

DE

***Fall Nr. IV/M.179 -
SPAR / DANSK
SUPERMARKET***

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

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

Artikel 6, Absatz 1, b KEINE EINWÄNDE
Datum: 03.02.1992

*Auch in der CELEX-Datenbank verfügbar
Dokumentenummer 392M0179*



Brüssel, den 3.2.1992

OEFFENTLICHE VERSION

FUSIONSKONTROLLVERFAHREN
ENTSCHEIDUNG NACH ARTIKEL
6 ABSATZ 1 b

Einschreiben mit Rückschein
an die anmeldenen Parteien

Betr: Fall IV/M.179 - SPAR/Dansk Supermarked

Sehr geehrte Damen und Herren!

1. Das am 20. Dezember 1991 angemeldete Zusammenschlußvorhaben betrifft die Gründung des Gemeinschaftsunternehmens Offene Handelsgesellschaft NETTO SUPERMARKT Betriebsgesellschaft mbH & Co (NETTO oHG) durch die NETTO SUPERMARKT Betriebsgesellschaft mbH (NETTO) und die Handelsunion GLIG Warenhandelsgesellschaft mbH (GLIG).
 2. Die Kommission ist nach Prüfung des angemeldeten Zusammenschlußvorhabens zu dem Ergebnis gekommen, daß das Vorhaben in den Anwendungsbereich der Verordnung des Rates (EWG) Nr. 4064/89 (Fusionskontrollverordnung) fällt und als mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar anzusehen ist.
- I. DIE PARTEIEN
3. GLIG ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der SPAR Handels-Aktiengesellschaft (SPAR), einem Handelskonzern, dessen Schwerpunkt im Lebensmittelgroß- und Einzelhandel liegt. NETTO

ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der NETTO Markt GmbH i. Gr. (NETTO Markt), die ihrerseits eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Dansk Supermarked A/S (Dansk Supermarked) ist. Dansk Supermarked ist vor allem im Lebensmitteleinzelhandel tätig.

II. DAS VORHABEN

4. SPAR und Dansk Supermarked werden über ihre unmittelbar beteiligten Tochtergesellschaften GLIG und NETTO jeweils 50% am Gesellschaftskapital des neugegründeten Gemeinschaftsunternehmens NETTO oHG halten. NETTO oHG wird Discount-Lebensmittelmärkte in den Bundesländern Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern betreiben. Dansk Supermarked wird zu diesem Zweck die von NETTO Markt derzeit in diesen Bundesländern betriebenen 28 Discountmärkte auf das Gemeinschaftsunternehmen übertragen. SPAR wird der NETTO oHG in den nächsten zwei Jahren in diesem Gebiet mindestens 20 weitere Standorte nachweisen, die für den Discountvertrieb geeignet sind. SPAR wird ferner der NETTO oHG die Möglichkeit einräumen, die Einkaufsorganisation der SPAR-Gruppe zu nutzen.

III. ZUSAMMENSCHLUSS

5. Das Gemeinschaftsunternehmen NETTO oHG wird von den beiden Muttergesellschaften, die jeweils 50% des Kapitals und der Stimmrechte in der Gesellschafterversammlung halten, gemeinsam kontrolliert werden. Die NETTO oHG wird auf Dauer alle Funktionen einer selbständigen wirtschaftlichen Einheit erfüllen. Sie wird die eingebrachten und auch alle zukünftigen Discountmärkte selbst erwerben und selbständig betreiben sowie ihr eigenes Zentrallager besitzen.
6. Die Gründung der NETTO oHG wird keine Koordinierung des Wettbewerbsverhaltens von SPAR und Dansk Supermarked mit sich bringen. Die einzigen Aktivitäten von Dansk Supermarked auf dem deutschen Markt bestehen in den 28 Discountmärkten, die auf das Gemeinschaftsunternehmen übertragen werden. SPAR ist ausschließlich in Deutschland tätig. Es bestehen daher keine Wettbewerbsbeziehungen zwischen den Muttergesellschaften des Gemeinschaftsunternehmens.
7. Zwischen SPAR und dem Gemeinschaftsunternehmen wird nur eine sehr eingeschränkte Wettbewerbsbeziehung bestehen. Die NETTO oHG wird ausschließlich Discountmärkte betreiben. SPAR ist demgegenüber in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern auf dem Gebiet des Lebensmitteleinzelhandels ausschließlich mit Supermärkten (Vollsortiment-Lebensmittelmärkte) tätig und hat aufgrund seiner generellen Orientierung keine Intentionen, auch im Discountbereich tätig zu werden.

