II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 14. Februar 1995

in einem Verfahren nach der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates

(Sache Nr. IV/M.477 — Mercedes-Benz/Kässbohrer)

(Text von Bedeutung für den EWR)

(Nur der deutsche Text ist verbindlich)

(95/354/EG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen [1] (im folgenden: Fusionsverordnung), insbesondere auf Artikel 8 Absatz 2,

gestützt auf das EWR-Abkommen, insbesondere auf Artikel 57 Absatz 1,

im Hinblick auf die Entscheidung der Kommission vom 14. Oktober 1994 zur Einleitung des Verfahrens in diesem Fall,

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen,

in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) Das vorliegende Verfahren betrifft das Vorhaben des Erwerbs der Karl Kässbohrer Fahrzeugwerke GmbH (Kässbohrer), Ulm, durch die Mercedes-Benz AG (Mercedes-Benz), Stuttgart.

(2) Mit Entscheidung vom 5. Oktober 1994 ordnete die Kommission die teilweise Aussetzung des Vollzugs des angemeldeten Zusammenschlusses gemäß Artikel 7 Absatz 2 und 18 Absatz 2 der Fusionsverordnung bis zum Erlaß einer endgültigen Entscheidung an.

(3) Mit Entscheidung vom 14. Oktober 1994 erklärte die Kommission, daß der geplante Zusammenschluß Anlaß zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt gibt. Die Kommission leitete deshalb in diesem Fall das Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c) der Fusionsverordnung ein.

(4) Nach einer ersten Befassung des Beratenden Ausschusses am 9. Januar 1995 hat die Kommission am 16. Januar 1995 die Mitteilung nach Artikel 18 der Fusionsverordnung übersandt, um die Sachaufklärung fortzusetzen. Am 27. Januar 1995 fand eine Anhörung der am Zusammenschluß beteiligten Unternehmen sowie dritter Parteien statt, in der weitere Beweismittel vorgelegt wurden. Der Beratende Ausschuß erörterte am 10. Februar 1995 den Entwurf der vorliegenden Entscheidung.

I. DIE PARTEIEN

(5) Mercedes-Benz ist eine Tochtergesellschaft der Daimler-Benz AG. Das Unternehmen stellt Personenkraftwagen, Lastwagen, Busse und Fahrzeugbestandteile her. Kässbohrer ist ein Familienunter-

[1] ABl. Nr. L 395 vom 30. 12. 1989, S. 1 (Berichtigung: ABl. Nr. L 257 vom 21. 9. 1990, S. 13).

nehmen, das Busse und Spezialfahrzeuge für den kommerziellen Gebrauch produziert.

II. DAS VORHABEN

(6) Das Vorhaben stellt einen Zusammenschluß im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe b) der Fusionsverordnung dar.

(7) Mercedes-Benz erwirbt die Gesamtheit von Kässbohrer durch Erwerb aller Anteilsrechte. Die Verträge zwischen den Parteien verpflichten Kässbohrer, verschiedene Geschäftsbereiche zu veräußern, die sich nicht auf das Busgeschäft beziehen, insofern dies nicht bereits vor der Übernahme geschehen ist. Die zu veräußernden Geschäftsbereiche umfassen gemäß den Verträgen die Bereiche Pistenbully, Tank- und Silofahrzeuge und PKW-Autotransporter. Kässbohrer beendete außerdem ein Gemeinschaftsunternehmen mit Iveco und veräußerte in Dänemark den Geschäftsbetrieb der Aabenraa Karosseriefabrik A/S an Volvo sowie das Unternehmen Bilcon A/S im Wege eines Management-Buy-Out.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

(8) Der weltweite Gesamtumsatz von Mercedes-Benz und Kässbohrer beträgt mehr als 5 Milliarden ECU (Daimler-Benz-Konzern: 50,473 Milliarden ECU, Kässbohrer: 0,91 Milliarden ECU, jeweils im Geschäftsjahr 1993). Jedes der zwei Unternehmen erzielt einen gemeinschaftsweiten Gesamtumsatz von mehr als 250 Millionen ECU. Die beteiligten Unternehmen erzielen nicht beide jeweils mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Gesamtumsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat. Der Zusammenschluß hat daher eine gemeinschaftsweite Bedeutung im Sinne von Artikel 1 der Fusionsverordnung.

IV. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

A. RELEVANTER PRODUKTMARKT

(9) Busse sind typischerweise für spezifische Arten von Verkehr vorgesehen. Stadtbusse zum Beispiel dienen dem Zweck, Personen einige Minuten oder jedenfalls nur eine kurze Zeitspanne aufzunehmen, und müssen einen einfachen Ein- und Ausstieg ermöglichen. Reisebusse auf der anderen Seite sollen Personen über große Entfernungen befördern; die Reisenden verbringen Stunden oder sogar Tage in dem Fahrzeug. Das Erscheinungsbild der Reisebusse betont Komfort und Laderaum eher als einfachen Ein- und Ausstieg.

(10) Die unterschiedlichen Anforderungen der verschiedenen Arten von Transportdienstleistungen führt dazu, daß Busse sehr heterogene Produkte darstellen. So reicht die Bandbreite des Marktes von Niederflurstadtbussen für öffentlichen Nahverkehr in städtischen Gebieten bis zu luxuriösen, 15 Meter langen Doppeldecker-Reisebussen für Langstreckenreisen. Eine große Zahl unterschiedlicher Typen besteht dazwischen, von teilweise niederflurigen Stadtbussen über Überlandlinienbusse für vorstädtischen und kürzeren zwischenstädtischen Verkehr, Überlandlinienbusse für Regionalverkehr (beide werden im folgenden als „Überlandbusse" bezeichnet), Kombibusse für Linien und kürzeren Ausflugsverkehr bis zu Einzeldecker-Reisebussen für Langstreckenreisen. Diese Aufzählung ist nicht erschöpfend, es gibt weitere spezialisierte Bustypen. Außerdem sind die verschiedenen Modelle in unterschiedlichen Ausmaßen erhältlich. Die Heterogenität ist deshalb groß und die Nachfrage sehr diversifiziert, da der Busbetreiber jeweils den für seine Zwecke ausgestatteten Bus nachfragt.

(11) Die Diversifizierung führt auch dazu, daß die Preispalette für die verschiedenen Bustypen sehr breit ist. In Deutschland erstreckt sich diese von ungefähr 350 000 DM für einen standardisierten Stadt- oder Überlandbus bis zu mehr als 700 000 DM für den teuersten Reisebus.

(12) Die am Zusammenschluß beteiligten Unternehmen sind in der Anmeldung von einem sachlichen relevanten Markt für Omnibusse ausgegangen. Sie verwiesen u. a. darauf, daß die Zulassungsstatistik nicht zwischen verschiedenen Omnibustypen unterscheide. Allenfalls sei entsprechend der bisherigen Entscheidungspraxis der Kommission (siehe unten Randnummer 14) von getrennten Märkten für Stadtbusse einerseits und Reisebussen andererseits auszugehen; letztere schlössen Überlandbusse ein. Im weiteren Verlauf des Verfahrens haben die Parteien vorgetragen, die von der Kommission gesondert abgegrenzten Überlandbusse seien zum Teil von Reisebussen, zum Teil von Stadtbussen abgeleitet und gehörten dementsprechend entweder zum Markt für Reisebusse oder zu einem Markt für Linienbusse im Stadt- und Überlandverkehr.

(13) Der von den Parteien vorrangig vertretenen Auffassung eines einheitlichen relevanten Marktes für alle Omnibusse ab 8 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht kann nicht gefolgt werden. Es liegt auf der Hand, daß etwa ein Niederflurstadtbus mit einer Vielzahl von Stehplätzen aus der Sicht der Nachfrager nicht durch einen Doppeldeckerreisebus mit Toilette, Video und Küche substituierbar ist. Zwischen diesen Extremen besteht, wie dargelegt, eine Bandbreite unterschiedlicher Bustypen, die sich nach ihren Konstruktionsprinzipien und ihrer Ausstattung an einer Vielzahl unterschiedlicher Einsatzzwecke ausrichten. Generell läßt sich

sagen, daß die Anforderungen an die technischen Merkmale und die Ausstattungskriterien, die den Fahrkomfort und den Reisekomfort der Fahrgäste bestimmen, mit der Länge der Strecken steigen, für die der jeweilige Bus vornehmlich vorgesehen ist. Ebenso steigen diese Anforderungen in dem Maß, wie ein Bustyp eher für Reiseverkehr als für Linienverkehr vorgesehen ist. Aus diesem schrittweisen Übergang zu höherem Fahrkomfort und aufwendigerer Ausstattung und der daraus folgenden Heterogenität der Busse kann jedoch entgegen der Auffassung der Parteien nicht gefolgert werden, daß nur ein einziger sachlich relevanter Markt für Busse besteht. Die Schwierigkeit einer exakten Marktabgrenzung innerhalb einer breiten, stark differenzierten Produktpalette kann nicht dazu führen, trotz offensichtlich fehlender Substitutionsmöglichkeiten bestimmter Produkte eine Marktabgrenzung völlig zu unterlassen.

(14) In den Jahren 1990 und 1991 war die Kommission in zwei Entscheidungen [1], die den französischen Markt betrafen, davon ausgegangen, daß zwei Märkte — Busse für den öffentlichen Verkehr und Reisebusse — zu unterscheiden seien. Die Ermittlungen der Kommission im vorliegenden Verfahren, die sich insbesondere auf den deutschen Markt konzentrierten, haben jedoch ergeben, daß, zumindest was das Produktangebot für den deutschen Markt betrifft, heute drei Marktsegmente zu unterscheiden sind, die jeweils einen relevanten Markt darstellen. Auf der Grundlage der funktionellen Unterschiede für den jeweiligen Verwendungszweck und den Marketingkonzepten der Anbieter lassen sich aus Sicht der Nachfrager folgende drei Segmente abgrenzen:

a) **Stadtbusse**

Stadtbusse dienen dem öffentlichen Nahverkehr in städtischen Gebieten. Sie haben meistens einen niedrigen Flur ohne Stufen und verfügen über mehr Türen als andere Busse, um den Ein- und Ausstieg zu erleichtern. Hauptabnehmer sind Städte und Gemeinden.

b) **Überlandbusse**

Überlandbusse werden im ländlichen Verkehr und zwischen Städten eingesetzt. Solche Busse sind normalerweise nicht besonders aufwendig ausgestattet. In technischer Hinsicht sind sie überwiegend nicht niederflurig und verfügen über deutlich stärkere Motoren. Hauptabnehmer sind öffentliche regionale Busgesellschaften sowie private Busbetreiber, die Linien auf der Basis von Konzessionen befahren. Mehrere öffentliche Abnehmer sind zugleich Abnehmer von Stadtbussen.

c) **Reisebusse**

Reisebusse sind für den Freizeitbereich gedacht, d. h. im wesentlichen für Langstreckenreisen. Sie sind in der Regel höher als Überlandbusse und relativ aufwendig ausgestattet. Die Ausstattung umfaßt häufig Klimaanlage, Toiletten und Fernsehen und soll so die Busse für lange Reisen angenehmer machen. Hauptabnehmer sind private Betreiber von Freizeit- und Charterreisen.

(15) Diese Unterscheidung von drei Segmenten im Gesamtmarkt für Busse findet sich durchgängig in den Verkaufsprospekten aller Anbieter. Sie wurde auch von der überwiegenden Zahl der von der Kommission befragten Bushersteller und von den Busunternehmern, also den Nachfragern, als zutreffend bezeichnet. Diese Segmentierung steht auch in Übereinstimmung mit der Klassifizierung der ECE-Regelung Nr. 36 über einheitliche Vorschriften hinsichtlich des Baus von Fahrzeugen für den öffentlichen Verkehr. Danach bestehen drei Klassen von Bussen, die wie folgt definiert werden:

„2.1.1. ‚Kraftomnibus' (Klasse I), ein Fahrzeug, das für den Stadt- und Vorortverkehr entworfen und ausgerüstet ist; die Fahrzeuge dieser Klasse verfügen über Sitze und Plätze für stehende Fahrgäste und sind so eingerichtet, daß mit ihnen eine Beförderung von Fahrgästen auf Strecken mit zahlreichen Haltestellen möglich ist.

2.1.2. ‚Kraftomnibus für Zwischenortsverkehr' (Klasse II), ein Fahrzeug, das für den Zwischenortsverkehr entworfen und ausgerüstet ist; dieses Fahrzeug verfügt nicht über besondere für stehende Fahrgäste bestimmte Plätze, kann jedoch auf kurzen Strecken stehende Fahrgäste im Gang befördern;

2.1.3. ‚Reiseomnibus' (Klasse III), ein Fahrzeug, das für Fernfahrten entworfen und ausgerüstet ist; dieses Fahrzeug ist im Hinblick auf die Bequemlichkeit der sitzenden Fahrgäste eingerichtet und befördert keine stehenden Fahrgäste."

(16) Die von den Parteien hilfsweise vorgetragene Auffassung, die Überlandbusse je nach ihrer technischen Ableitung entweder dem Stadtbus- oder dem Reisebussegment zuzuordnen, orientiert sich nicht an der in erster Linie maßgeblichen Austauschbarkeit aus der Sicht der Nachfrager. So können aus Sicht der deutschen Nachfrager die von Reisebussen abgeleiteten Überlandbusse schon deshalb nicht durch die eigentlichen Reisebusse substituiert werden, als letztere nicht die Voraussetzungen für die staatliche Subventionierung von Bussen im Linienverkehr erfüllen. Beispielhaft sei hier auf den „Kriterienkatalog für die Fahrzeugbeschaffung" in Nordrhein-Westfalen hingewiesen. Danach müssen im Überlandbereich eingesetzte Fahr-

[1] Renault/Volvo, IV/M.004, Entscheidung vom 7. November 1990, Randnummer 15; Renault/Heuliez, IV/M.092, Entscheidung vom 3. Juni 1991, Randnummer 5.

zeuge neben zahlreichen Ausstattungsmerkmalen, die sich auf die mögliche Beförderung stehender Fahrgäste beziehen, mindestens eine doppelbreite Tür haben und dürfen eine maximale Fußbodenhöhe von 860 mm nicht überschreiten. Zumindest das letztgenannte Merkmal kann von den Bustypen, die im folgenden dem Reisebussegment zugerechnet werden, durchweg nicht erfüllt werden. Im übrigen hat auch Mercedes-Benz selbst in einem der Kommission vorliegenden Strategiepapier eine Segmentierung in Reisebusse, Überlandbusse und Stadtbusse vorgenommen und die unterschiedlichen Rahmenbedingungen in den einzelnen Segmenten hervorgehoben. Es ist allerdings festzuhalten, daß der von den Parteien geltend gemachte Gesichtspunkt der jeweiligen technischen Ableitung der Überlandbusse von Bedeutung für die weiter unten erörterte Produktionsumstellungsflexibilität im Gesamtmarkt für Busse ist.

(17) Auch wenn der Gesamtmarkt für Busse in drei Segmente zu unterteilen ist, so bedeutet dies jedoch nicht, daß es starre Grenzen zwischen diesen Segmenten gibt. Es bestehen vielmehr zwischen den jeweils angrenzenden Marktsegmenten Substitutionsbeziehungen, die die Abgrenzung als fließend erscheinen lassen. Dies kann an der nachfolgenden Übersicht über die Produktpalette von Mercedes-Benz und Kässbohrer verdeutlicht werden.

Mercedes-Benz

Segment	Typ	Kennzeichnung	Technische Ableitung
Stadtbusse	O405	Klassischer Stadtbus	
	O405N	Niederflur-stadtbus	
Überland-busse	O404NÜ	Niederflur-überlandbus	Stadtbus
	O407	Überlandbus	Stadtbus
	O408	Überlandbus	Stadtbus
	O404RH-K	Kombibus	Reisebus
Reisebusse	O340	Klassischer Reisebus	
	O404RH	Klassischer Reisebus	
	O404RHD	Klassischer Reisebus	
	O404SHD	Klassischer Reisebus	

Kässbohrer

Segment	Typ (neue Typenreihe)	Kennzeichnung	Technische Ableitung
Stadtbusse	S215SL	Klassischer Stadtbus	Reisebus
Überland-busse	S215NR	Niederflur-überlandbus	Reisebus
	S215UL (S315UL)	Überlandbus	Reisebus
	S215RL	Kombibus	Reisebus
	S215HR (S315H)	Kombibus	Reisebus
Reisebusse	S215HRI-GT (S315GT)	Klassischer Reisebus	
	S215HDH (S315HD)	Klassischer Reisebus	
	S216HDS	Klassischer Reisebus	
	(S328DT)	Doppel-decker-reisebus	

(18) Die vorstehende Übersicht zeigt eine Überschneidung der Stadtbus- und Überlandbussegmente insbesondere im Bereich der Niederflurbusse. Niederflurüberlandbusse unterscheiden sich von Niederflurstadtbussen dadurch, daß sie eine etwas höhere Fußbodenhöhe und einen stärkeren Motor haben. Sie dürften gleichwohl auch im Stadtverkehr einsetzbar sein, in dem der Niederflurbereich mittlerweile eine überragende Rolle spielt. Nach Auskunft des VDV (Verband Deutscher Verkehrsunternehmen) entfielen 1994 77 % aller Beschaffungen in Deutschland im Stadtbusbereich auf Niederflurbusse. Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang auch, daß der Anteil der Niederflurbusse im Überlandbereich 1994 bereits bei 12 % der Neubeschaffungen lag und der VDV in Zukunft einen Anteil von 50 % erwartet. Es ist daher in Zukunft mit vermehrten Überschneidungen zwischen dem Stadtbus- und Überlandsegment zu rechnen.

