

DE

***Fall Nr. COMP/M.5303 -
ARQUES / SHC***

Nur der deutsche Text ist verfügbar und verbindlich.

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

Artikel 6, Absatz 1, b KEINE EINWÄNDE
Datum: 25/09/2008

***In elektronischem Format auf der EUR-Lex Website unter
der Dokumentennummer 32008M5303***



Brüssel, den 25-IX-2008

SG-Greffe(2008) D6205784

ZUR VERÖFFENTLICHUNG
BESTIMMTE FASSUNG

FUSIONSVERFAHREN
ARTIKEL 6(1)(b) ENTSCHEIDUNG

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.

An die anmeldenden Parteien:

Sehr geehrte Damen und Herren!

Betrifft : Fall Nr. COMP/M.5303 – Arques/ SHC
Anmeldung vom 21/08/2008 gemäß Artikel 4 der Verordnung (EG)
Nr. 139/2004 des Rates (Fusionskontrollverordnung)

1. Am 21/08/2008 ist die Anmeldung eines Zusammenschlussvorhabens gemäß Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 139/2004 des Rates¹ ("Fusionskontrollverordnung") bei der Kommission eingegangen. Danach ist Folgendes beabsichtigt: Das Unternehmen Arques Industries AG ("Arques", Deutschland) erwirbt im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b der Ratsverordnung die Kontrolle über das Unternehmen SHC GmbH & Co. KG ("SHC", Deutschland), das zurzeit von dem Unternehmen Siemens AG ("Siemens", Deutschland) kontrolliert wird, durch Aktienkauf.

I. DIE PARTEIEN

2. **Arques**, mit Sitz in Starnberg (München), ist eine reine Holdinggesellschaft, die sich an Unternehmen in Umbruchsituationen beteiligt, um diese zu restrukturieren. Ihre Beteiligungsgesellschaften sind in diversen Geschäftsfeldern aktiv, u.a. im Großhandel mit Informationstechnologie, Telekommunikation und Home-Media sowie in der Herstellung von Set-Top-Boxen für digitales Fernsehen.
3. **SHC** ist der Geschäftsbereich "Home and Office Communication Devices" der deutschen Siemens AG. SHC umfasst mehrere Landesgesellschaften in der ganzen Welt, die in der Entwicklung, Herstellung und dem Vertrieb von Telefonen für

¹ ABl. L 24 vom 29.1.2004, S.1

Festnetz- und Internet-Telefonie (voice over IP, "VoIP"), Breitbandgeräten (Router and Gateways) sowie Home-Media-Produkten (Set-Top-Boxen) tätig sind. SHCs Produkte werden unter dem Markennamen "Gigaset" über den Groß- und Einzelhandel, über Telefonnetzbetreiber und Internet-Service-Provider verkauft.

II. DAS VORHABEN UND DER ZUSAMMENSCHLUSS

4. Arques beabsichtigt, von Siemens die alleinige Kontrolle über SHC zu erwerben. Zu diesem Zweck hat Arques zwei Akquisitionsvehikel gegründet. Das Akquisitionsvehikel Arques Invest Potenzial GmbH wird sämtliche Anteile an den bestehenden SHC-Landesgesellschaften in Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Italien, den Niederlanden, Österreich, Schweden, Schweiz, Spanien, der USA (zwei Gesellschaften) und den Vereinigten Arabischen Emiraten sowie an den noch zu gründenden Landesgesellschaften in Argentinien, Großbritannien, Kanada, Polen, der Türkei und Russland, in die das dortige bisherige SHC-Geschäft von Siemens ausgegliedert wird, erwerben. 100 % der Anteile an der Arques Invest Potenzial GmbH werden von dem zweiten Akquisitionsvehikel, der Arques Value Development GmbH, gehalten werden.
5. Nach dem Zusammenschluss wird Arques 80,2 % und Siemens 19,8 % der Anteile an der Arques Value Development GmbH halten. Bei der Beteiligung von Siemens handelt es sich um eine reine Finanzbeteiligung. Siemens wird nicht mit kontrollierenden Rechten ausgestattet. Durch die Beteiligung von Siemens soll ein fließender Übergang von SHC gewährleistet und den Arbeitnehmerinteressen ausreichend Rechnung getragen werden.
6. Die Gesellschafterbeschlüsse der Arques Value Development GmbH, wie z.B. die Bestellung der Geschäftsführung, werden mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst. Für Beschlüsse des Beirats ist ebenfalls eine einfache Mehrheit der Stimmen ausreichend. Siemens stellt einen von sechs Beiräten, Arques stellt die restlichen fünf Beiräte. Mit Abschluss des Zusammenschlussvorhabens wird Arques daher die alleinige Kontrolle über SHC erwerben.
7. Bei dem Vorhaben handelt es sich damit um einen Zusammenschluss im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 Buchstabe b der Fusionskontrollverordnung.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

8. Die beteiligten Unternehmen erzielen einen weltweiten Gesamtumsatz von mehr als EUR 5 Mrd. (Arques: [...], SHC: [...])². Arques und SHC haben einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von jeweils mehr als EUR 250 Mio. (Arques: [...], SHC: [...]), wobei sie nicht jeweils mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat erzielen. Der angemeldete Zusammenschluss hat daher gemeinschaftsweite Bedeutung.