Zwischen den beiden Vertriebssystemen Supermärkte und Discountmärkte bestehen erhebliche Unterschiede. Aus der Sicht der Verbraucher beziehen sich diese insbesondere auf:

- die Breite und Tiefe des Sortiments: Supermärkte haben ein durchschnittliches Sortiment von 5.000 bis 10.000 Artikeln, Discountmärkte dagegen nur von 600 bis 700 Artikeln. Anders als Supermärkte bieten Discountmärkte innerhalb einer Produktgruppe, z.B. Kaffee, Dosenbier, grundsätzlich nur ein

Produkt oder einige wenige Produkte an. Discountmärkte haben ferner grundsätzlich keine Frische-Abteilung (Fleisch, Gemüse, Früchte);

- die Warenpräsentation: in Discountmärkten werden die Waren sehr anspruchslos präsentiert. Es werden lediglich die Transportkisten aufgeschlitzt; die Kunden müssen die Waren selbst aus den Kisten bzw. Paletten entnehmen;
- die Preisgestaltung: Discountmärkte operieren mit Dauerniedrigpreisen. Im Gegensatz zu Supermärkte gibt es keine Sonderangebote;
- Größe der Verkaufsfläche: im betreffenden Gebiet haben Discountmärkte eine kleinere Verkaufsfläche (im Durchschnitt ca. 400 bis 700 m²), als Supermärkte (durchschnittlich 1000 bis 1500 m²).

Aus der Sicht des Lebensmittelgroßhandels und der Lebensmittelindustrie ergeben sich deutliche Unterschiede für beide Vertriebssysteme aus der unterschiedlichen Preispolitik und dem Umstand, daß Discountmärkte grundsätzlich nicht oder nur in sehr eingeschränkten Maße mit Markenartikeln beliefert werden.

8. Ein kooperatives Element im Zusammenhang mit der Tätigkeit des Gemeinschaftsunternehmens NETTO oHG ist die ihm eingeräumte Möglichkeit, die Einkaufsorganisation der SPAR-Gruppe zu nutzen. Die NETTO oHG wird insoweit die gleiche Position haben wie die anderen unabhängigen Einzelhandelsunternehmen, die mit der SPAR-Einkaufsorganisation zusammenarbeiten. Die NETTO oHG kann an den Jahresgesprächen mit den Lieferanten teilnehmen und Bestellungen auf der Grundlage der dort ausgehandelten Konditionen vornehmen. Es besteht jedoch keine Bindung der NETTO oHG zur Teilnahme an dieser Einkaufskooperation. Sie ist insbesondere frei, von anderen Lieferanten zu beziehen, oder mit den Lieferanten der SPAR-Gruppe eigene Konditionen auszuhandeln. Es bedarf hier keiner Erörterung, inwieweit die Teilnahme der NETTO oHG an der Einkaufskooperation der SPAR-Gruppe nach den Wettbewerbsregeln der Gemeinschaft relevant sein könnte. Im Rahmen der fusionsrechtlichen Prüfung stellt sich diese Kooperation beim Einkauf als ein Element dar, das sich von der Strukturveränderung, die mit der Gründung des Gemeinschaftsunternehmens verbunden ist, trennen läßt und das gegebenenfalls gesondert nach der ersten Durchführungsverordnung zu den Artikeln 85 und 86 des EWG-Vertrages (Verordnung Nr. 17 des Rats vom 6. Februar 1962) zu prüfen wäre.
9. Angesichts der oben dargelegten Wettbewerbssituation der NETTO oHG und ihrer Muttergesellschaften ist die Gründung dieses Gemeinschaftsunternehmens als ein konzentrativer Vorgang im Sinne von Artikel 3 der Fusionskontrollverordnung anzusehen und stellt damit einen Zusammenschluß dar.

