



In der veröffentlichten Version dieser Entscheidung wurden bestimmte Informationen gem. Art. 17 (2) der Ratsverordnung (EG) Nr. 139/2004 über die Nichtveröffentlichung von Geschäftsgeheimnissen und anderen vertraulichen Informationen ausgelassen. Die Auslassungen sind durch Klammern [...] gekennzeichnet. Soweit möglich wurden die ausgelassenen Informationen durch eine Bandbreite/Bereichsangabe von Zahlen oder eine allgemeine Beschreibung ersetzt.

Brüssel, 22.5.2014  
C(2014) 3484 final

ZUR VERÖFFENTLICHUNG  
BESTIMMTE VERSION

FUSIONSKONTROLLVERFAHREN

**An den Anmelder:**

**Betr.:            Sache M.7189 – ALSO/ Alpha International  
                         Kommissionsbeschluss nach Artikel 6(1)(b) der Verordnung (EG)  
                         Nr. 139/2004 des Rates<sup>1</sup>**

Sehr geehrte Damen und Herren,

- (1) Am 10.04.2014 ist die Anmeldung eines Zusammenschlusses nach Artikel 4 der Fusionskontrollverordnung bei der Europäischen Kommission eingegangen. Danach ist Folgendes beabsichtigt: Das zur Droege-Gruppe gehörende Unternehmen ALSO Holding AG ("ALSO", Schweiz) erwirbt im Sinne von Art.3 Abs. 1 (b) der Fusionskontrollverordnung ("FKVO") alleinige Kontrolle an der Alpha International B.V. ("Alpha International", Niederlande) im Wege des Erwerbs sämtlicher Geschäftsanteile<sup>2</sup> (ALSO und Alpha International werden nachfolgend auch als "die Parteien" oder "die am Zusammenschluss beteiligten Unternehmen" bezeichnet).

**1. DIE BETEILIGTEN**

- (2) ALSO ist ein Unternehmen, das zur Droege-Gruppe gehört. ALSO ist im Großhandel von Produkten, Lösungen und Dienstleistungen aus den Bereichen Informationstechnologie, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik in Europa tätig.
- (3) Alpha International ist ein Großhändler von IT-Verbrauchsmaterialien mit einem Schwerpunkt auf Druckerzubehör (z.B. Druckerpatronen, Tonerkartuschen).

---

<sup>1</sup> ABl. L 24 vom 29.1.2004, S. 1 („Fusionskontrollverordnung“). Mit Wirkung vom 1. Dezember 2009 wurden mit dem Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union („AEUV“) einige Begriffe geändert. So wurde zum Beispiel „Gemeinschaft“ durch „Union“ und „Gemeinsamer Markt“ durch „Binnenmarkt“ ersetzt. In diesem Beschluss wird durchgehend die Terminologie des AEUV verwendet.

<sup>2</sup> Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union, C 119 vom 23.4.2014, S. 4

## **2. DAS VORHABEN UND DER ZUSAMMENSCHLUSS**

- (4) Das Vorhaben besteht im Erwerb alleiniger Kontrolle von ALSO an Alpha International im Wege des Erwerbs sämtlicher Geschäftsanteile. Das Vorhaben stellt damit einen Zusammenschluss im Sinne von Art. 3 Abs. 1 (b) FKVO dar.

## **3. EU-WEITE BEDEUTUNG DES ZUSAMMENSCHLUSSES**

- (5) Die beteiligten Unternehmen erzielen zusammen einen weltweiten Gesamtumsatz von mehr als 5 Mrd. EUR<sup>3</sup> (ALSO: EUR [...], Alpha International: EUR 749 Mio.). Sie haben einen EU-weiten Gesamtumsatz von jeweils mehr als 250 Mio. EUR (ALSO: [...] Mio.; Alpha International: EUR [...]), erzielen jedoch nicht mehr als zwei Drittel ihres EU-weiten Gesamtumsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Der angemeldete Zusammenschluss hat daher EU-weite Bedeutung im Sinne von Art. 1 Abs. 2 FKVO.