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).

V. WETTBEWERBLICHE BEURTEILUNG

A. Relevante Märkte

9. Die Parteien sind im Bereich der Unterhaltungselektronik tätig. Nach Auffassung der Parteien sind von dem Zusammenschluss die folgenden fünf Märkte betroffen: der Markt für die Herstellung und den Vertrieb von Festnetz- und Internet-Telefonie-Endgeräten für Verbraucher, der Markt für die Herstellung und den Vertrieb von Breitbandgeräten für den Einsatz beim Endkunden, der Markt für die Herstellung und den Vertrieb von digitalen TV-Empfangsgeräten (Set-Top-Boxen), der Markt für den Großhandel mit IT-Produkten sowie der Markt für den Großhandel mit Telekommunikationsprodukten.

Herstellung und Vertrieb von Festnetz- und Internet-Telefonie-Endgeräten

10. Nach Auffassung der Parteien umfasst der relevante Produktmarkt schnurgebundene und schnurlose, analoge und digitale Telefone sowie Telefone mit Zubehör wie einem Anrufbeantworter. Neben Festnetztelefonen müssen nach Ansicht der Parteien auch Endgeräte, die Telefonie über Internet (VoIP) ermöglichen, zum relevanten Markt gerechnet werden. Mobiltelefone und Pager sollen dagegen nicht dazugehören. Diese Marktabgrenzung steht im Einklang mit einer erst kürzlich ergangenen Entscheidung des britischen Ofcom (Office of Communication), in der ein einheitlicher Markt für Telefonendgeräte angenommen wurde, der schnurgebundene und schnurlose, analoge und digitale Telefone mit oder ohne integriertem Anrufbeantworter umfasst³.
11. Nach Ansicht der Parteien spricht eine Vielzahl von Gründen für die vorgeschlagene Marktabgrenzung. Als erstes tragen die Parteien vor, dass Telefone mit unterschiedlichen Ausstattungsmerkmalen von den Verbrauchern als substituierbar angesehen würden. Auch wenn sich die Ausstattungsmerkmale im Einzelnen unterscheiden, so nutzten die Verbraucher doch sämtliche Geräte für denselben grundlegenden Zweck, nämlich zum Telefonieren. Die Entscheidung, ein Telefongerät zu kaufen, werde von mehreren Faktoren, wie dem Preis, zusätzlichen Funktionen und einer eventuellen Vorliebe für Mobilität, beeinflusst. Daher böten die meisten Hersteller eine breite Palette von Telefongeräten für unterschiedliche Ansprüche an.
12. Eine Unterteilung in verschiedene Preissegmente ist nach Auffassung der Parteien nicht sachgerecht, da sich die Preise für verschiedene Telefone wegen der dynamischen Entwicklung sehr schnell ändern und nicht für die gesamte Lebensdauer eines Telefons gelten. Zudem gebe es keine klar abgrenzbaren Preissegmente, sondern vielmehr einen fließenden Übergang zwischen den verschiedenen Segmenten.
13. Es sei nicht sachgerecht, zwischen schnurgebundenen und schnurlosen Telefonen zu differenzieren, da eine beträchtliche Nachfrage- und Angebotssubstituierbarkeit bestehe. Angesichts der Tatsache, dass ein integrierter Anrufbeantworter nur einer von vielen Faktoren sei, der die Kaufentscheidung der Verbraucher beeinflusse, sei

³ Entscheidung des Ofcom vom 1. August 2006, Beschwerde bezüglich BT's Preisgestaltung für digitale schnurlose Telefone.

auch eine Unterscheidung zwischen Geräten mit oder ohne integriertem Anrufbeantworter unangemessen. Die Anrufbeantworterfunktion könne zudem über den jeweiligen Netzbetreiber abgedeckt werden, müsse also nicht zwingend vom Telefongerät erbracht werden. Schließlich bedarf es nach Ansicht der Parteien auch keiner Unterteilung des Marktes in einen Markt für digitale Telefongeräte und einen Markt für analoge Telefongeräte, da beide Gerätearten ähnliche Funktionen anbieten.

