II

(Nicht veröffentlichungsbedürftige Rechtsakte)

KOMMISSION

ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION
vom 25. November 1998
mit der ein Zusammenschluß für vereinbar mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens erklärt wird
(Sache IV/M.1225 — ENSO/STORA)

(Bekanntgegeben unter Aktenzeichen K(1998) 3653)

(Nur der englische Text ist verbindlich)

(Text von Bedeutung für den EWR)

(1999/641/EG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf das Abkommen über den Europäischen Wirtschaftsraum, insbesondere auf Artikel 57,

gestützt auf die Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 des Rates vom 21. Dezember 1989 über die Kontrolle von Unternehmenszusammenschlüssen [1], zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1310/97 [2], insbesondere auf Artikel 8 Absatz 2,

gestützt auf den Beschluß der Kommission vom 31. Juli 1998, in dieser Sache ein Verfahren einzuleiten,

nachdem den beteiligten Unternehmen Gelegenheit gegeben wurde, ihre Bemerkungen zu den Einwänden der Kommission vorzubringen,

gestützt auf die Stellungnahme des Beratenden Ausschusses für Unternehmenszusammenschlüsse [3],

in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) Am 18. Juni 1998 wurde der Kommission ein Vorhaben gemäß Artikel 4 der Verordnung (EWG) Nr. 4064/89 (nachstehend: Fusionskontrollverordnung) bei der Kommission ein Vorhaben angemeldet, mit dem Enso Oyj („Enso“) einen vollständigen Zusammenschluß mit Stora Kopparbergs Bergslags AB („Stora“) vollziehen möchte. Das neue Unternehmen soll den Namen Stora Enso Oyj („Stora Enso“) tragen.

(2) Nach Prüfung der Anmeldung ist die Kommission zu dem Ergebnis gelangt, daß das angemeldete Vorhaben in den Anwendungsbereich der Fusionskontrollverordnung fällt. Sie beschloß deshalb am 31. Juli 1998, ein Verfahren nach Artikel 6 Absatz Buchstabe c) der Fusionskontrollverordnung einzuleiten.

I. DIE PARTEIEN

(3) Enso ist ein in der Holzindustrie tätiger Industriekonzern, der vor allem Holzfasererzeugnisse herstellt. Seine Tätigkeiten bestehen aus der Holzbeschaffung, der Herstellung von Papier, Karton und Zellstoff sowie dem Betrieb von Sägewerken. Enso ist auch im Großhandel tätig. Enso ist in Finnland eingetragen, wo seine Haupttätigkeiten liegen. Enso unterhält auch in anderen europäischen Ländern Produktionsstätten, insbesondere in Deutschland und den baltischen Staaten, sowie in Asien.

(4) Stora ist ein ebenfalls in der Holzindustrie tätiger Industriekonzern, der Zellstoff, Papier und Karton herstellt und Sägewerke betreibt. Stora ist in Schweden eingetragen, wo sich seine Haupttätigkeiten befinden. Es unterhält auch in anderen europäischen Ländern Produktionsanlagen, insbesondere in Deutschland, sowie in Kanada.

II. DAS VORHABEN

(5) Das Vorhaben ist ein „Zusammenschluß zwischen Gleichen“, der über ein am 2. Juni 1998 veröffentlichtes Kaufangebot für sämtliche Anteile an Stora erfolgen soll, bei dem die Aktionäre von Stora neue von Enso ausgegebene Aktien erhalten.

[1] ABl. L 395 vom 30.12.1989, S. 1; korrigiert in ABl. L 257 vom 21.9.1990, S. 13.
[2] ABl. L 180 vom 9.7.1997, S. 1.
[3] ABl. C 275 vom 27.9.1999.

(6) Nach dem Kaufangebot wird Stora zu einer vollständigen Tochtergesellschaft von Enso. Die beiden größten Aktionäre von Stora Enso werden der finnische Staat mit rund 17,6 % der Anteile und 21 % der Stimmrechte sowie Investor AB sein, der gegenwärtig größte Aktionär von Stora mit rund 10,6 % der Aktien und 11,3 % der Stimmrechte.

III. GEMEINSCHAFTSWEITE BEDEUTUNG

(7) Enso und Stora erzielen gemeinsam einen weltweiten Umsatz von mehr als 5 Mrd. ECU (Enso 4,9763 Mrd. ECU und Stora 5,1397 Mrd. ECU). Ihr gemeinschaftsweiter Umsatz beträgt jeweils mehr als 250 Mio. ECU (Enso [...] (*) Mio. ECU und Stora [...]* Mio. ECU), wobei sie jedoch nicht mehr als zwei Drittel ihres gemeinsamen gemeinschaftsweiten Umsatzes innerhalb desselben Mitgliedstaats erzielen. Das angemeldete Vorhaben ist somit von gemeinschaftsweiter Bedeutung, jedoch kein Fall für eine Zusammenarbeit gemäß dem EWR-Abkommen.

IV. VEREINBARKEIT MIT DEM GEMEINSAMEN MARKT

Relevante Produktmärkte

Allgemeines

(8) Von den Parteien wurden folgende Märkte als horizontal betroffen angegeben: Zeitungsdruckpapier, Zeitschriftenpapier, Feinpapier, Wellpappe-Rohstoffe, Verbraucherverpackung und Zellstoff.

(9) Die Tätigkeiten der Parteien bei Wellpappe-Rohstoffen überschneiden sich nur in beschränktem Maße. Es gibt zwei Arten von Wellpappe-Rohstoffen: Wellenpapier, die gewellte Mittelschicht von Wellpappe, und Deckenpapier, die flachen Oberflächenschichten der Wellpappe, die auf beiden Seiten des Wellenpapiers aufgeklebt werden. Wellpappe-Rohstoffe werden für die Herstellung von Wellpappe und schließlich Wellpappeschachteln und -Behältern verwendet, die überwiegend für Transportverpackungen verwendet werden. Die einzige Überschneidung zwischen den Tätigkeiten der Parteien bei Wellpappe-Rohstoffen gibt es bei der Herstellung und dem Verkauf von Wellenpapier an unabhängige Veredler. Stora hat bei diesen Rohstoffen einen Marktanteil von 2,1 % im EWR, wesentlich weniger als internationale Konzerne wie SCA mit 11,9 % und Jefferson Smurfit Group mit 10,6 %. Der Marktanteil von Enso bei Wellpappe-Rohstoffen ist nicht erheblich. Deshalb wird dieser Markt nicht eingehender erörtert.

(10) Sowohl Enso als auch Stora sind mit der Erzeugung von Halbstoff befaßt. Der Anteil des durch den Zusammenschluß entstehenden Unternehmens am Markt der Zellstofferzeugung würde im EWR 20,6 % betragen, der Anteil des größten Wettbewerbers 15,2 %. Ein Großteil des von den Parteien erzeugten Zellstoffes wird für ihre eigene Papier- und Kartonherstellung verwendet, gemäß den Statistiken sind Verkäufe dieser Erzeugnisse aber nicht auszuschließen. Man kann jedoch davon ausgehen, daß die Zellstofferzeugung der Parteien nach Abzug der Eigenerzeugung weder auf EWR- noch auf weltweiter Ebene spürbare Marktanteile ergeben würde. Deshalb wird dieser Markt ebenfalls nicht weiter erörtert.

(11) Die Kommission hat in früheren Fällen vier Teilmärkte für Feinpapier definiert: ungestrichenes holzhaltiges, ungestrichenes holzfreies, gestrichenes holzhaltiges und gestrichenes holzfreies Papier. Sie hat bisher die genaue Definition des Produktmarktes offengelassen [4]. Eine genaue Marktdefinition ist für diesen Fall insofern nicht erforderlich, da bei keiner der alternativen Marktdefinitionen ein tatsächlicher Wettbewerb im EWR oder einem wesentlichen Teil desselben spürbar behindert würde. Deshalb wird dieser Markt nicht weiter erörtert.

a) *Zeitungspapier*

(12) Zeitungspapier wird überwiegend zur Veröffentlichung von Zeitungen verwendet. Zur Herstellung von Zeitungspapier ist mechanischer oder aufgearbeiteter Zellstoff von wenigstens 65 % Gewichtsanteil erforderlich. Es gibt verschiedene Sorten Zeitungspapier je nachdem, ob es sich um vergütetes, kalandriertes, weißes oder eingefärbtes Papier handelt. Der Remissionsgrad unterscheidet sich je nach Sorte.

(13) Gemäß den Angaben der Beteiligten reichen die Unterschiede bei der Qualität, den Merkmalen und dem Preis zwischen den verschiedenen Zeitungspapiersorten nicht aus, um die einzelnen Sorten unterschiedlichen Produktmärkten zuordnen zu können. Deshalb gehen sie von einem einheitlichen Markt für Zeitungspapier aus. Nach ihrer Auffassung besteht ein hohes Maß an Substituierbarkeit zwischen den verschiedenen Sorten sowohl auf der Angebots- als auch der Nachfrageseite, weshalb die meisten Druckereien in der Lage seien, die verschiedenen Sorten ohne aufwendige Anpassungen an ihren Druckmaschinen zu verwenden.

(14) Die Kommission hat in einer früheren Entscheidung [5] unter anderem festgestellt, daß bei Zeitungspapier ein hohes Maß an Substituierbarkeit auf der Angebots- wie auch der Nachfrageseite besteht, und daß die Preisunterschiede nicht erheblich sind. Deshalb hat sie diesen Markt als einen einzigen Produktmarkt angesehen. Auch wenn man im vorliegenden Fall den Markt z. B. in Standard- und verbessertes Zeitungspapier unterteilt, würde sich die Bewertung des angemeldeten Vorhabens nicht wesentlich ändern. Deshalb kann in diesem Fall der Markt für Zeitungsdruckpapier als der relevante Produktmarkt angesehen werden.

