



# Gemeinsamer Standpunkt

zum Fusionskontrollverfahren E.ON / innogy

*Die Übernahme der innogy durch E.ON führt dazu, dass die Erfolge der Liberalisierung der Energiemärkte in Deutschland ad absurdum geführt werden. Der freie und faire Wettbewerb wäre ebenso beschränkt wie die Wahlfreiheit und der Schutz der Verbraucher. Der Markt würde wieder deutlich intransparenter. Auch und gerade in Zusammenschau mit der Konzentration der Erzeugung in der Hand der RWE ist die wachsende Marktmacht im Bereich der Netze, des Energievertriebs, des Messwesens und der innovativen Lösungen in den Händen von E.ON nicht freigabefähig. Dies gilt umso mehr, als beide Konzerne künftig mit einander und weiterhin in erheblichem Maße mit der deutschen (kommunalen) Energiewirtschaft verflochten sind.*

## A.

Der Plan der Energieversorger E.ON und RWE, den Energiemarkt unter sich aufzuteilen, ist schon fortgeschritten: RWE will Erzeugungschampion werden und übernimmt dazu das Erzeugungsgeschäft der E.ON. Zusätzlich will RWE mit einem Anteil von nominell 16,67% größter Einzelaktionär von E.ON werden. Diese Pläne sind in zwei separaten Verfahren von der Europäischen Kommission und dem Bundeskartellamt - trotz grundsätzlicher Bedenken aus dem Markt - wettbewerblich freigegeben worden. E.ON will im Gegenzug Vertriebs- und Netzchampion werden und dazu die RWE-Tochter innogy übernehmen. Dieser Teil ist Gegenstand des laufenden Verfahrens COMP/M.8870, welches mit der Notifizierung am 31.01.2019 begann und wegen Unterbrechungen/ einer Verlängerung nach heutigem Stand bis zum 20.09.2019 laufen wird.

## B.

Gegen die fusionsrechtliche Freigabe der Übernahme sprechen für alle betroffenen Marktsegmente signifikante Gründe, die sich wie folgt knapp zusammenfassen lassen:

### Vertrieb

E.ON wird der größte Anbieter von Energie für Endkunden. Im europäischen Kernmarkt wird E.ON auf einen Schlag von ca. 31 Mio. auf ca. 50 Mio. Kunden wachsen. In Deutschland alleine kämen zu den vorhandenen mehr als 6 Mio. E.ON-Kunden ca. 7,8 Mio. Kunden (6,5 Mio. Strom- und 1,3 Mio. Gaskunden) der innogy und ihrer Töchter unmittelbar dazu. Berücksichtigt man die Minderheitsbeteiligungen der innogy an anderen Versorgern wie Stadtwerken, sind weitere Millionen von Kunden dem Einflussbereich von E.ON zuzurechnen.

Vor allem mit den Erlösen aus dem (regulierten) Netzgeschäft und der Grundversorgung kann E.ON kurzfristig Kampfpreise anbieten, kleinere Konkurrenten verdrängen und so den Markt verschließen.

Durch die Vielzahl von Marken und Konzerngesellschaften kann E.ON die für den Vertrieb an wechselwillige Kunden wichtigen Preisplattformen dominieren.

### Netz

E.ON wird mit weitem Abstand der größte Netzbetreiber mit Stromnetzen, die dann 50%, und Gasnetzen, die 20% der deutschen Verbraucher versorgen.

E.ON wird Vorteile beim Wettbewerb um die Netze (Konzessionswettbewerb) haben, weil sie neben dem Skaleneffekt davon profitieren kann, dass sie oft bereits vorgelagerte oder benachbarte Netze betreibt.

E.ON wird die mit weitem Abstand größte Nachfrage nach Netzmaterialien, Dienstleistungen und Software haben und damit bevorzugter Kunde der Lieferanten und Dienstleister sein.

Schließlich wird E.ON „die“ Stimme der Verteilnetzbetreiber sein, die Regeln und Normungen nach eigenem Interesse vorgeben kann.

### Innovatives Geschäft

E.ON wird mehr energiebezogene Daten als jeder andere haben. Als größter Netzbetreiber und größter Versorger wird E.ON auch das mit weitem Abstand größte Metering-Unternehmen. Diese Daten eröffnen Möglichkeiten in der Produktentwicklung und dem Angebot digitaler und innovativer Lösungen, mit denen die Wettbewerber mangels Datengrundlage nicht mithalten können.

E.ON wird größter Anbieter der Infrastruktur für Elektromobilität, z. B. hätte E.ON weite Teile des Tank & Rast Autobahn-Ladennetzes.

