

DE

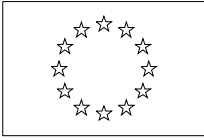
***Fall Nr. COMP/M.2877 -
KARLSBERG / BRAU
HOLDING
INTERNATIONAL /
KARLSBERG
INTERNATIONAL***

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

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

Artikel 6, Absatz 1, b KEINE EINWÄNDE
Datum: 27/08/2002

*Auch in der CELEX-Datenbank verfügbar
Dokumentenummer 302M2877*



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 27/08/2002
SG (2002) D/231410

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 anmeldende Partei

Sehr geehrte Damen und Herren!

**Betrifft : Fall Nr. COMP/M.2877 - Karlsberg/ Brauholding International/ JV
Anmeldung vom 24.07.2002 gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG)
Nr. 4064/89 des Rates (Fusionskontrollverordnung)¹**

1. Am 24.07.2002 ist die Anmeldung eines Zusammenschlussvorhabens gemäß Artikel 4 der Fusionskontrollverordnung bei der Kommission eingegangen. Danach ist Folgendes beabsichtigt: Das Unternehmen Karlsberg Holding GmbH, Deutschland ("KBH") das dem Karlsberg Konzern angehört und die Brauholding International AG, Deutschland ("BHI") die von der Heineken International B.V., Niederlande und der Bayrischen Brauholding AG der Schörghuber Unternehmensgruppe kontrolliert wird, erwerben im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Ratsverordnung die gemeinsame Kontrolle an dem Unternehmen Karlsberg International Brand GmbH ("KIB") und der Karlsberg International Services GmbH & Co. KG ("KIS") durch Kauf von Anteilsrechten.
2. Nach Prüfung der Anmeldung hat die Kommission festgestellt, dass das angemeldete Vorhaben in den Anwendungsbereich der Fusionskontrollverordnung fällt und hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen keinen Anlaß zu ernsthaften Bedenken gibt.

¹ ABl. L 395 vom 30.12.1989, S.1, berichtigte Fassung ABl. L 257 vom 21.9.1990, S. 13; zuletzt geändert durch Verordnung (EWG) Nr. 1310/97 (ABl. L 180 vom 9.7.1997, S. 1, Berichtigung in ABl. L 40 vom 13.02.1998, S. 17.)

I. DIE PARTEIEN UND DAS VORHABEN

3. Die KBH, eine 100%-ige Tochtergesellschaft des Karlsberg Konzerns, ist in Deutschland im wesentlichen in den Bereichen Herstellung, Groß- und Einzelhandel von Bier und Biermixgetränken, nichtalkoholischen Getränken und Mineralwasser tätig. Weitere Geschäftsbereiche (Tiefkühlkost, Dienstleistungen, Immobilien etc.) des Konzerns und dessen geringfügige Tätigkeiten außerhalb Deutschlands fallen hier nicht ins Gewicht.
4. Die BHI ist ein Gemeinschaftsunternehmen, das gemeinsam von der BBH und Heineken kontrolliert wird. Das gesamte Biergeschäft (Brauerei, Groß- und Einzelhandel) der zur Schörghuber Unternehmensgruppe gehörenden BBH ist in der BHI zusammengefasst. Die wichtigsten Biermarken der BHI sind Paulaner und Hacker-Pschorr, sowie zu etwa 62% Kulmbacher. Bieraktivitäten von Heineken außerhalb der BHI sind in Deutschland sehr gering (unter 1%).
5. In die KIB hat der Karlsberg Konzern das deutsche Bier- und Getränkegeschäft sowie damit in Zusammenhang stehende weitere Geschäftsbereiche eingebracht.
6. Die KIS, so wie die KIB eine Tochtergesellschaft der KBH, soll Administrations- und Informationstechnologie-Leistungen für KIB erbringen. Es soll mit der KIB ein Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrag abgeschlossen werden.
7. Das geplante Zusammenschlussvorhaben der KBH und BHI betrifft die Gründung der Gemeinschaftsunternehmen KIB und KIS. Die BHI wird sich mit jeweils 45% an den bislang zu 100% von KBH gehaltenen Unternehmen beteiligen, die restlichen 55% Geschäftsanteile verbleiben bei KBH. Die KIB soll in erster Linie für die Herstellung und den Großhandelsvertrieb von Bier sowie nicht-alkoholischen Getränken und, in geringerem Umfang, den Vertrieb von Bier durch den Einzelhandel in Deutschland zuständig sein.