(*) Teile der vorliegenden Entscheidung wurden so abgefaßt, daß vertrauliche Angaben nicht offengelegt werden; diese Teile stehen in eckigen Klappern und sind durch ein * gekennzeichnet.

[4] Entscheidung vom 24. Februar 1992 (IV/M.166 — Torras/Sarrió), ABl. C 58 vom 5.3.1992, S. 20; Entscheidung vom 19. September 1994 (IV/M.499 — Jefferson Smurfit/Saint-Gobain), ABl. C 284 vom 12.10.1994, S. 3; Entscheidung vom 20. Februar 1995 (IV/M.549 — Svenska Cellulosa/PWA Papierwerke), ABl. C 57 vom 7.3.1995, S. 6; Entscheidung vom 11. Juni 1998 (IV/M.1006 — UPM-Kymmene-April), ABl. C 219 vom 15.7.1998, S. 9.

[5] Entscheidung vom 30. Oktober 1995 (IV/M.646 — Repola/Kymmene), ABl. C 318 vom 29.11.1995, S. 3.

b) *Zeitschriftenpapier*

(15) Zur Herstellung von Zeitschriftenpapier sind mechanischer, chemischer und aufgearbeiteter Zellstoff sowie Chemikalien, Füllstoffe und Pigmente erforderlich. Die Beteiligten haben zwei Hauptsorten von Zeitschriftenpapier genannt, nämlich ungestrichenes superkalandriertes holzhaltiges Zeitschriftenpapier (SC) und gestrichenes holzhaltiges Papier in Rollen. Das gestrichene Papier haben sie weiter in leichtgewichtiges (LWC), mittelgewichtiges (MWC) und schwergewichtiges gestrichenes Papier (HWC) unterteilt. Nach ihren Angaben steht holzfreies gestrichenes Papier in Rollen (WFC) im Wettbewerb zu gestrichenem holzhaltigem Papier.

(16) Nach den Angaben der Beteiligten besteht auf der Nachfrageseite ein hohes Maß an Austauschbarkeit zwischen den verschiedenen Sorten Zeitschriftenpapier. Die allgemeine Reaktion auf die von der Kommission durchgeführten Untersuchungen läßt jedoch auf eine eher beschränkte Substituierbarkeit schließen. Die Auswahl einer Papiersorte für eine Veröffentlichung hängt von einer Reihe von Kriterien ab, wie der Art der Veröffentlichung, der Zielgruppe und ihrer Bereitwilligkeit, einen bestimmten Preis zu zahlen, dem Verhältnis zwischen der Qualität und dem Preis des Papiers. Außerdem ändern die Verlage nicht häufig die Sorte des für ihre Veröffentlichungen verwendeten Papiers.

(17) Es ist jedoch nicht erforderlich, den relevanten Produktmarkt näher zu definieren, da sich die Bewertung dieses Vorhabens auch bei einer Erwägung engerer Produktmärkte nicht ändern würde. Für die Zwecke dieses Falles ist der relevante Produktmarkt somit der Markt des Zeitschriftenpapiers.

c) *Verbraucherverpackung*

(18) Verbraucherverpackung kann in eine Vielzahl von Sorten und Arten unterteilt werden. Karton wird entweder aus Frischfaser oder einer Mischung aus Alt- und Frischfasern hergestellt. Gewöhnlich wird zwischen folgenden vier Hauptsorten unterschieden: gebleichte Sulfatpappe, Faltschachtelkartons, ungebleichte Sulfatpappe und Kartons mit weißer Decke. Während die ersten drei Kartonsorten aus Frischfasern hergestellt werden, wird Karton mit weißer Decke aus Altfaserstoff gewonnen. Das Pappematerial wird zu Kartons oder Faltkartons und Bechern geformt, und an Hersteller von Nahrungsmitteln und Konsumgütern einschließlich fester und flüssiger Nahrungsmittel, Zigaretten, Kosmetika und Arzneimittel weiterverkauft. Der Karton wird in begrenztem Maße auch für graphische Anwendungen benutzt.

(19) Die Beteiligten ordnen Verbraucherverpackung zwei relevanten Produktmärkten zu. Zur ersten Gruppe zählen sämtliche Pappen auf Frischfaser- und Altfasergrundlage, d. h. sämtliche Verpackungen einschließlich gebleichter und ungebleichter Sulfatpappe, Faltschachtelkartons und Kartons mit weißer Decke. Die Beteiligten nennen diesen Markt den „Frisch- und Altfasermarkt". Zweitens haben sie den Frischfaser-Kartonmarkt ausgewiesen, zu dem ausschließlich die aus Frischfasern hergestellten gebleichten und ungebleichten Sulfatpappen und Faltschachtelkartons gehören. Die Beteiligten bezeichnen diesen Markt als den „Frischfasermarkt".

(20) Nach den Ausführungen der Beteiligten können Frischfaserkartons für die Verpackung sowohl flüssiger als auch nichtflüssiger Stoffe verwendet werden, während Kartons aus Altfaserstoff lediglich für die Verpackung nichtflüssiger Stoffe eingesetzt werden können. Kartons mit weißer Decke werden in begrenztem Umfang für die Verpackung von flüssigen Stoffen, mit Ausnahme von Nahrungsmitteln, etwa von Waschmitteln, verwendet. Nach Auffassung der Beteiligten sind die Mengen jedoch nicht ausreichend, um Kartons mit weißer Decke zum Frischfasermarkt zu rechnen.

Substituierbarkeit auf der Nachfrageseite

Keine Substituierbarkeit zwischen Frischfaserkarton für flüssiges und nicht flüssiges Füllgut

(21) Nach Auffassung der Beteiligten besteht auf der Nachfrageseite ein hohes Maß an Substituierbarkeit zwischen den verschiedenen Frischfaserkartonsorten wegen u. a. derselben Rohstoffe und ähnlicher Herstellungstechniken. Sie räumen jedoch ein, daß jede Kartonsorte gemäß den Spezifikationen des jeweiligen Weiterverarbeiters hergestellt wird, die zumindest teilweise mit Rücksicht auf den Verwendungszweck der Verpackung festgelegt werden. Dies führe zu Abweichungen bei den physikalischen Eigenschaften der Kartonsorten gemäß den Unterschieden in den Zellstoffmischungen, der Anzahl von Schichten und der verwendeten chemischen Zusatzstoffe. Die Parteien führen jedoch aus, daß die Verarbeiter nicht nur in der Lage seien, zwischen den verschiedenen Frischfaserkartonsorten zu wechseln, sondern dies auch häufig täten.

(22) Flüssigkeitsverpackungen sind für Enderzeugnisse wie Milch und Säfte bestimmt. Die Kartons werden auf besonderen Maschinen abgefüllt. Es gibt zwei Hauptarten von Flüssigkeitsverpackungssystemen: sogenannte aseptische und frische Verpackungen. Während aseptische Verpackungen eine Regalverweildauer von bis zu zwei Jahren haben, müssen Frischverpackungen gekühlt aufbewahrt werden und können nur bis zu zwei Wochen im Regal verbleiben.

(23) Nach den Angaben der Beteiligten ist das Auftragen einer Kunststoffbeschichtung oder eines Aluminiumlaminats auf den Karton der wichtigste technische Unterschied zwischen Verpackungskarton für flüssiges und für sonstiges Füllgut. Ist die Verpackung für frische Flüssigkeiten bestimmt, muß der Karton mit Plastik beschichtet werden (Polyäthylenbeschichtung). Ist er für die aseptische Verpackung bestimmt, so muß ein Laminat aufgetragen werden. Laminieren besteht aus dem Verleimen einer Verbindung von Aluminium und Plastik mit dem Karton. Nach dem Vorbringen der Beteiligten sind die physikalischen Eigenschaften des für die Verpackung flüssiger und sonstiger Stoffe verwendeten Rohkartons die gleichen. Die Eignung des Kartons für die Verpackung von Flüssigkeiten entstehe im wesentlichen durch das Auftragen der Plastikbeschichtung bzw. der Plastik- und Aluminiumbeschichtung. Die Rolle des Kartonherstellers beschränke sich somit auf die Fertigung des Rohkartons, der für die Verpackung flüssigen und nicht flüssigen Füllguts verwendet werden könne.

(24) Die Antworten auf die Fragen der Kommission lassen jedoch erkennen, daß die Appretur des Kartons allein nicht ausreicht, um Verpackungskarton für flüssiges Füllgut herzustellen, und daß sich bereits die Anforderungen an den Rohkarton erheblich von den Anforderungen an die sonstigen Sorten Frischfaserkarton unterscheiden. Die von der Kommission angesprochenen Abnehmer wie auch die Hersteller haben angegeben, daß die Verpackung flüssigen Füllguts ein anspruchsvoller Verwendungszweck ist, und daß an die unterschiedlichen Merkmale des Verpackungskartons für flüssiges Füllgut größere Anforderungen als bei den sonstigen Arten von Frischfaserkarton gestellt werden. Verpackungskarton für flüssiges Füllgut muß verschiedene Anforderungen u. a. im Hinblick auf seine Eignung für die Beförderung in einer Abfüllanlage und zur Gewährleistung des bestmöglichen Verpackungsergebnisses erfüllen. Der Karton muß licht-, reiß- und leckfest sein. Außerdem muß er die bei der Abfüllung entstehende Feuchtigkeit abweisen und besondere Anforderungen an die Beförderbarkeit des Füllguts z. B. beim Kühlkettenvertrieb von Frischware erfüllen. Die Ergebnisse der Untersuchung der Kommission werden noch im einzelnen erörtert.

