



Marktabgrenzung im
Bankenbereich - BKartA
B 4 – 51/11 (Haspa / KSK
Lauenburg)

Berndt Hess

CLIFFORD
CHANCE

Kartellrechtsforum Frankfurt
10. Oktober 2012

BKartA B 4 – 51/11 (Haspa / KSK Lauenburg)

■ Sachverhalt

- Haspa und KSK Lauenburg planen „kapitalunterlegte Kooperation“ – Haspa soll sich mit 25,1% am Stammkapital der KSK beteiligen; ferner umfassende schuldrechtliche Absprachen in Beteiligungs- und Kooperationsvertrag
- Zusammenschlusstatbestände:
 - § 37 Abs. 1 Nr. 3 b) GWB
 - § 37 Abs. 1 Nr. 3 S. 3 GWB – Gründung eines Gemeinschaftsunternehmens
- Haspa: Hamburger Sparkasse ist größte deutsche SK; erbringt Bankdienstleistungen in Hamburg und Umgebung; Bilanzsumme ca. € 38 Mrd.
- KSK: Sparkasse für den Kreis Herzogtum Lauenburg östlich von Hamburg; Bilanzsumme ca. € 2,7 Mrd.

Marktabgrenzung (1/4)

■ Sachlich relevante Märkte

- unterschiedliche Märkte für Private und Gewerbekunden
- bei Privaten Unterteilung in Märkte für
 - Girokonten einschl. Dispo-Kredite
 - Einlagen
 - Kredite
 - Immobilienfinanzierung
 - Verbraucherkredite
- keine Abgrenzung nach Vertriebswegen / Zugangsmöglichkeiten. Filial- und Direktbanken bilden einheitlichen Markt

Marktabgrenzung (2/4)

- bei Gewerbekunden Unterscheidung zwischen Geschäfts- und Firmenkunden.
- Geschäftskunden = KMU mit begrenztem Finanzierungsbedarf (unter € 10 Mio.)
- bei Firmenkunden (größere Kapitalgesellschaften) weitere Finanzierungsformen wie Aktien- und Anleiheemissionen, Beteiligungskapital, Konsortialkredite
- wegen größerer Komplexität und Beratungsbedarf häufig organisatorische Trennung des Firmen- vom Gewerbekundengeschäft
- bei Geschäftskunden weitere Unterteilung in Märkte für
 - Girokonten
 - Einlagen
 - Kredite

Marktabgrenzung (3/4)

■ Räumliche Marktabgrenzung

- Girokonten für Private: Regionaler Markt wegen
 - „ungebrochener Präferenz der Kunden für Anbindung des Bankgeschäfts an eine Filiale“
 - Bedeutung der Infrastruktur
 - untergeordneter Rolle der Direktbanken
 - eingeschränkter Mobilität der Nachfrager
- Private Immobilienkredite
 - standardisiertes Produkt
 - Beratung/Kontakt nur beim Vertragsschluss; daher Vertrieb auch über Vermittler
 - hohe Transparenz wegen Effektivzins und bundesweiter Vermarktung
 - daher tendenziell eher weite (nationale) Marktabgrenzung

Marktabgrenzung (4/4)

- Kredite für Geschäftskunden

- intensiver Beratungsbedarf der Kunden und i.d.R. langfristige Geschäftsbeziehungen
- geringe Mobilität der Kunden wegen angeblich hoher Wechselkosten und restriktiver Kreditvergabe an Neukunden
- Direktbanken keine Alternative, da diese (mit Ausnahme der DKB) nur Privatkundengeschäft betreiben
- daher regionaler Markt

- Weitere Erwägungen zur Marktabgrenzung

- regionale Beschränkung von Anbietern (Sparkassen, Volks-/Raiffeisenbanken)
- Status Quo: hoher MA der lokalen Sparkassen, Volks-/Raiffeisenbanken insb. in ländlichen Regionen belegt die Bedeutung einer lokalen Präsenz für die Kunden

Marktbeherrschung (1/3)

■ Haspa und KSK als wettbewerbliche Einheit

- Leitungsmacht für Zurechnung von Ressourcen nicht erforderlich
- Marktbezug (+), da Beteiligung an Wettbewerber
- Einfluss der Haspa auf Geschäftspolitik und strategische Entscheidungen der KSK auf Grundlage Kooperations- und Beteiligungsvertrag

■ Marktbeherrschung bei Privatgirokonten

- gemeinsamer Marktanteil 40-50%
- verbessertes Cross-Selling weiterer Produkte
- bessere Kundenbindung durch Zugriff auf Produkte der Haspa
- erleichterte Durchsetzung von Preiserhöhungen wegen fehlender Mobilität der Kunden
- kein Wettbewerbsdruck durch Volks-/Raiffeisenbanken

Marktbeherrschung (2/3)

- Einwände der Parteien:

- geringer Ertrag der KSK pro Konto
- Wettbewerbsdruck durch Direktbanken / Internetvertrieb (21% Zuwachs p.a.)
- Abwanderung besser situerter Kunden zu Geschäfts- und Direktbanken
- Verpflichtung der KSK zum Betrieb eines kostspieligen Filialnetzes

- Markt für private Immobilienkredite

- Gemeinsamer Marktanteil 30-40%
- i.E. Marktbeherrschung (-), da
 - ausgeprägte Wechselbereitschaft der Kunden
 - standardisiertes und austauschbares Produkt
 - bundesweite Transparenz und Austauschbarkeit

Marktbeherrschung (3/3)

■ Markt für Kredite an Geschäftskunden

- gemeinsamer Marktanteil im Kreis Lauenburg von 60-70%
- KSK klarer Marktführer, gefolgt von Haspa
- Anteile der Wettbewerber jeweils < 10%
- Wegfall des von der Haspa ausgehenden „agressiven“ Wettbewerbsdrucks
- Wettbewerber können aufgrund regulatorischer Vorgaben ihre Kreditvergabe nicht ausweiten
- anders die KSK – Erhöhung des Kernkapitals ermöglicht höhere Kreditvergabe
- fehlende Wechselbereitschaft der Kunden

■ Privatgirokonten

- Wechselbereitschaft der Kunden wird unterschätzt. Die – zutreffenden – Erwägungen zu Immobilienfinanzierungen gelten für Girokonten entsprechend
- homogene Konditionen sprechen für weitere Marktabgrenzung. Es gibt keine „Hochpreisinseln“ für Konten
- regionale Selbstbeschränkung von SKen und VBRen wird überzeichnet

■ Kredite für Geschäftskunden

- überregionale Bezugsalternativen werden zu Unrecht vernachlässigt
- kein Hinweis auf abweichende Kreditkonditionen in anderen Regionen
- Bedeutung des Filialnetzes wird überschätzt – mobile Kundenberater decken größere Einzugsbereiche ab
- Erhöhung des Kernkapitals der KSK erhöht Verfügbarkeit von Kreditmitteln insgesamt