II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 4. Mai 1993

in einem Verfahren nach der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates in der Sache IV/M. 291 — KNP/BT/VRG

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(93/466/EWG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft,

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

im Hinblick auf den Beschluß der Kommission vom 18. Januar 1993 zur Eröffnung des Verfahrens in diesem Fall,

nachdem den beteiligten Unternehmen Gelegenheit gegeben wurde, zu den von der Kommission vorgebrachten Beschwerdepunkten Stellung zu nehmen,

nach Anhörung des Beratenden Ausschusses für die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen [2],

in Erwägung nachstehender Gründe:

I. VERFAHREN

(1) Dieses Verfahren betrifft einen der Kommission gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 (Fusionskontrollverordnung) am 8. Dezember 1992 gemeldeten Zusammenschluß. Der Zusammenschluß besteht in der geplanten Fusion der NV Koninklijke KNP (KNP), Bührmann-Tetterode NV (BT) und der VRG-Gruppe (VRG). KNP wurde in eine Holdinggesellschaft umgewandelt (NV Koninklijke KNP BT), die am 8. Februar 1993 ein öffentliches und am 5. März 1993 ein uneingeschränktes Übernahmeangebot für alle Teile an BT und VRG abgab.

In ihrer Entscheidung vom 18. Januar 1993 erklärte die Kommission, der geplante Zusammenschluß gäbe Anlaß zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt. Die Kommission eröffnete deshalb ein Verfahren nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe c) der Fusionskontrollverordnung.

II. DIE PARTEIEN

(2) KNP ist einer der führenden europäischen Hersteller von Papier, Pappe und Verpackungsmaterial. Das Unternehmen besteht aus den drei Bereichen Feinpapier, der holzfreies gestrichenes Papier herstellt, Publikationspapier, der holzhaltiges gestrichenes Papier herstellt, und Karton, der gestrichenen Karton, Vollpappe und Holzverpakkungen herstellt.

(3) Bührmann-Tetterode ist ein bedeutendes Unternehmen im Papier- und Verpackungssektor, das in Europa auf drei Hauptgebieten tätig ist: der Bereich Graphische und Bürosysteme vertreibt Druckereisysteme und Büromaschinen, der Bereich Graphische Papiere ist ein unabhängiges Papierhandelsunternehmen und der Bereich Verpackung stellt Weich- und Schutzverpackungen sowie Vollpappe her.

[1] ABl. Nr. L 395 vom 30. 12. 1989, S. 1, berichtigt im ABl. Nr. L 257 vom 21. 9. 1990, S. 13.
[2] ABl. Nr. C 231 vom 27. 8. 1993, S. 5.

(4) VRG ist ein Handelsunternehmen im Papier- und Druckereibereich. Seine Division Papier ist als unabhängiger Papierhändler tätig, die Division Graphische Systeme vertreibt Druckereisysteme und die Division Bürosysteme vertreibt Büromaschinen.

(5) KNP und BT sind an den beiden Gemeinschaftsunternehmen R.P. Europe BV und Corrugated Europe BV, die Wellpappe und Wellpappekartons herstellen, zu jeweils 50 % beteiligt.

KNP hält eine Kontrollbeteiligung von 50,4 % an dem österreichischen Papierunternehmen Leykam-Mürztaler Papier. Außerdem ist es mit 50,6 % an VRG beteiligt.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

(6) Der geplante Zusammenschluß ist von gemeinschaftsweiter Bedeutung. Im Jahr 1991 lag der Umsatz von KNP, BT und VRG weltweit insgesamt bei 5,579 Milliarden ECU, und jedes der Unternehmen erzielte über 250 Millionen ECU seines Umsatzes in der Gemeinschaft (KNP 1,380 Milliarden ECU, BT 1,909 Milliarden ECU, VRG 1,038 Milliarden ECU). Die Parteien erzielten nicht mehr als zwei Drittel ihres gemeinschaftsweiten Umsatzes in ein und demselben Mitgliedstaat.

Für diese Schlußfolgerung ist die Frage nicht entscheidend, ob VRG von KNP kontrolliert wird.

IV. ZUSAMMENSCHLUSS

(7) Die Fusion zwischen KNP, BT und VRG ist ein Zusammenschluß im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe a) der Fusionskontrollverordnung.

V. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

(8) Die neue Gruppe wird in zwei Hauptbereichen eines etwa gleichgroßen Umfangs tätig sein: In dem ersten Bereich werden Herstellungstätigkeiten von KNP und BT im Papier- und Verpackungssektor zusammengefaßt, der zweite Bereich wird die Handels- und Vertriebstätigkeiten von BT und VRG bei graphischen Papieren und Systemen, EDV-Systemen und Büromaschinen umfassen.

A. Vertrieb und Wartung von Druckmaschinen

I. *Marktdefinition*

Sachlicher Markt

(9) Der Vertrieb graphischer Systeme umfaßt den Absatz von

i) Ausrüstungen zur Bildvorbereitung, wie Klischees, Abtaster usw. (Druckvorbereitung),

ii) Druckmaschinen,

iii) Ausrüstungen für alle Nacharbeiten, wie Papierschneidevorrichtungen, Heft-, Falz-, Zusammentrag- und Bindemaschinen mit den dazugehörigen Geräten (Drucknachbereitung),

iv) Druckmaterial, wie Druckfarbe, Filme, Folien usw.,

v) gebrauchte Druckmaschinen.

Der Vertrieb graphischer Systeme umfaßt auch die Wartung der verkauften Ausrüstungen.

Bei den graphischen Systemen sind Absatz und Wartung von Druckmaschinen von vorrangiger Bedeutung. BT und VRG erzielen [...] % (1) bzw. [...] % (2) ihres Umsatzes bei graphischen Systemen mit Druckmaschinen. In anderen Bereichen bestehen geringe bzw. keine Überschneidungen und/oder die Marktanteile der Parteien geben keinen Anlaß zu Wettbewerbsbedenken im Sinne der Fusionskontrollverordnung. Die Beurteilung des geplanten Zusammenschlusses wird daher auf den Vertrieb und die Wartung von Druckmaschinen gerichtet sein.

(10) BT vertreibt und wartet Heidelberger Druckmaschinen über Alleinvertriebshändler in Belgien, den Niederlanden, Luxemburg, Frankreich, Griechenland, Italien und Spanien. Heidelberger ist der größte europäische Hersteller von Druckmaschinen, der seine Maschinen in der Bundesrepublik Deutschland, im Vereinigten Königreich und in Irland selbst vertreibt und wartet.

(11) VRG vertreibt und wartet MAN-Roland-Druckmaschinen in Belgien und den Niederlanden über seine nationalen Tochtergesellschaften als Alleinvertreter bzw. Alleinvertriebshändler. MAN-Roland ist der wichtigste Wettbewerber von Heidelberger Druckmaschinen.

(12) In der Regel liefern die Hersteller und Vertriebshändler vollständige Druckmaschinensysteme. Es gibt im wesentlichen zwei Arten von Druckmaschinen: Bogendruck (d. h. Zuführung jedes einzelnen Bogens) und Rollendruck (d. h. Zuführung mittels einer großen Papierrolle). Innerhalb dieser beiden Kategorien gibt es verschiedene Maschinenarten und Konfigurationen (kleine, mittlere und große Druckmaschinen, verschiedene Farbkombinationen, Perforierungs-, Numerierungs- und Beschichtungsmöglichkeiten usw.). Die Tätig-

(1) In der veröffentlichten Fassung der Entscheidung wurden einige Informationen aufgrund von Artikel 20 Absatz 2 der Fusionskontrollverordnung über die Wahrung von Berufsgeheimnissen nicht preisgegeben.
(2) Etwa die Hälfte.

keit der an dem Zusammenschlußvorhaben beteiligten Unternehmen besteht jedoch in der Erinnerung einer Dienstleistung (Vertrieb und Wartung von Druckmaschinen) und nicht in der Herstellung von Waren. Um die Auswirkungen des geplanten Zusammenschlusses zu vermitteln, ist es deshalb nicht erforderlich, für die einzelnen Maschinentypen die jeweiligen Produktmärkte nach den technischen Merkmalen abzugrenzen.