## **4. WÜRDIGUNG**

- (6) Die Geschäftstätigkeiten der Parteien überschneiden sich horizontal im Bereich des Großhandels mit Verbrauchsmaterialien und Zubehör für Drucker und führen – abhängig von der genauen Abgrenzung des räumlichen Marktes – zu betroffenen Märkten in Dänemark, Finnland, Österreich und Norwegen. Die horizontalen Überschneidungen im Bereich des Großhandels mit IT-Produkten sind vernachlässigbar gering und führen nur zu einem betroffenen Markt in Finnland. Der Zusammenschluss führt unter keiner denkbaren Marktabgrenzung zu vertikal betroffenen Märkten.<sup>4</sup>

### **4.1. Die sachlich relevanten Märkte**

#### *4.1.1. Großhandel mit Verbrauchsmaterial und Zubehör für Drucker*

- (7) Die Parteien sind der Auffassung, dass der Markt für den Großhandel mit Verbrauchsmaterialien und Zubehör für Drucker nicht weiter unterteilt werden sollte. Sollte der Markt jedoch weiter untergliedert werden, so wäre nach Vertriebskanälen zu unterscheiden und jeweils getrennte Märkte für den Vertrieb von Printing Consumables über IT-Großhändler, auf Printing Consumables spezialisierte Großhändler und Großhändler für herkömmlichen Bürobedarf abzugrenzen.<sup>5</sup> Im Ergebnis könne die genaue sachliche Marktabgrenzung jedoch offenbleiben, da der Zusammenschluss unter keiner denkbaren Marktabgrenzung wettbewerbliche Bedenken aufwerfe.
- (8) Die Kommission ging im Bereich der Verbrauchsmaterialien und Zubehör für Drucker (nachfolgend auch als "Printing Consumables" oder "Printing Supplies" bezeichnet) in einem vorangegangenen Fall von einem eigenständigen sachlichen

---

<sup>3</sup> Umsatzberechnung nach Artikel 5 der Fusionskontrollverordnung.

<sup>4</sup> Die Geschäftstätigkeiten der Parteien überschneiden sich in geringem Umfang auch im Großhandel mit Papier. Dies führt hier jedoch nicht zu betroffenen Märkten.

<sup>5</sup> Unter einer solch engen sachlichen Marktabgrenzung würden sich die Geschäftstätigkeiten von ALSO (Großhändler für IT-Produkte) und Alpha International (spezialisierte Großhändler für Verbrauchsmaterialien und Zubehör für Drucker mit nur äußerst geringen Umsätzen in Höhe von [...]. EUR im Bereich IT-Produkte) nicht überschneiden. Daher würden im Bereich Verbrauchsmaterialien für Drucker keine betroffenen Märkte existieren.

Markt für Printing Consumables aus.<sup>6</sup> Sie erhielt bei den damaligen Marktermittlungen Hinweise darauf, dass Kunden Printing Consumables sowohl über Großhändler für IT-Produkte als auch über Großhändler für herkömmlichen Bürobedarf beschaffen. Ein eigenständiger Markt für Verkäufe über spezialisierte Großhändler für Printing Consumables, wie ihn die Parteien hier vorschlagen, wurde damals nicht erwogen. Im Ergebnis wurde die Marktabgrenzung jedoch offen gelassen.

- (9) Die Ermittlungen im vorliegenden Fall haben erneut bestätigt, dass der Großhandel mit Printing Consumables einen eigenständigen sachlichen Markt darstellt, der vom Großhandel mit IT-Produkten oder dem Großhandel mit herkömmlichem Bürobedarf zu unterscheiden ist. Obschon IT-Großhändler auch Printing Consumables verkaufen, fragen deren Kunden diese zumeist nicht in einem Bündel mit IT-Produkten nach. Die Mehrheit der Antwortenden hat angegeben, dass Printing Consumables und IT-Produkte bei unterschiedlichen Großhändlern beschafft werden. Die überwiegende Mehrheit der Kunden hält es darüber hinaus nicht für wichtig, Printing Consumables und IT-Produkte beim gleichen Großhändler beziehen zu können. Dementsprechend halten auch die meisten antwortenden Marktteilnehmer den Großhandel mit Printing Supplies für einen eigenständigen sachlichen Markt, der von dem Großhandel mit IT-Produkten oder dem Großhandel mit herkömmlichem Bürobedarf abzugrenzen ist.
- (10) Allerdings haben die Marktermittlungen der Kommission im vorliegenden Fall Hinweise darauf geliefert, dass eine Unterscheidung nach Vertriebskanälen nicht geboten sein könnte und sowohl Verkäufe von Printing Consumables über spezialisierte Großhändler als auch über Großhändler von IT-Produkten und Großhändler von Bürobedarf dem Markt zuzurechnen sind. Knapp die Hälfte der antwortenden Kunden hat angegeben, Printing Consumables über mehr als einen Vertriebsweg zu beschaffen. Dabei bezieht die weit überwiegende Mehrheit der antwortenden Kunden Printing Consumables nicht ausschließlich bei darauf spezialisierten Großhändlern – wie etwa Alpha International –, sondern zumeist (auch) bei IT-Großhändlern – mitunter sogar als einzige Bezugsquelle. Lediglich ein Kunde hat angegeben, Printing Consumables ausschließlich bei darauf spezialisierten Großhändlern zu beschaffen. Auch alle antwortenden Wettbewerber sehen sich im Wettbewerb stehen mit Großhändlern anderer Vertriebskanäle. Vieles spricht daher dafür, die Großhandelsverkäufe von Printing Consumables über alle Vertriebskanäle einem einheitlichen Markt zuzurechnen.
- (11) Im Ergebnis kann die genaue sachliche Marktabgrenzung jedoch offengelassen werden, da das Vorhaben für keine der möglichen Marktabgrenzungen wettbewerbliche Bedenken aufwirft.