II. ZUSAMMENSCHLUSS

8. Nach Vollzug des Zusammenschlusses sollen BHI und KBH die KIB und KIS gemeinsam beherrschen und gemeinsame Kontrolle im Sinne des Art. 3 Abs. 1 lit b) Abs. 2 der Fusionskontrollverordnung ausüben. Die KIB soll die Herstellung und den Vertrieb von Bier und Biermixgetränken als Vollfunktions-Gemeinschaftsunternehmen wahrnehmen. Es soll über sämtliche Ressourcen verfügen, die für eine Tätigkeit auf diesem Markt notwendig sind (eigene Brauereikapazitäten, eigener Vertrieb, eigenes und unabhängiges Management, ausreichende finanzielle Ausstattung etc.) und die typischerweise auch bei anderen Marktteilnehmern vorhanden sind, so dass auf Dauer die Funktionen einer selbständigen Wirtschaftseinheit erfüllt werden.
9. Der Gesellschaftsvertrag der KIB bestimmt, dass die Gesellschafterversammlung in der Regel mit [...] der vertretenen Stimmen entscheidet; wichtige Entscheidungen für die Geschäftsführung sind an die vorherige Zustimmung der Gesellschafter geknüpft.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

10. Die beteiligten Unternehmen erzielen einen weltweiten Gesamtumsatz von mehr als 5 Mrd. EUR² (Karlsberg Konzern 546 Mio. EUR in Geschäftsjahr 2000/2001 und BBH und Heineken zusammen 8.395 Mio. EUR in Geschäftsjahr 2001). KBH und BHI haben einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von jeweils mehr als 250 Mio. EUR (Karlsberg Konzern 542 Mio. EUR in Geschäftsjahr 2000/2001 und BBH und Heineken zusammen [...] Mio. EUR in Geschäftsjahr 2001), erzielen jedoch nicht mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Der angemeldete Zusammenschluß hat daher gemeinschaftsweite Bedeutung im Sinne von Artikel 1 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung. Es handelt sich nicht um einen Kooperationsfall mit der EFTA-Überwachungsbehörde nach dem EWR-Abkommen.

IV. WETTBEWERBLICHE BEURTEILUNG

A. Sachlich relevanter Markt

11. Die Parteien gehen davon aus, dass als sachlich relevanter Markt die Herstellung und der Vertrieb von Bier zu Grunde zu legen ist.
12. Die Kommission hat in mehreren Entscheidungen festgestellt³, dass Bier einen von Wein und kohlesäurehaltigen Erfrischungsgetränken zu unterscheidenden, separaten Produktmarkt darstellt.
13. Hinsichtlich der Vertriebswege hat der Europäische Gerichtshof entschieden⁴, dass der Vertrieb über den Einzelhandel („LEH“) auf der einen Seite und über die Gastronomie - Hotels, Restaurants, Cafés („Horeca“) - auf der anderen Seite zwei verschiedene Produktmärkte darstellen können. Unterschiede gibt es nicht nur in den Absatzgegebenheiten, den Abnehmerbindungen, der Abnehmerstruktur und der Art der Behältnisse, sondern auch durch die zusätzlichen Dienstleistungen im Bereich Horeca.
14. Im vorliegenden Fall kann offen gelassen werden, ob Horeca auf der einen und LEH auf der anderen Seite unterschiedliche Produktmärkte darstellen. Unter jeder hier möglichen Produktmarkt-Abgrenzung führen die lediglich geringfügigen Marktanteilsadditionen nicht dazu, eine beherrschende Stellung zu begründen oder zu verstärken, durch die wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder in einem wesentlichen Teil desselben erheblich behindert würde.

² 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.

