



---

**Freigabe des Erwerbs von Sanitec durch Geberit**

Branche: Sanitärkeramik und Sanitärtechnik

Aktenzeichen: B1 - 208/14

Datum der Entscheidung: 10. November 2014

---

Das Bundeskartellamt hat das Vorhaben des weltweit tätigen Sanitärtechnikanbieters Geberit International AG mit Sitz in der Schweiz („Geberit“) in der ersten Phase der fusionskontrollrechtlichen Prüfung freigegeben, im Wege eines öffentlichen Übernahmeangebotes die Kontrolle über den Badsanitärausstatter Sanitec Oyj mit Sitz in Finnland („Sanitec“) zu übernehmen.

Im Mittelpunkt der Prüfung standen konglomerate Effekte in Deutschland, insbesondere ob Bündelstrategien in Bezug auf WC-Spülsysteme und Sanitärkeramik möglich wären und inwieweit wirtschaftliche Anreize für ein solches Wettbewerbsverhalten bestünden. Diese Bedenken konnten allerdings ausgeräumt werden. Das Vorhaben wird daneben von den Wettbewerbsbehörden in Frankreich, Niederlande, Österreich und Polen geprüft.

Geberit produziert und vermarktet neben WC-Spülsystemen auch Rohrleitungen, Apparateanschlüsse für Becken und Wannen sowie Fittings. Das Zielunternehmen Sanitec stellt Sanitärkeramik für WCs, Wasch- und Spülbecken, Bidets und Urinale her und bietet diese in Deutschland unter der Marke KERAMAG an. Es verkauft zudem Bade- und Duschwannen aus Verbundstoff, Badmöbelausstattungen und Duschabtrennungen.

Der Zusammenschluss betrifft verschiedene Angebotsmärkte für Sanitärtechnik und -keramik. Die sachliche und räumliche Marktabgrenzung konnte letztlich offen bleiben. Räumlich sind die betroffenen Märkte mit hoher Wahrscheinlichkeit auf das Inland beschränkt. Wie sich schon aus vorausgegangenen Verfahren zu Zusammenschlüssen von Großhändlern ergab, ist die Nachfrage des marktprägenden dreistufigen Sanitär-Vertriebs (Hersteller, Groß- und Einzelhandel) in Deutschland jeweils national orientiert. Dem steht auch nicht entgegen, dass Hersteller ihre Produkte auch in anderen EU Mitgliedstaaten vertreiben.

Betroffen ist zunächst der Produktmarkt für WC-Spülsysteme „hinter“ und „vor der Wand“. Umfasst sind Installationssysteme, Spülkästen aus Kunststoff und Druckknöpfe für die Wassersteuerung. Der Markt für Dusch-WC ist ein eigenständiger Markt, der sich von den in Deutschland gebräuchlichen WC-Systemen ohne Körperspülung hinsichtlich der Funktion, des Reinigungsumfangs und des Verkaufspreises erheblich unterscheidet. Der Markt für Sanitärkeramik schließt WC (einschließlich Sitze), Wasch- und Spülbecken, Bidets und Urinale aus Keramik ein, welche jeweils nach identischen Verfahren und Standards gefertigt und als im Design abgestimmtes Gesamtsortiment angeboten werden.

Geberit und Sanitec stehen in Deutschland in keinem engen Wettbewerbsverhältnis. Wesentliche Lieferbeziehungen zwischen den Unternehmen bestehen auch nicht. Geberits WC-Spülsysteme und Sanitecs WC-Keramik sind aufgrund ihrer technisch genormten Verbindung komplementäre Produkte. Die fusionskontrollrechtliche Prüfung konzentrierte sich darauf, ob Geberit nach Vollzug des Zusammenschlusses die Möglichkeit und die wirtschaftlichen Anreize hat, seine starke ggfs. sogar marktbeherrschende Stellung auf dem deutschen Markt für WC-Spülsysteme durch Bündelungsangebote auf die hinzuerworbene Marktposition bei Sanitärkeramik zu übertragen (wettbewerbswidrige konglomerate Auswirkungen). Das war auf Grundlage der Ermittlungen einschließlich der Befragung von Wettbewerbern und Nachfragern im Ergebnis zu verneinen.