(13) Die Abnehmer auf diesem Markt sind die Druckereien, die u. a. Kinderbücher, Comics, Etiketten, Spielkarten, Werbebroschüren, Jahresberichte und — in geringerem Maße — Zeitungen und Zeitschriften herstellen. Für die Druckereien sind die Druckmaschinen Sachkapital, das umfangreiche Investitionen erfordert.

Eine gängige Druckmaschine kostet rund 0,5 Millionen ECU. Je nach Größe des Unternehmens haben die Druckereien gewöhnlich mehrere Maschinen, die in regelmäßigen Abständen erneuert werden. Kundendienst und Wartung sind wesentliche Faktoren, da für die Arbeit der Druckereien ein einwandfreies Funktionieren der Druckmaschinen unabdingbar ist.

Räumlicher Markt

(14) In der Anmeldung wurde darauf hingewiesen, daß beim Vertrieb der Druckmaschinen die einzelstaatlichen Märkte fortbestehen. Die Ermittlungen der Kommission haben dies bestätigt. Deshalb ist auch der Vertrieb von Druckmaschinen nach Ländern aufgebaut. Außerdem stützen sich die meisten Druckereien für Kundendienst und Wartung auf örtliche Händler, was dazu geführt hat, daß sie ihre Käufe in einem nahen Umkreis tätigen.

(15) Die Beschaffungsstrukturen für Druckmaschinen bestätigen die nationalen Abgrenzungen der Vertriebs- und Wartungsmärkte für die genannten Erzeugnisse. Die Druckereien, einschließlich der Hauptabnehmer der Anmelder, betrachten die Verfügbarkeit örtlicher Dienstleistungen als einen „wichtigen" bzw. in den meisten Fällen „wesentlichen" Faktor bei der Entscheidung über den Kauf einer Druckmaschine. Im allgemeinen ist ein schneller oder sogar sofortiger Kundendienst eine wichtigere Kauferwägung als der Preis. Selbst große Druckereien, die über firmeneigene technische Dienste verfügen, sind bei großen Reparaturarbeiten und Spezialreparaturen weitgehend auf den örtlichen Kundendienst angewiesen. Gewöhnlich möchte die Druckerei vor dem Kauf einer Druckmaschine die Gewähr haben, daß der Vertriebshändler über ein gut entwickeltes örtliches Kundendienstnetz mit ausreichenden Fachkenntnissen verfügt. Je weiter der Händler von dem Kunden entfernt ist, desto mehr Zeit ist für die Wartung einer defekten Druckmaschine erforderlich und desto größer ist die Gefahr, den Druckbetrieb einstellen zu müssen. Es ist zwar schwierig, den Grenzwert für eine annehmbare Entfernung genau festzulegen, doch laut Aussage der Industrie liegt dieser bei höchstens 4 bis 5 Stunden Fahrt von der Niederlassung des Händlers zu den jeweiligen Unternehmen.

(16) Wie bereits unter Randnummer 14 erwähnt, organisieren die Druckmaschinenhersteller den Vertrieb auf nationaler Ebene. Diese Vereinbarungen, insbesondere die häufig von den größten Druckmaschinenherstellern auf einzelstaatlicher Ebene geschlossenen Alleinvertriebsverträge, verstärken noch die örtliche Prägung des Vertriebs- und Wartungsmarktes. Insbesondere die von der Kommission in Belgien und den Niederlanden angesprochenen Abnehmer erklärten, daß sie zögern würden, den nationalen Vertriebshändler zu übergehen, um sich direkt an den Druckmaschinenhersteller zu wenden.

(17) Preise. Es bestehen offenbar erhebliche Unterschiede zwischen den Preisen für Druckmaschinen in Belgien und den Niederlanden einerseits und in den Nachbarländern andererseits. Die Kunden und ihre Berufsverbände sind der Ansicht, daß die Preise in den beiden genannten Ländern die Preise z. B. in Deutschland um mehr übersteigen, als sich lediglich aufgrund der Transportkosten erklären ließe.

Schlußfolgerung

(18) Angesichts der obengenannten Erklärungen und unter Berücksichtigung der Überschneidung der Vertriebstätigkeiten von BT und VRG im Bereich von Druckmaschinen sind als relevante Märkte, auf denen die Auswirkung des geplanten Zusammenschlusses zu prüfen ist, die Märkte für den Vertrieb und die Wartung von Druckmaschinen in Belgien und den Niederlanden anzusehen.

II. *Würdigung*

(19) Die Marktanteile beim Vertrieb von Druckmaschinen wurden von den Parteien wie folgt angegeben (in % 1991):

	BT	VRG	BT + VRG
Belgien	(...)	(...)	(...) (...)(1)
Niederlande	(...)	(...)	(...) (...)(1)

(1) Über 60 %.

Der Druckmaschinenmarkt in diesen beiden Ländern wird auf einen Wert von rund 200 Millionen ECU geschätzt. Die Kunden und ihre Berufsverbände haben bestätigt, daß diese Angaben ihrer Ansicht nach den Tatsachen entsprechen.

(20) BT und VRG stehen derzeit in den Niederlanden und in Belgien miteinander im Wettbewerb. Beide Unternehmen sind einem gewissen Wettbewerb des japanischen Unternehmens Komori ausgesetzt ([...] Marktanteil in Belgien und [...] in den Niederlanden), das seine eigenen Maschinen vertreibt und wartet. Die Druckmaschinenhersteller Mitsubishi ([...] Marktanteil in den Niederlanden) und König & Bauer-Planeta wurden von den Abnehmern als potentielle Anbieter genannt, verfügen gegenwärtig jedoch nur über geringe Marktanteile. Diese anderen Anbieter können nicht das gleiche Kundendienstnetz und den Bekanntheitsgrad der von den Anmeldern vertriebenen Druckmaschinen der Firmen Heidelberger und MAN-Roland vorweisen. Darüber hinaus sind sie nicht in der Lage, den Druckereien die gesamte Palette der von den Parteien vertriebenen Produkte anzubieten (Material zur Druckvorbereitung und Drucknachbereitung, Druckmaterial, graphische Papiere).

(21) Durch den Zusammenschluß von BT und VRG, den Vertriebshändlern von Heidelberger und MAN-Roland-Druckmaschinen in den Niederlanden und in Belgien, würde auf dem Vertriebs- und Wartungsmarkt dieser beiden Länder ein einziges Unternehmen entstehen, das mehr als zwei Drittel des gesamten Marktes kontrolliert. Hinzu kommt, daß Heidelberger und MAN-Roland auch auf den benachbarten Märkten die wichtigsten Hersteller von Druckmaschinen sind.

(22) Die Abnehmer hätten dem neuen Unternehmen nur sehr wenig Macht entgegenzusetzen. Die Nachfrage ist sehr zerplittert. In den Niederlanden gibt es rund 3 500 und in Belgien etwa 2 000 Druckereien, von denen schätzungsweise 96 % weniger als 50 Personen beschäftigen. Auf keinen einzigen Kunden entfallen zur Zeit mehr als 2 % des Absatzes der Anmelder.