#### 4.1.2. *Großhandel mit IT-Produkten*

- (12) Die Parteien verweisen zur Marktabgrenzung im Bereich des Großhandels mit IT-Produkten auf die bisherige Praxis der Kommission, wonach der Markt eine breitere Palette unterschiedlicher IT-Produkte umfasst, unter anderem PCs, Server, Drucker, Scanner, Speicherprodukte, Netzwerkausrüstung, verpackte Softwarepakete und verschiedene digitale Konsumelektronikprodukte. Allerdings sind sie der Auffassung, dass auch der durch die Hersteller von IT-Produkten stattfindende Direktvertrieb unter Umgehung spezialisierter Großhändler dem Großhandelsmarkt zuzurechnen sei.

---

<sup>6</sup> COMP/M.6382 – *Unipapel/Spicers*, Rz. 46-51.

- (13) Die Kommission ging in früheren Fällen von einem einheitlichen Großhandelsmarkt für IT-Produkte aus, der nicht weiter nach Produktkategorien zu unterteilen ist.<sup>7</sup> Offen gelassen wurde die Frage, ob auch der Direktvertrieb von Herstellern dem Großhandelsmarkt zuzurechnen ist.
- (14) Wie auch in früheren Fällen ergaben die Ermittlungen im vorliegenden Fall keine Hinweise darauf, dass der Markt weiter nach Produktkategorien zu unterteilen ist.
- (15) Die Frage der exakten Marktabgrenzung kann im vorliegenden Fall aber offenbleiben, da die Überschneidungen der Parteien im Bereich des Großhandels mit IT-Produkten bei jeder denkbaren sachlichen Marktabgrenzung äußerst gering und wettbewerbliche Bedenken unter keinen Umständen ersichtlich sind.

## **4.2. Die räumlich relevanten Märkte**

### *4.2.1. Großhandel mit Verbrauchsmaterial und Zubehör für Drucker*

- (16) Die Parteien gehen davon aus, dass der Markt in räumlicher Hinsicht mindestens EWR-weit abzugrenzen ist. So seien die Wettbewerbsbedingungen innerhalb des EWR weitgehend homogen und die Transportkosten gering. Überdies erfolge die Beschaffung der Großhändler für den gesamten EWR zentralisiert und die Einkaufspreise seien weitgehend harmonisiert.
- (17) Die Kommission hingegen hat im Bereich des Großhandels mit Printing Consumables in einem früheren Fall Anhaltspunkte dafür gefunden, dass jeweils nationale Märkte für den Großhandel mit Printing Supplies abzugrenzen sind. So wurde festgestellt, dass Nachfrager oftmals nationale Präferenzen haben und der Vertrieb der Großhändler national organisiert ist. Nichtsdestotrotz wurde jedoch die genaue räumliche Marktabgrenzung offengelassen.<sup>8</sup>
- (18) Im vorliegenden Fall haben die Ermittlungen der Kommission teilweise erneut Hinweise auf nationale Märkte ergeben. So ist der Großhandel oftmals national organisiert und die Kundenstruktur in den Mitgliedstaaten unterscheidet sich voneinander. Die Anbieter müssen daher ihre Vertriebsstrategien gegebenenfalls bestehenden nationalen Marktgegebenheiten anpassen. Die wichtigsten Großhändler unterhalten Vertriebsbüros oder Vertriebspersonal in den Staaten, in denen sie tätig sind. Die antwortenden Wettbewerber halten die Hürden, um in anderen Mitgliedstaaten tätig zu werden, für hoch.
- (19) Allerdings gibt es auch Faktoren, die für einen weitergefassten EWR-weiten Markt sprechen. So scheint das Preisniveau EWR-weit vergleichsweise homogen zu sein und wesentliche Preisunterschiede nicht zu bestehen. Die wichtigsten Wettbewerber der Parteien sind in etlichen Mitgliedstaaten tätig. Sie beliefern auch Kunden in Mitgliedstaaten, in denen sie nicht über eine lokale Präsenz verfügen. Ihre Beschaffung erfolgt – jedenfalls teilweise – zentralisiert. Auch einige Kunden haben angegeben, dass ihre Beschaffung von Printing Supplies für alle Mitgliedstaaten, in denen sie tätig sind, zentralisiert ist oder sie – im Falle einer dezentralen Beschaffung – jedenfalls Angebote von Großhändlern aus anderen Mitgliedstaaten einholen. Selbst Kun-

