

DE

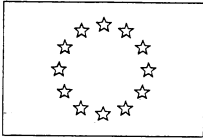
***Fall Nr. COMP/M.1747 -
TELEKOM AUSTRIA /
LIBRO***

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

**VERORDNUNG (EWG) Nr. 4064/89
ÜBER FUSIONSVERFAHREN**

Artikel 6, Absatz 2 KEINE EINWÄNDE
Datum: 28/02/2000

***In elektronischem Format auf der EUR-Lex Website unter
der Dokumentennummer 32000M1747***



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 28-02-2000

In der veröffentlichten Version dieser Entscheidung wurden bestimmte Informationen gem. Art. 17 (2) der Ratsverordnung (EWG) Nr. 4064/89 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.

ÖFFENTLICHE VERSION

FUSIONSVERFAHREN
ARTIKEL 6(1)(b) ENTSCHEIDUNG

An die anmeldenden Parteien

Betrifft: Fall Nr. COMP/M.1747 - Telekom Austria/ Libro
Anmeldung vom 14.01.2000 gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG)
Nr. 4064/89 des Rates (Fusionskontrollverordnung)

1. Am 14. Januar 2000 erhielt die Kommission gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates eine Anmeldung eines Zusammenschlußvorhabens, nach dem folgendes beabsichtigt ist:
 - a) Das österreichische Unternehmen Telekom Austria AG (TA), die österreichische Unternehmens Invest AG (UIAG) und die Deutsche Beteiligungs AG Unternehmensbeteiligungsgesellschaft (DBAG) erwerben im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Ratsverordnung die gemeinsame Kontrolle über das österreichische Unternehmen Libro Aktiengesellschaft (Libro) durch Aktienkauf.
 - b) Libro wird in einem zweiten Schritt den Bereich Internet (Arbeitsname Lion.cc) in eine eigene Tochtergesellschaft ausgründen. Über letztere werden Libro und TA die gemeinsame Kontrolle im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Ratsverordnung erwerben.
2. Nach Prüfung der Anmeldung hat die Kommission festgestellt, daß das angemeldete Vorhaben in den Anwendungsbereich der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates fällt.

I. DIE TÄTIGKEITEN DER PARTEIEN UND DAS VORHABEN

3. TA ist Betreiber des größten Festnetztelephonnetzes in Österreich und durch Tochtergesellschaften unter anderem in den Bereichen Mobiltelefonie, Datenkommunikation und Internetdienstleistungen tätig. Die TA befindet sich zu 75% minus einer Aktie im Eigentum der staatlichen „Post und Telekom Austria AG“ sowie zu 25% und einer Aktie im Besitz der Telekom Italia¹, die sich ihrerseits im Besitz der Olivetti SpA² befindet.
4. Die UIAG ist ein vorwiegend in Österreich tätiger Investmentfonds, der sich auf die Finanzierung von Mittelstandsunternehmen und deren Vorbereitung auf Börsengänge spezialisierte. Die Deutsche Beteiligungs-AG (DBAG) ist ein vorwiegend in Deutschland tätiger Investment-Fonds.
5. Das wesentliche Geschäftsfeld von Libro ist der Vertrieb von Büchern, Musik-CDs, CD-Roms und Schreibwaren über ein eigenes Filialnetz mit 254 Filialen in Österreich sowie fünf Testfilialen im süddeutschen Raum. Libro vertreibt außerdem Mobiltelefone mit Wertkarten und ist über den Markennamen Lion.cc im Internet-Versandhandel tätig.
6. TA beabsichtigt, an dem bestehenden, derzeit von UIAG und DBAG gemeinsam kontrollierten Unternehmen Libro eine Beteiligung von 25% und einer Aktie zu erwerben. Die bisherigen Aktionäre („Altaktionäre“) werden nach Eintritt der TA ihren Anteil an Libro auf zusammen 45,1% (DBAG: 14,7%, UIAG: 10,3%, die Vorstandsmitglieder André Rettberg und Johann Knöbel: 7,4% bzw. 1,8% sowie sonstige Finanzinvestoren: 10,9%) reduzieren. Durch Syndikatsvertrag und Stimmrechtsübertragungen ist sichergestellt, daß die Altaktionäre ihre Stimmrechte nur gemeinsam und einheitlich ausüben können. Die restlichen 29,9% der Stimmrechte befinden sich in Streubesitz. Der zwischen der - von den bisherigen [Aktionären] bevollmächtigen - UIAG und der TA abgeschlossene [...]Syndikatsvertrag räumt der TA Vetorechte im Aufsichtsrat hinsichtlich des Business-Plans, des jährlichen Budgets, des Investitionsprogramms und der jährlich zu erstellenden Mittelfristplanung sowie für die Bereiche Telekommunikation und Internet sowie die gemeinsame Shop-Strategie weitergehende Vetorechte bezüglich Investitionen, Anträge für Konzessionen, Aufnahme von Geschäftsfeldern und Technologieentscheidungen ein. Aus diesen Gründen wird Libro einer gemeinsamen Kontrolle der Gruppe der Altaktionäre und der TA unterliegen.
7. Die Verträge sehen weiter vor, daß Libro in einem zweiten Schritt den gesamten Bereich Internet (Arbeitsname Lion.cc) in eine Tochtergesellschaft ausgründen wird und TA in diese Tochtergesellschaft ihr Internet-Online-Privatkundengeschäft einbringen wird. Libro wird an dieser gemeinsamen Tochtergesellschaft 49% und TA 51% halten. Der Syndikatsvertrag sieht vor, daß die Besetzung der Geschäftsführung und eines etwaigen Aufsichtsrates paritätisch erfolgt. Die Entscheidungen der Geschäftsführung werden gemeinsam erfolgen. Der Business-Plan sowie der Investitionsplan ist auf mehrere Jahre gemeinsam von TA und den