(19) Es bestehen ebenfalls erhebliche Überschneidungen zwischen dem Überlandbus- und dem Reisebussegment. Hier ist von Bedeutung, daß insbesondere die privaten Busunternehmen in immer größerem Maß dazu übergehen, denselben Bustyp sowohl für den Linien- als auch für den Reise- und Ausflugsverkehr einzusetzen. Am Beispiel der oben dargestellten Produktpalette läßt sich verdeutlichen, daß die Busanbieter dieser Tendenz entgegenkommen. Während der Mercedes-Überlandbus

0405NÜ und der Kässbohrer-Überlandbus S215NR sich nur für den Linienverkehr eignen, können die Busse O408 und S215UL in begrenztem Umfang auch im Reise- und Ausflugsverkehr eingesetzt werden. Generell für einen dualen Gebrauch eignen sich die Kombibusse O408, O404RH-K und S215RL, S215HR. Kombibusse sind gezielt für einen dualen Gebrauch konzipiert. Sie erfüllen die durchschnittlichen Anforderungen des Reise- und Ausflugverkehrs an Fahr- und Fahrgastkomfort. Auf der anderen Seite entsprechen sie den Anforderungen an Wirtschaftlichkeit und den technischen Merkmalen, die für den Linienverkehr gelten.

(20) Generell kann nach allem festgestellt werden, daß trotz Zuordnung zu einem bestimmten Segment Busse in verstärktem Maß für verschiedene Einsatzzwecke genutzt werden. Dies gilt vor allem für private Busunternehmer. 90 % der privaten Busunternehmer in Deutschland wird nach Auskunft des Bundesverbandes Deutscher Omnibusunternehmer e. V. (BDO) sowohl im Linienverkehr als auch im Reise- und Ausflugsverkehr tätig. Etwa die Hälfte der von der Kommission befragten privaten Busunternehmen hat angegeben, Busse ihres Fuhrparks sowohl für den Linienverkehr als auch für den Reise- und Ausflugsverkehr einzusetzen. Dieser duale Gebrauch dürfte bei kleinen Busunternehmen mit nur wenigen Bussen, die nicht von der Umfrage erfaßt wurden, noch häufiger vorkommen.

(21) Es ist auch zu berücksichtigen, daß in der Busproduktion eine nicht unerhebliche Angebotsumstellungsflexibilität („supply-side substitutability") besteht. Dies gilt insbesondere für Überlandbusse, da Überlandbusse — wie von den Parteien zu Recht hervorgehoben — teilweise von Stadtbussen, teilweise von Reisebussen abgeleitet sind. In technologischer Hinsicht sind die Eintrittsbarrieren in den Überlandbusmarkt für einen Hersteller von Stadtbussen oder Reisebussen relativ niedrig. Die verschiedenen Bustypen können im allgemeinen in einer Fabrik und mit den gleichen Maschinen produziert werden, weiterhin haben die verschiedenen Typen viele Komponenten gemeinsam. Unter der Voraussetzung, daß ein Anbieter ohnehin verschiedene Bustypen herstellt, kann er relativ leicht die Produktion von einem Typ auf einen anderen umstellen. Die meisten der großen Anbieter (Volvo, Scania, Mercedes-Benz, Renault, Iveco) besitzen eine solche vollständige Produktpalette. Ist ein Hersteller dagegen nicht im Bereich der Überlandbusse tätig, ist eine Umstellung auf Überlandbusse schwieriger, da erhebliche Entwicklungskosten anfallen.

(22) Die dargelegten Überschneidungen der einzelnen Marktsegmente aus der Sicht der Nachfrager und die Umstellungsflexibilität auf der Anbieterseite rechtfertigen zwar nicht die Annahme eines einheitlichen sachlich relevanten Marktes für alle Busse, da, wie dargelegt, innerhalb eines solchen Gesamtmarktes immer noch ganz erhebliche Substitutionslücken bestünden. Die fließenden Grenzen zwischen den Segmenten und die Flexibilität der Angebotsseite relativieren jedoch die wettbewerbliche Position der Anbieter in den einzelnen sachlich relevanten Märkten. Bei der Beurteilung der Auswirkungen des Zusammenschlusses können diese Marktsegmente nicht isoliert betrachtet werden. Es sind vielmehr jeweils auch die Wettbewerbsbedingungen und die Position der Anbieter auf dem Gesamtmarkt zu berücksichtigen.

B. RELEVANTER GEOGRAPHISCHER MARKT

(23) Die westeuropäischen Bushersteller sind besonders stark in ihren jeweiligen Heimatländern. Marktanteile von fast oder auch mehr als 50 % sind für die größten heimischen Hersteller nicht ungewöhnlich: So hat Renault 66 % in Frankreich, Iveco 54 % in Italien und 47 % in Spanien, Leyland (Volvo) 47 % im Vereinigten Königreich und Volvo 48 % in den nordischen Ländern. Deutschland weist mit 4 Anbietern zwischen 14 und 35 % bisher eine vergleichsweise ausgewogene Anbieterstruktur aus.

(24) Die jeweils nachgefragten *Busmodelle* unterscheiden sich in gewissem Umfang in den einzelnen Mitgliedstaaten. Öffentlicher Transport ist in Nord- und Mitteleuropa stärker entwickelt als in Südeuropa. Auch gibt es eine längere Tradition von Langstreckenreisen in Nord- und Mitteleuropa. Das Segment der Überlandbusse, insbesondere in der standardisierten Form, findet sich vor allem in Deutschland und den Beneluxstaaten. Weiterhin bestehen gewisse Unterschiede in der Ausstattung zwischen einzelnen Mitgliedstaaten. Deutsche Busbetreiber fragen traditionell einen höheren Standard in der Ausstattung nach als Abnehmer in den meisten anderen europäischen Ländern.

(25) Auch wenn es für europaweit tätige Unternehmen selbst unumgänglich ist, die Preisstrukturen in den verschiedenen Mitgliedstaaten für ihre eigene Geschäftsstrategie zu kennen, stellen Preisvergleiche zwischen Mitgliedstaaten hier für die Abgrenzung des räumlich relevanten Marktes keinen geeigneten Maßstab dar. Preisvergleiche werden durch die unterschiedliche Ausstattung der Busse erschwert. Auch sind besondere Konditionen und Rabatte üblich im Busmarkt, z. B. bei der Inzahlungnahme eines gebrauchten Busses beim Kauf eines neuen Busses. Mercedes-Benz und Kässbohrer gehen von einheitlichen Bruttopreisen in Westeuropa aus. Unterschiede in den Rabatten — die von Kässbohrer in Deutschland gewährten Rabatte sind 10 % niedriger als im Ausland (ca. [. . .] [1] % gegenüber ca. [. . .] %, bezogen auf die

[1] In der veröffentlichten Fassung dieser Entscheidung wurden gemäß Artikel 17 Absatz 2 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 bezüglich der Wahrung von Geschäftsgeheimnissen hier und nachfolgend einige Angaben ausgelassen.

Listenpreise) — hängen, wie die Anhörung der Unternehmen ergab, mit unterschiedlichen Vertriebsstrukturen zusammen. Dies erschwert insgesamt die Feststellung des tatsächlichen Beschaffungspreises und demnach auch statistische Preisvergleiche. Allenfalls innerhalb eines Mitgliedstaats, so jedenfalls in Deutschland, besteht nach Aussage der von der Kommission befragten Marktteilnehmer Preistransparenz. Nach Aussagen von Busherstellern sind außerdem die Preisunterschiede zwischen Ländern wie Belgien, den Niederlanden, Frankreich und Deutschland hauptsächlich auf Unterschiede in der Ausstattung zurückzuführen.

(26) Busse unterliegen bislang in jedem Mitgliedstaat einer Typengenehmigung. Es gibt eine Vielzahl von technischen Bestimmungen, die von Land zu Land unterschiedlich sind (so z. B. Rechtssteuerung im Vereinigten Königreich, Dachnotausstieg in Belgien und in den Niederlanden, nichtbrennbare Sitzbezüge und Bremsenstandard in Frankreich, Hecknotausstieg in Italien, Heizung in Schweden usw.). Solche unterschiedlichen technischen Anforderungen begrenzen in gewissem Umfang die Möglichkeit von Parallelimporten und erleichtern die Verfolgung einer unterschiedlichen Preispolitik in den einzelnen Ländern. Die Parteien berufen sich demgegenüber auf eine zum 1. Januar 1995 in Deutschland in Kraft getretene Verordnung über EG-Typengenehmigungen (in Umsetzung der EG-Richtlinie 70/156/EWG). Diese Verordnung gilt im Prinzip für alle Kraftfahrzeuge, hat jedoch entgegen den Angaben der Parteien für Busse heute noch keine Bedeutung, da es noch an der Richtlinie über EG-weit vereinbarte Bustypen fehlt. Eine entsprechende EG-Typen-Richtlinie ist für 1997/98 geplant, wird aber erst nach einer 4—5jährigen Übergangsphase verpflichtend. Bestimmte technische Aspekte für Busse wurden allerdings bereits durch EU-Richtlinien für Kraftfahrzeuge harmonisiert.

(27) Wie von Parteien und Wettbewerbern bestätigt wurde, berücksichtigt schließlich ein Hersteller unterschiedliche nationale Standards bereits bei der Entwicklung eines neuen Busmodells. Die Anforderungen der Kunden variieren eher noch stärker als staatliche Bestimmungen. Deshalb stellen die Homologationsverfahren, auch wenn sie Zeit und ein gewisses Maß an Planungskosten erfordern, kein größeres Hindernis für einen Marktzutritt dar. Unterschiedliche technische Bestimmungen innerhalb des EWR können daher für sich genommen nicht als hinreichend für die Annahme nationaler Märkte angesehen werden.

(28) Wie im folgenden dargelegt, weisen die Märkte für Stadtbusse, Überlandbusse und Reisebusse gleichwohl bestimmte Merkmale auf, die es nahelegen, die Märkte zum gegenwärtigen Zeitpunkt noch national abzugrenzen. Insbesondere der *Stadtbusmarkt* ist gegenwärtig noch national geprägt. Obwohl die EU-Richtlinie zum öffentlichen Auftragswesen zu mehr europaweiten Ausschreibungen durch öffentliche Abnehmer geführt und so begonnen hat, den räumlichen Markt auszuweiten, ist das tatsächliche Beschaffungsverhalten der öffentlichen Hand noch deutlich national geprägt in diesem Sektor und hat insgesamt den nationalen Charakter dieses Marktes noch nicht verändert. Gleiches gilt gegenwärtig noch für die Märkte für *Überlandbusse* und *Reisebusse*, auch wenn hier Ansätze zu einer Marktöffnung zu erkennen sind. Dies gilt insbesondere für den Reisebussektor. Gleichwohl weisen beide Märkte zumindest für Deutschland Besonderheiten auf, die für die Gegenwart die Annahme von nationalen Märkten rechtfertigen und nachfolgend im einzelnen dargelegt werden.

Deutschland

(29) Wie in anderen Mitgliedstaaten ist der Busmarkt in Deutschland durch starke heimische Anbieter gekennzeichnet (Mercedes-Benz, Kässbohrer, MAN, Neoplan). Die vier größten heimischen Anbieter in Deutschland erreichten 1993 einen gemeinsamen Marktanteil von ungefähr 95 %.

a) *Importe*

(30) Busimporte nach Deutschland waren bislang eher gering, insbesondere bei Stadtbussen und Überlandbussen. Der Anteil importierter Busse ist in den vergangenen Jahren gestiegen, wenn auch vorläufig noch auf niedrigem absoluten Niveau. Der Marktanteil (Absatz) ausländischer Busse (über 8 Tonnen) stieg um 2,2 % (88) im Jahr 1989 über 3,3 % (177) im Jahr 1991 auf 5,0 % (345) im Jahr 1993 und 5,6 % (320) im Jahr 1994 (Hochrechnung auf der Basis von Januar bis November). In dem Reisebusmarkt beträgt der Marktanteil in Deutschland sogar 10,3 % (Stadtbusse 3,5 %, Überlandbusse 1,1 %). Der besonders deutliche Zuwachs 1991/92 ging auf den hohen Bedarf in den neuen Bundesländern im Zuge der deutschen Wiedervereinigung zurück. Im Jahr 1994 ging der Absatz auf ca. 320 Busse zurück. Dieser Rückgang lag allerdings mit 7 % deutlich unter dem Rückgang des Gesamtmarktvolumens um 18 % in 1994. Es kann erwartet werden, daß bereits mit dem erzielten Zuwachs ausländische Anbieter sich ein Standbein in Deutschland oder zumindest in bestimmten Regionen verschafft haben. Die Importe bewegen sich zwar insgesamt bislang nur im Bereich von etwa 5 % des Marktvolumens, dies muß jedoch vor dem Hintergrund gesehen werden, daß erst seit wenigen Jahren überhaupt Importe nach Deutschland erfolgen und die jährlichen Steigerungen beachtlich waren.

(31) Die bislang eher niedrige Importquote in Deutschland steht in Zusammenhang mit dem unten beschriebenen starken Wettbewerb zwischen mehreren leistungsfähigen deutschen Busherstellern,

die eine breite Produktpalette in allen Bussegmenten anbieten (siehe im einzelnen unter Randnummer 49 ff.). Deutsche Anbieter stellen darüber hinaus mit einem Exportanteil von etwa 30 % die bei weitem größten Exporteure in der EU dar. Die Anhörung der Parteien und der deutschen Verbände der privaten und öffentlichen Busbetreiber ergab jedoch, daß seit kurzem alle großen ausländischen Hersteller in der Lage sind, die von deutschen Abnehmern nachgefragten Produkte anzubieten.

(32) Die wettbewerbliche Struktur des Marktes stellte in der Vergangenheit ein Preis-Leistungs-Verhältnis sicher, das den Anforderungen der deutschen Abnehmer entsprach. Von daher bestand bislang für diese kein besonderer Anreiz, bestehende Präferenzen für deutsche Anbieter und Komponenten sowie gewachsene Kunden-Lieferanten-Beziehungen aufzugeben. Diese immateriellen Marktzutrittsschranken charakterisierten den Markt in räumlicher Hinsicht. Sie werden ebenso wie die materiellen Zutrittsschranken nachfolgend dargelegt. Ihre eigentliche Erörterung erfolgt jedoch im Rahmen der wettbewerblichen Beurteilung (siehe unter C.III.3.c), da ihre Bewertung von entscheidender Bedeutung für die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses auf die Wettbewerbsstruktur in Deutschland und im EWR ist.

b) *Materielle Zutrittsschranken („tangible barriers")*

(33) Eine aus Abnehmersicht bedeutsame Voraussetzung für die Anschaffung eines Busses ist das Vorhandensein eines Netzes von Wartungs- und Reparaturwerkstätten des jeweiligen Herstellers. Die oben aufgeführten deutschen Bushersteller verfügen alle über ein solches Netz. Große ausländische Anbieter, die zugleich Nutzfahrzeughersteller sind (Volvo, Renault, Scania und Iveco), besitzen ein entsprechendes Servicenetz für Lastkraftwagen und könnten dieses ohne größeren finanziellen Aufwand auf Omnibusse erweitern (siehe im einzelnen unter C.III.3.c). Nichtintegrierte ausländische Hersteller, die in den deutschen Markt eindringen wollen, können die bestehenden Servicenetze ihrer Zulieferer benutzen und haben im übrigen nur die durch den erforderlichen Aufbau eines Netzes von Vertragswerkstätten anfallenden Kosten zu tragen, die relativ gering sind.

(34) Im Rahmen der Ermittlungen der Kommission wurden weiterhin *Rückkaufpreise und -konditionen* für gebrauchte Busse — im Rahmen einer Inzahlungnahme beim Neukauf — sowie *„switching costs"* (Aufwendungen für Schulung, Werkzeuge und Ersatzteilbestand beim Wechsel des Lieferanten) als Zutrittsschranken für neue und insbesondere für ausländische Anbieter genannt (siehe im einzelnen Randnummer 89 ff.). Bei beiden Punkten handelt es sich jedoch um Kostenfaktoren, denen nach den Ermittlungen der Kommission von Anbieter- wie von Nachfragerseite nur begrenzte Bedeutung beigemessen wird.

c) *Immaterielle Zutrittsschranken („intangible barriers")*

(35) Während die oben genannten materiellen Zutrittsschranken finanziell kalkulierbar und im Fall eines beabsichtigten Markteintritts durch entsprechendes Investment zu überwinden sind, bestehen daneben auf dem Busmarkt, insbesondere bei Überland- und Reisebussen, in Form von gewachsenen *Kunden-Lieferanten-Beziehungen* und Markentreue zwei immaterielle, nicht ausschließlich wirtschaftlich-technisch begründete Barrieren, die in der Vergangenheit den Marktzugang ausländischer Anbieter erschwerten (siehe Randnummer 82 ff.). Ähnliche Schranken sind auch für andere Mitgliedstaaten, z. B. Frankreich, das Vereinigte Königreich, Italien, bekannt.