---

<sup>7</sup> COMP/M.3107 – *Tech Data Corporation/Azlan Group*, Rz. 10-12; COMP/M.5099 – *Arrow Electronics/Logix*, Rz. 20f.; COMP/M.5091 – *Tech Data/Scribona*, Rz. 23f.; COMP/M.5986 – *Schindler/Droege/ALSO/Actebis*, Rz. 12f.

<sup>8</sup> COMP/M.6382 – *Unipapel/Spicers*, Rz. 66f.

den, die nur in einem Mitgliedstaat tätig sind, beschaffen ihre Produkte EWR-weit oder jedenfalls auch in anderen Mitgliedstaaten.

- (20) Im Ergebnis kann hier die genaue räumliche Marktabgrenzung offen bleiben, da unter keinen Umständen wettbewerbliche Probleme zu befürchten sind.

#### 4.2.2. *Großhandel mit IT-Produkten*

- (21) Die Parteien gehen davon aus, dass der Markt für IT-Produkte EWR-weit abzugrenzen ist. Sie verweisen darauf, dass die Wettbewerbsbedingungen EWR-weit einheitlich seien, die Beschaffung zentral erfolge, die Transportkosten gering seien und viele Anbieter Kunden in unterschiedlichen Mitgliedsstaaten aus einem zentralen Lager belieferten.

- (22) Auch die Kommission neigte in früheren Fällen im Bereich des Großhandels mit IT-Produkten zur Abgrenzung eines EWR-weiten Marktes, ohne über die genaue Marktabgrenzung abschließend zu entscheiden. Auch nach den Ermittlungen im vorliegenden Fall sind keine Gründe ersichtlich, hiervon abzuweichen. Da die Überschneidungen gering sind und wettbewerbliche Bedenken unter keiner denkbaren Marktabgrenzung ersichtlich sind, kann auch hier die genaue räumliche Marktabgrenzung offen bleiben.

### **4.3. Wettbewerbliche Würdigung**

#### 4.3.1. *Großhandel mit Verbrauchsmaterial und Zubehör für Drucker*

- (23) Im Bereich des Großhandels mit Verbrauchsmaterial und Zubehör für Drucker führt das Vorhaben nur dann zu betroffenen Märkten, wenn man räumlich von nationalen Märkten ausgeht. In diesem Fall sind die Märkte in Dänemark, Finnland, Österreich und Norwegen als betroffen anzusehen.

- (24) Geht man davon aus, dass in sachlicher Hinsicht ein enger Markt für Verkäufe von Printing Consumables über spezialisierte Großhändler – wie Alpha International – existiert, dem Verkäufe über IT-Großhändler – wie ALSO – nicht zuzurechnen wären, so führte das Vorhaben nicht zu horizontalen Überschneidungen zwischen den Parteien.

- (25) Nimmt man hingegen an, dass der Großhandel mit Druckerverbrauchsmaterialien – unabhängig vom Vertriebskanal – einen einheitlichen sachlichen Markt darstellt, so ergeben sich auf Ebene des EWR geringe Überschneidungen. Der gemeinsame Marktanteil der Parteien liegt jedoch unterhalb von 20% (ALSO: [0-5]%; Alpha International: [5-10]%; zusammen: [10-20]%).