(25) Die Untersuchung hat gezeigt, daß ein wichtiger Unterschied zwischen Karton für Flüssigkeitenverpackung und für andere Verwendungszwecke darin besteht, daß Karton für Flüssigkeiten besonders absorptionsfest sein muß. Um ein Auslaufen der Flüssigkeit zu verhindern, muß der Karton geleimt werden ([6]). In der Untersuchung wurde deutlich, daß Karton für flüssiges Füllgut besonders gründlich geleimt werden muß.

(26) Verpackungskarton für flüssiges Füllgut muß höheren bakteriologischen, lebensmittelrechtlichen und umwelttechnischen Anforderungen genügen. Die Hersteller befolgen in der Regel die amerikanischen FDA-Regeln ([7]) und die deutschen BgVV-Regeln ([8]). Gemäß den Kunden sind auch einige EU-Richtlinien ([9]) anwendbar. Die Abnehmer und einige Hersteller halten die Vorschriften für Flüssiganwendungen für strenger als die für nichtflüssige Anwendungen. Es ist allgemeine Auffassung der Kunden und einiger Hersteller, daß die Vorschriften für die Verpackungen für flüssige Lebensmittel wesentlich schwerer einzuhalten sind als die für Verpackungen für feste Stoffe.

([6]) Leimen besteht aus der Imprägnierung des Kartons, um die Kartonfasern aneinander zu binden. Der Leim wird dem Zellstoff am Auslaufkasten hinzugefügt.

([7]) U.S. Food and Drug Administration: Federal Food, Drug and Cosmetic Act.

([8]) BGA (Bundesgesundheitsamt), Bundesinstitut für gesundheitlichen Verbraucherschutz in der Veterinärmedizin.

([9]) Z. B. Richtlinie 92/46/EWG des Rates vom 16. Juni 1992 mit Hygienevorschriften für die Herstellung und Vermarktung von Rohmilch, wärmebehandelter Milch und Erzeugnissen auf Milchbasis (ABl. L 268 vom 14.9.1992, S. 1).

(27) Für die aseptische Lebensmittelverpackung muß der Karton sterilisiert werden. Bei aseptischen Verpackungen erfolgt die Sterilisierung gewöhnlich durch eine Peroxidbehandlung ([10]). Peroxid ist ein aggressiver Stoff, der besonders hohe Anforderungen an das Leimen stellt, wobei gewährleistet werden muß, daß die Kartonfasern die Peroxidlösung abstoßen. Bei Verpackungen für feste Lebensmittel hat nach Aussage der Abnehmer und einiger Hersteller das Leimen nicht diese ausschlaggebende Bedeutung.

(28) Die Untersuchung ergab ferner, daß bei Verpackungen flüssiger Stoffe die Reißfestigkeit von größerer Bedeutung als bei anderen Kartonsorten ist. Die Faltbarkeit des Kartons ist insofern wichtig, als Flüssigkeiten leicht kleinste Risse durchdringen, was bei festem Füllgut nicht der Fall ist. Durch Risse wird die Verpackung gasundichter und nichtsterilen Stoffen wie z. B. Fasern ausgesetzt, wobei sich unsterile Teilchen in den Flüssigkeiten auflösen können. Bei aseptischen Verpackungen stellt die lange Regalverweildauer von bis zu zwei Jahren besondere Anforderungen an die Kartongüte, da die Verpackung einer Rissebildung während der ganzen Verweildauer des Produktes widerstehen können muß.

(29) Von Dritten wurde darauf hingewiesen, daß organoleptische Anforderungen z. B. in bezug auf Färbungen und Gerüche bei Kartons für Flüssignahrungsmittel sehr viel schwieriger zu erfüllen sind als bei sonstigen Kartonsorten. Flüssignahrungsmittel wie z. B. Milch sind in dieser Hinsicht sehr empfindlich und absorbieren sehr leicht Färbungen und Gerüche, während feste Lebensmittel unsterilen Partikeln sehr viel besser widerstehen können.

(30) Die Beteiligten räumen ein, daß die Verpackung flüssiger Nahrungsmittel zu den anspruchsvollsten Endverwendungszwecken zähle und daß die unter den Randnummern 25 bis 29 beschriebenen Merkmale von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut wichtig seien. Sie machen jedoch geltend, daß eine Reihe der genannten Anforderungen auch für Karton gelte, der für die Verpackung anderer Arten von Waren verwendet werde. Es trifft zwar zu, daß z. B. die organoleptischen Anforderungen an Karton für die Zigaretten- oder Schokoladeverpackung ähnlich sein mögen wie bei Flüssigkeiten. Das gilt jedoch für andere Anforderungen, wie den Absorptionswiderstand von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut, nicht. Kein anderer Endverwendungszweck von Verbraucherverpackungen erfordert die Erfüllung sämtlicher Anforderungen innerhalb derart enger Toleranzen.

(31) Unter diesen Voraussetzungen kann man davon ausgehen, daß bezogen auf die Substituierbarkeit auf der Nachfragseite Flüssigkeitenkarton einen von Karton für nichtflüssiges Füllgut getrennten Produktmarkt bildet.

([10]) Peroxid wird durch das Eintauchen des Verpackungsmaterials in ein heißes Peroxidbad oder das Aufsprühen von Peroxid auf den gefalteten Karton aufgetragen.

Keine Substituierbarkeit zwischen Verpackungskarton für flüssiges Füllgut und sonstigen Verpackungsmaterialien

(32) Nach den Ausführungen der Beteiligten besteht ein hoher Grad an Substituierbarkeit bei der Nachfrage nach Karton für die Verpackung flüssiger Güter und sonstigem Verpackungsmaterial wie Glas und Plastik. Dieser Behauptung wurde jedoch von Packkartonabnehmern eindeutig widersprochen.

(33) Die Kunden der Hersteller von Flüssigkeitenkarton sind Weiterverarbeiter wie Tetra Pak, SIG Combibloc und Elopak und nicht die Endabnehmer, wie z. B. die Molkereien. Die Weiterverarbeiter sind nicht in der Lage, innerhalb der bestehenden Verpackungssysteme zu einem anderen Verpackungsmaterial überzuwechseln. Die Ersetzung von Karton durch ein anderes Material wäre keine praktikable Lösung u. a. wegen der Herstellungstechnik und der vorhandenen Maschinen. Ein Wechsel würde umfangreiche Investitionen bei den vorhandenen Abfüll- und Verpackungsmaschinen erfordern. Die Abnehmer von Flüssigkeitenkarton wechseln deshalb nicht zu einem anderen Material (Karton, Plastik, Glas) als Reaktion auf kurzfristige Preisbewegungen über.

(34) Die Beteiligten führen aus, daß Nachfrageänderungen, z. B. bei Molkereien oder im Einzelhandel, die Verarbeiter zwingen würden, ihre Produktion auf Plastik umzustellen. Die Kommission ist jedoch der Auffassung, daß die Entscheidung eines Lebensmittelherstellers, von Flüssigkeitenkarton zu Plastik zu wechseln, ein einmaliger Schritt wäre. Eine solche Umstellung würde regelmäßig die gesamte Anwendung betreffen und eine dauerhafte Änderung im Nachfragemuster bedingen. Die Nachfrage nach Flüssigkeitenkarton kann daher durch Plastik dadurch nur langfristig und dauerhaft beeinflußt werden. Für die Definition des relevanten Produktmarkts wird Plastik deshalb nicht als direkter Ersatz für Flüssigkeitenkarton angesehen.

(35) Diese Untersuchungsergebnisse stehen im Einklang mit früheren Entscheidungen [11] über Nahrungsmittel- und Flüssigkeitenverpackungen, mit denen festgestellt wurde, daß der relevante Produktmarkt nicht sämtliche Verpackungsmaterialien umfaßt.

(36) Aus den vorerwähnten Gründen ordnet die Kommission die sonstigen Verpackungsmaterialien nicht demselben relevanten Produktmarkt wie Verpackungskarton für flüssiges Füllgut zu.

[11] Entscheidung vom 6. Juni 1991 (IV/M.081 — VIAG/Continental Can), ABl. C 156 vom 14.6.1991, S. 10; Entscheidung 96/222/EG (IV/M.603 — Crown Cork & Sea/Carnaud MetalBox), ABl. L 75 vom 23.3.1996, S. 38; Entscheidung vom 21. April 1998 (IV/M.1109 — Owens Illinois/BTR Packaging), ABl. C 165 vom 30.5.1998, S. 7.

Substituierbarkeit auf der Angebotsseite

Keine Substituierbarkeit zwischen Frischfaserkartonsorten für flüssige und trockene Füllgüter

(37) Die Beteiligten machen geltend, daß auf der Angebotsseite ein hohes Maß an Substituierbarkeit zwischen den verschiedenen Sorten von Frischfaserkarton aufgrund u. a. derselben Rohstoffe und der gleichen Herstellungstechnik bestehe. Nach Auffassung der Beteiligten ist eine solche Substituierbarkeit bereits gegeben, wenn dieselbe Maschine für die Herstellung von mehr als einer Sorte verwendet werden kann. Außerdem bestünden keine ernsthaften technischen Hindernisse für die Herstellung von Flüssigverpackungskarton, so daß andere Hersteller von Frischfaserkarton auch in der Lage wären, Verpackungskarton für flüssiges Füllgut herzustellen.

(38) Die Untersuchung hat gezeigt, daß es aus technischer Sicht theoretisch zwar möglich ist, mit ein und derselben Maschine unterschiedliche Sorten Frischfaserkarton herzustellen. Bei der Produktion besteht jedoch ein hohes Maß an Spezialisierung, z. B. auf bestimmte Sorten von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut, wobei die führenden Hersteller sich auf bestimmte Endverwendungszwecke konzentrieren, was entweder strategische Gründe hat oder durch die angestammte Praxis bedingt ist, für bestimmte Weiterverarbeiter zu produzieren. Sowohl die Beteiligten als auch die Abnehmer haben bestätigt, daß der eigentliche Grund für die Vereinheitlichung der Kartonmaschinen in der Vermeidung der Umstellungskosten und damit der Erzielung von Größenvorteilen zu sehen ist. [...]*.