(36) Gewachsene Kunden-Lieferanten-Beziehungen ließen sich vor allem bei privaten Abnehmern beobachten, bei denen es sich um überwiegend klein- und mittelständische Unternehmen handelt. Für öffentliche Kunden haben persönliche Beziehungen ein geringeres Gewicht. Unterschiedslos bevorzugten dagegen beide Abnehmergruppen bislang deutsche Marken. Im Reisebusbereich war dies zum Teil ein Imagefaktor im Touristenverkehr.

d) *Auswirkungen der EU-Richtlinien zum öffentlichen Auftragswesen*

(37) Deutsche Omnibusunternehmen, die in den Anwendungsbereich der EU-Sektoren-Richtlinie zum öffentlichen Auftragswesen (Richtlinien 90/531/EWG und 93/38/EWG betreffend die Auftragsvergabe durch Auftraggeber im Bereich der Wasser-, Energie- und Verkehrsversorgung sowie im Telekommunikationssektor) fallen, müssen seit 1. März 1994 ihre Bestellungen innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums öffentlich ausschreiben. Zu diesem Zeitpunkt wurde die EG-Richtlinie 90/531/EWG in deutsches Recht transformiert (Verordnung über die Vergabe für öffentliche Aufträge vom 22. Februar 1994 — VgV); die Umsetzung der Richtlinie 93/38/EWG steht noch aus. Zu den betroffenen Unternehmen gehören nicht nur staatliche Behörden und öffentliche Unternehmen, sondern auch private Auftraggeber mit behördlich gewährten besonderen oder ausschließlichen Rechten, z. B. private Busunternehmen mit Netzgenehmigungen (Konzessionen). Eine Neubeschaffung von Bussen ist auszuschreiben, wenn sie einen Wert von mindestens 400 000 ECU erreicht; sobald der Gesamtwert 750 000 ECU überschreitet, muß er mindestens einmal jährlich im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* bekannt gemacht werden.

(38) Die Richtlinie zum öffentlichen Auftragswesen hat im vorliegenden Fall nur Bedeutung im Stadtbus- und Überlandbusbereich. Bis zum Inkrafttreten der VgV waren öffentliche Abnehmer in Deutschland nicht verpflichtet, Angebote ausländischer Anbieter bei der Vergabe zu berücksichtigen. Seit-

dem ist eine zunehmende Zahl von öffentlichen Abnehmern zu verzeichnen, die in beschränkter Stückzahl ausländische Busse erwirbt. Diese Tendenz wurde in der Anhörung der Parteien von dem Verband der öffentlichen Verkehrsunternehmen (VDV) bestätigt und mit Beispielen belegt (siehe unter Randnummer 97). Dies läßt erwarten, daß die Richtlinie zum öffentlichen Auftragswesen bereits in einem überschaubaren Zeitraum Auswirkungen entfalten wird. Wenn damit für die Zukunft die rechtlichen Voraussetzungen für ein für alle Anbieter offenes Beschaffungsverfahren geschaffen sind, so ist derzeit aufgrund der bisherigen Präferenzen für deutsche Anbieter und der noch niedrigen Importquote, insbesondere im Überlandbusbereich, noch von der Existenz eines gesonderten deutschen Marktes auszugehen.

Österreich

(39) Auf den Bussektor in Österreich hat der Zusammenschluß eine geringere Bedeutung als in Deutschland. Der kombinierte Marktanteil der neuen Einheit würde bei Stadtbussen 11 % nicht überschreiten. Bei Überlandbussen ist Mercedes-Benz in Österreich gar nicht vertreten, während Kässbohrer hier etwa 12 % erreicht. Im Reisebusmarkt läge der kombinierte Marktanteil dagegen in einer dem deutschen Markt vergleichbaren Größenordnung (60 %). Es sprechen mehrere Gründe dafür, daß Österreich bei Reisebussen keinen von Deutschland räumlich gesonderten Markt darstellt. Busimporte aus Deutschland sind erheblich; die Vertriebs- und Servicenetze der Bushersteller sind mit den deutschen Netzen vergleichbar. Was die Ausstattung der Busse angeht, unterscheiden sich die Ansprüche der österreichischen Abnehmer nicht spürbar von denen der deutschen Kunden. Es kann jedoch letztlich dahingestellt bleiben, ob Österreich und Deutschland aus den genannten Gründen einem einheitlichen Markt zuzuordnen sind. Die wettbewerbliche Beurteilung des Zusammenschlusses, die sich im nachfolgenden auf den deutschen Markt beschränkt, würde nicht anders ausfallen, wenn der relevante geographische Markt Deutschland *und* Österreich umfaßte (siehe im einzelnen unter C).

Ergebnis hinsichtlich des geographischen Marktes

(40) Der geographisch relevante Markt für Stadtbusse ist aufgrund der niedrigen Importe und des bisherigen Beschaffungsverhaltens der öffentlichen Betreiber von Stadtbussen auf Deutschland zu begrenzen. Der Überlandbus- und der Reisebusmarkt stellen sich in einem EWR-weiten Kontext offener dar. Jedoch sind diese Märkte durch eine Reihe von Zutrittsschranken gekennzeichnet, von denen einige als bedeutsam, andere als weniger bedeutsam für ausländische Anbieter anzusehen sind. Insbesondere Kunden-Lieferanten-Beziehungen und Markentreue sind bislang in beiden Segmenten als wesentlich anzusehen. Einerseits werden diese Faktoren eine Öffnung des deutschen Marktes verlangsamen; andererseits gibt es bereits heute eine deutlich wahrnehmbare Orientierung deutscher Abnehmer hin zu nichtdeutschen Herstellern, wie der Anstieg der Importe beweist.

(41) Die Kommission ist insgesamt der Ansicht, daß heute noch unterschiedliche Wettbewerbsbedingungen zwischen Deutschland und anderen EWR-Ländern bestehen. Zwar sind Anzeichen erkennbar, daß die Märkte internationaler werden, insbesondere im Bereich der Reisebusse. Da jedoch diese Entwicklung über eine gewisse Zeit hinweg erfolgt und der deutsche Markt gegenwärtig noch national geprägt ist, erscheint es bei einer Gesamtschau der gegenwärtigen materiellen und immateriellen Eintrittsbarrieren sachgerecht, für die wettbewerbliche Beurteilung des geplanten Zusammenschlusses den deutschen Markt zugrundezulegen und die Auswirkungen der Öffnung des deutschen Marktes bei der Prüfung der Auswirkungen des Zusammenschlusses (unter C) zu würdigen.

C. WETTBEWERBLICHE BEURTEILUNG

(42) Vor dem Hintergrund der oben dargelegten Unterschiede zwischen Stadtbussen, Überlandbussen und Reisebussen in sachlicher Hinsicht und der bislang gegebenen besonderen Wettbewerbsbedingungen in Deutschland hat die wettbewerbliche Beurteilung zunächst von diesen drei Bereichen in Deutschland auszugehen. Da die drei relevanten Produktmärkte benachbart sind, müssen jedoch bei der wettbewerblichen Beurteilung auch die wettbewerblichen Wechselwirkungen und Überschneidungen zwischen den Referenzmärkten berücksichtigt werden. Auf den verschiedenen Busmärkten läßt sich denn auch die wettbewerbliche Stärke eines Busherstellers nur dann angemessen beurteilen, wenn man zugleich seine Stellung auf dem Bussektor als ganzes berücksichtigt.

I. Der europäische Busmarkt

(43) Der Absatz von Bussen innerhalb des EWR erreichte 1993 insgesamt etwa 19 250 Fahrzeuge in 1993 (ungefähr 6 900 in Deutschland, 3 400 in Frankreich, 2 200 im Vereinigten Königreich, 1 300 in Italien bzw. Spanien, weniger als 650 in den anderen Ländern). Dies entspricht dem seit 10 Jahren relativ konstanten europäischen *Marktvolumen* bei Bussen. Das größte Segment bilden dabei die Stadtbusse (1993: 41 %), gefolgt von den Reisebussen (35 %) und den Überlandbussen (24 %); letztere haben, wie bereits erwähnt, in einigen Mitgliedstaaten eine größere Bedeutung, so z. B. Deutschland mit 33 %. In Deutschland ist 1994, wie bereits dargelegt, ein Rückgang des Marktes um 18 % auf ca. 5 700 verkaufte Busse zu verzeichnen. Mengenmäßig wird das Marktwachstum in den nächsten Jahren im Gegensatz zu

den vergangenen zwei Jahren voraussichtlich weiter, wenn auch nur noch leicht zurückgehen. Dies ist auch darauf zurückzuführen, daß in Deutschland in den letzten drei Jahren ein atypisch hoher Anstieg der Nachfrage herrschte, weil viele ostdeutsche Omnibusbetriebe ihre Busflotten in der Folge der Wiedervereinigung erneuert haben. Auf längere Sicht ist zu erwarten, daß sich die Nachfrage stabilisiert, jedoch auch nicht wesentlich zunehmen wird, wie die von der Kommission befragten Bushersteller bestätigten.

(44) Marktwachstum drückt sich allerdings im Bussektor nicht nur im Volumen aus. Da es sich bei Bussen um komplexe Investitionsgüter handelt, die technisch und von der Ausstattung her einer ständigen Fortentwicklung unterworfen sind, besitzt der Markt auch bei gleichbleibendem Volumen eine nicht unerhebliche Dynamik. Eine besondere Rolle spielen in diesem Zusammenhang die steigenden Anforderungen an Sicherheit und Umweltschutz. Die Bedeutung des *qualitativen Wettbewerbs* ist um so größer, als die Industrie von einem gewissen Angebotsüberhang gekennzeichnet ist. Kapazitätszahlen sind schwer zu schätzen, die *Überkapazität* erreicht aber nach den der Kommission vorliegenden Informationen zwischen 20 und 25 %, in Einzelfällen sogar mehr. Insgesamt handelt es sich aufgrund der im technischen Bereich geringen Fertigungstiefe, d. h. beachtlichen Zahl von zugelieferten standardisierten Komponenten, um einen flexiblen Produktionszweig. Die Kapazität im Auf- und Ausbaubereich hängt primär von der Zahl der Beschäftigten ab. Die Märkte sind schließlich transparent in bezug auf Mengen, weil Angaben über die Anzahl der Zulassungen öffentlich verfügbar sind. Ferner ist eine hohe Preistransparenz hinsichtlich Bussen bestimmter Art und Ausstattung im Verhältnis zwischen den Abnehmern innerhalb eines Landes zu beobachten.

(45) *Nichtintegrierte* (oder unabhängige) Hersteller bauen komplette Busse, beziehen jedoch eine Reihe von Komponenten, insbesondere Motoren, von Zulieferern. Zu dieser Gruppe gehören unter anderem Van Hool, Neoplan, Kässbohrer und Bova. Im Gegensatz dazu fertigen *integrierte* Hersteller wie z. B. Mercedes-Benz, Volvo, Renault, Iveco (Fiat), MAN und DAF, die zugleich maßgebliche Nutzfahrzeughersteller sind, alle oder jedenfalls die wesentlichen Komponenten selbst. Schließlich gibt es eine Reihe kleinerer Anbieter, die nur Aufbauten herstellen und für alle mechanischen Komponenten (Fahrgestell, Motoren, Schaltgetriebe) auf integrierte Hersteller zurückgreifen. Aufgrund dieser Abhängigkeit stellen sie keine wirklich unabhängigen Wettbewerber dar; auch laufen ihre Busse anschließend unter der Marke des Fahrgestellherstellers.

(46) Der Zusammenschluß Mercedes-Benz/Kässbohrer kann als weiterer Schritt im Rahmen einer *allgemeinen Restrukturierung* gesehen werden, die gegenwärtig die europäische Busindustrie durchläuft. Große LKW- und Bushersteller übernehmen kleinere Anbieter, die als nichtintegrierte Hersteller oder als sogenannte Aufbautenhersteller tätig sind. So erwarb Volvo in Deutschland Drögmöller, in Österreich Steyr und in Dänemark Aabenraa. Scania kaufte den dänischen Bushersteller DAB-Silkeborg. Bereits im Jahr 1991 hatte Renault den französischen Hersteller Heuliez übernommen. Volvo und Scania haben damit ihre Fähigkeit, komplette Busse aus einer Hand anzubieten, wesentlich erhöht. Dieser Restrukturierungsprozeß kann einen Beitrag zur Rationalisierung der europäischen Busindustrie leisten.

(47) Innerhalb des EWR stellt Deutschland vom Absatzvolumen her mit Abstand den größten Markt dar. 36 % aller Busse werden in Deutschland verkauft. Dieser Markt stellt somit bereits quantitativ, darüber hinaus aber auch vom Preisniveau her, wie die meisten Anbieter bestätigen, einen attraktiven Markt dar. Unternehmen wie Volvo und Renault haben denn auch gegenüber der Kommission ein besonderes strategisches Interesse an einer stärkeren Präsenz auf dem deutschen Markt bestätigt.

(48) Unter Zugrundelegung der kombinierten Marktanteile von 1994 werden Mercedes-Benz und Kässbohrer im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) zusammen einen Anteil von 27,9 % des Marktes für Busse mit einem Gewicht über acht Tonnen haben. Volvo ist der nächstgrößte Anbieter mit 16,4 % und hat im Vergleich zum Vorjahr 3,6 % hinzugewonnen, während Mercedes-Benz und Kässbohrer zusammen 2,4 % einbüßten. Renault und MAN haben 10—11 %, danach folgt eine Gruppe mit jeweils 5—6 % (Neoplan, Iveco, Scania). Durch den Zusammenschluß werden Mercedes-Benz und Kässbohrer ihre Position nicht nur in Deutschland, sondern auch in anderen Ländern des EWR stärken. Der Schwerpunkt des Zusammenschlusses liegt allerdings in Deutschland, Kässbohrer erzielt hier 66 % seines Umsatzes (14 % in Frankreich, 6 % in Österreich usw.). In Deutschland wird jedoch trotz der Verengung der Anbieterstruktur die Anzahl bedeutender heimischer Hersteller nach wie vor größer als in anderen Ländern wie etwa Frankreich, Vereinigtes Königreich oder Italien sein.

II. Die wettbewerbliche Struktur des deutschen Busmarktes

(49) *Deutschland* stellt ein Beispiel für einen bislang von mehreren integrierten und nichtintegrierten Anbietern geprägten Markt dar. Dieser Markt ist von *starkem Wettbewerb* unter den deutschen Anbietern gekennzeichnet. Dies belegt die von starken Schwankungen gekennzeichnete Entwicklung der Marktanteile in den vergangenen zehn Jahren. Im Gesamtmarkt für Busse in Deutsch-

land stieg der Marktanteil von Mercedes-Benz, der 1981 noch bei 50 % gelegen hatte, von 42 % im Jahre 1984 auf 47 % in 1985 und fiel dann auf 35 % in 1993 zurück. In 1994 erzielte Mercedes-Benz wiederum einen Anstieg auf 37 %. Kässbohrer hatte nach einem Anstieg auf 28 % in 1989 einen Rückgang auf 20 % in 1994 zu verzeichnen. Der Marktanteil von MAN, der 1980 noch bei 30 % gelegen hatte, stieg von 17 % in 1985 auf 24 % in 1993, um dann in 1994 wieder auf 22 % zurückzugehen. Der Marktanteil von Neoplan, der bis 1983 noch deutlich unter 10 % gelegen hatte, stieg kontinuierlich von 10 % in 1985 auf 15 % in 1994. Ähnliche Marktanteilsänderungen sind auch innerhalb der drei Marktsegmente zu verzeichnen. So fiel etwa der Marktanteil von Mercedes-Benz bei Stadtbussen von 59 % in 1986 auf 43 % in 1993, bei Überlandbussen von 44 % in 1985 auf 31 % in 1994 und bei Reisebussen von 44 % in 1985 auf 27 % in 1993 mit einem Anstieg auf 31 % in 1994 (vergleiche im einzelnen die Marktanteilskurven in den Anlagen Ia—Id).

(50) Wenn Deutschland auch aufgrund hoher Ansprüche der Abnehmer an Komponenten und Ausstattung einen vergleichsweise hochpreisigen Markt bildet, so ist das Preisniveau doch Ergebnis eines wettbewerblich kontrollierten Preis-Leistungs-Verhältnisses. Die Anbieter haben, wie die Ermittlungen der Kommission ergaben, in Deutschland keinen nennenswerten Preisspielraum. Zwar konnten die deutschen Hersteller im Zusammenhang mit dem durch die deutsche Einheit ausgelösten Nachfrageschub im Jahre 1991 ihre Preise spürbar anheben. In den beiden Folgejahren mußten sie aber bereits wieder Preiseinbußen hinnehmen. So waren etwa im Reisebusbereich Mercedes-Benz und Kässbohrer als die beiden führenden Unternehmen seit 1992 nicht mehr in der Lage, kostendeckende Preise zu erzielen.

(51) Die Hersteller sehen sich in den Busmarktsegmenten preisbewußten Abnehmern, insbesondere unter den privaten Busbetreibern, gegenüber. Die Preissensibilität der Abnehmerseite wurde von den von der Kommission befragten Anbietern auf einer Skala von 1 bis 5 durchweg hoch eingestuft (MAN, Ernst Auwärter: 5; Ikarus, Bova: 4; ebenso, wenn auch ohne Zahlenangabe: DAF). Die Abnehmer sind, wie das von der Kommission untersuchte Beschaffungsverhalten der letzten fünf Jahre zeigt, durchaus bereit, den Lieferanten zu wechseln (siehe unten Randnummer 63). Schließlich belegt die zunehmende Produktion von preisgünstigen (Kombi-)Bustypen das Preisbewußtsein der Nachfrageseite.