14. Die Kommission hat bisher die Definition des Produktmarktes offen gelassen⁴. In früheren Kommissionsentscheidungen wurde die Annahme erwogen, dass es, wegen unterschiedlichen Technologien, Eigenschaften und Funktionalitäten, separate relevante Märkte für schnurgebundene und schnurlose Telefone, Mobiltelefone, Anrufbeantworter und Pager geben könnte. Die Kommission hat aber auch erkannt, dass es oft keine klaren Grenzen zwischen diesen Produktsegmenten gibt. Anrufbeantworter können mit schnurgebundenden oder schnurlosen Telefonen integriert werden. Die Grenzen zwischen Mobiltelefonen, Festnetztelefonen und anderen Telekommunikationsgeräten werden voraussichtlich in der Zukunft noch kleiner sein.
15. Nach Ansicht der Parteien ist der räumlich relevante Markt zumindest EWR-weit. Der Grund dafür sei, dass dieselben Standards und Technologien im gesamten EWR verwendet würden und dieselben Geräte europaweit genutzt werden könnten.
16. Die Kommission hat in ihrer bisherigen Entscheidungspraxis die Annahme eines zumindest EWR-weiten Marktes erwogen. Schnurlose und schnurgebundene Telefone, sowie Mobiltelefone und Pagers können europaweit benutzt werden. Es gibt keine technischen Unterschiede, die Hersteller daran hindern, Telefone europaweit zu verkaufen. Bisher hat die Kommission die geografische Definition des relevanten Marktes jedoch offen gelassen⁵.
17. Im vorliegenden Fall kann die genaue Definition des sachlich und räumlich relevanten Marktes offen bleiben, da der Zusammenschluss unter keiner der in Betracht kommenden Definitionen zu wettbewerblichen Bedenken führt.

Breitbandgeräte für den Einsatz beim Endkunden

18. Nach Auffassung der Parteien umfasst der Markt für Breitbandgeräte für den Einsatz beim Endkunden alle Hardware-Geräte, die eine Übertragung von Dateninhalten über Breitbandnetzwerke ermöglichen und beim Endkunden eingesetzt werden. Insbesondere umfasst dieser Markt Router und Gateways sowie Modems.
19. Ein Router wird eingesetzt, um verschiedene Geräte an ein Heimnetzwerk anzubinden und einen Zugang zum Internet herzustellen. Er bietet zusätzlich Sicherheit (z.B. durch eine eingebaute Firewall). Ein Gateway ermöglicht es Netzwerken, die auf unterschiedlichen Protokollen basieren, miteinander zu kommunizieren. Im Endkundenbereich sorgt das Gateway dafür, dass Daten im

⁴ Case No IV/M. 966 - Philips/Lucent Technologies.

⁵ IV/M.1358 Philips/Lucent Technologies.

Heimnetzwerk z.B. über ein "wireless Local Area Network" ("WLAN") verteilt werden. Als Modems werden meist einfache Zugangsgeräte bezeichnet, über die mit einem einzelnen Computer ein Zugang zum Internet hergestellt werden kann. Es gibt keine scharfe Trennlinie zwischen den Bezeichnungen Router und Gateway. Beide Begriffe werden im allgemeinen Sprachgebrauch oftmals gleichgesetzt. Router und Gateways enthalten häufig auch die Modem-Funktionalität.

20. Nach Ansicht der Parteien ist von einem einheitlichen Markt für sämtliche Breitbandgeräte für den Einsatz beim Endkunden auszugehen. Die Parteien stützen sich dabei auf die zunehmende Konvergenz der einzelnen Geräte sowie auf die Angebotssubstituierbarkeit. Es sei allen Herstellern möglich, sowohl Router als auch Gateways und Modems herzustellen. Der Markt umfasse zudem Zusatzprodukte, insbesondere die für den Betrieb der Geräte erforderliche Software. Breitbandgeräte seien Teil einer umfassenden Lösung für den Kunden, die in der Regel aus Hardware und unterstützender Software bestehe. Die Parteien beziehen auch WiMAX-Geräte mit in den sachlich relevanten Markt ein. WiMax-Geräte sind im wesentlichen Modems mit Router-Funktionalität, die eine Anbindung eines Heimnetzwerks an das WiMAX-Netzwerk ermöglichen⁶.
21. In den bisherigen Entscheidungen hat die Kommission offen gelassen, ob Router, Gateways und Modems drei jeweils eigenständige Märkte bilden⁷.
22. Nach Ansicht der Parteien, ist der räumlich relevante Markt zumindest EWR-weit. Dieselben Standards und Technologien würden im gesamten EWR verwendet und dieselben Geräte könnten europaweit genutzt werden. Diese Ansicht steht im Einklang mit der Entscheidungspraxis der Kommission⁸.
23. Im vorliegenden Fall kann die genaue Definition des sachlich und räumlich relevanten Marktes offen bleiben, da das Zusammenschlussvorhaben unter keiner der in Betracht kommenden Definitionen zu wettbewerblichen Bedenken führt.