(23) Angesichts fehlender gleichwertiger Alternativen würden die Abnehmer auch hinsichtlich der Wartung und des Kundendienstes von dem neuen Unternehmen abhängen. In Belgien und den Niederlanden gibt es einige unabhängige Wartungsunternehmen, die für die Druckereien jedoch offenbar keine zufriedenstellende Alternative sind. Es handelt sich dabei in erster Linie um kleine Unternehmen mit drei bis vier Beschäftigten, deren Tätigkeit sich häufig auf mechanische oder elektrische Reparaturarbeiten beschränkt. Die von der Kommission befragten Druckereien sind auch der Meinung, daß unabhängige Unternehmen bei größeren Ausfällen nicht für die Reparaturen einstehen würden, da sie nicht mit den Druckmaschinenherstellern verbunden sind und keinen unmittelbaren Zugang zu deren technischem Wissen haben. Die Inanspruchnahme unabhängiger Wartungsdienste ist deshalb mit erhblichen Risiken verbunden und beschränkt sich im allgemeinen auf geringe Reparturarbeiten.

(24) Die Kunden hätten erhebliche Schwierigkeiten, wenn sie auf andere Hersteller zurückgreifen wollten, um Druck auf das neue Unternehmen auszuüben. Druckmaschinen haben je nach Technik und Nutzungsgrad eine durchschnittliche Lebensdauer von fünf bis zehn Jahren. Angesichts ihrer Kosten werden sie außerdem nur nach und nach ersetzt. Gewöhnlich wird eine Druckmaschine nach Ablauf der Betriebsdauer durch ein anderes Gerät des gleichen Herstellers ersetzt. Durch den Erwerb der Erzeugnisse eines anderen Herstellers würde sich die Zahl der in den einzelnen Unternehmen verwendeten Marken erhöhen. In diesem Fall müßte zusätzliches Personal für das Bedienen der neuen Maschinen eingestellt werden, und/oder die Ausbildungskosten für die Beschäftigten würden steigen, und die Lagerbestände oft benötigter Ersatzteile müßten aufgestockt werden. Derartige Erwägungen werden von den Abnehmern häufig als Hinernisse für den Erwerb von Druckmaschinen bei anderen Anbietern angeführt.

(25) Aufgrund ihres ausgedehnten Kundendienstnetzes, ihrer Stellung im gesamten Markt der Gemeinschaft und ihres hohen Ansehens sind Heidelberger und MAN-Roland-Druckmaschinen die von niederländischen und belgischen Druckereien bei der Kaufentscheidung für eine Druckmaschine genannten Alternativen. Ist bei einer dieser Marken die Verfügbarkeit und/oder der Kundendienst nicht zufriedenstellend, so würde die Hauptalternative für eine Druckerei darin bestehen, sich an den anderen deutschen Hersteller zu wenden. Die realistisch einzuschätzende Gefahr, daß Kunden zu Druckmaschinen des anderen deutschen Herstellers überwechseln, stellt eigentlich den größten Wettbewerbsfaktor sowohl für BT als auch für VRG dar. Heidelberger Druckmaschinen und MAN-Roland sind für ihr Angebot an vergleichbaren Qualitätsdruckmaschinen und ihr flächendeckendes und gut strukturiertes Vertriebsnetz bekannt. Großdruckereien kaufen in vielen Fällen bei beiden Herstellern gleichzeitig und unterhalten deshalb Beziehungen sowohl zu BT- als auch zu VRG-Tochtergesellschaften. Nach der vollzogenen Fusion würde der wichtigste Wettbewerbsfaktor für BT und VRG in Belgien und den Niederlanden wegfallen.

Marktzutrittsschranken

(26) Ein erfolgreicher Eintritt in den Vertriebs- und Wartungsmarkt ist eng an die Bekanntheit und die technische Komplexität der zu vertreibenden Druckmaschinen gebunden. Druckmaschinen sind Produkte der Spitzentechnik, deren Herstellung erhebliche Investitionen auf dem Gebiet von Forschung und Entwicklung und beträchtliche Produktinnovationen erfordert. Nur gut eingeführte Hersteller oder von einem bekannten Hersteller uneingeschränkt unterstützte Vertriebshändler haben deshalb eine realistische Aussicht, auf dem Vertriebsmarkt für Druckmaschinen in Belgien und den Niederlanden Fuß zu fassen und einen

bedeutenden Anteil zu erwerben. Im Gegensatz zu anderen Vertriebsmärkten ist die Anzahl der in Frage kommenden Marktzugänger angesichts des für die Wartung von Druckmaschinen erforderlichen technischen Wissens und der sehr geringen Anzahl gut eingeführter Fabrikate in diesen beiden Ländern beschränkt.

(27) Angesichts der Beschaffungsstrukturen in Belgien und den Niederlanden müßten neue Marktteilnehmer zunächst ein ausgedehntes örtliches Kundendienstnetz in diesen Märkten errichten. Um einen Markennamen und eine Kundendienstqualität entsprechend der von MAN-Roland und Heidelberger aufzubauen, wäre eine beträchtliche Zeitspanne erforderlich. Die Abnehmer vertreten auch die Ansicht, daß neue Marktteilnehmer Schwierigkeiten hätten, ausreichend geschultes Personal anwerben zu können. Außerdem müßten die Kunden, bevor sie das Risiko eines Lieferantenwechsels eingehen, davon überzeugt werden, daß sich der neue Hersteller zu einer flächendeckenden Belieferung verpflichtet hat.

(28) In einigen Fällen erwägen die Kunden beim Kauf einer neuen Druckmaschine die Möglichkeit, ihre alten Maschinen auf dem Gebrauchtmarkt zu verkaufen. Nach Aussagen verschiedener Druckereien können nur MAN-Roland und Heidelberger Maschinen auf diesem gut entwickelten Markt zu angemessenen Preisen weiterverkauft werden. Insbesondere für japanische Fabrikate gibt es keinen Gebrauchtwarenmarkt.

(29) Selbst wenn ein potentieller Marktzugänger bereit wäre, die erforderlichen Investitionen für den Eintritt in den belgischen und niederländischen Vertriebsmarkt vorzunehmen, hätte er die Zwänge zu berücksichtigen, denen die Abnehmer beim Überwechseln auf ein anderes Maschinenfabrikat unterliegen. Es würde zwangsläufig mehrere Jahre erfordern, um auch nur ansatzweise den bekannten deutschen Herstellern Marktanteile abzunehmen. Dies trifft insbesondere zu, seitdem die Nachfrage der Druckereien gleichbleibend ist und mittelfristig nicht mit einer Zunahme gerechnet wird, was bedeutet, daß die Nachfrage nach Druckmaschinen in den nächsten zwei bis drei Jahren darauf gerichtet sein wird, den derzeitigen Bestand — normalerweise mit den gleichen Fabrikanten — zu ersetzen.

Schlußfolgerung

(30) Der Zusammenschluß zwischen BT und VRG würde somit eine beherrschende Stellung auf dem Vertriebs- und Wartungsmarkt für Druckmaschinen in Belgien und den Niederlanden begründen. Die Strukturen der betreffenden Märkte lassen darauf schließen, daß diese beherrschende Stellung wahrscheinlich mittel- und langfristig andauern würde. Sie wäre also nur vorübergehender Natur und würde einen wirksamen Wettbewerb erheblich behindern.