E.ON wird zum beherrschenden „Manager“ der dezentralen Erzeugung: Rund 70% der installierten Leistung Erneuerbarer werden in die Netze der neuen E.ON eingespeist, die unter Einbeziehung der Kunden z. B. innovative Produkte mit Regionalbezug, virtuelle Kraftwerke oder Leistungen zur Netzentlastung anbieten kann.

## C.

Der Zusammenschluss ist in der angemeldeten Form nicht freigabefähig, so dass wir davon ausgehen, dass er untersagt wird. Sollte die Kommission dennoch eine Freigabe erwägen, darf diese höchstens erfolgen, wenn die fusionierenden Unternehmen gegenüber der Kommission substantielle Verpflichtungen eingehen, Art. 8 Abs. 2 UAbs. 2 Fusionskontrollverordnung. Die Kommission muss eine Freigabeentscheidung daher zwingend mit wirksamen Bedingungen und/oder Auflagen verbinden.

### Vertrieb

Im Vertriebsbereich/Endkundengeschäft bedarf es einer massiven Reduzierung der Marktpräsenz einer kombinierten E.ON/innogy, die nicht durch eine einzige Maßnahme alleine erreicht werden kann.

Ein (nur) erstes Element dabei ist das Discountergeschäft, bei dem E.ON die Vertriebseinheit E-wie-einfach durch die Fusion um die Marke Eprimo der innogy erweitert. Die Eprimo würde – als einer der wenigen Konkurrenten von E.ON, der bundesweit preisaggressiv agiert und zugleich die Finanzkraft hinter sich hat, auch eine Weile einen Preiskampf durchzuhalten – durch die Fusion entfallen. Das muss vermieden werden. Das Szenario erinnert dabei an den Verkauf der deutschen Vertriebtochter des Nuon-Konzerns, als dieser von Vattenfall übernommen wurde. Die deutsche Vertriebseinheit musste seinerzeit veräußert werden und wird heute im Stadtwerke Krefeld Konzern unter dem Namen lekker Energie GmbH als bundesweite Vertriebsmarke geführt.

#### 1.

**E.ON muss als Kompensation die bundesweit agierenden Discountgesellschaften, also E-primo und E-wie-einfach verkaufen**, wobei der jeweilige Erwerber die Gewähr dafür bieten muss, den Discounter mit ihren etablierten Marken als starke Konkurrenz zu E.ON zu etablieren.

Die Veräußerung der Discountermarken reicht allein aber nicht. Ein noch größeres Problem als der Erwerb von Eprimo sind die hinzukommenden Regionalgesellschaften und Stadtwerkebeteiligungen von innogy wie Süwag, VSE, Lechwerke, enviaM/Mitgas, EWR, Pfalzwerke, EWV oder Maingau. Hier darf man sich nicht täuschen lassen: trotz der z. T. signifikanten Kommunalbeteiligungen beherrschen E.ON und innogy diese Gesellschaften in der Geschäftsausrichtung vollständig.

Während E.ON den Endkundenvertrieb bei der E.ON Deutschland und dem Discounter E-wie-einfach konzentriert hat, agieren die innogy-Regionalgesellschaften parallel zu innogy bzw. Eprimo und sind als seriöse Vertriebsmarken – mit einem regionalen Markenkern aber oft bundesweitem Angebot – im Markt etabliert. Der mitteldeutsche Regionalversorger enviaM zum Beispiel hat etwa gleichviele Kunden wie die zu veräußernde Eprimo.

#### 2. a)

Es muss zur Auflage gemacht werden, dass **Beteiligungen der innogy und E.ON an Regionalgesellschaften vollständig oder Kundenportfolien derart, dass die Grundversorgereigenschaft auf einen unabhängigen Wettbewerber überginge, veräußert werden müssen, wobei als Zielgröße die Abgabe von Gesellschaften/Portfolien mit insgesamt mindestens ca. 3,9 Mio. Vertriebskunden gelten muss. Dies entspricht ungefähr der Hälfte des Zuwachses durch die Fusion. Der oder die Erwerber müssen die Gewähr für eine Verbesserung der Wettbewerbssituation bieten.**