(52) Maßgebliche Wettbewerbsparameter sind neben dem Preis vor allem Qualität, flexible Reaktion auf Kundenwünsche, gute Beratung und ein zuverlässiger Service. Aufgrund ihrer Stärken in diesen Bereichen konnten in der Vergangenheit auch nichtintegrierte Hersteller wie Kässbohrer und Neoplan ihre Wettbewerbspositionen behaupten. Gleichwohl haben diese hohen Anforderungen im deutschen Markt bei gleichzeitiger Nichtauslastung der Kapazitäten und dem zunehmenden Kostendruck dazu geführt, daß die Ertragslage der Busindustrie in Deutschland sich zunehmend verschlechtert hat. Diese Entwicklung kann dann von integrierten Herstellern, zumal wenn sie ressourcenstark sind, leichter aufgefangen werden als von nichtintegrierten Anbietern, wie die Probleme von Kässbohrer zeigen.

III. Die Auswirkungen des Zusammenschlusses auf den Bussektor in Deutschland

(53) Die wettbewerbliche Struktur des deutschen Marktes und die Leistungsfähigkeit der deutschen Busindustrie trug in der Vergangenheit mit dazu bei, daß trotz relativ leicht überwindbarer materieller Zutrittsschranken vergleichsweise geringe Importe in den deutschen Markt zu verzeichnen waren. Da der wesentliche Wettbewerb bisher ein den Anforderungen der deutschen Abnehmer entsprechendes Preis-Leistungs-Verhältnis gewährleistet hat, bestand für diese kein Anlaß, in erheblichem Ausmaß auf ausländische Anbieter auszuweichen. In diesem Zusammenhang ist auch die Bedeutung der immateriellen Zutrittsschranken wie Markenpräferenz und Kunden-Lieferanten-Beziehungen zu sehen, die, wie oben dargelegt, derzeit noch zur Abgrenzung eines gesonderten geographisch relevanten Marktes für Deutschland beitragen. Sollte sich aufgrund des erhöhten Konzentrationsgrades im Gefolge des vorliegenden Zusammenschlusses das derzeitige Preis-Leistungs-Verhältnis der deutschen Anbieter nennenswert verschlechtern, so ist davon auszugehen, daß diese immateriellen Marktzutrittsschranken rasch an Bedeutung verlieren werden. Zumindest bei kaufmännisch vernünftigem Verhalten der Abnehmer ist zu erwarten, daß diese bei einer Verschlechterung des Preis-Leistungs-Verhältnisses in erheblichem Umfang auf ausländische Anbieter ausweichen werden. Die Erwartung einer derartigen kaufmännisch vernünftigen Reaktion ist im vorliegenden Fall insbesondere im Hinblick auf den hohen Wettbewerbs- und Kostendruck gerechtfertigt, dem die deutschen Busbetreiber unterliegen. Die Kontrolle des Verhaltensspielraums von Mercedes-Benz/Kässbohrer durch den potentiellen Wettbewerb ausländischer Anbieter ist daher im vorliegenden Fall neben der Kontrolle durch den aktuellen Wettbewerb der deutschen Anbieter von entscheidender Bedeutung. Wie unten im einzelnen dargelegt, ist dieser potentielle Wettbewerb zusammen mit dem bereits bestehenden aktuellen Wettbewerb angesichts der leicht überwindbaren materiellen Zutrittsschranken und der zu erwartenden Abnahme der immateriellen Schranken ausreichend, um auch nach dem Zusammenschluß wirksamen Wettbewerb auf dem deutschen Markt zu gewährleisten.

1. *Markteigenschaften und Nachfragestruktur*

(54) Die im folgenden aufgeführten Marktanteile werden auf der Basis von Stückzahlen ermittelt. Sie ergeben sich überwiegend aus amtlichen Zulassungsstatistiken. Nach Angaben der Parteien ist diese Berechnung branchenüblich, wertübliche Angaben lassen sich kaum zuverlässig feststellen. Die der Kommission vorliegenden Daten ergaben, daß wertmäßige Marktanteilsschätzungen in den hier betroffenen Märkten teilweise zu leicht erhöhten Zahlen für Mercedes-Benz/Kässbohrer und MAN führen würden.

(55) Im Bereich der *Stadtbusse* werden nach Angaben der Anmelder im EWR pro Jahr etwa 8 000 Busse nachgefragt. Mit 2 750 Fahrzeugen war Deutschland 1993 der weitaus größte Markt innerhalb des EWR. Mercedes-Benz und Kässbohrer verkauften zusammen etwa 22 % der im EWR nachgefragten Stadtbusse, wobei Kässbohrer außerhalb von Deutschland und Frankreich nur ganz wenige Stadtbusse absetzt (Marktanteile von Kässbohrer im EWR: ca. 3 %). Die Nachfrageseite wird auf dem deutschen Markt für Stadtbusse von schätzungsweise 250 großen bis sehr großen kommunalen Omnibusunternehmen geprägt. Daneben tritt in diesem Markt auch eine größere Zahl privater Omnibusunternehmen mit eigenen Konzessionen als Nachfrager auf.

(56) Bei *Überlandbussen* wurden innerhalb des EWR in den letzten zwei Jahren jeweils knapp 5 000 Busse verkauft. Deutschland stellt wiederum den größten Einzelmarkt dar. Hier sind gegenwärtig insgesamt etwa 14 000 Überlandbusse zugelassen. Die Zahl der in Deutschland verkauften Überlandbusse betrug nach Angaben der Parteien etwa 2 000 in 1993. Frankreich ist der nächstgrößte Markt mit einem Volumen von ungefähr 800 verkauften Überlandbussen (1993).

(57) Die Nachfrageseite umfaßt im Überlandbereich sowohl öffentliche als auch private Unternehmen. In Deutschland sind die 17 Regionalbusgesellschaften der Deutschen Bahn AG die größten Betreiber von Überlandbuslinien. Diese regionalen Busgesellschaften haben im Durchschnitt einen Fuhrpark von 350, teilweise von privaten Busbetreibern angemieteten Bussen, und zusammen fragen sie in einem Jahr schätzungsweise 15 % der in Deutschland verkauften Überlandbusse nach. Ein weiterer wichtiger Teil öffentlicher Abnehmer sind die kommunalen Omnibusunternehmen. Sie befahren in der Regel die Linien innerhalb von großen Ballungsgebieten. Daneben ist ein beträchtlicher Teil der insgesamt ca. 6 000 privaten Busunternehmer auch im Überlandlinienverkehr tätig. Diese verfügen nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Omnibusunternehmer e. V. (BDO) über durchschnittlich 8 Busse, die meisten unter ihnen sind kleine und mittelständische Unternehmen. Nur schätzungsweise 5 % der privaten deutschen Omnibusunternehmer haben einen Fuhrpark von mehr als 50 Bussen, 20 % haben nur 1 oder 2 Busse.

(58) Der Markt für *Reisebusse* weist Gemeinsamkeiten mit dem Markt für Überlandbusse auf, unterscheidet sich aber auch in wesentlichen Punkten von jenem Markt. Es handelt sich um einen heterogenen und mehrfach segmentierten Markt mit einer vielfältigen Produktpalette. Da hier so gut wie ausschließlich private Busunternehmen (Reisebüros usw.) tätig sind, ist auch die Nachfragestruktur anders. Die sich aus dem Wettbewerb der privaten Busbetreiber untereinander und zu anderen Verkehrsträgern ergebenden wettbewerblichen Auswirkungen werden nachfolgend noch genauer untersucht (siehe Randnummer 84). Insgesamt stellt sich der Reisebusmarkt in Deutschland dynamischer dar als der Überlandbusmarkt. Aus diesen Gründen besitzen auch die dort bislang bestehenden Marktzutrittsschranken geringere Bedeutung, wie im folgenden ebenfalls dargelegt wird.

2. *Die Position der neuen Unternehmenseinheit*

(59) a) Bei *Stadtbussen* haben die beiden Unternehmen in Deutschland einen kombinierten Marktanteil von 44,5 % (Mercedes-Benz 42,9 %, Kässbohrer 1,6 %). Nächstgrößerer Wettbewerber in Deutschland war MAN mit einem Marktanteil von ungefähr 44 %, während der Marktanteil von Neoplan bei etwa 8 % lag. Ausländische Anbieter lagen 1993 bei zusammen 3,5 % (vergleiche im einzelnen die in Anhang II beigefügte Tabelle).

(60) Die sich aus dem Zusammenschluß ergebende Marktanteilsaddition bedeutet demnach keinen nennenswerten Zuwachs für Mercedes-Benz. In qualitativer Hinsicht erscheint die Bedeutung der Überlappung der Stadtbusaktivitäten beider Unternehmen sogar noch begrenzter, weil Kässbohrer keinen Niederflurbus im eigentlichen Sinne in seinem Angebot führt. In jüngerer Zeit läßt sich in Deutschland zudem eine Stärkung der Position ausländischer Wettbewerber feststellen. Renault und Volvo, die wichtigsten ausländischen Hersteller, haben zwar bislang nur einen ganz geringen Marktanteil, sind jedoch in jüngerer Zeit in mehreren Ausschreibungen in Deutschland erfolgreich gewesen. Aufgrund des nur geringfügigen Zuwachses an Marktanteilen und der im Marktanteilsvergleich gegenüber MAN kaum stärkeren Position von Mercedes-Benz/Kässbohrer ist somit auf dem deutschen Stadtbusmarkt nicht von der Entstehung oder Verstärkung einer marktbeherrschenden Stellung infolge des Zusammenschlusses auszugehen.

(61) b) Im Bereich der *Überlandbusse* würden nach dem Zusammenschluß die addierten Marktanteile von Mercedes-Benz und Kässbohrer

EWR-weit 41 % betragen. Diese Zahl spiegelt in erster Linie die hohen Marktanteile beider Unternehmen in Deutschland wider. In Deutschland entfielen 1993 auf Mercedes-Benz und Kässbohrer 34,6 % bzw. 39,1 %, zusammen 73,7 % aller verkauften Überlandbusse. MAN hat hier 17,7 %, Neoplan 6,5 % (vergleiche im einzelnen die in Anhang II beigefügte Tabelle). In den ebenfalls bedeutenden Überlandbusmärkten Frankreich und Italien kommt es durch den Zusammenschluß nur zu begrenzten Marktanteilsadditionen (Frankreich: 11 % in 1993, davon Kässbohrer 7 %, Mercedes-Benz 4 %; Italien: 11 %, davon Kässbohrer 1 %, Mercedes-Benz 10 %).

(62) c) Die Position der sich zusammenschließenden Unternehmen Mercedes-Benz und Kässbohrer auf dem deutschen *Reisebusmarkt* ist weniger stark als bei Überlandbussen. Bei einem Marktvolumen von 2 188 in Deutschland verkauften Bussen im Jahr 1993 würden Mercedes-Benz und Kässbohrer nach dem Zusammenschluß einen Marktanteil von zusammen 54 % erreichen. Der nächststärkere Wettbewerber ist Neoplan mit 27,8 %. MAN hatte auf diesem Markt 1993 4,3 %, konnte den Anteil jedoch nach Einführung eines neuen Modells auf 7 % steigern. Die Marktanteile ausländischer Hersteller erreichen 10,3 % (vergleiche Tabelle in Anhang II). Der Abstand der Parteien zu den Wettbewerbern, insbesondere zu Neoplan, ist demnach deutlich geringer als bei Überlandbussen. In Österreich erreichen Mercedes-Benz und Kässbohrer zusammen 60 %, in einem Deutschland und Österreich umfassenden Markt wären es 55 %; die übrigen Marktanteile in Österreich verteilen sich auf Volvo (einschließlich Steyr), MAN und Neoplan.

(63) d) Durch den Zusammenschluß erzielen Mercedes-Benz und Kässbohrer bei Überland- und Reisebussen in Deutschland unbestreitbar hohe gemeinsame Marktanteile. Auf sie entfallen nach den Zahlen von 1993 insgesamt 1 473 von 2 000 in Deutschland verkauften Überlandbussen und 1 236 von 2 188 Reisebussen. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, daß dieser Marktanteil, wie auch Wettbewerber annehmen, einem *Abschmelzungseffekt* ausgesetzt sein wird. Im vorliegenden Fall ist eine Abschmelzung insbesondere wegen des von vielen deutschen Abnehmern verfolgten *„multiple sourcing"* (Strategie des Einkaufs mehrerer Marken unterschiedlicher Hersteller) zu erwarten. Die Parteien haben Zahlen vorgelegt, denen zufolge mehr als 80 % aller deutschen Busbetreiber zumindest zwei Marken in ihrer Flotte führen. Die von der Kommission selbst durchgeführte Befragung ergab, daß rund 60 % der Betreiber mehr als eine Marke führen; dabei war jedoch vorausgesetzt, daß sie jeweils mindestens zwei Busse der Zweitmarke führen (Einzelbusse einer Zweitmarke würden keine Mehrmarkenstrategie belegen). Wenn es auch vorkommt, daß einzelne Busbetreiber mit mehr als 60 Bussen nur eine Marke führen, so haben, wie die Ermittlungen der Kommission ergaben, jedenfalls etwas größere Busunternehmen — ab 8—10 Busse — ganz überwiegend mindestens zwei Busmarken in ihrer Flotte und verfolgen deshalb offensichtlich eine Mehrmarkenstrategie. Dies gilt insbesondere für öffentliche Unternehmen mit größerem Fuhrpark. Ein Abschmelzungseffekt ist damit in besonderem Maße bei Überlandbussen zu erwarten. Nur für kleine Betreiber bietet der nur in größeren Abständen erfolgende Neukauf von Bussen keinen Anlaß, eine gezielte Mehrmarkenstrategie zu verfolgen. Diese Betreiber setzen aber ebenfalls einen potentiellen Lieferantenwechsel als „Drohung" gegen ihre bisherigen Lieferanten ein, um Preiszugeständnisse zu erreichen.

(64) Der Abschmelzungseffekt wird durch die von Mercedes-Benz/Kässbohrer geplante Beibehaltung der zwei Marken allenfalls partiell aufgefangen werden können. Wie die Parteien in der Anhörung dargelegt haben, überschneiden sich ihre Kundenkreise entgegen der ursprünglichen Annahme der Kommission erheblich: [. . .] (1) % aller Busbetreiber führen sowohl Mercedes-Benz-Busse als auch die Kässbohrer-Marke „Setra". Ein Teil dieser Betreiber wird sich im Gefolge des Zusammenschlusses auf andere Lieferanten umorientieren, um Abhängigkeiten zu vermeiden. Auch sind Mercedes-Benz und Kässbohrer von ihrem Markenimage und von ihren Busmodellen her ähnlich positioniert, wie die Parteien darlegen konnten. Gerade in einer solchen Situation kommt es durch einen Zusammenschluß erfahrungsgemäß zu einem spürbaren Abschmelzungseffekt. Ein solcher Effekt ließ sich beispielhaft im Vereinigten Königreich nach dem Erwerb von British Leyland durch Volvo beobachten.

(65) Hohe Marktanteile rechtfertigen im übrigen für sich genommen noch nicht die Annahme von Marktbeherrschung. Sie indizieren jedenfalls dann nicht die Annahme von Marktbeherrschung, wenn andere strukturelle Einflußfaktoren erkennbar sind, die in einem überschaubaren Zeitraum die Wettbewerbsbedingungen verändern können und die Bedeutung des Marktanteils der zusammengeschlossenen Unternehmen relativieren (vergleiche die bisherige Entscheidungspraxis der Kommission, so in Alcatel/Telettra, Entscheidung vom 12. April 1991, IV/M.042 (2), und Mannesmann/Hoesch, Entscheidung vom 12. November 1992, IV/M.222 (3). Solche strukturellen

(1) Mehr als 50 %.
(2) ABl. Nr. L 122 vom 17. 5. 1991, S. 48, Randnummer 38.
(3) ABl. Nr. L 114 vom 8. 5. 1993, S. 34, Randnummer 91.

Faktoren können z. B. die Fähigkeit aktueller Wettbewerber zur Begrenzung des Verhaltensspielraums der neuen Einheit, die Erwartung einer deutlichen Zunahme potentiellen Wettbewerbs potenter Wettbewerber, der Möglichkeit eines raschen Marktzutritts oder die Nachfragemacht bedeutender Abnehmer sein. Im vorliegenden Fall werden die Marktanteile der zusammengeschlossenen Unternehmen dadurch relativiert, daß mit wesentlichem aktuellen und insbesondere potentiellen Wettbewerb zu rechnen ist, wie in den folgenden Abschnitten dargelegt wird.

(66) e) Der vorgeschlagene Zusammenschluß würde es Mercedes-Benz und Kässbohrer ermöglichen, gewisse *Synergieeffekte* zu erzielen. Dies gilt insbesondere in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Produktion und Verwaltung. Kässbohrer wird im — zukünftig gemeinsamen — Einkauf von dem Größenvorteil von Mercedes-Benz profitieren. Der weitere Vorteil der Komponentenvereinheitlichung wird dadurch relativiert, daß Mercedes-Benz und Kässbohrer bereits jetzt zu einem beträchtlichen Teil einheitliche Komponenten besitzen. Auch sind die kundensensiblen und personalintensiven Bereiche Design und Ausstattung von einer weiteren Vereinheitlichung ausgenommen. Die Parteien weisen insoweit darauf hin, daß die Typenvielfalt häufig bei kleineren Herstellern wie van Hool oder Neoplan am größten ist. Auch im Vertrieb und im Servicebereich werden die zusammengeschlossenen Unternehmen nur geringfügige Synergien (im Logistikbereich) erreichen, da sie gegenüber Abnehmern eine Zweimarkenstrategie verfolgen werden, die getrennten Vertrieb und Service voraussetzt. Es ist von den Wettbewerbern schließlich in Frage gestellt worden, ob die voraussichtlichen Synergieeffekte ausreichen, die bestehenden Kostennachteile von Mercedes-Benz gegenüber seinen Wettbewerbern aufzuwiegen. Diese Kostennachteile sind den Angaben der Parteien in der Anhörung zufolge erheblich: Sie bewegen sich pro Bus zwischen DM [. . .] (=[. . .] %) gegenüber Neoplan und DM [. . .] (=[. . .] %) gegenüber Ikarus.