B. Pappe

1. *Der Markt*

Das Produkt

(31) Die an dem Zusammenschlußvorhaben beteiligten Unternehmen stellen aus Altpapier Pappe und anschließend Pappkartons her. Der Großteil der Pappe wird für Transportverpackungen und Verwendungen im graphischen Bereich benutzt. Die in diesem Fall relevanten Pappearten sind: Wellpappe, Vollpappe, gestrichener Karton und kaschierte Pappe. Karton aus Zellstoff oder Papierbrei (im allgemeinen Faltkarton genannt) ist von dem geplanten Zusammenschluß nicht betroffen.

(32) Wellpappe und Vollpappe werden in erster Linie für Transportverpackungen verwendet. Wellpappe besteht aus einer Deckschicht mit Riffelung, während Vollpappe eine schwere Papierart ist. Grundsätzlich handelt es sich bei den Kartonerzeugnissen um wiederverwertbare Einwegverpakkungen.

Gestrichener Karton kann als „steife Vollpappe für Materialverwendungen" bezeichnet werden. Es handelt sich um schwere Vollpappe mit besonderen Eigenschaften hinsichtlich Steifigkeit und Haltbarkeit, die sie für die Verarbeitung u.a. zu Buchdeckeln, Ordnern mit Hebel-Bügel-Mechanik und anderen Ablagesystemen sowie zu Spiele- und Puzzlebrettern geeignet machen.

Kaschierte Pappe ist ein Erzeugnis, bei dem zwei oder mehr Schichten Pappe und/oder Papier zusammengeklebt werden und das für ähnliche Anwendungen wie gestrichener Karton verwendet wird.

Herstellungsverfahren

(33) Sowohl KNP als auch BT stellen Vollpappe und gestrichenen Karton her. Das Verfahren besteht darin, Altpapier mit Wasser und bestimmten Zusatzstoffen zu einer Paste zu mischen, die zu Graupapperollen weiterverarbeitet wird. Graupappe ist ein fast homogenes Material. Der Begriff wird in der Industrie häufig sowohl für Vollpappe als auch für gestrichenen Karton verwendet.

Die zur Verarbeitung von Altpapier und anschließender Herstellung von Karton erforderlichen Ausrüstungen stellen eine erhebliche Kapitalinvestition dar. Graupappe kann in verschiedener Dicke und Dichte (Grammgewicht, das gewöhnlich in Gramm pro qm ausgedrückt wird) hergestellt werden. Das Grammgewicht kann von 250 bis 300 g/qm (allgemein anerkannte Scheidung zwischen Papier und Pappe) bis zu 2 000 g/qm reichen. Graupappe mit einem höheren Grammgewicht wird für graphische Anwendungen verwendet. Höhere Grammgewichte können in der Maschine selbst (mit Spezialmaschinen) oder durch Verkleben von Pappebögen geringeren Grammgewichts (außerhalb der Maschine) erzielt werden.

(34) Auf der Angebotsseite ist je nach Maschinntyp ein allmählicher Übergang von einer Gruppe von Pappeprodukten zur nächsten Gruppe möglich. Diese Homogenität erlaubt es den Herstellern, entweder für Verpackungs-Endprodukte oder graphische Anwendungen zu produzieren. Zwei der Hauptwettbewerber bei der Vollpappeherstellung könnten mit ihren Mehrzweckausrüstungen beispielsweise über 50 % ihrer Kapazität zur Herstellung von gestrichenem Karton einsetzen.

(35) Wellpappe wird durch Verkleben von zwei Testliner-Bögen und einer geriffelten Einlage hergestellt. Für die Außenseite können auch Kraftliner-Bögen verwendet werden.

Verwendungen

a) Transportverpackungen

(36) Technische Merkmale. Bei Transportverpackungen ist Wellpappe das am meisten verwendete Material. 1992 wurden aus diesem Produkt 54 % der Transportverpackungen in Europa hergestellt, während Vollpappe einen Anteil von 8 % hatte. Die anderen wichtigsten Materialen waren Holz und Kunststoff.

(37) Vollpappe und Wellpappe werden zur Herstellung von Kartons verwendet. Die kompakte Vollpappe hatte stets einen technischen Vorteil gegenüber Wellpappe bei der Verpackung von Naß-, Kühl- und Gefriergut, da sie nicht nur wasserbeständiger, sondern auch druck- und transportbeständiger ist. Darüber hinaus ist sie leichter zu bedrucken.

Wegen ihrer besonderen Merkmale wird Vollpappe häufig für die Verpackung von Landwirtschafts-, Gartenbau- und Gefriererzeugnissen sowie für den Transport von Werkzeugen, von spitzen oder scharfen Gegenständen und für die Verpackung von Auslagegenständen verwendet. Weil Wellpappe für sehr feuchte Umgebungen ungeeignet ist und nicht die gleiche Festigkeit wie Vollpappe aufweist, besteht ein Marktsegment, in dem Vollpappe einen Vorteil gegenüber Wellpappe hat. Doch selbst in diesem Randsegment werden zunehmend Kartons aus Wellpappe verwendet. Die Anmelder haben diesen Sachverhalt am Beispiel der Gefrierkost veranschaulicht.

(38) Wellpappe wird in erster Linie zur Verpackung trockener Erzeugnisse verwendet. Die technische Entwicklung hat es ermöglicht, weitgehend feuchtigkeits- und nässebeständige Wellpappekartons zu vergleichbaren Kosten wie Vollpappekartons herzustellen. Die relative Festigkeit von Wellpappe konnte aufgrund technischer Verbesserungen bei den Altpapier-Recyclingsverfahren erhöht werden. Wegen ihrer verbesserten technischen Merkmale und der geringeren Herstellungskosten ersetzen Wellpappekartons zunehmend die Vollpappe bei den herkömmlichen Verpackungen, z.B. für Gemüse und Fleisch.

(39) Preise. Wenn keine besondere Behandlung erforderlich ist, sind Wellpappekartons billiger als Vollpappekartons. Die Anmelder schätzen den Kostenunterschied auf durchschnittlich [...] %. Wie bereits erwähnt kann Wellpappe zur Verbesserung ihrer Wasserbeständigkeit, Bedruckbarkeit und ihres Aussehens behandelt werden. Durch diese zusätzlichen Behandlungen verringert sich jedoch der Preisvorteil gegenüber der Vollpappe.

Einer der Hauptkunden der Anmelder, auf den [...] ihres Umsatzes entfällt, hat bestätigt, daß bei bestimmten Anwendungen die Preisunterschiede zwischen Wellpappe- und Vollpappekartons für denselben Verwendungszweck von [...] bis maximal [...] % reichen können.

(40) Schlußfolgerung. Die Frage, ob Wellpappe und Vollpappe demselben Produktmarkt angehören, kann für die Würdigung dieses Falls unbeantwortet bleiben. Selbst wenn vom Bestehen eines getrennten Marktes für Vollpappe auszugehen wäre, gäbe der geplante Zusammenschluß keinen Anlaß zu Bedenken hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Gemeinsamen Markt (siehe Würdigung im folgenden).

b) Gestrichene Kartons

(41) Auf der Nachfrageseite betrachten die Käufer gestrichene Kartons nicht als zufriedenstellenden Ersatz für Wellpappekarton. Mit ihrer inneren Riffelung hat Wellpappe eine weiche Einlage und verliert dadurch an Festigkeit; sie biegt durch und zerbricht, wenn sie in den üblichen Verpackungsmaschinen eingesetzt wird. Kunststoff kann für diese Zwecke nur in beschränktem Maße verwendet werden.

Aufgrund seiner Merkmale und der erheblichen Preisunterschiede ist gestrichener Karton nicht durch eine andere Sorte Pappe substituierbar.