Wegen der Verflechtungen über Minderheitsbeteiligungen mit lokalen und überörtlichen Versorgern (vereinfacht im Folgenden: Stadtwerke) kann E.ON weiteren Einfluss auf den Wettbewerb nehmen, weil in vielen Städten/Regionen E.ON als bundesweiter Anbieter, eine E.ON-Regionalgesellschaft und schließlich das mit E.ON-Minderheitsbeteiligung versehene Stadtwerk agieren und damit verschiedene Kundenpräferenzen abdecken. Verbrauchern bleibt so verborgen, dass E.ON/innogy jeweils „mitmischen“. Nur gänzlich von E.ON unabhängige Stadtwerke können Teil einer gesunden Wettbewerbslandschaft sein. Es ist daher eine **vollständige Veräußerung der Stadtwerkebeteiligungen** zur Auflage zu machen. Dies kann individuell, insbesondere als Rückkauf durch die Städte, oder als Paket erfolgen, wie es beispielsweise vor zehn Jahren bei der Thüga (der Stadtwerke-Beteiligungsholding der E.ON) passiert ist.



## 2. b)

Es sollen alle direkten und indirekten Beteiligungen der innogy und E.ON an Stadtwerken vollständig abgegeben werden, um sicherzustellen, dass auf dezentraler Ebene ein unabhängiges Gegengewicht zum dominierenden E.ON-Konzern existiert.

Hilfsweise zu 2. b)

Mindestens aber müssen die Stadtwerkebeteiligungen abgegeben werden, die in den aktiven Regionen von E.ON/innogy-Regionalgesellschaften liegen.

Höchsthilfsweise zu 2. b)

Mindestens aber müssen die Stadtwerkebeteiligungen auf durchgerechnet unter 25% der Anteile beschränkt werden, ohne dass E.ON über andere Mittel sicherstellt, weiterhin einen Einfluss auszuüben, der mindestens der gesetzlichen Sperrminorität von über 25% entspricht.

Ein Konzern wie E.ON, der nach der Übernahme der innogy über ca. 150 Marken verfügen könnte, ist in der Lage, die für wechselwillige Verbraucher besonders wichtigen Vergleichs- und Vermittlungsplattformen (in Deutschland vor allem Verivox und Check24) in einer Form zu dominieren, die praktisch einem Ausschluss der Wettbewerber von dieser Möglichkeit zur Kundenakquise bedeutet. Es müssen daher Vorkehrungen getroffen werden, den Zugang der Wettbewerber zu Kunden zu wahren und den Verbrauchern Transparenz bei der Anbieterwahl zu gewähren.

## 3. a)

E.ON muss sich verpflichten, künftig **nicht mehr als drei Marken** (z. B. eine Premiummarke, eine Discountmarke und eine „grüne“ Marke) in der Kundenansprache am Markt, mindestens aber auf den zentralen Vergleichsportalen Verivox und Check24, parallel zu verwenden.

## 3. b)

Es muss sichergestellt werden, dass E.ON Transparenzpflichten einhält, insbesondere dass für (potentielle) Kunden (z. B. auf den Vergleichsplattformen) **deutlich ersichtlich wird, dass die verwendeten Marken zum gleichen Konzern** gehören, indem sie entweder E.ON im Namen führen oder einen Zusatz tragen wie „(eine Marke der E.ON)“.

## Netz

Auch im Netzbereich bedarf es Auflagen, die zunächst dafür sorgen, dass auch künftig Wettbewerb um die Netze stattfinden kann.

### 1.

Zunächst muss eine **Veräußerung von Netzgesellschaften oder Netzassets an Wettbewerber, die weder eine dominierende Stellung haben noch durch den Erwerb erlangen, erfolgen**. Zielgröße für die Veräußerungen wären die Zahl der über das Netz versorgten Kunden und zum anderen die Anteile an den Leitungslängen. E.ON sollte weder im Strom noch im Gas und auf keiner Spannungsebene/Druckstufe auf mehr als ein Drittel des jeweiligen Gesamtmarkts kommen.

Dabei muss sichergestellt sein, dass die Erwerber der Netze in der Lage sind, sich als externe Bewerber in künftigen Konzessionsverfahren auf Augenhöhe mit den Netzgesellschaften der E.ON zu messen. Ein Teilelement könnte auch der Rückzug aus gemeinsamen Netzgesellschaften mit Wettbewerbern sein, wenn diese dadurch die strategische Freiheit gewinnen, sich gegen E.ON in künftigen Konzessionsverfahren aufzustellen. Danach muss aber sichergestellt sein, dass der Wettbewerb Zeit hat, bevor E.ON ihre Vorteile wieder ausspielen kann.

### 2.

Zusätzlich muss E.ON die **Zusage** geben, dass sich **E.ON-Netzgesellschaften** für zehn Jahre gar **nicht an Ausschreibungen von Konzessionen für neue Netzgebiete beteiligen** und danach für einen weiteren Zeitraum von zehn Jahren nur als Minderheitspartner in einer gemeinsamen Netzgesellschaft mit einem unabhängigen Wettbewerber (bzw. dem lokalen kommunalen Unternehmen selbst).