¹ vgl. IV/M.1171-PTA/Telekom Italia/Telekom Austria

² vgl. IV/M.1496-Olivetti/Telecom Italia

[Altaktionären] beschlossen. Aus diesen Gründen wird Lion.cc einer gemeinsamen Kontrolle von Libro sowie TA unterliegen.

8. Die im Rahmenvertrag zwischen den Altaktionären und Libro angesprochene mögliche zukünftige Beteiligung der TA an der 100%igen Libro-Tochter Librotel ist weder hinsichtlich der Beteiligungshöhe noch hinsichtlich der Kontrollverhältnisse hinreichend präzisiert und daher nicht Gegenstand der vorliegenden Entscheidung.
9. Libro erfüllt seit seiner Gründung auf Dauer alle Funktionen einer selbständigen wirtschaftlichen Einheit. Die Beteiligung von TA wird daran nichts ändern. Auch die Tochtergesellschaft für Internet, Lion.cc, wird finanziell und organisatorisch so ausgestaltet werden, daß sie die Vorgaben einer eigenständigen Unternehmenseinheit erfüllen wird.

II. ZUSAMMENSCHLUSS

10. Dieses Vorhaben stellt einen Zusammenschluss im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Fusionskontrollverordnung dar.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

11. Die Unternehmen TA, UIAG und DBAG erzielen zusammen einen weltweiten Gesamtumsatz von mehr als 5 Mrd. EUR³ (TA 32107 Mio EUR, UIAG 11 Mio EUR und DBAG 119 Mio EUR (jeweils ohne Libro) sowie Libro 310 Mio EUR). Zwei Unternehmen haben einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von mehr als 250 Mio. EUR [...]. Sie erzielen nicht mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in einem und demselben Mitgliedstaat. Das Vorhaben hat folglich gemeinschaftsweite Bedeutung und stellt keinen Kooperationsfall aufgrund des EWR-Abkommens dar.

IV. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

12. Im von TA und Libro kontrollierten Gemeinschaftsunternehmen „Lion.cc“ werden die Geschäftsbereiche „Einwahl- Internetzugang“, „Werbung im Internet“ und „E-Commerce“ von beiden Müttern eingebracht. Libro zieht sich aus diesen Geschäftsfeldern zurück, während TA mit den gemeinsam mit Dritten kontrollierten Unternehmen „Highway 194“ und „Tirolnet“ auf den Märkten „Einwahl-Internetzugang“ und „Werbung und Portal-Werbegeschäft“ weiterhin tätig bleibt.
13. Das von TA, UIAG und DBAG kontrollierte Gemeinschaftsunternehmen Libro ist im Vertrieb von „Mobiltelefonen mit Prepaid Cards oder Verträgen“ weiterhin tätig, einem Markt, in dem auch die TA weiterhin selbständig tätig bleibt. Die übrigen Mütter sind auf keinem dieser Märkte tätig. Zum Zeitpunkt der Anmeldung war beabsichtigt, daß Libro über seine 100%-ige Tochter „Librotel“ auf dem Markt

³ Die Umsatzberechnung erfolgte auf der Grundlage von Artikel 5 (1) der Fusionskontrollverordnung und der Bekanntmachung der Kommission über die Berechnung des Umsatzes (ABl. C 66 vom 2.3.1998, S.25). Vor dem 1. Januar 1999 erzielte Umsätze wurden nach Maßgabe der durchschnittlichen ECU-Wechselkurse berechnet und im Verhältnis 1:1 in EUR umgerechnet.

der „Sprachtelefonie im Festnetz“ tätig wird. Auch auf diesem Markt bleibt TA selbständig tätig, während die übrigen Mütter hier nicht tätig sind.