Räumlicher Markt

a) Pappe für Transportverpackungen

(42) Gestützt auf einen McKinsey-Bericht aus dem Jahr 1990 wird in der Anmeldung darauf hingewiesen, daß die räumlich relevanten Märkte für Pappeerzeugnisse zu Verpackungszwecken weitgehend aus nationale Grenzen übergreifenden regionalen Märkten bestehen. Eine Region besteht beispielsweise aus den Beneluxländern, Nordfrankreich und

dem mittleren Teil Deutschlands; eine weitere Region aus Süddeutschland, Ostfrankreich, Österreich und der Schweiz.

(43) Rund 70 % der gesamten Verkäufe in der Gemeinschaft erfolgen in den Niederlanden, Belgien, Frankreich und Deutschland. Anzeichen sprechen dafür, daß sich diese Ländergruppe von den anderen räumlich relevanten Märkten unterscheidet. Zwischen den Ländern dieser Gruppe fließen bedeutende Handelsströme, und auch die meisten Hersteller und Kunden sind hier ansässig. Grundsätzlich unterliegen die Lieferungen geographischen Zwängen aufgrund der Transportkosten. Bisher bestand die Regel, die Ladungen über Entfernungen von höchstens 500 Kilometern zu befördern, wobei jedoch einige Hersteller und Kunden größere Entfernungen nannten.

(44) Transportkosten. Die meisten Produktionszentren der an dem Zusammenschlußvorhaben beteiligten Unternehmen befinden sich in den Beneluxländern und Deutschland. Die Kosten für die Lieferung von Vollpappekartons von den Beneluxländern bis nach Mittelfrankreich/Norditalien belaufen sich auf rund [...] hfl pro Karton, bei der Lieferung nach Mittelspanien/Süditalien sind [...] bis [...] hfl zu veranschlagen. Der Kartonpreis in den Niederlanden reicht beispielsweise von [...] hlf für einen Gurkenkarton bis zu [...] hfl für einen Blumenkarton und kann bei Kartons für andere Zwecke noch sehr viel höher sein. Je nach Kartonpreis liegen die Transportkosten bei einer Entfernung von rund 2 000 bis 2 500 Kilometern zwischen 17 % und 22 % für die billigeren Kartons und zwischen 7 % und 9 % für die teureren Kartons.

(45) Sonstige Schranken. Die Abnehmer von Vollpappe bzw. Vollpappekartons fordern in der Regel eine schnelle Lieferung kundenspezifischer Kartons. Somit haben in Abnehmernähe ansässige Hersteller einen erheblichen Vorteil gegenüber weiter entfernten Unternehmen. Sonstige wesentliche Handelsschranken wie technische Normen, Fehlen von Vertriebsnetzen, Markentreue usw. bestehen in diesem Fall nicht.

b) Gestrichener Karton

(46) Gestrichener Karton wird von den Benutzern häufig außerhalb ihres eigenen Mitgliedstaats in der Europäischen Gemeinschaft gekauft. Während die Anmelder in geringerem Umfang beispielsweise in den Fernen Osten und nach Nordamerika liefern, deutet nichts darauf hin, daß europäische Kunden bei nichteuropäischen Anbietern kaufen. Die Einfuhren in die Gemeinschaft sind gegenwärtig sehr gering, wobei auch der durchschnittliche Zollsatz von 10 % zu bedenken ist, der nicht für die EFTA-Länder gilt.

2. *Würdigung*

(47) Geht man davon aus, daß Wellpappe und Vollpappe einen einzigen Markt darstellen, so lägen die Marktanteile des neuen Unternehmens sowohl in der gesamten Gemeinschaft als auch auf jedem Einzelmarkt unter 20 %.

Auch wenn Wellpappe und Vollpappe als getrennte Märkte betrachtet werden, würde der geplante Zusammenschluß aus den nachstehenden Gründen weder zur Begründung noch zur Verstärkung einer beherrschenden Stellung führen.

BT und KNP haben ihre Tätigkeiten im Bereich der Wellpappe bereits in zwei Gemeinschaftsunternehmen, an denen sie jeweils zur Hälfte beteiligt sind, zusammengelegt. In dem einen Gemeinschaftsunternehmen werden die Werkstoffe für Schachteln aus Wellpappe und in dem anderen Gemeinschaftsunternehmen die Wellpappeschachteln hergestellt. Der geplante Zusammenschluß wirkt sich nicht unmittelbar auf die Aktivitäten der Unternehmen im Bereich der Wellpappe aus. Schätzungsweise entfallen rund 4 % der Gesamtverkäufe von Wellpappeschachteln in Europa auf die Anmelder, die damit nach SCA [...], Smurfit und St Gobain europaweit an vierter Stelle stehen. Auf diesem Markt gibt es noch viele andere Anbieter.

(48) Wenn man Vollpappe als einen völlig getrennten Markt betrachtet, würden die am Zusammenschlußvorhaben beteiligten Unternehmen an einigen regionalen Märkten bedeutende Anteile halten. Aus den nachstehenden Gründen wird jedoch die Auffassung vertreten, daß der geplante Zusammenschluß nicht zur Entstehung einer beherrschenden Stellung führt.

(49) Die in der Gemeinschaft für die Verarbeitung von Altpapier zu Graupappe vorhandenen Kapazitäten können mit mindestens 2 Millionen Tonnen angesetzt werden. Wenn man alle kleinen Wettbewerber berücksichtigt, so würde diese Zahl noch höher ausfallen. Anhang I enthält eine Liste der in diese Schätzung einbezogenen Unternehmen mit ihren jeweiligen Kapazitäten.

Hiervon würden rund [...] (1) auf das neue Unternehmer entfallen. Smurfit und British Plaster Board sind mit Anteilen von jeweils etwa [...] (2) die Hauptkonkurrenten. Außerdem gibt es eine Reihe anderer Wettbewerber mit Produktionskapazitäten von [...] bis [...] Tonnen in Deutschland (z.B. Varel und Leinfelder), Norditalien (Rodano/Ovaro), Nordspanien (Videcart/Catalana) und Frankreich (David Smith) sowie einige kleinere Konkurrenten mit einer Kapazität von weniger als [...] Tonnen (z. B. VPK in Belgien, Köhler in Deutschland, Oudin in Frankreich). Eine Vielzahl kleiner Produzenten (Danapack, Eifeler Pappenfabrik, La Rochette usw.) wurden mit ihrer Kapazität nicht berücksichtigt.

(1) Weniger als 40 %.
(2) Weniger als 25 %.

(50) Nach Angaben der Industrie bleiben schätzungsweise 10 bis 15 % der Kapazitäten ungenutzt. Die Anmelder wiesen eine Kapazitätsauslastung von 85 % auf. Dieser Auslastungsgrad ist für die Industrie im allgemeinen nicht ungewöhnlich niedrig und ein Hinweis darauf, daß Wettbewerber ihre Produktion bei steigenden Preisen erhöhen könnten. Im Papier- und Pappesektor ist zur Erzielung einer angemessenen Rentabilität eine hohe Kapazitätsauslastung erforderlich.

(51) In Anhang II ist der Absatz von Vollpappe der Anmelder in den letzten drei Jahren für die beiden Hauptanwendungsbereiche Verpackungsmaterial für Beförderungszwecke und gestrichene Kartons angegeben.

a) Transportverpackungen

(52) Über den Gesamtverbrauch von Vollpappe für Transportverpackungen in der Gemeinschaft liegen keine zuverlässigen Angaben vor. Der Europäische Verband der Zellstoff-, Papier- und Pappeindustrie (CEPAC) gibt den Markt für sämtliche Arten von Verpackungspappe mit Ausnahme von gewelltem Material mit rund 2,4 Millionen Tonnen an. Schätzungen der Industrie zufolge entfallen hiervon rund 1,7 Millionen Tonnen auf Vollpappe für Verpackungszwecke. Stützt man sich auf diese allgemeinen Schätzungen, würden die Anmelder einen Anteil von [...](1) am gesamten Gemeinschaftsverbrauch halten. Um die Richtigkeit dieser Schätzungen zu überprüfen, hat die Kommission mehrere Vollpappehersteller kontaktiert (siehe Anhang II).