(39) Die Untersuchung hat ferner gezeigt; daß eine Umstellung der Produktion auf neue Sorten des genannten Kartons selbst für die erfahrenen Hersteller nicht einfach und sehr zeitaufwendig ist. Nach Angaben von Abnehmern von Flüssigkeitenkarton müßte der großtechnischen Produktion eines neuen Kartons durch einen neuen Hersteller eine umfangreiche Planung, Entwicklung, Prüfung, Versuchsproduktion und praktische Erprobung vorausgehen. Dafür könnte ein Zeitraum von bis zu 36 Monaten erforderlich sein. Es ist nicht davon auszugehen, daß für einen Hersteller, der bereits Verpackungen für trockenes Füllgut herstellt, eine Umstellung auf Karton für Flüssiggut weniger Zeit in Anspruch nehmen würde, da dieser Hersteller die gleichen Schritte gehen müßte. Nach Angabe der Beteiligten würde die Anlaufzeit für die großtechnische Produktion für einen Hersteller, der bislang keinen Flüssigverpackungskarton herstellt, 12 bis 18 Monate betragen. Die Untersuchung der Kommission hat ferner ergeben, daß eine Umstellung den Herstellern von Verpackungskarton für nichtflüssiges Füllgut erhebliche Kosten verursachen würde.

(40) Hieraus ist zu schließen, daß auf der Angebotsseite keine unverzügliche Reaktion möglich wäre. Deshalb bezieht die Kommission die Substituierbarkeit auf der Angebotsseite nicht in die Marktdefinition ein, sondern untersucht diese Frage im Rahmen des potentiellen Wettbewerbs (siehe unten).

Schlußfolgerung

(41) In Anbetracht der geringen Substituierbarkeit auf der Nachfrageseite zwischen Verpackungskarton für flüssiges und nichtflüssiges Füllgut sowie anderen Packmitteln und der begrenzten Substituierbarkeit auf der Angebotsseite zwischen Verpackungskarton für flüssiges und nichtflüssiges Füllgut ist der Markt für den erstgenannten Karton in diesem Fall als der relevante Produktmarkt anzusehen.

(42) Bei Verpackungskarton für nichtflüssiges Füllgut kann nicht ausgeschlossen werden, daß Altfaserkarton einbezogen werden sollte. Ferner könnte eine weitere Unterteilung nach Verwendungszweck wie z. B. Zigarettenschachteln, Becherkarton, Kosmetika, graphische Anwendungen etc. gerechtfertigt sein. Diesen Fragen braucht hier jedoch nicht weiter nachgegangen zu werden, da selbst bei der am engsten gefaßten Definition von Karton für nichtflüssige Anwendungen keine marktbeherrschende Stellung durch das Vorhaben begründet oder verstärkt würde.

Geographisch relevante Märkte

a) *Zeitungsdruckpapier*

(43) Nach Auffassung der Beteiligten ist für Zeitungspapier der Weltmarkt der geographisch relevante Markt. Sie haben vorgebracht, daß Zeitungspapier weltweit gehandelt wird und daß die Einfuhr aus dem EWR und Ausfuhr dorthin erheblich sei. Nach Ansicht der Beteiligten bezieht die Mehrzahl der Abnehmer ihre Ware sowohl bei inländischen als auch bei internationalen Anbietern unabhängig von deren tatsächlichem Standort. Außerdem machen sie geltend, daß sich die Preise nicht in erheblichem Maße zwischen den einzelnen Kontinenten unterschieden und daß es keine spürbaren Handelsschranken gebe.

(44) In früheren Fällen ([12]) war die Kommission zu dem Ergebnis gelangt, daß der Wettbewerb bei Zeitungsdruckpapier wenigstens auf EWR-Ebene stattfindet. In einem jüngsten Fall betreffend den kanadischen Hersteller Abitibi Consolidated fand die Kommission spürbare Anzeichen für einen EWR-Markt ([13]). Die bisherigen Untersuchungen im vorliegenden Fall bestätigen die Annahme eines EWR-Marktes und nicht eines weltweiten Marktes. Die Einfuhren von Zeitungsdruckpapier in den EWR waren in den vergangenen zehn Jahren geringfügig und relativ stabil. Im Jahr 1997 betrugen sie lediglich 744 000 t oder 7,6 % des Gesamtverbrauches und stammten überwiegend aus Kanada sowie zu einem kleineren Teil aus Rußland und den USA ([14]).

(45) Nach Angaben von Zeitungspapierabnehmern spielt der Standort der Papierfabriken in bezug auf den Standort der Druckereien eine wichtige Rolle, weshalb es auch keine spürbaren Einfuhren von außerhalb Europas gebe. Zölle und Transportkosten würden nach ihrer Meinung die Zeitungspapierpreise erhöhen und eine Schranke gegen Bezüge von außerhalb Europas bilden. Außerdem würden die im EWR verwendeten Güteklassen nicht genau mit den in Nordamerika hergestellten Sorten übereinstimmen. So würden auch die aus Kanada eingeführten geringen Mengen als der europäischen Gütequalität unterlegen und „billig" angesehen. Zu den Einfuhren aus Rußland bemerkten die Abnehmer, daß deren Qualität für ihre Bedürfnisse nicht als zufriedenstellend gelten könne. Schließlich sei aus den Preisbewegungen nicht zu entnehmen, daß Nordamerika und der EWR Teil desselben relevanten Produktmarktes seien, da die Preise zwischen den beiden Kontinenten erheblich schwanken könnten.

(46) Die Beteiligten machen geltend, daß bei einem vorübergehenden Überangebot in anderen Teilen der Welt deren überschüssige Mengen auf dem EWR-Markt zum Verkauf angeboten würden, was ein Nachweis für einen weltweiten Markt sei. Die Kommission stimmt dieser Auffassung nicht zu. Es gibt beim bisherigen Stand der Ermittlungen keinen Nachweis dafür, daß derartige Verkäufe stattgefunden haben, weshalb dieses Argument als rein hypothetisch einzustufen ist.

(47) Auf der Grundlage der bisherigen Untersuchungen ist für die Bewertung dieses Vorhabens davon auszugehen, daß der geographisch relevante Markt nicht größer als der EWR-Markt ist.

b) *Zeitschriftenpapier*

(48) Nach dem Vorbringen der Beteiligten werden erhebliche Mengen Zeitschriftenpapier aus dem EWR ausgeführt. Es handelt sich deshalb nach ihrer Auffassung um einen weltweiten Markt.

(49) Nach Angaben der Beteiligten entfallen auf die EWR-Ausfuhren rund 13 % der Gesamtproduktion. Die Einfuhren seien gegenwärtig jedoch beschränkt und deren Anteil am EWR-Markt unerheblich. Die Kommission hatte in einer früheren Entscheidung ([15]) festgestellt, daß der geographisch relevante Markt zumindest den EWR umfasse. Angaben von Dritten bestätigen diese Einschätzung auch für den vorliegenden Fall.

(50) Aus diesen Gründen wird für die Zwecke dieses Falles davon ausgegangen, daß der geographisch relevante Markt für Zeitschriftenpapier wenigstens der EWR-Markt ist.

c) *Verpackungskarton für nichtflüssiges Füllgut*

(51) Alles deutet darauf hin, daß der Markt für Verpackungskarton für nichtflüssiges Füllgut wenigstens den EWR-Markt umfaßt. Für die Zwecke dieses Falles ist es jedoch nicht erforderlich, den geographisch relevanten Markt für diesen Verpackungskarton zu definieren, da auch bei der Definition des kleinstmöglichen Marktes das Vorhaben nicht zur Begründung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung führen würde.

d) *Verpackungskarton für flüssiges Füllgut*

(52) Nach den Ausführungen der Beteiligten gibt es bei Verpackungskarton für flüssiges Füllgut umfangreiche weltweite Handelsströme, weshalb der Weltmarkt der geographisch relevante Markt sei.

([12]) Entscheidung vom 12. Mai 1992 (IV/M.210 — Mondi/Frantschach), ABl. C 124 vom 16.5.1992, S. 19; vgl. auch (IV/M.646 — Repola/Kymmene), s. Fußnote 5.

([13]) Entscheidung vom 14. September 1998 (IV/M.1296 — Norske Skog/Abitibi/Hansol Paper), ABl. C 306 vom 6.10.1998, S. 11.

([14]) Die Einfuhren unterliegen einem Zollsatz von 3,5 %, der bis zum Jahr 2002 stufenweise abgebaut wird. Für die Einfuhren aus Kanada gibt es ein zollfreies Kontingent von 630 000 t.

([15]) IV/M.646 — Repola/Kymmene, s. Fußnote 5.

(53) Die Beteiligten machen geltend, daß umfangreiche Ausfuhren aus dem EWR ein Hinweis auf einen weltweiten Markt seien. Als Beispiel hierfür nennen sie den Ausfuhranteil des in Rede stehenden Verpackungskartons an der Gesamtproduktion, der [zwischen und 20 und 30 %]* im Jahr 1997 betrug. Umfangreiche Kartonausfuhren der Parteien können allein nicht als Nachweis für einen weltweiten Markt gelten. Nach den Angaben der Beteiligten beliefen sich die gesamten Ausfuhren aus dem EWR im Jahr 1997 auf lediglich 10 % des gesamten Marktes. Hierbei ist zu bedenken, daß diese Ausfuhren überwiegend nach Asien gehen, wo der genannte Verpackungskarton praktisch nicht hergestellt wird.