A. Vertrieb von digitalen Mobiltelefonen mit Wertkarten oder Vertrag in Österreich

a) sachlich relevanter Markt

14. Die Parteien geben als betroffenen Markt den „Vertrieb von digitalen Mobiltelefonen mit Wertkarten oder Vertrag in Österreich“ an. Mobilfunknetzbetreiber übernehmen für ihre Endkunden einen Kostenanteil beim Kauf von Mobiltelefonen, dafür wird der Kunde für einen gewissen Zeitraum an den Mobilnetzbetreiber gebunden, sei es über einen zeitlich befristeten Vertrag oder über Wertkarten, wobei der Kunde durch eine technische Sperre des Mobiltelefons vor Ablauf einer Mindestlaufzeit nicht ohne Zusatzkosten den Betreiber wechseln kann. Aufgrund der bedeutenden Preisunterschiede werden Mobiltelefone ohne Verbindung zu einem Netzbetreiber in Österreich nur in einem nicht nennenswerten Ausmaß verkauft. Beim Betrieb eines Mobiltelefons wird der Teilnehmer durch eine SIM-Karte (Subscriber Identity Module) identifiziert, die teilnehmerbezogene Daten und die Rufnummer enthält. TA ist über ihre Tochter Mobilkom Anbieter im vorgelagerten Markt von Mobiltelefonieleistungen tätig. Eine weitere Abgrenzung der sachlich relevanten Märkte ist jedoch nicht notwendig, weil in allen untersuchten alternativen Märkten wirksamer Wettbewerb weder im EWR noch in einem wesentlichen Teil dieses Gebiets erheblich behindert würde.

b) räumlich relevanter Markt

15. Der Markt für den Betrieb von Mobiltelefonnetzen ist nach Angabe der Parteien und nach ständiger Entscheidungspraxis der Kommission⁴ national. Da in Österreich Mobiltelefone nur in Verbindung von Verträgen oder Prepaid-Cards eines Mobilnetzbetreibers verkauft werden, ist auch hier von einem nationalen Markt für den Vertrieb von digitalen Mobiltelefonen auszugehen.

c) wettbewerbliche Beurteilung

16. Telekom Austria erzielt am Markt des Vertriebs von Mobiltelefonen mit SIM-Karten über eigene Shops sowie Postämter einen Marktanteil von [10 bis 20%], während Libro einen Marktanteil von [weniger als 10%] hält. Der gemeinsame Marktanteil beträgt daher [15 bis 30%]. Wesentliche Wettbewerber sind Photo- und Elektrohändlerketten wie die zum Mobiltelefonnetzbetreiber max.mobil gehörende Niedermeyer-Kette mit [20 bis 30%] Marktanteil, Hartlauer mit [10 bis 20%] Marktanteil oder große Elektro- und HiFi-Fachhändler wie Media-Markt sowie Supermärkte, Tankstellen und Trafiken. Jede Mobiltelefonnetzketten betreibt außerdem eigene Service- und Verkaufshops. Da der Vertrieb von Mobiltelefonen derzeit wenig Beratung erfordert, sind die Markteintrittsbarrieren in diesem Markt gering. Dies ist nicht zuletzt am Beispiel Libros ersichtlich. Libro erreichte als zunächst nicht im Elektronikfachhandel tätiges Unternehmen 1998

⁴ Vgl. IV/M.1430-Vodafone/AirTouch und COMP/M.1760-Mannesmann/Orange.

innerhalb von 5 Monaten einen Marktanteil von [weniger als 10%] und konnte diesen bis heute verteidigen. Angesichts des relativ geringen Marktanteils der Zusammenschlußbeteiligten, geringer Markteintrittsbarrieren und mehrerer, zum Teil bedeutender Wettbewerber ist die Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung nicht zu erwarten.

17. Auch auf dem vorgelagerten Markt für Mobiltelefonie ist keine Verstärkung oder Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung zu erwarten, durch die wirksamer Wettbewerb in einem wesentlichen Teil des EWR erheblich behindert würde. Zwar hält TA gegenwärtig einen Marktanteil von [mehr als 50%], doch ist er zugunsten von max.mobil [weniger als 40%] und One [weniger als 15%] bereits erheblich gesunken. Bei den Neuabschlüssen hat max.mobil [35 bis 45%] bereits zur TA-Tochter Mobilkom [35 bis 45%] aufgeschlossen. Die Nutzung des Vertriebsnetzes von Libro durch TA wird zwar die Möglichkeiten für erfolgreiche Neuabschlüsse von Mobiltelefon-Verträgen erweitern, doch ist angesichts der beschriebenen Marktentwicklung und der Tatsache, daß attraktive alternative Vertriebssysteme vorhanden sind, eine Verschlechterung der Wettbewerbsbedingungen für die Wettbewerber nicht zu erwarten.

B. INTERNET-DIENSTLEISTUNGEN

18. Die Parteien werden Libros Internet-Aktivitäten (Internet-Versandhandel und Internet-Zugang) in die Tochtergesellschaft Lion.cc ausgründen. TA wird das eigene Internet-Einwahlprivatkundengeschäft in diese Tochtergesellschaft einbringen, nicht jedoch das zusammen mit Dritten betriebene Internet-Privatkundengeschäft. Lion.cc wird E-Commerce (internetgerechte Darbietung und Präsentation von Waren, Einkauf und Beschaffung dieser Waren, Bestellannahme und Weiterleitung an ein zentrales Logistik- und Fakturierungszentrum, Fakturierung und Inkasso) auf Kommissionsbasis betreiben und weitere Einnahmen durch Einschaltung von Inseraten auf einem Teil der Internet-Startseite, d.h. im „Portal-Werbegeschäft“ erzielen. Die Internet-Tochter Lion.cc wird daher auf den Märkten „Einwahl-Internetzugang“ hauptsächlich für private Nutzung, dem Markt für „Werbung im Internet“ sowie von „E-Commerce“ tätig sein.