Stützt man sich auf den Absatz dieser Auswahl von Herstellern, so würden die Anmelder einen gemeinsamen Marktanteil von rund [...] % erreichen. Da die Kommission nicht mit allen kleineren Herstellern von Graupappe für Transportverpackungen in der Gemeinschaft Verbindung aufnehmen konnte, handelt es sich bei dem vorerwähnten Marktanteil um einen Höchstwert. Würden die kleineren Hersteller mitberücksichtigt, so würde der gemeinsame Marktanteil der Anmelder entsprechend niedriger ausfallen.

Aus den vorerwähnten Angaben läßt sich auf jeden Fall die Feststellung ableiten, daß der gemeinsame Marktanteil der Anmelder mit Sicherheit unter 45 % liegen würde.

(53) In dem Gebiet, wo die beförderungskosten 5-10 % des Pappepreises ausmachen (Benelux/Frankreich/Deutschland/Norditalien), würden die am Zusammenschlußvorhaben beteiligten Unternehmen höchstens [...](2) der Produktion auf sich vereinigen. Die in diesem Gebiet bestehenden Produktionskapazitäten werden in Anhang I genannt. Hersteller von Vollpappe aus Altpapier sind in diesem Gebiet BPB, Smurfit, Varel, Leinfelder und David Smith im Elsaß.

(54) Angesichts der Marktanteile der Anmelder, der verfügbaren Produktionskapazitäten in dem betreffenden Gebiet, des Bestehens ungenutzter Kapazitäten und der Anzahl anderer Anbieter, zu denen starke Wettbewerber wie Smurfit und BPB gehören, führt der geplante Zusammenschluß weder zur Begründung noch zur Verstärkung einer beherrschenden Stellung, sogar wenn man von der Annahme ausgeht, daß der Ersatz durch Wellpappe völlig ausgeschlossen werden muß.

b) Gestrichener Karton

(55) Auf die Anmelder entfallen etwa [...] % des gesamten Gemeinschaftsverbrauchs an gestrichenem Karton. Dieser Marktanteil stützt sich auf Gesamtschätzungen des Verbrauchs an gestrichenem Karton. Die Kommission ist demselben Ansatz wie im Bereich der Transportverpackungen gefolgt (siehe Randnummer 52) und zu dem Ergebnis gelangt, daß sich der Marktanteil der Anmelder auf höchstens rund [...](2) (siehe Anhang II) belaufen würde. Der Hauptkonkurrent des neuen Unternehmens wird Smurfit mit einem Marktanteil von mehr als [...] % sein. Andere bedeutende Wettbewerber mit Anteilen von weniger als [...] % wie British Plaster Board, David Smith, Reno, Rodano-Ovaro und Köhler werden auf dem Markt bleiben. Angesichts des Marktanteils der Anmelder, der Präsenz starker Wettbewerber und der vielen Substitutionsmöglichkeiten auf der Angebotsseite führt der geplante Zusammenschluß weder zur Begründung noch zur Verstärkung einer beherrschenden Stellung.

C. Vertrieb von graphischen Papieren

(56) Graphische Papiere sind der Oberbegriff für verschiedene Arten von gestrichenem und ungestrichenem gewöhnlichen Druck- und Schreibpapier. Zeitungspapier fällt nicht unter diesen Begriff. BT und VRG vertreiben graphische Papiere in der gesamten Gemeinschaft.

Etwa ein Drittel der von VRG verkauften und etwa ein Zehntel der von BT verkauften Papiere werden von KNP erzeugt, das nur in sehr geringem Umfang Direktverkäufte tätigt.

(57) Graphische Papiere können von den Papierherstellern entweder direkt an den Kunden (Direktverkäufe) oder über Händler (Großhändler) verkauft werden. Die Händler können diese entweder aus ihren Lagerbeständen oder nach der „Indent"-Methode liefern, wenn der Auftrag des Kunden zwar vom Hersteller ausgeführt, aber einem Händler übergeben wird, der für die Fakturierung sorgt und vom Hersteller eine Provision erhält. Die Papierhersteller tätigen ihre Verkäufe auch durch Zwischenschaltung von Vertretern oder anderen Vermittlern auf Provisionsbasis. Die Händler sind für solche Kunden interessant, die mit kleinen Mengen schnell beliefert werden müssen, sowie für Kunden, die eine Vielzahl von Erzeugnissen benötigen. Die Hersteller sind ihrerseits für Kunden interessant, die große Mengen zu niedrigen Preisen abnehmen.

(1) Weniger als 35 %.
(2) Weniger als 45 %.

Der Vertrieb durch Händler kann als ein von den Direktverkäufen der Hersteller getrennter Markt angesehen werden.

(58) Beim Betrieb von graphischen Papieren überschneiden sich die Tätigkeiten von VRG und BT räumlich nur in den Niederlanden, in Belgien und im Vereinigten Königreich.

Die Anmelder haben angegeben, daß der Markt für den Vertrieb von graphischen Papieren durch Händler geographisch eingeschränkt ist, weil kleine Mengen innerhalb kurzer Fristen an Kunden geliefert werden müssen, die keine Vorräte halten wollen.

Legt man die engste Definition des Marktbegriffs zugrunde, nämlich den Vertrieb von graphischen Papieren durch Händler in einem einzigen Mitgliedstaat, so würden sich die Marktanteile des neuen Unternehmens nach Angaben der Anmelder auf rund [...](1) in den Niederlanden, [...](2) in Belgien und [...](3) im Vereinigten Königreich belaufen. Die Anmelder haben für diese Schätzungen folgende Zahlen für den Vertrieb von graphischen Papieren durch Händler herangezogen: 695 000 Tonnen in den Niederlanden, 540 000 Tonnen in Belgien und 1 780 000 Tonnen im Vereinigten Königreich.

Auf diesen Märkten sind bedeutende Wettbewerber vertreten, wie Stora, MoDo, International Paper (Scaldia), Graphisch Papier (PWA) und Arjo Wiggins in den Niederlanden mit Marktanteilen von jeweils etwa [...](2), Stora (Marktanteil [...](2), Arjo Wiggins [...](2) und Igepa [...](2) in Belgien sowie Arjo Wiggins, Bunzl, Modo und PWA im Vereinigten Königreich. Bei diesen Wettbewerbern handelt es sich zum Teil um große Papierhersteller mit einem internationalen Vertriebsnetz sowie erheblicher Sachkenntnis und bedeutenden Ressourcen. Außerdem gibt es noch eine Reihe kleiner Vertriebshändler wie Finpaka, JVA und Nordland in Belgien und in den Niederlanden.

Die Präsenz derselben Wettbewerber in verschiedenen Mitgliedstaaten ist ein Hinweis dafür, daß die Papierhersteller nunmehr überall in der Gemeinschaft Vertriebsnetze aufbauen. Zu den Neuzugängen auf Großhandelsebene in den drei genannten Ländern gehören Modo in Belgien sowie Schneider und International Paper (durch den Erwerb von Scaldia Paper) in den Niederlanden.

(1) Weniger als 45 %.
(2) Weniger als 25 %.
(3) Weniger als 20 %.