(54) Die Beteiligten weisen darauf hin, daß die Abnehmer von Flüssigverpackungskarton umfangreiche Kartonmengen aus Nordamerika einführen. Nach den von ihnen gelieferten Informationen beliefen sich die gesamten Einfuhren von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut aus Nordamerika nach Westeuropa im Jahr 1997 auf rund 8 % des gesamten Marktes. Die Einfuhren sind ungleichmäßig verteilt, da einige Kunden erhebliche Mengen einführen und andere praktisch keine Einfuhren tätigen. Dies kann zwar als Anzeichen dafür gewertet werden, daß Einfuhren weder überteuert noch schwierig zu tätigen sind, die Kommission hat jedoch herausgefunden, daß Kartons aus Nordamerika überwiegend aus strategischen Gründen eingeführt wurden.

(55) Die Beteiligten machen ferner geltend, die Kommission habe in ihrer Entscheidung 92/163/EWG (Tetra Pak II) ([16]) anerkannt, daß der Wettbewerb beim Verkauf von Karton für Flüssigkeitenverpackung auf weltweiter Ebene stattfinde. Der Markt für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut war jedoch nicht Gegenstand der Untersuchung in dieser Entscheidung, die den nachgeordneten Markt betraf. Außerdem wurde in dieser Entscheidung weder der geographisch relevante Markt ausdrücklich festgelegt, noch würden Faktoren wie Einfuhren und Ausfuhren, Zölle oder nichttarifäre Handelsschranken untersucht. Deshalb muß die Kommission der Auffassung der Parteien widersprechen, sie habe den Weltmarkt bereits als den geographisch relevanten Markt anerkannt.

(56) Von den Abnehmern wird allgemein die Auffassung vertreten, daß Bezüge von außerhalb Europas aufgrund der Zölle und Transportkosten sowie der Umweltschutzauflagen in einigen Mitgliedstaaten nicht rentabel seien. Die Faserstoffkosten sind in Nordamerika niedriger als im EWR. Gegenwärtig werden auf die Einfuhren von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut Zölle von 4 bis 6,6 % erhoben, die bis Ende 2003 stufenweise abgebaut werden. Gemäß den Angaben der Beteiligten sind die Kosten für die Beförderung aus den Vereinigten Staaten um [zwischen 5 und 15 %]* höher, was eine weitere Preiserhöhung von rund [zwischen 1 % und 5 %]* je Tonne verursacht.

(57) Die Kommission hat ferner festgestellt, daß die Kartonsorten im EWR so entwickelt werden, daß sie bestimmte Umweltschutzauflagen erfüllen, was außerhalb Europas nicht unbedingt der Fall ist. Hinsichtlich Verpackungskarton für flüssiges Füllgut hat die Untersuchung ergeben, daß erhebliche Unterschiede zwischen in den USA und im EWR vermarktetem Karton bestehen. In den Vereinigten Staaten wird eine Kartonsorte hergestellt, die in Europa nur in einem geringen Maße benutzt wird, was u. a. auf ihr verglichen mit den europäischen Sorten höheres Gewicht zurückzuführen ist. Dieser Gesichtspunkt spielt in Mitgliedstaaten wie Deutschland, Österreich, den Niederlanden und Skandinavien eine große Rolle, wo die Abfallverringerung ein wichtiges Anliegen des Umweltschutzes ist. So wird z. B. in den Niederlanden und in Deutschland bei den Umweltschutzauflagen das Kartongewicht zugrunde gelegt. Während in Deutschland von der „DSD Duales System Deutschland" eine Verwertungsgebühr je kg Karton erhoben wird, schreibt in den Niederlanden der „Integratiecovenant Verpakkingen" eine Verringerung sämtlicher Verpackungen einschließlich Karton an der Quelle von 10 % bis zum Jahr 2001 vor. Mit der Verringerung an der Quelle soll das Kartongewicht unter Beibehaltung der Leistungsanforderungen verringert werden. In beiden Fällen wäre die Verwendung amerikanischen Kartons wirtschaftlich von Nachteil. Nach den Angaben der Parteien hat im EWR abgesetzter nordamerikanischer Karton einen höheren Quadratmeterpreis.

(58) Die Nachfragestrukturen sowie die Zölle und Umweltschutzanforderungen im EWR erschweren somit die Ausfuhren aus den Vereinigten Staaten in den EWR, obwohl Anzeichen dafür vorhanden sind, daß die Faserkosten in den Vereinigten Staaten niedriger sind. Diese Schwierigkeiten werden durch die Tatsache erhärtet, daß sich die Einfuhren aus den Vereinigten Staaten in den vergangenen sieben Jahren bei weniger als 10 % des EWR-Gesamtverbrauchs gehalten haben. Schließlich hat die Untersuchung der Kommission ergeben, daß Bezüge aus Osteuropa wegen der geringeren Kartonqualität im allgemeinen nicht als zufriedenstellende Alternative gelten. Gegenwärtig wird Verpackungskarton für flüssiges Füllgut von Osteuropa nicht in den EWR eingeführt.

(59) In Anbetracht der geringen Einfuhren, der Zölle, der Beförderungskosten, der nichttarifären Handelshemmnisse im Bereich des Umweltschutzes und der nachweislich unterschiedlichen Angebotsstruktur in Nordamerika, Osteuropa und dem EWR wird der geographisch relevante Markt für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut als nicht größer als der EWR-Markt angesehen. Einige der genannten Faktoren, wie z. B. der Abbau der Zölle, könnten eine allmähliche Entwicklung zu einem umfassenderen Markt bewirken. Diese Faktoren reichen jedoch gegenwärtig nicht aus, um schlüssig nachzuweisen, daß der relevante Markt größer ist als der EWR. Die von den Einfuhren von außerhalb des EWR gespielte Rolle wird in dem Teil potentieller Wettbewerb der Würdigung eingehender erörtert.

V. **WÜRDIGUNG**

a) ***Zeitungspapier***

Bestehender Wettbewerb

(60) Nach Angaben der Beteiligten beläuft sich der Gesamtverbrauch an Zeitungspapier im EWR auf 9,7 Mio. t. Ihr gemeinsamer Anteil am EWR-Markt wurde mit [zwischen 20 % und 30 %]* (Enso [zwischen 10 % und 15 %]*, Stora [zwischen 10 % und 15 %]* angegeben. Die Beteiligten waren nicht in der Lage, Absatzzahlen zu den Marktanteilen ihrer Wettbewerber nach Umfang oder Wert anzugeben. Sie konnten hingegen Angaben zu den Anteilen an der installierten Kapazität im EWR

([16]) Sache IV/31.043, ABl. L 72 vom 18.3.1992, S. 1.

machen. Die Kommission konnte sich anhand vertraulicher von den wichtigsten Wettbewerbern vorgelegten Angaben davon überzeugen, daß die Kapazitätszahlen im wesentlichen den am Umsatz gemessenen Anteilen entsprechen. Außerdem bestätigen die veröffentlichten Statistiken des Verbandes der europäischen Papierhersteller (CEPI), daß die Gesamtkapazität und die Nachfrage im EWR im wesentlichen ausgeglichen sind. Auf dieser Grundlage ist in der nachstehenden Tabelle die relative Stellung der wichtigsten Anbieter im EWR wiedergegeben.

Tabelle

Marktstellung der wichtigsten Anbieter im Jahr 1997

Enso	[zwischen 10 % und 15 %] *
Stora	[zwischen 10 % und 15 %] *
Zusammen	[zwischen 20 % und 30 %] *
UPM-Kymmene	[zwischen 15 % und 20 %] *
Norske Skund	[zwischen 10 % und 15 %] *
Haindl	[zwischen 10 % und 15 %] *
Modo	[zwischen 10 % und 15 %] *

Es gibt noch eine Reihe kleinerer Anbieter im EWR wie z. B. SCA, Myllykoski, Palm usw. Im Jahr 1997 machten die Zeitungspapiereinfuhren, überwiegend aus Kanada und Rußland, rund 7,6 % des EWR-Verbrauchs aus.

(61) Wie vorstehend dargelegt, ist das Angebot bei Zeitungspapier einigermaßen konzentriert. Während auf die sechs führenden Hersteller rund 75 % der Kapazität entfallen, macht der größte der kleineren Anbieter weniger als 5 % dieser Kapazität aus und erreicht größenmäßig weniger als die Hälfte des kleinsten der großen sechs Hersteller.

(62) Die Wettbewerber haben gegenüber diesem Vorhaben keine Bedenken geäußert, während von einigen Abnehmern allgemeine Bedenken angesichts der zunehmenden Konzentration in der Zeitungspapierindustrie, jedoch keine besonderen Bedenken zu diesem Zusammenschlußvorhaben geltend gemacht wurden. Außerdem waren einige Abnehmer sogar der Auffassung, daß der Markt gegenwärtig manipuliert sei.

(63) Im vorliegenden Fall kam die Kommission zu dem Ergebnis, daß der Wettbewerb zwischen den sechs größten Anbietern für das Gesamtergebnis des Marktes ausschlaggebend ist. Die Nachfrageseite besteht aus einigen sehr großen Abnehmern wie der Murdoch-Gruppe und dem Axel Springer Verlag sowie einer großen Anzahl mittlerer und kleiner Abnehmer. Nach Angaben der Beteiligten entfallen auf die größten Abnehmer [zwischen 25 % und 35 %]* des Marktes. Einige der größten Abnehmer von Zeitungspapier beziehen Mengen, mit denen die gesamte Kapazität einiger der größten Hersteller ausgelastet wäre.