Digitale TV-Empfangsgeräte (Set-Top-Boxen)

24. Der Markt für digitale TV-Empfangsgeräte, oder sogenannte Set-Top-Boxen, umfasst die Herstellung und den Vertrieb von Endgeräten, die den Empfang von Digitalfernsehen ermöglichen. Set-Top-Boxen werden mit dem Fernsehgerät mittels eines sogenannten SCART-Kabels verbunden und führen dann zum Empfangsmedium, z.B. einem Kabel oder Satelliten. Nach Auffassung der Parteien umfasst der relevante Produktmarkt keine TV-Empfangsgeräte, die den Empfang

⁶ WiMAX steht für "worldwide interoperability for microwave access". WiMAX ist eine Funktechnologie für eine Breitbandanbindung der "letzten Meile" für Privat- und Firmenkunden sowie für mobile Funknetze. WiMAX ist eine Alternative zum Breitbandzugang per Kabel oder DSL. Eingesetzt wird WiMAX typischerweise von Fest- oder Mobilnetzbetreibern, die drahtlose DSL-Verbindungen in ländlichen oder entlegenen Gebieten anbieten wollen, in denen eine andere Anbindung, etwa über Kabel, schwierig und unökonomisch wäre. Nach Ansicht der Parteien ist das WiMAX-Netz derzeit weder im EWR noch in einem Mitgliedstaat vollständig ausgebaut.

⁷ COMP/M.4063 Cisco/Scientific Atlanta, COMP/M.3995 Belgacom/Telindus, COMP/M.2851 Intracom/Siemens/STI.

⁸ COMP/M.4063 Cisco/Scientific Atlanta

von analogem Fernsehen ermöglichen, da die Zielrichtung und Funktionsweise unterschiedlich sei. Die Parteien gehen daher von einem einheitlichen Produktmarkt für digitale TV-Empfangsgeräte (Set-Top-Boxen) aus.

25. In der bisherigen Entscheidungspraxis hat die Kommission die Annahme eines eigenständigen Markts für Satellitenreceiver und Set-Top-Boxen in Betracht gezogen⁹. Für den vorliegenden Zusammenschluss kann die exakte Definition des sachlich relevanten Marktes offen bleiben, da der Zusammenschluss bei keiner der Marktabgrenzungen zu wettbewerblichen Bedenken führen wird.
26. Nach Ansicht der Parteien ist der räumlich relevante Markt zumindest EWR-weit. Dieselben Standards und Technologien würden im gesamten EWR verwendet und dieselben Geräte könnten europaweit genutzt werden. Diese Ansicht steht im Einklang mit der Entscheidungspraxis der Kommission¹⁰.

Großhandel mit IT-Produkten

27. Nach Auffassung der Parteien existiert ein eigenständiger Produktmarkt für den Großhandel mit IT-Produkten. Dieser Markt umfasst den Vertrieb einer Vielzahl von Produkten der Informationstechnologie und Unterhaltungselektronik, IT-Mobility und Consumer Electronics sowie verwandte Dienstleistungen wie die Wartung und Übernahme von Garantiarbeiten, Schulungen und Finanzdienstleistungen. Nach Ansicht der Parteien umfasst der relevante Produktmarkt nicht direkte Verkäufe von Herstellern von IT-Produkten.
28. Die Parteien sind der Ansicht, dass eine weitere Unterteilung des Marktes in verschiedene Produktkategorien nicht sachgerecht sei. Alle großen IT-Großhändler böten typischerweise eine große Produktpalette an und spezialisierten sich nicht auf einzelne Produktkategorien. Wettbewerb zwischen Großhändlern bestehe nicht in einzelnen Produktkategorien, sondern aufgrund des gesamten Produktportfolios. Die Ansicht der Parteien befindet sich im Einklang mit früheren Entscheidungen der Kommission, in denen die Annahme eines Marktes für den Großhandel mit IT-Produkten erwogen wurde¹¹.
29. Nach Auffassung der Parteien ist der räumlich relevante Markt EWR-weit. Die Kommission hat jedoch in ihrer bisherigen Entscheidungspraxis nationale Märkte in Betracht gezogen¹².
30. Für den vorliegenden Zusammenschluss kann die exakte Definition des sachlich und räumlich relevanten Marktes offen bleiben, da der Zusammenschluss bei keiner der möglichen Marktabgrenzungen zu wettbewerblichen Bedenken führen wird.