³ Orkla/Volvo, Fall Nr. IV/M.582 vom 20.09.1995; Scottish & Newcastle/ Groupe Danone, Fall Nr. Comp/M. 1925 vom 11.07.2000; Scottish Newcastle/JV/Centralcer, Fall Nr. COMP/M. 2152 vom 22.11.2000; Heineken/Bayrische Brauholding, Fall. Nr. COMP/M. 2387 vom 12.07.2001

⁴ EuGHE 1991, S. 977, Rs C-234/89, Delimitis, vom 28.02.1991

B. Geographisch relevante Märkte

15. Im Einklang mit der „Delimitis“ Entscheidung der Europäischen Gerichtshofes⁵ und der Entscheidungspraxis der Kommission⁶, tragen die Parteien vor, dass der geographische Markt für die Herstellung und den Vertrieb von Bier national ist. Die Zusammenschlussparteien sind, wenn auch zum Teil sehr geringfügig, in Deutschland, in den Niederlanden, in Italien, in Spanien, in Griechenland und in Großbritannien tätig. Das französische Biergeschäft ist in dieses Zusammenschlussvorhaben nicht einbezogen.
16. Selbst wenn aufgrund der zahlreichen Brauereien mit unterschiedlichen regionalen Schwerpunkten in Deutschland von regionalen Märkten auszugehen wäre, würde wirksamer Wettbewerb durch den Zusammenschluss nicht behindert.

C. Beurteilung

Deutschland

17. Schwerpunkt der Tätigkeit des GU soll Deutschland sein. Die Parteien führen aus, dass in Deutschland über 1000 Brauereien auf dem Markt präsent sind. Der ganz überwiegende Anteil des Biervertriebes erfolgt über den LEH, ca. 73% des Absatzes. Dieser Vertriebsweg ist durch die Nachfragemacht der großen Handelsketten geprägt. Die verbleibenden ca. 27% des Gesamtbeerabsatzes erfolgen über den Vertrieb Horeca. Betrachtet man den gesamtdeutschen Biermarkt, so ergeben sich addierte Marktanteile der Karlsberg Gruppe und Heineken/BHI von unter 10% sowohl für den Biermarkt insgesamt, als auch bei den Vertriebskanälen LEH und Horeca.
18. Betrachtet man die Region in Deutschland, die Hauptabsatzgebiet der Karlsberg Gruppe in Deutschland ist, das Saarland und Rheinland-Pfalz, so erreichte hier im Jahr 2001 die Karlsberg Gruppe im Bereich LEH [10-20]% und im Bereich HORECA [20-30]% Marktanteile. BHI war 2001 in dieser Region mit [0-5]% (LEH) und [0-5] % (HORECA) Marktanteilen vertreten (jeweils gemessen am Verbrauch, hl-Basis). Diese geringfügigen Überlappungen von weniger als [<5]% für den Vertriebsweg LEH und unter [<5]% bei Horeca führen nicht zum Entstehen oder der Verstärkung einer marktbeherrschenden Position.
19. Die BHI erreichte 2001 in ihrem deutschen Hauptabsatzgebiet Bayern einen Marktanteil von [0-10]% im Bereich HORECA und [10-20]% im Bereich LEH. Die in diesem Gebiet Deutschlands kaum präsente Karlsberg Gruppe hat sowohl im Bereich HORECA als auch LEH unter [0-5]% Marktanteile, sodass hier von einer spürbaren Marktanteilsaddition nicht gesprochen werden kann.

Andere Länder

20. Außerhalb Deutschlands haben Heineken/BHI in den Niederlanden, in Italien, in Spanien und in Griechenland Marktanteile, die 15% übersteigen. Nach Angaben der Parteien sind in Großbritannien die Marktanteile von Heineken/BHI unter 5%. Die Marktanteilszuwächse

⁵ a.a.O. Fn. 4

⁶ a.a.O. Fn. 3

durch den geplanten Zusammenschluss bleiben in allen aufgeführten Ländern weit unter 1%. Das französische Biergeschäft wird nicht in das GU eingebracht, verbleibt also bei der KBH.

21. Insgesamt sind die sich aus dem Zusammenschluss ergebenden Marktanteilszuwächse so gering, dass sich materiell unter keiner denkbaren oben beschriebenen geographischen oder sachlichen Marktabgrenzung wettbewerbliche Bedenken ergeben.

V. SCHLUSS

22. Aus diesen Gründen hat die Kommission entschieden, den Zusammenschluß für vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt und mit dem EWR-Abkommen zu erklären. Diese Entscheidung beruht auf Art. 6(1)(b) der Fusionskontrollverordnung.

Für die Kommission

Michaele SCHREYER
Mitglied der Kommission