- (26) Geht man in räumlicher Hinsicht von nationalen Märkten aus und bezieht in sachlicher Hinsicht Verkäufe von Druckerverbrauchsmaterialien über IT-Großhändler (und auch Großhändler von Büromaterialien) in den Markt ein, so ergeben sich relevante Überschneidungen in Dänemark, Finnland, Österreich und Norwegen. Wie in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt liegen in diesen Ländern die gemeinsamen Marktanteile der Parteien über 20%.

	Marktanteil ALSO	Marktanteil Alpha Interna- tional	Gemeinsamer Marktanteil (alle Vertriebskanäle)
Dänemark	[30-40]%	[0-5]%	[30-40]%
Finnland	[20-30]%	[5-10]%	[20-30]%
Norwegen	[30-40]%	[5-10]%	[30-40]%
Österreich	[10-20]%	[5-10]%	[20-30]%

- (27) Die Parteien führen an, dass in diesen räumlichen Märkten auch nach dem Zusammenschluss weiter eine Reihe starker Wettbewerber tätig sein wird, darunter Despec, Techdata und Ingram Micro. Deren Marktanteile beliefen sich auf eine ähnliche Höhe wie die gemeinsamen Marktanteile der Parteien. Ferner seien die Parteien keine engen Wettbewerber. ALSO sei ein sog. "Broadliner" mit einem breiten Produktportfolio und einer großen Zahl von Kunden, während es sich bei Alpha International um einen auf Druckerverbrauchsmaterialien spezialisierten Großhändler mit nur wenigen großen Kunden handele. Ferner seien aus Nachfragersicht die Hürden zum Wechsel des Anbieters gering. Überdies übe der Direktbezug bei Herstellern Wettbewerbsdruck auf die Großhändler aus. Nicht zuletzt sei Alpha International zwar erst von einigen Jahren auf den Märkten in Nordeuropa tätig geworden und verfüge über einen Kostenvorteil gegenüber ALSO, sei deshalb jedoch nicht als "Maverick" anzusehen.
- (28) Die Kommission ist der Auffassung, dass nach dem Zusammenschluss in allen betroffenen räumlichen Märkten weiterhin einige starke Wettbewerber tätig sein werden. So ist in Dänemark Despec mit [30-40]% der größte Wettbewerber der Parteien. In Finnland ist Tech Data mit [20-30]% der größte Wettbewerber. In Norwegen sind neben den Parteien Despec mit [20-30]% und Tech Data mit [10-20]% Marktanteil die stärksten Wettbewerber. In Österreich verfügen Item ([20-30]%) und Ingram Micro ([20-30]%) über Marktanteile, die etwas höher oder nahezu genauso hoch sind wie die der Parteien.
- (29) Ferner ist die Kommission der Auffassung, dass die Parteien weder EWR-weit noch in einem der betroffenen nationalen Märkte als enge Wettbewerber anzusehen sind. Die weit überwiegende Mehrheit der antwortenden Kunden hält die Parteien nicht für enge Wettbewerber. Gefragt nach den wichtigsten Anbietern auf dem jeweiligen räumlichen Markt, nannten zwar die Mehrheit der Antwortenden ALSO als wichtigen Anbieter, jedoch nannten nur zwei Befragte für Norwegen und nur ein Befragter für Finnland beide Parteien als wichtige Anbieter. Überdies war Alpha International einigen Kunden von ALSO nicht einmal als Großhändler von Printing Supplies bekannt.
- (30) Die Kommission berücksichtigt außerdem, dass die Hürden zum Wechsel des Großhändlers aus Kundensicht gering sind. Nahezu alle antwortenden Kunden können ihren Anbieter ohne substantielle Kosten kurzfristig wechseln. Die weit überwiegende Zahl der antwortenden Kunden nutzt bei der Beschaffung zudem "multi-sourcing"-Strategien und teilt ihr Beschaffungsvolumen auf mehrere Anbieter auf, so dass auch für sie eine Umschichtung des Beschaffungsvolumens ohne weiteres möglich wäre.
- (31) Anders als die Parteien meinen, ist die Möglichkeit des Direktbezugs von Printing Supplies bei Herstellern als Wettbewerbskraft nur von untergeordneter Bedeutung.