⁹ IV/M.469 MSG/Media Service, COMP/M.2077 Clayton Dubiler & Rice/Italtel, COM/M.4063 Cisco/Scientific Atlanta.

¹⁰ COMP/M.4063 Cisco/Scientific Atlanta.

¹¹ COMP/M.5099 Arrow Electronics/Logix, COMP/M.5091 Tech Data/Scribona, COMP/M.4868 Avnet/Magirus Eid.

¹² COMP/M.5091 Tech Data/Scribona.

Großhandel mit Telekommunikationsprodukten

31. Aus Sicht der Zusammenschlussparteien besteht ein einheitlicher, eigenständiger Markt für den Großhandel mit Telekommunikationsprodukten. Der relevante Produktmarkt umfasst den Großhandel mit Festnetz-Telefonie-Endgeräten, Mobilfunktelefonen sowie vergleichbaren Endgeräten (wie Autotelefonen) und Zubehör sowie die Erbringung weitere damit in Zusammenhang stehender Dienstleistungen.
32. Die von den Parteien vorgeschlagene Marktabgrenzung steht im Einklang mit der Entscheidungspraxis der Kommission. Im Fall COMP/JV.26 Freedom/Dangaard ging die Kommission von einem eigenständigen Markt für den Großhandel mit Telekommunikationsprodukten aus.
33. Nach Auffassung der Parteien ist der räumlich relevante Markt EWR-weit. Die Kommission hat bisher die Reichweite des räumlich relevanten Marktes offen gelassen.
34. Für den vorliegenden Zusammenschluss kann die exakte Marktabgrenzung dahinstehen, da der Zusammenschluss bei keiner der möglichen Marktabgrenzungen zu wettbewerblichen Bedenken führen wird.

B. Wettbewerbliche Würdigung

Horizontale Beziehungen

35. Nach den von den Parteien unterbreiteten Informationen überschneiden sich die Aktivitäten der Parteien nur in einem Bereich. Sowohl SHC als auch Arques sind in der Herstellung und dem Vertrieb von digitalen TV-Empfangsgeräten (Set-Top-Boxen) tätig. Auf einem EWR-weiten Markt bleibt der gemeinsame Marktanteil der Parteien jedoch deutlich unter 5%. Zudem sehen sich die Parteien drei wesentlichen Wettbewerbern gegenüber. Es handelt sich dabei um Thomson [10-20%], Philips [10-20%] und Panasonic [5-10%]. Daher führt der Zusammenschluss nicht zu horizontal betroffenen Märkten. Es bestehen keine wettbewerblichen Bedenken hinsichtlich der horizontalen Auswirkungen.

Vertikale Beziehungen

36. Der Zusammenschluss führt zu vertikal betroffenen Märkten. SHC ist auf dem Markt für die Herstellung von Festnetz- und Internet-Telefonie-Endgeräten tätig und hat dort einen Marktanteil von über 25%. Der Markt für die Herstellung von Festnetz- und Internet-Telefonie-Endgeräten ist dem Markt für den Großhandel mit Telekommunikationsprodukten vorgelagert, auf dem Arques aktiv ist.
37. Die Parteien sind daneben auf dem Markt für die Herstellung von Breitbandgeräten für den Einsatz beim Endkunden (SHC) und dem Markt für die Herstellung von digitalen TV-Empfangsgeräten (Set-Top-Boxen) tätig (SHC und Arques). Diese beiden Märkte sind dem Markt für den Großhandel mit IT-Produkten vorgelagert, auf dem Arques aktiv ist und im Fall einer nationalen Marktabgrenzung einen Marktanteil von über 25% in einigen Ländern hat.

Vertikale Beziehung zwischen dem vorgelagerten Markt für die Herstellung von Festnetz- und Internet-Telefonie-Endgeräten und dem nachgelagerten Markt für den Großhandel mit Telekommunikationsprodukten