1) EINWAHL-INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP)-LEISTUNGEN

a) sachlich und geographisch relevante Märkte

19. Die Parteien geben an, als Internet Service Provider (ISP) Zugang zum Internet oder Teilen davon entgeltlich anzubieten. Über ein Modem oder eine ISDN-Karte kann der Einwahl-Internet-Benutzer zu einem Einwahlknoten des ISP eine Verbindung herstellen und erhält somit Zugang zum Internet. Die Verbindung zwischen ISP und Endkunden kann zum einen mittels einer „Standleitung“, also einer festen Verbindung zwischen dem Endbenutzer und dem ISP, oder – wie in diesem Fall - „durch Einwahl“ über das normale Fernsprechnetze erfolgen. Alternativ ist auch eine Einwahl über Kabelfernsehtetze möglich. Es gibt derzeit unterschiedlichste Angebote von Internet-Zugängen für Privatkunden, wie Angebote für kostenlosen Zugang zum Internet, die allein über Werbeeinnahmen refinanziert werden. Andere Unternehmen verrechnen nutzungszeitabhängige oder monatlich pauschale Zugangsgebühren für ihre ISP-Dienste. Da die direkte

Verbindung der Teilnehmer mit ihren Kunden ein Ortsnetz bzw. das Vorhandensein einer Leitung voraussetzt, ging die Kommission in den bisherigen Entscheidungen von einem nationalen räumlichen Markt für ISP-Dienste aus.⁵ Eine weitere Abgrenzung der sachlich und geographisch relevanten Märkte ist jedoch nicht notwendig, weil in allen untersuchten alternativen Märkten wirksamer Wettbewerb weder im EWR noch in einem wesentlichen Teil dieses Gebiets erheblich behindert würde.

b) wettbewerbliche Beurteilung

20. TA hält im Bereich Einwahl-Internetzugang unter dem Markennamen AON sowohl direkt als auch über die Tochter Highway 194 einen Marktanteil von [20 bis 30%]. Libro verkauft und bewirbt ebenfalls seit Dezember 1999 einen kostenlosen Einwahl-Internetzugang über Lion.cc.
21. Der österreichische Dial-In ISP Markt ist durch einzelne große Anbieter, die finanzkräftigen Unternehmen gehören, sowie über 100 kleinere Anbieter gekennzeichnet: Netway hält [5 bis 15%] Marktanteil und gehört zum Raiffeisenbank-Konzern, Chello mit [weniger als 10%] Marktanteil gehört zum Kabelfernsehtznetzbetreiber Telekabel, Magnet mit [weniger als 10%] Marktanteil gehört dem norwegischen Telephonnetzbetreiber Telenor und EUNET hält [weniger als 10%] Marktanteil und gehört dem niederländischen Telephonnetzbetreiber KPN sowie der amerikanischen Quest-Gruppe. Einwahl-Internet Zugang wird auch von Festnetz- und Mobiltelephondienstleistern angeboten, wobei UTA von Swisscom und österreichischen Landesenergieversorgern gemeinsam kontrolliert ist (Festnetz), One (Connect) zu einer Gruppe rund um Viag, Telenor, Tele-Danmark gehört (Mobiltelefonie), und tele.ring (1012privat) zur Mannesmann-Gruppe gehört (Festnetz und Mobiltelefonie). Die Deutsche Telekom beabsichtigt einen Markteintritt unter dem Markennamen „t-online.at“. Der Markt für Dial-In Internet-Leistungen ist durch das ständige Auftreten neuer Wettbewerber mit neuen Angebotsmodellen gekennzeichnet.
22. Angesichts des relativ geringen Marktanteils der Zusammenschlußbeteiligten und mehrerer, zum Teil bedeutender Wettbewerber ist die Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung nicht zu erwarten, durch die wirksamer Wettbewerb in einem wesentlichen Teil des EWR erheblich behindert würde.

2) WERBUNG UND PORTAL-WERBEGESCHÄFT.

a) sachlich und räumlich relevante Märkte

23. Die Parteien machen keine Angaben hinsichtlich der sachlichen und räumlichen Märkte für Werbung und das Portal-Werbegeschäft. Die Kommission ermittelte in der Entscheidung zu Scandinavia OnLine («SOL»IV-JV.1) unter anderem einen Markt für Werbung im Internet. In diesem Markt werden Informationsinhalte im Internet angeboten, wobei sich die Unternehmen über Werbeeinnahmen finanzieren. Die Höhe der Werbeeinnahmen ist vor allem mit den Zugriffszahlen

⁵ vgl. COMP/M.1439-Telia/Telenor in RN 126

auf die jeweilige Internet-Seite korreliert. Der geographisch relevante Markt für Internet-Werbung ist, wie die Kommission in den Entscheidungen SOL und Telia/Telenor (M.1439) dargelegt hat, in der Regel national. Gegebenenfalls müsste nach Sprachgrenzen unterteilt werden. Eine genaue Abgrenzung der sachlichen und geographisch relevanten Märkte ist hier jedoch nicht erforderlich, da in allen alternativen Märkten wirksamer Wettbewerb weder im EWR noch in einem wesentlichen Teil dieses Gebiets erheblich behindert würde.