(67) Im *Reisebusbereich* wird Mercedes-Benz insoweit einen Vorteil aus dem Erwerb von Kässbohrer erzielen, als Kässbohrer hier eine anerkannte Markengeltung besitzt und Mercedes-Benz in diesem Bereich eine vergleichsweise schwächere Position innehat. Der Zusammenschluß führt nach eigenen Angaben von Mercedes-Benz zu einer Erweiterung seiner Produktpalette, so insbesondere im Bereich der Doppeldecker und dreiachsigen Busse. Kässbohrer besitzt außerdem Flexibilität in der Produktion und ein anerkanntes Potential bei der Entwicklung neuer Bustypen. Den durch den Zusammenschluß erzielbaren Synergieeffekten kommt dagegen angesichts der Typen- und Ausstattungsvielfalt bei Reisebussen, wie oben dargelegt, nur begrenzte Bedeutung zu.

(68) Neben den durch den Zusammenschluß erzielbaren Effekten ist die *Unternehmensgröße* der neuen wirtschaftlichen Einheit Mercedes-Benz/Kässbohrer zu berücksichtigen. Mercedes-Benz ist weltweit der größte Wettbewerber unter den europäischen Busherstellern. Nach Presseberichten produzierte Mercedes-Benz 1992 weltweit 30 000 Busse, während Volvo als zweitgrößter Hersteller auf weniger als 6 000 Einheiten kam. Allerdings entfallen knapp 19 000 Busse aus der Produktion von Mercedes-Benz auf Brasilien und außerdem 90 % davon auf bloße Fahrgestelle. Diese Busse werden ausschließlich in Südamerika abgesetzt. Es bleibt allerdings festzuhalten, daß die neue Unternehmenseinheit über Mercedes-Benz ein weltweites Vertriebsnetz hat, welches den Handel mit Gebrauchtbussen erleichtert. Dies wie auch der Umstand, daß Mercedes-Benz zugleich der führende Anbieter von Lastkraftwagen in Deutschland wie im EWR ist, und die Finanzkraft des Daimler-Benz-Konzerns kommen der neuen Unternehmenseinheit zugute. So war Mercedes-Benz über Jahre hinweg in der Lage, sein defizitäres Busgeschäft durch Überschüsse aus anderen Sparten zu alimentieren. Bei dem insoweit von einem Wettbewerber angegebenen Gesamtbetrag von 3,2 Milliarden DM über 20 Jahre handelt es sich allerdings um eine nur kalkulatorische Betriebsergebnisrechnung, die auf eine konzerninterne Bilanzierungspolitik von Mercedes-Benz zurückzuführen ist und auch der Höhe nach von Mercedes-Benz bestritten wird.

3. *Angreifbarkeit der Position von Mercedes-Benz/Kässbohrer*

a) Aktueller Wettbewerb

(69) In Deutschland sind MAN und Neoplan aktuelle Wettbewerber mit Marktanteilen von 24 % bzw. 14 %, bezogen auf den gesamten Busmarkt. Bei Überlandbussen hat, wie bereits dargelegt, MAN 17,7 % und Neoplan 6,5 %, während im Reisebusbereich Neoplan stärker ist mit 27,8 % und MAN 4,3 % erzielt.

(70) *MAN* ist ein deutsches Maschinenbau- und Nutzfahrzeugunternehmen mit einem Konzernumsatz von knapp 10 Milliarden ECU (1992/93); davon werden 4 Milliarden ECU in Deutschland erzielt. Im Fahrzeugbereich lag der Umsatz bei 3,6 Milliarden ECU, davon im Bussektor bei rund 500 Millionen ECU. MAN ist der einzige integrierte und damit von Motorenzulieferungen unabhängige Wettbewerber und dürfte auch aus seiner starken Stellung im Stadtbusmarkt Nutzen ziehen können. Im Jahr 1993 hat MAN außerdem einen neuen Reisebus auf den Markt gebracht.

(71) *Neoplan* ist ein vergleichsweise kleiner, in Familienbesitz stehender Busher steller mit einem Umsatz von 390 Millionen ECU im Geschäftsjahr 1993. Das Unternehmen ist nicht integriert und daher auf Komponentenlieferungen von integrierten Herstellern wie z. B. Mercedes-Benz angewiesen. Neoplan zeichnet sich durch besondere Flexibilität und kostengünstige Produktion aus. Im Vergleich zu Kässbohrer hat Neoplan eine niedrige Eigenfertigungsquote und auch wesentlich niedrigere Personalkosten als Mercedes-Benz und Kässbohrer. Diese Stärken kommen ihm insbesondere im Wettbewerb mit den großen Anbietern im Reisebusbereich zugute. Dort gilt eher als bei Überlandbussen, was ein anderer Wettbewerber mit dem Satz charakterisierte: „Jeder Bus ist wie ein Maßanzug." Im Bereich der Überlandbusse kommt Neoplan denn auch eine wesentlich geringere Bedeutung als Wettbewerber zu im Vergleich zu MAN.

(72) Es ist allerdings zu erwarten, daß sowohl MAN als auch Neoplan aus der Tatsache Nutzen ziehen werden, daß die Käufer von Überlandbussen wie von Reisebussen ab einer Fuhrparkgröße von etwa 10 Bussen Marken mehrerer Lieferanten führen. Neoplan rechnet deshalb ebenso wie MAN damit, von den abschmelzenden Marktanteilen von Mercedes-Benz/Kässbohrer zu profitieren.

(73) Schließlich sind insbesondere im Reisebusmarkt verschiedene *ausländische Anbieter* bereits in den deutschen Markt eingetreten. Dies gilt insbesondere für Bova. Dieser niederländische Busproduzent konnte in den vergangenen drei Jahren jeweils etwa 100 Busse, d. h. rund ein Drittel seiner jährlichen Busproduktion, in Deutschland verkaufen. Dieser Exporterfolg wurde über 7—8 Vertriebsmitarbeiter erreicht. Obwohl ein vergleichsweise kleines Unternehmen, ist Bova damit ein Beispiel für die Möglichkeit eines grenzüberschreitenden Markteintritts. Drögmöller, ein deutscher Hersteller in dem Segment besonders hochwertiger Reisebusse, wurde vor kurzem — ebenso wie der österreichische Anbieter Steyr — von Volvo erworben. Damit ist Volvo nunmehr auch als Komplettanbieter im deutschen Markt vertreten, nachdem das Unternehmen bisher nur Fahrgestelle nach Deutschland geliefert hatte.

(74) In *Österreich* ist neben MAN und Neoplan auch Volvo über das heimische Unternehmen Steyr als Wettbewerber vertreten. Steyr hat seinen Schwerpunkt im Linienbusbereich, und Volvo hat bereits begonnen, Steyr-Überlandbusse auf dem deutschen Markt anzubieten.

b) Vertikale Beziehungen

(75) Die Ermittlungen der Kommission haben ergeben, daß der überwiegende Teil deutscher Busbetreiber Motoren aus deutscher Fabrikation bevorzugt. Mercedes-Benz und MAN liefern Motoren aus eigener Produktion, Kässbohrer und Neoplan beziehen als nichtintegrierte Hersteller ihre Motoren insbesondere von Mercedes-Benz. So bezog Kässbohrer im Jahr 1993 2 090 Motoren von Mercedes-Benz (bei einem Gesamtabsatz von 2 348 Bussen im EWR). Der Versuch von Kässbohrer, Busse mit Scania-Motoren abzusetzen, scheiterte nach Angaben des Unternehmens bislang. Auch Neoplan verwendet zu etwa 80 % Mercedes-Benz-Motoren, im übrigen Motoren von MAN und zu 3 % von KHD Deutz. Neoplan hatte in der Vergangenheit wiederholt — so z. B. in den 80er Jahren im Bereich von Motoren für Stadtlinienbusse — Schwierigkeiten mit der Motorenbelieferung durch Mercedes-Benz, [. . .] [1].

(76) Es bestehen in technischer Hinsicht keine Anzeichen dafür, daß ausländische Motoren minderwertiger wären, wie die Erfolge ausländischer Hersteller von Lastkraftwagen (Volvo, Scania) in Deutschland belegen. Die Bevorzugung deutscher Motoren ist denn auch häufig von individuellen Einstellungen und Faktoren wie Vertrauen und Erfahrung geleitet. Die Präferenz für deutsche Motoren war in der Vergangenheit besonders bei privaten Abnehmern, und hier besonders bei Reisebusunternehmen, ausgeprägt. Diese Abnehmer gaben nach einer von der Kommission durchgeführten Befragung der Verwendung eines deutschen Motors im Durchschnitt einen Wert von 3,9 auf einer Skala von 1 bis 5. Für ausländische nichtintegrierte Busanbieter besteht jedoch gegenüber privaten wie gegenüber öffentlichen Abnehmern stets die Möglichkeit, Motoren von Mercedes-Benz, MAN oder KHD Deutz zu verwenden. Auch beweist das Beispiel von Bova, daß ausländische Anbieter auch ohne deutsche Motoren erfolgreich sein können, wenn sie über ein marktgerechtes Produkt verfügen. Bova stattet seine Busse für den deutschen Markt mit DAF-Motoren und seine Busse für den französischen Markt mit Mercedes-Benz-Motoren aus.

(77) Ausländische *integrierte* Busanbieter wie Volvo, Renault oder Iveco sind demgegenüber in der Lage, den Abnehmern ein Komplettbusangebot zu machen, gegebenenfalls zu einem Preis, der für die preisbewußt kalkulierenden Busbetreiber (siehe dazu unten Randnummer 83 ff.) attraktiv ist. Auch schätzen Wettbewerber wie Volvo die Qualität ihrer Motoren ausdrücklich als mindestens gleichwertig mit Mercedes-Benz ein und verweisen in diesem Zusammenhang zu Recht auf ihre dem Busbetreiber mit der Anschaffung ihrer Busse zugleich zur Verfügung stehenden Lkw-Wartungsnetze. Die weiter unten erörterten Erfolge von Unternehmen wie Renault und Volvo bei Ausschreibungen öffentlicher Verkehrsunternehmen belegen zudem, daß für die öffentlichen Betriebe ausländische Motoren akzeptabel sind.

[1] Jüngst kam es jedoch zu einer Einigung über die zukünftige Belieferung (Einzelheiten sind Geschäftsgeheimnis).

(78) Mercedes-Benz hat sich schließlich in diesem Verfahren schriftlich dazu bereit erklärt, europäische Omnibushersteller, die keine eigene Motorenproduktion unterhalten („nichtintegrierte" Hersteller) und auch nicht mit einem Motorenhersteller konzernrechtlich verbunden sind, mit Mercedes-Benz-Motoren für Busse zu beliefern, die innerhalb des EWR abgesetzt werden sollen. Die Lieferbedingungen werden, im Vergleich zur Belieferung des eigenen Omnibusbereichs, diskriminierungsfrei, insbesondere im Hinblick auf Preise, Preisnachlässe, Lieferzeiten, Garantieleistungen und Wartung sein (vergleiche den Text der Erklärung in Anhang V).

c) Potentieller Wettbewerb

(79) Von entscheidender Bedeutung für eine hinreichende wettbewerbliche Kontrolle des Verhaltensspielraums von Mercedes-Benz nach dem Zusammenschluß ist der von ausländischen Busanbietern ausgehende potentielle Wettbewerb auf dem deutschen Markt. Dieser potentielle Wettbewerb umfaßt einmal eine zu erwartende Zunahme der tatsächlichen Importe in den deutschen Markt, also einen Ausbau der Marktstellung derjenigen ausländischen Anbieter, die bereits auf dem deutschen Markt vertreten sind, sowie Importe von Anbietern, die in den Markt eintreten werden. Der potentielle Wettbewerb ausländischer Anbieter kann zum andern auch den Verhaltensspielraum der neuen Einheit dadurch beschränken, daß ausländische Anbieter in verstärktem Maß den Nachfragern von Bussen Konkurrenzangebote unterbreiten werden, selbst wenn sie im Einzelfall nicht zum Zuge kommen. Die Bedeutung des potentiellen Wettbewerbs ist von daher nicht nur an der Zahl der tatsächlichen Importe, sondern auch an dem Ausmaß festzumachen, in dem sich ausländische Anbieter aktiv um die deutschen Nachfrager bemühen (vergleiche im einzelnen Randnummer 96 ff.).

(80) Deutschland ist vom Marktvolumen her der mit Abstand wichtigste Busmarkt in Westeuropa. Die Kommission hat festgestellt, daß die wichtigsten ausländischen Wettbewerber ein strategisches Interesse an einem Eintritt in diesen Markt haben. Daß gleichwohl in der Vergangenheit die Importe in den deutschen Markt nur sehr begrenzt waren, lag nicht nur an den bereits erwähnten immateriellen Marktzutrittsschranken, sondern auch daran, daß die Produkte ausländischer Anbieter nicht in vollem Umfang auf den deutschen Markt zugeschnitten waren. Es bestand etwa in dem Bereich der Niederflurbusse, die zuerst in Deutschland entwickelt wurden, ein eindeutiger technischer Vorsprung der deutschen Bushersteller. Im Bereich der Überland- und Reisebusse ergaben sich für Anbieter, die wie Volvo in erster Linie Chassishersteller waren, Probleme daraus, daß der deutsche Markt anders als etwa Skandinavien oder Spanien in erster Linie das Angebot kompletter Busse verlangt. Das Problem einer nicht dem deutschen Markt angepaßten Produktpalette ausländischer Anbieter ist aber mittlerweile weitgehend überwunden. Sowohl der die privaten Busunternehmer repräsentierende BDO als auch der VDV als Repräsentant der öffentlichen Verkehrsunternehmen haben übereinstimmend bestätigt, daß heute ausländische Busse auf dem deutschen Markt konkurrenzfähig sind. Dies gilt nach Angaben des VDV in nächster Zukunft auch für Niederflurbusse. Entsprechend ist der Importanteil am deutschen Busmarkt seit 1989 ständig gestiegen. Zwar ist dieser Marktanteil mit 5,6 % im Jahre 1994 noch immer relativ gering. Zu bedenken ist jedoch, daß der heutige Marktanteil binnen weniger Jahre errungen wurde.

(81) Es bestehen wesentliche Faktoren, die die Erwartung rechtfertigen, daß nach den bereits bestehenden Anfangserfolgen der Wettbewerb ausländischer Anbieter auf dem deutschen Markt in den nächsten Jahren erheblich zunehmen wird. Neben der bereits dargelegten Bedeutung des deutschen Marktes ist dies im Bereich der Stadt- und Überlandbusse vor allem die 1994 in Deutschland umgesetzte Richtlinie für das öffentliche Auftragswesen, die bereits, wie weiter unten dargelegt, zu einer Änderung der Wettbewerbsbedingungen geführt hat. Hinzu kommt der Kostendruck auf die öffentlichen Verkehrsunternehmen, der eine Folge der angespannten Finanzlage der Kommunen und der Kürzung von Subventionen für den öffentlichen Nahverkehr ist. Im Bereich der Reisebusse sind die wesentlichen Faktoren der Wettbewerbsdruck auf die privaten Busunternehmen, der eine Tendenz zu preisgünstigeren Bussen zur Folge hat, und das sich verändernde Einkaufsverhalten, das, wie unten dargelegt, den Kunden-Lieferanten-Beziehungen und der Markentreue in Zukunft weniger Gewicht verleihen wird. So hat auch der überwiegende Teil der von der Kommission befragten Busbetreiber angegeben, auf eine 5—10 %ige Preisanhebung ihrer bisherigen Lieferanten mit einem Lieferantenwechsel zu reagieren. Diese Antwort hat zwar als solche nach den Erfahrungen der Marktforschung nur begrenzten Aussagewert, sie wurde jedoch der Sache nach in der Anhörung vom VDV und vom BDO nachdrücklich unterstrichen. Diese Faktoren lassen insgesamt die Prognose zu, daß sich der deutsche Busmarkt in allen Segmenten in absehbarer Zukunft progressiv für ausländischen Wettbewerb öffnen wird.

aa) Marktzutrittsschranken

— Kunden-Lieferanten-Beziehungen

(82) Kunden-Lieferanten-Beziehungen sind tendenziell langfristiger und persönlicher Natur. Sie erschwe-

ren gegenwärtig am ehesten den Zutritt in den deutschen Busmarkt. Ein potentieller Anbieter muß diese Schranken überwinden, indem er Zeit und Geld in die Kundenwerbung investiert. Ein Busanbieter sprach insoweit vom Busgeschäft als einem „Geschäft über Beziehungen" („relationship business").