38. In 2007 erzielte SHC auf einem EWR-weiten Markt für die Herstellung von Festnetz- und Internet-Telefonie-Endgeräten einen Marktanteil von [20-30%] auf Wertbasis¹³.
39. Arques ist durch ihre Beteiligungsgesellschaft NT Plus auf dem nachgelagerten Markt für den Großhandel mit Telekommunikationsprodukten tätig und hält dort einen EWR-weiten Marktanteil von [0-5%].
40. NT Plus ist auf dem nationalen Markt für den Großhandel mit Telekommunikationsprodukten in Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Spanien, Tschechien und Großbritannien tätig. In 2007 betrug der Marktanteil von NT Plus auf der Grundlage einer nationalen Marktabgrenzung nur in Deutschland mehr als 5 % [10-20%].
41. In dem vorgelagerten Markt für die Herstellung von Festnetz- und Internet-Telefonie-Endgeräten konkurriert SHC mit zahlreichen anderen Herstellern wie Matsushita (Marke "Panasonic"; Marktanteil in 2007: [10-20%]), Philips [10-20%], Binatone [0-5%], Thomson (Marke "Alcatel"; [0-5%]) und Audioline [0-5%]. SHC konkurriert mit denselben Wettbewerbern auf nationaler Ebene.
42. Nach Aussage der Parteien würden sich die oben genannten Marktanteile und die Wettbewerbssituation auf dem relevanten Markt nicht erheblich ändern, wenn man eine der alternativen Marktabgrenzungen für den vorgelagerten und den nachgelagerten Markt wählt. Für den nachgelagerten Markt folgt dies aus der Tatsache, dass die oben zugrunde gelegte nationale Marktabgrenzung die engst mögliche Definition des räumlich relevanten Marktes ist. Auf einem EWR-weiten Markt haben die Parteien nur einen gemeinsamen Marktanteil von ca. [0-5%], der deutlich unter dem Marktanteil der drei wichtigsten Konkurrenten liegt. Brightstar hat einen Marktanteil von ca. [10-20%], Brightpoint von [10-20%] und 20:20 Logistics von [0-5%].
43. Auf dem vorgelagerten Markt unterscheiden sich die nationalen Marktanteile in den meisten Fällen nicht erheblich von den EWR-weiten Marktanteilen. Nur in Österreich [180-190%] und Schweden [70-80%] ist der Marktanteil von SHC deutlich höher. Der Grund dafür ist, dass diese zwei Länder regionale "Hubs" sind, von denen aus mehrere Länder beliefert werden. Nur ein geringer Teil der Telefongeräte, die von Händlern abgenommen werden, werden in den Ländern, die regionale "Hubs" sind, an Endkunden abgesetzt. Die Mehrheit der Geräte wird in andere Länder der Region geliefert und dort verkauft. So dient Österreich beispielsweise für viele Händler als Hub für den gesamten mittelost- und südosteuropäischen Raum. Von dort aus werden sowohl andere Mitgliedstaaten der EU 27 (wie etwa Tschechien, die Slowakei, Ungarn, Bulgarien, Rumänien, Griechenland und Slowenien) beliefert, als auch andere Balkanstaaten, wie etwa

¹³ SHCs Marktanteil auf Mengengbasis betrug [20-30%].

Serbien und Kroatien. Infolge dessen, werden in Österreich von den Händlern fast doppelt so viele Telefongeräte abgenommen, wie insgesamt in Österreich an Endkunden abgesetzt werden. Ähnlich ist die Situation in Schweden. Schweden dient als Hub für die skandinavischen EU-Mitgliedstaaten sowie das Baltikum. Nach Angaben der Parteien, werden auch Länder außerhalb des EWR, wie etwa Russland, von Schweden aus beliefert. Dementsprechend erzielt SHC in einer Vielzahl anderer EWR-Mitgliedstaaten formell überhaupt keinen Umsatz. Die Wettbewerber von SHC, die in allen EWR Mitgliedstaaten mit SHC konkurrieren, haben ein ähnliches Vertriebssystem. Aus diesem Grund, spiegeln die nationalen Marktanteile nicht zutreffend die Marktverhältnisse wider.

44. Da der gemeinsame Marktanteil der Parteien auf dem vorgelagerten Markt moderat ist und es zahlreiche Wettbewerber gibt, können die Parteien nach dem Zusammenschluss kein deutliches Maß an Marktmacht ausüben, wie es für eine Abschottung bei Einsatzmitteln erforderlich wäre. Eine Abschottung erscheint auch deshalb als sehr unwahrscheinlich, weil die Kunden nach Angaben der Parteien unproblematisch von einem Hersteller zu einem anderen wechseln können, ohne bedeutende Umstellungskosten in Kauf nehmen zu müssen. Angesichts der geringen Marktanteile auf dem nachgelagerten Markt, die ein entsprechend geringes Abnahmeverhalten erwarten lassen, führen die vertikalen Auswirkungen des Zusammenschlusses auch nicht zu wettbewerblichen Bedenken hinsichtlich einer Abschottung vom Zugang zu Kunden. Es besteht folglich keine Gefahr der Marktabschottung durch das Zusammenschlussvorhaben.