Die von der Kommission in diesen drei Ländern angesprochenen Abnehmer haben erklärt, daß nach dem Zusammenschluß genügend andere Anbieter von graphischen Papieren die gesamte von BT und VRG angebotene Produktpalette liefern können. Diese Kunden beziehen gegenwärtig ihre graphischen Papiere von sieben bis zwölf verschiedenen Lieferanten und konnten andere Bezugsquellen nennen, auf die sie ihre Bezüge verlagern könnten.

(59) Die Kosten für die Aufnahme einer Vertriebstätigkeit im Bereich der graphischen Papiere in kleinen Mitgliedstaaten wie Belgien und den Niederlanden sind relativ gering. Für den Papiervertrieb bieten sich hierbei verschiedene Möglichkeiten an (Vertretung, Indentgeschäft, Kauf eines Lagers). Nach Angaben der Industrie belaufen sich die Zugangskosten auf anfänglich etwa [...] Millionen bfrs und die Anlaufverluste während vier bis fünf Jahren auf rund [...] Millionen bfrs jährlich.

(60) Aus den vorerwähnten Gründen ist davon auszugehen, daß das neue Unternehmen auf dem Markt für den Vertrieb von graphischen Papieren in Belgien oder in den Niederlanden keine beherrschende Stellung einnehmen wird.

D. Weitere Haupttätigkeitsbereiche

Papier

(61) Die Papierverkäufe von KNP aus der Produktion in der Gemeinschaft betragen rund 600 Millionen ECU, während der Papierumsatz von Leykam in der EG schätzungsweise 250 Millionen ECU beträgt. BT und VRG erzeugen kein Papier.

(62) KNP und Leykam vereinigen auf sich schätzungsweise [...](4) des Gemeinschaftsumsatzes von holzfreiem, gestrichenen Papier und [...](4) bei holzstoffhaltigem, gestrichenen Papier. Marktführer sind die schwedische Gesellschaft Stora (insgesamt [...](4) für beide Papiersorten) und die finnische Gesellschaft Kymmene (ebenfalls [...](4)). Arjo Wiggins ist mit einem Anteil von [...](4) an diesem Markt ebenfalls ein bedeutender Wettbewerber.

(63) Es ist nicht davon auszugehen, daß der Grad und Umfang der vertikalen Integration dem neuen Unternehmen einen bedeutenden zusätzlichen Wettbewerbsvorteil gegenüber seinen anderen starken Wettbewerbern auf den Papiermärkten verschaffen werden.

(4) Weniger als 25 %.

Andere Märkte

(64) Es wurde ebenfalls der Frage nachgegangen, ob die neue Gruppe über eine große Nachfragemacht bei Altpapier verfügen würde, die ihr die Möglichkeit gäbe, andere Käufer vom Markt zu verdrängen.

Gegenwärtig besteht kein Mangel an Altpapier, und es wird damit gerechnet, daß in den kommenden Jahren das Altpapierangebot noch steigen wird. Es besteht auch kein Hinweis dafür, daß ein Konjunkturaufschwung zu einem Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage führen würde. Unter diesen Umständen wird eine Marktverdrängung nicht für möglich gehalten.

E. Schlußfolgerung

(65) Aus den vorerwähnten Gründen ist die Kommission zu dem Schluß gelangt, daß der zwischen KNP, BT und VRG geplante Zusammenschluß zur Begründung einer beherrschenden Stellung auf den Märkten für den Vertrieb und die Wartung von Druckmaschinen in den Niederlanden und Belgien führen würde, die zur Folge hätte, daß wirksamer Wettbewerb in einem wesentlichen Teil des Gemeinsamen Marktes im Sinne des Artikels 2 Absatz 3 der Fusionskontrollverordnung erheblich behindert würde.

VI. VERPFLICHTUNGSERKLÄRUNGEN DER PARTIEN

(66) Die Anmelder haben angeboten, das Zusammenschlußvorhaben in seiner ursprünglichen, der Kommission gemeldeten Fassung durch die Aufnahme folgender Verpflichtungserklärungen zu ändern:

„1. KNP, BT und VRG verpflichten sich förmlich und unwiderruflich, spätestens zum 31. Dezember 1993 die Geschäftsbeziehungen zu MAN-Roland bzw. Heidelberger Druckmaschinen für Belgien und für die Niederlande entweder in Übereinstimmung mit dieser Vereinbarung oder im gegenseitigen Einvernehmen einzustellen.

2. Um zu gewährleisten, daß die in Ziffer 1 genannte Verpflichtung ordnungsgemäß erfüllt wird, verpflichten sich KNP, BT und VRG (bzw. das neue Unternehmen), bis spätestens 31. Dezember 1993 die Vermögenswerte in Verbindung mit dem Vertrieb und der Wartung derjenigen Druckmaschinen zu veräußern, für die die Geschäftsbeziehungen zu MAN-Roland oder Heidelberger Druckmaschinen eingestellt werden. Der Verkauf dieser Vermögenswerte beinhaltet die Übernahme des notwendigen Personals und der bestehenden Wartungsverträge, um sicherzustellen, daß der Käufer vom Zeitpunkt des Erwerbs dieser Vermögenswerte an in der Lage ist, den Vertrieb und die Wartung von MAN-Roland oder Heidelberger Druckmaschinen in Belgien und in den Niederlanden fortzuführen. Die Vermögenswerte dürfen nicht an natürliche oder juristische Personen verkauft werden, die die beabsichtigte Wirkung der Vermögensveräußerung (nämlich Fortführung des Vertriebs und der Wartung derjenigen Druckmaschinen, für die die Geschäftsbeziehungen eingestellt werden, durch Dritte in Belgien und in den Niederlanden) verhindern würden. Zu diesem Zweck verpflichten sich KNP, BT und VRG (bzw. das neue Unternehmen), Verkaufsverhandlungen mit allen Interessenten aufzunehmen, die bereit sind, die betreffenden Vermögenswerte zu geschäftsüblichen Bedingungen zu kaufen.

3. Sind die Parteien nicht in der Lage, ihrer Verpflichtung zur Veräußerung der Vermögenswerte bis 31. Dezember 1993 nachzukommen, so kann diese Frist um höchstens zwei mal sechs Monate verlängert werden. Jeder Verlängerungsantrag muß ordnungsgemäß begründet werden. Die Parteien unterrichten die Kommission insbesondere über die Unternehmen, mit denen sie Verhandlungen aufgenommen haben, und übermitteln eine Beschreibung dieser Verhandlungen unter Angabe der Gründe für ihr etwaiges Scheitern.

4. Um eine Unterbrechung der Wartungsdienste für die von den Parteien bereits vertriebenen Druckmaschinen zu verhindern, dürfen während der Verkaufsverhandlungen die Verpflichtungen nicht so ausgelegt werden, daß sie die Parteien davon abhalten, den gegenüber ihren Kunden eingegangenen Wartungsverpflichtungen, insbesondere den im Rahmen bestehender Vertriebs- oder Wartungsvereinbarungen eingegangenen Garantieverflichtungen, nachzukommen.