Wie die Ermittlungen gezeigt haben, scheint es nicht für alle Kunden eine gangbare Alternative zu sein, Waren direkt beim Hersteller zu beziehen. Zum einen bieten nicht alle Hersteller diese Möglichkeit an. Andere Hersteller bieten diese Möglichkeit zwar, jedoch nur bei ausreichend großen Beschaffungsvolumina, so dass der Direktbezug nur für große Kunden möglich wäre. Zudem haben einige Kunden angegeben, dass der Direktbezug beim Hersteller auch aufgrund höherer Lieferzeiten oder aus logistischen Gründen nicht gangbar ist. Die Möglichkeit zum Direktbezug steht daher allenfalls einigen Kunden offen, so dass der davon ausgehende Wettbewerbsdruck auf die Großhändler eingeschränkt ist.

- (32) Die Kommission geht nicht davon aus, dass durch den Zusammenschluss eine wichtige Wettbewerbskraft beseitigt wird. Wie die Ermittlungen gezeigt haben, wird Alpha International in den betroffenen Märkten von der weit überwiegenden Zahl der antwortenden Marktteilnehmer weder als aggressiver und erfolgreicher noch als innovativer als andere Marktteilnehmer wahrgenommen. Einigen antwortenden Kunden war Alpha International nicht einmal als Großhändler von Printing Supplies bekannt. Einige Marktteilnehmer hielten den Markteintritt von Alpha International in einigen Mitgliedstaaten in den vergangenen Jahren bisher für nicht erfolgreich.
- (33) Schließlich war auch die weit überwiegende Mehrheit der antwortenden Marktteilnehmer der Auffassung, dass der Zusammenschluss keine negativen Auswirkungen auf die Wettbewerbsintensität und das Preisniveau in den betroffenen räumlichen Märkten haben wird. Lediglich drei Kunden gaben an, einen Rückgang der Wettbewerbsintensität zu befürchten, ohne dies jedoch näher zu begründen. Auch alle antwortenden Wettbewerber der Parteien gehen von einer neutralen oder prokompetitiven Wirkung des Zusammenschlusses aus.
- (34) Auf der Grundlage der oben dargestellten Erwägungen geht die Kommission im Ergebnis davon aus, dass der Zusammenschluss auf den betroffenen nationalen Märkten für Printing Supplies keine erheblichen Bedenken in Bezug auf seine Vereinbarkeit mit dem Binnenmarkt auslöst.

#### 4.3.2. *Großhandel mit IT-Produkten*

- (35) Im Bereich IT-Produkte führt der Zusammenschluss nicht zu betroffenen Märkten, solange man von mindestens EWR-weiten Märkten ausgeht. Die Überschneidungen der Tätigkeitsbereiche der Parteien sind marginal (ALSO: [5-10]%, Alpha International: [0-5]%).
- (36) Zieht man hingegen nationale Märkte in Betracht, so wäre alleine Finnland als betroffener Markt anzusehen mit einem gemeinsamen Marktanteil der Parteien von rund [20-30]%. Allerdings ist der Marktanteilszuwachs marginal (ALSO: [20-30]%, Alpha International: [0-5]%). Überdies sind weitere starke Wettbewerber auf dem Markt aktiv (Tech Data: [10-20]%, F9: [5-10]%, Anglo: [5-10]%).<sup>9</sup> Auch die Marktermittlungen haben keine Hinweise auf negative Effekte auf dem betroffenen Markt ergeben.
- (37) In Anbetracht der – auf EWR-Ebene – geringen Marktanteile der Parteien und der – auf EWR- wie auf nationaler Ebene in Finnland – marginalen horizontalen Über-

---

<sup>9</sup> Bei einer weiteren Untergliederung der nationalen Märkte für den Großhandel mit IT-Produkten nach Produktkategorien, würde sich in keinem Fall ein Marktanteilszuwachs von [0-5]% bewirkt werden.



schneidungen sowie der Präsenz starker Wettbewerber geht die Kommission nicht davon aus, dass ernsthafte Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit des Zusammenschlusses mit dem Binnenmarkt vorliegen.

## **5. SCHLUSSFOLGERUNG**

- (38) Aus diesen Gründen hat die Europäische Kommission beschlossen, keine Einwände gegen den angemeldeten Zusammenschluss zu erheben und ihn für mit dem Binnenmarkt und dem EWR-Abkommen vereinbar zu erklären. Dieser Beschluss ergeht nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe b der Fusionskontrollverordnung.

*Für die Kommission  
(unterzeichnet)  
Joaquín ALMUNIA  
Vizepräsident*