Vertikale Beziehungen zwischen den vorgelagerten Märkten für die Herstellung von Breitbandgeräten für den Einsatz beim Endkunden und der Herstellung von digitalen TV-Empfangsgeräten (Set-Top-Boxen) und dem nachgelagerten Markt für den Großhandel mit IT-Produkten

45. Drei von Arques Beteiligungsgesellschaften, nämlich Actebis, COS und Chikara, sind auf dem nachgelagerten Markt für den Großhandel mit IT-Produkten tätig. Sie sind in Österreich, Belgien, Zypern, Dänemark, Estland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Ungarn, Island, Litauen, Luxemburg, Malta, Niederlande, Norwegen, Rumänien, Slowenien und Schweden aktiv. In 2007 betrug ihr gemeinsamer Marktanteil EWR-weit [5-10%]. Auf Grundlage der engst möglichen Definition des räumlich relevanten Marktes hält Arques auf dem Markt für den Großhandel von IT-Produkten in Dänemark einen Anteil von [30-40%] und in Zypern von [40-50%]¹⁴. Neben diesen Mitgliedstaaten erzielt Arques nur noch in Österreich [20-30%], Finnland [10-20%] und in Deutschland [10-20%] Marktanteile über 10 %¹⁵.

¹⁴ Von den Arques-Beteiligungsgesellschaften ist auf dem zypriotischen Markt nur die Actebis tätig. Actebis verkauft an zwei auf Zypern registrierte Großhändler, die die Rechnungen ausstellen. Die Ware werde jedoch zu 100% direkt an Abnehmer in [Land außerhalb des EWR] geliefert. Arques-Beteiligungsgesellschaften haben keine Infrastruktur (Lager) auf Zypern und machen keine Lieferungen nach Zypern. Die vergleichsweise hohen Umsätze von Actebis in Zypern gäben daher die Verhältnisse auf dem Markt für den Großhandel mit IT-Produkten in Zypern nicht richtig wieder.

¹⁵ Die Angaben zu sämtlichen Marktanteilen für den Großhandel mit IT-Produkten beruhen auf den bestmöglichen Schätzungen der Parteien. Die Daten unterscheiden sich jedoch nicht erheblich von den IDC Daten für einen im Wesentlichen vergleichbaren Marktumfang, die die Parteien zusätzlich zur Verfügung gestellt haben.

46. Auf dem abgeleiteten Markt für den Großhandel mit IT-Produkten im EWR, konkurriert Arques mit zahlreichen anderen Großhändlern, wie ALSO, Ingram, Magirus, Maxdata, SMG, Scribona und TechData.
47. Bei Annahme eines nationalen Marktes für den Großhandel mit IT-Produkten sehen sich die Parteien in Dänemark zwei wesentlichen Wettbewerbern gegenüber. Es handelt sich dabei um Tech Data mit einem Marktanteil von [20-30%] in 2007 und Ingram mit einem Marktanteil von [10-20%]. Die Parteien tragen außerdem vor, dass eine Vielzahl kleinerer Wettbewerber in Dänemark tätig ist, darunter SMG mit einem Marktanteil von [5-10%].
48. Ende September 2007 hat Scribona, die vorher einen Marktanteil von [10-20%] auf dem dänischen Markt für den Großhandel von IT-Produkten hielt, den dänischen Markt verlassen. Nach Ansicht der Parteien ist der ganz überwiegende Teil des Geschäfts der Scribona von Ingram und TechData übernommen worden. Der Grund hierfür sei, dass Ingram und TechData bereits vor Scribonas Ausscheiden aus dem Markt mit den wichtigsten Lieferanten der Scribona in engen Geschäftsbeziehungen gestanden hätten, während die Arques-Beteiligungsgesellschaft Actebis bei diesen Kunden über keine besonders starke Position verfügt habe. Die Parteien schätzen daher, dass die gegenwärtigen Marktanteile von Ingram und TechData tatsächlich [5-10%] höher sind als die oben genannten Marktanteile und somit ca. [20-30%] für TechData und ca. [20-30%] für Ingram betragen. Arques Marktanteil sei dagegen schätzungsweise nur um [0-5%] gewachsen.
49. SHC ist auf dem vorgelagerten Markt für die Herstellung von Breitbandgeräten für den Einsatz beim Endkunden tätig.
50. Auf einem EWR-weiten Markt für die Herstellung von Breitbandgeräten erzielte SHC in 2007 einen Marktanteil von [5-10%] auf Wertbasis ([5-10%] auf Mengengbasis).
51. Die nationalen Marktanteile unterscheiden sich in den meisten Fällen nicht erheblich von den EWR-weiten Marktanteilen. Nur in den Niederlanden ist der Marktanteil höher als 25% ([20-30%] auf Wertbasis, [10-20%] auf Mengengbasis). Weil manche Länder regionale "Hubs" sind, von denen aus mehrere Länder beliefert werden und SHC dementsprechend in einer Vielzahl anderer EWR-Mitgliedstaaten formell überhaupt keinen Umsatz erzielt, spiegeln die nationalen Marktanteile nicht zutreffend die Marktverhältnisse wider.
52. Die Parteien geben an, dass der Großhandel einen relativ unbedeutenden Vertriebsweg für Breitbandgeräte darstelle, da die überwiegende Mehrheit der Produkte nicht über den Handel, sondern über Operatoren (Telefongesellschaften und Internet-Service-Provider) vertrieben werde. SHC vertreibt [90-100%] ihrer Breitbandgeräte über Operatoren.
53. SHC ist auch auf dem vorgelagerten Markt für die Herstellung von digitalen TV-Empfangsgeräten (Set-Top-Boxen) tätig.
54. Auf einem EWR-weiten Markt für die Herstellung von digitalen TV-Empfangsgeräten (Set-Top-Boxen) hatten die Parteien in 2007 einen gemeinsamen Marktanteil von [0-5%] auf Wertbasis ([0-5%] auf Mengengbasis).