(83) Anders als bei bestimmten Konsumgütern, bei denen die Abnehmer häufig eine geringere Preissensibilität verzeichnen (vergleiche z. B. die Fälle Procter & Gamble/VP Schickedanz (II), Entscheidung der Kommission vom 21. Juni 1994, IV/M.430 [1] und Nestlé/Perrier, Entscheidung vom 22. Juli 1992, IV/M.190 [2], legen die Käufer von industriellen Investitionsgütern im Regelfall ihrer Kaufentscheidung eine Kosten-Nutzen-Analyse zugrunde. Es ist zwar nicht auszuschließen, daß in bestimmten Fällen auch industrielle Nachfrager nicht ausschließlich den Preis [3] und andere rationale Faktoren ihrer Kaufentscheidung zugrundelegen. Dies ist hier aber nicht der Fall.

(84) Busse sind Investitionsgüter und stellen einen wichtigen Kostenfaktor für die Busbetreiber dar. Die Betriebskosten einschließlich Abschreibung, aber ohne Personalkosten für Fahrer, betragen gewöhnlich mehr als 25 % der gesamten Betriebskosten des Betreibers. Private Linienbusbetreiber sind dem Wettbewerb anderer Busbetreiber um Konzessionen ausgesetzt. Private wie öffentliche Betreiber von Linienbussen mögen bislang weniger preisempfindlich als reine Reisebusunternehmen gewesen sein, da der Linienverkehr in Deutschland mit staatlichen Geldern bezuschußt wird [4]. Dieser Faktor wird jedoch in Zukunft an Bedeutung verlieren, da die GVFG-Zuschüsse Ende 1996 um 50 % reduziert werden. Auch stehen die öffentlichen Busbetreiber unter Kostendruck und Haushaltszwängen. Presseberichten zufolge liegen die Personalkosten für Fahrer im öffentlichen Dienst, z. B. in Nordrhein-Westfalen, um 70 % über den Tarifen privater Betriebe. Öffentliche Betreiber sind deshalb bestrebt, Teile ihrer Unternehmen zu privatisieren oder einzelne Linien „auszuflaggen".

(85) Die rückläufigen Fahrgastzahlen im Vergleich zu Bahn, Flugzeug und Pkw haben die wirtschaftliche Lage des Omnibusgewerbes weiter verschärft. Busurlaubsreisen sind 1994 um 16,5 % zurückgegangen; dies bestätigt eine Entwicklung, die vom BDO damit beschrieben wird, daß das Marktwachstum im Tourismussektor in Deutschland „am Omnibus vorbeigegangen sei". Dies hat bereits, wie der BDO in der Anhörung der Beteiligten dargestellt hat, im Busgewerbe zu einem Preisverfall in vielen bustouristischen Marktsegmenten und zu Überkapazitäten geführt und einen verschärften Preiswettbewerb der Omnibuswettbewerber untereinander verursacht, der Einsparungen im Ausstattungsbereich erforderlich macht. Es bestehen Anzeichen dafür, daß bereits jetzt die Ansprüche der Betreiber an die Ausstattung sinken und ausländische, einfacher, jedoch ausreichend ausgestattete Busse eine bessere Marktchance erhalten. Während bislang der Anschaffungspreis nach Aussage der befragten Wettbewerber nur eines unter mehreren Beschaffungskriterien war und ein Marktzutritt über eine Niedrigpreisstrategie nur begrenzten Erfolg versprach, wird der Preis in Zukunft eine größere Rolle spielen. Dies dürfte einem Unternehmen wie Neoplan, welches gegenwärtig preisgünstigere Busse als Kässbohrer anbietet, wie auch anderen kleineren und flexiblen Herstellern, z. B. aus Belgien und den Niederlanden (Bova, Den Oudsten, Van Hool), zugute kommen. Die Ermittlungen der Kommission haben ergeben, daß zunehmend ausländische Fabrikate wegen ihres günstigeren Anschaffungspreises beschafft werden.

— Markentreue

(86) Diese Marktentwicklung wird sich in gleicher Weise auf die bislang zu beobachtende Markentreue der Busbetreiber auswirken. Insbesondere bei privaten, mittelständischen, teilweise aber auch bei öffentlichen Omnibusunternehmen war bisher eine beachtliche Markentreue festzustellen. Es ist in diesem Zusammenhang jedoch zu berücksichtigen, daß, wie oben dargelegt, bereits ab einer Fuhrparkgröße von ca. 10 Bussen die Busbetreiber ganz überwiegend zwei Busmarken in ihrer Flotte führen. Es kann davon ausgegangen werden, daß diesem Phänomen zumindest ab einer Fuhrparkgröße von 50 Bussen im Regelfall eine gezielte Mehrmarkenstrategie zugrundeliegt. Bei einem Fuhrpark dieser Größenordnung wird der Vorteil, eine Abhängigkeit von einem Hersteller zu vermeiden, von vielen Abnehmern höher eingeschätzt als die Vorteile, die sich etwa im Hinblick auf Wartung und Ersatzteillager aus einem einheitlichen Fuhrpark ergeben. Wie bereits dargelegt (Randnummer 57), haben die 17 Regionalgesellschaften der Deutschen Bahn AG im Durchschnitt einen Fuhrpark von 350 Bussen. Kommunale Omnibusunternehmen, die teilweise in Verkehrsverbünden organisiert sind, erreichen häufig vergleichbare Größenordnungen. Aber auch im privaten Busgewerbe spielen Fuhrparks von mehr als 50 Bussen

[1] ABl. Nr. L 354 vom 31. 12. 1994, S. 32.
[2] ABl. Nr. L 356 vom 5. 12. 1992, S. 1.
[3] Preis ist hier im Sinne von Preis-Leistungs-Verhältnis gemeint, da nicht nur der Anschaffungspreis, sondern auch Ersatzteilkosten, Wirtschaftlichkeit im Verbrauch, Abschreibung usw. wichtige Gesichtspunkte bei Investitionsgütern, wie z. B. Bussen, darstellen.
[4] In Deutschland können öffentliche wie private Busbetreiber einen Zuschuß in Höhe von ca. 30 % des Anschaffungspreises nach dem Gemeinde-Verkehrs-Finanzierungs-Gesetz (GVFG) erhalten, sofern der neue Bus über mindestens 10 Jahre zu mehr als zwei Dritteln im Linienverkehr eingesetzt wird (der genaue Prozentsatz ist je nach Bundesland verschieden) und bestimmte Voraussetzungen in der Ausstattung (Haltegriffe, doppelbreite Tür, Linienbeschilderung) erfüllt.

eine erhebliche Rolle. Zwar fallen nur 5 % aller privaten Busunternehmen in diese Kategorie (302 Unternehmen). Diese Unternehmen verfügen jedoch über mehr als 40 % des gesamten Busbestands im privaten Busgewerbe. Das Vorhandensein einer gezielten Mehrmarkenstrategie für einen Großteil der Nachfrage relativiert daher die Bedeutung der Markentreue als Zugangsschranke. Dies gilt insbesondere nach dem Zusammenschluß Mercedes-Benz/Kässbohrer, da, wie bereits dargelegt (Randnummer 63), diejenigen Abnehmer der beiden bisher getrennten Unternehmen, die eine Mehrmarkenstrategie verfolgen, zu einem erheblichen Teil auf Busse anderer Hersteller ausweichen dürften. Die starken Präferenzen für nationale Marken, wie sie vor vier Jahren in der Entscheidung Renault/Volvo (aaO., Randnummer 17) im Sinne von erheblichen Marktzutrittsschranken festgestellt wurden, beginnen sich ferner, wie die Befragungen der Kommission zum Beschaffungsverhalten und zur Einstellung gegenüber ausländischen Bussen in Deutschland zeigten, spürbar abzuschwächen. Der BDO wies darauf hin, daß das Einkaufsverhalten der privaten Busbetreiber immer weniger von persönlichen Bindungen, sondern vielmehr von betriebswirtschaftlichem, an Preis und Wirtschaftlichkeit orientiertem Denken bestimmt wird. Es ist zu erwarten, daß sich diese Entwicklung aufgrund des verschärften Wettbewerbs zwischen den Betreibern noch verstärken wird.

(87) Markentreue wird schließlich dadurch relativiert, daß die Flottenpolitik der privaten Busunternehmen heute zunehmend durch kurze Laufzeiten und die Notwendigkeit der regelmäßigen Anpassung des Fuhrparks an das im Markt nachgefragte Ausstattungsniveau bestimmt ist.

— Vertriebs- und Kundendienstnetz

(88) Ein funktionierendes Vertriebs- und Kundendienstnetz ist unabdingbar für Omnibusunternehmen. Die deutschen Bushersteller, insbesondere Mercedes-Benz, Kässbohrer und MAN verfügen über relativ dichte Vertriebs- und Servicenetze. Während bei Mercedes-Benz die Buswartung gegenwärtig in den für Lastkraftwagen und andere Nutzfahrzeuge bestehenden Werkstätten vorgenommen wird, erfolgt bei Kässbohrer der Wartungs- und Reparaturservice über 84 Vertragswerkstätten. Für den Vertrieb sind — neben 6 eigenen Niederlassungen — 26 Generalvertreter für Kässbohrer tätig. MAN verfügt für seinen Kundendienst über 160 eigene und 210 Vertragswerkstätten. Ein neu auf den Markt tretender *nichtintegrierter* Bushersteller muß daher über einen gewissen Zeitraum entweder die Kosten für ein zunächst nicht ausgelastetes Servicenetz in Kauf nehmen oder sich des Netzes eines anderen Fahrzeugherstellers bedienen. Die Ermittlungen der Kommission ergaben jedoch, daß die Kosten für Vertrieb und Servicenetz für ausländische Busanbieter keine unüberwindbare Eintrittsschranke darstellen. Ausländische Hersteller nannten Beträge zwischen 30 000 DM und 100 000 DM als Kosten für die Errichtung eines Servicestützpunkts. Geht man auf der Grundlage der von den Anbietern gegebenen Schätzungen von den gesamten deutschen Markt abdeckenden 80 erforderlichen Stützpunkten aus, würde dies Kosten von rund 5 Millionen DM verursachen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, daß ein Anbieter nur wenige eigene Servicestationen benötigt und im übrigen mit Vertragswerkstätten arbeiten kann, die keine besonderen Kosten verursachen. Ein Beispiel für dieses Vorgehen ist Bova, das den Vertrieb in Deutschland mit sieben Generalvertretern und den Service mit Vertragswerkstätten, teilweise mit DAF-Werkstätten für Lkw, bewältigt; Ersatzteile sind nach Aussage von Bova innerhalb von 24 Stunden in ganz Deutschland lieferbar. Teilweise arbeitet Bova im Vertrieb in Deutschland auch mit Den Oudsten zusammen.

(89) *Integrierte* Hersteller wie Volvo, Scania, Renault und Iveco haben die Möglichkeit, primär für Lastwagen genutzte Stützpunkte auch für Omnibusse verfügbar zu machen. Nach Angaben der Parteien verfügt Volvo über 133, Renault über 188 und Iveco gar über 501 Stützpunkte. Diese Mitnutzung ist insbesondere möglich, soweit Busse und Lastwagen identische, dem Verschleiß unterliegende mechanische Komponenten wie etwa Motoren besitzen. Busse erfordern zwar darüber hinaus spezifische Dienstleistungen, die gesonderte Investitionen in die Ausrüstung der Stützpunkte und die Schulung des Personals nötig machen. Dieser finanzielle Aufwand wird jedoch allgemein als eher geringfügig angesehen und erscheint für die vorgenannten Unternehmen ohne weiteres tragbar. Abnehmer von nichtintegrierten Herstellern wie z. B. Van Hool können für die mechanischen Komponenten die Werkstätten integrierter Hersteller nutzen. Wie das Beispiel der Wuppertaler Stadtwerke zeigt, besteht auch die Möglichkeit, daß ein Bushersteller, wie in diesem Fall Ikarus, mit einem großen Abnehmer vereinbart, diesen zur Vertragswerkstatt zu machen. Der ganz überwiegende Teil der Abnehmer — bereits Busunternehmen mit 8 oder 10 Bussen — verfügt über eine eigene Werkstatt, die ihnen für laufende Wartungsarbeiten und kleinere Reparaturen Unabhängigkeit gibt.

(90) Mercedes-Benz hat sich schließlich im Laufe dieses Fusionskontrollverfahrens bereit erklärt, die bisherige ausschließliche Bindung der Generalvertreter und der Vertragswerkstätten von Kässbohrer zu beenden. Diese können damit auch für ausländische Omnibushersteller einschließlich deren deutscher Tochtergesellschaften im Bereich des Vertriebs oder des Service tätig werden (vergleiche den Text der Erklärung in Anhang V).

— Aufwendungen beim Wechsel des Lieferanten (switching costs)

(91) Jede Busmarke erfordert von dem Busbetreiber bestimmte Aufwendungen für Schulung, Werkzeuge und einen Bestand an Ersatzteilen. Deshalb wird der Buskäufer es normalerweise vorziehen, so wenig verschiedene Marken wie möglich zu führen. Andererseits trägt der Bushersteller üblicherweise einen Teil der switching costs, um so einen Kunden zum Kauf seiner Marke zu bewegen. Auf den Abnehmer entfällt daher nur ein Teil der Zusatzkosten, wenn er den Lieferanten wechselt. Diese Kosten sind nicht von Bedeutung im Vergleich zu den Gesamtkosten eines Busses und halten auch kleinere Busbetreiber (ab 10 Busse) nicht davon ab, eine Mehrmarkenstrategie zu verfolgen. Mercedes-Benz hat unter Hinweis auf eine Modellrechnung des deutschen Beratungsunternehmens DEKRA die Kosten eines Wechsels auf durchschnittlich 25 000—30 000 DM beziffert (bezogen auf den Kauf von 5 Reisebussen im Wert von ca. 2,2 Millionen DM). Dies macht nur 0,4 % der Gesamtkosten über die Lebensdauer eines durchschnittlichen (Reise-)Busses („life cycle costs") aus.

— Rückkaufpreise und -konditionen

(92) Beim Kauf eines neuen Busses berücksichtigt ein Käufer auch die Höhe des zu erwartenden Rücknahmepreises für den alten Bus. Nach Angaben von Wettbewerbern und einigen Busbetreibern liegen die Rückkaufpreise um 5—10 % höher, wenn der ursprüngliche Lieferant den Bus zurücknimmt. Dies ist jedoch keineswegs immer der Fall. Verschiedene Busbetreiber glauben, eher bessere Preise zu erzielen, wenn der Bus gegen den neuen Bus einer konkurrierenden Marke in Zahlung gegeben wird. Auch besteht ein beachtlicher Markt für gebrauchte Busse, und viele Busbetreiber ziehen es vor, ihre gebrauchten Busse selbst zu verkaufen, um so bessere Konditionen beim Neukauf zu erzielen. Schließlich fahren öffentliche Busunternehmen ihre Fahrzeuge wesentlich länger als private.

(93) Die hohen Gebrauchtwagenpreise für Busse von Mercedes-Benz oder Kässbohrer stellen schließlich für niedrigpreisigere ausländische Anbieter kein Hindernis auf dem deutschen Markt dar. Zwar erhalten sie beim Neuwagenverkauf gegen Inzahlungnahme z. B. eines Busses von Mercedes-Benz zunächst einen niedrigeren Erlös; dieser wird jedoch beim Weiterverkauf des Gebrauchtbusses auf dem dafür existierenden Markt ausgeglichen.

— Technische Vorschriften und Normen

(94) Vom Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) werden Rahmenempfehlungen für Stadtbusse und Überlandbusse herausgegeben, die den angeschlossenen Busbetreibern, insbesondere kleineren Unternehmen, als Leitlinie für Ausschreibungen gemäß den Richtlinien über das öffentliche Auftragswesen dienen sollen. Die Empfehlungen werden allerdings auch von großen Betreibern wie z. B. der Deutschen Bahn AG benutzt. Sie haben mittlerweile zu einer gewissen Standardisierung auf den deutschen Stadt- und Überlandbusmärkten geführt. Es ist nicht ersichtlich, daß die Empfehlungen ausländische Hersteller gegenüber deutschen diskriminieren; vielmehr veranlassen sie ausländische Hersteller dazu, sich an die standardisierten Modelle anzupassen.

bb) Öffentliches Beschaffungswesen

(95) In der Vergangenheit unterlag das Einkaufsverhalten der öffentlichen deutschen Busunternehmen der VOL (Verdingungsordnung für Leistungen — ausgenommen Bauleistungen), nach der die Unternehmen lediglich verpflichtet waren, deutsche Lieferanten in das Bewerbungsverfahren einzubeziehen. Nach der Umsetzung der EG-Sektorenrichtlinie 90/531/EWG für das öffentliche Auftragswesen, die mit Wirkung vom 1. März 1994 erfolgte, müssen nunmehr Aufträge öffentlicher und konzessionierter privater Busunternehmen ab einer bestimmten Größenordnung gemeinschaftsweit ausgeschrieben werden (vergleiche Randnummer 37). Damit dürfte der größte Teil der Beschaffungen von Stadt- und Überlandbussen einem gemeinschaftsweiten Vergabeverfahren unterliegen. Dies schafft eine wesentliche Voraussetzung für die Öffnung des deutschen Marktes in den beiden Marktsegmenten, auch wenn die EG-Richtlinien zum öffentlichen Auftragswesen in Deutschland, wie bereits ausgeführt, noch nicht vollständig umgesetzt sind. Durch die höhere Transparenz des öffentlichen Beschaffungsbedarfs für ausländische Anbieter werden sich die Chancen dieser Wettbewerber erheblich verbessern.