(64) Für die Anbieter sind die größten Abnehmer eine Quelle der Stabilität und damit der Sicherheit, da ein Verlust oder Teilverlust eines Großabnehmers einem Hersteller erhebliche Probleme bei der Auslastung seiner Papiererzeugungskapazität bereiten könnte. Die Anbieter sind deshalb sehr bemüht, keinen Großkunden zu verlieren. Andererseits stellen die sechs größten Anbieter für die größten Abnehmer praktisch die einzige Bezugsquelle dar. Dies ging aus der Untersuchung der Kommission hervor, die zeigte, daß die größten Abnehmer im wesentlichen bei den größten Herstellern beziehen und nur diese als tatsächliche oder potentielle Anbieter ansehen.

(65) Die in den Vertragsverhandlungen zwischen den größten Abnehmern und den sechs großen Anbietern vereinbarten Bedingungen haben spürbare Auswirkungen auf den übrigen Markt, nicht nur weil auf die sechs größten Anbieter 75 % des Marktes entfallen, sondern auch wegen der Größe und der Abnahmemengen dieser Abnehmer. Deshalb spielen diese Vertragshandlungen eine ausschlaggebende Rolle für die Funktionsweise des Zeitungsdruckpapiermarktes. Die sechs größten Anbieter, UPM-Kymmene, Enso, Stora, Norske Skog, MoDo und Haindl, bilden ein Oligopol, wobei der Wettbewerb zwischen den Mitgliedern des Oligopols um die Großaufträge für die Marktergebnisse ausschlaggebend ist. Deshalb kann man davon ausgehen, daß eine vom Oligopol gegenüber den Großabnehmern durchgesetzte Preiserhöhung zu einer allgemeinen Preissteigerung im Markt führen würde. Die Kommission hat untersucht, ob dieses Vorhaben geeignet ist, zur Begründung oder Verstärkung einer beherrschenden Marktstellung des Oligopols beizutragen.

Oligopolistische Beherrschung

(66) In der Entscheidung 97/26/EG (IV/M.619 — Gencor/Lonrho) ([17]) hatte die Kommission festgestellt: „Ähnlich negative Auswirkungen wie die, die sich aus der beherrschenden Stellung eines einzelnen Unternehmens ergeben, hat auch die beherrschende Stellung eines Oligopols. Eine solche Situation kann eintreten, wenn die bloße Anpassung der Mitglieder des Oligopols an die Marktbedingungen ein wettbewerbswidriges Parallelverhalten verursacht, durch das das Oligopol beherrschend wird. Eine aktive Kollusion wäre daher keine unbedingte Voraussetzung dafür, daß die Mitglieder des Oligopols eine beherrschende Stellung erreichen und sich in erheblichem Ausmaß unabhängig von ihren restlichen Wettbewerbern, ihren Kunden und schließlich auch den Verbrauchern verhalten."

(67) Im vorliegenden Fall kam die Kommission zu dem Ergebnis, daß die Gegebenheiten des Zeitungsdruckpapiermarktes auf einen Markt mit geringen Wettbewerbsanreizen für die Mitglieder des Oligopols schließen lassen. Der Markt weist im Gegenteil mehrere Merkmale eines wettbewerbswidrigen oligopolistischen Marktes auf: nur mäßiges Wachstum auf der Nachfrageseite, ein hohes Maß an Konzentration auf der Angebotsseite, ein homogenes Erzeugnis, ausgereifte Herstellungstechnik, hohe Zutrittsschranken und ähnliche Kostenstrukturen. Außerdem wurde festgestellt, daß der Zusammenschluß zu einer Erhöhung des Herfindahl-Hirschman-Indexes um 313 Punkte führen würde, was eine erhebliche Veränderung wäre.

([17]) Sache IV/M.619, ABl. L 11 vom 14.1.1997, S. 30, Randnr. 140.

(68) Nach einer eingehenden Untersuchung des Marktes ist die Kommission jedoch zu dem Ergebnis gelangt, daß der Zusammenschluß nicht zur Begründung oder Verstärkung der beherrschenden Stellung eines Oligopols führen würde. Nach den Ausführungen der Beteiligten ist der Zeitungspapiermarkt bei Schlüsselgrößen wie Lieferungen und Preisen nicht transparent; insbesondere bei den Preisen ließen insgeheim gewährte Rabatte auf eine fehlende Markttransparenz schließen. Ein potentieller Wettbewerb könnte nach den Untersuchungsergebnissen, u. a. von kanadischen Einfuhren ausgehen. Außerdem können die größten Abnehmer wohl ein gewisses Maß an Nachfragemacht ausüben. Deshalb ist die Kommission zu dem Ergebnis gelangt, daß eine Verkleinerung des Oligopols von 6 auf 5 Mitglieder unter den Gegebenheiten des vorliegenden Falles nicht ausreicht, um zur Begründung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung zu führen.

b) ***Zeitschriftenpapier***

(69) Nach Angaben der Beteiligten beläuft sich der Gesamtverbrauch an Zeitschriftenpapier im EWR auf 7,94 Mio. t. Der gemeinsame Marktanteil der Beteiligten wird mit [zwischen 20 % und 25 %]* (Enso [zwischen 5 % und 10 %]*, Stora [zwischen 10 % und 15 %]*) angegeben. Die Beteiligten waren nicht in der Lage, Absatzzahlen zu den Marktanteilen ihrer Mitbewerber nach Umfang oder Wert anzugeben, konnten jedoch Angaben zu den Anteilen an der installierten Kapazität im EWR machen. Auf dieser Grundlage ist in der nachstehenden Tabelle die Stellung der wichtigsten Hersteller im EWR bezogen auf die Kapazität wiedergegeben.

Tabelle

Marktstellung der wichtigsten Anbieter im Jahr 1997

Enso	[zwischen 5 % und 10 %] *
Stora	[zwischen 10 % und 15 %] *
Zusammen	[zwischen 15 % und 25 %] *
UPM-Kymmene	[zwischen 20 % und 25 %] *
Metsä-Serla	[zwischen 15 % und 20 %] *
Burgo	[zwischen 5 % und 10 %] *
Haindl	[zwischen 5 % und 10 %] *
Norske Skog	[zwischen 5 % und 10 %] *
SCA	[zwischen 5 % und 10 %] *
Modo	[zwischen 1 % und 5 %] *

(70) Nach dem Zusammenschluß würden auf die beiden führenden Anbieter von Zeitschriftenpapier 45 % und die drei führenden Anbieter rund 60 % der Kapazität im EWR entfallen.

(71) Aus denselben Gründen wie bei Zeitungspapier hat die Kommission die Frage einer oligopolistischen Beherrschung beim Zeitschriftenpapiermarkt untersucht. Sie kam aus im wesentlichen den gleichen Gründen wie bei Zeitungspapier zu dem Ergebnis, daß dieses Vorhaben nicht zur Begründung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung des Oligopols auf dem Zeitschriftenpapiermarkt führen würde.

c) ***Verpackungskarton für nichtflüssiges Füllgut***

(72) In diesem Markt würden die Beteiligten im EWR einen Anteil von lediglich [zwischen 25 % und 35 %]* erzielen. Wenn man den Markt nach Anwendungen, wie z. B. Zigarettenkarton, Becherkarton usw., untergliedert, würden sich je nach Anwendung keine oder nur begrenzte Überschneidungen zwischen den Parteien im Markt ergeben, da Stora und Enso keinen Verbraucherkarton für nichtflüssige Anwendungen für genau denselben Verwendungszweck herstellen. Deshalb würde in diesem Markt der Zusammenschluß nicht zur Begründung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung führen.

d) ***Verpackungskarton für flüssiges Füllgut***

Marktanteile

(73) Die Beteiligten konnten für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut keine Angaben zum Gesamtmarkt machen. Die Kommission setzt für den Wert des gesamten EWR-Frischfasermarktes einen Umfang von 2 bis 2,5 Mrd. ECU an, wovon ein wesentlicher Teil auf Verpackungskarton für flüssiges Füllgut entfällt.

(74) Der Gesamtumfang des Marktes für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut wurde von den Beteiligten für das Jahr 1997 mit einer Liefermenge von 1 062 700 t angegeben. Diese Angabe entspricht nach Überprüfung durch die Kommission im wesentlichen den von dritter Seite vertraulich vorgelegten Zahlen. Bezogen auf die verbrauchten Mengen haben die Beteiligten ihre gemeinsamen Lieferungen im Jahr 1997 mit [zwischen 500 000 t und 1 000 000 t]* angegeben. Demnach würde ihr Anteil an dem genannten Markt [zwischen 50 % und 70 %]* betragen und damit weit vor den übrigen Marktteilnehmern liegen. Die Parteien haben die Marktanteile für Korsnäs mit [zwischen 10 % und 20 %]* und für Assi-Domän mit [zwischen 10 % und 20 %]* angegeben. Auch diese Zahlenangaben wurden von der Kommission anhand von vertraulichen Zahlen überprüft, die Abnehmer von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut vorgelegt hatten.

Potentieller Wettbewerb

i) *Zutrittsschranken*

(75) Die Schranken beim Eintritt in den Frischfaserkartonmarkt sind hoch. Vor allem die Kosten für den Bau einer Kartonmaschine, die von den Parteien mit rund [zwischen 300 und 400]* Mio. ECU angegeben wurden, sind erheblich. Risiken beim Marktzutritt sind auch angesichts der Bedeutung von Größenvorteilen gegeben: Der für einen rentablen Absatz angegebene Mindestumsatz beträgt je nach Werk zwischen 50 000 t und 200 000 t jährlich. Außerdem machen die bescheidenen Wachstumsraten von 1 % bis 2 % jährlich einen Markteintritt noch weniger attraktiv.

(76) Im Markt für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut bestehen eine Reihe weiterer Zutrittsschranken. Die wichtigste ist die Tatsache, daß zur Herstellung dieser Kartonsorte eine integrierte Langfaser-Zellstoffabrik erforderlich ist. Außerdem sind gemäß den Parteien die folgenden Ausrüstungen/Verfahren zur Herstellung von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut erforderlich: verbesserte Zellstoffreinigungs- und Zellstoffraffinierungsanlagen, Änderungen am Siebwasserumlaufsystem und Einbau einer pH-Kontrollanlage.