55. Nach Auffassung der Parteien gibt es hauptsächlich zwei Vertriebswege für digitale TV-Empfangsgeräte. Dabei handelt es sich um den Vertrieb über Großhändler und Einzelhändler sowie um den Direktvertrieb an wichtige Kunden wie Internet-Service-Provider, Telekommunikationsunternehmen und TV-Anbieter (z.B. Pay-TV-Anbieter). Der Vertrieb über Großhändler und Einzelhändler macht [80-90%] der Verkäufe von digitalen TV-Empfangsgeräten aus. Die Parteien tragen jedoch vor, dass der Vertrieb über IT-Großhändler nur eine sehr untergeordnete Rolle spiele, da es zahlreiche Alternative innerhalb des Groß- und Einzelhandelsvertriebswegs gebe. Set-Top-Boxen würden z.B. häufig über Großhändler für Unterhaltungselektronik sowie über Großhändler für Telekommunikationsprodukte vertrieben¹⁶.
56. Nach Aussage der Parteien würden sich die oben genannten Marktanteile und die Wettbewerbssituation auf dem relevanten Markt nicht wesentlich ändern, wenn man eine der alternativen Marktabgrenzungen auf dem vor- oder nachgelagerten Markt zugrunde legen würde. Für den nachgelagerten Markt folgt dies aus der Tatsache, dass die oben zugrunde gelegte nationale Marktabgrenzung die engst mögliche Definition des räumlich relevanten Marktes ist. Dasselbe gilt für den vorgelagerten Markt der Herstellung von Set-Top-Boxen. Die wettbewerbliche Beurteilung erfolgte auf der Grundlage eines EWR-weiten Marktes. Im Einklang mit früheren Entscheidungen der Kommission ist der räumlich relevante Markt für die Herstellung von Set-Top-Boxen zumindest EWR-weit.
57. Da die Marktanteile der Parteien auf den betroffenen nachgelagerten Märkten weit unter 25% liegen, ist es sehr unwahrscheinlich, dass die Parteien über Marktmacht verfügen, selbst wenn man den räumlich relevanten Markt engst möglich und damit national abgrenzt¹⁷. Es gibt einen ausreichend großen Kundenstamm auf dem nachgelagerten Markt, der für die vorgelagerten Wettbewerber eine ausreichend wirtschaftliche Alternative für den Verkauf ihrer Produkte darstellt. Es besteht daher keine Gefahr der Abschottung des Zugangs zu Kunden. Da die Marktanteile in dem vorgelagerten Markt gering sind, eine Vielzahl von Wettbewerbern existiert und ein Wechsel von einem Anbieter zu einem anderen unproblematisch möglich ist, besteht auch keine Gefahr der Abschottung des Zugangs zu Einsatzmitteln durch das Zusammenschlussvorhaben.

C. Schlussfolgerung

58. Aufgrund der vorgenannten Erwägungen führt der Zusammenschluss nicht zu wettbewerblichen Bedenken in den relevanten Märkten. Es bestehen daher keine ernsthaften Bedenken hinsichtlich der Vereinbarkeit des beabsichtigten Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt.

VI. SCHLUSS

¹⁶ In Bezug auf eine mögliche vertikale Beziehung zwischen Herstellern von Set-Top-Boxen und Großhändlern von Telekommunikationsprodukten führt das vorliegende Zusammenschlussvorhaben nicht zu vertikal betroffenen Märkten.

¹⁷ Wie oben beschrieben, sind Dänemark und Zypern die einzigen Ausnahmen.

59. 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
(unterschrieben)
Siim KALLAS
Vizepräsident der Kommission