(96) Auch wenn es derzeit noch an umfassenden Statistiken fehlt, lassen sich nach den Ermittlungen der Kommission bereits Belege für die Wirksamkeit der Sektorenrichtlinie im ersten Jahr ihres Inkrafttretens in Deutschland finden. So stieg die Zahl europaweiter Ausschreibungen für Busse in Deutschland im Vergleich zu den Vorjahren erheblich an:

	1992	1993	1994
Zahl der europaweiten Ausschreibungen in Deutschland	4	48	161

Im Hinblick auf die Beteiligung ausländischer Anbieter an deutschen Vergabeverfahren, die vor 1994 ganz überwiegend noch nicht auf der Grundlage europaweiter Ausschreibungen durchgeführt wurden, liegen der Kommission folgende Zahlen vor:

		Beteiligung	Auftrag erhalten
Volvo	1992	15	3
	1993	25	7
	1994	30	9
Renault	1992	3	1
	1993	4	2
	1994	25	6
Van Hool	1992	9	2
	1993	16	1
	1994	63	5 (20 Verfahren sind noch nicht entschieden)
Ikarus	1992	5	1
	1993	7	3
	(für 1994 liegt keine Antwort vor)		

(97) Diese Zahlen belegen eine deutliche Zunahme der Beteiligung ausländischer Anbieter im Jahr 1994. Der Anteil der Fälle, in denen die Beteiligung zu einer Auftragsvergabe führte, war zum Teil beachtlich. Zwar liegen der Kommission keine umfassenden Angaben darüber vor, wieviele Buseinheiten die jeweils erteilten Aufträge erfaßten. Aus Beispielen, die vom VDV genannt wurden, geht jedoch hervor, daß ausländische Anbieter auch Aufträge in beträchtlichen Größenordnungen erhielten (z. B. Renault in Dresden: 23 Einheiten, Renault in Saarbrücken: mehr als 10 Einheiten, Ikarus in Wuppertal: 19 Einheiten, Van Hool in Duisburg: 10 Einheiten, Den Oudsten in Frankfurt: 40 Einheiten). Generell ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, daß nicht erst die Auftragsvergabe an einen ausländischen Anbieter, sondern bereits dessen Konkurrenzangebot einen Wettbewerbsdruck auf die inländischen Anbieter ausübt. Die Parteien haben insoweit vorgetragen, daß mittlerweile in 60 % aller Beschaffungsverfahren ausländische Konkurrenzangebote vorliegen. Diese Einschätzung erscheint auf der Grundlage des vorstehend dargelegten Zahlenmaterials als nicht unrealistisch.

(98) Die dargelegten Daten lassen den Schluß zu, daß die Sektorenrichtlinie bereits im ersten Jahr ihrer Anwendbarkeit eine nicht unbeträchtliche Wirksamkeit entfaltet hat. Es ist davon auszugehen, daß die bereits festzustellende Präsenz ausländischer Anbieter in Zukunft progressiv zunehmen wird. Dafür spricht neben der Bedeutung des deutschen Marktes und der mittlerweile gegebenen Verfügbarkeit von ausländischen Produkten, die den Bedürfnissen des deutschen Marktes angepaßt sind, vor allem auch der Kostendruck, dem die Unternehmen im Linienverkehr ausgesetzt sind. Die angespannte Finanzlage der Kommunen und der Rückgang der Subventionen beim Erwerb von Bussen für den Linienverkehr nach der Reform der Gemeindeverkehrsfinanzierung führen dazu, daß sich die im Linienverkehr tätigen Busunternehmen in Zukunft noch preisbewußter verhalten müssen und daher in verstärktem Maße entweder auf Angebote ausländischer Anbieter ausweichen oder diese Konkurrenzangebote als Druckmittel auf die inländischen Anbieter benützen werden. In der Anhörung hat der Vertreter des VDV das Beispiel der Stadtbahnen zitiert, bei denen es den öffentlichen Verkehrsunternehmen gelungen ist, durch verstärkte Auftragsvergabe an ausländische Anbieter einen ganz erheblichen Preisdruck auszuüben. Anders als bei Bussen lagen bei Stadtbahnen auch schon in der Vergangenheit ausländische Produkte vor, die in vollem Umfang für den deutschen Markt geeignet waren. Der VDV hat mit Nachdruck die Auffassung vertreten, daß eine vergleichbare Entwicklung in allernächster Zukunft auch bei Bussen eintreten werde, da nunmehr in vollem Umfang konkurrenzfähige Produkte ausländischer Anbieter vorhanden seien.

d) Ergebnis

(99) Aus den dargelegten Gründen ist davon auszugehen, daß der Zusammenschluß trotz erheblicher Marktanteilsadditionen in den Marktsegmenten für Überlandbusse und Reisebusse und einem hohen Marktanteil im Gesamtmarkt für Busse nicht zur Entstehung einer marktbeherrschenden Stellung führen wird. Der Verhaltensspielraum des fusionierten Unternehmens wird einerseits von dem bereits bestehenden aktuellen Wettbewerb vornehmlich inländischer Wettbewerber begrenzt werden, die ihre derzeitigen Marktanteile zu Lasten von Mercedes-Benz infolge eines unvermeidlichen Abschmelzungseffekts erhöhen dürften. Andererseits und vor allem wird der Verhaltensspielraum von dem potentiellen Wettbewerb ausländischer Anbieter beschränkt werden, die ihre gegenwärtig relativ geringfügige Position in Zukunft ausbauen und insbesondere auch durch die progressive Zunahme von Konkurrenzangeboten eine hinreichende wettbewerbliche Kontrolle gewährleisten werden. Angesichts des bestehenden Wettbewerbsdrucks im privaten Reiseverkehr und des Kostendrucks im Linienverkehr haben die deutschen Busunternehmer keine andere Wahl, als den ausländischen Wettbewerb als Regulativ für den deutschen Markt zu benützen. Anders als in der Vergangenheit ist dies auch in vollem Umfang möglich, da mittlerweile hinreichend ausländische Produkte zur Verfügung stehen, die den Anforderungen des deutschen Marktes entsprechen.

(100) Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, daß die in der Vergangenheit vorhandenen immateriellen Marktzutrittsschranken, die sich aus den engen Kunden-Lieferanten-Beziehungen und der Markentreue ergaben, vermehrt an Bedeutung verlieren werden. Materielle Marktzutrittsschranken

wie der Aufbau oder Ausbau eines Verkaufs- und Servicenetzes lassen sich mit Aufwendungen überwinden, die angesichts der Bedeutung des deutschen Marktes keine wesentliche Rolle spielen dürften. Dies gilt zumindest, wenn ausländische Anbieter den Eintritt in den deutschen Markt als strategisches Ziel definieren. Davon ist aber nach den Ermittlungen der Kommission auszugehen. Der zu erwartende progressiv zunehmende Wettbewerb ausländischer Anbieter wird zudem im Stadt- und Überlandbusbereich durch die Sektorenrichtlinie für das öffentliche Auftragswesen erleichtert, die bereits im ersten Jahr ihrer Anwendbarkeit in Deutschland beachtliche Auswirkungen zur Folge hatte. Nach allem ist davon auszugehen, daß sich der deutsche Markt in naher Zukunft für gemeinschaftsweiten Wettbewerb öffnen wird. Dies zusammen mit dem bestehenden aktuellen Wettbewerb bietet eine hinreichende Gewähr dafür, daß Mercedes-Benz nach dem Zusammenschluß nicht in der Lage sein wird, sich in erheblichem Maß unabhängig von seinen Wettbewerbern und Abnehmern zu verhalten.

D. ZUR FRAGE DER OLIGOPOLISTISCHEN MARKTBEHERRSCHUNG

(101) Die durch den Zusammenschluß entstehende Anbieterstruktur in Deutschland könnte nahelegen, auf dem Stadtbusmarkt einerseits und auf dem Linien- und gegebenenfalls Reisebusmarkt andererseits die Entstehung oder Verstärkung eines Oligopols der führenden Anbieter Mercedes-Benz/Kässbohrer und MAN — sowie auf den letzteren Märkten Neoplan — anzunehmen. Nach Auffassung der Kommission liegen dafür jedoch nicht genügend Anhaltspunkte vor.

(102) Auf dem *Stadtbusmarkt* würden Mercedes-Benz und MAN zusammen einen Marktanteil von 87,2 % innehaben. Es kann offen bleiben, ob insofern — bereits gegenwärtig — von einer duopolistischen Anbieterstruktur auszugehen ist, denn der Zusammenschluß mit Kässbohrer führt für Mercedes-Benz nur zu einem Zuwachs von 1,6 %. Dies verändert den Markt in struktureller Hinsicht nur unerheblich und reicht für die Entstehung oder Verstärkung eines Duopols nicht aus. Es ist auch darauf hinzuweisen, daß Kässbohrer niemals für den Volumenmarkt einen mit Niederflur versehenen und damit wettbewerbsfähigen Stadtbus produziert hat.

(103) Im Bereich der *Überland- und Reisebusse* war der deutsche Markt, wie oben beschrieben, bislang von starkem Wettbewerb gekennzeichnet. Eine oligopolistische Marktbeherrschung ist deshalb zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht anzunehmen. Der Zusammenschluß wird zu einem stark erhöhten Konzentrationsgrad auf den beiden Märkten führen: Bei Überlandbussen vereinigen die drei Hersteller Mercedes-Benz/Kässbohrer, MAN und Neoplan fast 98 %, bei Reisebussen fast 90 % des Marktes auf sich.

(104) Es bestehen jedoch keine Anhaltspunkte dafür, daß es aufgrund des erhöhten Konzentrationsgrads zur Entstehung einer oligopolistischen Situation kommen wird. Die Marktpositionen der einzelnen Wettbewerber, ihre Ressourcen und ihre jeweilige Interessenlage sind unterschiedlich, und die Produkte sind sehr heterogen. Vielmehr ist zu erwarten, daß MAN und Neoplan ihre Wettbewerbsaktivitäten eher intensivieren werden, um bei dem zu erwartenden Abschmelzungseffekt zusätzliche Kunden zu gewinnen. Dies wird auch nicht durch die wirtschaftlichen Verbindungen zwischen Neoplan und Mercedes-Benz in Frage gestellt. Wie bereits dargelegt, ist die wirtschaftliche Bedeutung der Motoren für den Gesamtbus begrenzt. Neoplan verfügt außerdem im Prinzip über Ausweichmöglichkeiten und bezieht bereits heute Motoren von mehreren Anbietern. Weiterhin besteht, wie oben dargelegt, potentieller Wettbewerb durch ausländische integrierte und nichtintegrierte Anbieter, der den Verhaltensspielraum der Gruppe der führenden Anbieter hinreichend begrenzen wird.

E. GESAMTWÜRDIGUNG

(105) Die Ermittlungen der Kommission haben zu dem Ergebnis geführt, daß Mercedes-Benz und Kässbohrer aufgrund des Zusammenschlusses nicht einen Verhaltensspielraum erlangen werden, der nicht hinreichend wettbewerblich kontrolliert ist. Ebenso führt der Zusammenschluß nicht zu einer gemeinsamen Marktbeherrschung der führenden deutschen Anbieter auf den betroffenen Busmärkten.

(106) Auf dem Markt für Stadtbusse führt der Zusammenschluß nur zu einer unwesentlichen Verstärkung der Position von Mercedes-Benz und Kässbohrer. Auf den Märkten für Überlandbusse und Reisebusse würde Mercedes-Benz/Kässbohrer einen hohen Marktanteil erlangen. Trotz dieses Marktanteils, der im übrigen in dieser Höhe nicht erhalten bleiben wird, ist durch den bestehenden aktuellen Wettbewerb der deutschen Anbieter und insbesondere durch den potentiellen Wettbewerb ausländischer Anbieter gewährleistet, daß Mercedes-Benz/Kässbohrer nicht in der Lage sein wird, sich in erheblichem Ausmaß unabhängig von seinen Wettbewerbern und Abnehmern verhalten zu können.

(107) Es ist ebenfalls nicht zu erwarten, daß der Zusammenschluß außerhalb von Deutschland und Österreich eine marktbeherrschende Stellung begründen oder verstärken wird.

V. ERGEBNIS

(108) Aus den vorstehenden Gründen ist davon auszugehen, daß der beabsichtigte Zusammenschluß nicht zur Entstehung oder Verstärkung einer marktbe-

herrschenden Stellung führt, durch die wirksamer Wettbewerb in einem wesentlichen Teil der Gemeinschaft erheblich behindert würde. Der Zusammenschluß ist daher gemäß Artikel 2 Absatz 2 der Fusionsverordnung und Artikel 57 des EWR-Abkommens für vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt und mit der Funktionsfähigkeit des EWR-Abkommens zu erklären —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Der angemeldete Zusammenschluß zwischen Mercedes-Benz AG und Karl Kässbohrer Fahrzeugwerke GmbH wird für vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt und mit der Funktionsfähigkeit des EWR-Abkommens erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

Mercedes-Benz AG,
D-70546 Stuttgart.

Brüssel, den 14. Februar 1995

Für die Kommission
Karel VAN MIERT
Mitglied der Kommission

ANHANG Ia

VERGLEICH MARKTANTEILE BRD

Jahresergebnisse 1980—1994

(1994: Januar—November)

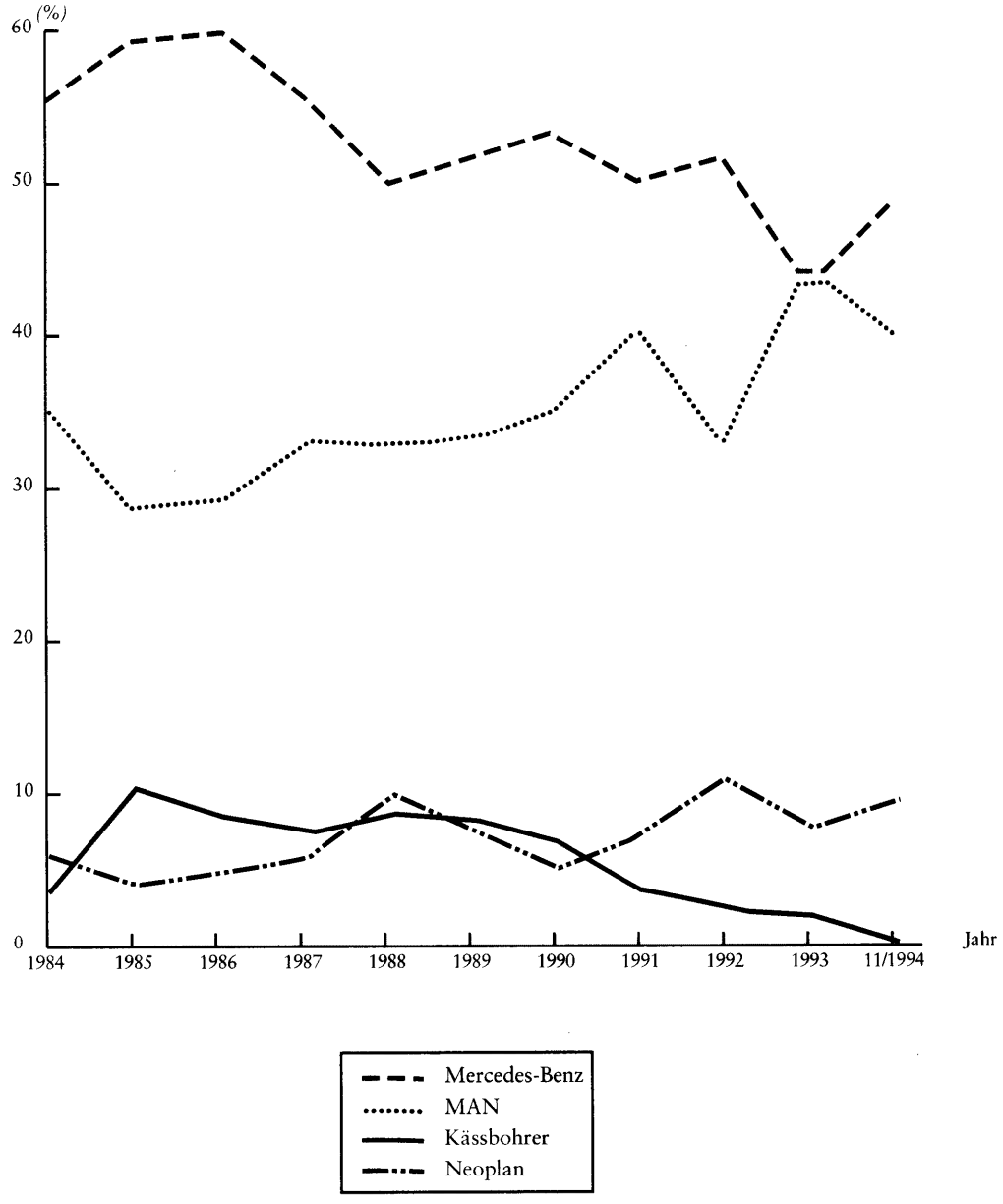


ANHANG Ib

VERGLEICH MARKTANTEILE DEUTSCHLAND

Stadtbusse

(1984—1994)