(77) Wegen der hohen Investitionskosten und der Tatsache, daß für die Herstellung von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut ein bestimmter Umfang an Produktionskapazität und Verkäufen erforderlich ist, müßte sich ein potentieller Neuzugänger noch vor der Vornahme von Anlageinvestitionen durch Abnahmeverträge mit den Kunden einen bestimmten Absatz sichern. In Anbetracht der mit einem Wechsel verbundenen Probleme und der Tatsache, daß die Beziehungen zwischen Herstellern und Abnehmern von Flüssigverpackungskarton in der Regel von beständiger und langfristiger Natur sind, erscheint eine solche Umstellung schwierig. In den vergangenen zehn Jahren kam es im EWR zu keinen Neuzugängen im Markt für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut.

ii) *Potentielle Wettbewerber*

(78) Da der Bau einer neuen Kartonfabrik mehrere Jahre dauert und die Investitionskosten erheblich sind, ist es unwahrscheinlich, daß in absehbarer Zukunft ein neuer Hersteller in den Markt für Frischfaserkarton oder für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut eintreten wird.

(79) Nach Angaben der Beteiligten wäre das Werk von International Paper in Svetogorsk, Rußland, ein realistischer potentieller Wettbewerber auf dem letztgenannten Markt. Die Untersuchung der Kommission hat jedoch gezeigt, daß der in diesem Werk hergestellte Karton von geringer Qualität und für den westeuropäischen Markt ungeeignet ist. Die Fabrik beliefert gegenwärtig im wesentlichen den russischen Markt. Außerdem wurde durch die Untersuchung bestätigt, daß es erhebliche Investitionen und mehrere Jahre erfordern würde, bis die Fabrik in Svetogorsk für den westeuropäischen Markt produzieren könnte.

(80) Die Beteiligten weisen darauf hin, daß ein ebenfalls zu International Paper gehörendes Werk in Kwidzyn, Polen, Verpackungskarton für flüssiges Füllgut an einen Verarbeiter in Frankreich liefere. Der Kommission ist jedoch bekannt, daß das Werk in Kwidzyn diese Kartonsorte weder hergestellt noch in absehbarer Zukunft in den EWR liefern kann.

(81) Die Beteiligten führen aus, daß der gegenwärtig von den Wettbewerbern Korsnäs und AssiDomän vorgenommene Ausbau der Kapazität zur Herstellung von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut den Wettbewerb im EWR verschärfen werde. Nach Angaben der Beteiligten übersteigt gegenwärtig die Kapazität die Nachfrage. Von dritter Seite wurde hierzu jedoch geäußert, daß die in jüngster Zeit erfolgten Kapazitätssteigerungen lediglich eine Reaktion auf die steigende Nachfrage nach dieser Kartonsorte seien. Die Untersuchungen der Kommission haben gezeigt, daß diese neue Kapazität zu einem beträchtlichen Teil bereits für mehrere Jahre vertraglich gebunden ist.

(82) Die Kommission hat andere Hersteller von Papier und Karton wie z. B. MoDo und Metsä-Serla befragt, ob sie einen Einstieg in den Markt für Verpackungen für flüssiges Füllgut erwägen würden. Diese Unternehmen stellen gegenwärtig Verpackungskarton für nichtflüssiges Füllgut her. Sie könnten aber theoretisch Verpackungskarton für flüssiges Füllgut mit ihren Anlagen auf mittlere Sicht herstellen. Nach einer Konsultierung von MoDo und Metsä-Serla kam die Kommission jedoch zu dem Ergebnis, daß ein Einstieg eines dieser Hersteller in diesen Markt in absehbarer Zeit unwahrscheinlich ist.

(83) Es ist festzustellen, daß durch die Möglichkeit weiterer Einfuhren aus den USA ein beschränkter, jedoch nicht unbedeutender Wettbewerbsdruck im Markt entsteht. Wegen des stufenweisen Abbaus der Einfuhrzölle in den nächsten Jahren wird dieser Druck in Zukunft wohl noch zunehmen. Eine Zusage der Beteiligten, sich keinem Antrag auf ein zollfreies Einfuhrkontingent für Flüssigverpackungskarton zu widersetzen, würde ein schnelleres Wirksamwerden dieses Effekts ermöglichen, falls ein solches Kontingent eingeführt wird (siehe unten).

Nachfragemacht

(84) Der Markt für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut zeichnet sich durch einige wenige große Hersteller und einige große Abnehmer aus. Neben Stora und Enso zählen zu den weiteren Herstellern in Europa lediglich Körsnäs und AssiDomän. Es gibt nur wenige Abnehmer von Flüssigkeiten-Verpackungskarton, und der Markt wird von Tetra Pak beherrscht, auf das ein Anteil zwischen [zwischen 60 und 80 %]* entfällt. Die übrigen Großabnehmer sind Elopak und SIG Combibloc mit einem Marktanteil von jeweils [zwischen 10 % und 20 %]*. Nach dem Zusammenschluß wird die Angebotsebenso wie die Nachfrageseite auf dem Markt für Flüssigkeiten-Verpackungskarton so strukturiert sein, daß einem Großanbieter und zwei kleineren Anbietern ein Großabnehmer und zwei kleinere Abnehmer gegenüberstehen.

(85) Die Beteiligten machen geltend, daß die Abnehmer und dabei insbesondere Tetra Pak erhebliche Nachfragemacht ausüben können, wodurch die Hersteller daran gehindert würden, ihre Preise zu erhöhen.

(86) Die Untersuchung hat gezeigt, daß zwischen Anbietern und Abnehmern eine gegenseitige Abhängigkeit besteht. In dem in Rede stehenden Markt sind die Beziehungen zwischen Anbieter und Abnehmer langfristig angelegt, weshalb ein Wechsel zu einem anderen Anbieter selten vorkommt. Nach den Angaben der Abnehmer würde ein solcher Wechsel Verzögerungen bedingen, höhere Kosten verursachen und technische Anforderungen stellen, weil der Auswertungsvorgang bei Verpackungskarton für flüssiges Füllgut komplex und zeitaufwendig ist. Die Untersuchung hat insbesondere gezeigt, daß es erheblicher Investitionen von seiten des Herstellers und des Abnehmers hinsichtlich Maschinen, technischer Begleitung, Versuchsläufen und menschlicher Ressourcen bedarf, um eine bestimmte Sorte des genannten Verpackungskartons auf den Markt bringen zu können.

(87) Als Beispiel für die nachweislich langfristigen Beziehungen zwischen Herstellern und Abnehmern sei erwähnt, daß bei Enso die längste Kundenbeziehung schon seit 40 Jahren besteht. Ein weiterer Nachweis für die Beständigkeit der Beziehungen zwischen Anbieter und Abnehmer und die gegenseitige Abhängigkeit ist die Tatsache, daß Enso seine Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten in Einheiten aufgeteilt hat, die auf die Entwicklung von Karton für Tetra Pak, Elopak und SIG Combibloc jeweils spezialisiert sind.

(88) Die Untersuchung der wichtigsten Abnehmer hat bestätigt, daß Nachfragemacht vorhanden ist.

(89) Tetra Pak erwirbt jährlich [> 500 000 t]* Verpackungskarton für flüssiges Füllgut von Enso, Stora, AssiDomän und Korsnäs zur Verwendung im EWR. Außerhalb des EWR greift es auch auf ortsansässige Anbieter zurück. Tetra Pak hat in der Vergangenheit daran mitgewirkt, daß sich einige seiner gegenwärtigen Anbieter zu Herstellern des genannten Verpackungskartons entwickelt haben.

(90) Tetra Pak deckt [> 50 %]* seines Bedarfs im EWR bei Stora Enso. Auf seine Bezüge entfällt der Gesamtausstoß mehrerer Kartonmaschinen und rund [> 50 %]* des gesamten Ausstoßes der Parteien für den EWR. Außerdem ist zu bedenken, daß bei der Herstellung von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut mit einem hohen Festkostenanteil zu rechnen ist, so daß eine hohe Kapazitätsauslastung erforderlich ist, um eine angemessene Rentabilität zu erzielen. Sollten die Beteiligten Tetra Pak mit seinen erheblichen Abnahmemengen verlieren, müßten sie andere Abnehmer finden, um ihre Kapazität auslasten zu können. Dies wäre kurzfristig keine leichte Aufgabe.

(91) Tetra Pak nimmt seinerseits derartige Mengen von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut ab, daß es die Möglichkeit hätte, auf die Kapazitäten anderer bestehender oder neuer Anbieter zurückzugreifen, falls die Beteiligten versuchen sollten, Marktmacht auszuüben. Außerdem hat Tetra Pak durch die enge Zusammenarbeit mit den Herstellern genaue Kenntnis der Kostenstruktur der Beteiligten. Schließlich entfallen auf den genannten Karton [> 50 %]* der Kosten des von Tetra Pak seinen Kunden gelieferten Rohkartons. Außerdem ist zu bedenken, daß Plastik langfristig Flüssigkeitenkarton in gewissen Grenzen im nachgeordneten Markt der Verpackung von Flüssigkeiten ersetzen könnte. Dadurch hat Tetra Pak einen starken Anreiz, seine Nachfragemacht als Abnehmer auszuüben.

(92) Aus den vorerwähnten Gründen ist davon auszugehen, daß Tetra Pak Nachfragemacht in einem Maße ausüben kann, daß dadurch die potentielle Zunahme der Marktmacht aufgrund des Zusammenschlusses zwischen Stora und Enso ausgeglichen wird.