Die Vielzahl von Gesellschaften gewährt E.ON auch weiche Vorteile, weil sie mit einer Mehrzahl von über die Konzernzugehörigkeit koordinierten Akteuren den politischen Diskurs der Branche aber auch z. B. das Setzen technischer Regeln zu ihrem eigenen Vorteil und dem Nachteil der Wettbewerber beherrschen kann.

3.

Deshalb muss E.ON zudem auch die **Zusage** geben, sich in Verbänden und technischen Gesellschaften nur als eine einheitliche Gesellschaft zu positionieren, also **nicht mehrere verbandliche Führungspositionen oder Sitze in Normierungsgremien** mit Personen aus den unterschiedlichen Konzernnetzgesellschaften zu besetzen.

### Innovatives Geschäft

Der Bereich der innovativen Geschäfte ist am schwersten zu schützen, weil hier die Bedenken gegen die Marktstellung der neuen E.ON zugleich am abstraktesten und am gravierendsten sind. Durch die Übernahme der innogy hat E.ON die mit weitem Abstand beste Ausgangsposition, das zukünftige Energiegeschäft, was nach heutiger Erwartung durch Digitalisierung, Plattformenökonomie und Dezentralität geprägt werden wird, zu dominieren. In jedem Fall werden Daten eine der wichtigsten Grundlagen für diese Zukunft sein. Entsprechend muss sichergestellt werden, dass auch bei einer Freigabe der innogy-Übernahme kein Datenmonopol bei E.ON entsteht. Das primäre Problem ist dabei, dass E.ON durch ihre einerseits mit Abstand größten Metering-Gesellschaften (wettbewerbliche Messstellenbetreiber) als auch durch ihre Stellung als größter grundzuständiger Messstellenbetreiber für Wettbewerber unerreichbare Skaleneffekte erzielen kann und mit den gewonnenen Daten einen immensen Vorsprung haben wird.

1.

Deshalb muss E.ON verpflichtet werden, die **E.ON Metering und die innogy Metering** vorzugsweise getrennt an Wettbewerber zu **veräußern und** für einen Zeitraum von zehn Jahren **auf den Wiederaufbau eines wettbewerblichen Messstellenbetriebs zu verzichten**.

Dadurch würde E.ON sich aus dem Markt als wettbewerblicher Messstellenbetreiber zurückziehen.

2.

Der drohenden Behinderung wirksamen Wettbewerbs um innovatives Geschäft kann man weiter sinnvoll begegnen, wenn sich die Netzgesellschaften der E.ON zusätzlich verpflichten, die **Grundzuständigkeit für den Messstellenbetrieb** in ihren Netzgebieten wettbewerblich **für zehn Jahre auszuschreiben**.

Auf diese Weise wird im Sinne des Unbundlings sichergestellt, dass der mit Abstand größte Netzbetreiber und Endkundenversorger auf Dritte für den Messstellenbetrieb zurückgreifen muss.

Schließlich müssten Vorkehrungen getroffen werden, die verhindern, dass E.ON künftig plattformbasierte Produkte anbietet, die letztlich einem Ausschluss der Konkurrenz gleichkommen (also ein „Amazon“ für Energieprodukte). Sowohl bei der Elektromobilität und den „Smarthome“-Produkten als auch bei lokalen/regionalen Energiemärkten erfolgt die Entwicklung in diese Richtung. Aufgrund des großen Vorsprungs in der Netzabdeckung und der Kundenbasis kann die neue E.ON Produkte und Plattformen aufsetzen und im Preis subventionieren, um die Kunden an sich zu binden und damit die Konkurrenz auf die Rolle von Kunden der Plattform zu reduzieren.

3.

E.ON muss sich also **verpflichten**, in Bezug auf Elektromobilität inkl. der Ladeinfrastruktur, in Bezug auf Smarthome-Produkte und Dienstleistungen und in Bezug auf die Etablierung von lokalen/regionalen Energiemärkten **keine geschlossenen Systeme zu etablieren**, die Dritten Zugang nur nach Maßgabe von E.ON gewähren, oder Wettbewerber ausschließende Exklusivverträge mit Dritten von überragender Bedeutung (z. B. Apple, Bosch, Google) zu schließen. Vor allem beim Zugang zur Ladeinfrastruktur müssen **faire und nicht diskriminierende Roaming-Regeln** gelten.