Die Möglichkeit einer technischen oder wirtschaftlichen Bündelung bzw. die wirtschaftlichen Anreize für ein solches Wettbewerbsverhalten scheiden aus mehreren Gründen aus: Eine technische Bündelung würde bedeuten, dass Spülsysteme von Geberit nur noch zu den Keramikprodukten von Sanitec passen. Dagegen spricht, dass WC-Spülsysteme und Sanitärkeramiken einer weit reichenden technischen Normierung unterliegen und daher interoperabel sind. Eine Umstellung der Produktlinien unter Abkehr von den Normen würde den Marken Geberit und KERAMAG schaden und ist daher nicht zu erwarten. Außerdem könnten die Kunden in diesem Fall auf die Produkte der Wettbewerber von Geberit ausweichen. Bereits heute sind andere Wettbewerber, wie z.B. Grohe/Lixil, Toto und Kohler Co., in beiden Produktbereichen tätig und könnten ebenfalls ein kombiniertes Angebot machen.

Als Reaktion auf Bündelstrategien kommen auch Kooperationen zwischen Unternehmen in Betracht, die lediglich einen Produktbereich abdecken, wie einerseits Viega und TECE (WC-Spülsysteme) und andererseits Duravit, Villeroy & Boch und Roca (Sanitärkeramik). Schließlich spricht auch die starke Marktposition der Marktgegenseite dagegen, dass Bündelstrategien erfolgreich sein würden. Bei der Ermittlung von Sanitär-Beschaffungsmärkten in

vorangegangenen Fusionskontrollverfahren hat das Bundeskartellamt bereits festgestellt, dass der Großhandel über Nachfragemacht verfügt.

Eine wirtschaftliche Bündelung der Produkte durch Rabatte bei einer Abnahme von WC-Spülsystemen und Sanitärkeramik ist ebenfalls nicht zu erwarten. Über die Wahl der Keramikprodukte entscheiden die Endkunden. Dagegen erfolgt die Auswahl der WC-Spülsysteme in aller Regel durch den Installateur. Außerdem erfolgt die Auswahl zumeist zu unterschiedlichen Zeitpunkten. Eine einheitliche Lenkung der Nachfrager durch Rabatte ist damit praktisch ausgeschlossen. Hinzu kommt, dass WC-Spülsysteme bei Badrenovierungen - auf diesen Bereich entfällt das größte Verkaufsvolumen bei der Sanitärausstattung - aufgrund des Mehraufwandes nicht notwendig gemeinsam mit der WC-Keramik ausgetauscht werden.

Gegen einen wirtschaftlichen Anreiz, Bündelstrategien einzusetzen, spricht auch, dass die fusionierte Einheit einen gewissen Absatzrückgang im hoch rentablen Markt für relativ geringwertige WC-Spülsysteme in Kauf nehmen müsste, um Anteile am weniger rentablen Sanitärkeramikmarkt für WC, Wasch- und Spülbecken zu erlangen. Außerdem machen die möglichen Gegenstrategien der Wettbewerber und die Nachfragemacht der Marktgegenseite erfolgreiche wirtschaftliche Bündelstrategien sehr unwahrscheinlich. Schließlich können insbesondere die nicht integrierten Anbieter auf Bündelstrategien des zusammengeschlossenen Unternehmens auch mit Angeboten über alternative Vertriebskanäle wie Baumärkte und Internethandel reagieren, die bisher in Deutschland keine mit dem dreistufigen Vertrieb vergleichbare Marktdurchdringung haben.

Auf dem Markt für Dusch-WC bestehend aus Spül- und Duschtechnik und WC-Keramik hat Geberit (Marke Aqua Clean) aktuell eine überragende Marktposition. Es ist zu erwarten, dass Geberit in Zukunft WC-Keramik bei Sanitec beziehen wird. Wettbewerbsbedenken bestehen aber schon deshalb nicht, weil es sich um einen wachsenden Markt handelt, auf den in jüngerer Zeit bereits mehrere Anbieter neu zugetreten sind (u.a. Grohe/Lixil und das japanische Unternehmen Toto mit der Marke Neorest). Weitere Unternehmen haben ihren Markteintritt angekündigt. In den letzten Jahren hat Geberit an die neu eingetretenen Wettbewerber Marktanteile abgeben müssen. Erhebliche Abschottungswirkungen sind daher auch in diesem Bereich nicht zu erwarten.