5. Nach Erfüllung der in Ziffer 1 und 2 erwähnten Verpflichtungen dürfen weder KNP, BT und VRG noch das neue Unternehmen mittelbar oder unmittelbar Vertriebs- oder Wartungstätigkeiten für diejenigen Druckmaschinen ausführen, für die die Geschäftsbeziehungen in Belgien oder in den Niederlanden eingestellt wurden. Diese Verpflichtung gilt solange, wie KNP, BT und VRG bzw. das neue Unternehmen MAN-Roland oder Heidelberger Druckmaschinen in diesen beiden Ländern vertreiben und warten. Unbeschadet ihrer Verpflichtungen in bezug auf Zusammenschlüsse von gemeinschaftsweiter Bedeutung aufgrund der Fusionskontrollverordnung verpflichten sich KNP, BT und VRG bzw. das neue Unternehmen außerdem, die Kommission von neuen Vertriebs- und/oder Wartungsvereinbarungen mit Dritten — mit Ausnahme von Vereinbarungen mit entweder MAN-Roland oder Heidelberger —, die sie für Belgien und die Niederlande für einen Zeitraum von fünf Jahren vom Datum der Kommissionsentscheidung an schließen, schriftlich in Kenntnis zu setzen.

6. KNP ist:

— die Gesellschaft KNP oder eine Gesellschaft, die KNP mittelbar oder unmittelbar kontrolliert,

— jede Gesellschaft die mittelbar oder unmittelbar von KNP oder von einer natürlichen oder juristischen Person kontrolliert wird, die der direkten oder indirekten Kontrolle von KNP untersteht, sowie

— jede Person, die im Namen einer der in den beiden vorstehenden Gedankenstrichen erwähnten Gesellschaften handelt;

BT ist:

— die Gesellschaft BT oder eine Gesellschaft, die BT mittelbar oder unmittelbar kontrolliert,

— jede Gesellschaft, die mittelbar oder unmittelbar von BT oder von einer natürlichen oder juristischen Person kontrolliert wird, die der direkten oder indirekten Kontrolle von BT untersteht, sowie

— jede Person, die im Namen einer der in den beiden vorstehenden Gedankenstrichen erwähnten Gesellschaften handelt;

VRG ist:

— die Gesellschaft VRG oder eine Gesellschaft, die VRG mittelbar oder unmittelbar kontrolliert,

— jede Gesellschaft, die mittelbar oder unmittelbar von VRG oder von einer natürlichen oder juristischen Person kontrolliert wird, die der direkten oder indirekten Kontrolle von VRG untersteht, sowie

— jede Person, die im Namen einer der in den beiden vorstehenden Gedankenstrichen erwähnten Gesellschaften handelt;

das neue Unternehmen ist:

— das aus dem Zusammenschlußvorhaben entstehende Unternehmen oder jede Gesellschaft, die dieses Unternehmen mittelbar oder unmittelbar kontrolliert,

— jede Gesellschaft, die mittelbar oder unmittelbar durch das neue Unternehmen oder durch eine natürliche oder juristische Person kontrolliert wird, die der direkten oder indirekten Kontrolle des neuen Unternehmens untersteht, sowie

— jede Person, die im Namen einer der in den vorstehenden Gedankenstrichen erwähnten Gesellschaften handelt."

(67) Diese Verpflichtungen müssen bei der Beurteilung der Auswirkungen des Zusammenschlußvorhabens auf den niederländischen und den belgischen Markt für den Vertrieb und die Wartung von Druckmaschinen berücksichtigt werden.

(68) Die Beendigung der Geschäftsbeziehungen zu Heidelberger Druckmaschinen oder MAN-Roland durch die Parteien bewirkt, daß Vertrieb und Wartung der beiden führenden Druckmaschinenfabrikate in Belgien und in den Niederlanden nicht mehr von einem einzigen Unternehmen durchgeführt werden. Die Veräußerung der betreffenden Vermögenswerte unter den in den Verpflichtungserklärungen genannten Bedingungen wird gewährleisten, daß der Erwerber die Vertriebs- und Wartungstätigkeiten von BT bzw. VRG ohne Unterbrechung der bestehenden Vereinbarungen übernehmen kann. Der Wettbewerb zwischen Vertriebshändlern von MAN-Roland und Heidelberger Druckmaschinen wird in Belgien und in den Niederlanden fortbestehen können, und die Möglichkeit, die die Kunden von BT und VRG in diesen beiden Ländern bisher hatten, zwischen zwei Maschinen wählen zu können, wird durch den Zusammenschluß nicht beeinträchtigt.

(69) Die Auswirkungen des Zusammenschlusses, wie sie in Abschnitt A unter den Randnummern 19 bis 30 beschrieben sind, würden unter diesen Voraussetzungen nicht eintreten. Der Zusammenschluß würde in seiner durch die Verpflichtungserklärungen der Parteien geänderten Form somit weder zur Begründung noch zur Verstärkung einer beherrschenden Stellung führen, die wirksamen Wettbewerb in einem wesentlichen Teil des Gemeinsamen Marktes im Sinne des Artikels 2 Absatz 3 der Fusionskontrollverordnung erheblich behindern würde.

(70) Aufgrund der Änderung des Zusammenschlußvorhabens und unter der Voraussetzung, daß den Bedingungen und Auflagen gemäß Artikel 8 Absatz 2 zweiter Unterabsatz der Fusionskontrollverordnung in vollem Umfang nachgekommen wird, kann die Kommission den Zusammenschluß für vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt erklären.

(71) Sollten aber die Geschäftsbeziehungen zu MAN-Roland bzw. Heidelberger Druckmaschinen nicht innerhalb der in den Verpflichtungserklärungen der Parteien festgelegten Frist eingestellt oder andere von den Parteien eingegangene Verpflichtungen nicht erfüllt werden, so hat die Kommission gemäß Artikel 8 Absatz 5 der vorerwähnten Verordnung das Recht, diese Entscheidung zu widerrufen —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Unter der Voraussetzung, daß den in den Verpflichtungserklärungen enthaltenen und in der Randnummer 66 dieser Entscheidung genannten Bedingungen und Auflagen in vollem Umfang nachgekommen wird, wird der von den Parteien am 8. Dezember 1992 angemeldete Zusammenschluß für mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

— Bührmann-Tetterode NV
Paalbergweg 2
NL-1105 AG Amsterdam
Niederlande

— NV Koninklijke KNP
Bonairelaan 4
NL-1213 VH Hilversum
Niederlande

— VRG-Groep NV
Hoogooddreef 62
NL-1101 BE Amsterdam-Zuidoost
Niederlande

Brüssel, den 4. Mai 1993

Für die Kommission
Karel VAN MIERT
Mitglied der Kommission

ANHANG I

(in 1 000 Tonnen)

Aus Altpapier hergestellte Pappe Mit Ausnahme von Wellpappe	Produktionskapazitäten	
KNP BT		
Zusammen	[...]	[...] %
Smurfit BPB VPK Videcart Rodano/Ovaro Varel Leinfelder Reno de Medici David Smith Oudin Albert Köhler Mayr-Meinhof		
Insgesamt	2 339	100 %

ANHANG II

(in 1 000 Tonnen)

Graphisches Papier	Verkäufe in der EG			
	1989	1990	1991	
KNP	[...]	[...]	[...]	
BT	[...]	[...]	[...]	
Zusammen	[...]	[...]	[...]	[...] %
Smurfit				
BPB				
VPK				
Videcart				
Rodano/Ovaro				
Varel				
Leinfelder				
Reno de Medici				
David Smith				
Kohele				
Andere				
Insgesamt			388	100 %

(in 1 000 Tonnen)

Vollpappe	Verkäufe in der EG			
	1989	1990	1991	
KNP	[...]	[...]	[...]	
BT	[...]	[...]	[...]	
Zusammen	[...]	[...]	[...]	[...] %
Smurfit				
BPB				
VPK				
Videcart				
Rodano/Ovaro				
Varel				
Leinfelder				
Reno de Medici				
David Smith				
Kohele				
Andere				
Insgesamt			1 169	100 %