(93) Elopak und SIG Combibloc nehmen sehr viel kleinere Mengen Verpackungskarton für flüssiges Füllgut ab als Tetra Pak. In bezug auf Elopak ist festzustellen, daß es gemeinsam mit Pakenso, einer Tochtergesellschaft von Enso, im finnischen Lahti eine Weiterverarbeitungsanlage betreibt [...]*. Auf diese gemeinsamen Tätigkeiten entfällt ein wichtiger Anteil der gesamten von Elopak veredelten Kartonmengen. Diese Verbindung zu den Parteien könnte die Nachfragemacht von Elopak nach der Fusion schwächen.

(94) Es ist jedoch zu bedenken, daß die Aufträge beider Unternehmen groß genug sind, um die Kapazität einer Kartonmaschine auszulasten. Dies allein würde es Elopak und SIG Combibloc erschweren, einen erheblichen Anteil ihrer Bezugsmengen kurzfristig auf andere Anbieter umzulenken. Es bedeutet jedoch auch, daß eine Umlenkung großer Bezugsmengen auf andere Anbieter wie AssiDomän und Korsnäs, die ihre Kapazitäten auf Verpackungskarton für flüssiges Füllgut umstellen könnten, Stora Enso erheblichen Schaden zufügen könnten, falls die Beteiligten versuchen sollten, ihre Marktmacht auszuüben. Elopak und SIG Combibloc beziehen auch strategische Lieferungen aus den Vereinigten Staaten, womit sie ihre Nachfragemacht stärken. Außerdem betreiben beide Unternehmen umfangreiche Geschäfte außerhalb des EWR. Sie haben schließlich ebenso wie Tetra Pak eingehende Kenntnis der Kostenstruktur der Beteiligten und die gleichen Anreize, um ihre Nachfragemacht auszuüben.

(95) Verglichen mit Tetra Pak werden beide Unternehmen jedoch in einer schwächeren Position gegenüber Stora Enso sein, da sie nach dem Zusammenschluß nur noch einen Lieferanten im EWR haben würden, während Tetra Pak auf drei Lieferanten zurückgreifen kann. Außerdem nehmen Elopak und SIG Combibloc wesentlich kleinere Mengen als Tetra Pak ab. Es trifft zwar zu, daß die kleineren Veredeler gewisse Möglichkeiten hätten, einer Preiserhöhung entgegenzuwirken, doch ist davon auszugehen, daß nach dem Zusammenschluß die Macht von Stora Enso gegenüber Elopak und SIG Combibloc zunehmen wird.

(96) Im Fall von Elopak und SIG Combibloc ist jedoch zu bedenken, daß die Beteiligten ein Interesse daran haben werden, beide Unternehmen als wichtige Marktteilnehmer zu behalten, damit sie nicht vollständig abhängig von Tetra Pak werden. Während die Bedenken, daß Elopak und SIG Combibloc im Gegensatz zu Tetra Pak durch den Zusammenschluß benachteiligt werden könnten, nicht vollständig ausgeräumt sind, ist anzuerkennen, daß die Nachfragemacht von Tetra Pak aus diesem Grund in gewissen Grenzen sich auch zugunsten von Elopak und SIG Combibloc auswirken wird. Außerdem sind die Verpflichtungszusagen ein Bemühen der Parteien, diese Bedenken zu zerstreuen (siehe Randnr. 101). Insbesondere die Veräußerung des Enso-Anteils an der gemeinsamen Weiterverarbeitung mit Elopak in Finnland wird die Bedenken zerstreuen, daß diese Verbindung den Beteiligten zusätzliche Einflußmöglichkeit bei Elopak verschaffen könnte.

(97) Abschließend wird der Zusammenschluß zu einer eher ungewöhnlichen Marktstruktur führen, bei der einem großen und zwei kleineren Anbietern ein großer und zwei kleinere Abnehmer gegenüberstehen. Die Kommission ist jedoch zu dem Ergebnis gelangt, daß die Abnehmer unter diesen besonderen Marktgegebenheiten ausreichend Nachfragemacht haben, um die Möglichkeit der Ausübung von Marktmacht durch die Beteiligten auszuräumen.

Reaktionen von Dritten

(98) Die Abnehmer haben sich in ihren Reaktionen neutral bis befürwortend geäußert. Gemäß den Abnehmern ist die Möglichkeit, daß Plastik im Laufe der Zeit Papier bei immer mehr Anwendungen ersetzen wird, eine wichtige langfristige strategische Frage für die Hersteller von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut. Aus diesem Grund muß dieser Wirtschaftszweig wettbewerbsfähiger werden. Der Zusammenschluß zwischen Stora und Enso sollte eine effizientere Herstellung von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut ermöglichen und könnte dadurch zur Verbesserung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit dieses Wirtschaftszweiges gegenüber den Herstellern von Plastikverpackungen beitragen.

(99) Der finnische Zentralverband der landwirtschaftlichen Erzeuger und Waldbesitzer hat Bedenken hinsichtlich der Auswirkungen des Zusammenschlusses auf die Holzbeschaffung in Finnland geltend gemacht. Der Verband ist der Auffassung, daß mit dem Zusammenschluß die Stellung der Beteiligten dahingehend gestärkt würde, daß sie verbesserte Möglichkeiten des Bezugs von außerhalb des EWR, insbesondere aus den baltischen Ländern, jedoch auch aus Schweden haben würden. Dadurch würde erheblicher Druck auf den finnischen Liefermarkt ausgeübt und den Beteiligten die Möglichkeit gegeben, eine Kontrolle über die Preisentwicklung auszuüben. Die Kommission teilt nicht diese Auffassung, da nach ihrer Einschätzung der Zusammenschluß praktisch keine Auswirkungen auf den finnischen Holzbeschaffungsmarkt haben würde.

Schlußfolgerung

(100) Aus dem Vorstehenden ist zu schließen, daß die Beteiligten eine starke Stellung auf dem Markt für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut haben würden und daß lediglich begrenzter potentieller Wettbewerb zu erwarten wäre. Es ist jedoch zu bedenken, daß die Nachfrageseite ebenso stark wie die Angebotsseite konzentriert ist und daß aufgrund der Nachfragemacht der wichtigsten Abnehmer, wie insbesondere Tetra Pak, das Vorhaben nicht zur Begründung oder Verstärkung einer beherrschenden Stellung auf dem Markt für Verpackungskarton für flüssiges Füllgut führen würde.

Von den Parteien erteilte Zusagen

(101) In Erwiderung auf die Mitteilung der Einwände haben die Beteiligten folgende Zusagen erteilt:

a) Im Bereich der Preise werden sie für einen Zeitraum von fünf Jahren ab dem Datum des Vollzugs des Zusammenschlusses gegenüber ihren kleineren Kunden einen Schutzmechanismus vorsehen, so daß sie gegenüber dem Großabnehmer keine kleineren prozentualen Preiserhöhungen vornehmen werden als gegenüber den kleineren Abnehmern. Dasselbe gilt für etwaige Preissenkungen. Abweichungen von dieser Regel sind innerhalb bestimmter zulässiger Spannen möglich, wenn Faktoren wie Kostenunterschiede eine Staffelung bei der prozentualen Erhöhung bzw. Senkung des von dem größten und den kleineren Abnehmern gezahlten Preises rechtfertigen. Die Beteiligten setzen die Kommission über Abweichungen bei der Preiserhöhung bzw. -senkung in Kenntnis, die sich nicht innerhalb der zulässigen Spanne bewegen oder durch Kostenunterschiede begründet sind. Dieser Preisschutzmechanismus wird durch einen unabhängigen Revisor überwacht, der einer strengen Verpflichtung zur Vertraulichkeit unterliegt.

b) Sollte ein Weiterverarbeiter oder Hersteller in der Gemeinschaft die Eröffnung eines zollfreien Kontingents zur Einfuhr von Verpackungskarton für flüssiges Füllgut beantragen, werden die Beteiligten nach bestem Bemühen diesen Antrag unterstützen. Aus von den Beteiligten vorgelegten Schreiben der finnischen und der schwedischen Regierung geht hervor, daß beide Regierungen die Eröffnung von Einfuhrkontingenten ebenfalls befürworten würden.

c) Enso wird seine Anteile an einem gemeinsam mit Elopak betriebenen finnischen Veredelungswerk in Lahti an Elopak veräußern. Dadurch können die Bedenken ausgeräumt werden, daß mit dieser Verbindung die Nachfragemacht von Elopak geschwächt werden könnte. Sollten sich Elopak und Enso über den Verkauf nicht einig werden, wird Enso die bestehende Vereinbarung nach ihrem Ablauf nicht verlängern. In einem solchen Fall wird diese Beteiligung an Elopak gemäß den zwischen Elopak und Enso geltenden Vertragsbedingungen verkauft.

VI. **SCHLUSSFOLGERUNG**

(102) Das angemeldete Vorhaben wird in keinem Markt eine beherrschende Stellung begründen oder verstärken, durch die wirksamer Wettbewerb im Gemeinsamen Markt oder einem wesentlichen Teil desselben spürbar behindert würde. Das Vorhaben ist deshalb mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens vereinbar —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Das von den Beteiligten am 18. Juni 1998 angemeldete Vorhaben, einen vollständigen Zusammenschluß zwischen Stora Kopparbergs Bergslags AB und Enso Oyj herbeizuführen, wird für mit dem Gemeinsamen Markt und der Funktionsweise des EWR-Abkommens vereinbar erklärt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist gerichtet an:

Enso Oyj
Kanavaranta 1
FIN-00160 Helsinki

Stora Kopparbergs Bergslags AB Group Head Office
S-79180 Falun

Brüssel, den 25. November 1998

Für die Kommission
Karel VAN MIERT
Mitglied der Kommission