IV. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

10. Für das Geschäftsjahr 1990 betrug der zusammengefaßte weltweite Gesamtumsatz von SPAR und Dansk Supermarked 5,9 Milliarden ECU. Der gemeinschaftsweite Umsatz lag bei beiden Unternehmen über 250 Millionen ECU. Die Beteiligten erzielten nicht zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Umsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat.

Der Zusammenschluß hat somit eine gemeinschaftsweite Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung.

V. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

11. Die geographisch relevanten Märkte, in denen sich der Zusammenschluß auswirkt, sind die lokalen Märkte der Discountgeschäfte, die auf die NETTO oHG übertragen werden. Diese lokalen Märkte können dahingehend definiert werden, daß sie jeweils einen Kreis mit einem Radius von ca. 20 Autominuten, gemessen ab der jeweiligen Verkaufsstelle, abdecken. Da die einzelnen lokalen Märkte zusammenhängen, können sie in ihrer Bedeutung zu den Regionen Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zusammengefaßt werden.
12. Der Zusammenschluß betrifft den Lebensmitteleinzelhandel und innerhalb dieses Gesamtmarktes die Vertriebsform der Discountmärkte. Trotz der bestehenden Unterschiede zwischen Discount- und Supermärkten kann aus den nachfolgenden Gründen dahingestellt bleiben, ob jede dieser Vertriebsformen einen eigenen relevanten Produktmarkt bildet.
13. Der Lebensmitteleinzelhandel in den neuen Bundesländern entwickelt sich in der derzeitigen Aufbauphase sehr rasch und ist ständigen Veränderungen unterworfen. SPAR hielt 1991 in den neuen Bundesländern einen Marktanteil im gesamten Lebensmitteleinzelhandel von insgesamt 15%. Dieser im Vergleich mit der Position von SPAR in den alten Bundesländern relativ hohe Marktanteil ist darauf zurückzuführen, daß SPAR einen Großteil der ehemaligen HO-Läden übernommen hat. Angesichts ständiger Neueröffnungen durch andere Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels im gesamten Gebiet der neuen Bundesländer ist zu erwarten, daß dieser Marktanteil nicht stabil bleibt.

Die 28 Discountmärkte, die auf die NETTO oHG übertragen werden, erzielten 1991 einen Umsatz von 69 Millionen ECU. Dies entspricht einem Marktanteil von 0,1% des gesamten Lebensmitteleinzelhandels in den neuen Bundesländern und einem Marktanteil von 1,5% des Discountvertriebs.

14. Die Prüfung der bereits vorhandenen Verkaufsstellen des Lebensmitteleinzelhandels in den lokalen Märkten, die von dem Zusammenschluß betroffen sind, führt zu dem Ergebnis, daß in jedem dieser lokalen Märkte unter Berücksichtigung der Zahl der Verkaufsstellen der unterschiedlichen Wettbewerber und ihrer Verkaufsfläche auch nach dem Zusammenschluß wirksamer Wettbewerb zu erwarten ist. Damit ist zugleich auch weiterhin wirksamer Wettbewerb in den Regionen Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zu erwarten.

Diese Beurteilung gilt sowohl, wenn man von einem umfassenden Markt des Lebensmitteleinzelhandels ausgeht, als auch, wenn man einen gesonderten relevanten Markt für Discountmärkte annimmt. Soweit ein solcher Markt in Betracht zu ziehen ist, kommt eine besondere Bedeutung dem Umstand zu, daß auf allen lokalen Märkten bereits ein oder mehrere Discountmärkte von ALDI, dem bei weitem größten deutschen Betreiber von Discountmärkten, bestehen oder in Planung sind.

VI. ABSCHLIESSENDE BEURTEILUNG

15. Auf der Grundlage der oben dargestellten Tatsachen und Erwägungen ist die Kommission zu dem Ergebnis gekommen, daß der vorliegende Zusammenschluß keine beherrschende Stellung begründet oder verstärkt, durch die wirksamer Wettbewerb im gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil derselben erheblich behindert würde.

*

* *

Aus den genannten Gründen hat die Kommission entschieden keine Einwände gegen den angemeldeten Zusammenschluß zu erheben und ihn für mit dem gemeinsamen Markt vereinbar zu erklären. Diese Entscheidung beruht auf Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung des Rates Nr. 4064/89.

Für die Kommission