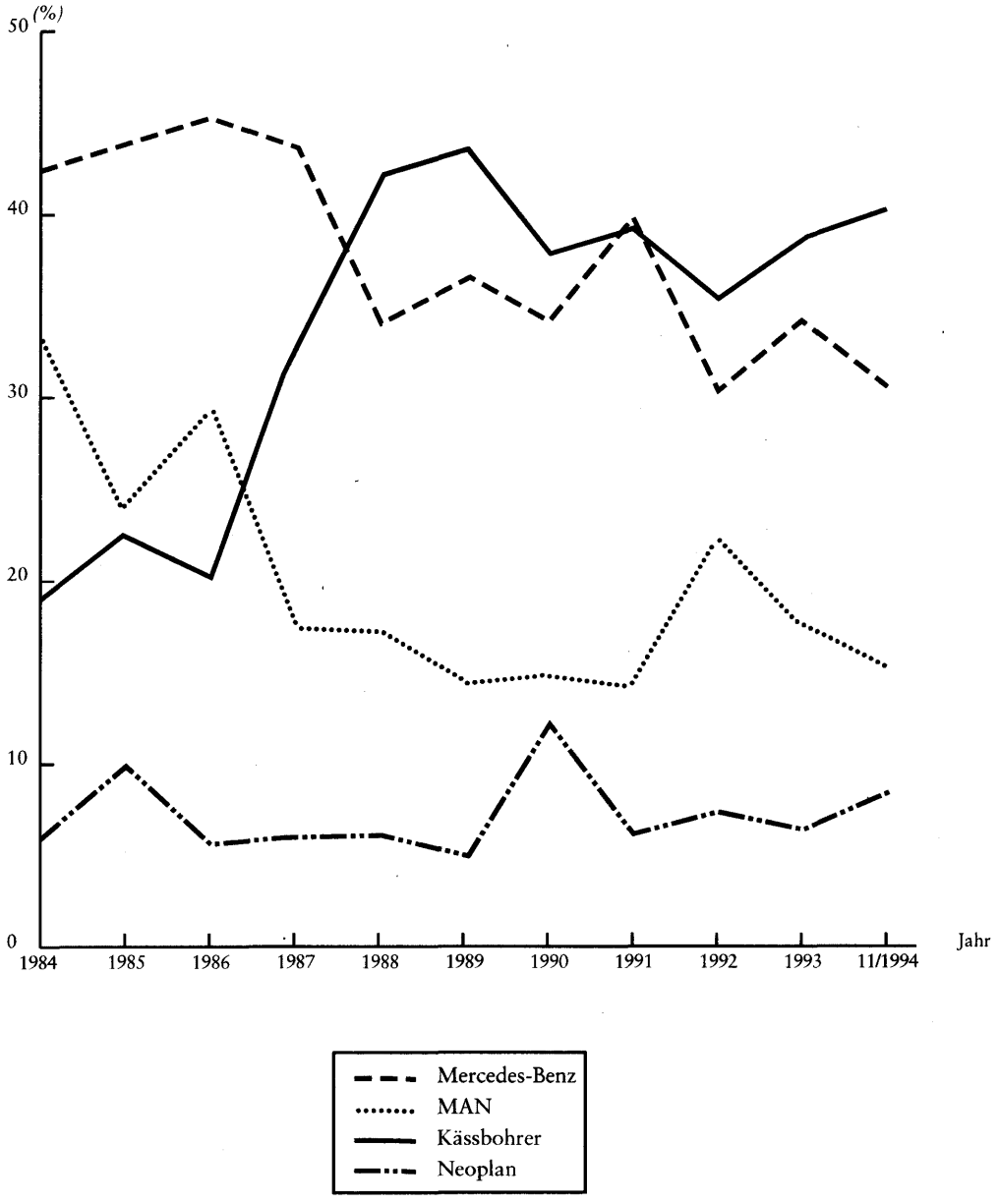


ANHANG Ic

VERGLEICH MARKTANTEILE DEUTSCHLAND

Überlandbusse

(1984—1994)

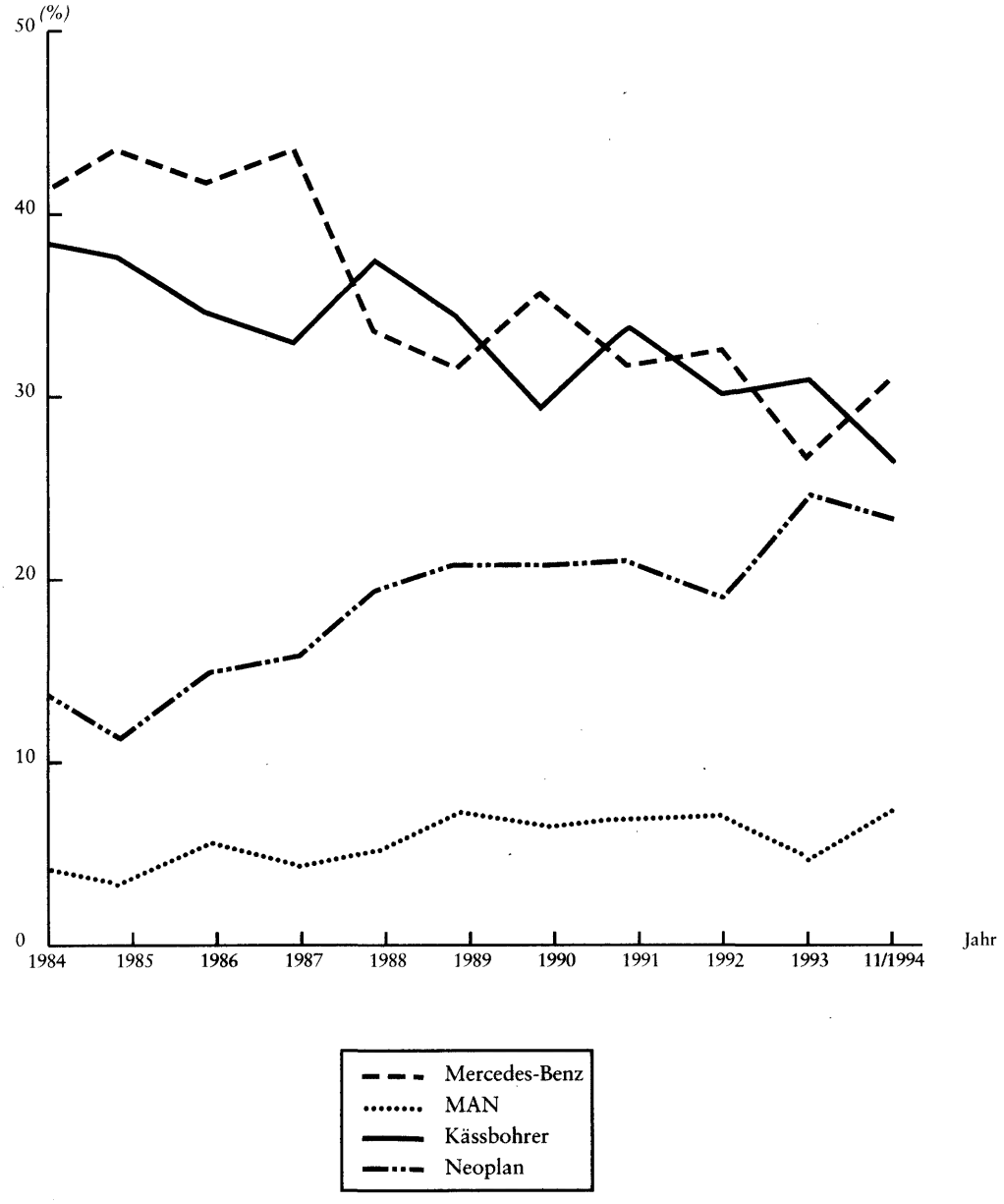


ANHANG Id

VERGLEICH MARKTANTEILE DEUTSCHLAND

Reisebusse

(1984—1994)



ANHANG II

Übersicht über die Marktanteile in den einzelnen Busmärkten in Deutschland (1993)

	Stadtbusse		Überlandbusse		Reisebusse		Busse gesamt	
	Menge	(%)	Menge	(%)	Menge	(%)	Menge	(%)
Mercedes-Benz	1 174	42,9	691	34,6	528	24,1	2 393	34,6
Kässbohrer	45	1,6	782	39,1	708	32,4	1 535	22,1
zusammen	1 219	44,6	1 473	73,7	1 236	56,5	3 928	56,7
MAN	1 211	44,3	353	17,7	94	4,3	1 658	24,0
Neoplan	208	7,6	129	6,5	608	27,8	945	13,7
RVI	—	—	—	—	—	—	47	0,7
Volvo	—	—	—	—	—	—	41	0,6
Scania	97	3,5	23	1,1	225	10,3	13	0,2
Bova	—	—	—	—	—	—	106	1,5
andere ausländische	—	—	—	—	—	—	138	2,0
andere deutsche	—	—	22	1,1	25	1,1	47	0,7
	2 735	100	2 000	100	2 188	100	6 923	100

ANHANG III

PRODUKTPROGRAMM VON MERCEDES-BENZ

Segment	Typ	Marktposition	Kennzeichnung	Kombi möglich? (1)	Technische Ableitung	Preislage (2) Listenpreis (1 000 DM)
Stadtbusse	O405	Stadtbus	Klassischer Stadtbus	nein	Stadtbus	527—548
	O405N	Stadtbus	Niederflurstadtbus	nein	Stadtbus	565—611
Überland-busse (3)	O404NÜ	Überlandbus	Niederflurüberlandbus	nein	Stadtbus	575—586
	O407	Überlandbus	Überlandbus	ja, aber eher Überlandbus	Stadtbus	509—524
	O408	Überland-/Kombi	Überlandbus	ja, aber eher Überlandbus	Stadtbus	493—508
	O404RH-K	Überland-/Kombi	Kombibus	ja	Reisebus	588—612
Reisebusse	O340	Reisebus	Klassischer Reisebus	ungeeignet (4)	Reisebus	—
	O404RH	Reisebus	Klassischer Reisebus	ungeeignet	Reisebus	617—693
	O404RHD	Reisebus	Klassischer Reisebus	ungeeignet	Reisebus	640—774
	O404SHD	Reisebus	Klassischer Reisebus	ungeeignet	Reisebus	729—829

(1) „Kombi" bedeutet, daß ein Bus sowohl für Überland- als auch für Reiseverkehr vorgesehen ist.
(2) Die Preise geben nur annäherungsweise die Preisunterschiede zwischen Bustypen und nicht das genaue Niveau der Marktpreise wieder, da üblicherweise Rabatte gegeben werden.
(3) Busse, die als Überlandbusse qualifiziert werden, sind allesamt förderungsfähig nach dem GVFG (Gemeinde-Verkehrs-Finanzierungs-Gesetz).
(4) „Ungeeignet" meint, daß der Bus grundsätzlich nicht für regionalen Linienverkehr bestimmt ist und außerdem nicht die Voraussetzungen für eine Förderung nach dem GVFG (Gemeinde-Verkehrs-Finanzierungs-Gesetz) erfüllt. Er wäre deshalb und aufgrund der besonderen Ausstattung nicht rentabel im regionalen Linienverkehr.

ANHANG IV

PRODUKTPROGRAMM VON KÄSSBOHRER

Segment	Typ	Marktposition	Kennzeichnung	Kombi möglich? (1)	Technische Ableitung	Preislage (2) Listenpreis (1 000 DM)
Stadtbusse	S215NR	Stadtbus	Klassischer Stadtbus	nein	Stadtbus	462
Überland-busse (3)	S215NR	Überlandbus	Niederflurüberlandbus	nein	Reisebus	484
	S215UL (S315UL)	Überlandbus	Überlandbus	ja, aber eher Überlandbus	Reisebus	433
	S215RL	Überland-/Kombi	Kombibus	ja	Reisebus	441—464
	S215HR (S315H)	Überland-/Kombi	Kombibus	ja	Reisebus	440—469
Reisebusse	S215HRI-GT (S315GT)	Reisebus	Klassischer Reisebus	ungeeignet (4)	Reisebus	493
	S215HH (S315HD)	Reisebus	Klassischer Reisebus	ungeeignet	Reisebus	661—685 (698—727)
	S216HDS	Reisebus	Klassischer Reisebus	ungeeignet	Reisebus	685—710
	S328DT	Reisebus	Doppeldecker	ungeeignet	Reisebus	911

(1) „Kombi" bedeutet, daß ein Bus sowohl für Überland- als auch für Reiseverkehr vorgesehen ist.
(2) Die Preise geben nur annäherungsweise die Preisunterschiede zwischen Bustypen und nicht das genaue Niveau der Marktpreise wieder, da üblicherweise Rabatte gegeben werden.
(3) Busse, die als Überlandbusse qualifiziert werden, sind allesamt förderungsfähig nach dem GVFG (Gemeinde-Verkehrs-Finanzierungs-Gesetz).
(4) „Ungeeignet" meint, daß der Bus grundsätzlich nicht für regionalen Linienverkehr bestimmt ist und außerdem nicht die Voraussetzungen für eine Förderung nach dem GVFG (Gemeinde-Verkehrs-Finanzierungs-Gesetz) erfüllt. Er wäre deshalb und aufgrund der besonderen Ausstattung nicht rentabel im regionalen Linienverkehr.

ANHANG V

Mercedes-Benz
Vorstand
20. Dezember 1994

Kommission der
Europäischen Gemeinschaften
Rue de la Loi 200
B-1049 Brüssel
Belgien

Fall Nr. IV/M.477 — Mercedes-Benz/Kässbohrer

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir geben der Kommission für den Fall einer Vereinbarkeitsentscheidung nach Artikel 8 Absatz 2 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 folgende Zusagen:

1. Die Mercedes-Benz AG wird nach der Übernahme der Kontrolle über die Karl Kässbohrer Fahrzeugwerke GmbH diese veranlassen, an ihre Generalvertreter und Vertragswerkstätten in Deutschland die in den Anlagen 1 und 2 beigefügten Schreiben zu richten. Sie wird auf diese Weise sicherstellen, daß ausländische Omnibuswettbewerber einschließlich deren deutscher Tochtergesellschaften mit den deutschen Vertriebs- und Service-Partnern von Kässbohrer dauerhafte vertragliche Beziehungen aufnehmen können.

2. Die Mercedes-Benz AG wird europäische Omnibushersteller, die keine Motorenproduktion unterhalten und auch sonst nicht mit einem Motorenproduzenten konzernrechtlich verbunden sind, für Omnibusse, die im Europäischen Wirtschaftsraum abgesetzt werden sollen, ohne Einschränkungen mit Mercedes-Benz-Motoren beliefern. Die Lieferbedingungen werden, im Vergleich zur Belieferung des eigenen Omnibusbereichs, diskriminierungsfrei sein. Dies gilt insbesondere für Preise, Preisnachlässe, Lieferzeiten, Garantieleistungen, Wartung sowie sonstige Vertragsbedingungen. Die Omnibushersteller sollen dadurch in die Lage versetzt werden, wettbewerbliche Nachteile, die sie bei Verwendung anderer Motoren beim Omnibusabsatz im Europäischen Wirtschaftsraum haben könnten, auszugleichen. Sollten sich aus der Zusage unzumutbare Wettbewerbsverfälschungen ergeben, kann die Mercedes-Benz AG die Zusage im Einvernehmen mit der Kommission überprüfen.

Mit freundlichen Grüßen

Mercedes-Benz Aktiengesellschaft

(Unterschrift)
Dr. Gottschalk

(Unterschrift)
Zimmer

Anlage 1

Schreiben der Karl Kässbohrer Fahrzeugwerke GmbH an die Generalvertreter in Deutschland

Generalvertreter-Vertrag

Sehr geehrte Damen und Herren,

nach dem Generalvertreter-Vertrag zwischen Ihnen und uns sind Sie nur mit unserer Zustimmung berechtigt, für andere Unternehmen, insbesondere Wettbewerber unseres Hauses, tätig zu werden. Im Hinblick auf den positiven Abschluß des Fusionskontrollverfahrens Mercedes-Benz AG/Karl Kässbohrer Fahrzeugwerke GmbH durch die Europäische Kommission in Brüssel teilen wir Ihnen mit, daß Sie künftig berechtigt sind, außer für unser Haus auch für ausländische Omnibus-Wettbewerber einschließlich deren deutscher Tochtergesellschaften tätig zu werden, sei es im Vertrieb auf der Basis eines Vertreter- oder Händlervertrags, sei es im Kundendienst auf der Basis eines Werkstättenvertrags. Die Bedingungen unserer Zusammenarbeit werden sich dadurch nicht verändern. Wir bitten Sie allerdings, uns die Übernahme einer solchen Tätigkeit mitzuteilen. Wir gehen im übrigen davon aus, daß durch eine solche eventuelle Tätigkeit für einen Wettbewerber die Leistungen und die Leistungsfähigkeit Ihres Hauses für unsere Erzeugnisse nicht beeinträchtigt werden.

Mit freundlichen Grüßen

Anlage 2

Schreiben der Karl Kässbohrer Fahrzeugwerke GmbH an die Vertragswerkstätten in Deutschland

Werkstattvertrag

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Hinblick auf den positiven Abschluß des Fusionskontrollverfahrens Mercedes-Benz AG/Karl Kässbohrer Fahrzeugwerke GmbH durch die Europäische Kommission in Brüssel möchten wir klarstellen, daß wir keine Einwendungen dagegen erheben, wenn Sie künftig auch für andere ausländische Omnibushersteller einschließlich deren deutscher Tochtergesellschaften tätig werden, sei es gelegentlich oder aufgrund eines umfassenderen Werkstatt- oder Vertriebsvertrags. Die Bedingungen unserer Zusammenarbeit werden sich dadurch nicht verändern. Wir gehen dabei allerdings davon aus, daß dadurch die Leistungen und die Leistungsfähigkeit Ihres Hauses für unsere Erzeugnisse nicht beeinträchtigt werden.

Mit freundlichen Grüßen