b) wettbewerbliche Beurteilung

24. Sowohl TA als auch Libro betreiben gegenwärtig Internet Portale. Der Markt befindet sich erst im Aufbau. Laut Web-Analyse der Österreichischen Auflagenkontrolle (www.oewa.at) erzielten die Seiten von A-Online mit 2,1 Mio Besuchern im Dezember 1999 die höchste Anzahl an Besuchern sowie mit 7,8 Mio Aufrufen ebenfalls die höchste Anzahl von Seitenaufrufen. Offizielle Daten zu Lion.cc liegen in der Auflagenkontrolle nicht vor, doch wird die Anzahl der Aufrufe in Pressemeldungen von Libro mit rund 6 Mio monatlich angegeben. Andere ISP wie Netway als Nummer 2 erzielen eine Million Besuche mit 4 Millionen Seitenaufrufen.
25. Die Portalseiten stehen, was die Werbung und Portalwerbung betrifft, im Wettbewerb mit Web-Sites redaktionellen Inhalts wie jene des ORF mit 20 Millionen Seitenaufrufen oder der Kronen-Zeitung mit 16 Mio. Seitenaufrufen, aber auch zu zahlreichen privaten und kommerziellen Diensten und den Portalseiten von Suchmaschinen wie Yahoo. Angesichts des relativ geringen Marktanteils der Zusammenschlußbeteiligten und des Vorhandenseins zahlreicher, zum Teil bedeutender Wettbewerber ist die Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung nicht zu erwarten.

3) E-COMMERCE

a) sachlich und räumlich relevanter Markt

26. Die Parteien definieren E-Commerce „als den Handel mit Waren und Dienstleistungen im Internet, der ganz oder teilweise über das Internet abgewickelt wird.“ Dieser Begriff umfaßt nach Angaben der Parteien die Annahme und Weiterleitung von Bestellungen an ein zentrales Logistik- und Fakturierungszentrum, andererseits aber auch Fakturierung und Inkasso einschließlich elektronischer Bezahlung. Ebenfalls werden Logistikangebote, Reise- und Kartenbürodienstleistungen und Finanzdienstleistungen angeboten. Ob E-Commerce als ein eigenständiger Markt oder als alternative Vertriebschiene des jeweiligen Handelsmarktes anzusehen ist, kann offen bleiben, weil in allen untersuchten alternativen Märkten wirksamer Wettbewerb weder im EWR noch in einem wesentlichen Teil dieses Gebiets, erheblich behindert würde. Dasselbe gilt für die Abgrenzung der möglichen räumlichen Märkte, die im vorliegenden Fall als zumindest national anzusehen sind.

b) wettbewerbliche Beurteilung

27. Libro ist als Betreiber einer Verkaufs-Homepage für Produkte des eigenen Sortiments tätig. TA betreibt ein Unternehmen für E-Commerce in der Testphase.

E-Commerce-Umsätze sind in Österreich mit 18 Mio EUR (1998) noch nicht sehr hoch, doch gehen Prognosen von einer Steigerung auf rund EUR 2 Mrd oder 1% des BIP (2005) beziehungsweise 49 Mio Euro Werbeumsatz im Jahr 2003 aus.

28. Wettbewerber erkennen eine starke Position von Libro als gut eingeführte Vertriebschiene und E-Commerce-Unternehmen, insbesondere auf dem Gebiet elektronisch übertragbarer Waren (Musik, Bücher, Software). Diese Vorteile von Libro könnten in Lion.cc mit den Vorteilen von TA im Bereich des Internet kombiniert werden. Jedoch haben nahezu alle im Versandhandel tätigen Unternehmen Verkaufshomepages mit der Möglichkeit, Produkte über das Internet anzubieten und zu verkaufen. Lion.cc wird daher im Bereich E-Commerce auch beim Handel mit elektronisch übertragbaren Waren mit einer Reihe finanzkräftiger Unternehmen wie Morawa, Manz, Gerold, AOL, bertelsman-online, Donauland, amazon.de, buch.de, bücher.de, CDnow, Niedermeyer, aber auch nahezu allen traditionellen Versandhäusern wie Otto, Quelle und zahlreichen ISP wie AOL, CompuServe und T-Online in Wettbewerb stehen. Angesichts der relativ geringen Marktstellung der Zusammenschlußbeteiligten, geringer Markteintrittsbarrieren und dem Vorhandensein zahlreicher, zum Teil bedeutender Wettbewerber ist die Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung nicht zu erwarten, durch die wirksamer Wettbewerb in einem wesentlichen Teil des EWR erheblich behindert würde.

C. Sprachtelephonie im Festnetz

a) sachlich relevanter Markt

29. Nach Auffassung der Parteien kann der "Markt der Erbringung von Sprachtelephonie im Festnetz" als die gewerbliche Bereitstellung für die Öffentlichkeit des direkten Transports und der Vermittlung von Sprache in Echtzeit von und zu den Netzabschlußpunkten von öffentlichen, vermittelten oder selbstbetriebenen festen Telekommunikationsnetzen verstanden werden. Dabei verwendet jeder Benutzer das an einem solchen Netzabschlußpunkt angeschlossene Endgerät zur Kommunikation mit einem anderen Netzabschlußpunkt. Zu Festnetzanschlüssen werden sowohl analoge „herkömmliche“ Telephonanschlüsse wie auch digitale ISDN-Anschlüsse gezählt.
30. Anrufe von privaten Einwahl-Internetnutzern bei ISP werden wie jeder andere vermittelte Sprachtelefonanruf behandelt, nur daß hier an den Leitungsenden Modems angeschlossen sind (d. h. am Telefonanschluß des Teilnehmers und am Modemport des ISP), die den Datenstrom in einer für das leitungsvermittelte Fernsprechnet übertragbaren Form übermitteln. Sie zählen deshalb ebenfalls zur Festnetz-Sprachtelephonie.⁶ In der bisherigen Entscheidungspraxis der Kommission wurde der Markt für Sprachtelephonie entweder gleich⁷ oder noch

6 Zu unterscheiden sind hiervon Datendienste für meist geschlossene Netze. Dieser Markt gehört zu den bereits früh liberalisierten Telekommunikationsdienstleistungen, für die keine besonderen nationalen Genehmigungsvorschriften bestehen und die vornehmlich von Geschäftskunden in Anspruch genommen werden.

7 vgl. IV/M.1199 UTA/Swisscom.

enger in „Last-Mile“ Gespräche⁸ oder Teilnehmerzugang zu Telefondienstleistungen (Orts-, Fern- und Auslandsgespräche) und Zugang von Betreibern zu Ortsnetzen und Fernnetzen sowie Auslandsgesprächen unterteilt⁹. Die Kommission hat aufgrund der hier gegebenen Tatsachen keinen Anlaß, von den bisherigen Marktabgrenzungen abzugehen. Eine engere Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes ist jedoch hier nicht erforderlich, weil sie für die wettbewerbliche Beurteilung nicht relevant ist.

b) geographischer Markt

31. Bezüglich der Festnetztelephonie gehen die Parteien von einem zumindest europaweiten Markt aus. Sie führen dazu die Existenz von Call-Back Diensten internationaler Anbieter sowie die seit 1.1.2000 vorgeschriebene Verbindungsbetreibervorauswahl an, der zufolge auch ein Verbindungsnetzbetreiber in einem anderen Mitgliedsstaat angewählt werden kann.
32. Hingegen weisen national vergebene Konzessionen zum Betrieb von Sprachtelephonnetzen, nationale Regulierungen, national unterschiedliche Tarifgestaltung, unterschiedliche Wettbewerber mit überaus unterschiedlichen Marktanteilen und die Bedeutung des Ortsnetzes zur Einwahl in Telephondienste auf nationale Märkte hin. Die Kommission geht daher von nationalen Märkten für festnetzgebundene Sprachtelephonie¹⁰ aus. Der geographisch relevante Markt ist hier Österreich.

c) wettbewerbliche Beurteilung

33. Der Markt für Telekommunikationsdienstleistungen über Festnetztelephonie wurde in Österreich 1998 liberalisiert. TA ist Betreiber des größten Festnetz-Sprachtelephonienetzes in Österreich. TA wurde vom österreichischen Telekom-Regulator mit Bescheid vom 15.6.1999 als marktbeherrschendes Unternehmen festgestellt, wodurch das Unternehmen einer weitergehenden Regulierung gegenüber nichtmarktbeherrschenden, "alternativen" Netzbetreibern unterworfen ist.
34. TA hält in der Festnetz-Sprachtelephonie in Österreich nach Nutzerminuten einen Marktanteil von [80 bis 90%]. Der nächste Wettbewerber ist die um einen Faktor [15 bis 25] kleinere UTA Telekom mit einem Marktanteil von [unter 10%], die gemeinsam von Swisscom sowie neun österreichischen Landesenergieversorgungsunternehmen¹¹ gehalten wird, gefolgt von der zum schwedisch-luxemburgischen SEC Konzern gehörende Tele2 mit [unter 5%] Marktanteil. Weitere Wettbewerber sind die tele.ring Telekom mit einem Marktanteil von [unter 5%], die von Mannesmann unter der Beteiligung von

8 vgl. IV/M.1679 France Telecom/STI/SRD.

9 vgl. COMP/M.1439 Telia/Telenor.

10 vgl. IV/M.1679-France Telecom/STI/SRD sowie COMP/M.1439-Telia/Telenor, IV/M.1199-UTA/Swisscom

11 vgl. IV/M.1199-UTA/Swisscom

Verbund und den staatlichen Eisenbahnen ÖBB sowie den Telekommunikationsunternehmen der Städte Citycom kontrolliert wird sowie die zum Telefonika-Konzern gehörende European Telekom mit [unter 5%] Marktanteil.

35. Die Stellung TAs wird durch den Umstand verstärkt, daß TA bereits eine erprobte Infrastruktur besitzt. Gegenüber Wettbewerbern verfügt TA über ein komplettes Produktportfolio mit Mobiltelefonie, ISDN-Leitungen und ADSL-Leitungen. Mit mehr als 2.300 Postämtern und 235 Postservicestellen hat TA das dichteste Vertriebsnetz für Telekom-Leistungen und ist gegenwärtig der einzige österreichische Festnetztelefoniebetreiber, der österreichweit flächendeckend einen Zugang zum direkten Anschluß der privaten Endkunden („last-mile“) anbietet. Jeder Festnetzteilnehmer, sofern er nicht an das Telekabel-Netz oder an das Netz der noch nicht im "unbundling-Bereich" aktiven Unternehmen angeschlossen ist, zahlt in der Regel monatlich fixe Telephongrundgebühren an die TA.
36. Aufgrund des Marktanteils und der Stellung in Infrastruktur und Vertrieb kann gefolgert werden, daß TA eine marktbeherrschende Stellung auf dem Markt für Festnetztelefonie für Österreich hält.
37. Libro war im Jahr 1999 im nachgelagerten Markt der Vermittlung von Verträgen für Festnetztelefonbetreiber tätig, wenn auch laut Angaben der Parteien in sehr geringfügigen Ausmaß. Mit Jahresende 1999 wurde diese Vermittlungstätigkeit beendet.
38. Libro beantragte am 18.11.1999 eine Lizenz zum Betrieb eines Festnetztelefonnetzes für ihre Tochtergesellschaft Librotel. Es war zum Zeitpunkt der Entscheidung zu erwarten, daß diese Lizenz erteilt wird. Hingegen steht nicht fest, ob die österreichische Telekom-Regulierungsbehörde Librotel nach der Beteiligung von TA an Libro, in der Eigenschaft eines Konzernunternehmens der TA-Gruppe, als „marktbeherrschendes Unternehmen“ im Sinne des österreichischen Telekommunikationsgesetzes (TKG) einstufen würde. Sollte dies unterbleiben, könnte nach Darlegung von Wettbewerbern die Stellung von TA in der Festnetztelefonie durch den Marktzutritt von Librotel gefestigt oder sogar noch verstärkt werden. Sofern Librotel nicht an die Auflagen gebunden wäre, welche ein im Sinne des TKG marktbeherrschendes Unternehmen im Rahmen der „asymmetrischen Regulierung“ zu erfüllen habe, könne Librotel von TA als Abwehrinstrument gegen Wettbewerber eingesetzt werden.
39. Eine solche Strategie kann nach der Marktsituation, der Ausgestaltung der Kontrolle des Telekombereiches bei Libro und den im Syndikatsvertrag und im Business-Plan festgeschriebenen Zielen des Zusammenschlusses nicht ausgeschlossen werden. Der Aufbau von Marktanteilen durch Librotel kann für TA durchaus von Vorteil sein. Aufgrund des hohen Fixkostenanteils und des hohen Werbeaufwands, der zur Gewinnung von Neukunden notwendig ist, können Telephonnetzbetreiber nach den Ermittlungen der Kommission erst etwa ab einem Marktanteil von [...] gewinnbringend anbieten. Würde Librotel, gestützt von TA, einen gewissen Marktanteil erreichen, wären mit der Fixkostendegression auch längerfristig Unterbietungspreise gegenüber Konkurrenten möglich: Librotel könnte also durchaus als glaubhafte Drohung gegenüber Wettbewerbern aufgebaut werden.

40. Diese Vermutung wird durch die getroffenen internen Regelungen der Parteien erhärtet. Der Bereich Telekom wird bei Libro durch einen von TA zu nominierenden Bereichsleiter kontrolliert. Die TA hat darüber hinaus weitgehende Veto- und Bestimmungsrechte für den Bereich Telekommunikation, wie beispielsweise bezüglich der grundsätzlichen Geschäftspolitik, über Technologiefragen, bezüglich Investitionen mit einem Volumen ab [...] ATS, der Errichtung oder Schließung von Zweigniederlassungen und Filialen sowie über allfällige Genehmigungen und Konzessionen im Bereich Internet und sonstige Telekommunikation. [Nach den Vereinbarungen soll Librotel ehrgeizige Ziele im Bereich der Festnetztelefonie verfolgen.]
41. Eine solche Strategie könnte über verschiedene Mechanismen verwirklicht werden: Laut Rahmenvereinbarung [stellt die TA die erforderliche Telekommunikationsinfrastruktur und das im Hinblick auf die Erreichung der Zielgruppe notwendige technische Know-How zur Verfügung. Außerdem wird Libro auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung leistungsabhängig Provisionen für Geschäftsabschlüsse erhalten.] Darüber hinaus besteht eine Reihe weiterer finanzieller Verbindungen, da zahlreiche Produkte von TA von Libro vertrieben werden sollen.
42. Es kann somit im Ergebnis angenommen werden, daß Librotel von TA sowohl mit den finanziellen Ressourcen als auch mit dem notwendigen Know how ausgestattet werden wird, um die von den Wettbewerbern befürchtete Rolle als „verlängerter Arm der TA“ glaubwürdig spielen zu können. Daraus ergibt sich die Möglichkeit, daß Librotel mit Unterstützung von TA Wettbewerber unterbieten und entweder am Markteintritt hindern oder vom Markt verdrängen kann, und somit ernsthafte Bedenken bestehen, daß damit die marktbeherrschende Stellung der TA auf dem Markt für festnetzgebundene Sprachtelefonie in Österreich verstärkt würde. Vor dem Hintergrund der bereits vor dem Zusammenschluß marktbeherrschenden Stellung der TA und der Stärkung der TA durch den Erwerb von Libro kommt die Kommission zu dem Schluß, daß gegenwärtig erhebliche Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit des angemeldeten Vorhabens auf dem Markt für Festnetz-Sprachtelefonie mit dem Gemeinsamen Markt bestehen.
43. Die Parteien haben jedoch gegenüber der Kommission Zusagen abgegeben, die diese erheblichen wettbewerblichen Bedenken beseitigen (siehe unten Abschnitt V.).

V. DIE VON DEN PARTEIEN VORGELEGTEN ZUSAGEN

44. Um die durch dieses Zusammenschlußvorhaben hervorgerufenen wettbewerblichen Bedenken hinsichtlich der Festnetztelefonie auszuräumen, haben die Parteien eine Zusage zur Änderung des angemeldeten Vorhabens im Sinne des Artikels 6 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung abgegeben. [An dieser Stelle wird der im Anhang wiedergegebene Text der Zusage zusammengefaßt.]
45. Damit wird die wettbewerblich relevante Stärkung von TA beseitigt. Die erheblichen Wettbewerbsbedenken der Kommission im Markt für festnetzgebundene Sprachtelefonie werden damit ausgeräumt. Die Kommission ist daher zu dem Ergebnis gelangt, daß das Zusammenschlußvorhaben im Markt für

festnetzgebundene Sprachtelefonie nicht zur Verstärkung einer beherrschenden Stellung führt.

VI. SCHLUSS

46. Die Kommission ist zu dem Ergebnis gekommen, daß die von den Parteien abgegebenen Zusagen ausreichen, um die wettbewerblichen Bedenken auszuräumen. Aus diesen Gründen hat die Kommission beschlossen, unter der Bedingung der Einhaltung der gemachten Zusagen, die als Anhang dieser Entscheidung beigeschlossen sind, keine Einwände gegen den angemeldeten Zusammenschluß zu erheben und ihn mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen für vereinbar zu erklären. Diese Entscheidung beruht auf Artikel 6 (1) b der Fusionskontrollverordnung und auf Artikel 57 des EWR-Abkommens.

Für die Kommission

(signed)

Michaele SCHREYER

Mitglied der Kommission

[Briefkopf, Datum und Anrede]

In vorbezeichneter Angelegenheit nehmen wir Bezug auf die geführten Telefonate.

Die an dem Zusammenschlußvorhaben beteiligten Unternehmen Telekom Austria AG, UIAG, DBAG und Libro AG konkretisieren ihre, im Hinblick auf die Ermöglichung einer Freigabe des angemeldeten Zusammenschlußvorhabens in der ersten Phase unter dem 7. Februar 2000 abgegebenen Zusage nachstehend. Dabei wird der guten Ordnung halber festgehalten, daß diese Zusage und die Konkretisierung nur in der ersten Phase abgegeben werden:

Der bei der zuständigen Regulierungsbehörde nach dem österreichischen Telekommunikationsgesetz gestellte Antrag der LibroTel Telekomservice GmbH auf Erteilung einer Festnetzkonzession für Österreich wurde am 8. Februar 2000 zurückgenommen. Das Schreiben betreffend die Zurückziehung des Antrags sowie die erforderlichen Vollmachten liegen Ihnen vor. Die am Zusammenschluß beteiligten Unternehmen verpflichten sich unwiderruflich, daß weder Libro AG noch die von Libro AG kontrollierten Unternehmen einen erneuten Antrag auf Erteilung einer Sprachtelefonie-Festnetzlizenz gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 1 TKG für Österreich stellen werden, solange Libro AG gemeinsam mit anderen Aktionären von der Telekom Austria AG kontrolliert wird und solange sich die Marktverhältnisse in Österreich nicht wesentlich ändern. Im Falle der Absicht eines erneuten Antrags auf eine Sprachtelefonie-Festnetzlizenz durch Libro AG oder eines von Libro AG kontrollierten Unternehmens auf der Grundlage einer wesentlichen Änderung der Marktverhältnisse in Österreich wird zuvor die Zustimmung der Europäischen Kommission eingeholt werden. Die Zustimmung gilt als erteilt, wenn die Europäische Kommission einem entsprechenden Antrag, der die Begründung der Veränderung der Marktverhältnisse sowie die nach Abschnitt 5.4 und 6 bis 8 des Formblatts CO erforderlichen Angaben enthält, nicht innerhalb eines Monats¹ die Zusage versagt.

[Grußformel und Unterschriften]

¹ Der Fristenlauf berechnet sich analog zu Kapitel II der Verordnung (EG) Nr. 447/98 der Kommission vom 1. März 1998 über die Anmeldungen, über die Fristen sowie über die Anhörung nach der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen.